



วารสาร การวิจัยการบริหารการพัฒนา

The Journal of Development Administration Research

ปีที่ 13 ฉบับที่ 4 : ตุลาคม-ธันวาคม 2566
Vol. 13 No. 4 : October-December 2023



ISSN: 1905 - 2219 (Print)
ISSN: 2730 - 2075 (Online)



วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา

The Journal of Development Administration Research

ปีที่ 13 ฉบับที่ 4 (ตุลาคม-ธันวาคม 2566)
Vol. 13 No. 4 (October-December 2023)

เจ้าของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการที่มีคุณภาพของนักศึกษาและบุคลากรทั้งภายในภายนอกสถาบัน
2. เพื่อนำเสนอและพัฒนาศักยภาพและผลงานทางวิชาการ การค้นคว้าและบทความทางวิชาการของคณาจารย์ และนักวิชาการภายนอก
3. เพื่อให้บริการทางสังคมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ

ขอบเขตของวารสาร

1. ขอบเขตของวารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา จะครอบคลุมเนื้อหา ด้านการวิจัย ด้านบริหารธุรกิจ ด้านการจัดการอุตสาหกรรม ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านรัฐประศาสนศาสตร์ ด้านนิเทศศาสตร์ ด้านบริหารการศึกษา ด้านจิตวิทยาและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทางการวิจัยการบริหารการพัฒนา
2. เนื้อหาส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของบทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่ส่งมาขอตีพิมพ์จะต้องไม่อยู่ในระหว่างการขอตีพิมพ์หรือเคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่มาก่อนในวารสารอื่น ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. การส่งบทความวิชาการและบทความวิจัยนั้น สามารถส่งโดยตรงไปที่กองบรรณาธิการวารสารผ่านระบบ online Submission ที่เว็บไซต์ บทความทั้ง 2 ประเภท ซึ่งบทความที่ส่งมานั้นจะถูกส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ทำการประเมินแบบ Double-Blinded Review ก่อนที่จะพิจารณาจัดพิมพ์ในขั้นต่อไป
4. การรับบทความของวารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนาจะเป็นบทความที่มุ่งเน้นสร้างองค์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎีใหม่ ๆ ช่วยขยายองค์ความรู้ในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจและนำไปประยุกต์ใช้ในทางวิชาการที่กว้าง และมีประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชุตินาฏณ์ ศรีวิบูลย์

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการภายในมหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนสุวิทย์ ทับทิมรั้ง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เมฆขำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการภายนอกมหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.วรเดช จันทรรักษ์ มหาวิทยาลัยชินวัตร

รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงดี มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ชินบุตร มหาวิทยาลัยปทุมธานี

กำหนดการตีพิมพ์เผยแพร่: วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา พิมพ์เผยแพร่ 4 ฉบับต่อปี

ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม-มีนาคม

ฉบับที่ 2 เดือน เมษายน-มิถุนายน

ฉบับที่ 3 เดือน กรกฎาคม-กันยายน

ฉบับที่ 4 เดือน ตุลาคม-ธันวาคม

การเผยแพร่

จัดส่งให้ห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผู้ที่สนใจสามารถค้นหาที่

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

ติดต่อกองบรรณาธิการ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เลขที่ 1 ถนน อุททองนอก แขวง ดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

โทรศัพท์: 097-9359356

Website: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JDAR>

E-mail: touch_life@outlook.co.th, journal.dar@gmail.com

บทความทุกเรื่องที่ตีพิมพ์ได้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย จำนวน 3 ท่าน
ทัศนะและข้อคิดเห็นของบทความในวารสารฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการ



วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา ปีที่ 13 ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม 2566 มีวัตถุประสงค์ของการจัดทำวารสารเพื่อเป็นสื่อการแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความทางวิชาการของอาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และจากการที่วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา ได้รับการรับรองมาตรฐานจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Centre: TCI) ให้อยู่ในกลุ่มที่ 1 ดังนั้น ในการจัดทำวารสารดังกล่าวให้ได้คุณภาพและมาตรฐานตามตัวชี้วัดที่ถูกต้องตามเกณฑ์มาตรฐานที่ทางศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ได้กำหนดไว้ทางกองบรรณาธิการมีกระบวนการจัดทำวารสารตั้งแต่การรับบทความผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขาที่เกี่ยวข้องที่จะพิจารณาบทความแต่ละบทความ ดังปรากฏในหน้าสารบัญ และประกอบไปด้วยบทความทั้งหมด 22 บทความ

กองบรรณาธิการ วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา ขอขอบคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ให้ความสนใจส่งบทความมาลงตีพิมพ์เผยแพร่ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป และขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ให้การสนับสนุนมาโดยตลอด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์

บรรณาธิการ

สารบัญ	
บทนำ	I
บทบรรณาธิการ	III
สารบัญ	IV
รูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคม ด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ Civil Societal Volunteer Network Efficiency Development Model of Security Resolution in 3 Southern Border Provinces	900
ธนวัชร วิเศษศรี, เจตน์สฤษฎี อังศุกาญจนกุล, การุณนันทน์ รัตนแสนวงษ์ และ พิเศษ ศิริเกษม Thanawachara Wisetsri, Jetsalid Angsukanjanakul, Karunan Rattanasanwong and Piset Sirigasem	
รูปแบบการจัดการทรัพย์สินทางเลือกโดยสร้างโทเคนเป็นตัวแทนของทรัพย์สิน เพื่อเตรียมพร้อมเกษียณ กรณีศึกษา: นักลงทุนตลาดหลักทรัพย์ไทย Tokenization as the Alternative Asset Management Model for Retirement Preparation: The Case Study of Thai Stock Investors	915
กฤษณะ อีรพลพิพัฒน์ Krisana Teerapolpipat	
การพัฒนาแผนการเรียนรู้แบบการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3 มิติ แบบการเรียนรู้เชิงรุกผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ The Development of 3D Jewelry Design Learning Lesson Plan by Active e-Learning	938
พสุ เรืองปัญญาโรจน์ Pasu Roungranyaroj	
การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย Politics in Telecommunication Cable Undergrounding Policy Process in Thailand	949
สอาด บรรเจิดฤทธิ์ Sa-ard Banchirdrit	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม Factors Effecting on Awareness in Siam Technology College	964
ประกาศ ปาวา ทองสว่าง และ ธนากร พงษ์ภู Prakart Pawa Thongsawang and Thanakorn Pongpuphoo	

ความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย Sustainable Success of The Airline Business in Thailand	978
จาริตรา เจตนะวิบูลย์, ศรีปริญญา ฐปกระจำง และ ปิยดา วงศ์วิวัฒน์ Jaritra Jatanaviboon, Sriparinya Toopgrajank and Piyada Wongwiwat	
การสร้างคุณค่าข้าวหอมมะลิของธุรกิจส่งออก Value Creation of Jasmine Rice for Export Business	1001
สมฤทธิ แซ่เจียง, ศรีปริญญา ฐปกระจำง และ ปิยดา วงศ์วิวัฒน์ Sumrit Saejeang, Sriparinya Toopgrajank and Piyada Wongwiwat	
ความสามารถด้านสารสนเทศและการบริหารความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อคุณภาพของ สารสนเทศทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการตัดสินใจบริษัทที่จดทะเบียนในตลาด หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย Information Capability and Risk Management Influencing the Quality of Accounting Information with Effectiveness of Decision of Companies Listed on the Stock Exchange of Thailand	1017
ทิมศัพิกา เถาจู และ จิตาภรณ์ สินจรูญศักดิ์ Timpika Taojoo and Titaporn Sincharoonsak	
แนวทางพัฒนาสมรรถนะนักศึกษา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน สถาบันการบินพลเรือน เพื่อตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการ An Approach to Develop Competencies of Students in Aircraft Maintenance Engineer License Program of Civil Aviation Training Center to Respond to the Needs of Business Enterprises	1034
นพภัสสร ศรีเบ็ญรัตน์, คงศักดิ์ ชมชุม และ ธัญญรัตน์ คำเพระ Noppassorn Sribenrat, Kongsak Chomchum and Thanyarat Khamproh	
กลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม A New Positioning Strategy Driven by The Green Business of Eco-Friendly Restaurant Operators	1051
สุภาวดี ธงภักดิ์, พิทักษ์ ศิริวงศ์ และ ระชานนท์ ทวีผล Supawadee Thongpak, Phitak Siri Wong and Rachanon Taweephol	
การบริหารการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล Municipal Public health services Management	1069
ชิษณุพงศ์ สุวรรณ, เจตน์สฤณี อังศุกาญจนกุล และ โกมล ไพศาล Chitsanuphong Suwan, Jetsalid Angsukanjanakul and Komon Paisal	

แนวทางการบริหารการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกที่มีประสิทธิภาพ Approaches for the Efficient Management on Transporting Goods by Trucks	1084
สโรชนี สุขตระกูล, สุดา สุวรรณภิรมณ์ และ สุนทร ผจญ <i>Sarochinee Sooktrakul, Suda Suwannaphirom and Suntorn Phajon</i>	
รูปแบบการส่งเสริมการแต่งกายชุดผู้หญิงไทยกาฬสินธุ์ และกระบวนการกลายเป็นเอกลักษณ์ การแต่งกายของสตรีชาวกาฬสินธุ์ The Publicity Strategy of Kalasin Phuthai Clothing and the Process of Identity Formation among Kalasin Women	1100
สุภาพร เกียรติดำเนินงาม และ พีระ พันลูกท้าว <i>Supaporn Kiatdamnoen-ngam and Peera Phanlukthao</i>	
รูปแบบนวัตกรรมบริการเชิงสร้างสรรค์การท่องเที่ยวชุมชนโดยเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น ของกลุ่มจังหวัด “นครราชสีมา” Innovative form of Creative Service, Community Tourism by Connecting Local Identity of the Provincial Group, Nakara Thani	1120
ธีรารัตน์ อำนาจเจริญ, ณัฐชัย เอกนราจินดาวัฒน์ และ ศุภกานต์ โสภาพร <i>Teerarat Amnartcharoen, Nattachai Aeknarajindawut and Suphakarn Sopaporn</i>	
ผลกระทบของทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ของสหกรณ์ ออมทรัพย์ทหารบก Impact of Professional Accountant Skills on Financial Report Quality of the Army Savings Cooperative	1133
ณัฐญา อุดมเสรี และ เบญจพร โมกขะเวส <i>Nuttaya Udomsaree and Benjaporn Mokkhavesa</i>	
สมรรถนะของนักบัญชี แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและ จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล Accountants' Competencies, Performance Motivation That Affect Their Performance and Accounting Professional Ethics. In Bangkok and Vicinity	1148
ศิริบูรณ์ แก้วสนธิ์ และ พรทิwa แสงเขียว <i>Siriboon Kaewsomnuk and Porntiwa Saengkhiw</i>	

การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมหมู่บ้านศรีวังเกตอำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี Cultural Landscape Management of Keereewongkot Village, Nayoong District, Udon Thani Province	1161
ณัฐชัย เอกนราจินดาวัฒน์, ธีรรัตน์ อำนาจเจริญ และ ศุภกานต์ โสภาพร Nattachai Aeknarajindawut, Teerarat Amnartcharoen and Suphakarn Sopaporn	
บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของ ผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใน ประเทศไทย Antecedent of Influence on the Purchasing Behavior of Customers in Traditional Trades Thailand	1175
การันตา ประกายพรรณ Karunta Prakaypun	
โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทาง TikTok ของผู้บริโภคใน เขตกรุงเทพมหานคร Relationship Model of Consumer's Buying Decision through TikTok Platform, Bangkok, Thailand	1186
วรรณัฐา ขนิษฐบุตร Wannattha Khanithabud	
องค์ประกอบเชิงยืนยันของจริยธรรมนักฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย Development of Ethical Assessment of Professional Footballers	1202
ปิยพันธุ์ ชบา, ปรีชา พงศ์เพ็ง และ บัณฑิต ผังนิรันดร์ Piyapan Chaba, Preecha Pongpeng and Bundit Pungnirund	
รูปแบบการบริหารธุรกิจร้านขายยาที่มีประสิทธิภาพ Efficient Business Management Models for Pharmacies	1217
ปรมารัตน์ ดอนเส, รัชฎา ฟองธนกิจ และ สุนทร ผจญ Paramarat Donse, Rachada Fongtanakit and Suntorn Phajon	
ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสด และสภาพคล่องกับรายการคงค้างของกิจการ กลุ่ม อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย The Relationship Between Cash Flow on The Liquidity and Accounting Accruals of Consumer Industry Group Registered in The Stock Exchange of Thailand	1233
สารินี ศรีสงคราม และ เบญจพร โมกขะเวส Sarinee Srisongkhram and Benjaporn Mookhavesa	

รูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคม
ด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
Civil Societal Volunteer Network Efficiency Development
Model of Security Resolution in 3 Southern Border Provinces

ธนวัชร วิเศษศรี¹, เจตน์สฤกษ์ อังศุกาญจนกุล², การุณันท์ รัตนแสนวงศ์³, พิเศษ ศิริเกษม⁴ และ
โมรยา วิเศษศรี⁵

Thanawachara Wisetsri¹, Jetsalid Angsukanjanakul², Karunan Rattanasanwong³,
Piset Sirigasem⁴ and Moraya Wisetsri⁵

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3,4,5}

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3,4,5}

E-mail: boygogg27@gmail.com¹

Received: 2023-11-28; Revised: 2023-12-07; Accepted: 2023-12-08

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคม 2) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคง และ 3) นำเสนอรูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ใช้วิธีวิจัยเชิงผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมและเคยปฏิบัติงานด้านการมีส่วนร่วมแก้ไขความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน จำนวน 360 คน เครื่องมือที่ใช้วิจัยคือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นผู้บริหารที่มีประสบการณ์ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้โดยตรง จำนวน 15 คน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยเชิงสาเหตุทุกด้านส่งผลต่อประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคง และ 3) รูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคม สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ คือ “COA MODEL” จำนวน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) นวัตกรรมการบริหารเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมเพื่อความมั่นคง 2) นวัตกรรมการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการเพื่อความมั่นคง และ 3) นวัตกรรมการบูรณาการทุกภาคส่วนเพื่อความยั่งยืน ผลของการวิจัยครั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อค้นพบที่ได้ไปใช้ในการบริหารและการจัดการรูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมได้ต่อไป

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคม, การแก้ไขปัญหาความมั่นคง, 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

Abstract

This research was aimed to: 1) study civil societal volunteer network efficiency level 2) study the causal factors influenced civil societal volunteer network efficiency in security problems resolution, and 3) propose civil societal volunteer network efficiency development model in 3 southern border provinces in security problems resolution. The methodology used were mixed of quantitative and qualitative, the samplings 360 experienced in civil societal volunteer network and participated in security problems resolution in 3 southern border provinces by two-stage sampling. The research tools questionnaires and interviewing, the statistic analytical, percentage, averages and standard deviations were used for quantitative. In qualitative, the purposive sampling in-depth interviewing and context data analytic with the 15 key informants who were knowledgeable and experienced in civil societal volunteer network and participated in security problems resolution in 3 southern border provinces.

The research findings suggested: 1) civil societal volunteer network efficiency as whole were in high level, 2) the causal factors in all sectors influenced civil societal volunteer network in security problems resolution, and 3) civil societal volunteer network efficiency development model in this research were “COA MODEL” with 3 component; 1) civil societal volunteer network administrative innovation for security: 2) operation plan mobilizing innovation for wealth, and 3) all sector integrated innovation for sustainability. The involved working units, can use the recommendations as civil societal volunteer network development model in 3 southern border provinces.

Keywords: Civil Societal Volunteer Network Efficiency, Security Problems Resolution, 3 Southern Border Provinces.

บทนำ

สถานการณ์ความรุนแรงในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นปัญหาที่สั่งสมมายาวนาน มีความละเอียดอ่อน ซับซ้อน และเชื่อมโยงกันในหลาย ๆ มิติ หลายฝ่ายทั้งภาครัฐหรือภาคประชาสังคมต่างให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาเพื่อให้เหตุการณ์ต่าง ๆ คลี่คลายลง ที่ผ่านมามีหลายฝ่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเสริมสร้างสันติสุขในพื้นที่ด้วยวิธีที่หลากหลายบนฐานความคิดความเชื่อมีแนวคิด แนวทางปฏิบัติ และอุดมการณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ๆ (ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ, 2562) อย่างไรก็ตาม จากหลักฐานข้อค้นพบระบุว่า การปะทุของเหตุการณ์ความไม่สงบระลอกใหม่เป็นผลของการสมคบคิดกันของกลุ่มผลประโยชน์และเครือข่ายอาชญากรรม อีกทั้งเห็นว่าเป็นการยากที่

จะหาข้อยุติในสาเหตุและการกระทำของผู้ก่อการร้ายหรือผู้อยู่เบื้องหลังเหตุการณ์ความไม่สงบระลอกใหม่ (Askew, 2007; Connors, 2006)

เมื่อทบทวนเหตุการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นพบว่า ช่วง พ.ศ. 2547-พ.ศ. 2550 มีเหตุการณ์เกิดขึ้นจำนวนมาก แต่หลังจาก พ.ศ. 2550 เป็นที่น่าสังเกตว่าเหตุการณ์รุนแรงลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นจุดเริ่มใช้บังคับกฎหมายพิเศษและปฏิบัติการพิเศษ เช่น (พ.ร.ก.ฉุกเฉินกฎหมายพอกเงิน) อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบความสูญเสียจากความรุนแรงที่เกิดขึ้นในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้กับคดีฆาตกรรมในประเทศไทยแล้ว ความสูญเสียต่อชีวิตในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้นั้นมากกว่าทั้งประเทศถึง 3.7 เท่า (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2564) ตัวเลขดังกล่าวนับได้ว่าเป็นตัวเลขที่สูงและเป็นปัญหาความมั่นคงที่สำคัญของประเทศ งบประมาณจำนวนมากที่ถูกทุ่มลงไปเพื่อแก้ไขปัญหาในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ในห้วง 17 ปี กว่า 3 แสนล้านบาท (Southern News Center, 2020) ผ่านหน่วยงานภาครัฐและองค์กรต่าง ๆ กว่า 50 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในพื้นที่และส่วนกลาง โดยมีแผนงานโครงการกิจกรรมที่สร้างขึ้นเป็นพิเศษจำนวนมากในหลายด้าน ทั้งด้านความมั่นคง เศรษฐกิจ และสังคม แต่เป็นการยากที่จะวัดได้ว่าโครงการทั้งหมดเหล่านั้นส่งผลต่อการลดปัญหาความรุนแรงได้ก็มาน้อย เนื่องจากที่ผ่านมาไม่ได้มีตัวชี้วัดของแต่ละโครงการแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จต่อการลดความรุนแรงในภาพรวมอย่างละเอียด (ปณิธาน วัฒนายากร, 2564)

นอกจากนี้ หากพิจารณาถึงประเด็นการแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงในช่วงหลายปี ที่ผ่านมามีการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงในการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ขึ้นอยู่กับบริบททางการเมืองในแต่ละยุคระดับการรับรู้ ความเข้าใจและทัศนคติต่อแนวคิดสันติวิธี บริบทของปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของเจ้าหน้าที่รัฐและประชาชนที่ไม่ตรงกัน (ติณณภพ เตียวเจริญกิจ, 2563) ปัญหาของความรู้สึกและความสำนึกร่วมในการเป็นรัฐชาติและประชาชนคนไทยที่เท่าเทียมกันของประชาชนบางส่วนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มคนที่คอยสร้างสภาพแวดล้อมที่จะนำไปสู่การยกระดับความรู้สึกของประชาชนให้รุนแรงจนถึงขั้นการแบ่งแยกดินแดน ปัญหาในการดำเนินการของรัฐ และปัญหาผลกระทบของสภาพแวดล้อมโดยทั่วไปของสังคมโลก กระแสโลกาภิวัตน์ ขบวนการก่อการร้ายสากล องค์กรอาชญากรรมข้ามชาติ กระแสแนวความคิดสิทธิมนุษยชน เทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร และสิทธิในการเรียกร้องเพื่อการปกครองตนเอง (Chucherd, 2022)

อย่างไรก็ตาม การแก้ไขปัญหาใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ผ่านมา รัฐได้พยายามกำหนดกลไกและรูปแบบการทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ก็สามารถลดความรุนแรงได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น ดังนั้นด้วยความเป็นพหุวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายประกอบกับปัญหาต่าง ๆ รอบด้าน หน่วยของสังคมในระดับชุมชนจึงเป็นหน่วยสำคัญที่ต้องมีส่วนร่วมและมีเครือข่ายเพื่อช่วยกันขับเคลื่อนการดำเนินงานและร่วมกันแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงในพื้นที่อย่างจริงจัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการมีส่วนร่วมและการพัฒนากลุ่มเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมให้ผนึกกำลังกันอย่างเข้มแข็งและขยายวงให้กว้างยิ่งขึ้น (สถาบันวิจัยความขัดแย้งและความหลากหลายทางวัฒนธรรมภาคใต้มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, 2564)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยหลายเรื่องศึกษาถึงสาเหตุและแนวทางการแก้ไขปัญหา รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริบทของพฤติกรรมบุคคล สภาพแวดล้อมภายนอก การสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคง และการมีส่วนร่วมทางสังคมก็มีส่วนสำคัญเช่นกัน เนื่องจากการทบทวนวรรณกรรมแสดงให้เห็นว่าการที่ประชาชนในพื้นที่ที่มีพฤติกรรมบุคคลที่แสดงออกต่อสถานการณ์ในพื้นที่ (Rizzi, Jagacinski & Bloom, 2021; Oller, et al, 2019) มีความเข้าใจในสภาพแวดล้อมภายนอก (Morgunova & Bolkina, 2021; Lei & Qiu, 2021) การมีส่วนร่วมทางสังคม (Gross-Hemmi et al, 2021) และการสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคง (Lei & Qiu, 2021; Choi, Jeon & Kim, 2021) ล้วนมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันและย่อมส่งผลให้ชุมชนตระหนักในบทบาทหน้าที่ เกิดความรักใคร่สามัคคี ร่วมแรงร่วมใจกัน เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมในการแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงและใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ พฤติกรรมบุคคล สภาพแวดล้อมภายนอก การมีส่วนร่วมทางสังคม และการสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคง
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุด้านพฤติกรรมบุคคล สภาพแวดล้อมภายนอก การมีส่วนร่วมทางสังคม และการสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคง ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐาน 1 ประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก พฤติกรรมบุคคล สภาพแวดล้อมภายนอก การมีส่วนร่วมทางสังคม และการสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคง

สมมติฐาน 2 การสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคง ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก พฤติกรรมบุคคล และสภาพแวดล้อมภายนอก

สมมติฐาน 3 การมีส่วนร่วมทางสังคม ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก พฤติกรรมบุคคล สภาพแวดล้อมภายนอก

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคม หมายถึง เครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมที่มีแนวทางการบริหารและการพัฒนาวิธีการแก้ไขปัญหาเพื่อให้ประชาชนอยู่อย่างสงบสุข

มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความปลอดภัย ภายใต้การทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคประชาสังคมอย่างมีประสิทธิภาพในมิติของการรักษาความสงบภายในประเทศ การป้องกัน และแก้ไข ปัญหาผลกระทบต่อความมั่นคง และการบูรณาการความร่วมมือด้านความมั่นคง

เมื่อพิจารณาถึงประเด็นปัญหาด้านความมั่นคง (Security Problem Approach) แล้วนั้น กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร (2560) ระบุว่าความไม่สงบที่เกิดขึ้นในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นผลสืบเนื่องมาจากปัญหาความแตกต่างของประชาชนที่เกิดจากเชื้อชาติศาสนา อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ทศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของท้องถิ่น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นปัญหาที่มีความซับซ้อน ละเอียดอ่อน และมีความเชื่อมโยงในหลายมิติ นอกจากนี้ มีกลุ่มคนบางกลุ่มที่มีอุดมการณ์ที่ต้องการแบ่งแยกดินแดน ได้นำประเด็นปัญหาดังกล่าวมาเป็นเงื่อนไขในการใช้ความรุนแรง ทำให้เกิดบรรยากาศความน่ากลัว และทำให้เกิดความไม่ไว้วางใจระหว่างรัฐกับประชาชน และระหว่างประชาชนด้วยกันเองเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งปัญหาโครงสร้างทางสังคมในพื้นที่มีช่องว่างในเรื่ององค์ความรู้ การขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การไม่สามารถเข้าถึงการให้บริการของรัฐ ทำให้เกิดช่องว่างทางความคิด ทศนคติและความเชื่อ จนกลายเป็นความขัดแย้งทางสังคม รวมถึงปัญหาใหม่ที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น คือ ปัญหายาเสพติด และปัญหาย้ายแทรกซ้อนอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้ การแก้ไขปัญหาความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้จึงจำเป็นต้องแก้ไขอย่างจริงจังและต่อเนื่องอย่างเป็นระบบ ปัญหาดังกล่าวจึงนำมาซึ่งแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคง สำหรับงานวิจัยครั้งนี้มี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การรักษาความสงบภายในประเทศ 2) การป้องกันและแก้ไขปัญหาผลกระทบ ต่อความมั่นคง และ 3) การ บูรณาการความร่วมมือด้านความมั่นคง (วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ, 2560; U.S. Bureau of Transportation Statistics, 2020)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมบุคคล หมายถึง การแสดงออกของมนุษย์ซึ่งสามารถสังเกตได้โดยตรงหรืออยู่ในกระบวนการทางจิตใจเป็นการกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลซึ่งสัมพันธ์กับสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอก พฤติกรรมบุคคล ประกอบด้วย ทศนคติ การรับรู้ และการแสดงอารมณ์ การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมบุคคล (Human Behavior) หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า พฤติกรรมมนุษย์นั้น มีทั้งที่พฤติกรรมภายนอกที่แสดงออกให้เห็นได้อย่างชัดเจน และพฤติกรรมภายในที่บุคคลภายนอกไม่สามารถสังเกตเห็นได้ มีการศึกษาเกี่ยวกับนิยามของพฤติกรรมไว้หลากหลายว่า พฤติกรรมบุคคล หมายถึง ศักยภาพและความสามารถในการแสดงออกทางอารมณ์ ทางกายภาพ และทางสังคม ของบุคคลและกลุ่มบุคคลในการตอบสนองภายในหรือภายนอกตลอดชีวิตของบุคคล (Sapolsky, 2017) หรือเป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในสังคม เพื่อวิเคราะห์ถึงสาเหตุที่ทำให้มนุษย์ตัดสินใจเลือกที่จะกระทำในสิ่งต่าง ๆ ออกมา ได้แก่ ความคิด ความเชื่อ เจตคติ ทั้งนี้ การกระทำและลักษณะการแสดงออกทั้งหมดของมนุษย์ที่สัมพันธ์กับแหล่งสารสนเทศและช่องทางในการสื่อสาร เริ่มตั้งแต่แนวคิดทศนคติ การตระหนักรู้ ความต้องการ รับรู้ และนำไปสู่การแสวงหา การค้นหา การรับรู้คุณค่า การแลกเปลี่ยนแบ่งปัน การเผยแพร่ การถ่ายทอด และการนำไปใช้ประโยชน์ในลักษณะต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ (บุรฉัตร จันทรแดง, เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร และสัญญา เคนาภูมิ, 2562) สำหรับงานวิจัยครั้งนี้มี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ทศนคติ 2) การรับรู้ และ 3) การแสดงอารมณ์ (Bloom, 1975,)

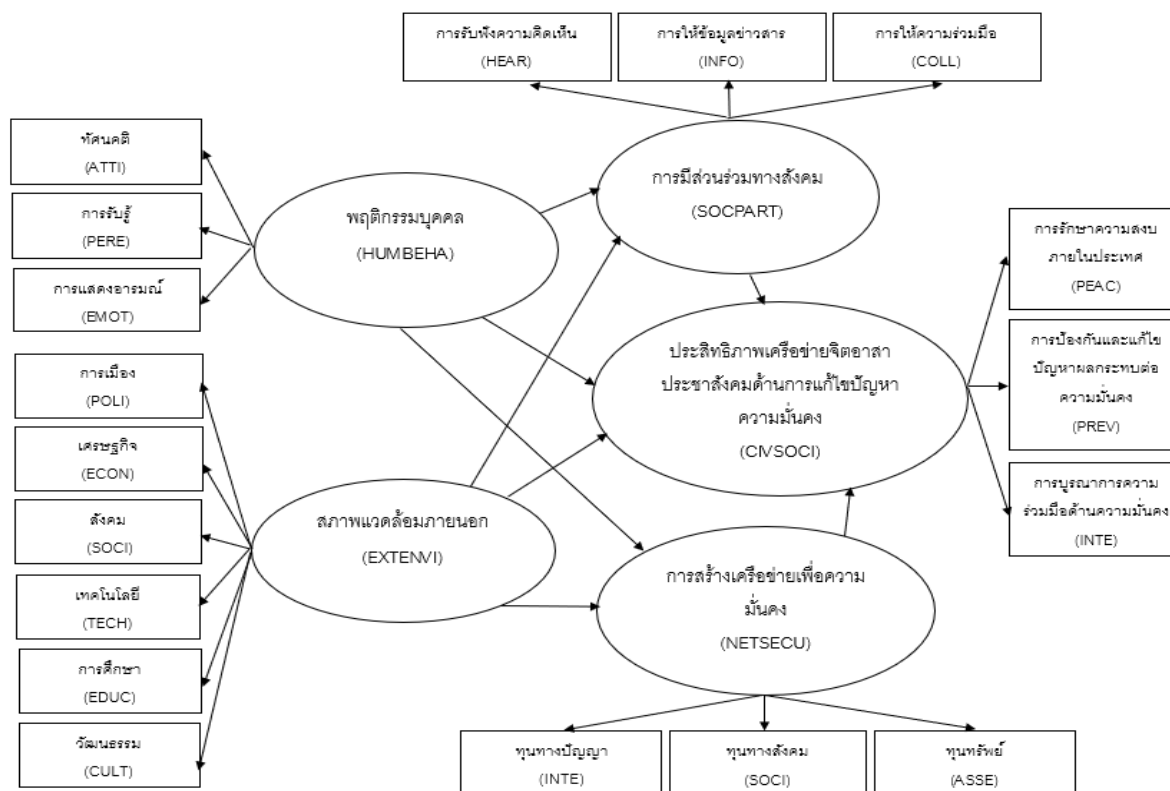
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง สิ่งที่อยู่ภายนอกองค์กรหรือชุมชน ซึ่งส่งผลกระทบต่อปฏิบัติการหรือการดำเนินงานขององค์กรหรือชุมชน ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานชุมชนจำเป็นต้องตรวจสอบสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและทำการติดตามสภาพแวดล้อมนั้น เพื่อการพยากรณ์ว่ามีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรในอนาคต จะส่งผลกระทบต่อหน่วยงาน หรือชุมชนในพื้นที่อย่างไร โดยเฉพาะใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ทั้งนี้ เพื่อเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตต่อไป สำหรับงานวิจัยครั้งนี้มี 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การเมือง 2) เศรษฐกิจ 3) สังคม 4) เทคโนโลยี 5) การศึกษา และ 6) วัฒนธรรม

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางสังคม หมายถึง การสร้างโอกาสที่ดีต่อกันของสังคม ระหว่างกัน โดยการร่วมคิดร่วมทำ มีการใช้ความรู้ การริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน เปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันให้เป็นไปในลักษณะที่สร้างสรรค์และปรับตัวเพื่อแก้ปัญหา รวมทั้งแนวคิดทฤษฎีเชิงองค์ประกอบของการประสานความร่วมมือ (Theme-Based Theory of Collaboration) ซึ่งประกอบไปด้วยหลักการพื้นฐาน 2 ประการ คือ หลักการว่าด้วยผลประโยชน์ของการประสานความร่วมมือ (Collaborative Advantage) หรือการประสานกำลัง (Synergy) ที่เกิดจากการทำงานร่วมกัน และหลักการว่าด้วยแรงเฉื่อยของการประสานความร่วมมือ (Collaborative Inertia) หรือแนวโน้มที่การประสานความร่วมมือทำให้เกิดความล่าช้าในการสร้างผลผลิตหรือนำไปสู่การเกิดความขัดแย้งในการทำงานร่วมกัน ซึ่งหมายความว่า การประสานความร่วมมือในประเด็นหนึ่งอาจมีองค์ประกอบที่เชื่อมโยงกันหลายองค์ประกอบก็เป็นได้ ทฤษฎีนี้จึงเป็นเสมือนเข็มทิศในการพิจารณาการประสานความร่วมมือให้ลึกซึ้งมากขึ้น และค้นหาหนทางในการจัดการการประสานความร่วมมือต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น (Vangen & Huxham, 2010) สำหรับงานวิจัยครั้งนี้มี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การรับฟังความคิดเห็น 2) การให้ข้อมูลข่าวสาร และ 3) การให้ความร่วมมือ (Gross-Hemmi, et al, 2021; Anderson, et al, 2020)

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคง หมายถึง นวัตกรรมองค์ความรู้ในการสร้างการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชนด้วยระบบเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคม โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติงานจริงแบบบูรณาการให้เกิดความยั่งยืนอย่างค่อยเป็นค่อยไปในลักษณะน้ำดีไล่น้ำเสีย การสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคง (Network for Security) ยังเป็นนวัตกรรมองค์ความรู้ในการสร้างการมีส่วนร่วมและพัฒนาชุมชนด้วยระบบเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคม รวมถึงเครือข่ายทางสังคมในรูปแบบวิธีการนำเสนอข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตผ่านระบบต่าง ๆ ทางสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการแสดงความคิดเห็น พฤติกรรมต่าง ๆ บนโลกโซเชียล มุ่งเน้นการเชื่อมประสาน (Co-Ordination) ระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ในสังคม รวมถึงกลไกทางกิจกรรมสื่อสังคมออนไลน์ที่อาจนำไปสู่วาทกรรมการครอบงำของเครือข่ายสังคมออนไลน์และโซเชียลมีเดีย (Wahlstrom & Tornberg, 2021) สำหรับงานวิจัยครั้งนี้มี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ทูตทางปัญญา 2) ทูตทางสังคม และ 3) ทูตทรัพย์สิน (จิระ หงส์ลดาธมภ์, 2561; พิเศษ ศิริเกษม และ ธนวัชรวิเศษศรี, 2562)

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการสังเคราะห์แนวคิดและข้อค้นพบจากการศึกษาเอกสารบทความทางวิชาการงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยนำแนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variables) ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมทางสังคม 2) การสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคง 3) ประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variables) ได้แก่ 1) พฤติกรรมบุคคล 2) สภาพแวดล้อมภายนอก ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย (conceptual framework)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบแบบแผนวิธีวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมและเคยปฏิบัติงานด้านการมีส่วนร่วมแก้ไขความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน (Two-Stage Sampling) ใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Sampling) โดยเก็บแบบสอบถามกับผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมและเคยปฏิบัติงานด้านการมีส่วนร่วมแก้ไขความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวนตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ

กำหนดโดยใช้เป็นสัดส่วน 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Grace, 2008) โดยกรอบแนวคิดของผู้วิจัยกำหนดตัวแปรสังเกตได้ไว้ 18 ตัวแปร ดังนั้นจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยครั้งนี้คือ 360 คน กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นผู้บริหารที่มีความรู้ มีประสบการณ์ในการทำงานด้านเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคม และเคยปฏิบัติงานด้านการมีส่วนร่วมแก้ไขความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้โดยตรง กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 15 คนตามเกณฑ์ของ Creswell (2014)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัย คือแบบสอบถาม แบ่งเป็น 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ 3) เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และแบบสัมภาษณ์สำหรับเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล (In – Depth Interview)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการประสานงานกับผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมและเคยปฏิบัติงานด้านการมีส่วนร่วมแก้ไขความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ดำเนินการแจกและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองไปยังกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเตรียมประเด็นและความพร้อมในการสัมภาษณ์ (โดยใช้แบบสัมภาษณ์) นัด วัน เวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์โดยการโทรศัพท์หรือทำหนังสือแจ้งไปยังผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทำการสัมภาษณ์และบันทึกเสียง ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลที่จะบันทึก ทำการถอดเทปผลการสัมภาษณ์เพื่อเสริมข้อมูลบันทึก หากมีข้อมูลไม่ครบถ้วนหรือยังไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ในส่วนที่ขาดเพิ่มเติมอีกครั้ง โดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) วิเคราะห์หาความถี่ (Frequency) การกระจายอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายระดับประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ พฤติกรรมบุคคล สภาพแวดล้อมภายนอก การมีส่วนร่วมทางสังคม และการสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคง และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้วิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกต และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรแฝง และเพื่อหาอิทธิพลของพฤติกรรมบุคคล (HUMBEHA) สภาพแวดล้อมภายนอก (EXTENVI) การมีส่วนร่วมทางสังคม (SOCPART) การสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคง (NETSECU) ที่มีผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (CIVSOCI) ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า วิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความโครงสร้างข้อสรุปแบบอุปนัยและนำเสนอข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นข้อความบรรยายวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณ (สุภมาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และ รัชนีกุล ภิญญานูวัฒน์, 2557)

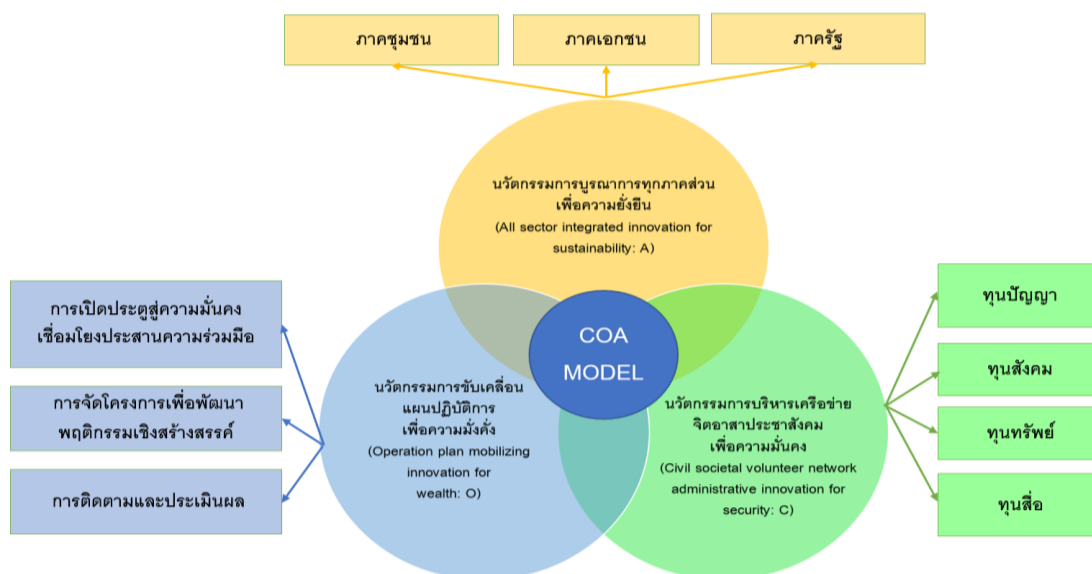
ผลการวิจัย

1) ประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคง พฤติกรรมบุคคลภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ สภาพแวดล้อมภายนอก การมีส่วนร่วมทางสังคม การสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคงภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางดังตารางที่ 1

ตัวแปรศึกษา	ระดับ
1. ประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคง	มาก
2. พฤติกรรมบุคคล	มาก
3. สภาพแวดล้อมภายนอก มั่นคง	ปานกลาง
4. การมีส่วนร่วมทางสังคม	ปานกลาง
5. การสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคง	ปานกลาง

2) ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านพฤติกรรมบุคคล สภาพแวดล้อมภายนอก การมีส่วนร่วมทางสังคม และการสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคง ส่งผลต่อประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคง

3) รูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ คือ “COA MODEL” จำนวน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) นวัตกรรมการบริหารเครือข่าย จิตอาสาประชาสังคมเพื่อความมั่นคง (Civil Societal Volunteer Network Administrative Innovation for Security: C) 2) นวัตกรรมขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการเพื่อความมั่งคั่ง (Operation Plan Mobilizing Innovation for Wealth: O) และ 3) นวัตกรรมบูรณาการทุกภาคส่วนเพื่อความยั่งยืน (All Sector Integrated Innovation for Sustainability: A) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 รูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคง
ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

อภิปรายผล

1. ประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคง และพฤติกรรมบุคคลพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเครือข่าย จิตอาสาประชาสังคมให้ความสำคัญกับการพัฒนาประสิทธิภาพของเครือข่ายและพฤติกรรมการแสดงออกของชุมชน ซึ่งสองส่วนนี้มีความสัมพันธ์กันเนื่องจากการแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงย่อมส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง การแสดงพฤติกรรมของบุคคลจึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนให้แสดงออกถึงพฤติกรรมเชิงบวก สอดคล้องกับงานวิจัยของของมะลิ ประดิษฐ์แสง (2561) ที่ศึกษาพบว่า การป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงโดยเฉพาะในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ก็ช่วยปรับพฤติกรรมที่เหมาะสมของคนในชุมชนให้ลดความรุนแรงลง เพราะการที่คนเราจะประสบความสำเร็จในชีวิตและการทำงานนั้น นอกจากจะต้องมีพฤติกรรมที่เหมาะสมแล้ว ยังต้องอาศัยองค์ประกอบอื่น ๆ ควบคู่กันไปอีกด้วย เช่น ความฉลาดทางอารมณ์ และความฉลาดทางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนส่งเสริมพฤติกรรมที่พึงประสงค์และใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตต่อไป

สำหรับสภาพแวดล้อมภายนอก การมีส่วนร่วมทางสังคม และการสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคงพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เป็นเพราะว่า ชุมชนต้องการให้มีการรักษาความสงบภายในประเทศมากที่สุด เพื่อความมั่นคงปลอดภัย สอดคล้องกับแนวคิดของ UNWTO (2016) ที่ระบุว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีความยืดหยุ่นสูง และอ่อนไหวต่อภัยและความเสี่ยงต่าง ๆ จำเป็นต้องมีความร่วมมือในทุกภาคส่วนเพื่อให้เกิดความเสี่ยงน้อยที่สุด เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Gerstein, et al. (2018) ที่ระบุว่าแนวทางการพัฒนาการจัดการชายแดนต้องควบรวมความมั่นคงและการค้าเข้ากับระบบเชิงเดี่ยว ซึ่งสนับสนุนลำดับความเร่งด่วนของประเทศเท่าๆ กับความต้องการของประชาชนในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม ในภาพรวมจากแนวคิดของนักวิชาการที่หลากหลายเหล่านี้ ผู้วิจัยเห็นว่าในทางปฏิบัติแล้ว ข้อค้นพบ

ข้อเสนอแนะของงานวิจัยส่งผลต่อการแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคงไม่มากนักน้อย ด้วยว่ามีการนำประเด็นเรื่องสภาพแวดล้อมภายนอกไม่ว่าจะเป็นการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี การศึกษา และวัฒนธรรมมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์อย่างต่อเนื่อง แต่ทว่าก็ยังดำเนินตามที่ยุทธศาสตร์กำหนดไว้ไปได้ไม่มากเท่าที่ควร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชากีย์ พิทักษ์कुมล (2560) ให้ความเห็นว่า ข้อเสนอจากงานวิชาการ/งานวิจัยหลายเรื่องไปไกลเกินกว่ากรอบแนวคิดเรื่องความมั่นคงของรัฐที่ยังคงยึดมั่นอยู่กับบูรณภาพแห่งดินแดนและความเป็นไทยที่แข็งแกร่ง เป็นผลให้เกิดความลักลั่นระหว่างนโยบายกับข้อเสนอทางวิชาการอยู่เสมอ ซึ่งก็ครอบคลุมประเด็นการสร้างเครือข่ายเพื่อสร้างความมั่นคงด้วยเช่นกัน

2. ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านพฤติกรรมบุคคล สภาพแวดล้อมภายนอก การมีส่วนร่วมทางสังคม และการสร้างเครือข่ายเพื่อความมั่นคง ส่งผลต่อประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคง และการมีส่วนร่วมทางสังคม เป็นตัวแปรที่ส่งผลทางตรงมากที่สุด เพราะการมีส่วนร่วมทางสังคมมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคง สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชยานภิก รัชตะวรรณ (2561); การุณนันทน์ รัตนแสนวงษ์, สหัชชัย มหาวิระ และ อนุมา สุวรรณดี (2564) ที่ระบุว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นการนำทรัพยากรทั้งจากภายในและภายนอกชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิจารณ์ พานิช (2560) ที่ระบุว่า ในมุมมองของยุทธศาสตร์จัดการการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก โดยใช้พลังของความรู้ การริเริ่มสร้างสรรค์ การเรียนรู้ข้อมูล และกระบวนการเครือข่ายในการขับเคลื่อน

3. รูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคง ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ คือ “COA MODEL” จำนวน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) นวัตกรรมการบริหารเครือข่าย จิตอาสาประชาสังคมเพื่อความมั่นคง (Civil Societal Volunteer Network Administrative Innovation for Security: C) 2) นวัตกรรมขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการเพื่อความมั่นคง (Operation Plan Mobilizing Innovation for Wealth: O) และ 3) นวัตกรรมบูรณาการทุกภาคส่วนเพื่อความยั่งยืน (All Sector Integrated Innovation for Sustainability: A) ซึ่งมีมาตรฐานความละเอียดครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษาอย่างชัดเจนเป็นเชิงประจักษ์ สอดคล้องกับแนวคิดแนวทางการบูรณาการใน (แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (1) ประเด็นความมั่นคง (พ.ศ. 2561-2580), 2560) โดยการบูรณาการความร่วมมือกับอาเซียนและนานาชาติ รวมทั้งองค์กรภาครัฐและมิใช่ภาครัฐ เพื่อสร้างความสงบ สันติสุข ความมั่นคงและความเจริญก้าวหน้าให้กับประเทศชาติภูมิภาคและโลกอย่างยั่งยืน ตลอดจนให้สามารถร่วมกันป้องกันและแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นด้วยแนวทางสันติวิธีอย่างยั่งยืน รวมทั้งการบูรณาการแบบองค์รวม ซึ่งถือเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคงประการหนึ่ง เพราะถึงแม้จะมีการวางแผนที่ดี แต่หากมิได้มีการนำไปปฏิบัติหรือนำไปปฏิบัติอย่างไม่ถูกต้อง ก็จะทำให้เกิดความล้มเหลวได้ ซึ่งกลไกการบริหารจัดการความมั่นคงแบบองค์รวมจะเป็นปัจจัยที่ช่วยลดปัญหาดังกล่าวได้ ตลอดจนการบูรณาการกลไกการบริหารจัดการความมั่นคง ที่มุ่งเน้นการเสริมความร่วมมือ รวมทั้งยกระดับกลไกหน่วยงาน ปรับปรุงกฎหมายที่มีอยู่เดิมหรือที่พัฒนาขึ้นใหม่ ผ่านทางการบูรณาการความร่วมมือและการปฏิบัติกับทุกภาคส่วนมีเป้าหมายและตัวชี้วัดที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม พัฒนาการวางแผนและเตรียมความพร้อมในทุก ๆ ด้าน กำหนดหน่วยงานและตัว

ผู้รับผิดชอบในทุกระดับ พร้อมฝึกอบรมรับปัญหา สัมมนาระดมความคิดเห็น ตลอดจนให้การสนับสนุนในทุกด้านอย่างต่อเนื่องจริงจังตั้งแต่ยามปกติหรือยามสงบ มีการตรวจสอบและประเมินผลอย่างต่อเนื่องตามหลักธรรมาภิบาล ที่สอดคล้องกับบริบทและความก้าวหน้าของยุคสมัย พร้อมทั้งสามารถสร้างความเชื่อมโยงกันทั้งระบบ รวมไปถึงความเชื่อมโยงกับทุกภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนอย่างจริงจังและมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับนโยบายการพัฒนาประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยการปรับเปลี่ยนนโยบายในระดับผู้บริหาร การวางกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับบริบทปัจจุบันให้มากที่สุด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น
2. ภาครัฐควรมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ให้ครอบคลุมทั่วทุกชุมชนมากขึ้น เพื่อขับเคลื่อนการทำงานด้านความมั่นคงให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น
3. ภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่องในการจัดอบรมพัฒนาเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ให้เกิดทักษะ องค์ความรู้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ส่งเสริมให้เครือข่ายขับเคลื่อนงานด้านความมั่นคงได้คล่องตัวมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติ

1. ภาครัฐต้องมีบทบาทเป็นผู้ริเริ่ม ผลักดัน กระตุ้น รวมถึงประสานความร่วมมืออย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่ เพื่อพัฒนาเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น
2. เครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมควรร่วมกันคิดสร้างสรรค์โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านการศึกษา เพื่อเสริมสร้างงานด้านการป้องกันและแก้ไขความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ให้เกิดขึ้นเยาวชนตั้งแต่ระดับ ประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา ควบคู่กันไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยโดยเก็บข้อมูลจากจังหวัดชายแดนอื่น ๆ ในประเทศ เช่น จังหวัดชายแดนภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งนี้เพื่อนำมาศึกษาเปรียบเทียบและพัฒนา รูปแบบเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไขปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นต่อไป
2. ควรมีการศึกษาเจาะลึกด้านการมีส่วนร่วมของสังคมให้ชัดเจนลุ่มลึกยิ่งขึ้น เพื่อสร้างจุดแข็งให้กับการทำงานด้านการป้องกันและแก้ไขความมั่นคง

3. ควรมีการศึกษาแนวทางพัฒนารูปแบบประสิทธิภาพเครือข่ายจิตอาสาประชาสังคมด้านการแก้ไข ปัญหาความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ในมิติอื่น ๆ เช่น ด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมอาชีพเพื่อความมั่นคงของชุมชนตามแนวชายแดน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการ ขับเคลื่อนงานด้านความมั่นคงให้สัมฤทธิ์ผลยิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร. (2560). *พื้นที่ภาคใต้*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2565, จาก https://www.isoc.go.th/missionlist.php?unit_id=149
- การุณนันทน์ รัตนแสนวงษ์, สหัชชัย มหาวีระ และ อนิมา สุวรรณดี. (2564). *การจัดทำคู่มือแผนงาน/โครงการ ด้านกิจการพลเรือน จชต.* กรุงเทพฯ: ฝ่ายกิจการพลเรือน ศูนย์ปฏิบัติการกองทัพบก (ผกร.ศบก.ทบ.).
- จิระ หงส์ลดารมภ์. (2561). *บทเรียนจากความจริง*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.naewna.com/politic/columnist/34110>
- ชาเกียรติ พิทักษ์คุมพล. (2560). *บทสำรวจการศึกษาความขัดแย้งและการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในจังหวัด ชายแดนภาคใต้ ในรอบทศวรรษ (พ.ศ. 2547-2557)*. สงขลา: สถาบันสันติศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลา นครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่.
- ดิณณภพ เทียวเจริญกิจ. (2563). *สันติวิธีในนโยบายความมั่นคงของไทยในจังหวัดชายแดนภาคใต้*. *วารสาร การบริหารปกครอง*, 9(1), 305-343.
- บุรฉัตร จันทรแดง, เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร และ สัญญา เคนาภูมิ. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม*. *วารสารมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 19(4), 235-244.
- ปณิธาน วัฒนายากร. (2564). *ขบวนการจัดตั้งกับความรุนแรงในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้: แรงจูงใจการ ขับเคลื่อนและแนวทางแก้ไข*. *วารสารด้านการบริหารรัฐกิจและการเมือง*, 10(2), 76-91.
- แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (1) ประเด็นความมั่นคง (พ.ศ. 2561-2580). (2560). *แผนแม่บทภายใต้ ยุทธศาสตร์ชาติ (1) ประเด็นความมั่นคง (พ.ศ.2561-2580)*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2565, จาก <http://nscr.nesdb.go.th/wpcontent/uploads/2019/04/01-ความมั่นคง.pdf>
- เศษ ศิริเกษม และ ธนวัชร วิเศษศรี. (2562). *ถอดบทเรียน ทบค.* กรุงเทพฯ: ศูนย์ปฏิบัติการกองทัพบก กรม กิจการพลเรือนทหารบก.
- มะลิ ประดิษฐ์แสง. (2561). *ความฉลาดทางอารมณ์และความฉลาดทางสังคมของอาจารย์ในพื้นที่ 3 จังหวัด ชายแดนใต้*. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- รัถยานภิศ พละศึก และคณะ. (2561). *กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาสุขภาวะ*. *วารสาร เทคโนโลยีภาคใต้*, 11(1), 231-238.
- วิจารณ์ พานิช. (2560). *มหาวิทยาลัยหุ่นส่วนสังคมที่สหราชอาณาจักร*. กรุงเทพฯ: สกว.
- วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ, (2560). *การปฏิรูปความมั่นคงของไทยใน ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ.

ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ. (2562). เอกสารศึกษาเฉพาะกรณี (Case Study) เรื่อง “อนาคต/ทิศทางการแก้ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้”. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ.

สถาบันวิจัยความขัดแย้งและความหลากหลายทางวัฒนธรรมภาคใต้มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. (2564). รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อกระบวนการสันติภาพจังหวัดชายแดนภาคใต้ (peace survey) ครั้งที่ 6. ปัตตานี: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.

สุภมาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และ รัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. (2557). สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL. กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการสำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2564). คู่มือการประเมินส่วนราชการตามมาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการของสำนักงานตำรวจแห่งชาติประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2564. กรุงเทพฯ: สำนักงานตำรวจแห่งชาติ.

Anderson, M., et al. (2020). *Social and Community Participation Interventions for Individuals with Disabilities: An Evidence-Based Practice Project*. Retrieved May 1, 2022, from Sophia, the St. Catherine University repository website: https://sophia.stkate.edu/ot_grad/15

Askew, M. (2007). *Conspiracy, Politics, and a Disorderly Border: The struggle to comprehend insurgency in Thailand's Deep South*. Singapore: East-West Center. Washington and ISEAS.

Bloom, Kathleen. (1975). Social elicitation of infant vocal behavior. *Journal of Experimental Child Psychology*, 20(1), 51-58.

Choi, Y. J., Jeon, B. J. & Kim, H. W. (2021). Identification of key cyberbullies: A text mining and social network analysis approach. *Telematics and Informatics*, 56, 101-104.

Chucherd, W. (2022). *Determining long-term strategies for solving the insurgency problem in Areas of the three southern provinces*. Retrieved May 1, 2022, from http://www.geocities.ws/wichai_chucherd/southstrategy.html

Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. (4th ed.). SAGE Publications.

Gerstein, D. M. et al. (2018). *Managing International Borders: Balancing Security with Licit Flow of People and Goods*. Perspective Expert Insights on a Timely Policy Issue.

Grace, J. B. (2008). Structural Equation Modeling for Observational Studies. *Journal of Wildlife Management*, 72(1), 14-22.

- Gross-Hemmi, M. H., et al. (2021). Detecting subgroups in social participation among individuals living with spinal cord injury: a longitudinal analysis of community survey data. *Spinal Cord*, 59(4), 419-428.
- Lauten-Weiss, J. & Ramesohl, S. (2021). The circular business framework for building, developing and steering businesses in the circular economy. *Sustainability*, 13(2), 963.
- Lei, Y. & Qiu, X. (2021). Research on the Evaluation of Cross-Border E-Commerce Overseas Strategic Climate Based on Decision Tree and Adaptive Boosting Classification Models. *Frontiers in psychology*, 12, 1-10.
- Morgunova, E. P. & Bolkina, G. I. (2021). Influence of External Environment Analysis on the Competitiveness of Business Operations of an Industrial Enterprise (Evidence from Mining and Metallurgical Industry). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 666(6), 062037. IOP Publishing.
- Oller, D. et al. (2019). Language Origins Viewed in Spontaneous and Interactive Vocal Rates of Human and Bonobo Infants. *Frontiers in psychology*, 10, 1-18.
- Rizzi, E., Jagacinski, R. J. & Bloom, E. J. (2021). Spatio-Temporal Flexibility of Attention Inferred from Drivers' Steering Movements. *Journal of Motor Behavior*, 53(6), 758-769.
- Sapolsky, R. M. (2017). *Behave: The Biology of Humans at Our Best and Worst*. Penguin Press.
- Southern News Center. (2020). *16 Years of Southern Fire*. Retrieved May 1, 2022, from <https://www.isranews.org/content-page/67-south-slide/84129-sixteen.htm>
- Turhan & Yıldız (2022). Turkey's external differentiated integration with the EU in the field of migration governance: The case of border management. In *The Routledge Handbook of Differentiation in the European Union*. Taylor & Francis.
- UNWTO. (2016). *NWTO Annual Report 2016*. World Tourism Organization (UNWTO).
- U.S. Bureau of Transportation Statistics. (2020). *Border Crossing and Entry Data*. Retrieved January 15, 2022, from <https://www.bts.gov/content/border-crossing-entry-data>
- Vangen, S. & Huxham, C. (2010). *Introducing the Theory of Collaborative Advantage*. In S. Osborne (Ed.), *New Public Governance: Emerging perspectives on theory and principle of public governance*. New York: Routledge.
- Wahlström, M. & Törnberg, A. (2021). Social media mechanisms for right-wing political violence in the 21st century: Discursive opportunities, group dynamics, and co-ordination. *Terrorism and political violence*, 33(4), 766-787.

รูปแบบการจัดการทรัพย์สินทางเลือกโดยสร้างโทเคนเป็นตัวแทนของทรัพย์สิน เพื่อเตรียมพร้อม
เกษียณ กรณีศึกษา: นักลงทุนตลาดหลักทรัพย์ไทย

Tokenization as the Alternative Asset Management Model for Retirement
Preparation: The Case Study of Thai Stock Investors

กฤษณะ ธีรพลพิพัฒ

Krisana Teerapolpipat

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Srinakharinwirot University, Thailand

E-mail: krisana.tee@gmail.com

Received: 2023-03-26; Revised: 2023-12-11; Accepted: 2023-12-13

บทคัดย่อ

เมื่อประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ จะประสบปัญหาความมั่นคงทางรายได้ เนื่องจากการเก็บออมไม่พอใช้จ่ายยามเกษียณ วัตถุประสงค์การศึกษานี้จึงเกิดขึ้นเพื่อ 1) ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทรัพย์สินทางเลือกจากเครื่องมือที่มีอยู่ในปัจจุบัน 2) วิเคราะห์รูปแบบการสร้างโทเคนเพื่อเป็นตัวแทนทรัพย์สิน (Tokenization) ที่เหมาะสม และ 3) เสนอรูปแบบให้ผู้สูงอายุยอมรับ Tokenization มาใช้จัดการทรัพย์สิน วิธีดำเนินการวิจัยใช้การวิจัยและพัฒนา ประกอบด้วย การวิจัยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารเพื่อหารูปแบบการจัดการทรัพย์สินผู้สูงอายุปัจจุบัน พัฒนาต้นแบบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกใช้กรอบ Business Model Canvas กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5 กลุ่ม ประกอบด้วย สำนักงาน ก.ล.ต. ผู้ให้บริการระบบเสนอขายโทเคนดิจิทัล ศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล ผู้ระดมทุน และผู้สูงอายุที่เป็นนักลงทุน เพื่อหารูปแบบ Tokenization ที่เหมาะสม จากนั้นนำรูปแบบที่ได้มาวิจัยทดสอบการยอมรับนวัตกรรมกับ 3 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้แทนจากธนาคารพาณิชย์ 3 แห่ง นักลงทุนก่อนเกษียณ 6 ราย และนักลงทุนเกษียณแล้ว 5 ราย

ผลการวิจัย 1) สินเชื่อที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุเป็นเครื่องมือทางการเงินเดียวที่มุ่งแก้ปัญหาสภาพคล่องผู้สูงอายุ 2) การสร้างโทเคนเพื่อเป็นตัวแทนทรัพย์สินมีการนำมาใช้ในรูปแบบโทเคนเพื่อการลงทุนในโครงการอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ 3) รูปแบบที่ค้นพบเรียกว่า Social Value Tokenization Model เมื่อนำไปทดสอบการยอมรับกับผู้สูงอายุและกลุ่มก่อนเกษียณ พบว่ามี 6 ปัจจัยที่จะทำให้เกิดการยอมรับได้แก่ 3.1) ICO Issuer มีความน่าเชื่อถือ 3.2) การบริหารกระแสเงินสดแบบคุ้มครองเงินต้น 3.3) การสนับสนุนจากภาครัฐในทุกมิติ 3.4) สถานดุลผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ 3.5) การคัดเลือกสินทรัพย์ที่มีคุณภาพเข้าโครงการ 3.6) ความร่วมมือจากพันธมิตรเครือข่าย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคสังคม

คำสำคัญ: โทเคน, ผู้สูงอายุ, ทรัพย์สินทางเลือก, สภาพคล่อง

Abstract

Older people in an aging society face problems with income stability because of insufficient savings for retirement. The objectives of this study were 1) to study alternative asset management from financial tools, 2) to analyze the suitable tokenization model, and 3) to propose the tokenization model for senior citizens as asset management. Research and development methods collect property management models for information on the older people. The prototype with in-depth interviews using the Business Model Canvas framework with five groups of stakeholders (the SEC, ICO portal, Digital asset exchange, ICO issuer, and older people investors) was performed for the suitable Tokenization model. Subsequently, the model was tested for the acceptance of innovation with three groups of people: 3 from commercial banks, six from investors before retirement, and five from retired investors.

The evidence from this study is 1) reverse Mortgage Loan is the only financial tool that solves the liquidity problem of older people, 2) the prototype Tokenization could be used as an alternative solution to solve liquidity problems for older people under the Digital Asset Act, and 3) the exploration established the Social Value Tokenization Model. After acceptance testing found six factors that helped the elderly to accept it, including: (3.1) the ICO Issuer is reliable; (3.2) the principal protection policy of cash flow management; (3.3) supported by the government in every dimension; (3.4) quality of older people cares; (3.5) asset quality selected for the project; and (3.6) partnership with the public, private and social sectors.

Keywords: Token, Asset Management, Older people, Liquidity

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2564 ไทยมีประชากรผู้สูงอายุร้อยละ 19.6 ทำให้ในปี พ.ศ. 2565 ประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ เมื่อมีประชากรอายุมากกว่า 60 ปี มากกว่าร้อยละ 20 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) หากโครงสร้างการประชากรผู้สูงอายุเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.5 เช่นนี้ไปเรื่อย จะทำให้ในปี พ.ศ. 2574 ประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุ ร้อยละ 28 กลายเป็นสังคมสูงวัยระดับสุดยอด อันเนื่องมาจากอัตราการตายน้อย อัตราการเจริญพันธุ์ลดหรือแต่งงานลดลง ทำให้อัตราการเกิดลดลง หากไม่มีการเตรียมการด้านต่าง ๆ เพื่อดูแลผู้สูงอายุ แต่เน้น ๆ ภาระทั้งหมดจะกลายเป็นของสังคมและรัฐบาล ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประเทศ ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม และคุณภาพชีวิตโดยรวมของประชาชน

สัดส่วนและจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นทำให้เกิดปัญหาผู้ที่ขาดสภาพคล่องในการใช้จ่ายเพื่อดำรงชีวิตมากขึ้น อันเนื่องมาจากการพ้นจากสภาพการจ้างงานและการพึ่งพาทายาทได้น้อยลงอันเนื่องมาจากสัดส่วนวัยแรงงานที่ลดลง และการเก็บออมที่ไม่พอเพียงสำหรับการใช้จ่ายเมื่อเกษียณจากการทำงาน แผนผู้สูงอายุ

แห่งชาติ ฉบับที่ 2 มีการศึกษาประเมินผลค้นพบว่ามีเพียง 1/3 ของวัยทำงานที่เตรียมความพร้อมเพื่อการเกษียณ ซึ่งการเตรียมตัวนี้ใช้เตรียมเฉพาะด้านเงินออมแต่มีการคำนึงหลายด้าน เช่น ด้านรายได้ สุขภาพ และที่อยู่อาศัย ส่วนที่เหลือ 2/3 ของประชากรผู้สูงอายุขาดการเตรียมความพร้อม จึงไม่มีสภาพคล่องเพียงพอต่อการใช้จ่าย สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ ระบุว่าเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ 600 บาทต่อเดือน และเบี้ยชราภาพของประกันสังคม 1,500-3,000 บาทต่อเดือน ไม่เพียงพอกับค่าเฉลี่ยดำรงชีพที่ 6,000 บาทและคาดว่าเงินกองทุนดังกล่าวจะหมดลงในปี พ.ศ. 2588 หากไม่มีการปรับเปลี่ยนระบบประกันสังคม อีกทั้ง ผู้สูงอายุมีรายได้ต่ำกว่าเส้นความยากจนที่ 3,000 บาท ถึง 1/3 ซึ่งเป็นการยากที่ภาครัฐจะเข้ามาช่วยเหลือได้พอเพียง เพราะต้องจัดสรรงบประมาณที่ผูกพันภาระการคลังในระยะยาว นั้นแปลว่าผู้สูงอายุที่เป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของประเทศกำลังเผชิญปัญหาการขาดสภาพคล่องอย่างรุนแรงในอนาคตอันใกล้ (นภา วะสี, 2564)

เมื่อการแก้ไขปัญหาวิกฤตสภาพคล่องของผู้สูงอายุ ไม่สามารถย่นเวลาให้กลับไปเริ่มเก็บออมเพื่อสะสมเงินเป็นหลักประกันยามชราได้ ผู้สูงอายุที่มีบ้านอยู่อาศัยเป็นของตนเองบางส่วนจึงใช้ทางเลือกในการจัดการทรัพย์สินเพื่อปัญหาสภาพคล่องด้วยการยื่นขอสินเชื่อผู้สูงอายุ (Reverse Mortgage Loan) กับธนาคารของรัฐ เพื่อนำบ้านที่อยู่อาศัยจำนองเป็นหลักประกันธนาคารและรับกระแสเงินสดรายเดือนจากธนาคารเพื่อการดำรงชีพ อย่างไรก็ตาม Reverse Mortgage Loan ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก เนื่องจากธนาคารให้วงเงินสินเชื่อร้อยละ 60-70 ของมูลค่าประเมินบ้านและค่าธรรมเนียมที่สูงทำให้ผู้สูงอายุได้รับกระแสเงินสดไม่พอใช้จ่ายหากบ้านมีราคาประเมินที่ไม่สูงพอ จึงนำไปสู่การวิจัยเพื่อออกแบบเครื่องมือทางการเงินที่จะนำมาช่วยแก้ปัญหาสภาพคล่องให้กับผู้สูงอายุ นอกเหนือจากทางเลือกเดิมที่มีอยู่ เพื่อให้ได้เครื่องมือทางการเงินใหม่สำหรับแปลงบ้านผู้สูงอายุให้เป็นสภาพคล่องด้วยการออกและเสนอขายโทเคนแก่นักลงทุน โดยผู้สูงอายุยังคงพักอาศัยอยู่ในบ้านตนเองได้เช่นเดียวกับ Reverse Mortgage Loan แต่การแปลงบ้านเป็นโทเคนในปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายรองรับให้ผู้สูงอายุสามารถทำได้ และยังมีที่ใดในโลกใช้โทเคนในการแก้ปัญหาสภาพคล่องผู้สูงอายุโดยตรง หากสร้างรูปแบบเครื่องมือทางการเงินใหม่นี้สำเร็จและนำไปใช้จริง จะทำให้ผู้สูงอายุมีทางเลือกที่ดีขึ้นในการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินที่สามารถอาศัยอยู่ได้เช่นเดิมตลอดชีวิต มีโอกาสรับกระแสเงินสดที่มากขึ้นเมื่อเทียบกับมูลค่าบ้าน ทำให้ผู้สูงอายุมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีความภาคภูมิใจในการพึ่งพาตนเองได้ ไม่เป็นภาระต่อทายาทและสังคม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพย์สินทางเลือกของผู้สูงอายุและเครื่องมือที่มีอยู่ในปัจจุบัน
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการจัดการทรัพย์สินโดยการสร้างโทเคน (Tokenization) เพื่อเป็นตัวแทนทรัพย์สินผู้สูงอายุที่เหมาะสม
3. เพื่อเสนอแนะรูปแบบเพื่อให้เกิดการยอมรับในการนำ Tokenization มาใช้จัดการทรัพย์สินผู้สูงอายุ

สมมติฐานการวิจัย

1. รูปแบบการออกโทเคนเพื่อเป็นตัวแทนทรัพย์สินในปัจจุบันเหมาะสมกับสินทรัพย์โครงการขนาดใหญ่
2. รูปแบบการออกโทเคนเพื่อเป็นตัวแทนทรัพย์สินสำหรับผู้สูงอายุ ทำให้เกิดการยอมรับเพื่อนำไปใช้แก้ปัญหาการขาดสภาพคล่องในอนาคต

ทบทวนวรรณกรรม

ในโลกการลงทุนโดยทั่วไป นักลงทุนจะลงทุนในตราสารทางการเงินต่าง ๆ เพื่อรับผลตอบแทนจากการลงทุน เช่น การลงทุนในหุ้นกู้ เป็นตราสารทางการเงินที่ผู้ระดมทุน (Bond Issuer) ออกตราสารหนี้เสนอขายแก่นักลงทุน ผู้ถือตราสารหนี้จะมีสถานะเป็นเจ้าหนี้ ขณะที่ผู้ระดมทุนมีสถานะเป็นลูกหนี้มีการผูกพันในการคืนเงินต้นเมื่อครบกำหนดและจ่ายผลตอบแทนแก่เจ้าหนี้ในรูปดอกเบี้ยตามสัญญา ขณะที่การลงทุนในหุ้นสามัญ เป็นตราสารทางการเงินที่เสนอขายแก่นักลงทุน ในรูปแบบตราสารทุน ผู้ถือตราสารเรียกว่าผู้ถือหุ้นจะมีสถานะเป็นเจ้าของตามสัดส่วนที่ถือครอง แม้ว่าจะไม่มีสัญญาในการรับคืนเงินต้น ไม่มีการกำหนดอายุสัญญา แต่ผู้ถือตราสารมีสิทธิในการบริหารงาน มีสิทธิถือครองทรัพย์สินและรายได้ของผู้ออกตราสารทุน มีสิทธิในการรับส่วนแบ่งกำไรในรูปของเงินปันผลหากกิจการผู้ออกตราสารมีกำไร และมีสิทธิซื้อขายเปลี่ยนมือในตลาดรอง การมีตลาดรองเพื่อรองรับการซื้อขายแลกเปลี่ยนทั้งตราสารหนี้และตราสารทุน ทำให้เกิดตราสารทางการเงินเพิ่มเติม เช่น กองทุนรวม เป็นการที่ผู้ให้บริการทางการเงินที่ได้รับอนุญาตจดทะเบียนเป็นบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) ทำหน้าที่ออกนโยบายในการลงทุนแล้วรวบรวมเงินจากนักลงทุนนำมาลงทุนตามนโยบายที่กำหนดไว้ โดยออกตราสารที่เรียกว่า กองทุนรวม (Mutual Fund) แบ่งเป็นหน่วยลงทุนย่อย นำไปลงทุนในตราสารประเภทต่าง ๆ อีกทอดหนึ่ง ทั้งตราสารหนี้ ได้แก่ พันธบัตร ตัวแลกเงิน และหุ้นกู้ ตราสารทุนประกอบด้วย หุ้นสามัญและหุ้นบุริมสิทธิ ทั้งในและต่างประเทศตามนโยบายการลงทุนที่เสนอขายไว้ในหนังสือชี้ชวน โดยผู้ถือตราสารเรียกว่า ผู้ถือหุ้นหน่วยลงทุน จะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนตามที่กำหนดไว้ในหนังสือชี้ชวน และจ่ายค่าธรรมเนียมในการบริหารเงินลงทุนให้กับผู้บริหาร เรียกว่าผู้จัดการกองทุน นอกจากนี้ยังมีตราสารทางการเงินประเภทตราสารอนุพันธ์ ที่ไม่ได้ออกโดยผู้ระดมทุนโดยตรง แต่ออกโดยบุคคลที่สามที่ตกลงระหว่างกันเพื่อทำสัญญาในการให้และรับสิทธิในการซื้อขายสินทรัพย์อ้างอิงในอนาคต เพื่อการบริหารความเสี่ยงจากการลงทุน (Hedging) หรือเก็งกำไร (Speculative) จากสินทรัพย์ที่นำมาอ้างอิง สัญญาอนุพันธ์ ทั้งตราสารหนี้ ตราสารทุน และสินทรัพย์ทางเลือก (Investment Reader, 2563)

ทรัพย์สินทางเลือกคือทรัพย์สินที่ไม่ได้มีการลงทุนอย่างแพร่หลายทั่วไปดังเช่นตราสารทางการเงินที่กล่าวมาข้างต้น ไม่ได้มีการเคลื่อนไหวของราคาเป็นไปตามสินทรัพย์ทางการเงินโดยทั่วไป แต่เป็นสินทรัพย์ที่มีตลาดเฉพาะกลุ่ม มีสภาพคล่องน้อย เช่น สินค้าโภคภัณฑ์ ได้แก่ ทองคำ น้ำมัน อสังหาริมทรัพย์ ของสะสม นาฬิกาห루 ไวน์ หุ่นนอกตลาด เป็นต้น แต่เดิมมีการกำหนดราคาซื้อขายกันเองเฉพาะในกลุ่ม มีการตกลงซื้อขายต่อรองราคาตามความพอใจ (สรรัฐ สุขงาม, 2563) แต่เมื่อมีผู้สนใจมากขึ้นตลาดมีการพัฒนามากขึ้นทำให้มีการตั้งตลาดแลกเปลี่ยนสินทรัพย์ทางเลือกในวงกว้าง เช่น ทองคำมีตลาด London Bullion Market ประเทศอังกฤษเป็นศูนย์กลางซื้อขาย ตลาด COMEX นิวยอร์ก-สหรัฐอเมริกา ตลาด SGE และ SHFE เชิงไฮ-จีน

เป็นต้น (ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ, 2566) ขณะที่น้ำมันดิบมีตลาด Brent Crude Oil เป็นศูนย์กลางการซื้อขายปริมาณกว่าร้อยละ 60 ของการซื้อขายทั่วโลก จึงใช้เป็นมาตรฐานหลักสำหรับการอ้างอิงราคาน้ำมันในตะวันออกกลาง ยุโรป และแอฟริกา สำหรับอสังหาริมทรัพย์แม้ว่ามีความพยายามจะสร้างตลาดกลางในการซื้อขาย แต่ขึ้นอยู่กับกฎหมายของแต่ละประเทศที่กำหนดสัดส่วนการอนุญาตให้ต่างชาติถือครองที่ดิน การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์สำหรับต่างชาติจึงเป็นไปเพื่อการลงทุนและพัฒนา การซื้อขายส่วนใหญ่จึงเกิดขึ้นภายในประเทศเท่านั้น และไม่สามารถเปลี่ยนมือได้ง่ายเนื่องจากมีประเด็นเรื่องค่าธรรมเนียมในการโอน และสภาพคล่องในการซื้อขายต่ำ อันเนื่องมาจากการใช้เงินลงทุนสูง (มูลนิธิประเมินค่า-นายหน้าแห่งประเทศไทย, 2563)

อย่างไรก็ดีในระดับนิติบุคคลมีการแก้ปัญหาสภาพคล่องและการใช้เงินลงทุนสูงในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ ด้วยการแปลงสิทธิในทรัพย์สินเป็นสภาพคล่อง (Securitization) ด้วยการนำสินทรัพย์มาออกและเสนอขายในรูปกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (REIT) เป็นรูปแบบการระดมทุนโดยเจ้าของทรัพย์สิน (Originator) ทำการโอนกรรมสิทธิ์อสังหาริมทรัพย์ที่มีรายได้ประจำในรูปค่าเช่า หรือทรัพย์สินในโครงสร้างพื้นฐานที่มีรายได้ประจำในรูปค่าเช่า สัญญาสัมปทาน เป็นต้น โอนกรรมสิทธิ์ดังกล่าวให้กับทรัสต์ (Trustee) ซึ่งเป็นผู้มีอำนาจดูแลและบริหารจัดการสินทรัพย์ในกองทรัสต์แทนผู้ถือหน่วยลงทุนหรือผู้ถือใบทรัสต์ (Ping, 2548) โดยรูปแบบการโอนทรัพย์สินสามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ 1) กองทุนซื้อทรัพย์สินมาเป็นกรรมสิทธิ์ (Freehold) กองทุนประเภทนี้จะไม่มีระยะเวลาสิ้นสุด เพราะเป็นเจ้าของทรัพย์สินโดยสมบูรณ์ เว้นแต่มีเหตุต้องเลิกกองทุนและมีการจำหน่ายทรัพย์สินออกไป ผู้ถือหน่วยจะได้รับผลตอบแทนจากมูลค่าทรัพย์สินที่เพิ่มนอกเหนือจากค่าเช่า 2) ลงทุนในสิทธิการเช่า (Leasehold) ระยะเวลากองทุนจะสิ้นสุดตามระยะของสัญญาเช่า ผู้ถือหน่วยลงทุนจะได้รับผลประโยชน์จากรายได้ทรัพย์สินในรูปเงินปันผลและเงินลดทุน คือเงินที่ผู้ลงทุนจ่ายครั้งแรกในการซื้อสิทธิรับรายได้จากทรัพย์สิน จะตัดแบ่งทยอยคืนตลอดสัญญาเช่า ซึ่งเงินส่วนนี้ไม่เสียภาษีเพราะเป็นส่วนของเงินลงทุน (ปิยะศักดิ์ ดวงบัณฑิตกุล, 2558) การแปลงสินทรัพย์ในรูปแบบ REIT จะต้องมีความสินทรัพย์ไม่ต่ำกว่า 500 ล้านบาท ดำเนินการโดยนิติบุคคลและบริหารจัดการโดย REIT Manager ซึ่งเป็นรูปแบบที่น่าสนใจ

นอกจากเครื่องมือทางเลือกทางการเงินยุคดั้งเดิม ยังมีทางเลือกในการจัดการทรัพย์สินรูปแบบใหม่คือ Tokenization กระบวนการแปลงสินทรัพย์ต่าง ๆ ให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล (Digital Representation) สิ่งทดแทนสินทรัพย์นั้นเรียกว่า โทเคน (Token) ซึ่งเป็นหน่วยดิจิทัลหน่วยย่อยหลายๆ หน่วย ที่สามารถย้ายจัดเก็บ หรือบันทึกบนระบบ Blockchain ได้ สินทรัพย์ดังกล่าวมีทั้งจับต้องได้และไม่ได้ ตัวอย่างเช่น บ้าน รถยนต์ ภาพวาด อัญมณี แม้กระทั่งทรัพย์สินทางปัญญา แปลงเป็นโทเคนหน่วยย่อยหลาย ๆ หน่วยที่สามารถถ่ายโอนและจัดการบนระบบ Blockchain โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดสภาพคล่องในการซื้อขายเปลี่ยนมือ แม้ว่าผู้ถือโทเคนจะถือว่าเป็นเจ้าของสินทรัพย์อ้างอิงนั้นตามสัดส่วน แต่ตามกฎหมายไทยยังคงถือว่าการกรรมสิทธิ์ของทรัพย์สินนั้น โดยเฉพาะสินทรัพย์ที่จดทะเบียนกรรมสิทธิ์กับทางราชการ เช่น โฉนดที่ดิน บ้าน รถยนต์ เป็นต้น กรรมสิทธิ์ดังกล่าวยังคงเป็นของผู้ครอบครองซึ่งมีชื่ออยู่ในทะเบียนกรรมสิทธิ์ ยังไม่รองรับกรรมสิทธิ์ให้กับผู้ถือโทเคน ดังนั้นผู้ถือโทเคนจึงได้เพียงสิทธิเรียกร้องจากผู้ออกโทเคนในเรื่องผลตอบแทนหรือประโยชน์

ที่เกิดจากทรัพย์สินเท่านั้น การระดมทุนด้วยโทเคนดิจิทัลจะทำได้โดยการออกโทเคนครั้งแรก ICO โดยผู้ออกจะกำหนดเงื่อนไข สิทธิ ผลประโยชน์ต่าง ๆ ไว้ในสัญญาอัจฉริยะ ซึ่งเป็นสัญญาที่เขียนไว้ในรูปของโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อควบคุมการทำงานของชุดข้อมูลบนระบบ Blockchain เพื่อให้โทเคนนั้นดำเนินการเป็นไปตามที่โปรแกรมเขียนไว้ โดยไม่สามารถเข้าไปแก้ไขในระบบภายหลังได้ สัญญาอัจฉริยะนี้จะระบุสิทธิประโยชน์และเงื่อนไขต่าง ๆ ไว้ทั้งในโปรแกรมคอมพิวเตอร์และระบุในเอกสารประกอบการเสนอขาย (Whitepaper) สัญญาอัจฉริยะนี้เมื่อเข้าไปอยู่ในระบบ Blockchain จะทำงานต่อด้วยตนเองเมื่อเกิดเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งตามที่ระบุไว้ในสัญญา

ประเทศรัสเซียมีการแก้กฎหมายแพ่ง ในปี พ.ศ. 2562 กำหนดให้สิทธิและพันธกรณีสามารถแสดงได้ในรูปแบบดิจิทัล ทำให้การโอนสิทธิโทเคนดิจิทัลจากบุคคลหนึ่งไปอีกบุคคลหนึ่ง ถือว่าเพียงพอที่จะทำให้ยอมรับว่าการโอนทรัพย์สินนั้นเป็นไปตามกฎหมาย อย่างไรก็ตามก็ยังอยู่ระหว่างการพิจารณาว่าสินทรัพย์ประเภทใดสามารถทำให้เป็นดิจิทัลได้ ซึ่งโทเคนประเภท Real-estate Backed Token จะต้องมีการขึ้นทะเบียนกับรัฐบาลเพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงฐานข้อมูลความเป็นเจ้าของของสินทรัพย์ทางกายภาพและโทเคนดิจิทัล

ประเทศฝรั่งเศสเริ่มมีการแปลงสินทรัพย์เป็นโทเคน เมื่อปี 2562 โดยแปลงโครงการอสังหาริมทรัพย์เป็นแมนชั่นส่วนตัว ชื่อ AnnA เป็นโครงการที่เกิดจากการรวบรวมทรัพย์สินในโครงการที่พักส่วนตัวจากเจ้าของ 17 ราย ก่อนการออกหนังสือชี้ชวนมีการตีมูลค่าสินทรัพย์ แล้วเจ้าของเดิมทำการโอนทรัพย์สินทั้งหมดไปไว้ที่ผู้ประกอบการรายเดียว ชื่อ SAPEB AnnA ซึ่งเป็นบริษัทที่ตั้งขึ้นในรูปแบบบริษัทร่วมทุนจากพันธมิตรทั้ง 17 ราย แล้วออกเสนอขายเป็นโทเคนดิจิทัลจำนวน 1 ล้านหน่วย หน่วยละ 6.5 ยูโร มูลค่าโครงการ 6.5 ล้านยูโร ซึ่งผู้ซื้อโทเคนจะเป็นเจ้าของบริษัท SAPEB AnnA และเป็นเจ้าของแมนชั่นตามสัดส่วนการถือครอง ซึ่งผู้ถือโทเคนมีสิทธิซื้อขายแลกเปลี่ยนโอนโทเคน มีสิทธิในการออกเสียงและเงินปันผล ส่วนเอกสารการถือครองกรรมสิทธิ์อสังหาริมทรัพย์ทั้งโฉนดและใบรับรองความเป็นเจ้าของแมนชั่น จะได้รับการขึ้นทะเบียนไว้บนระบบ Blockchain (Equisafe, 2019)

ประเทศไทยเป็นประเทศแรก ๆ ในโลกที่มีกฎหมายรองรับสินทรัพย์ดิจิทัล โดยมีการตราพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561 เพื่อกำหนดกรอบการออกผลิตภัณฑ์ทางการเงินและสินทรัพย์ดิจิทัล โดยมีบทลงโทษทั้งทางทางแพ่งและอาญาสำหรับผู้ประกอบธุรกิจที่ฝ่าฝืนและไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย แต่กฎหมายมีข้อจำกัดคือการมุ่งควบคุมผู้ประกอบการธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลที่จดทะเบียนนิติบุคคลและดำเนินการในประเทศไทย และไม่ได้รวมถึงผู้ประกอบการสินทรัพย์ดิจิทัลอื่นที่ไม่ได้จัดตั้งเป็นบริษัทไทย ทำให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม รวมทั้งไม่ได้ควบคุมนักลงทุนสินทรัพย์ดิจิทัล และการใช้สินทรัพย์ดิจิทัลในรูปแบบการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการคล้ายเงินตรา เช่น การนำ Bitcoin ไปซื้อสินค้า (ณฤทัย สุขเสนา, 2565)

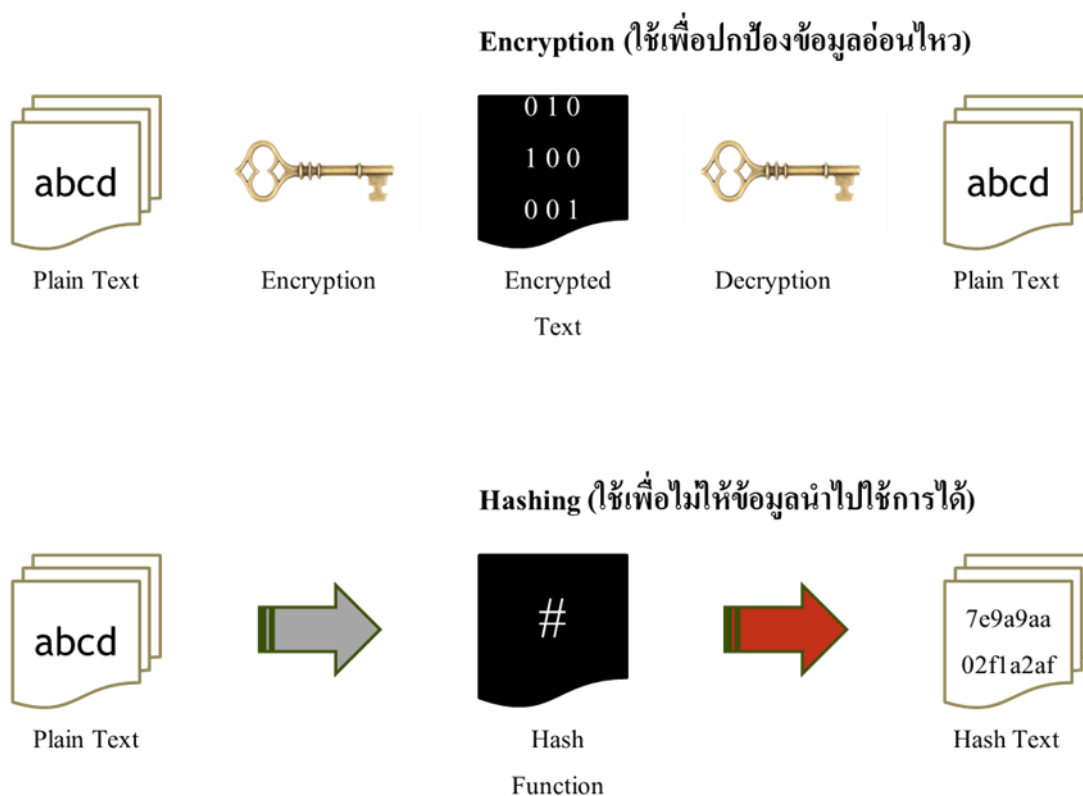
ในด้านผู้แปลงโทเคนเป็นสภาพคล่องได้แก่ผู้สูงอายุที่ไม่มีทายาทและอาศัยอยู่ตามลำพัง ในปี พ.ศ. 2561 ร้อยละ 12.7 คิดเป็น 2.74 ล้านครัวเรือน จากจำนวนทั้งสิ้น 21,568,565 ครัวเรือน ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นถึง 2 เท่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา อันเกิดจากการหย่าร้างหรือเป็นหม้าย การไม่มีลูกหลานทายาทหรือญาติพี่น้อง และลูกแต่งงานแยกครอบครัวหรือย้ายไปทำงานที่อื่น ทำให้ผู้สูงอายุอาศัยอยู่กันเพียงลำพัง ซึ่ง

แม้ว่าผู้สูงอายุจะสามารถอาศัยอยู่ได้เองโดยไม่มีทายาทในครัวเรือน แต่สุดท้ายเมื่ออายุที่มากขึ้นเข้าสู่วัยปลายของผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 80 ปีขึ้นไป รูปแบบการอาศัยอยู่ลำพังจะลดลงเนื่องจากจะต้องมีผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลเข้ามาอาศัยเพิ่ม เช่น บุตร คู่สมรส ญาติ หรือบุคคลภายนอกที่ทำหน้าที่ดูแล ตามลำดับ (ศุทธิดา ชวนวัน, 2563) ไม่ว่าผู้สูงอายุจะอาศัยร่วมกับครอบครัวหรืออาศัยอยู่เพียงลำพัง ผู้สูงอายุจำเป็นต้องมีสภาพคล่องทางการเงินที่เพียงพอสำหรับการดำรงชีวิต ผลการสำรวจพบว่ารายได้หลักของผู้สูงอายุมาจากการทำงานร้อยละ 36.9 รองลงมาคือการเลี้ยงดูจากบุตรร้อยละ 36.7 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน และเบี้ยยังชีพจากภาครัฐร้อยละ 20 มีผู้สูงอายุเพียงร้อยละ 3.9 เท่านั้นที่มีการออมเพียงพอสำหรับการดำรงชีวิต ผู้สูงอายุ 5.1 ล้านคนที่ทำงานอยู่ในทำงานในภาคเกษตร ซึ่งไม่ได้มีลูกจ้างช่วยทำงาน รายได้จึงขึ้นอยู่กับสุขภาพของผู้สูงอายุเท่าที่จะสามารถทำงานต่อไปได้ เหตุผลหลักของการทำงานคือการหารายได้เลี้ยงตนเองและครอบครัว ทำให้ผู้สูงอายุมีความเสี่ยงด้านรายได้ที่อาจลดลงเมื่ออายุมากขึ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

เมื่อผู้สูงอายุที่จำนวนเพิ่มขึ้นมีแนวโน้มเข้าสู่วัยกลาง (70-79 ปี) และวัยปลาย (80 ปีขึ้นไป) มากขึ้น โอกาสหารายได้จากการทำงานลดลง ในปี พ.ศ. 2560 กระทรวงการคลังจึงได้มีนโยบายให้ธนาคารเฉพาะกิจของรัฐดำเนินโครงการสินเชื่อบ้านผู้สูงอายุในรูปแบบจำนองแบบย้อนกลับ (Reverse Mortgage Loan) เป็นเครื่องมือทางการเงินสำหรับเพิ่มสภาพคล่องผู้สูงอายุ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปสามารถนำบ้านที่ตนอาศัยอยู่ไปขอสินเชื่อโดยจำนองกับธนาคาร แล้วให้ธนาคารเป็นผู้จ่ายกระแสเงินสดหักด้วยดอกเบี้ยเงินกู้ คืนให้กับผู้สูงอายุซึ่งเป็นเจ้าของบ้านทุกเดือน เพื่อให้ผู้สูงอายุนำกระแสเงินสดมาใช้จ่ายจนถึงอายุ 80 ปี หรือจนกว่าจะเสียชีวิต ในระหว่างนั้นผู้สูงอายุซึ่งเป็นผู้กู้มีภาระผูกพันในการชำระหนี้คืนเมื่อครบกำหนดสัญญาเมื่อเสียชีวิตแล้วกรรมสิทธิ์บ้านจะตกเป็นของธนาคารซึ่งจะถูกขายทอดตลาดต่อไป หากมีส่วนเกินจากการชำระหนี้ธนาคารแล้วจะตกเป็นของทายาท เว้นแต่ทายาทมีความประสงค์ชำระหนี้หนี้ทั้งหมดเพื่อไถ่ถอนทรัพย์สินก่อนการขายทอดตลาด มีการศึกษาถึงปริมาณความต้องการสินเชื่อจำนองย้อนกลับในประเทศไทย ด้วยการกำหนดคุณสมบัติอายุไม่ต่ำกว่า 60 ปี มีบ้านเป็นของตนเองและไม่ได้ใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ไม่ได้อาศัยอยู่กับทายาท ไม่มีผู้อื่นร่วมอาศัยในบ้าน และมีรายได้ไม่พอกับการยังชีพ พบว่ามีกลุ่มเป้าหมายที่สามารถขอสินเชื่อได้ 643,950 คน แม้ว่ากลุ่มเป้าหมายในการขอสินเชื่อมีจำนวนมาก แต่ผู้กู้ต้องยอมรับหลักเกณฑ์ข้อกำหนดและเงื่อนไขของธนาคาร รวมถึงยอมรับความเสี่ยงที่จะสูญเสียที่อยู่อาศัยหากมีอายุยืนกว่าอายุสัญญาเงินกู้ที่ไม่เกิน 25 ปีหรืออายุผู้กู้ไม่เกิน 85 ปี เว้นแต่หลักประกันสินทรัพย์มีมูลค่าสูงขึ้นสถาบันการเงินอาจพิจารณาขยายระยะเวลาสัญญาให้ได้ เมื่อผู้สูงอายุมีความเสี่ยงในการสูญเสียที่อยู่อาศัยในบั้นปลายโดยธนาคารไม่มีทางออกให้ผู้สูงอายุที่ชัดเจน ประกอบกับค่าธรรมเนียมการยื่นขอกู้ที่สูงกว่าปกติและสินเชื่อมีเงื่อนไขที่ซับซ้อนเกินไป ทำให้สินเชื่อจำนองย้อนกลับไม่ได้รับความนิยม (Sudtirak Jakrawanachachat, 2021) จึงเป็นที่มาของการศึกษาแนวคิดในการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้สูงอายุด้วยการแต่งตั้งผู้ปกครองทรัพย์สินของผู้สูงอายุ (Guardian) และการตั้งทรัสต์ (Trust) เพิ่มเติมจาก Reverse Mortgage Loan ที่มีอยู่แล้ว ซึ่งแบบแรกการแต่งตั้งผู้ปกครองทรัพย์สินของผู้สูงอายุเป็นการบริหารจัดการทรัพย์สินโดยให้บุคคลที่ 3 ที่ไม่ใช่เครือญาติเข้ามาบริหารจัดการในวันที่ผู้สูงอายุไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ ซึ่งไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการจัดการทรัพย์สินให้เป็นสภาพคล่อง แบบที่ 2 การตั้งทรัสต์ เป็นการนำทรัพย์สินเข้ากองทรัสต์เพื่อบริหารให้เกิด

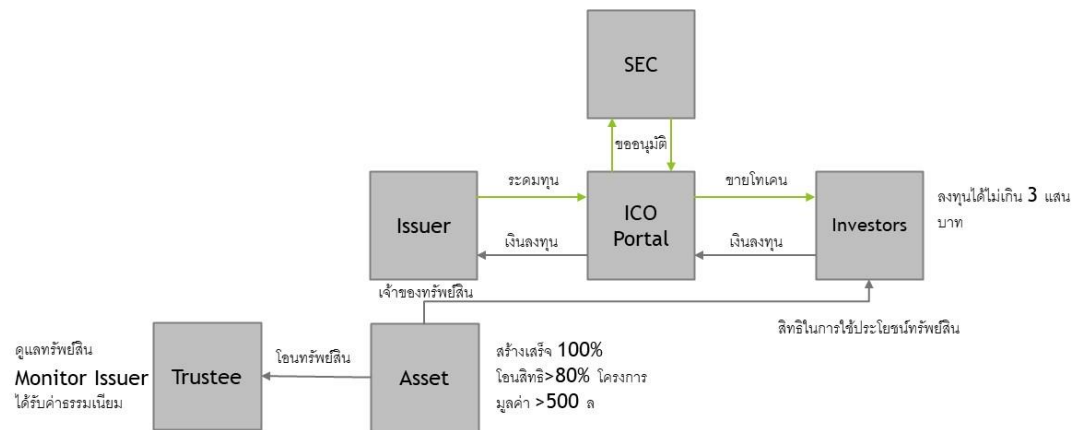
รายได้ย้อนกลับมาสำหรับผู้สูงอายุ ในยามที่ผู้สูงอายุไม่มีความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ด้วยตนเองได้ ซึ่งผู้สูงอายุอาจไม่สามารถอาศัยอยู่ในบ้านนั้นได้ เพราะต้องนำทรัพย์สินไปบริหารเพื่อให้เกิดรายได้ ซึ่งไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการจัดการสภาพคล่องเช่นกัน เนื่องจากกฎหมายในปัจจุบันบุคคลธรรมดา ยังไม่สามารถก่อตั้งทรัสต์ได้ด้วยตนเอง ดังประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 1686 บัญญัติว่า “อันว่าทรัสต์นี้จะก่อตั้งขึ้นโดยตรงหรือโดยทางอ้อม ด้วยพินัยกรรมหรือด้วยนิติกรรมใด ๆ ที่มีผลในระหว่างชีวิตก็ดีหรือเมื่อตายแล้วก็ดีหาไม่มีผลไม่ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายเพื่อการก่อตั้งทรัสต์เท่านั้น” จึงพบว่ากฎหมายพระราชบัญญัติทรัสต์เพื่อธุรกรรมในตลาดทุน พ.ศ. 2550 มุ่งเน้นคุ้มครองการก่อตั้งทรัสต์ที่เกิดขึ้นในตลาดทุน โดยผู้ก่อตั้งทรัสต์ต้องเป็นนิติบุคคลที่มีคุณสมบัติตามที่สำนักงาน ก.ล.ต. กำหนด ไม่ได้มุ่งเน้นเพื่อที่จะจัดการทรัพย์สินส่วนบุคคล ผู้สูงอายุจึงไม่สามารถจัดตั้งทรัสต์เพื่อใช้ในการจัดการทรัพย์สินเพื่อประโยชน์ตนเองได้ (ภูมิ มูลศิลป์, 2564)

เมื่อการแก้ปัญหาสภาพคล่องผู้สูงอายุด้วยทรัพย์สินในปัจจุบันมีทางเลือกน้อย ผู้วิจัยจึงเห็นโอกาสในการใช้เทคโนโลยี Blockchain มาพัฒนาเป็นเครื่องมือทางการเงิน Blockchain ใช้เทคโนโลยีการเข้ารหัสแบบกุญแจสมมาตร (Asymmetric-Key Cryptography or Public Key Technology) โดยการเข้ารหัสแบบนี้จะใช้หลักกุญแจคู่ทำการเข้ารหัส (Encryption) และถอดรหัส (Decryption) โดยกุญแจคู่นี้จะประกอบไปด้วย กุญแจส่วนตัว (Private Key) และกุญแจสาธารณะ (Public Key) หลักการทำงานคือ ถ้าใช้กุญแจดอกใดเข้ารหัส ก็ต้องใช้กุญแจอีกดอกหนึ่งถอดรหัส สำหรับการเข้ารหัสและถอดรหัสด้วยกุญแจคู่นี้จะใช้ฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์เข้ามาช่วย (กรกฤษณ์ แร่ทอง, 2547) โดยฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ที่นำมาใช้ร่วมกับฟังก์ชันแฮช (Hash Function) เป็นการแตกข้อมูลออกเป็นชิ้นเล็ก ๆ แล้วผสมข้อมูลย่อย ๆ นั้นเข้าด้วยกันอย่างมีความสัมพันธ์กัน การคำนวณค่า Hash ใช้ฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ด้วยเลขฐาน 16 (Hexadecimal) ที่มีความยาวนานอน กระบวนการนี้การคำนวณกระทำได้ทางเดียว (One Way Function) เท่านั้น ไม่สามารถคำนวณหรือถอดรหัสย้อนกลับไปเป็นค่าเดิมได้ เช่น การนำข้อมูลขนาด 1 Terabyte มาเข้าฟังก์ชันแฮช MD5 ก็จะได้ข้อมูลเฉพาะขนาด 128 Bit เสมอ แต่จะไม่สามารถแปลงกลับเป็นข้อมูลขนาด 1 Terabyte เหมือนเดิมได้ (Atom, 2011) Blockchain จึงมีข้อดีคือ 1) สามารถระบุตัวบุคคลที่เข้าถึงข้อมูลภายในระบบได้ 2) การรักษาความลับไม่ให้ผู้อื่นที่ไม่มีสิทธิ์ เข้าถึงข้อมูลภายในระบบได้ 3) สามารถรักษาความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูลได้ 4) การป้องกันการปฏิเสธความรับผิดชอบของการเข้าถึงข้อมูลภายในระบบ เทคโนโลยีการเข้ารหัสจึงกลายเป็นพื้นฐานสำคัญของความปลอดภัยของข้อมูลที่จะพัฒนาต่อในระบบ Blockchain



ภาพประกอบที่ 1 รูปแบบการเข้ารหัสแบบ Encryption และ Hashing

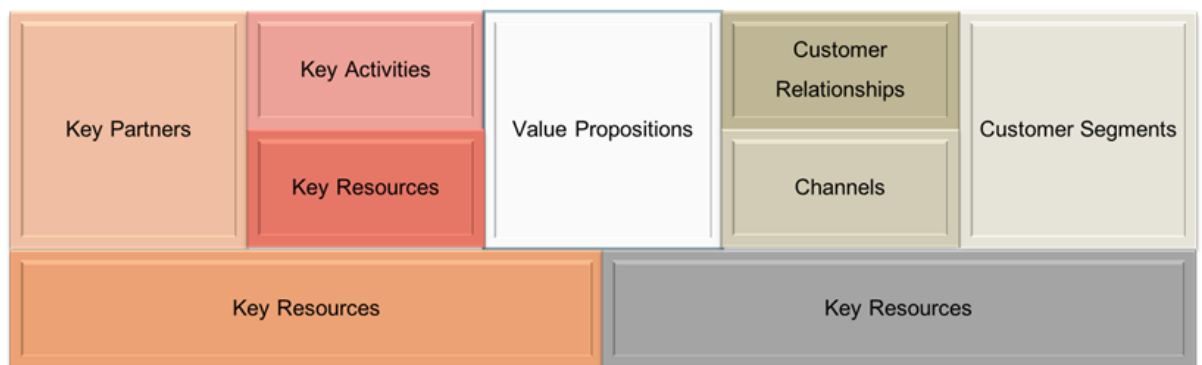
เนื่องจากระบบ Blockchain มีการกระจายศูนย์โดยไม่ต้องผ่านตัวกลางและมีความปลอดภัยสูง จึงมีการนำมาใช้ประโยชน์ด้านการเงินในการแปลงสินทรัพย์ที่จับต้องได้ให้อยู่ในรูปสินทรัพย์ดิจิทัล เรียกว่า Tokenization แต่สิ่งที่ถูกแปลงไม่ใช่ตัวสินทรัพย์แต่เป็นสิทธิในตัวสินทรัพย์นั้น เมื่อสิทธิในสินทรัพย์สามารถอยู่ในรูปดิจิทัลแล้วทำให้สามารถโอนย้าย จัดเก็บ และบันทึกข้อมูลบนระบบ Blockchain ได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย โปร่งใสตรวจสอบได้ โดยธรรมชาติของโทเคนซึ่งเป็นหน่วยอิเล็กทรอนิกส์จะไม่มีค่าในตัวของมันเอง นอกจากจะมีสิทธิใดที่โทเคนนั้นสามารถอ้างอิงได้ เช่น สิทธิในทรัพย์สิน สิทธิในลิขสิทธิ์ สิทธิในการใช้สินค้าและบริการ การนำโทเคนมาใช้ประโยชน์เพื่อแปลงทรัพย์สินให้อยู่ในรูปโทเคนจึงต้องผ่านกระบวนการออกโทเคนโดยมีสินทรัพย์อ้างอิง (Asset-Backed Token) แล้วนำไประดมทุนเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว กระบวนการระดมทุนด้วยรูปแบบนี้สามารถกระทำได้ในประเทศไทยภายใต้ พรบ.ประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561 ผู้ถือโทเคนไม่ได้อยู่ในฐานะเจ้าหนี้หรือเจ้าของสินทรัพย์ แต่อยู่ในฐานะผู้ที่มีสิทธิตามที่ระบุไว้ในเอกสารประกอบการเสนอขาย (Whitepaper) โดยสำนักงาน ก.ล.ต. ได้ออกเกณฑ์ในการระดมทุนแบบดิจิทัลด้วยการเสนอขายโทเคนดิจิทัลผ่านระบบ Blockchain ต่อประชาชน โดยกำหนดให้การระดมทุนต้องได้รับการอนุมัติจากสำนักงาน ก.ล.ต. และขายผ่านผู้ให้บริการระบบเสนอขายโทเคนดิจิทัล (ICO Portal) มีการออกหนังสือชี้ชวนและกำหนดคุณสมบัติผู้ลงทุนที่สามารถลงทุนได้ ซึ่งกำหนดรูปแบบการออกโทเคนไว้ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2561)



ภาพประกอบที่ 2 รูปแบบการออกโทเคนตามมาตรฐานสำนักงาน ก.ล.ต.

รูปของทรัพย์สินที่จะนำมาแปลงเป็นโทเคนเพื่อออกและเสนอขาย มีเกณฑ์กำหนดมูลค่าสินทรัพย์ไว้ไม่ต่ำกว่า 500 ล้านบาท ผู้ออกและเสนอขายต้องมีสถานะเป็นนิติบุคคล จะต้องทำด้วยกระบวนการผ่านการกลั่นกรองจาก ICO Portal โดยได้รับความเห็นชอบจากสำนักงาน ก.ล.ต. ก่อนที่จะเสนอขายโทเคนแก่ประชาชน ที่ผ่านมาในประเทศไทยเคยมีรูปแบบการออกโทเคนโดยมีสินทรัพย์อ้างอิง 2 ราย ได้แก่ SIRIHUB Token และ RealX Token ที่มีโครงสร้างคล้ายกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (REIT)

เมื่อรูปแบบ Tokenization ในประเทศไทยมีการนำไปใช้เฉพาะในอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ที่มีมูลค่ามากกว่า 1 พันล้าน ไม่มีการนำมาใช้ในสินทรัพย์ขนาดเล็กด้วยข้อจำกัดด้านกฎหมายและต้นทุนทางการเงิน กระบวนการออกแบบจึงต้องรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการ Tokenization ผ่านกรอบการสร้างโมเดลทางธุรกิจ Business Model Canvas ซึ่งใช้กรอบคำถามและจัดหมวดหมู่คำถามเพื่อรวบรวมข้อมูลออกเป็น 9 หมวดหมู่ ประกอบด้วย



ภาพประกอบที่ 3 Business Model Canvas

1. ทรัพยากรหลัก (Key Resources) สิ่งที่เป็นในการดำเนินโครงการ ตั้งแต่องค์ความรู้ บุคลากร สถานที่ให้บริการลูกค้า เป็นต้น
2. กิจกรรมหลัก (Key Activities) กระบวนการทำงานเพื่อให้โมเดลอยู่ได้ และสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า
3. พันธมิตรหลัก (Key Partners) ภาครีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งการช่วยทำให้กระบวนการของโครงการสมบูรณ์ขึ้นและการสนับสนุนการขาย เช่น ผู้ประเมินมูลค่าทรัพย์สิน คู่ค้าธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐ

4. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) ต้นทุนทั้งหมดของโครงการที่จำเป็นสำหรับการดำเนินโครงการได้

5. ลูกค้า (Customer Segments) กลุ่มลูกค้าหลักที่เป็นผู้ซื้อสินค้าหรือบริการ ในการวิจัยนี้ หมายถึง การวิเคราะห์กลุ่มผู้สูงอายุเจ้าของทรัพย์สินและนักลงทุน

6. คุณค่า (Value Propositions—VP) สินค้าหรือบริการที่ช่วยแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในการวิจัยนี้หมายถึงกระบวนการที่เกิดขึ้นจาก Tokenization เพื่อแก้ปัญหาสภาพคล่องให้กับผู้สูงอายุ

7. ช่องทาง (Channels) ช่องทาง วิธีในการนำคุณค่าส่งมอบให้กับลูกค้า

8. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) รูปแบบความสัมพันธ์ของโครงการที่มีต่อลูกค้า เช่น การเป็นที่ปรึกษาทางการจัดการทรัพย์สิน ที่ปรึกษาการลงทุน

9. กระแสรายได้ (Revenue Streams) รายได้ทุกประเภทที่จะเกิดขึ้นกับโครงการ

อย่างไรก็ดีเนื่องจากกระบวนการนี้เป็นการทำในเชิงวิชาการ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตเรื่องการออกแบบแนวคิดหลัก ทำความเข้าใจโครงสร้างและภาพรวมของโครงการ ไปจนถึงการวิเคราะห์ความเสี่ยงและโอกาสมิได้ก้าวข้ามไปถึงการวางแผนธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วยแผนการตลาด แผนการดำเนินงานและแผนการเงิน ผู้วิจัยจึงสนใจการตอบคำถามว่าจะส่งมอบคุณค่า (Value Propositions) ให้กับผู้สูงอายุและนักลงทุนในช่องทางได้อย่างไร ซึ่งการสร้างโมเดลธุรกิจจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกเป็นองค์ประกอบในการพิจารณา ว่ามีปัจจัยสนับสนุนหรือปัจจัยที่เป็นอุปสรรคใดบ้าง เชื่อว่าเครื่องมือทางการเงินใหม่นี้จะสามารถออกแบบให้ทำได้ในสินทรัพย์ที่มีขนาดเล็กที่เป็นบ้านอยู่อาศัยของผู้สูงอายุภายใต้ พรบ.สินทรัพย์ดิจิทัล และนำนวัตกรรมทางการเงินไปทดสอบให้เกิดการยอมรับในกลุ่มนักลงทุนและผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถพึ่งพาตนเองได้ด้วยคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและไม่เป็นภาระของทายาทและสังคมโดยรวม

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในกระบวนการพัฒนาด้านแบบ Tokenization มีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการ Tokenization จำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่ ผู้แทนจากสำนักงาน ก.ล.ต. จำนวน 3 คน ผู้ให้บริการระบบเสนอขายโทเคนดิจิทัล (ICO Portal) จำนวน 2 คน ศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล (Exchange) จำนวน 1 คน ผู้ที่เคยมระดมทุน (ICO Issuer) จำนวน 1 คน และผู้สูงอายุที่เป็นนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งที่มีทายาทและไม่มีทายาทจำนวน 5 คน ด้วยวิธี Quota Sampling และวิธี Snowball ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการพัฒนาด้านแบบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 นอกจากนี้มีการทำ Data Triangulation ของข้อมูลที่ได้ด้วยการสืบค้นย้อนกลับจากข้อมูลทั้งบทสัมภาษณ์ สรุปรงานสัมมนาย้อนหลัง เวปเพจ และ YouTube เนื่องจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญดังกล่าวเป็นที่รู้จักในวงการ Tokenization หรือมีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการออกและเสนอขายโทเคนอยู่แล้ว จากนั้นจึงนำข้อมูลมาสังเคราะห์หารูปแบบ Tokenization ที่เหมาะสม

กระบวนการที่สองเป็นการทดสอบการยอมรับนวัตกรรมต้นแบบของรูปแบบการออกโทเคน เพื่อเป็นตัวแทนทรัพย์สินผู้สูงอายุ ที่ได้จากกระบวนการพัฒนาต้นแบบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 มีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีสนทนากลุ่ม โดยการนำเสนอข้อมูลของรูปแบบของต้นแบบ Tokenization ที่ค้นพบ ก่อนกระบวนการสนทนากลุ่ม จากนั้นทดสอบกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้แทนจากธนาคารพาณิชย์ จำนวน 3 แห่ง จำนวน 4 คน กลุ่มนักลงทุนก่อนเกษียณ จำนวน 6 คน และกลุ่มนักลงทุนที่เกษียณแล้ว จำนวน 5 คน ด้วยเครื่องมือในหัวข้อเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วิธีวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ใช้เครื่องมือวิจัย 3 เครื่องมือ คือ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยกรอบคำถาม Business Model Canvas เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพในการพัฒนาต้นแบบ Tokenization นำไปสู่การแก้ปัญหาสภาพคล่องผู้สูงอายุ จากนั้นนำเครื่องมือที่ได้ไปตรวจสอบความถูกต้องกับผู้เชี่ยวชาญได้แก่ สำนักงาน ก.ล.ต. 2) การสนทนากลุ่ม เพื่อนำเสนอต้นแบบ Tokenization แก่ผู้ที่จะนำไปใช้ โดยใช้กรอบ PESTEL Analysis และข้อเสนอแนะในการปรับรูปแบบโมเดล 3) การทดสอบสมมติฐานกับกลุ่มนักลงทุนก่อนเกษียณ จำนวน 6 คน และกลุ่มนักลงทุนที่เกษียณแล้ว 5 คน ด้วยเครื่องมือแบบทดสอบ 4 อย่าง ประกอบด้วย การยอมรับนวัตกรรม ความรอบรู้ทางการเงิน การยอมรับความเสี่ยง และความรู้สินทรัพย์ดิจิทัล ซึ่งสรุปได้เป็น 3 ขั้นตอน R1-D1-R2

R1 = Research1 เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยค้นคว้าเอกสาร (Documentary Research) จากข้อมูลทุติยภูมิ

D1 = Development การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก

R2 = Research2 เป็นการประเมินผลเพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพนวัตกรรมทางการเงิน ด้วยการทำ Focus Group กับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก

การรวบรวมข้อมูล

1) ทบทวนวรรณกรรมเพื่อรวบรวมแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพย์สินทางเลือกผู้สูงอายุและเครื่องมือที่มีอยู่ในปัจจุบัน

2) เพื่อเป็นการให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวและความยินยอมการให้ข้อมูล จึงดำเนินการขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ผ่านสถาบันยุทธศาสตร์ทางปัญญาและวิจัย โดยคำนึงถึงหลักเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

3) ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก นำมาถอดเทป ทำรหัสข้อมูล จัดหมวดหมู่ข้อมูล นำมาสังเคราะห์และออกแบบเพื่อให้ได้รูปแบบ Tokenization ที่เหมาะสมกับการนำไปใช้กับผู้สูงอายุ

4) ในขั้นตอนทดสอบนวัตกรรม กำหนดให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทำ 4 แบบทดสอบเพื่อนำมาทำความเข้าใจคุณสมบัติผู้ให้ข้อมูลสำคัญแต่ละมิติ นำเสนอรูปแบบ Tokenization ที่ได้จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 จากนั้นสนทนากลุ่มในรอบ PESTEL Analysis และรับข้อเสนอแนะเพื่อนำมาหาข้อค้นพบที่จะทำให้ผู้สูงอายุยอมรับรูปแบบดังกล่าว

การวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) ค้นคว้าเอกสารจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ วารสาร รายงาน คู่มือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลออนไลน์ เพื่อทบทวนวรรณกรรมให้ทราบการจัดการทรัพย์สินทางเลือกของผู้สูงอายุ และเครื่องมือที่มีอยู่ในปัจจุบัน
- 2) นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก นำมาถอดรหัสข้อมูล สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อร่างต้นแบบ Tokenization ตามกรอบ พ.ร.บ.สินทรัพย์ดิจิทัล
- 3) นำต้นแบบ Tokenization ที่ได้นำไปตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ สำนักงาน ก.ล.ต.
- 4) นำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม มาถอดรหัสข้อมูลเพื่อปรับต้นแบบ Tokenization ให้เหมาะสมและนำไปใช้ได้จริง

ผลการวิจัย

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพย์สินทางเลือกของผู้สูงอายุ เครื่องมือที่มีอยู่ในปัจจุบัน การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้สูงอายุที่เป็นนักลงทุนพบว่า จุดเริ่มปัญหาเงินไม่เพียงพอใช้จ่ายยามเกษียณคือการการออมที่เพียงพอ เกิดจากไม่มีการตั้งเป้าหมายทางการเงินและวางแผนทางการเงินที่ดีตั้งแต่อยู่ในวัยทำงาน ด้วยการแบ่งสัดส่วนและจัดบันทึกรายได้ค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือน เมื่อมีการออมแล้วต้องนำเงินไปลงทุนต่อเพื่อให้เงินต้นงอกเงย ซึ่งการลงทุนในอดีตมีอุปสรรคในการเข้าถึงความรู้ทางการเงินที่ไม่แพร่หลายมากนัก เนื่องจากแหล่งข้อมูลที่มีจำกัด ทางออกคืออาศัยความไว้วางใจกับสถาบันการเงินเป็นหลักได้แก่ ธนาคารที่ใช้บริการประจำในการแนะนำผลิตภัณฑ์เงินฝาก การลงทุนและประกันชีวิต ซึ่งส่วนใหญ่เคยประสบปัญหาขาดทุนจากการลงทุน เนื่องจากเจ้าหน้าที่สถาบันการเงินมักเลือกเสนอผลิตภัณฑ์ที่ได้ผลตอบแทนจากการขาย และไม่มี ความเข้าใจที่เพียงพอในการเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความเสี่ยงของนักลงทุนแต่ละราย บางส่วนเลือกที่จะมอบหมายให้เพื่อนหรือบุคคลในครอบครัวที่ไว้วางใจในความรู้และชื่อเสียงช่วยลงทุนให้ตนเอง อาจทำให้ทรัพย์สินอาจจะสูญหายไปบ้าง เป้าหมายในการจัดการทรัพย์สินของผู้สูงอายุสามารถแบ่งได้ดังนี้ 1) ผู้สูงอายุที่มีทายาท มีการวางแผนการออมทั้งในรูปอสังหาริมทรัพย์และสินทรัพย์ทางการเงิน โดยมีเป้าหมายเพื่อเป็นมรดกสำหรับทายาท โดยเชื่อว่าอสังหาริมทรัพย์จะมีการเติบโตขึ้นทุกปีโดยเฉพาะในระยะยาว การออมในรูปอสังหาริมทรัพย์จึงเป็นทั้งการรักษาความมั่งคั่งส่วนตัวและการส่งต่อความมั่งคั่งให้กับทายาท ซึ่งอาจเติบโตในอนาคต ส่วนกระแสเงินสดจะได้มาจากการทำงานและผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงินเพื่อใช้สำหรับการดำรงชีวิต โดยจะไม่แตะต้องส่วนที่เป็นเงินต้นสำหรับลงทุน เนื่องจากกลัวว่าหากเงินต้นลดลงจะทำให้ผลตอบแทนลดลง 2) ผู้สูงอายุที่ไม่มีทายาท แม้มีการวางแผนการออมในรูปอสังหาริมทรัพย์แต่มีวัตถุประสงค์ที่ต่างออกไปคือ เป็นการลงทุนเพื่อปล่อยเช่ารับผลตอบแทนสำหรับเป็นกระแสเงินสดดำรงชีวิต เช่นการซื้อบ้านหรือคอนโดเพื่อปล่อยเช่า และการลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงินเพื่อใช้กระแสเงินสดจากผลตอบแทนในการดำรงชีวิต ส่วนแผนการส่งต่อทรัพย์สินหลังจากสิ้นอายุขัยแล้ว ไม่ได้จำกัดว่าจะต้องส่งต่อให้ญาติ อาจมีการส่งต่อให้กับผู้อื่น กล่าวโดยสรุปข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ผู้สูงอายุที่เป็นนักลงทุนมีการจัดการทรัพย์สินด้วยเครื่องมือทางการเงินปกติคือการลงทุนเพื่อรับผลตอบแทนจากการลงทุน

มาดำรงชีวิตส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งใช้ทรัพย์สินทางเลือกด้วยการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ เพื่อส่งต่อความมั่งคั่งให้ทายาทและใช้เป็น Passive Income จากผลตอบแทนค่าเช่า แต่กลุ่มนี้เป็นผู้สูงอายุส่วนน้อยที่มีการเตรียมเกษียณที่ดี ดังนั้น Reverse Mortgage Loan จึงเป็นเครื่องมือทางเลือกเดียวสำหรับผู้สูงอายุที่ไม่ได้มีการเก็บออมเพื่อเตรียมเกษียณ แต่ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก

รูปแบบการจัดการทรัพย์สินโดยการสร้างโทเคนเพื่อเป็นตัวแทนทรัพย์สิน (Tokenization) ที่เหมาะสม สามารถสังเคราะห์ข้อมูลออกมาตาม Business Model Canvas โดยสรุปได้ตามภาพประกอบดังนี้

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
- ผู้ประเมินมูลค่าสินทรัพย์ - ICO Portal - บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน - ทริสต์ - ธนาคารบริการ Escrow Account - บริษัทประกันภัย - บริษัท Home Service - บริษัทประมวลสินทรัพย์ - สถานดูแลผู้สูงอายุ - หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ทำโครงการเพื่อสังคม	- Issuer รวบรวมสินทรัพย์เข้าโครงการเพื่อเสนอขายโทเคนต่อประชาชน - การประเมินมูลค่าสินทรัพย์ที่แม่นยำ - การบริหารโครงการและเปิดเผยข้อมูลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์โครงการ - บริหารเงินลงทุนในโทเคนเสี่ยงเงินต้น - จัดประชุมผู้ถือโทเคนเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญ	- ผู้สูงอายุที่หาตนเองได้มีความภาคภูมิใจในตนเอง - ผู้สูงอายุมีสภาพคล่องใช้จ่ายตลอดชีวิต มีสิทธิอาศัยอยู่ในบ้านตนเองตลอดชีวิต - นักลงทุนที่มีโอกาสเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปแบบคล้ายหุ้นแต่ให้ผลตอบแทนมากกว่า - นักลงทุนมีโอกาสสะสมอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบของโทเคนแทนการซื้อชิ้นใหญ่ - เป็นทางเลือกสำหรับวัยเกษียณที่เข้ามาใช้ใหม่ - มีทางเลือกการเงินสำหรับผู้สูงอายุเพิ่ม - ลดภาระทางสังคมและงบประมาณภาครัฐจากการดูแลผู้สูงอายุ	- Contact Center/IR - แอปพลิเคชันสำหรับนักลงทุนและผู้สูงอายุ - ประสานหน่วยงานดูแลความปลอดภัย - ประสาน Home Service ช่อมบ้าน - มีกิจกรรมร่วมกันระหว่างผู้สูงอายุ - รายงานเปิดเผยข้อมูลสินทรัพย์แก่นักลงทุน	- ผู้สูงอายุที่ขาดสภาพคล่อง มีบ้านปลอดภาระเป็นของตนเอง ไม่มีทายาทและอาศัยเพียงลำพัง - นักลงทุนที่ต้องการลงทุนแบบต้นเครื่องเงินต้น แต่ต้องการผลตอบแทนที่มากขึ้น และสนใจอสังหาริมทรัพย์ - นักลงทุนที่ต้องการช่วยเหลือสังคม - หน่วยงานรัฐและเอกชนที่ประสงค์จะจัดหาสถานที่ทำโครงการเพื่อสังคม - ผู้ที่ต้องการซื้อบ้านมือสอง
Cost Structures		Revenue Streams		
- ต้นทุนพัฒนาระบบงานและเทคโนโลยีแอป - ต้นทุนระบบ IT และฐานข้อมูลลูกค้า - ต้นทุนการลงร่วมกับพันธมิตร - ค่าธรรมเนียมการประเมินสินทรัพย์ - ค่าธรรมเนียม ICO Portal - ค่าบริหารจัดการทริสต์ - ค่าบริการ Home Service - ค่าประกันภัย		- ค่าบริหารกองทุนส่วนบุคคล - ค่าธรรมเนียม Escrow Account - ค่าธรรมเนียมการประมวลสินทรัพย์ - ค่าใช้จ่ายรายเดือนสถานดูแลผู้สูงอายุ - ค่าธรรมเนียมการซื้อขายโทเคน - ค่าจัดกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ - ค่าบริการรถฉุกเฉินเงินเจ็บป่วย - ต้นทุนพนักงานขาย - ต้นทุนการตลาด - ภาษีเงินได้		
		- Spread ค่าเช่ากับดอกเบี้ยจ่าย - ส่วนแบ่งปันผลพิเศษกรณีขายบ้าน - ผลตอบแทนจากการถือครองโทเคน - ส่วนค่ามูลค่าบ้านกรณีเปิดโครงการ - เงินคงเหลือจากกองทุนส่วนบุคคล - เงินคงเหลือจากกองทุนสำรองผู้สูงอายุ		

ภาพประกอบที่ 4 รูปแบบ Tokenization ที่เหมาะสมตามกรอบ Business Model Canvas สามารถอธิบายองค์ประกอบ 9 กิจกรรมที่โครงการต้องมีและสอดคล้องเชื่อมโยงกันในทุกกิจกรรมเพื่อให้สามารถทำโครงการ เกิดรายได้และส่งมอบคุณค่าให้กับกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจและสังคม ดังนี้

1. ทรัพยากรหลัก (Key Resources—KR) สิ่งที่ต้องมีในการดำเนินโครงการในมุมของ ICO Issuer ประกอบด้วย เงินทุน ระบบงานที่เป็นไปตามมาตรฐานของสำนักงาน ก.ล.ต. การมีระบบเทคโนโลยีเพื่อบริหารโครงการต่อ

2. กิจกรรมหลัก (Key Activities—KA) กิจกรรมที่ต้องทำเพื่อให้โมเดลการออกโทเคนอยู่ได้ ซึ่งประกอบด้วย 4 กิจกรรมหลัก คือ 1) การรวบรวมสินทรัพย์เข้าโครงการ เพื่อเสนอขายโทเคนต่อประชาชน กระบวนการระดมทุนปกติผู้ระดมทุนต้องนำทรัพย์สินมูลค่าไม่น้อยกว่า 500 ล้านบาท พร้อมแผนธุรกิจในการสร้างรายได้จากทรัพย์สินนำไปเสนอขายให้กับนักลงทุนผ่านการกลั่นกรองของ ICO Portal จากนั้นจะต้องขออนุมัติจากสำนักงาน ก.ล.ต. จึงจะเสนอขายต่อประชาชนได้ แต่โครงการที่ศึกษานี้แตกต่างออกไปตรงที่ ICO Issuer เป็นเจ้าของทรัพย์สินเอง จึงต้องมีแผนธุรกิจที่ดีที่ดึงดูดใจผู้สูงอายุเข้าร่วมโครงการ จากนั้น ICO Issuer ทำหน้าที่รวบรวมทรัพย์สินจากผู้สูงอายุที่มีความประสงค์นำบ้านที่อยู่อาศัยเข้าร่วมโครงการแปลงเป็นโทเคนเสนอขายต่อนักลงทุน การที่จะทราบว่าทรัพย์สินผู้สูงอายุที่นำมาอ้างอิงมีมูลค่าเท่าไรเป็นเรื่องสำคัญ เพราะมีผลต่อ

กระแสเงินสดที่ผู้สูงอายุจะได้รับและมีผลต่อมูลค่ายุติธรรมที่นักลงทุนจะใช้ในการตัดสินใจลงทุน สำนักงาน ก.ล.ต.จึงมีข้อกำหนดให้การประเมินมูลค่าทรัพย์สินนั้นจะต้องดำเนินงานโดยบริษัทประเมินมูลค่าทรัพย์สินที่ สำนักงาน ก.ล.ต.ให้ความเห็นชอบ จากนั้น ICO Portal จะนำข้อมูลของทรัพย์สินและแผนธุรกิจที่ระบุสิทธิ ต่าง ๆ ในโทเคนก้อนกรองจัดทำ Whitepaper เขียนสัญญาอัจฉริยะ (Smart Contract) รวบรวมเข้าเป็น ข้อมูลการเสนอขายในหนังสือชี้ชวน นำไปขออนุมัติจากสำนักงาน ก.ล.ต. เมื่อได้รับอนุมัติแล้ว ICO Portal จึงสามารถนำเสนอขายโทเคนครั้งแรก (ICO-Initial Coin Offering) ต่อนักลงทุน 2) บริหารโครงการและ เปิดเผยข้อมูลให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์โครงการ ภายหลังจากการเสนอขาย เมื่อ ICO Portal นำโทเคนที่ อ้างอิงโดยทรัพย์สินผู้สูงอายุสำเร็จแล้ว จะมีการโอนเงินค่าขายโทเคนทั้งหมดหลังจากหักค่าใช้จ่าย ค่าธรรมเนียมแล้วให้กับ ICO Issuer จากนั้น ICO Portal จะทำหน้าที่บริหารเงินจำนวนดังกล่าวเป็นกระแส เงินสดและผลตอบแทนให้กับนักลงทุน อีกด้านหนึ่งจะมีการโอนทรัพย์สินที่ผู้สูงอายุทั้งหมดเข้าไว้ที่ทรัสต์ ซึ่งเป็นบุคคลที่ 3 ที่เป็นกลไกสำคัญในการทำหน้าที่คุ้มครองประโยชน์ของผู้ถือโทเคน เพื่อไม่ให้ทรัพย์สิน ดังกล่าวถูกจำหน่ายจ่ายโอนหรือก่อภาระผูกพันโดยไม่ได้รับความเห็นชอบจากผู้ถือโทเคน แต่ ICO Issuer ยังมี ภาระผูกพันในการดูแลรักษาทรัพย์สินให้อยู่ในสภาพที่ดีตลอดโครงการ 3) จัดประชุมผู้ถือโทเคนเมื่อมี เหตุการณ์สำคัญ เนื่องจาก ICO Issuer เป็นเพียงตัวกลางที่เชื่อมต่อระหว่าง ผู้สูงอายุที่เป็นผู้ต้องการระดมทุน กับนักลงทุนที่ต้องการผลตอบแทนจากการลงทุน ดังนั้นเมื่อเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ เช่น ผู้สูงอายุเสียชีวิต การเกิดไฟไหม้หรือภัยพิบัติต่าง ๆ ต่อทรัพย์สิน ICO Issuer มีหน้าที่รายงานเสนอให้นักลงทุนตัดสินใจ เพื่อดำเนินการจัดการทรัพย์สิน 4) บริหารจัดการเมื่อครบสัญญา เนื่องจาก Social Value Tokenization Model มีการรับทรัพย์สินจากผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60-79 ปี เมื่อผู้สูงอายุมีอายุครบ 80 ปีจะถือว่าสัญญาได้ สิ้นสุดลง ดังนั้นโมเดลนี้จะมีอายุโครงการประมาณ 20 ปี ซึ่งการครบสัญญาเกิดขึ้นได้หลายกรณี ดังนี้

- 2.1 กรณีผู้สูงอายุมีอายุครบ 80 ปี
- 2.2 กรณีผู้สูงอายุเสียชีวิตก่อนอายุครบ 80 ปี
- 2.3 กรณีทรัพย์สินไฟไหม้หรือได้รับภัยพิบัติจนไม่อยู่ในสภาพอยู่อาศัยได้
- 2.4 กรณีโครงการดำเนินต่อเนื่องไปจนครบ 20 ปี

3. พันธมิตรหลัก (Key Partners—KP) Social Value Tokenization Model มุ่งสร้างความเป็นไป ได้ทางธุรกิจและความเป็นไปได้ในการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม จึงจำเป็นต้องมีพันธมิตรที่ช่วยให้ระบบ นิเวศน์ของการออกโทเคนเป็นไปได้อย่างราบรื่นจนจบโครงการ ประกอบด้วย 1) ผู้ประเมิน มูลค่าสินทรัพย์ ทำหน้าที่ประเมินมูลค่าบ้านที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ ค่าการณมูลค่าทรัพย์สินทั้งมูลค่าที่ดิน และค่าเสื่อมของมูลค่าของบ้านในอนาคต 2) ICO Portal หรือผู้ให้บริการระบบเสนอขายโทเคนดิจิทัล ทำหน้าที่กลั่นกรองโครงการศึกษาข้อมูลที่จะเสนอขายต่อนักลงทุน เสนอขายโทเคนให้นักลงทุน ตรวจสอบ การใช้เงินของ ICO Issuer ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ 3) บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ทำหน้าที่บริหารเงินที่ ได้รับจากการเสนอขายโทเคนแก่นักลงทุน 4) ทรัสต์ ทำหน้าที่คุ้มครองผลประโยชน์ของผู้ถือโทเคนด้วยการรับ โอน ถือครองและรักษาทรัพย์สินแทนนักลงทุน 5) ธนาคารผู้ให้บริการบัญชีรับฝากและจ่ายเงินแบบมีเงื่อนไข ตามคำสั่ง หรือ Escrow Account ทำหน้าที่รักษาเงินฝากและเบิกถอนเงินให้กับผู้สูงอายุเป็นงวด หรือตาม

คำสั่งของ ICO Issuer 6) บริษัทประกันภัย รับประกันอัคคีภัย ภัยพิบัติ และทรัพย์สินภายในที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุ 7) บริษัท Home Service ให้บริการช่างฉุกเฉิน เพื่อดูแลโครงสร้างของบ้านให้อยู่ในสภาพที่ดี 8) บริษัทประมวลสินทรัพย์ ทำหน้าที่ขายทอดตลาดบ้านพร้อมที่ดินด้วยวิธีประมูล 9) สถานดูแลผู้สูงอายุ สำหรับดูแลผู้สูงอายุทั้งทั่วไปที่ช่วยเหลือตนเองได้และผู้สูงอายุที่อยู่ในภาวะพึ่งพิงช่วยเหลือตนเองไม่ได้ 10) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ทำโครงการเพื่อสังคมที่จะเข้ามาดำเนินโครงการเพื่อสังคม 11) พันธมิตรภาครัฐ เป็นพันธมิตรสำคัญที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้กับ ICO Issuer

4. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure-CS) การออกและเสนอขายโทเคนมีผู้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องค่อนข้างมาก ทำให้ต้นทุนโครงการอยู่ระหว่าง ร้อยละ 5-15 ของมูลค่าที่จะระดมทุน โดยต้นทุนส่วนใหญ่คือ ค่าธรรมเนียมที่ปรึกษาและค่าธรรมเนียม ICO Portal

5. ลูกค้า (Customer Segments—CS) ในมุมมองของ ICO Issuer ลูกค้าที่เข้ามาเกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ 1) ผู้สูงอายุ ซึ่งโสดหรือสมรสแต่ไม่มีทายาท มีบ้านที่อยู่อาศัยปลอดภัยแล้วเป็นของตนเอง อาศัยอยู่กันตามลำพังโดยไม่ญาติหรือผู้อื่น และไม่ได้มีเป้าหมายที่จะโอนทรัพย์สินให้ผู้อื่น มีความต้องการเงินสภาพคล่องในช่วงบั้นปลายของชีวิต 2) นักลงทุน เป็นนักลงทุนที่มีประสบการณ์การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ไม่ต่ำกว่า 5 ปี มีความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่หลากหลาย มีการใช้เทคโนโลยีแอปพลิเคชันทางการเงินอยู่แล้วในชีวิตประจำวัน และมีความรู้เบื้องต้นด้านการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ซึ่งมีบัญชีที่เคลื่อนไหว 110,556 บัญชีจากบัญชีทั้งหมด 2.9 ล้านบัญชี

6. ช่องทาง (Channels—CH) เนื่องจากการแปลงสินทรัพย์เป็นโทเคนเป็นเรื่องใหม่ในประเทศไทย วิธีในการสื่อสารไปถึงลูกค้านอกจากผ่าน ICO Portal ซึ่งเป็นช่องทางหลักแล้ว จะต้องมีการจัดสัมมนาให้ความรู้ความเข้าใจทั้งผู้สูงอายุและนักลงทุนเกี่ยวกับรูปแบบ Social Value Token และการสื่อสารไปยังผู้สูงอายุผ่านสื่อหลักและสื่อออนไลน์ เช่น Youtube, Facebook และ LINE Official

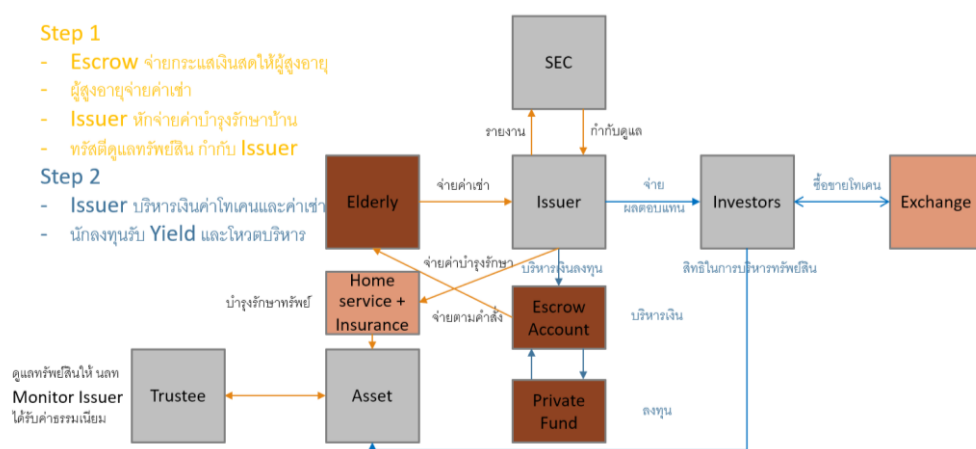
7. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships—CR) จัดให้มีกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมระหว่างผู้สูงอายุและนักลงทุนทำร่วมกันเป็นประจำ จัดให้มี Contact Center และแอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสารและรายงานข้อมูลต่าง ๆ เช่น การซื้อขายโทเคน การเปิดเผยข้อมูลสินทรัพย์ มีฟังก์ชันสำหรับผู้สูงอายุในการเรียกรถพยาบาลฉุกเฉิน แจ้งซ่อมบ้าน และประชาสัมพันธ์กิจกรรม

8. ช่องทางการสื่อสาร (Channels) มีการใช้สื่อหลักและสื่อออนไลน์ประชาสัมพันธ์เพื่อให้กลุ่มผู้สูงอายุและนักลงทุนรับรู้ เช่น โทรทัศน์ Facebook Line Official แต่เมื่อกลุ่มเป้าหมายต้องการติดต่อจะต้องมีช่องทางปกติที่น่าเชื่อถือสำหรับการให้ข้อมูล เช่น พนักงานของโครงการ ธนาคารพาณิชย์ ตัวแทนประกันชีวิต และ ICO Portal ที่จะให้ข้อมูลกับทั้งผู้สูงอายุและนักลงทุน

9. กระแสรายได้ (Revenue Streams—RS) รายได้ของ ICO Issuer มาจากหลายส่วน 1) ส่วนต่างระหว่างค่าเช่าบ้านที่รับจากผู้สูงอายุและดอกเบี้ยจ่ายให้นักลงทุน ร้อยละ 0.5 ของมูลค่าทรัพย์สิน 2) ส่วนแบ่งกำไรจากกรณีขายทอดตลาดทรัพย์สิน 3) ผลตอบแทนจากการลงทุนกรณีถือครองโทเคนเพื่อการลงทุน 4) เงินและทรัพย์สินคงเหลือทั้งหมดที่รับโอนหลังจากปิดโครงการ ได้แก่ มูลค่าบ้านที่คงเหลือทั้งหมด เงินคงเหลือจากกองทุนส่วนบุคคล เงินคงเหลือจากกองทุนสำรอง หักด้วยค่าใช้จ่ายในการซื้อโทเคนคืนในราคา ICO

ICO Issuer การรวบรวมทรัพย์สินจากผู้สูงอายุที่ประสงค์เข้าร่วมโครงการให้มีมูลค่าอย่างน้อย 500 ล้านบาท จากนั้นนำโครงการที่ศึกษาความเป็นไปได้แล้วให้ ICO Portal กลั่นกรองโครงการเพื่อขออนุมัติจากสำนักงาน กสท โทรคมนาคมแก่ประชาชนในวงกว้าง เมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการ ICO Portal จะส่งมอบโทเคนให้นักลงทุน นำโทเคนเข้าจดทะเบียนซื้อขายในศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล โอนกรรมสิทธิในทรัพย์สินจากผู้สูงอายุไปที่ Trustee เพื่อดูแลรักษาทรัพย์สินแทนนักลงทุน และส่งมอบเงินสดจากการขายให้ ICO Issuer โดย ICO Issuer อาจนำเงินสดไปลงทุนต่อกับกองทุนส่วนบุคคลที่มีนโยบายเพิ่มผลตอบแทนแบบรักษารายได้นั้น

รูปแบบ Tokenization - การจัดการหลังจากเสนอขาย



ภาพประกอบที่ 6 รูปแบบการบริหารจัดการหลังจากเสนอขาย

ผู้สูงอายุจะได้รับกระแสเงินสดรายเดือนผ่านบัญชีรับฝากและจ่ายเงินแบบมีเงื่อนไข (Escrow Account) ตามคำสั่งของ ICO Issuer จากนั้นผู้สูงอายุจะนำเงินมาชำระเป็นค่าเช่าบ้านให้กับนักลงทุนผ่าน ICO Issuer ซึ่งกระบวนการนี้ ICO Issuer สามารถหักกลับจากกระแสเงินสดรายเดือนที่จ่ายให้ผู้สูงอายุได้ จากนั้น ICO Issuer จะนำค่าเช่าส่วนหนึ่งจ่ายค่าประกันภัยทรัพย์สินและค่าบริการรักษาทรัพย์สิน ส่วนที่เหลือจึงจ่ายเป็นผลตอบแทนให้กับนักลงทุนรายเดือนคล้ายดอกเบี้ยจนกว่าจะสิ้นสุดโครงการ ซึ่งนักลงทุนมีทางเลือกในการซื้อขายแลกเปลี่ยนโทเคนผ่านศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัล

ข้อค้นพบจากการสนทนากลุ่มทั้งกลุ่มนักลงทุนก่อนเกษียณและหลังเกษียณ เพื่อเสนอแนะรูปแบบให้เป็นที่ยอมรับของผู้สูงอายุตามวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่ามี 6 ปัจจัยที่จะทำให้รูปแบบเป็นที่ยอมรับ ได้แก่ 1) การมี ICO Issuer ที่น่าเชื่อถือ ควรมีคุณสมบัติ เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นโดยมีความเกี่ยวข้องกับรัฐบาล มีความชำนาญในการคัดเลือกและจัดการอสังหาริมทรัพย์ มีความเชี่ยวชาญและระบบที่ดีในการบริหารเงิน และเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งธนาคารอาคารสงเคราะห์ ธนาคารออมสิน และธนาคารกรุงไทย ได้รับการกล่าวถึงมากที่สุด 2) การได้รับความสนับสนุนด้านนโยบายจากภาครัฐ เนื่องจากรูปแบบโครงการเป็นกิจการเพื่อสังคม หาก ICO Issuer ได้รับการสนับสนุนเรื่องลดต้นทุนในการออกและเสนอขายโทเคนจะทำให้ต้นทุนของผู้สูงอายุลดลง การให้สิทธิประโยชน์นักลงทุนในการนำเงินลงทุนไปลดหย่อนภาษีให้นักลงทุนคล้ายรูปแบบของ LTF RMF SSF 3) การคัดเลือกสินทรัพย์ที่มีคุณภาพเข้าโครงการ นอกจากการคัดเลือกพื้นฐาน เช่น ทำเล

ที่ตั้งอยู่ในเขตเมือง ถนนเดินทางสะดวก สาธารณูปโภคพร้อม สภาพบ้านไม่เสื่อมโทรม ควรมีการประเมินแยก
ระหว่างราคาที่ดิน ราคาบ้าน และมีการคาดการณ์ราคาในอนาคตทั้งมูลค่าที่ดินที่สูงขึ้นและค่าเสื่อมของตัวบ้าน
แยกจากกัน เพื่อประกอบการตัดสินใจของนักลงทุน รวมถึงการว่าจ้างวิศวกรผู้ให้บริการตรวจสอบบ้านและ
คอนโด (Home Inspector) เข้ามาตรวจสอบสภาพบ้านโดยละเอียดก่อนเข้าร่วมโครงการ เพื่อประกอบการ
คำนวณต้นทุนในการบำรุงรักษาบ้านในระยะยาว 4) การบริหารกระแสเงินสด ด้วยนโยบายค้ำครองเงินทุน
เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้สูงอายุจะได้รับกระแสเงินสดครบตลอดโครงการ 5) การคัดเลือกสถานดูแลผู้สูงอายุที่มี
คุณภาพในราคาที่เหมาะสม เพื่อป้องกันข้อร้องเรียนต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการปฏิบัติต่อผู้สูงอายุไม่เหมาะสม
6) การเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายของกิจการเพื่อสังคม องค์กรรัฐและเอกชนที่ทำกิจกรรมด้านสังคม รวมถึงแหล่ง
เงินทุนต่าง ๆ ที่มีเป้าหมายเดียวกันในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุให้ดีขึ้นในทุกมิติ จึงจะผลักดันให้
โครงการประสบความสำเร็จได้ดี

อภิปรายผล

สมมติฐานวิจัยข้อที่ 1 “รูปแบบการออกโทเคนเพื่อเป็นตัวแทนทรัพย์สินในปัจจุบันเหมาะสมกับสินทรัพย์
โครงการขนาดใหญ่ การวิจัยนี้จะทำให้มีการปรับรูปแบบการออกโทเคนเพื่อเป็นตัวแทนทรัพย์สินขนาดเล็ก
ระดับที่อยู่อาศัยได้” จากการสังเคราะห์ข้อมูลภายใต้กรอบ Business Model Canvas พบว่า การพัฒนา
Social Value Tokenization Model สามารถตอบโจทย์ผู้สูงอายุในการเพิ่มทางเลือกในการใช้เครื่องมือทาง
การเงินในการแก้ปัญหาสภาพคล่องด้วยที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นสินทรัพย์ขนาดเล็กได้ ด้วยการรวบรวมทรัพย์สิน
ผู้สูงอายุเข้าโครงการผ่าน ICO Issuer ให้มีมูลค่าขึ้นต่ำตามเกณฑ์ทางการกำหนด การมีโมเดลธุรกิจที่ให้ผู้ถือ
ครองโทเคนมีสิทธิรับส่วนแบ่งรายได้ และจัดให้มีการถือครองทรัพย์สินโดยทรัสต์ รวมถึงการไม่เปิดโอกาสให้
เพิ่มทรัพย์สินเข้ามาในโครงการ ด้วยข้อกำหนดหลักเกณฑ์ดังกล่าว จำเป็นต้องออกแบบโครงการให้เกิด
ประโยชน์ร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด การเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกกลุ่มล้วนคำนึงถึงความ
อยู่รอดของโครงการในเชิงธุรกิจ ซึ่งดำเนินการโดย ICO Issuer เพื่อให้ผู้สูงอายุมั่นใจได้ว่าโครงการสามารถ
ดำเนินการได้จนครบสัญญา คำนึงถึงความน่าเชื่อถือของการถือครองโทเคนในมุมมองของนักลงทุน และคำนึงถึงการ
ดูแลผู้สูงอายุที่นำทรัพย์สินเข้าร่วมโครงการให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีจนถึงคนสุดท้ายแม้ว่าจะปิดโครงการไปแล้วก็
ตาม

จากการสังเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงออกแบบด้วยการผสมผสานโครงสร้างผลิตภัณฑ์ทางการเงินหลาย
ผลิตภัณฑ์เข้าด้วยกัน ประกอบด้วย 1) หุ้นกู้ (Bond) ซึ่งมีรูปแบบตราสารหนี้ที่มีการกำหนดระยะเวลาแน่นอน
มีผลตอบแทนผู้ถือในรูปดอกเบี้ยและคืนเงินต้นเมื่อสิ้นสุดระยะเวลาที่กำหนด 2) กองทรัสต์เพื่อการลงทุนใน
อสังหาริมทรัพย์ (REITs) เป็นเครื่องมือระดมทุนที่เจ้าของนำทรัพย์สินที่มีโครงสร้างรายได้ในรูปค่าเช่ามาระดม
ทุนในรูปกองทุน เพื่อให้ผู้ถือหุ้นรายย่อยได้รับสิทธิในส่วนแบ่งรายได้จากค่าเช่านั้น 3) กองทุนส่วนบุคคล
(Private Fund) เป็นรูปแบบการบริหารเงินลงทุนตามนโยบายและวัตถุประสงค์ของผู้ลงทุน เช่น นโยบายการ
บริหารแบบค้ำครองเงินทุน 4) ตราสารอนุพันธ์ (Options) เป็นการให้สิทธิแก่ผู้ถือ Options ซึ่งได้แก่ ICO
Issuer ได้สิทธิ Call Option ในการซื้อสินทรัพย์อ้างอิงหรือโทเคนในระยะเวลาและราคาที่กำหนด ซึ่งหมายถึง

การที่ ICO Issuer มีสิทธิซื้อโทเคนคืนจากผู้ลงทุนในราคา ICO เมื่อสิ้นสุดโครงการปีที่ 20 โดยผู้ซื้อจะใช้สิทธิซื้อสินทรัพย์อ้างอิงหรือไม่ก็ได้ แต่จะบังคับผู้ขายให้ขายในการส่งมอบสินทรัพย์อ้างอิงนั้นแก่ผู้ซื้อ ขณะที่ผู้สูงอายุที่เป็นเจ้าของทรัพย์สินได้สิทธิ Put Option เสมือนได้รับการประกันมูลค่าบ้านตั้งแต่วันแรกที่เข้าร่วมโครงการไปตลอดชีวิต ไม่ว่าเวลาผ่านไปราคาบ้านผู้สูงอายุจะมีความผันผวนเท่าไรก็ตาม การคำนวณกระแสเงินสดจะคิดจากมูลค่าประเมินวันแรกเสมอ และ 5) โทเคนดิจิทัลที่มีอสังหาริมทรัพย์อ้างอิง (Real Estate-backed ICO) คือ การออกโทเคนที่ใช้อสังหาริมทรัพย์ที่มีมูลค่าสูง มาค้ำประกันโทเคนที่แตกออกเป็นหน่วยย่อยทุกหน่วย โดยบันทึกข้อมูลไว้บนระบบ Blockchain เมื่อออกแบบ Social Value Tokenization Model แล้ว นำมาตรวจสอบกับหน่วยงานกำกับดูแลสินทรัพย์ดิจิทัล พบว่าไม่มีกระบวนการใดขัดต่อกฎหมายและการกำกับดูแลของประเทศไทย จึงเป็นการพิสูจน์สมมติฐานว่าการออกโทเคนสามารถปรับรูปแบบให้ใช้กับสินทรัพย์อ้างอิงที่มีขนาดเล็กได้

การปรับรูปแบบให้ใช้กับอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็กได้ ทำให้เกิดข้อสนับสนุนสมมติฐานจากการศึกษาเรื่องการแปลงสินทรัพย์เป็นโทเคนและศักยภาพทางด้านตลาดการเงินของ OECD พบว่า การถือครองสินทรัพย์ที่ผ่านการแปลงเป็นโทเคน ทำให้นักลงทุนสามารถถือครองสินทรัพย์แบบบางส่วน ทำให้สามารถซื้อขายสินทรัพย์จำนวนย่อย ๆ ได้ง่ายขึ้นเพราะไม่จำเป็นต้องใช้เงินเกินความสามารถของตนเองในการถือครองทั้งหมด (OECD, 2020)

สมมติฐานที่สอง รูปแบบนวัตกรรมการออกโทเคนที่เหมาะสมจะทำให้เกิดการยอมรับนำไปใช้ในการจัดการทรัพย์สิน เพื่อแก้ปัญหาการขาดสภาพคล่องผู้สูงอายุในปัจจุบันได้ โดยไม่ต้องย้อนกลับไปเริ่มสะสมความมั่งคั่งใหม่ แม้ว่าผู้สูงอายุไทยจะมีทางเลือกขอสินเชื่อ Reverse Mortgage Loan แต่ด้วยเงื่อนไขการกู้ยืมที่ใช้อัตรา Loan to Value ร้อยละ 60-70 และอัตราดอกเบี้ยเฉลี่ยร้อยละ 6-7 ทำให้ผู้สูงอายุมีต้นทุนในการกู้ยืมเงินที่สูง ส่งผลให้ได้รับกระแสเงินสดในระดับที่ต่ำเมื่อเทียบกับทรัพย์สิน ขณะที่ Social Value Tokenization Model ใช้อัตราการแปลงที่อยู่อาศัยเป็นสภาพคล่องทางการเงินโดยใช้การคำนวณกระแสเงินสดร้อยละ 100 ของมูลค่าทรัพย์สิน หาดด้วยระยะเวลาส่วนต่างจากอายุ 80 ปีของผู้สูงอายุ ทำให้ผู้สูงอายุได้รับกระแสเงินสดเต็มจำนวนเท่ากับมูลค่าประเมินทรัพย์สิน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยร้อยละ 3 ต่อปีของมูลค่าทรัพย์สินทำให้ผู้สูงอายุได้รับกระแสเงินสดมากขึ้น ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Deborah Lucas ที่ศึกษาเรื่อง Hacking Reverse Mortgages พบว่าหากต้นทุนในการแปลงสินทรัพย์เป็นกระแสเงินสดมีต้นทุนที่ไม่สูงเกินไป ผู้สูงอายุซึ่งเป็นเจ้าของสินทรัพย์อาจตัดสินใจใช้บริการ หรือแม้ว่ามีต้นทุนทางการเงินที่สูงก็อาจตัดสินใจใช้บริการเช่นกันหากมีความจำเป็นทางการเงิน ซึ่งต้นทุนทางการเงินของ Reverse Mortgage Loan พบว่า NPV ผู้กู้ติดลบเฉลี่ยร้อยละ 18.60 (Lucas, 2016) ขณะที่การศึกษาของสันติ ธิรพัฒน์ เรื่อง สินเชื่อ Reverse Mortgage เหมาะสำหรับผู้สูงอายุหรือไม่ พบว่าเงินงวดที่ผู้สูงอายุได้รับจากการกู้ยืมสินเชื่อ Reverse Mortgage ในประเทศไทยต่ำกว่าในอเมริกาจากการศึกษาของ Deborah Lucas ถึงร้อยละ 20-44 (สันติ ธิรพัฒน์, 2563) จึงเป็นการยืนยันสมมติฐานว่า Social Value Tokenization Model สามารถนำมาปรับใช้กับสินทรัพย์ผู้สูงอายุไทยที่มีขนาดเล็กได้ และเป็นทางเลือกในการแก้ปัญหาสภาพคล่องผู้สูงอายุได้



กล่าวโดยสรุป งานวิจัยนี้ใช้ปัญหาสภาพคล่องทางการเงินของผู้สูงอายุเป็นฐานการวิจัย เพื่อค้นหาแนวทางในการแก้ปัญหา จนค้นพบช่องว่างในการแก้ปัญหาด้วยการใช้เครื่องมือทางการเงินดั้งเดิมที่หลากหลายผสมผสานกับเทคโนโลยีบล็อกเชนที่เป็นนวัตกรรมใหม่ จนออกมาเป็นข้อค้นพบใหม่ รูปแบบ Social Value Tokenization Model ที่เป็นไปได้ น่าสนใจและไม่เคยมีใครทำมาก่อน เป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุเท่านั้น หากนำมาใช้กับทรัพย์สินทั่วไปจะไม่สามารถทำได้เพราะนักลงทุนจะได้รับผลตอบแทนจากค่าเช่าเพียงอย่างเดียว ซึ่งนักลงทุนมีทางเลือกอื่นที่จะนำไปลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงต่ำกว่า ในระดับผลตอบแทนระดับเดียวกัน ในกระบวนการวิจัย ผู้วิจัยได้สอบถามความน่าเชื่อถือความสอดคล้องของข้อมูลผ่านกระบวนการ Data Triangulation เพื่อลดอคติในข้อมูล ได้ทำการสอบถามรูปแบบจากสำนักงาน ก.ล.ต. ในฐานะผู้กำกับดูแล ได้สอบถามกับผู้แทนจากธนาคารพาณิชย์ในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญทางการเงิน ซึ่งข้อค้นพบจากงานวิจัยได้ตอบวัตถุประสงค์ และสมมติฐานการวิจัยครบถ้วนทุกข้อ

ข้อเสนอแนะ

โครงการนี้สามารถเกิดขึ้นได้จริงหากสามารถหาจุดสมดุลระหว่าง ผู้สูงอายุที่ต้องการกระแสเงินสดสุทธิมูลค่ามากเพียงพอที่จะสามารถใช้ดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพชีวิตที่ดีตลอดอายุขัย และนักลงทุนที่ต้องการผลตอบแทนจากการลงทุนที่สม่ำเสมอตลอดโครงการ อย่างไรก็ตามผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มดังนี้ 1) ผู้สูงอายุและวัยก่อนเกษียณจะมีแนวคิดการวางแผนการจัดการทรัพย์สินในรูปแบบใหม่ กล่าวคือจากเดิมเน้นการสะสมเงินต้นด้วยการออมและนำเงินไปลงทุนในสินทรัพย์ที่ให้ผลตอบแทนตามความเสี่ยงของตน จะนำไปสู่การเลือกลงทุนอาศัยในทำเลที่มีศักยภาพเพื่อการใช้ประโยชน์จากการแปลงสินทรัพย์ให้เป็นสภาพคล่อง ไม่ว่าจะเป็น Reverse Mortgage Loan หรือ Social Value Tokenization Model ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต 2) นักลงทุน จะมีทางเลือกในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลรูปแบบโทเคนที่มีความปลอดภัย รักษาเงินต้น และให้ผลตอบแทนที่ดีมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ความสนใจศึกษาการลงทุนในรูปแบบใหม่มากขึ้น 3) ICO Portal จะมีโอกาสทางธุรกิจมากขึ้นในการให้บริการระบบเสนอขายโทเคนดิจิทัลมากขึ้น นำไปสู่การศึกษารูปแบบการออกโทเคนในกลุ่มเฉพาะเพื่อตอบสนองความต้องการในการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนในรูปแบบสินทรัพย์ดิจิทัล 4) ICO Issuer จะมีทางเลือกในการระดมทุนมากขึ้น จากรูปแบบเดิมที่เป็นสินทรัพย์ทางการเงินปกติ ไปสู่การระดมทุนในรูปแบบสินทรัพย์ดิจิทัลมากขึ้น 5) สำนักงาน ก.ล.ต. จะได้ทราบรูปแบบเครื่องมือทางการเงินใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้ลงทุนเฉพาะกลุ่มนำไปสู่การวางกฎเกณฑ์ใหม่ ที่สนับสนุนธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัลให้มีความปลอดภัยน่าเชื่อถือและเติบโตในประเทศไทย โดยสำนักงาน ก.ล.ต. จะเป็นศูนย์กลางในการให้ข้อมูลแก่ผู้สูงอายุหรือผู้ที่ต้องการระดมทุนในรูปแบบใหม่ รวมถึงการสื่อสารกับนักลงทุนให้มีความรู้ในการลงทุนสินทรัพย์ดิจิทัลมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ศึกษาความเข้าใจบริบทการจัดการทรัพย์สินของผู้สูงอายุ ด้วยการขยายกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของผู้สูงอายุ ได้แก่ ทายาท เครือญาติและผู้อาศัยเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญร่วมด้วย เพื่อทำความเข้าใจบริบทผู้สูงอายุในการจัดการทรัพย์สินได้ครบทุกมุมมองที่รอบด้าน

2) การศึกษาครั้งนี้ยังไม่มีการคำนวณรายละเอียดทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับเรื่องต้นทุนทางการเงินของ ICO Issuer อายุโครงการและอัตราค่าเช่าที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ผลตอบแทนการลงทุนที่เหมาะสม ความคุ้มค่าในการลงทุนในมุมมองของ ICO Issuer ซึ่งมีผลต่อการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้นในการนำไปใช้จริงในการจัดทำแผนธุรกิจ จึงควรเก็บข้อมูลทางการเงินในเชิงลึกนอกจากเอกสารเผยแพร่

3) ควรมีการประเมินโครงการในแง่คุณค่าทางสังคม (Social Impact Assessment) ที่เป็นการประเมินโครงการทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบที่มีต่อสังคมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ESG) อันจะนำไปสู่การศึกษาความคุ้มค่าของโครงการในมิติความยั่งยืน เพื่อเสนอแหล่งทุนและเป็นข้อข้อมูลเชิงลึกในการเสนอแนะเชิงนโยบายแก่ภาครัฐ

เอกสารอ้างอิง

- กรกฤษณ์ แร่ทอง. (2547). เทคโนโลยีการเข้ารหัสข้อมูล (Encryption/Decryption). สืบค้นเมื่อ 9 เมษายน 2565, จาก <https://www.nextproject.net/contents/?00044>
- ณฤทัย สุขเสนา. (2565). การปรับใช้กฎหมายไทยในการควบคุมบิทคอยน์. *นิติศาสตร์*, 51(2), 34.
- นงา วะสี และคณะ. (2564). ระบบจัดการรายได้ผู้สูงอายุ: ควรปรับเปลี่ยนอย่างไรให้เพียงพอและยั่งยืน. *สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์*. สืบค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.pier.or.th/abridged/2021/14/>
- ปิยะศักดิ์ ดวงบัณฑิตกุล. (2558). *Infrastructure Fund vs. Infrastructure Bond ความเหมือนที่แตกต่าง*. *สมาคมตลาดตราสารหนี้ไทย*. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2565, จาก <https://www.thaibma.or.th/EN/Investors/Individual/Blog/InfraBond.aspx>
- ภูมิ มูลศิลป์. (2564). การพัฒนานโยบายและกฎหมายว่าด้วยการจัดการทรัพย์สินผู้สูงอายุ. *วารสารวิชาการธรรมศาสตร์*, 21(4), 10.
- มูลนิธิประเมินค่า-นายหน้าแห่งประเทศไทย. (2563). *แนวโน้มตลาดอสังหาริมทรัพย์โลก: ผลการประชุมสมาพันธ์อสังหาริมทรัพย์โลก*. สืบค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2566, จาก https://www.thaiappraisal.org/thai/market/market_view.php?strquery=market03.htm
- ศุทธิดา ขวนวัน และคณะ. (2563). *ผู้สูงอายุอยู่โดดเดี่ยว (แต่) ไม่ได้เวลายาว*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศูนย์ข้อมูลอัญมณีและเครื่องประดับ. (2566). *โอกาสของไทยกับการเป็นศูนย์กลางการค้าทองคำของโลก*. สืบค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2566, จาก <https://infocenter.git.or.th/article/article-20230920>
- สรวัช สุขงาม. (2563). *การลงทุนในสินทรัพย์ทางเลือก*. สืบค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.possible-wealth.com/?p=1106>
- สันติ ธิรพัฒน์. (2563). *สินเชื่อ Reverse Mortgage เหมาะสำหรับผู้สูงอายุไทยหรือไม่*. *บริหารธุรกิจนิด้า*, 26, 22.

- สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2561). รู้เขา รู้ระวัง รู้เท่าทันสินทรัพย์ดิจิทัล. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.sec.or.th/TH/Documents/DigitalAsset/DigitalAssetInvestment-Guide.pdf>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). *การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2564*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- Atom. (2011). *DIGITAL FORENSICS: ค่าแฮช (HASH VALUE)*. Retrieved April 9, 2023, from <https://dforensic.blogspot.com/2011/04/digital-forensics-hash-value-hash-value.html>
- Equisafe. (2019). *Throwback: First Sale of Building Through Blockchain Technology In Europe Completed By Investment Platform Equisafe For € 6.5 Million*. Retrieved November 27, 2023, from <https://shorturl.at/qxKX1>
- Lucas, D. (2016). *Hacking Reverse Mortgage*. Cambridge (MA): MIT Center for Finance and Policy.
- OECD. (2020). *The Tokenisation of Assets and Potential Implications for Financial Markets (OECD Blockchain Policy Series)*. Retrieved November 27, 2023, from www.oecd.org/finance/The-Tokenisation-of-Assets-and-PotentialImplications-for-Financial-Markets.htm
- Ping, A. K. (2548). *Credit Enhancement and Securitizations – Types, Mechanism, Structures, Applications (including MBS)*. Retrieved November 27, 2023, from <https://www.fpo.go.th/main/News/Special-report/769.aspx>
- Reader, I. (2563). *ตราสารอนุพันธ์ (Derivative) คืออะไร? | เงินล้านไม่ยาก หากรู้จักสินทรัพย์ทางการเงิน (ตอนที่ 4)*. สืบค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2566, จาก <https://www.finnomena.com/investment-reader/financial-assets-4-derivative/>
- Sudtirak Jakrawanachachat, Ploypailin Kijkasiwat & Surachai Chancharat. (2021). *An Approximation Approach for Valuing Reverse Mortgages in Thailand*. *KKU Research Journal (Graduate Studies) Humanities and Social Sciences*, 9(1), 10-16.

การพัฒนาแผนการเรียนรู้แบบการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3 มิติ แบบการเรียนรู้เชิงรุกผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ The Development of 3D Jewelry Design Learning Lesson Plan by Active e-Learning

พสุ เรืองปัญญาโรจน์¹ และ สติพิพงศ์ วงศ์ไชยสุวรรณ²

Pasu Rongpanyaroj¹ and Sittipong Vongchaisuwan²

วิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

College of Creative Industry, Srinakharinwirot University, Thailand

E-mail: pasur@g.swu.ac.th¹, sittipong@g.swu.ac.th²

Received: 2023-04-17; Revised: 2023-12-03; Accepted: 2023-12-04

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง การพัฒนาแผนการเรียนรู้แบบการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3 มิติ แบบการเรียนรู้เชิงรุกผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ นี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยและพัฒนาสื่อดิจิทัลสำหรับการเรียนการสอนเพื่อการออกแบบเครื่องประดับและวัสดุศาสตร์ระบบออนไลน์ผสมผสานการเรียนรู้เชิงรุก โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อประเมินแผนการเรียนรู้การออกแบบเครื่องประดับแบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์ 2) เพื่อประเมินแผนการเรียนรู้การออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 1 แบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์ 3) เพื่อประเมินแผนการเรียนรู้การออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 2 แบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์ รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แนวคิดการเรียนรู้เชิงรุก เป็นกรอบการวิจัย พื้นที่วิจัย คือ เขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ นิสิต ปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ใช้วิธีคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) แบบประเมินระดับความรู้ก่อนและหลังเรียน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้เรียนส่วนใหญ่มีระดับความรู้สูงสุดเพิ่มขึ้น 3 ระดับ จากระดับ 1 เป็นระดับ 4 โดยผู้เรียนร้อยละ 86.67 สามารถผ่านการประเมินความรู้ระดับ 4 ด้านการออกแบบเครื่องประดับ
2. ผู้เรียนส่วนใหญ่มีระดับความรู้สูงสุดเพิ่มขึ้น 3 ระดับ จากระดับ 1 เป็นระดับ 4 โดยผู้เรียนร้อยละ 92.00 สามารถผ่านการประเมินความรู้ระดับ 4 ด้านการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 1
3. ผู้เรียนส่วนใหญ่มีระดับความรู้สูงสุดเพิ่มขึ้น 3 ระดับ จากระดับ 1 เป็นระดับ 4 โดยผู้เรียนร้อยละ 83.33 สามารถผ่านการประเมินความรู้ระดับ 4 ด้านการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 2

คำสำคัญ: ออกแบบเครื่องประดับ, สื่อการเรียนรู้, การเรียนรู้เชิงรุก, การเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

Abstract

This Article, is a part of the Research and development of jewelry and material science on an active learning online module, aimed to study (1) the evaluation of jewelry and material design lesson by active e-learning (2) the evaluation of 3D jewelry design by program 1 lesson by active e-learning and (3) the evaluation of 3D jewelry design by program 2 lesson by active e-learning. The sample was first year university student. They was selected by purposive sampling. The instrument for collecting data was pre and post knowledge level evaluation,

analysis data by Descriptive statistics and Content Analysis. The research results were found as follows;

1. Most students had the highest level of knowledge increased by 2 levels from level 2 to level 4, with 86.67% of the students able to pass the level 4 knowledge evaluation in jewelry design lesson.

2. Most students had the highest level of knowledge increased by 2 levels from level 2 to level 4, with 92.00% of the students able to pass the level 4 knowledge evaluation in jewelry design by 3D program 1 lesson.

3. Most students had the highest level of knowledge increased by 2 levels from level 2 to level 4, with 83.33% of the students able to pass the level 4 knowledge evaluation in jewelry design by 3D program 2 lesson.

Keywords: Jewelry Design, e-Learning, Active Learning, Active e-Learning.

บทนำ

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยในทุกภาคส่วน ทั้งการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ รวมไปถึงระบบการศึกษา (ตรีนุช ไพชิตวิจิตร และสรลลขนา อิตติสุวรรณ, 2565) มาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social distancing) เพื่อลดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 19 ส่งผลผู้เรียนไม่สามารถเข้าเรียนในสถานศึกษา (ณัฐพล ทิพย์สุวรรณ, 2563) และอาจทำให้ประสิทธิภาพในการเรียนลดลง จึงจำเป็นต้องเร่งแก้ไขปรับปรุงรูปแบบการศึกษาให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น จึงมีการปรับเปลี่ยน พัฒนารูปแบบการเรียนการสอนให้เข้ากับสถานการณ์โรคระบาด เช่น การศึกษาระบบออนไลน์ (สุวิมล มธุรส, 2564) แม้การศึกษาระบบออนไลน์จะทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าเรียนได้โดยไม่ต้องเดินทางเข้าห้องเรียน แต่ประสิทธิภาพในการเรียนรู้และความรู้ที่ผู้เรียนได้รับกลับลดลง โดยมีประสิทธิภาพเพียง 3.3 – 6.6 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10 แม้ประเทศพัฒนาแล้ว ประสิทธิภาพการศึกษาระบบออนไลน์นั้นได้คะแนนเพียง 1 – 3 คะแนนจากคะแนนเต็ม 10 (สำนักข่าวช่องเจ็ด, 2564)

แม้การศึกษาระบบออนไลน์ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าเรียนได้แม้อยู่ในมาตรการการลดระยะห่างทางสังคมที่ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถเข้าเรียนที่สถานศึกษาได้ แต่ไม่อาจแทนที่การเรียนการสอนในห้องเรียนได้โดยสมบูรณ์แบบ จึงต้องมีการพัฒนารูปแบบบทเรียน และรูปแบบการสอนในระบบออนไลน์ (เจริญ ภูวิจิตร, 2564) โดยเฉพาะบทเรียนการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติที่ผู้เรียนมักประสบปัญหาจากการใช้งานโปรแกรม และบทเรียนผ่านการศึกษาระบบออนไลน์ในรูปแบบเก่าที่ให้ผู้เรียนเรียนผ่านวิดีโอ หรือการส่งผ่านสัญญาณต่อเนื่องสด (Live streaming video) ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอให้ผู้เรียนประยุกต์ใช้บทเรียนในการสร้างชิ้นงานเครื่องประดับได้ด้วยตัวเอง จึงต้องมีการพัฒนาบทเรียนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การพัฒนาบทเรียนในรูปแบบการเรียนรู้เชิงรุก การเรียนรู้ผ่านโครงงาน (รัตนวัชร เพ็ญรัตนศิริ และอนุรักษ์ แท่นทอง, 2565)

การนำแนวคิดการเรียนรู้เชิงรุก หรือการเรียนรู้ผ่านโครงงาน ผสมผสานกับการศึกษาระบบออนไลน์ ผู้วิจัย จะช่วยแก้ไขและเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ของผู้เรียน ให้ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในออกแบบชิ้นงานเครื่องประดับสามมิติได้ด้วยตัวเองได้

ผู้วิจัยจึงเห็นความเป็นไปได้ในการพัฒนาแผนการเรียนรู้แบบการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3 มิติ แบบการเรียนรู้เชิงรุกผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Active e-Learning) โดยเน้นไปที่การเรียนรู้

เชิงรุก (Active Learning) เพื่อแก้ปัญหาการเรียนรู้ในห้องเรียนที่ไม่เพียงพอในสภาพสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา

บทความวิจัยนี้นำเสนอแผนการเรียนรู้การออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติแบบการเรียนรู้เชิงรุก (Active learning) ผ่านการศึกษาระบบออนไลน์ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสามารถเข้าถึงบทเรียน และทบทวนบทเรียนได้จากทุกที่ ทุกเวลาที่ต้องการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินแผนการเรียนรู้การออกแบบเครื่องประดับแบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์
2. เพื่อประเมินแผนการเรียนรู้การออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 1 แบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์
3. เพื่อประเมินแผนการเรียนรู้การออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 2 แบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning)

การเรียนรู้เชิงรุกนั้นเป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่ผู้เรียนจะได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้นจากการมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ การเรียนรู้เชิงรุกช่วยกระตุ้นเครือข่ายการรับรู้และประสาทสัมผัสของผู้เรียน (Hoogendoorn, 2015) จากการวิจัยของมหาวิทยาลัยคอร์เนลที่พบว่า ความสนใจของผู้เรียนจะเริ่มลดลงทุก 10 ถึง 15 นาที จึงจำเป็นต้องสอดแทรกการเรียนรู้เชิงรุก เช่น การเรียนแบบใช้เกม การเรียนแบบเน้นแก้ปัญหา การเรียนแบบโครงงาน เป็นต้น เพื่อเพิ่มให้สามารถดึงดูดผู้เรียนให้กลับมาสนใจได้อีกครั้ง (ศูนย์นวัตกรรมการเรียนรู้ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2562)

ผู้วิจัยนำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงรุกมาใช้ในการออกแบบแผนการเรียนรู้การออกแบบเครื่องประดับและวัสดุ ผ่านสื่อในระบบออนไลน์ โดยใช้การเรียนรู้เชิงรุกแบบเน้นแก้ปัญหา สอดแทรกโครงงาน และการแก้ปัญหาระหว่างบทเรียน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักการออกแบบเครื่องประดับ

หลักการออกแบบเครื่องประดับใช้หลักเกณฑ์เดียวกันกับการออกแบบโดยทั่วไป โดยผสมผสานสองส่วนประกอบในการถ่ายทอดความงาม ประกอบไปด้วย ส่วนประกอบของงานที่สามารถมองเห็นได้ หรือทัศนภาพ (Visual Element) และหลักองค์ประกอบศิลป์ (Composition) (วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ, 2539) โดยส่วนประกอบด้านทัศนภาพของการออกแบบเครื่องประดับ มีดังนี้

1. เส้น (Line)

เส้น คือการเชื่อมต่อกันของจุด ในทางเรขาคณิต เส้น คือ จุดที่นำมาเรียงต่อกัน ในทางศิลปะ เส้นคือจุดที่เคลื่อนไหว โดยเส้น แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ เส้นโครงสร้าง เส้นนามธรรม และเส้นตกแต่ง เส้นเป็นส่วนในการกำหนดสัดส่วน ขนาด ความหนา ทิศทาง และใช้สำหรับสร้างองค์ประกอบของรูปทรง โดยการออกแบบเครื่องประดับ จะต้องกำหนดเส้นของส่วนต่างๆ ของงาน เช่น เส้นในการเรียงอัญมณี เส้นของลวดลาย (วัฒนะ จุฑะวิภาค, 2545)

2. รูปทรง (Shape)

รูปทรง คือการประกอบกันของเส้น คือการสร้างพื้นที่โดยเส้นปิด ทำให้เกิดเป็นปริมาตร และมีลักษณะ 3 มิติ แต่หากการสร้างพื้นที่โดยเส้นปิดแล้วได้ลักษณะ 2 มิติ จะเรียกว่า รูปร่าง โดยรูปทรง แบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ รูปทรงธรรมชาติ รูปทรงเรขาคณิต รูปทรงอินทรีย์รูป และรูปทรงนามธรรม รูปทรงจะนำมาใช้ร่วมกับการจัดองค์ประกอบศิลป์ เพื่อสร้างเป็นโครงสร้างชิ้นงานเครื่องประดับให้มีความน่าสนใจ

3. ค่าน้ำหนักของสี

ค่าน้ำหนักของสี สามารถสื่อถึงความอ่อน ความแก่ ของเฉดสีในการออกแบบเครื่องประดับ โดยเฉพาะการจัดเรียงสีของอัญมณี ซึ่งสามารถเพิ่มความน่าสนใจให้กับเครื่องประดับได้

4. พื้นผิว

พื้นผิวลักษณะที่ต่างกัน จะสร้างความรับรู้ที่ต่างกัน เช่น พื้นผิวมันวาว แสดงถึงความหรูหรา สะอาด หรือพื้นผิวหยาบ สามารถให้ความรู้สึกใกล้เคียง ขณะที่พื้นผิวละเอียด สามารถให้ความรู้สึกใกล้เคียง การกำหนดหรือออกแบบพื้นผิวในชิ้นงานเครื่องประดับ สามารถทำให้เครื่องประดับมีความโดดเด่น และน่าสนใจขึ้นได้

5. สี

สี มีอิทธิพลต่อการรับรู้เป็นอย่างมาก สี สามารถส่งผลต่ออารมณ์ของผู้รับชมได้ ในการออกแบบเครื่องประดับ สีที่หลากหลายจะมาจาก อัญมณี หรือพลอย การนำทฤษฎีสีมาประยุกต์ใช้ในการเลือกใช้สีของอัญมณีที่หลากหลายให้เหมาะสมจะเพิ่มมูลค่าให้กับอัญมณีและชิ้นงานเครื่องประดับ

ส่วนประกอบด้านองค์ประกอบศิลป์ในการเครื่องประดับ มีดังนี้

1. ความเป็นเอกภาพ

ความเป็นเอกภาพ คือ การเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน เมื่อมาประยุกต์กับการออกแบบ คือต้องพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของแต่ละส่วนของชิ้นงานในดูเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ตั้งแต่วัสดุ สี ลวดลาย

2. สัดส่วน

สัดส่วน คือ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ขนาด รูปทรง สี สัน ความหนักเบา เมื่อนำมาประยุกต์กับการออกแบบเครื่องประดับแล้ว จึงจะต้องพิจารณาความสัมพันธ์ของรูปทรง ลวดลาย อัญมณี สี

3. จังหวะ

จังหวะ คือ คือการทำซ้ำ อย่างมีความต่อเนื่อง เป็นระเบียบ ในการออกแบบเครื่องประดับ จังหวะ คือ การนำลวดลายมาทำซ้ำ โดยการต่อกันเป็นแนว อย่างต่อเนื่อง แบบมีรูปแบบ โดยสามารถจัดรูปแบบของจังหวะได้ 4 แบบ คือ การจัดจังหวะแบบซ้ำกัน การจัดจังหวะแบบต่อเนื่อง การจัดจังหวะแบบเพิ่มพัฒนา การจัดจังหวะแบบเลื่อนไหล (สมภาพ จงจิตรีโพธา, 2554)

4. ความสมดุล

ความสมดุล มี 3 ลักษณะ คือ ความสมดุลแบบสมมาตร ความสมดุลแบบอสมมาตร ความสมดุลแบบรัศมี หรือวงกลม ในการออกแบบเครื่องประดับ จะต้องพิจารณาให้ความสมดุล ไม่ว่าจะเป็น ขนาด ลวดลาย จำนวนของอัญมณี ในความพอดี ไม่มาก หรือน้อยเกินไป

จากการทบทวนวรรณกรรมนี้ ผู้วิจัยเห็นความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้เชิงรุกเข้ากับบทเรียนการออกแบบเครื่องประดับ โดยการสอดแทรกบททดสอบต่าง ๆ ที่ค่อย ๆ ของการออกแบบเครื่องประดับโดยเพิ่มระดับความยากอย่างค่อยเป็นค่อยไป ให้ผู้เรียนได้แก้ปัญหาไปทีละขั้นอย่างมีกำลังใจ และเพื่อกระตุ้นความสนใจ และการรับรู้ของผู้เรียนในแต่ละบทการเรียนรู้

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ นิสิตปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ในเขตกรุงเทพมหานคร ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกดังนี้

1. ต้องเป็นผู้ศึกษาในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1
2. ต้องเป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ต้องเป็นผู้ที่ไม่เคยเรียนโปรแกรมสามมิติ และไม่มีความรู้ใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมสามมิติ

4. ต้องเป็นผู้ที่ไม่เคยเรียนการออกแบบเครื่องประดับ และไม่มีความรู้ใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบเครื่องประดับ

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบประเมินวัดระดับความรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน มีรายละเอียดดังนี้

1. แบบประเมินวัดระดับความรู้ก่อนและหลังเรียนของบทเรียนการออกแบบเครื่องประดับและวัสดุแบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์ ประกอบด้วยแบบฝึกหัดประเมิน 5 ระดับ ได้แก่

ระดับความรู้ 1 การใช้เครื่องมือทางด้านการออกแบบพื้นฐานในการเขียนรูปร่าง รูปทรง และการลงสี โดยผู้เรียนที่สามารถใช้เครื่องมือ เทมเพลต และลงสีได้อย่างน้อย 1 ประเภทของสี จะถือว่าผ่านเกณฑ์การประเมิน

ระดับความรู้ 2 การวาดและลงสีชิ้นงานเครื่องประดับตามจินตนาการของตนเอง โดยผู้เรียนที่สามารถวาดและลงสีชิ้นงานเครื่องประดับได้มากกว่า 1 ประเภท ถือว่า ผ่านเกณฑ์การประเมิน

ระดับความรู้ 3 ความเข้าใจถึงประเภทของอัญมณีและเครื่องประดับรวมถึงการฝังเบื้องต้น วัสดุในเครื่องประดับพื้นฐาน โดยผู้เรียนที่สามารถจำแนกรูปแบบการฝังทั้ง 2 แบบ คือ การฝังหุ้ม และ การฝังหนามเตย ได้ ถือว่าผ่านเกณฑ์การประเมิน

ระดับความรู้ 4 การวาดและลงสีชิ้นงานเครื่องประดับสำหรับนำไปใช้ในเชิงอุตสาหกรรม โดยผู้เรียนที่สามารถวาดและลงสีชิ้นงานเครื่องประดับได้มากกว่า 1 ประเภท และสามารถลงรายละเอียด ขนาดของชิ้นงาน เพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปผลิตในเชิงอุตสาหกรรมได้ ถือว่า ผ่านเกณฑ์การประเมิน

ระดับความรู้ 5 การถ่ายทอดความรู้ในการวาดและลงสีชิ้นงาน 2 มิติ ให้แก่ผู้อื่นให้สามารถมีความรู้ในระดับความรู้ 3 โดยผู้เรียนที่สามารถทำได้ ถือว่าผ่านเกณฑ์การประเมิน

2. แบบประเมินวัดระดับความรู้ก่อนและหลังเรียนของบทเรียนการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 1 แบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์ ประกอบด้วยแบบฝึกหัดประเมิน 5 ระดับ ได้แก่

ระดับความรู้ 1 ความเข้าใจประโยชน์ของการสร้างชิ้นงานแบบ 3 มิติ โดยผู้เรียนที่สามารถอธิบายถึงประโยชน์ได้ทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านการผลิต และ ด้านการออกแบบ ถือว่า ผ่านเกณฑ์การประเมิน

ระดับความรู้ 2 ความเข้าใจวิธีการใช้เครื่องมือพื้นฐานในการสร้างชิ้นงาน 3 มิติ โดยผู้เรียนที่สามารถใช้เครื่องมือพื้นฐานในโปรแกรมได้มากกว่า 5 เครื่องมือขึ้นไป ถือว่า ผ่านเกณฑ์การประเมิน

ระดับความรู้ 3 การสร้างชิ้นงานตามตัวอย่าง โดยผู้เรียนที่สามารถสร้างชิ้นงานตามตัวอย่างได้ ไม่น้อยกว่า 2 แบบ ถือว่า ผ่านเกณฑ์การประเมิน

ระดับความรู้ 4 การสร้างชิ้นงาน 3 มิติในแบบของตนเองที่ไม่เหมือนต้นแบบ โดย ผู้เรียนที่สามารถสร้างชิ้นงานได้ไม่น้อยกว่า 2 แบบ ถือว่า ผ่านเกณฑ์การประเมิน

ระดับความรู้ 5 การถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นสามารถสร้างชิ้นงานในระดับความรู้ 3 ได้ โดยผู้เรียนที่สามารถทำได้ ถือว่าผ่านเกณฑ์การประเมิน

3. แบบประเมินวัดระดับความรู้ก่อนและหลังเรียนของบทเรียนการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 2 แบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์ ประกอบด้วยแบบฝึกหัดประเมิน 5 ระดับ ได้แก่

ระดับความรู้ 1 ความเข้าใจประโยชน์ของการสร้างชิ้นงานแบบ 3 มิติ โดยผู้เรียนที่สามารถอธิบายถึงประโยชน์ได้ทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านการผลิต และ ด้านการออกแบบ ถือว่า ผ่านเกณฑ์การประเมิน

ระดับความรู้ 2 ความเข้าใจวิธีการใช้เครื่องมือพื้นฐานในการสร้างชิ้นงาน 3 มิติ โดยผู้เรียนที่สามารถใช้เครื่องมือพื้นฐานในโปรแกรมได้มากกว่า 5 เครื่องมือขึ้นไป ถือว่า ผ่านเกณฑ์การประเมิน

ระดับความรู้ 3 การสร้างชิ้นงานตามตัวอย่าง โดยผู้เรียนที่สามารถสร้างชิ้นงานตามตัวอย่างได้ไม่น้อยกว่า 2 แบบ ถือว่า ผ่านเกณฑ์การประเมิน

ระดับความรู้ 4 การสร้างชิ้นงาน 3 มิติในแบบของตนเองที่ไม่เหมือนต้นแบบ โดยผู้เรียนที่สามารถสร้างชิ้นงานได้ไม่น้อยกว่า 2 แบบ ถือว่า ผ่านเกณฑ์การประเมิน

ระดับความรู้ 5 การถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นสามารถสร้างชิ้นงานในระดับความรู้ 3 ได้ โดยผู้เรียนที่สามารถทำได้ ถือว่าผ่านเกณฑ์การประเมิน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินวัดระดับความรู้ก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Average)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อประเมินแผนการเรียนรู้การออกแบบเครื่องประดับและวัสดุแบบการเรียนรู้เชิงรุกผ่านสื่อในระบบออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า หลังจบบทเรียนการออกแบบเครื่องประดับและวัสดุแบบการเรียนรู้เชิงรุกผ่านสื่อในระบบออนไลน์ ผู้เรียนมีระดับความรู้สูงสุดเพิ่มขึ้น 3 ระดับ จากระดับ 1 เป็นระดับ 4

ตารางที่ 1 ผลประเมินวัดระดับความรู้ก่อนและหลังเรียนของบทเรียนการออกแบบเครื่องประดับและวัสดุแบบการเรียนรู้เชิงรุกผ่านสื่อในระบบออนไลน์

จำนวนผู้เรียน 15 คน	รายละเอียด	จำนวนผู้ผ่านการประเมิน	
		ก่อนเรียน	หลังเรียน
ระดับความรู้ 1	สามารถใช้เครื่องมือทางด้านการออกแบบพื้นฐานในการเขียนรูปร่างและรูปทรงรวมไปถึงลงสีได้	15	15
ระดับความรู้ 2	สามารถวาดและลงสีชิ้นงานเครื่องประดับตามจินตนาการของตนเองได้	6	15
ระดับความรู้ 3	เข้าใจถึงประเภทของอัญมณีและเครื่องประดับรวมถึงการฝังเบื้องต้น วัสดุในเครื่องประดับพื้นฐาน	3	15
ระดับความรู้ 4	สามารถวาดและลงสีชิ้นงานเครื่องประดับและสามารถนำไปใช้ในเชิงอุตสาหกรรมได้	0	13
ระดับความรู้ 5	สามารถนำความรู้ในการวาดและลงสีชิ้นงาน 2 มิติไปถ่ายทอดให้ผู้อื่นวาดชิ้นงานในระดับระดับความรู้ 3 ได้	0	4

จากตารางที่ 1 ก่อนเรียน ผู้เรียนส่วนใหญ่มีระดับความรู้สูงสุดอยู่ที่ระดับ 1 จำนวน 15 คน รองลงมาคือมีความรู้ระดับ 2 จำนวน 6 คน มีความรู้ระดับ 3 จำนวน 3 คน และไม่มีผู้เรียนที่ผ่านการประเมินความรู้ระดับ 4 และระดับ 5 หลังจากเข้าศึกษาผู้เรียนทั้งหมดจำนวน 15 คน สามารถผ่านการประเมินความรู้ระดับ 1 – 3 โดยผู้เรียนส่วนใหญ่มีระดับความรู้สูงสุดอยู่ที่ระดับ 4 จำนวน 13 คน และมีผู้เรียนที่มีความรู้ระดับ 5 จำนวน 4 คน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อประเมินแผนการเรียนรู้การออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 1 แบบการเรียนรู้เชิงรุกผ่านสื่อในระบบออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า หลังจบบทเรียนการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 1 แบบการเรียนรู้เชิงรุกผ่านสื่อในระบบออนไลน์ ผู้เรียนมีระดับความรู้สูงสุดเพิ่มขึ้น 3 ระดับ จากระดับ 1 เป็นระดับ 4

ตารางที่ 2 ผลประเมินวัดระดับความรู้ก่อนและหลังเรียนของบทเรียนการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 1 แบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์

จำนวนผู้เรียน 25 คน	รายละเอียด	จำนวนผู้ผ่านการประเมิน	
		ก่อนเรียน	หลังเรียน
ระดับความรู้ 1	เข้าใจประโยชน์ของการสร้างชิ้นงานแบบ 3 มิติ	24	25
ระดับความรู้ 2	เข้าใจวิธีการใช้เครื่องมือพื้นฐานในการสร้างชิ้นงาน 3 มิติ	0	25
ระดับความรู้ 3	สามารถสร้างชิ้นงานตามตัวอย่างได้	0	25
ระดับความรู้ 4	สามารถสร้างชิ้นงาน 3 มิติในแบบของตนเองที่ไม่เหมือนต้นแบบ	0	23
ระดับความรู้ 5	สามารถนำความรู้ในการสร้างชิ้นงาน 3 มิติไปถ่ายทอดให้ผู้อื่นสร้างชิ้นงานในระดับระดับความรู้ 3 ได้	0	6

จากตารางที่ 2 ก่อนเรียน ผู้เรียนส่วนใหญ่มีระดับความรู้สูงสุดอยู่ที่ระดับ 1 จำนวน 24 คน โดยไม่มีผู้เรียนที่ผ่านการประเมินความรู้ระดับ 2 – 5 หลังจากเข้าศึกษาผู้เรียนทั้งหมดจำนวน 25 คน สามารถผ่านการประเมินความรู้ระดับ 1 – 3 โดยผู้เรียนส่วนใหญ่มีระดับความรู้สูงสุดอยู่ที่ระดับ 4 จำนวน 23 คน และมีผู้เรียนที่มีความรู้ระดับ 5 จำนวน 6 คน

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อประเมินแผนการเรียนรู้การออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 2 แบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า หลังจบบทเรียนการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 2 แบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์ ผู้เรียนมีระดับความรู้สูงสุดเพิ่มขึ้น 3 ระดับ จากระดับ 1 เป็นระดับ 4

ตารางที่ 3 ผลประเมินวัดระดับความรู้ก่อนและหลังเรียนของบทเรียนการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 2 แบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์

จำนวนผู้เรียน 30 คน	รายละเอียด	จำนวนผู้ผ่านการประเมิน	
		ก่อนเรียน	หลังเรียน
ระดับความรู้ 1	เข้าใจประโยชน์ของการสร้างชิ้นงานแบบ 3 มิติ	28	30
ระดับความรู้ 2	เข้าใจวิธีการใช้เครื่องมือพื้นฐานในการสร้างชิ้นงาน 3 มิติ	0	30

จำนวนผู้เรียน 30 คน	รายละเอียด	จำนวนผู้ผ่านการประเมิน	
		ก่อนเรียน	หลังเรียน
ระดับความรู้ 3	สามารถสร้างชิ้นงานตามตัวอย่างได้	0	30
ระดับความรู้ 4	สามารถสร้างชิ้นงาน 3 มิติในแบบของตนเองที่ไม่เหมือนต้นแบบ	0	25
ระดับความรู้ 5	สามารถนำความรู้ในการสร้างชิ้นงาน 3 มิติไปถ่ายทอดให้ผู้อื่นสร้างชิ้นงานในระดับระดับความรู้ 3 ได้	0	5

จากตารางที่ 3 ก่อนเรียน ผู้เรียนส่วนใหญ่มีระดับความรู้สูงสุดอยู่ที่ระดับ 1 จำนวน 28 คน โดยไม่มีผู้เรียนที่ผ่านการประเมินความรู้ระดับ 2 – 5 หลังจากเข้าศึกษาผู้เรียนทั้งหมดจำนวน 25 คน สามารถผ่านการประเมินความรู้ระดับ 1 – 3 โดยผู้เรียนส่วนใหญ่มีระดับความรู้สูงสุดอยู่ที่ระดับ 4 จำนวน 23 คน และมีผู้เรียนที่มีความรู้ระดับ 5 จำนวน 6 คน

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อประเมินแผนการเรียนรู้การออกแบบเครื่องประดับแบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์ พบว่า เมื่อจบบทเรียน ผู้เรียนมีระดับความรู้สูงสุดเพิ่มขึ้น 3 ระดับ จากระดับ 1 เป็นระดับ 4 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ตลอดทุกบทเรียน ผู้เรียนได้รับมอบหมายให้ทำแบบฝึกหัดในทุกบทเรียน โดยแบบฝึกหัดนั้นจะมีความยากและซับซ้อนเพิ่มขึ้นทีละขั้น เพื่อให้ผู้เรียนได้ประยุกต์ใช้องค์ความรู้ และพัฒนาทักษะอย่างค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งสอดคล้องกับที่แนวคิดของวอลตันและแมททิวส์ (Walton & Matthews, 1998) ที่กล่าวว่า การให้ปัญหาตั้งแต่ต้นจะช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความอยากเรียนรู้ และหากผู้เรียนสามารถแก้ปัญหาที่นั้นได้ด้วย ก็จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจและจำหลักความรู้ได้อย่างง่ายและนานขึ้นจากประสบการณ์ของตน

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อประเมินแผนการเรียนรู้การออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 1 แบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์ พบว่า เมื่อจบบทเรียน ผู้เรียนมีระดับความรู้สูงสุดเพิ่มขึ้น 3 ระดับ จากระดับ 1 เป็นระดับ 4 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ แบบฝึกหัดในแต่ละบทเรียนมีการเพิ่มการใช้ทักษะ และความยากของบททดสอบอย่างค่อยเป็นค่อยไปทีละขั้น เพื่อให้ผู้เรียนได้ประยุกต์ใช้ทักษะความรู้ในการแก้ไขปัญหาอย่างค่อยเป็นค่อยไปโดย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาณีย์ จิรธรรกิติ (2554) ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาชีววิทยาและความสามารถในการคิดวิเคราะห์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานและการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคการคิดแบบหมวกหกใบ ซึ่งพบว่า นักเรียนที่ได้รับการเรียนรู้แบบเน้นแก้ปัญหา มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ที่สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องกับการวิจัยของ พรทิพย์ นวลแก้ว (2560) ได้ศึกษา การจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) เพื่อพัฒนา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น รายวิชาวิทยาศาสตร์ ว 23101 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ซึ่งพบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น รายวิชาวิทยาศาสตร์ ว 23101 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 หลังการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อประเมินแผนการเรียนรู้การออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมสามมิติ โปรแกรม 1 แบบการเรียนรู้เชิงรุก ผ่านสื่อในระบบออนไลน์ พบว่า เมื่อจบบทเรียน ผู้เรียนมีระดับความรู้สูงสุดเพิ่มขึ้น 3 ระดับ จากระดับ 1 เป็นระดับ 4 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ แบบฝึกหัดในแต่ละบทเรียนมีการใช้ทักษะ และความยากของบททดสอบอย่างค่อยเป็นค่อยไปที่เพิ่มขึ้น เพื่อให้ผู้เรียนได้ประยุกต์ใช้ทักษะความรู้ในการแก้ไขปัญหาอย่างค่อยเป็นค่อยไปโดย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาสิทธิโชค สิริวัฒน (อินทร์พิบูลย์) (2563) ได้ศึกษา การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาพระพุทธศาสนา โดยใช้วิธีการเรียนรู้เชิงรุก ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ซึ่งพบว่า นักเรียนที่ได้รับการสอนโดยใช้วิธีการเรียนรู้เชิงรุกมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ได้แผนการเรียนรู้แบบการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3 มิติ แบบการเรียนรู้เชิงรุกผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่มีประสิทธิภาพในระดับที่ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในระดับอุตสาหกรรมได้ โดยแผนการเรียนรู้ประกอบเป็น 3 แผน คือ 1. การออกแบบเครื่องประดับและวัสดุ จำนวน 12 บทเรียน 2. การออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรม 3 มิติ โปรแกรม 1 จำนวน 17 บทเรียน และ 3. การออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรม 3 มิติ โปรแกรม 2 จำนวน 16 บทเรียน

สรุป

จากการศึกษากระบวนการออกแบบเครื่องประดับรวมไปถึงโปรแกรม 3 มิติที่มีความเหมาะสมในการนำมาประยุกต์ใช้ในการสอนออกแบบเครื่องประดับ ทำให้ได้โปรแกรมที่มีความเหมาะสมในการนำมาปรับใช้ในการเรียนการสอน และได้นำเอาโปรแกรมดังกล่าวมาผลิตเป็นสื่อในเชิงออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น รูปภาพ เนื้อหา หรือวิดีโอ รวมไปถึงการถามตอบในระบบออนไลน์ นำไปใส่ในระบบจัดการการเรียนการสอนออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (LMS) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถศึกษาเนื้อหาต่างๆ ได้อย่างทั่วถึงในทุกที่และทุกเวลาทั้งยังสามารถเรียนซ้ำได้ จึงเกิดเป็นบทเรียนที่ผสมผสานหลายด้านเข้าด้วยกันโดยเน้นไปที่การสร้างสรรค์เนื้อหาและการเรียนการสอนเชิงรุก ซึ่งเน้นไปที่การศึกษาและพัฒนาบทเรียนโดยเน้นให้ผู้เรียนใช้รูปแบบการเรียนรู้ผ่านกระบวนการวิจัย (Mini-research proposals or project) ซึ่งจะเป็นการให้ผู้เรียนฝึกการเรียนและพัฒนากระบวนการสร้างชิ้นงาน 3 มิติในแบบของตนเองผ่านกระบวนการชี้แนะ (Coaching) ของผู้สอนในระบบออนไลน์ ทำให้เกิดเป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่ส่งเสริมทักษะและ ความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ผู้เรียนสามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างหลากหลายรอบด้านมากกว่าการเรียนรู้แบบท่องจำ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบทเรียนในการเรียนรู้ในเชิงออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถทำให้เกิดการเรียนรู้ได้โดยไม่จำกัดสถานที่ เวลา และระยะทาง ช่วยลดความ

เหลื่อมล้ำทางการเรียนรู้ จากคนที่ได้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบทเรียนทางด้านการออกแบบ 3 มิติ แบบเฉพาะทางในด้านอื่น ๆ ต่อไปได้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาและพัฒนาแผนการเรียนรู้แบบการออกแบบเครื่องประดับด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3 มิติ แบบการเรียนรู้เชิงรุกผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Active e-Learning) ทำให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาแผนการเรียนรู้ทางด้านอื่น ๆ หรือศาสตร์อื่น ๆ ซึ่งเมื่อนำเอาเทคนิคกระบวนการที่ได้จากการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้ไปพัฒนาจะส่งผลให้เกิดแผนการเรียนรู้ต่าง ๆ ที่หลากหลายที่สามารถนำมาประกอบจัดเป็นแผนการเรียนรู้ขนาดใหญ่ ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถศึกษาหาข้อมูลและเรียนรู้ได้จากทุกที่ทุกเวลา รวมไปถึงสามารถเรียนซ้ำได้อย่างไม่จำกัด ซึ่งจะมีผลต่อการเรียนรู้ระยะยาวของผู้เรียน รวมไปถึงสามารถประยุกต์ใช้กับการสอนในห้องเรียนเพิ่มเติมได้ในอนาคต การฝึกปฏิบัติและสร้างสรรค์ผลงานด้วยตนเองของผู้เรียนผ่านกระบวนการแนะแนวทางการเรียนรู้ (Coaching) โดยผู้สอนถือเป็นระบบการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์และให้ผลประโยชน์แก่ผู้เรียน ถึงกระนั้นผู้เรียนจำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานอย่างเพียงพอเพื่อให้มีความรู้ที่หลากหลายในการพัฒนาชิ้นงานในการทำงานจริง ซึ่งความรู้ดังกล่าวสามารถศึกษาได้จากบทเรียนออนไลน์ในช่วงต้นของบทเรียน

เอกสารอ้างอิง

- เจริญ ภูวจิตร. (2564). การจัดการเรียนรู้ทางออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล. ค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2565, จาก <http://www.nidtep.go.th/2017/publish/doc/20210827.pdf>
- ณัฐพล ทิพย์วรรณ. (2563). ศธ. สั่งสถานศึกษาทั่วประเทศ ทั้งรัฐและเอกชน ปิดเรียนด้วยเหตุพิเศษ ป้องกันการแพร่ระบาดโควิด-19. ค้นเมื่อ 17 มีนาคม 2565 จาก <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/27426>
- ตรีสุข ไพชนตวิจิตร และสรลลขนา อิตติสารรัต. (2565). ผลกระทบการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่อการศึกษา. ค้นเมื่อ 17 มีนาคม 2565, จาก <http://www.eco.ru.ac.th/images/document/article/TreeNut/publish02-02.pdf>
- พรทิพย์ นวลแก้ว. (2560). รายงานการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) เพื่อพัฒนา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น รายวิชาวิทยาศาสตร์ ว 23101 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 (รายงานผลการวิจัย). สงขลา: โรงเรียนเทศบาล 5 (วัดหัวป้อมนอก).
- พระมหาสิทธิโชค สิริวัฒน (อินทร์พิบูลย์). (2563). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาพระพุทธศาสนา โดยใช้วิธีการเรียนรู้เชิงรุก ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- รัตนวัชร เพ็ญรัตนหิรัญ และอนุรักษ์ แทนทอง. (2565). ผลกระทบและกลยุทธ์การรับมือในการเรียนออนไลน์ของนักศึกษาภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดโรคโควิด. วารสารพัฒนาการเรียนรู้สมัยใหม่, 7(4), 208 – 233.
- วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ. (2539). ศิลปะเครื่องประดับ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วัฒน์ จุฑะวิภาค. (2545). การออกแบบเครื่องประดับ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภาณีย์ จิรธรรกิติ. (2554). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาชีววิทยาและความสามารถในการคิดวิเคราะห์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานและการจัดการเรียนรู้โดยใช้เทคนิคการคิดแบบหมวกหกใบ (ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักข่าวช่องเจ็ด. (2564). เรียนออนไลน์ ประสิทธิภาพลดลงมากกว่า 50%. ค้นเมื่อ 17 มีนาคม 2565, จาก <https://news.ch7.com/detail/500079>

- สมภาพ จงจิตรีโพธา. (2554). *องค์ประกอบศิลป์*. กรุงเทพฯ: วาดศิลป์.
- สุวิมล มธุรส. (2564). *การบริหารสถานศึกษาในยุค NEW NORMAL COVID-19*. วารสารรัชต์ภาคย์, 15(40), 33 – 42.
- ศูนย์นวัตกรรมการเรียนรู้ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2562). *Active Learning*. ค้นเมื่อ 17 มีนาคม 2565, จาก https://lic.chula.ac.th/images/Active%20Learning/Active%20Learning_01.pdf
- Claire Hoogendoorn. (2015). *The Neuroscience of Active Learning*. Retrieved March 17, 2022, from <https://openlab.citytech.cuny.edu/writingacrossthecurriculum/2015/10/15/the-neuroscience-of-active-learning/>
- Walton and Matthews. (1998). Essentials of Problem-Based Learning. *Medical Education*, 23, 456 – 459.

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย

International Human Resource Management of Multinational Companies in Thailand

สอาด บรรณเจตฤทธิ

Sa-ard Banchirdrit

มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

Stamford International University, Thailand

E-mail: sa-ard.banchirdrit@stamford.edu

Received: 2023-09-13; Revised: 2023-12-06; Accepted: 2023-12-08

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาเชิงโครงสร้างและเชิงภารกิจ ของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทยและเพื่อพัฒนาโมเดลเชิงโครงสร้างและ 2) เพื่อศึกษาและพัฒนาโมเดลบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมและสนทนากลุ่มแบบเจาะจงจากผู้บริหารทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 10 คน โดยใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง เพื่อให้ความเห็นต่อโมเดลการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมาจากการทบทวนวรรณกรรมและการศึกษาสภาพปรากฏการณ์การประเมินการพัฒนาโมเดล และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศจำนวน 3 คนเพื่อยืนยันความเป็นไปได้และความเหมาะสมของโมเดล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเคราะหข้อมูลด้วยการสังเคราะห์เนื้อหาและใช้วิธีสรุปความแบบอุปนัย

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัญหาเชิงโครงสร้างของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ คือ ความซ้ำซ้อนเกินความจำเป็นของหน่วยงานทรัพยากรมนุษย์ประจำสำนักงานใหญ่กับหน่วยงานประจำภูมิภาค สภาพปัญหาเชิงภารกิจคือการยกระดับความสำคัญของดิจิทัลให้เป็นศูนย์กลางขับเคลื่อนภารกิจของงานทรัพยากรบุคคลระหว่างประเทศ 2) โมเดลเชิงโครงสร้างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ประกอบด้วยภารกิจทรัพยากรมนุษย์ระดับโลก ระดับประเทศ ระดับองค์กร และระดับหน่วยงาน ส่วนโมเดลเชิงภารกิจประกอบด้วย การสรรหาบุคคลากรระหว่างประเทศ ผลตอบแทนและสวัสดิการระหว่างประเทศ การพัฒนาบุคคลากรระหว่างประเทศ การสื่อสารสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ความรับผิดชอบต่อสังคมระหว่างประเทศ การบริหารการปฏิบัติงานระหว่างประเทศ และดิจิทัลเพื่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ

คำสำคัญ: การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ, บริษัทข้ามชาติ, โมเดลเชิงโครงสร้างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ, โมเดลเชิงภารกิจการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ

Abstract

This research aimed to study the structural and functional problems of international human resource management (IHRM) of multinational companies in Thailand and to develop a structural IHRM model and functional IHRM model. It was qualitative research. Data collection was conducted through literature review phenomenon observation, and focus group 13 key informants were selected based on purposive sampling method discussion. The researcher developed the assumption model based on a literature review and phenomenal studying. Ten experienced HR professionals and 3 IHRM specialists discussed the model development evaluation. Considering the feasibility and propriety of the model, the data analysis method was conducted by content synthesis and summarized by the inductive reasoning method.

Findings were found as follows: -1) The structural problem of IHRM was duplication of the HR function at the global and regional levels. Regional HR functions could be eliminated for cost savings. The functional problem of IHRM was the lack of digital function. Digital IHRM was recommended to drive HR functions effectively. 2) The structural IHRM model comprises International recruitment, International compensation and benefits, International Development, International communication, International social corporation responsibility, International expatriates, and International digital IHRM.

Keywords: International Human Resource Management, Multinational Companies, Structural IHRM Model, Functional IHRM Model

บทนำ

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ (International Human Resource Management) เป็นภารกิจเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญยิ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของบริษัทข้ามชาติ (Multinational Companies) (Tony, 2021) สืบเนื่องจากระบบเศรษฐกิจของโลกมีการดำเนินไปอย่างเป็นพลวัตรต่อเนื่อง เกื้อกูลซึ่งกันและกัน เริ่มต้นจากการลงทุนเพื่อผลิตสินค้าหรือให้บริการซึ่งต้องใช้แรงงานเพื่อทำการผลิตหรือให้บริการดังกล่าว จากจุดเริ่มต้นนี้เองกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ต้องเข้ามาเกี่ยวข้อง นับจากกระบวนการสรรหา การคัดเลือก การจ่ายค่าตอบแทน และสวัสดิการ เป็นต้น ก็เกิดตามมา บริษัทข้ามชาติ เริ่มต้นจากการทำธุรกิจในประเทศของเจ้าของทุนแล้วขยายการลงทุนไปยังประเทศอื่น ๆ ซึ่งระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ต้องปฏิบัติงานด้านการสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับคนให้แก่ทุกหน่วยปฏิบัติการของการดำเนินงานทางธุรกิจ ความสำคัญของบริษัทข้ามชาติ คือ การสร้างงาน การสร้างรายได้ การสร้างคนให้มีประสิทธิภาพ ความรู้และทักษะฝีมือสูงขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นการสร้างความมั่งคั่งให้กับเจ้าของเงินทุน นักลงทุน และประเทศผู้รับการลงทุนอันถือเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของโลกอีกด้วย (Marzena,



2021) ในอดีตเมื่อกล่าวถึงบริษัทข้ามชาตินั้นหมายถึง บริษัทผู้มีสัญชาติเป็นเจ้าของบริษัทในประเทศแม่ (Parent National Countries) แต่ไปลงทุนในประเทศอื่นที่รับการลงทุนเพื่อทำการผลิตหรือให้บริการ (Host Countries) การที่บริษัทต่างชาติดึงไปลงทุนทำธุรกิจนอกประเทศของตนนั้นแหละ เรียกว่า บริษัทข้ามชาติ (Multinational Company) ในอดีตเมื่อเรากล่าวคำว่าบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย หมายถึง บริษัทที่เป็นของชาวต่างชาติที่มาลงทุนทำธุรกิจในประเทศไทยเป็นหลัก ในปัจจุบันบริษัทข้ามชาติอาจเป็นบริษัทของคนไทยก็ได้ซึ่งบริษัทของคนไทยเหล่านี้ได้ไปลงทุนทำธุรกิจการค้าต่างประเทศไทย บริษัทสัญชาติไทยดังกล่าวนี้เรียกว่า บริษัทข้ามชาติเช่นเดียวกันซึ่งมีจำนวนมากขึ้นตามลำดับ ณ สิ้นปี 2563 บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ลงทุนในต่างประเทศ 278 บริษัทคิดเป็น 37 % ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวนเงินลงทุน 1.39 แสนล้านบาท (Business Today, 2021)

ความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทข้ามชาติ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทข้ามชาติมีความสำคัญในหลากหลายมิติ ดังตัวอย่างที่ยกมานี้ คือ ด้านเศรษฐกิจ บริษัทข้ามชาติมีอิทธิพลต่อระบบเศรษฐกิจไทยอย่างยิ่งเพราะประเทศไทยเป็นประเทศที่อยู่ในระบบการค้าเสรี การส่งออกและนำเข้าสินค้าชนิดต่าง ๆ คือฟันเฟืองหลักของเศรษฐกิจไทยหมวดหนึ่ง ผู้มีบทบาทรายใหญ่ในระบบเศรษฐกิจไทย คือ การท่องเที่ยว และการส่งออก ในกลุ่มการส่งออกที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจปีละหลายแสนล้านบาทนั้น ผู้ส่งออกรายใหญ่ส่วนมากเป็นบริษัทข้ามชาติ ร้อยละ 58.9 บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ บริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ มีมูลค่าส่งออกประมาณ 5.6 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ (เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ และคณะ, 2550) ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ บริษัทข้ามชาติทั้งหลายนอกจากมีอิทธิพลทางเศรษฐกิจแล้วยังมีอิทธิพลต่อการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในประเทศไทยด้วย เป็นที่ทราบทั่วกันว่าองค์ความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจอุตสาหกรรมนั้นได้รับการถ่ายทอดและการพัฒนาจากบริษัทข้ามชาติทั้งหลายเป็นหลักก่อนที่ความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ถูกพัฒนามาเป็นศาสตร์ดังที่รู้จักกันในปัจจุบันด้านการถ่ายทอดนวัตกรรมและเทคโนโลยี บริษัทข้ามชาติเป็นเจ้าของเทคโนโลยี เจ้าของผลิตภัณฑ์ เจ้าของผลงานวิจัยเพื่อการพัฒนาทั้งผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการต่าง ๆ เป็นต้น องค์กรธุรกิจและองค์กรภาครัฐได้เรียนรู้ความเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีจากบริษัทข้ามชาติที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก

ปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย ปัญหาของบริษัทข้ามชาติที่มาดำเนินธุรกิจในประเทศไทยมีจำนวนมากจึงขอกำหนดโดยสรุป ดังนี้ 1) ปัญหาด้านอัตราค่าจ้างคน 2) ปัญหาด้านการลาออกจากงาน 3) ปัญหาเรื่องเวลาการปฏิบัติงาน 4) ปัญหาด้านการติดต่อหน่วยงานราชการ 5) ปัญหาด้านกฎหมาย 6) ปัญหาความแตกต่างทางวัฒนธรรม 7) ปัญหาด้านการจ่ายค่าตอบแทน และ 8) ปัญหาด้านนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคม (กัญจนวลัย นนทแก้ว แฟร์รี และวรรณภา ลือกิตตินันท์, 2561, ธารทิพย์ พจน์สุภาพ และรุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์, 2560)

บทความวิจัยนี้นำเสนอวัตถุประสงค์การวิจัย การทบทวนวรรณกรรม กระบวนการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย และข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาเชิงโครงสร้างและเชิงภาระกิจของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาและพัฒนาโมเดลการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ หมายถึง กระบวนการบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทข้ามชาติอันประกอบด้วย 1) การสรรหา การคัดเลือก และการว่าจ้างบุคลากร 2) การปฐมนิเทศและการพัฒนาทักษะที่จำเป็น 3) การบริหารเงินเดือนและผลตอบแทน 4) การสื่อสารและพนักงานสัมพันธ์ 5) การฝึกอบรมและพัฒนา และ 6) การบริหารจัดการพนักงานต่างชาติ

หลักการของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ

องค์ประกอบเชิงโครงสร้างของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ มี 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ภาระกิจการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มี 3 อย่าง คือ 1) การจัดหาบุคลากร (Procure) 2) การจัดส่งบุคลากรไปปฏิบัติงานที่บริษัทสาขาในต่างประเทศ (Relocate) และ 3) การใช้ประโยชน์จากบุคลากร (Utilize) ส่วนที่ 2. บุคลากร มี 3 ประเภท คือ 1) บุคลากรในประเทศบริษัทแม่ (Parent-country nationals) 2) บุคลากรในประเทศบริษัทลูก (Host- country nationals) และ 3) บุคลากรที่ถูกจ้างจากประเทศที่สาม (Third - country nationals) และ ส่วนที่ 3. ที่เกี่ยวข้องกับประเทศ มี 3 ประเภท คือ 1) ประเทศที่เป็นบ้านเจ้าของธุรกิจ (Home Country) 2) ประเทศที่บริษัทลูกตั้งอยู่ (Host Country) และ 3) ประเทศอื่น ๆ ที่ไปจ้างงาน (Third. Country) (Morgan, 1986)



ภาพที่ 1 โครงสร้างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ
ที่มา (Tony & Chris, 2017)

จากรูปภาพข้างต้นสามารถอธิบายให้เห็นความเชื่อมโยงเชิงความสัมพันธ์ที่ตั้งของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศเป็นระบบการบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทข้ามชาติ (Multinational Company) ซึ่งมีทั้งระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลก

องค์ประกอบเชิงภารกิจ หน้าที่ของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ ประกอบด้วย 1) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ 2) การสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ 3) การบริหารเงินเดือนและผลตอบแทนระหว่างประเทศ 4) การรับฟังเสียงสะท้อนของพนักงานระหว่างประเทศ 5) ความรับผิดชอบต่อสังคมระหว่างประเทศ และ 6) การมอบหมายงานระหว่างประเทศและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Tony & Chris, 2017)

บริษัทข้ามชาติและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในประเทศไทย

ผู้วิจัยขอสรุปการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทยเป็น 3 ช่วงเวลา ช่วงเวลาละ 20 ปี ดังนี้

ช่วงที่ 1 ปี ค.ศ.1960 - 1980 ช่วงเวลานี้เป็นช่วงที่อุตสาหกรรมภาคการผลิตทยอยเข้ามาลงทุนเพื่อตั้งโรงงาน และบริษัทจัดจำหน่ายสินค้านำเข้าในประเทศไทยมากขึ้น ดังนั้น จำนวนบริษัทข้ามชาติจึงเริ่มมีบทบาทการนำในทุกสายงานอันรวมถึงการจัดการงานด้านบุคคลด้วย ธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลาง ขนาดใหญ่ที่เข้ามาลงทุนในช่วงเวลา 20 ปีดังกล่าว ส่วนมากเป็นของญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา เช่น ลักษณะเด่นของการจัดการทรัพยากรระหว่างประเทศในยุคนี้ คือ 1) ผู้บริหารสูงสุดและตำแหน่งรองลงมาที่สำคัญ เช่น งานวิศวกรรม งานบัญชีการเงิน จะเป็นชาวต่างชาติที่ส่งมาจากสำนักงานใหญ่ทั้งหมด ส่วนงานด้านบุคคลจะมีชาวต่างชาติมาเป็นผู้บริหารบ้างในระยะเริ่มต้นเพื่อพัฒนาคนไทยขึ้นมาดูแลรับผิดชอบ ในช่วงเวลานี้เป็นช่วงท้าทายของบุคคลากรในสายงานบุคคลเพราะจุดอ่อนของคนไทยในขณะนั้น คือ ความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาญี่ปุ่น และองค์ความรู้เชิงวิชาการของงานบริหารบุคคลยังมีน้อยมาก ทั้งเรื่องตัวบุคคลและองค์ความรู้ในยุคนี้ได้อาศัยท่านที่เคยทำงานกับฐานทัพอเมริกัน ท่านที่เคยศึกษาในต่างประเทศมาก่อน และท่านที่เป็นข้าราชการระดับสูง ระดับชำนาญการของกรมแรงงาน กรมประชาสงเคราะห์ สำนักงาน ก.พ. เป็นต้น

การจัดการงานทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศของบริษัทข้ามชาติในระยะแรกจะเน้นที่การสรรหาคนภายในประเทศเพื่อส่งไปปฏิบัติงานในบริษัทลูกในต่างประเทศ การหาที่ปรึกษาด้านการบริหารบุคคล และการบริหารจัดการพนักงานต่างชาติ (Expatriates) ส่วนในประเทศที่บริษัทลูกตั้งอยู่จะเน้นเรื่องการหาคนมาทำงานให้ได้ก่อน และการปฏิบัติตามกฎหมายของไทย

ปัญหาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทยในระยะแรก คือ ความแตกต่างทางวัฒนธรรม ความแตกต่างด้านกฎหมาย การสื่อสารภาษาพูด การปรับตัวไม่ได้ของบุคคลากรชาวต่างชาติ และความรู้สึกแปลกแยกของแรงงานไทย เป็นต้น

ช่วงที่ 2 ปี ค.ศ. 1981 - 2000 ช่วงเวลานี้เป็นยุคทองของการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของไทย ระบบเศรษฐกิจในช่วง 20 ปีนี้ มีบางช่วงการเจริญเติบโตมากกว่า 10 เปอร์เซ็นต์ต่อปีต่อเนื่องกันเป็นเวลาหลายปี และในขณะเดียวกันมีบางช่วงเวลาที่อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมีปัญหาอย่างเช่นตั้งแต่ปี 1979 ถึง 1983 เศรษฐกิจของธุรกิจข้ามชาติบางประเภทมีปัญหา เช่น อุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ถึงขั้นต้องใช้

มาตรการเลิกจ้างคนงานจำนวนมากเพื่อพยุงธุรกิจเอาไว้ อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศในช่วงเวลานี้ธุรกิจข้ามชาติในประเทศไทยต้องเดินผ่านภาวะทางเศรษฐกิจทั้งขาขึ้นและขาลง จึงได้รับบทเรียนทางการบริหารจัดการคน กล่าวคือ ในภาวะเศรษฐกิจขาลงต้องเผชิญกับการลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานควบคู่กันไปซึ่งเป็นกระทำที่ยากและท้าทาย ส่วนในภาวะที่เศรษฐกิจฟื้นตัว เติบโต จะประสบปัญหาขาดแคลนทรัพยากรที่จำเป็น เช่น ขาดแคลนแรงงาน ขาดแคลนช่างเทคนิค และขาดแคลนวิศวกร เป็นต้น

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศในประเทศไทยในช่วงนี้ สิ่งเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นคือ 1) การเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมของผู้บริหารระดับสูงที่ส่งมาจากบริษัทแม่มีมากขึ้น ดังนั้นจึงช่วยลดช่องว่างระหว่างผู้บริหารระดับสูงกับบุคลากรท้องถิ่นลงได้มาก 2) การส่งพนักงานท้องถิ่นไปฝึกงาน ฝึกอบรม บริษัทแม่มีมากขึ้นไม่ว่าเป็นประเทศญี่ปุ่นหรือสหรัฐอเมริกา และ 3) ผู้บริหารที่เป็นคนไทยได้รับโอกาสให้ได้รับตำแหน่งระดับสูงขององค์กรมีมากขึ้น

ช่วงที่ 3. ปี ค.ศ. 2001 - 2020 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทยในยุคนี้ถือว่าเป็นยุคที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงเริ่มตั้งแต่ยุค Y2K ในปี ค.ศ. 2000 นวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้าสู่ทุกภาคส่วนของสังคม ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมได้รับผลกระทบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบควบคู่กันไป กล่าวคือ ผลกระทบเชิงบวก เช่น 1) ด้านความเร็ว ระบบคอมพิวเตอร์ช่วยให้การทำงานเร็วขึ้น 2) ระบบการบันทึกข้อมูลต่าง ๆ คอมพิวเตอร์เข้ามาบันทึกแทนแรงงานคนทำให้มีประสิทธิภาพมากกว่า 3) ระบบการสื่อสารทำได้เร็วขึ้น ลึกมากกว่าเดิม กว้างมากกว่าเดิมส่งผลต่อการช่วยลดต้นทุนได้มากในทางตรงกันข้าม ผลกระทบเชิงลบก็มี เช่น 1) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีน้อยลง 2) การก้าวตามเทคโนโลยีไม่ทัน จะมีกลุ่มคนบางช่วงวัยที่ตามเทคโนโลยีไม่ทัน และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีไม่เต็มที่ 3) ความเป็นมนุษย์ในบางมิติถูกมองว่าต่ำลง

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทยในช่วงนี้มีความเปลี่ยนแปลงไปมาก เช่น 1) ผู้บริหารระดับสูงสุดของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทยมีการเปิดโอกาสให้คนไทยมีมากขึ้น 2) ระบบการทำงานมีความสะดวกมากขึ้น 3) การพัฒนาความรู้ ความสามารถให้แก่บุคลากรอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง และ 4) การตอบสนองทางการสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์กรเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีความทั่วถึงมากขึ้น

ปัญหาความท้าทายของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ

ปัญหาที่ท้าทายการจัดการทรัพยากรมนุษย์นานาชาติในยุคปัจจุบันโดยสรุป คือ 1) การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะที่มีฝีมือตรงกับความต้องการของธุรกิจ 2) ความล้มเหลวในการมอบหมายงานให้ผู้ถูกว่าจ้างไปปฏิบัติงานในต่างประเทศ 3) ความไม่ลงตัวของความเป็นท้องถิ่นและความเป็นมาตรฐานสากลของแนวปฏิบัติต่าง ๆ ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และ 5) วิวัฒนาการของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัล

ปัญหาของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย

ผู้วิจัยสรุปประเด็นหลักของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทยใน 5 ประเด็น คือ

1. ด้านวัฒนธรรม ความคิด ความเชื่อ วิถีชีวิตที่มีต่อทัศนคติในการทำงาน

2. ด้านการสื่อสาร การใช้ภาษาต่างประเทศยังอยู่ในอัตราต่ำ
3. ด้านภาวะผู้นำของพนักงานระดับกลางที่จะพัฒนาสู่ผู้นำระดับสูงในองค์กรยังมีค่อนข้างจำกัด
4. การขาดแคลนแรงงานฝีมือ ช่างเทคนิค วิศวกร และโปรแกรมเมอร์ เป็นต้น
5. กฎหมายเกี่ยวกับการอนุญาตทำงาน ค่าแรงขั้นต่ำ การเข้า-ออกประเทศ เป็นต้น

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศหลังโควิด - 19

แนวปฏิบัติด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทยหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 มีบริษัทจำนวนหนึ่งได้มีการปรับเปลี่ยนนโยบายด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เช่น นโยบายการทำงานทางไกล การใช้เทคโนโลยี ยกเลิกนโยบายการเกษียณอายุ เป็นต้น การจ้างงานโครงการ โดยจ่ายผลตอบแทนสูงแต่มีระยะเวลาสั้น การประชุมใช้ออนไลน์เป็นหลัก จ้างบริษัท Outsource ทำการสรรหาและจ่ายเงินเดือนและสวัสดิการ ระบบการฝึกอบรมกับสถาบันการศึกษา/วิชาชีพ การนำ AI มาใช้ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น

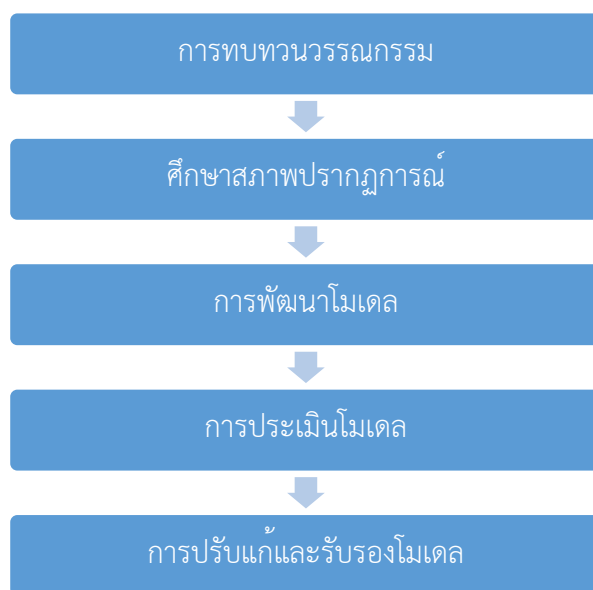
โดยสรุป การจัดการทรัพยากรมนุษย์หลังโควิด-19 มีการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น ใช้คนน้อยลง เน้นพัฒนาคนให้มีทักษะมากกว่าหนึ่งด้าน รูปแบบการจ้างงานเน้นความสามารถและผลงานไม่คำนึงถึงอายุ ส่งเสริมการทำงานทางไกล งานเกี่ยวกับ Expiate ใช้บริษัท Outsource เป็นส่วนใหญ่ (สอาด บรรเจิดฤทธิ์, 2564, 2565)

บทสรุปจากการทบทวนวรรณกรรม

สภาพแวดล้อมของโลกที่เปลี่ยนไปนับจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปี 2019 เป็นต้นมาทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางด้านวิถีชีวิต พฤติกรรมการบริโภค และเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตมากขึ้น อย่างไม่เคยมีมาก่อน สิ่งเหล่านี้ทำให้การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศเปลี่ยนแปลงไปทั้งในแง่โครงสร้างและภารกิจ ดังนั้นการศึกษาเรื่องโมเดลการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศหลังยุคโควิด-19 จึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยได้สรุปโมเดลการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศเชิงโครงสร้างและเชิงภารกิจ จากการทบทวนวรรณกรรม กล่าวคือ โครงสร้างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศจากการทบทวนวรรณกรรม ประกอบด้วย 1) Global : ระดับโลก 2) Regional : ระดับภูมิภาค 3) National : ระดับชาติ 4) Organizational : ระดับองค์กร 5) Multinational Company : บริษัทข้ามชาติ และ IHRM : การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีโครงสร้างเชิงภารกิจ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศจากการทบทวนวรรณกรรม ประกอบด้วย 1) การสรรหา-การคัดเลือกระหว่างประเทศ 2) การฝึกอบรม-พัฒนาระหว่างประเทศ 3) เงินเดือน - ผลตอบแทนระหว่างประเทศ 4) การรับฟังเสียงพนักงานนานาชาติ-เปรียบเทียบ 5) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรระหว่างประเทศ และ 6) การเคลื่อนย้ายเข้าสู่ประเทศและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ

กระบวนการวิจัย

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยนำหลักการการสร้างและพัฒนาโมเดลของ Keeves (1998) และของชัยวิชิต เชียรชนะ (2560) มาเป็นกรอบกระบวนการศึกษา ดังรูปภาพที่ 2 ด้านล่างนี้



ภาพที่ 2 กรอบการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นไปตามกระบวนการสร้างและพัฒนาโมเดลอันประกอบด้วย การทบทวนวรรณกรรม ศึกษาสภาพปรากฏการณ์ พัฒนาโมเดล ประเมินโมเดล และการให้คำรับรองโมเดล (Keeves 1998, ชัยวิจิต เชียรชนะ, 2560) เก็บข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม การสนทนากลุ่ม สัมภาษณ์เชิงลึก (Indept - Interview) และใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ หัวหน้าสายงานการจัดการทรัพยากรมนุษย์ประจำสำนักงานใหญ่ของบริษัทข้ามชาติ 5 บริษัท บริษัทละ 1 คน รวมจำนวน 5 คน และหัวหน้าสายงานทรัพยากรบุคคลประจำประเทศไทย 5 บริษัท ๆ ละ 1 คน รวมจำนวน 5 คน และใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง ผู้ให้คำยืนยันความถูกต้องของตัวแบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศขั้นสุดท้ายซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดของบริษัทข้ามชาติหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจำนวน 3 คน รวมผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยนี้ทั้งหมด จำนวน 13 คน มีการตรวจสอบข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาเชิงโครงสร้างและเชิงภารกิจของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศในประเทศไทย พบว่า ปัญหาเชิงโครงสร้างประกอบด้วย โครงสร้างเชิงที่ตั้งกล่าวคือ สำนักงานใหญ่ สำนักงานประจำภูมิภาค สำนักงานประจำประเทศ แล้วลงมาที่องค์กรคือบริษัทแต่ละบริษัทและมาถึงส่วนงานการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรนั้น ๆ ลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความซ้ำซ้อนในโครงสร้างสายการบังคับบัญชาหลายขั้นตอน ใช้เวลามาก กรณีนี้เกิดขึ้นกับบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ที่มามีการลงทุนในประเทศไทยมีหน่วยธุรกิจมากกว่าหนึ่งหน่วย เช่น มีโรงงานอุตสาหกรรมเป็นหนึ่ง

บริษัทมีหน่วยงานขายเป็นอีกหนึ่งบริษัท และมีหน่วยงานบริการอีกหนึ่งบริษัท โครงสร้างลักษณะดังกล่าวนี้ก่อให้เกิดปัญหาทางการบริหารทั้งภายในและภายนอกมาก ในการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เห็นด้วยให้ตัดจุดที่เป็นความซ้ำซ้อน เช่น สำนักงานประจำภูมิภาคในหลายบริษัทสำนักงานดังกล่าวมีไว้เพื่อการประสานงานเป็นหลัก ในสังคมยุคดิจิทัลความสะดวกทางการสื่อสารและอื่น ๆ มีมากเพียงพอแล้ว ส่วนปัญหาเชิงภารกิจด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์นั้น ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นร่วมกันว่า ภารกิจด้านทรัพยากรมนุษย์ยังมีสัดส่วนงานเชิงธุรการมากกว่างานเชิงกลยุทธ์ที่จะส่งผลกระทบต่อลูกค้าและผลประโยชน์ทางตรงแก่องค์กร ดังนั้นจึงมีการเสนอให้ตัดงานที่ไม่จำเป็นออก มีการรวมงานเป็นกลุ่ม การนำเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ให้เต็มที่ และมีการจ้างบริษัทผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านรับไปทำลักษณะ Outsourcing.

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาและพัฒนาโมเดลด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย กระบวนการศึกษาเป็นไปตามลำดับ ดังนี้ (1.2.3.4.)

1. การศึกษาสภาพปรากฏการณ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 และหลังจากการแพร่ระบาดของโควิด-19

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ช่วงการระบาดของโควิด-19 เดือนมกราคม 2520 ถึง ธันวาคม 2522 เกิดภาวะชะงักงันทั้งระบบในช่วงรัฐบาลประกาศให้มีการหยุดการผลิต การบริการ การเดินทางทางอากาศทางเรือ และชะลอการเดินทางทางบก ภาวะดังกล่าวเรียกกันว่า “การชัตดาวน์ประเทศ” (Shutdown) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ก็ถูกชัตดาวน์ไปด้วย สิ่งที่เกิดขึ้นในช่วงแรก คือ การสั่งปิดงาน การทำงานจากบ้าน การสั่งให้พนักงานใช้สิทธิวันลาตามระเบียบของแต่ละองค์กร เป็นต้น

แนวปฏิบัติใหม่ (New Normal) ในระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในขณะนั้นคือ

การนำระบบเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในระบบการจัดการงานทรัพยากรมนุษย์ เช่น การส่งงาน การรายงาน การประชุม และวิธีปฏิบัติด้านทรัพยากรมนุษย์ เช่น การสัมภาษณ์งาน การปฐมนิเทศ ระบบบริหารค่าจ้าง-ผลตอบแทน การลาชนิดต่าง ๆ และการสื่อสารสัมพันธ์ล้วนใช้ดิจิทัลทั้งสิ้น

เมื่อการแพร่ระบาดของโควิด-19 สงบลง สภาพแวดล้อมทางการบริหารเปลี่ยนไป แนวปฏิบัติใหม่กลายมาเป็นวิถีปกติ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ทั้งของบริษัทข้ามชาติและบริษัทไทยต่างอยู่ในภาวะการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป เช่น การปรับเปลี่ยนนโยบายด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การยึดถือแนวปฏิบัติบางประการเหมือนที่เคยปฏิบัติในขณะโควิด-19 แพร่ระบาด นั่นคือการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ขับเคลื่อนโดยดิจิทัล (Digital Driven HRM)

2. การพัฒนาโมเดลการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศหลังโควิด-19

นิยามของโมเดลการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในการศึกษานี้ หมายถึง โครงสร้างความสัมพันธ์ของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ และโครงสร้างภารกิจของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ สำหรับความคาดหวังจากการพัฒนาโมเดลนี้เพียงแค่การปรับและรับรองสมมติฐานของโมเดลโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ทั้งในระดับระหว่างประเทศและระดับชาติจำนวน 13 คน เป็นผู้ปรับแก้โมเดลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและให้การรับรองเบื้องต้นสำหรับการศึกษานี้

โมเดลที่นำมาเป็นต้นแบบโมเดลสมมติฐานนี้ คือ โมเดลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ดังรูปภาพที่ 2

3. การประเมินโมเดลการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศหลังโควิด-19

ในการประเมินการพัฒนาโมเดลนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Joint Committee on Standard of Educational Evaluation (1994) มาประยุกต์ใช้ในการประเมินโมเดลประกอบด้วยมาตรฐาน 4 ด้าน คือ 1) มาตรฐานด้านอรรถประโยชน์ (Utility) 2) มาตรฐานด้านความเป็นไปได้ (Feasibility) 3) มาตรฐานด้านความเหมาะสม (Propriety) และ 4) มาตรฐานด้านความถูกต้องแม่นยำ (Accuracy) อย่างไรก็ตาม ในขั้นนี้ บทบาทการประเมินจึงเพียงการประเมินพื้นฐานจะประยุกต์ใช้เพียง 2 มาตรฐาน คือ มาตรฐานด้านความเป็นไปได้ และมาตรฐานด้านความเหมาะสม

การประเมินการพัฒนาโมเดลเชิงโครงสร้างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ 13 คน มีความคิดเห็นในโมเดลโครงสร้างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศที่ผู้วิจัยนำเสนอ ดังนี้

1. มาตรฐานด้านความเป็นไปได้

เนื่องจากโครงสร้างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศที่นำเสนออันประกอบด้วย ระดับโลก ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ ระดับองค์กร ระดับธุรกิจข้ามชาติ และระดับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เป็นการแสดงความสัมพันธ์เชิงพื้นที่และเป็นที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง มีความประหยัด และมีความคุ้มค่า

2. มาตรฐานด้านความเหมาะสม

เป็นลักษณะของโมเดลที่สามารถรับประกันถึงการได้ดำเนินการตามระเบียบแบบแผน เป็นไปตามหลักจริยธรรม ไม่ส่งผลกระทบเสียหายต่อผู้เกี่ยวข้อง ในภาพรวมผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ให้การยอมรับ อย่างไรก็ตาม มีผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่านให้ความเห็นว่า โมเดลที่เสนอนั้นเป็นการอธิบายการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศเชิงที่ตั้งบนบริบทของสภาพแวดล้อมทางการบริหารยุคเก่า ทั้งสองท่านมีความเห็นสอดคล้องกันว่า ระดับภูมิภาค (Regional) ควรตัดออกเนื่องจากการบริหารสั่งการจากสำนักงานใหญ่ควรถึงระดับประเทศจะเป็นการประหยัดและลดขั้นตอนการทำงานลงได้ อีกหัวข้อหนึ่งที่ผู้เชี่ยวชาญสองท่านเสนอความเห็นให้ตัดออกเพื่อลดความซ้ำซ้อนคือ บริษัทข้ามชาติ (Multinational Corporations) เพราะคำว่าจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ หมายถึง บริษัทข้ามชาติอยู่แล้ว เมื่อผู้วิจัยนำเสนอผู้เชี่ยวชาญชุดปรับแก้และให้คำรับรองสุดท้าย 3 ท่านพิจารณา ทั้งสามท่านเห็นด้วยกับความเห็นให้ตัดระดับภูมิภาค (Regional) และบริษัทข้ามชาติออก (Multinational Corporation) ดังนั้นโมเดลเชิงโครงสร้างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศที่ได้รับการรับรอง ดังรูปภาพที่ 3



ภาพที่ 3 โมเดลการจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงโครงสร้างที่ได้รับการรับรอง (Modified Model)

การประเมินโมเดลเชิงภารกิจของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ

หลักเกณฑ์ที่นำมาเป็นแนวทางในการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญคือ มาตรฐานด้านความเป็นไปได้ (Feasibility) และมาตรฐานด้านความเหมาะสม (Propriety) เช่นเดียวกับการพิจารณาโมเดลเชิงโครงสร้างแบบพื้นที่ในข้อแรก ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 10 คน ได้อภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นว่าโมเดลเชิงภารกิจตามที่เสนอเป็นไปตามหลักการของมาตรฐานสองประการที่วางไว้เป็นแนวทางหรือไม่ มีความขัดแย้งในด้านใดหรือไม่ ในที่สุดคณะผู้เชี่ยวชาญยอมรับในภารกิจของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศตามโมเดลที่เสนอ แต่ขอให้มีการปรับแก้ 2 ประการ คือ 1) ให้เพิ่มดิจิทัล (Digital) เป็นศูนย์กลางของโมเดลเชิงภารกิจเพื่อความเหมาะสมสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของโลก 2) ลักษณะโมเดลควรเปลี่ยนรูปแบบตั้งเป็นรูปแบบอื่นเนื่องจากรูปแบบแนวตั้งอาจชี้นำผู้อ่านให้มีจินตนาการว่าเป็นการจัดเรียงภารกิจตามลำดับเท่านั้น ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญบางท่านอธิบายว่า โมเดลเชิงภารกิจของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ยุคหลังโควิด-10 คือ “People - Digital - People” หรือ PDP Model โดยมีคำอธิบายเพิ่มเติมว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศยุคใหม่คือ Digital นี้ องค์ประกอบสำคัญ คือ คนในฐานะผู้ทำประโยชน์ ดิจิทัล ในฐานะเป็นเครื่องมือที่ขาดไม่ได้ในการส่งผ่านประโยชน์ดังกล่าวไปให้ “คน” อีกกลุ่มหนึ่งซึ่งเป็นผู้รับประโยชน์ ที่ประชุมเห็นด้วยในหลักการ

การปรับแก้และการรับรองโดยผู้เชี่ยวชาญด้านทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ 3 ท่าน ในกระบวนการนี้ ผู้เชี่ยวชาญได้นำหลักการของกรอบมาตรฐานสองประการข้างต้นมาเป็นแนวทางหลักในการพิจารณาเช่นเดียวกัน

ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นไปในแนวทางเดียวกันใน 2 ประเด็น คือ 1) โมเดลที่เสนอมีประโยชน์ต่อวงการการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ มีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ และมีความเหมาะสม 2) รับรอง

โมเดลตามเสนอ แต่ให้ใช้ชื่อ Proposed PDP Model เนื่องจากกระบวนการวิจัยการสร้างโมเดลใหม่ต้องผ่านกระบวนการทดลองใช้ และมีการประเมินการทดลองใช้ขั้นสุดท้ายจึงจะมีความสมบูรณ์



ภาพที่ 4 Modified PDP Model

อภิปรายผล

1. ปัญหาเชิงโครงสร้างและเชิงภารกิจของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ

จากผลการวิจัยสามารถสรุปปัญหาเชิงโครงสร้างของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศได้ 5 ประเด็น คือ 1) ประเด็นทางวัฒนธรรม สืบเนื่องจากการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศเป็นการบริหารจัดการกลุ่มคนที่มีความหลายทางวัฒนธรรม ดังนั้นความแตกต่างนำไปสู่ความไม่เข้าใจ การไม่ยอมรับ และกลายเป็นปัญหาทางการบริหาร 2) ประเด็นทางการสื่อสาร ความแตกต่างด้านภาษามีผลโดยตรงต่อความเข้าใจ และความไม่เข้าใจอันสืบเนื่องมาจากภาษาที่ต่างกันนำไปสู่การไม่ยอมรับซึ่งกันและกัน 3) ประเด็นทางการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมในสถานที่ทำงานใหม่ในต่างประเทศนำไปสู่ความไม่พอใจในงาน ไม่มีความสุขในการทำงาน อันนำไปสู่การขอลาออกหรือขอย้ายกลับบริษัทแม่ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ทางการบริหาร ในประเด็นการสื่อสารนี้ยังมีปัญหาด้านความห่างไกลของที่ตั้งระหว่างบริษัทแม่กับบริษัทลูกส่งผลกระทบใกล้ชิดระหว่างผู้บริหารระดับสูงของบริษัทแม่กับผู้บริหารและบุคลากรของบริษัทลูก 4) ความแตกต่างด้านกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ ของประเทศที่บริษัทลูกตั้งอยู่กับประเทศของบริษัทแม่ และประเทศอื่น ๆ ที่บริษัทแม่ว่าจ้างบุคลากรไปทำงานในบริษัทลูก เช่น กฎหมายคนเข้าเมือง ใบอนุญาตการทำงาน การต่ออายุวีซ่า เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อความสุขในการทำงานของบุคลากรชาวต่างชาติอันเป็นปัญหาแก่บริษัทแม่และบริษัทลูกเช่นเดียวกัน และ 5) ประเด็นความขาดแคลนบุคลากรที่มีฝีมือด้านต่าง ๆ เช่น ช่างเทคนิค วิศวกร โปรแกรมเมอร์ เป็นต้น



ในประเทศที่ไปลงทุนอันเป็นเหตุให้ต้นทุนด้านแรงงานสูงขึ้นมาก อนึ่งคำว่า โมเดลเชิงโครงสร้างในการวิจัยนี้ หมายถึง โครงสร้างด้านที่ตั้งของการลงทุนทำธุรกิจเป็นสำคัญ มิได้หมายถึงโมเดลเชิงโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Relationship Model) ที่ทราบกันดีในหมู่นักวิจัยแต่อย่างใด สอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่อง ประเด็นและความท้าทายในงานด้านทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจระหว่างประเทศ โดยธารทิพย์ พจน์สุภาพ และ รุ่งอรุณ กระแสสินธุ์ (2560) พบว่า ปัญหาของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ ประกอบด้วย การคัดเลือกและการมอบหมายงาน การจ่ายค่าตอบแทน การเตรียมความพร้อม ภาษา และกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เป็นต้น

2. โมเดลเชิงภารกิจของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ การศึกษาโมเดลในการวิจัยนี้ เพียงเพื่อทราบว่า โมเดลที่ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมแล้วผ่านกระบวนการการวิจัยโมเดล 3 ขั้นตอน คือ การศึกษาสภาพปรากฏการณ์ การสร้างและพัฒนาโมเดล และ การประเมินการสร้างและการรับรองเบื้องต้น จะมีรูปลักษณะเป็นอย่างไร โมเดลเชิงภารกิจของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม คือ การสรรหาบุคคลากรระหว่างประเทศ ผลตอบแทนและสวัสดิการระหว่างประเทศ การพัฒนาบุคคลากรระหว่างประเทศ การสื่อสารสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ความรับผิดชอบต่อสังคมระหว่างประเทศ และการปฏิบัติงานระหว่างประเทศ ภารกิจเหล่านี้ได้รับการยอมรับจากผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ภายใต้เงื่อนไขด้วยการปรับแก้โดยการเพิ่มระบบดิจิทัลให้เป็นศูนย์กลางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ และปรับปรุงรูปแบบโมเดลจากแนวตั้งเป็นกรอบวงกลมโดยมีดิจิทัลอยู่ตรงกลาง สอดคล้องกับบทความเรื่องการสร้างและพัฒนาโมเดล/รูปแบบจำลอง/ตัวแบบของชัยวิชิต เอียรชนะ (2560) ที่อธิบายว่า กระบวนการวิจัยโมเดลต้องประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษาสภาพการณ์ 2) สร้างหรือพัฒนาโมเดล 3) ประเมินการสร้างและพัฒนาโมเดล 4) ทดลองใช้โมเดล และ 5) ประเมินทดลองโมเดล

นอกจากนั้นคณะผู้เชี่ยวชาญการจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ 3 ท่าน แนะนำให้เปลี่ยนชื่อโมเดลเป็น Proposed P D P Model (People - Digital - People) ทั้งนี้เนื่องจากต้องการเห็นโมเดลนี้ผ่านกระบวนการวิจัยโมเดลอีก 2 ขั้นตอน คือ การทดลองใช้งานและการประเมินผลการทดลองใช้งาน

ข้อจำกัดของการวิจัยนี้ คือ ระเบียบวิธีการวิจัยมีลักษณะเป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยเชิงโมเดล (Model Research Approach) เพียงบางส่วนเนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้คำตอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่ตั้งไว้ทั้งสองข้อในระดับที่น่าพอใจ และได้โมเดลการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทยดังที่แสดงในภาพที่ 4 Modified People - Digital - People Model (PDP Model) เพื่อเป็นตัวแบบขั้นต้นที่จะทำการศึกษาและพัฒนาต่อไป การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดด้านเวลาจึงทำให้ขาดความสมบูรณ์ซึ่งผู้วิจัยจะดำเนินการต่อไป



ภาพที่ 5 โมเดลเชิงการะกิจจัดการทรัพยากรมนุษย์ระหว่างประเทศ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การกำหนดประเด็นปัญหาการวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัยที่ซับซ้อน ควรจะไปทางใดทางหนึ่ง เช่น การศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไข หากจะศึกษาเรื่องโมเดล ควรจะทำการวิจัยโมเดลเพียงอย่างเดียว เนื่องจากขั้นตอนการวิจัยมีถึง 5 ขั้นตอน คือ ศึกษาสภาพปรากฏการณ์ สร้าง/พัฒนาโมเดล ประเมินการสร้าง/พัฒนาโมเดล ทดลองใช้โมเดล และประเมินการทดลองใช้โมเดลซึ่งต้องใช้เวลาในการศึกษาเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ และการทดลองใช้โมเดลต้องใช้เวลามากพอสมควรจึงจะสามารถประเมินผลที่จะสร้างความน่าเชื่อถือได้ การกระจายอำนาจของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) กล่าวคือ การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้อย่างละเอียด และการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาคำตอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่จะได้มาโดยกระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ เช่น การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การหาค่าความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะการวิจัยที่จะพิสูจน์โมเดลในบางแง่มุมจะต้องผ่านกระบวนการเชิงปริมาณ หัวข้อการวิจัยครั้งต่อไปอาจเป็นโมเดลการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทข้ามชาติสัญชาติไทย เพื่อทราบว่าโมเดลเป็นอย่างไร มีความเหมือนหรือความต่างจากบริษัทข้ามชาติสัญชาติอื่น ๆ อย่างไรบ้าง ฯ

เอกสารอ้างอิง

- กัญจนวลัย นนทแก้ว แฟร์รี่ และวรรณภา ลือกิตินันท์. (2561). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทลงทุนข้ามชาติในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว กรณีศึกษาเขตเศรษฐกิจพิเศษสะหวัน เซโน. *วารสารชุมชนวิจัย*, 12(1), 42-55.
- ชัยวิชิต เขียวชนะ. (2560). การสร้างและการพัฒนาโมเดล/รูปแบบ/แบบจำลอง/ตัวแบบ. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 9(1), 1-11.
- เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ และคณะ. (2550). *โครงการบทบาทบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสนับสนุนกองทุนวิจัย.
- ธารทิพย์ พจน์สุภาพ และรุ่งอรุณ กระแสสินธุ์. (2560). ประเด็นและความท้าทายในงานทรัพยากรมนุษย์สำหรับธุรกิจระหว่างประเทศ. *วารสารปัญญาทัศน์*, 9(3), 242-254.
- สอาด บรรเจิดฤทธิ์. (2564). ความปรกติใหม่ของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ภาคธุรกิจหลังยุคโควิด-19. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 8(2). 46-60.
- สอาด บรรเจิดฤทธิ์. (2565). ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กรธุรกิจในประเทศไทย. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทรรศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 12(2), 292-306.
- หนังสือพิมพ์ Business Today. (2564). *ตลท. เปิดรายงานปี 63 บจ. ลดการลงทุนต่างประเทศ*. ฉบับวันที่ 27 กรกฎาคม 2564 หน้า 1.
- Keeves, P. J. (1998). *Model and Model Building. "Educational Research Methodology and Measurement: An International Handbook*. Oxford: Pergamon Press.
- Marzena, S. (2011). The Configurations of HRM bundles in MNCs by their contributions to subsidiaries' performance and cultural dimensions. *International Journal of cross cultural management*. 21(1). <https://doi.org/10.1177/1470595821997488>
- Morgan V. P. (1986). International Human Resource: Management: Fact of Fiction. *Personnel Administrator*, 31(9), 44.
- Tony E., Phil A., Gregor, M., & Olga, T. (2021). International human resource management in multinational companies: Global norm making within strategic action fields. *Human Resource Management Journal*, 32(3), 683-697.
- Tony, E. & Chris, R. (2017). *International Human Resource Management (3rd ed.)*. Pearson: Education Limited.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

Factors Effecting on Awareness in Siam Technology College

ประกาศ ปาวา ทองสว่าง¹ และธนกร พงษ์ภู²

Prakart Pawa Thongsawang and Thanakorn pongphoo

คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม^{1,2}

Business Administration Siam Technology, Thailand^{1,2}

Email: thanakornpo@siamtechno.ac.th²

Received: 2023-10-30; Revised: 2023-12-06; Accepted: 2023-12-08

บทคัดย่อ

บทความนี้วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามและ2). เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามจำนวน 300 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า 1)ระดับความความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านปัจจัยภายนอก ปัจจัยด้านปัจจัยภายใน และปัจจัยด้านความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก และ2) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านปัจจัยภายนอก ปัจจัยด้านปัจจัยภายใน และปัจจัยด้านความพึงพอใจ ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผล, ความตระหนักรู้, วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

Abstract

The objectives of this article are 1) To study students' opinions regarding awareness in Siam Technology College and 2) To study factors affecting awareness in Siam Technology College. The research format is quantitative research. The sample group is 300 students studying at Siam Technology College using a simple random sampling method. The research tool was a questionnaire. Statistics for data analysis are frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The study's results found that 1) the Level of opinions of students regarding awareness in Siam Technology College. Image factors, External factors, Internal factors, and satisfaction factors at a high level, and 2) Test results of the

hypothesis found that Image factors, External factors, Internal factors, and satisfaction factors affect awareness of Siam Technology College with statistical significance at the 0.05

Keywords: Affecting Factors, Awareness, Siam Technology College

บทนำ

“การแข่งขันของมหาวิทยาลัย” ในยุคปัจจุบัน “เข้มข้นมากขึ้นเรื่อย ๆ” และสิ่งที่สะท้อนชัดเจนถึง “ความพยายามปรับตัว” มีการเพิ่มจำนวนสถาบัน หรือขยายวิทยาเขตใหม่ รวมถึง มีการเปิดหลักสูตรใหม่ ๆ เพื่อจะ “ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่” มากขึ้น โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้เคยเปิดเผยข้อมูลจำนวน นักเรียนที่เข้าศึกษาต่อ ว่ามีแนวโน้ม ลดลงอย่างต่อเนื่อง ที่ถึงแม้ว่าเรื่องอัตราการเกิดที่ลดลงจะเป็นปัจจัย แต่ก็มีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลทำให้จำนวนนักเรียนที่อยากเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัยลดลง จากสถิติระหว่างปี 2558-2562 พบว่ามีนักเรียนเข้าศึกษาต่อลดลงเหลือเพียงร้อยละ 25.7 จากจำนวนทั้งหมด ซึ่งมีสาเหตุจากโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลง อัตราการเกิดลดลง แต่อีกปัจจัยที่ก็สำคัญและมีผลไม่แพ้กัน คือ “ค่านิยมการศึกษาต่อเปลี่ยนไป” ในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่มีมุมมองในการ “ให้ความสำคัญกับใบปริญญา ลดลง” เนื่องจากคนรุ่นใหม่สามารถเข้าถึงอาชีพใหม่ ๆ ได้หลากหลายและเปิดกว้างมากขึ้น (dailynews, 2022)

ความตระหนักรู้เป็นลักษณะพื้นฐานของจิตสำนึกของมนุษย์ที่ครอบคลุมมิติทางประสาทสัมผัส ตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม ความสำคัญของสิ่งนี้ไม่สามารถกล่าวเกินจริงได้ เนื่องจากทำหน้าที่เป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล สังคมและธุรกิจ การตัดสินใจอย่างมั่นใจ การควบคุมอารมณ์ การเอาใจใส่ และ จงรักภักดีต่อแบรนด์ ล้วนขึ้นอยู่กับความสามารถในความตระหนักรู้ของผู้บริโภค ในขณะที่วิทยาศาสตร์ยังคงเปิดเผยการทำงานที่ซับซ้อนของความตระหนักรู้ในจิตใจของมนุษย์ ผลกระทบต่อสังคมและธุรกิจปรากฏ ชัดเจนมากขึ้น การปลูกฝังความตระหนักรู้ควรเป็นจุดสนใจหลักของการทำธุรกิจ การพัฒนาแผนกลยุทธ์ การตลาด ในโลกที่เผชิญกับความท้าทายที่ซับซ้อน ความตระหนักรู้ของผู้บริโภคเป็นเข็มทิศที่สามารถนำทางเราไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจได้ (พนารัตน์ มาศฉมาดล, 2565)

ภาพลักษณ์แบรนด์ไม่เพียงเพียงคือภาพทางสายตาแต่เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงที่แทรกซึมความความตระหนักรู้ของผู้บริโภคต่อแบรนด์ เป็นบทบาทสำคัญในการตัดสินใจของผู้บริโภค ความสนใจในการสร้างและรับรู้ภาพลักษณ์แบรนด์ที่แข็งแกร่งคืองานที่มีมุมมองหลายด้านที่ต้องการความเข้าใจลึกเกี่ยวกับจิตใจของผู้บริโภค การรักษาความสอดคล้องที่ต่อเนื่องการรักษาความสามารถและการยึดมูลค่าและคุณค่าคุณภาพในโลกที่เชื่อมต่อและแข่งขันในปัจจุบัน ภาพลักษณ์แบรนด์ที่แข็งแกร่งและบวกส่งเป็นสิ่งของมูลค่าที่สมบูรณ์ที่สามารถสร้างระเบียบฉายาบนเส้นทางสู่ความสำเร็จในระยะยาว (Keller, 1993; Kapferer, 2008)

ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในกับความตระหนักรู้เป็นสองสิ่งที่ประสานกันอย่างแนบเนียน ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในส่วนใหญ่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ปัจจัยภายในเช่นรสนิยมของผู้เข้าศึกษา ความเชื่อส่วนบุคคล ค่านิยม ปัจจัยภายนอกเช่นกระแสความนิยมของวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

มีบทบาทสำคัญในการควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ การเข้าใจวิธีที่พวกเขาแฝงภายในและแบบที่มีผลต่อพฤติกรรมเป็นสิ่งสำคัญในการช่วยให้เราทราบถึงทางเดินในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความสำเร็จในทางกลยุทธ์และปฏิบัติการที่หนึ่งเลือก (King, & Gareau, 2007; Pessoa, 2008).

ความพึงพอใจเป็นสิ่งสำคัญทั้งในทางธุรกิจและความตระหนักรู้ การรักษาความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญในธุรกิจ, ส่วนความพึงพอใจในด้านบุคคลมีผลต่อคุณภาพของชีวิตและความสำเร็จในการงานและทางส่วนตัว. การศึกษาและเข้าใจประสิทธิภาพในการสร้างความพึงพอใจเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาความสำเร็จทั้งในทางธุรกิจและความตระหนักรู้ของผู้บริโภค (Judge, Bono, Erez, & Locke, 2005)

วิทยาลัยเทคโนโลยีสยามเป็น สถาบันที่เปิดมา50 ปีที่มีปณิธานในการจัดการศึกษาเพื่อผลิตบัณฑิตด้านวิชาชีพชั้นสูงในระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษาที่มีความรู้ความสามารถทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในหลากหลายสาขาวิชา โดยมุ่งหวังให้นักศึกษามีทักษะทางด้านวิชาการและวิชาชีพก้าวหน้าทันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีคุณสมบัติที่พึงประสงค์ตรงตามซึ่งความต้องการของตลาดแรงงานและเป็นการสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะในยุคอุตสาหกรรม (Industrialization) ต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในทักษะวิชาชีพชั้นสูงการบริการให้ก้าวไปอีกขั้นหนึ่งวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม ได้เดินทางนำพาเยาวชนสู่เส้นทางแห่งความสำเร็จมาหลากหลายรุ่นถึงครึ่งศตวรรษ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยของความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม โดยการใช้แบบสอบถาม โดยมุ่งศึกษารูปแบบองค์ประกอบของความตระหนักรู้ด้านภาพลักษณ์ ด้านปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ความพึงพอใจ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการหาแนวทางในการส่งเสริมความตระหนักรู้และเป็นแนวทางที่ใช้ในการศึกษาพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เสริมสร้างความตระหนักรู้แก่นักศึกษาที่กำลังจะเลือกเข้าศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ของวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามเพื่อให้สามารถการแข่งขันกับมหาวิทยาลัยอื่นได้อย่างดีในด้านการรักษาศึกษาเก่าและเพิ่มนักศึกษาใหม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแบรนด์

ภาพลักษณ์ของแบรนด์ คือ ข้อมูลต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคได้รับและเกี่ยวข้องกับแบรนด์ จากประสบการณ์ใช้งาน การบอกต่อ การบริการ การโฆษณา บรรจุภัณฑ์และอื่น ๆ การสร้างแบรนด์เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่สามารถกำหนดราคาสินค้าได้ เป็นองค์ประกอบทางความคิด ความเชื่อของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า มักเป็น

ภาพลักษณ์ที่สร้างจากนักการตลาดในเชิงบวกทำให้ตราสินค้าเป็นที่จดจำ และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค (Randall, 2000) โดยสามารถแบ่งออกเป็น 6 ภาพลักษณ์ดังต่อไปนี้

1) คุณสมบัติ (Attributes) ภาพลักษณ์ของแบรนด์ทำให้ผู้บริโภคนึกถึงคุณสมบัติหรือจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เช่น Xiaomi ทำให้นึกถึงสินค้าที่มีความคุ้มค่าสูงสุด เมื่อเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพและราคา ความหลากหลายด้านผลิตภัณฑ์

2) คุณประโยชน์ (Benefits) ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่สามารถช่วยอำนวยความสะดวกทำให้ผู้บริโภคใช้ชีวิตได้ง่ายยิ่งขึ้น

3) คุณค่า (Value) บ่งบอกถึงคุณค่าต่อผู้บริโภค เช่น ความปลอดภัยจากการใช้งาน

4) วัฒนธรรม (Culture) แบรนด์จะเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น แบรนด์จากประเทศญี่ปุ่น จะมีคุณภาพ มีระเบียบ

5) บุคลิกภาพ (Personality) แบรนด์บ่งบอกถึงบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น หรรษาความเป็นผู้นำ เทคโนโลยี ใช้งานง่าย

6) ผู้ใช้งาน (User) ประเภทของผู้บริโภคที่เหมาะสมจะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์เพื่อตอบสนองความต้องการและเกิดประโยชน์สูงสุด

ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นส่วนมากเกิดจากการส่งเสริมการขาย โฆษณา ความตระหนักรู้จากผู้ให้บริการหรือใช้งานสินค้า การสร้างลักษณะของผลิตภัณฑ์ มุ่งเน้นจุดขายและลักษณะเฉพาะ โดยกำหนดตำแหน่งของแบรนด์ เพื่อสร้างแตกต่างจากคู่แข่ง (Aaker, 1991)

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอกคือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและความตระหนักรู้อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบคือ ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม ปัจจัยทางเทคโนโลยีและปัจจัยทางกฎหมายและระเบียบ (Solomon, 2019)

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม: ปัจจัยทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและความตระหนักรู้ วัฒนธรรมหมายถึงชุดของความเชื่อร่วมกันค่าความสำคัญและการปฏิบัติภายในสังคม จำเป็นต้องพิจารณามิติภาพทางวัฒนธรรมเช่น ภาษา ศาสนา และค่านิยมสังคมในพื้นที่ต่าง ๆ (ทวิศักดิ์ สหะเดชและปฐมมา สตะเวทิน, 2566)

2. ปัจจัยทางสังคม: ปัจจัยทางสังคมเป็นบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงตัวเลือกของผู้บริโภค กลุ่มที่บุคคลเป็นส่วนหนึ่ง เช่น ครอบครัว เพื่อนและเครือข่ายสังคมมีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการ (ซูลี กอบวิทย์วงศ์ และสรารุช อนันตชาติ, 2566)

3. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ: เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ เช่นรายได้ และอัตราการจ้างงานมีผลตรงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค. เมื่อเศรษฐกิจขยายตัว ผู้บริโภคมีโอกาสที่จะทำการซื้อสินค้าหรือบริการแบบไม่บังคับมากขึ้น ในช่วงเศรษฐกิจที่ตกต่ำ พวกเขาอาจกลายเป็นคนที่ตอบสนองต่อราคาและระมัดระวังในการใช้จ่าย (Schiffman & Kanuk, 2010)

4. ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม:ปัจจัยเรื่องสิ่งแวดล้อมกำลังมีความสำคัญในระยะเวลาสุดท้าย. ผู้บริโภคกำลังมีความตระหนักมากขึ้นเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของทางเลือกของพวกเขา. ธุรกิจกำลังปรับตัวเข้าใกล้การเปลี่ยนแปลงนี้โดยการเสนอสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการปฏิบัติอย่างยั่งยืนเพื่อดึงดูดผู้บริโภคที่มีความตระหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อม (Peattie & Peattie, 2003)

5. ปัจจัยทางเทคโนโลยี:การก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค. การค้าออนไลน์, เช่นการตัดสินใจในการซื้อสินค้า. เช่นการเลือกเสื้อผ้า, อาหาร, หรือเทคโนโลยีอาจถูกควบคุมโดยสิ่งที่เพื่อนร่วมบุคคลกำลังซื้อหรือรับรอง (Kotler, 2003)

6. ปัจจัยทางกฎหมายและระเบียบ:กฎหมายและระเบียบของรัฐบาลสามารถทำให้ผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค. เช่น ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา คำเตือนเรื่องสุขภาพ หรือความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์สามารถมีผลให้ผู้บริโภคมองเห็นและเลือก (Belch & Belch, 2018)

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายในคือ สิ่งสำคัญในการออกแบบและดำเนินการตลาดเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและความตระหนัก คือ ความคิดเห็นและทัศนคติ ความรู้และประสบการณ์ ค่านิยมและความตั้งใจ สภาวะอารมณ์ (Kotler, Keller & Brady, 2019)

1. ความคิดเห็นและทัศนคติ:ความคิดเห็นและทัศนคติของผู้บริโภคมีผลสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อของพวกเขา ความเข้าใจและการมองเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการสามารถก่อให้เกิดความประทับใจและความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจในการซื้อสินค้า (Hawkins & Mothersbaugh, 2010)

2. ความรู้และประสบการณ์:ความรู้และประสบการณ์ที่ผู้บริโภคสร้างขึ้นจากการใช้สินค้าหรือบริการในอดีตมีผลกับการตัดสินใจในอนาคต. ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ที่เชื่อถือและประสบการณ์ที่เชิงบวกกับแบรนด์เฉพาะ อาจมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการหรือซื้อสินค้าจากแบรนด์นั้นอีกครั้ง (กาญจนาพร จิตตจำนงค, อุษา ศิลปเรืองวิไล และบัณฑิต รัตนไตร, 2564)

3. ค่านิยมและความตั้งใจ:ค่านิยมและความตั้งใจของผู้บริโภคมีบทบาทในการสร้างพฤติกรรมการซื้อ. ความคาดหวังและความตั้งใจของผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าหรือบริการสามารถก่อให้เกิดการกระทำตามแผนหรือความพยายามในการเลือกซื้อ ความคิดเห็นและทัศนคติ ความรู้และประสบการณ์ ค่านิยมและความตั้งใจ (ฉัญลักษณ์ ถาวรจิต, 2564)

4. สภาวะอารมณ์:สภาวะอารมณ์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเป็นรูปที่สามารถมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ สภาวะอารมณ์บวกหรือลบที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการสามารถส่งผลต่อความรู้สึกของผู้บริโภคและการตัดสินใจในการซื้อ (วนิชย์ ไชยแสง, 2564)

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นสิ่งสำคัญทั้งในทางธุรกิจและความตระหนัก การรักษาความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญในธุรกิจ, ส่วนความพึงพอใจในด้านบุคคลมีผลต่อคุณภาพของชีวิตและความสำเร็จในการทำงานและทางส่วนตัว การศึกษาและเข้าใจประสิทธิภาพในการสร้างความพึงพอใจเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาความสำเร็จ



ทั้งในทางธุรกิจและความตระหนักรู้ของผู้บริโภค (ฐานิดา สุริยะวงศ์, วัชร เวชประสิทธิ์ และวิศิษฐ์ สุขแสงอร่าม, 2565)

Oskamps (1984) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจมีความหมายอยู่ 3 แบบ คือ

- 1) ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพการณ์ที่ผลการปฏิบัติจริงแล้วเป็นไปตามที่บุคคลคาดหวังไว้
- 2) ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับของความสำเร็จที่เป็นไปตามความต้องการ
- 3) ความพึงพอใจ หมายถึง งานที่ได้ตอบสนองต่อคุณค่าของบุคคล”

แนวคิดเกี่ยวกับความตระหนักรู้

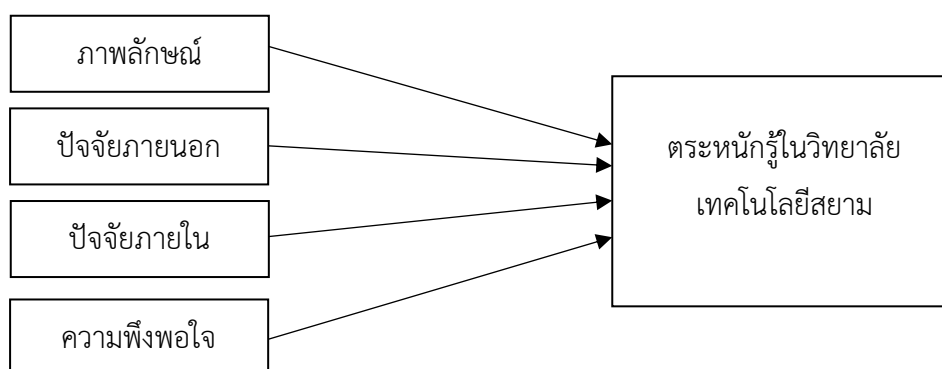
ความตระหนักรู้เป็นลักษณะพื้นฐานของจิตสำนึกของมนุษย์ที่ครอบคลุมมิติทางประสาทสัมผัส ตนเอง สังคม และสิ่งแวดล้อม ความสำคัญของสิ่งนี้ไม่สามารถกล่าวเกินจริงได้ เนื่องจากทำหน้าที่เป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล สังคมและธุรกิจ การตัดสินใจอย่างมั่นใจ การควบคุมอารมณ์ การเอาใจใส่ และจงรักภักดีต่อแบรนด์ ล้วนขึ้นอยู่กับความสามารถในความตระหนักรู้ของผู้บริโภค ในขณะที่วิทยาศาสตร์ยังคงเปิดเผยการทำงานที่ซับซ้อนของความตระหนักรู้ในจิตใจของมนุษย์ ผลกระทบต่อสังคมและธุรกิจปรากฏชัดเจนมากขึ้น การปลูกฝังความตระหนักรู้ควรเป็นจุดสนใจหลักของการทำธุรกิจ การพัฒนาแผนกลยุทธ์การตลาด ในโลกที่เผชิญกับความท้าทายที่ซับซ้อน ความตระหนักรู้ของผู้บริโภคเป็นเข็มทิศที่สามารถนำทางเราไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจได้ (Nelson, Reed & Walling, 1976)

จากการทบทวนวรรณกรรมนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิด และสมมติฐานที่จะใช้ในการทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ ด้านภาพลักษณ์ ด้านปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในและความพึงพอใจในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม
2. ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม
3. ปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม
4. ปัจจัยด้านความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยของความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามทั้งนี้เป็นการศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการ รวบรวมข้อมูล ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาอยู่ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม แล้วนำข้อมูลมา วิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมาย แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยประชากรคือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามโดยอ้างอิงจากยอดนักศึกษา(ภาคเรียนที่1/2566) นักศึกษาปริญญาตรี 897 คน นักศึกษาปริญญาโท 42 คน รวม 939 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้วิธีการเปิดตารางสำเร็จของ เครจซี และมอร์แกน (Krejcie, and Morgan, 1970) ซึ่งกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 0.95 ความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 0.05 และได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 274 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นค่าสูงสุด เพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงจัดทำ แบบสอบถามเพิ่มอีก 8% รวมขนาดตัวอย่างเท่ากับ 300 ตัวอย่าง

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check - List) เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา คณะที่กำลังศึกษา

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ความพึงพอใจของความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามและการเลือกใช้บริการของผู้ตอบ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ในการประเมิน 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scales)

พัฒนาเครื่องมือในการวิจัยผู้วิจัยได้ดำเนินการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการศึกษา (Item Objective Congruence: IOC) ได้ค่า 0.89 ซึ่งมากกว่า 0.5 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try - Out) จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มเดียวกับกลุ่มตัวอย่างจริง โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1951) ทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.95 แสดงว่ามาตรวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดสูงเป็นไปตามที่นันทนอลส์ได้เสนอแนะไว้ คือ มีค่า 0.70 ขึ้นไป นำแบบสอบถามใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีและปริญญาโทวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม จากนั้นดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยรับแบบสอบถามคืนหลังจากผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้ว เสร็จแล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะการกระจายตัวของข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา คณะที่กำลังศึกษา โดยนำเสนอรูปแบบ ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ และข้อมูลส่วนบุคคลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 73.67 มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วงต่ำกว่า 25 จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 74.33 มีสถานภาพโสด จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ระดับเงินเดือนอยู่ในช่วง 10.000 – 20.000 จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 71.67 คณะเทคโนโลยีมากที่สุด จำนวน 116 คิดเป็น คิดเป็นร้อยละ 38.67

1. ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับความตระหนักรู้ของวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ปัจจัยภาพลักษณ์	3.90	0.31	มาก
2. ปัจจัยภายนอก	3.87	0.36	มาก
3. ปัจจัยภายใน	3.51	0.44	มาก
4. ปัจจัยความพึงพอใจ	3.67	0.35	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ พบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์มีระดับความเห็นในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 3.90, SD = 0.31) รองลงมาคือปัจจัยภายนอกมีระดับความเห็นในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.87, SD = 0.36) ปัจจัยความพึงพอใจมีระดับความเห็นในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.67, SD = 0.35) และปัจจัยภายในมีระดับความเห็นในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.51, SD = 0.44)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตระหนักรู้

ความตระหนักรู้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ด้านอารมณ์ ความรู้สึก	3.97	0.41	มาก
2. ด้านประสบการณ์ ความสามารถ	3.57	0.32	มาก
3. ด้านความคิด	3.77	0.35	มาก
4. การรับรู้	3.89	0.39	มาก
รวม	3.80	0.36	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยของความตระหนักรู้ พบว่า ความตระหนักรู้ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, $SD = 0.37$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความตระหนักรู้ด้านอารมณ์ความรู้สึกมีระดับความเห็นในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.97$, $SD = 0.41$) รองลงมาคือความตระหนักรู้ด้านการรับรู้มีระดับความเห็นในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.89$, $SD = 0.39$) ความตระหนักรู้ด้านความคิดมีระดับความเห็นในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.77$, $SD = 0.35$) และความตระหนักรู้ด้านประสบการณ์ ความสามารถมีระดับความเห็นในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.57$, $SD = 0.32$)

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

ตารางที่ 3 แสดงค่าความแปรปรวนของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

Model	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	P_value
Regression	15.484	4	3.871	94.519*	0.00
Residual	12.081	295	0.041		
Total	27.565	299			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่ามีตัวแปรอย่างน้อย 1 ตัว มีผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

ตัวแปร	b	Std. Error	Beta	t	P_value
ค่าคงที่	0.469	0.143		3.283*	0.001
1. ปัจจัยภาพลักษณ์	0.311	0.063	0.299	4.892*	0.000
2. ปัจจัยภายนอก	0.104	0.051	0.111	2.030*	0.043
3. ปัจจัยภายใน	0.155	0.038	0.152	2.976*	0.003
4. ปัจจัยความพึงพอใจ	0.322	0.054	0.329	5.952*	0.000

$R = 0.749$, $R^2 = 0.562$, $F = 94.519^*$, $p < 0.05$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว มีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามเท่ากับ 0.749 สามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามเท่ากับ 56.2% และตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัว ได้แก่ ปัจจัยภาพลักษณ์ ปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน ปัจจัยความพึงพอใจ ทุกตัวมีค่า P_value น้อยกว่า 0.05 หมายความว่าตัวแปรทั้งหมดมีนัยสำคัญทางสถิติกับความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้

$$Y = 0.469 + 0.311(X_1) + 0.104(X_2) + 0.155(X_3) + 0.322(X_4)$$

$$Z = 0.299(Z_{x1}) + 0.111(Z_{x2}) + 0.152(Z_{x3}) + 0.329(Z_{x4})$$

อภิปรายผล

1. ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม พบว่า ปัจจัยภาพลักษณ์ ปัจจัยภายนอก ภายใน และปัจจัยความพึงพอใจมีระดับความเห็นในระดับมาก โดยปัจจัยด้านภาพลักษณ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เนื่องจากภาพลักษณ์เป็นปัจจัยที่นักศึกษาคำนึงถึงมากที่สุดในระหว่างการศึกษาอยู่เพราะเป็นสิ่งที่เพื่อน พี่ น้อง พ่อแม่หรือคนรอบข้างจะให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ในการประเมินวิทยาลัยและส่งผลกระต่อนักศึกษาโดยตรง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติ เกตุทัต นฤมล กิมภากรณ์และกิตติคุณ ชูลีการวิทย์. (2563). ที่ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ในกลุ่มธุรกิจธนาคาร พบว่าภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์

2. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม พบว่า

จากสมมติฐานข้อ 1 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์มีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามเท่ากับ 0.749 สามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามเท่ากับ 56.2% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากภาพลักษณ์มีความสำคัญมากทั้งก่อนและหลังที่นักศึกษาจะเลือกเข้าเรียนเป็นความภาคภูมิใจในการได้ศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม อีกทั้งการถูกยอมรับด้านภาพลักษณ์ทำให้เป็นพลังบวกในความตระหนักรู้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รินระดา นิโรจน์และสุพิชา บุรณะวิทยาภรณ์. (2565). ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวสูงวัยชาวไทยในการท่องเที่ยวในประเทศ พบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากสมมติฐานข้อ 2 ปัจจัยภายนอกส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามเท่ากับ 0.749 สามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามเท่ากับ

56.2% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีผลต่อนักศึกษาโดยตรงนอกเหนือจากภาพลักษณ์เนื่องจากมีปัจจัยอื่น ๆ เช่น ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม ปัจจัยทางเทคโนโลยีและปัจจัยทางกฎหมาย ที่ส่งผลกระทบต่อความตระหนักรู้ของนักศึกษาโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพงศ์ วิชัยดิษฐ์ และผกา มาศ ชัยรัตน์ (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยว ใน อุทยาน ประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา พบว่าปัจจัยภายนอกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

จากสมมติฐานข้อ 3 ปัจจัยภายในส่งผลกระทบต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามเท่ากับ 0.749 สามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามเท่ากับ 56.2% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ควบคุมยากเพราะมีหลากหลายข้อที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่นความคิดเห็นและทัศนคติ ความรู้และประสบการณ์ ค่านิยมและความตั้งใจและสภาวะอารมณ์ แต่เราสามารถสร้างได้และเมื่อนักศึกษาสามารถรับรู้สิ่งนั้น ๆ ได้จากปัจจัยภายนอกต่าง ๆ จะส่งผลให้ปัจจัยภายในด้านต่าง ๆ ที่กล่าวมาดีขึ้นไปด้วยและสามารถส่งผลกับความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวัลลภา ปิ่นวิรุฬห์และปรางณี เอี่ยมลออภักดี (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยภายในและปัจจัยทางการตลาด บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินเขตสมุทรปราการ พบว่า ปัจจัยภายในมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินเขตสมุทรปราการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากสมมติฐานข้อ 4 ปัจจัยความพึงพอใจส่งผลกระทบต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามเท่ากับ 0.749 สามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามเท่ากับ 56.2% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากความพึงพอใจเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความตระหนักรู้ เนื่องจากหากจะสามารถไปถึงระดับที่สามารถตระหนักรู้ได้ต้องพึงพอใจขั้นพื้นฐานเสียก่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัฒนา เอกปมิตรศิลป์, สมศักดิ์ ต้นตาศณี, ประสงค์ อุทัย และสมบัติ ทิฆมทรัพย์ (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันอาหาร ในเขตเทศบาลนครสมุทรสาคร.พบว่า ปัจจัยความพึงพอใจของผู้บริโภคอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ออปพลิเคชันอาหาร โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม ควรให้ความสำคัญกับการบูรณาการเครื่องมือด้านต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในและปัจจัยความพึงพอใจ ได้แก่การสื่อสารการตลาดมากขึ้นกว่าเดิมเพื่อส่งผลการรับรู้แก่บุคคลทั่วไปเพื่อเสริมสร้างด้านภาพลักษณ์และปัจจัยภายนอกที่จะย้อนกลับมาให้นักศึกษาในการรับรู้ในปัจจัยดังกล่าว อีกทั้งสร้างเสริมประสบการณ์ที่ดีให้นักศึกษาเช่น การเพิ่ม

การศึกษาดูงานนอกสถานที่ จัดตั้งหน่วยงานในการรับฟังปัญหาที่นักศึกษาได้พบเจอและนำมาปรับปรุงแก้ไข อีกทั้งบูรณาการศึกษาลากหลายรายวิชามากขึ้นด้วยการลดเวลาเรียนและเพิ่มเวลาประสบการณ์จากการลงมือทำมากขึ้นกว่าเดิม

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความตระหนักรู้ในวิทยาลัยเทคโนโลยีสยามเพื่อทราบถึงสาเหตุในขอบเขตที่กว้างขึ้นและละเอียดมากกว่าเดิม อีกทั้งสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มาพัฒนากลยุทธ์ในการรักษานักศึกษาเก่าเพิ่มนักศึกษาใหม่และการบอกต่อแบบปากต่อปาก
2. ผู้วิจัยควรมีการศึกษาผลกระทบอื่น ๆ ที่อาจเป็นมุมมองใหม่ของวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม เช่น การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการเลือกเข้าศึกษาที่วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนาพร จิตตจํานงค์, อนุชา ศิลป์เรืองวิไลและบัณฑิต รัตนไตร. (2564). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเข้าของคนไทย. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation*, 8(5), 407-414.
- ชูลี กอบวิทย์วงศ์และสรารุณ อนันตชาติ. (2566). ผลของสื่อบรรจุภัณฑ์และประเภทสินค้าต่อพฤติกรรมผู้บริโภค. *Journal of Communication Arts*, 41(1), 1-22.
- ฐานิดา สุริยะวงศ์, วัชร เวชประสิทธิ์และวิวิศน์ สุขแสงอร่าม. (2565). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และประสบการณ์ลูกค้าที่มีต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าธุรกิจจำหน่ายสินค้าแฟชั่นออนไลน์. *วารสาร บริหาร ศาสตร์ มหาวิทยาลัย อุบลราชธานี*, 11(2), 118-139.
- ณัฐพงศ์ วิชัยดิษฐ์และผกาภาส ชัยรัตน์. (2563). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง*. 9(2), 183-192.
- ทวีศักดิ์ สหะเดชและปฐมมา สตะเวทิน. (2566). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่มีความสนใจในการบริโภคสินค้ากลุ่มความงามบนแพลตฟอร์มอินสตาแกรม. *Journal of Business Administration and Languages (JBAL)*, 11(1), 16-34.
- ธัญลักษณ์ ถาวรจิต. (2564). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเทศบาลนครหาดใหญ่จังหวัดสงขลา. *วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 3(1), 41-56.
- จิตติ เกตุทัต นฤมล กิมภากรณ์และกิตติณัฐ ชูลีกาวิทย์. (2563). อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรและภาพลักษณ์ตราผลิตภัณฑ์ต่อคุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับตราผลิตภัณฑ์ในกลุ่มธุรกิจธนาคาร. *วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ*, 8(1), 1-33.
- พนารัตน์ มาศฉมาดล. (2565). ความตระหนักรู้ของเจ้าหน้าที่รัฐต่อการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 8(1), 167-184.

- รินระดา นิโรจน์และสุพิชา บุรณะวิทยาภรณ์. (2565). ปัจจัยด้านภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในประเทศ. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 5(4), 81-92.
- วนิชย์ ไชยแสง (2564). อิทธิพลของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อความตั้งใจซื้อและความเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อผักอินทรีย์ ในประเทศไทย. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 13(1), 30-44.
- วัฒนา เอกปิตติศิลป์, สมศักดิ์ ต้นตาศนี, ประสงค์ อุทัย และสมบัติ ทิฆัมพรย์. (2564). ปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้อุปโภคบริโภคในเขตเทศบาลนครสมุทรสาคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 40(6), 69-79.
- วัลลภา ปิ่นวิรุฬห์และปราณี เอี่ยมลออภักดี. (2561). ปัจจัยภายในและปัจจัยทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินค้าที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสิน เขตสมุทรปราการ. *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ 13*. 924-932.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill Education.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Dailynews. (2022). มหาวิทยาลัย' แข่งขันดุเดือด! แก้ววิฑูติใหญ่ขาดแคลนนักศึกษา. ค้นเมื่อ 2 ตุลาคม 2022, จาก <https://www.dailynews.co.th/articles/1824800/>
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill Education.
- Judge, T. A., Bono, J. E., Erez, A., & Locke, E. A. (2005). Core Self-Evaluations and Job and Life Satisfaction: The Role of Self-Concordance and Goal Attainment. *Journal of Applied Psychology*, 90(2), 257–268.
- Kapferer, J. N. (2008). *The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking*. Fifth Edition: Kogan Page Publishers.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.
- King, G., & Gareau, A. (2007). Emotional appraisal of environmental stimuli. *Current Opinion in Neurobiology*, 17(5), 584-589.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Brady, M. (2019). *Marketing Management*. Pearson Education Limited, Harlow.

- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970). *Educational and Psychological Measurement*. Washington, DC: The Mid Atlantic Equity Center.
- Nelson, D. L., Reed, U. S., & Walling, J. R. (1976). Pictorial superiority effect. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*, 2(5), 523-528.
- Oskamps, S. (1984). *Applied social psychology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Pessoa, L. (2008). "On the relationship between emotion and cognition." *Nature Reviews Neuroscience*, 9(2), 148-158.
- Randall, G. (2000). *Branding: A practical guide to planning your strategy*. London: Kogan.
- Solomon, M. R. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson.

ความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

Sustainable Success of The Airline Business in Thailand

จาริตรา เจตนะวิบูลย์¹, ศรีปริญา ฐประจาง² และ ปิยดา วงศ์วิวัฒน์³

Jaritra Jatanaviboon¹, Sriparinya Toopgrajank² and Piyada Wongwiwat³

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3}

Graduate School, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3}

E-mail: amprivilas@gmail.com¹

Received: 2023-11-17; Revised: 2023-12-13; Accepted: 2023-12-15

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับของความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน ภาวะผู้นำของผู้บริหาร พันธมิตรใหม่ การบริหารแบบมีส่วนร่วม และนวัตกรรมทางธุรกิจ 2) อิทธิพลของภาวะผู้นำของผู้บริหาร พันธมิตรใหม่ การบริหารแบบมีส่วนร่วม และนวัตกรรมทางธุรกิจ ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน และ 3) แนวทางความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสม ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือกับกลุ่มตัวอย่างที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นพนักงานสายการบินในประเทศไทย จำนวน 377 คน และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างชนิดปลายเปิดกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นพนักงานสายการบินในประเทศไทย จำนวน 16 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง นำผลจากการวิจัยเชิงปริมาณในประเด็นที่มีนัยสำคัญ ตั้งเป็นข้อคำถามในการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อนำข้อมูลจากทั้ง 2 วิธี มาประมวลผลและวิเคราะห์ร่วมกัน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ พันธมิตรใหม่ การบริหารแบบมีส่วนร่วม และภาวะผู้นำของผู้บริหาร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้านตามลำดับ 2) ความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ขึ้นอยู่กับภาวะผู้นำของผู้บริหาร พันธมิตรใหม่ การบริหารแบบมีส่วนร่วม และนวัตกรรมทางธุรกิจ 3) แนวทางความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย พบว่า ภาพรวมที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร รองลงมาคือ นวัตกรรมทางธุรกิจ พันธมิตรใหม่ และการบริหารแบบมีส่วนร่วม และเมื่อพิจารณาเฉพาะปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน พบว่า นวัตกรรมทางธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน มากที่สุด

คำสำคัญ: ความสำเร็จอย่างยั่งยืน, ธุรกิจสายการบิน, นวัตกรรมทางธุรกิจ, พันธมิตรใหม่, การบริหารแบบมีส่วนร่วม, ภาวะผู้นำของผู้บริหาร

Abstract

This research aimed to study 1) The level of sustainability of airline business success, executive leadership, new partnerships, business innovation, and collaboration management. 2) The influence of leadership, new partnership, collaboration management and business innovation that affect the sustainable airline business success, and 3) The sustainability of the airline business success in Thailand using mixed methods research by using the questionnaire with the number of sample was 377 airline employees in Thailand and semi-structured open-ended type in-depth interview with 16 keys informants operating as airline employees in Thailand. Analyze data using descriptive statistics and inferred statistics. Analysis of structural equation modeling then using quantitative research on significant issues. The question will be qualitative research data from all two methods to process and analyze together.

The research results show that 1) Sustainable airline business success in Thailand, business innovation, new partnerships, collaboration management, and executive leadership overall are at a high level when considering each aspect. It was found that it was at a high level in all aspects. 2) The sustainable airline business's success in Thailand is based on executive leadership, new partnerships, participatory management, and business innovation. 3) The guidelines for the sustainable success of the airline business in Thailand found that the most significant influential overview is executive leadership, business innovation, new partnerships, and participatory management. When considering only the factors that directly affect the success of the sustainable airline business, it was found that business innovation has the most direct influence on the success of the airline business in a sustainable way.

Keywords: Sustainable Success, Airline Business, Business Innovation, New Partnership, Participatory Management, Executive Leadership

บทนำ

การขนส่งทางอากาศ ซึ่งมีสายการบินเป็นผู้ประกอบธุรกิจการบินเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบของระบบการคมนาคมในปัจจุบัน ที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ทั้งเป็นอุตสาหกรรมต้นทางให้เกิดธุรกิจท่องเที่ยวและบริการอื่นตามมา (อานนท์ จันจิตร, 2563) การขนส่งทางอากาศมีข้อได้เปรียบด้านความเร็วและสามารถเข้าถึงพื้นที่ทุรกันดารซึ่งการขนส่งแบบอื่นทำได้ยาก ถึงจุดหมายปลายทางได้ตามเวลาที่กำหนด จึงได้รับความนิยมมากขึ้นในทุกภูมิภาคทั่วโลก (Piyanch Sathapongpakdee, 2021) อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจส่วนใหญ่ของการขนส่งทางอากาศ โดยธุรกิจการบินมักเป็นการขนส่งผู้โดยสารควบคู่กับการขนส่งสินค้าเพื่อเพิ่มรายได้ โดยผู้ประกอบการขนส่งร่วมกับผู้รับ

จัดการขนส่งสินค้าขายระหว่างบรรทุกสินค้าแก่ลูกค้าอีกทอดหนึ่ง รวมถึงมีพันธมิตรทางธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้บริการขนส่งครอบคลุมทุกเส้นทางบินในเส้นทางอื่นที่มีช่วงเวลาไม่ทับซ้อนกัน

ที่ผ่านมาในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีรายได้รวมจากการท่องเที่ยวสูงสุดถึง 3.01 ล้านล้านบาท คิดเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย 1.08 ล้านล้านบาท (สำนักข่าวอิศรา, 2562) จากสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยโดยภาพรวมของช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2553 ถึง 2562) พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2553 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 58 ล้านคน เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 162 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งวิธีการเดินทางโดยเครื่องบินเป็นทางเลือกสูงสุด ร้อยละ 9.52 อ้างอิงรายงานสถิติข้อมูลด้านคมนาคม (ministry of transport, 2020) เมื่อเทียบกับจำนวนผู้โดยสารที่ใช้การคมนาคมทางน้ำและทางราง นอกจากนี้ รายงานสถิติปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนผู้โดยสารที่เลือกเดินทางโดยเครื่องบินรวมทั้งเส้นทางการบินในและต่างประเทศรวม 165 ล้านคนต่อปี สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ประมาณ 2 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 11 ของ GDP หรือผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (วริษฐา ประจักษ์การ และสุชานัน จุนอนันตรธรรม, 2564)

การเติบโตของภาคการท่องเที่ยวสอดคล้องกับการขยายตัวของธุรกิจสายการบินของประเทศไทย เติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่การเปิดเสรีการบิน การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Carriers: LCCs) ซึ่งมีอัตราค่าโดยสารต่ำกว่าสายการบินเต็มรูปแบบ (Full Services Carriers: FSCs) ถึงร้อยละ 40-50 ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการขนส่งทางอากาศได้ง่ายขึ้น ปัจจัยข้างต้นส่งผลให้การแข่งขันของธุรกิจการบินรุนแรงขึ้นจากการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ รวมถึงมีการขยายเส้นทางบิน และการทำตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น บริการให้เช่าเหมาลำ (Charter flight) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ธุรกิจสายการบินยังต้องเผชิญความท้าทายหลายประการ ทั้งภาวะเศรษฐกิจและการค้าโลกชะลอตัว ราคาน้ำมันที่แพงขึ้นและความผันผวน การเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำ ความตึงเครียดทางด้านการเมือง การเผชิญหน้ากับภัยธรรมชาติ การเกิดวินาศภัย ถึงแม้ว่าภาครัฐจะมีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวภาครัฐที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวไทยเดินทางมากขึ้น ส่งผลให้จำนวนเที่ยวบินและผู้โดยสารระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นเล็กน้อย อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการบางรายเริ่มมีผลการดำเนินงานขาดทุน (Krungsri, 2021)

นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2563 ธุรกิจสายการบินทั่วโลกได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 หลายประเทศทั่วโลกเริ่มควบคุมการเดินทางทั้งเข้าและออกประเทศอย่างเข้มงวด ส่งผลให้ภาพรวมการเดินทางทางอากาศทั่วโลกต้องหยุดชะงัก ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 เครื่องบินโดยสารทั่วโลกต้องจอดโดยไม่ได้ขึ้นบินกว่า 14,000 ลำ ถึงแม้ว่าในอดีตจะมีเหตุการณ์ที่ส่งผลต่อธุรกิจการบินต้องหยุดชะงักแต่ก็ไม่ได้กระทบกับธุรกิจการบินมากอย่างเหตุการณ์โรคระบาดครั้งนี้ โดย IATA (International Air Transport Association) (2020) คาดว่าจำนวนผู้โดยสารทั่วโลกจะลดลงร้อยละ 60.5 จากปี พ.ศ. 2562 เหลือเพียง 4.5 พันล้านคน ขณะที่ภาพรวมของอุตสาหกรรมการบินมีแนวโน้มขาดทุนครั้งใหญ่ที่สุดในประวัติศาสตร์การบินโลกที่ 1.19 แสนล้านดอลลาร์ จากจำนวนผู้โดยสารที่ลดลงส่งผลให้สายการบินหลายแห่งขาดสภาพคล่องและกระทบหนักถึงขั้นล้มละลายหรือปิดสายการบิน จากการคาดการณ์ผลกระทบ

ที่เกิดขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินต้องใช้เวลาฟื้นตัวนานกว่าที่คาดการณ์ไว้ จึงจะสามารถกลับเข้าสู่สภาวะปกติได้ (Alexandre de Juniac, 2020)

การเดินทางของชาวต่างชาติเพื่อเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมามีมาตรการที่เข้มงวดในการควบคุมการระบาด รัฐบาลได้ประกาศใช้พระราชกำหนด (พ.ร.ก.) การบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ซึ่งมีการจำกัดการเดินทางข้ามจังหวัด อีกทั้งสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทยได้มีประกาศเรื่อง ห้ามอากาศยานทำการบินเข้าสู่ประเทศไทยชั่วคราว ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงอย่างมากจาก 6.7 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2562 ลดลงเหลือเพียง 1.2 ล้านคนในปี พ.ศ. 2563 (ฐานเศรษฐกิจ, 2564) ธุรกิจสายการบินจึงได้รับผลกระทบอย่างรวดเร็วและรุนแรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้ประกอบการต้องระงับเที่ยวบิน จำกัดเส้นทางการบิน ลดต้นทุน สถานะการเลิกจ้าง ปรับลดเงินเดือน การกำหนดเงื่อนไขบางสายการบินจำเป็นต้องหยุดบินเพราะไม่คุ้มกับค่าใช้จ่าย และรุนแรงถึงการยกเลิกสายการบิน (ทักษิณา แสนเย็น และคนอื่น ๆ, 2563) สายการบินในประเทศไทยต่างได้รับผลกระทบต้องทำการประกาศหยุดบินชั่วคราว (ไทยโพสต์, 2563; ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2564; BBCnews, 2020)

การหยุดให้บริการด้านการบินในช่วงที่ผ่านมา ทำให้ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงกระแสเงินสดที่มีอยู่และภาระค่าใช้จ่ายต่อเดือน เพื่อหาทางออกในการประคับประคองธุรกิจให้ดำเนินคงอยู่ได้ โดยขั้นตอนเป็นการปรับลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น การปรับลดเงินเดือนและค่าตอบแทนสำหรับผู้บริหาร และพนักงาน การลาโดยไม่รับค่าจ้างของพนักงาน การปรับลด/ยกเลิกสวัสดิการต่าง ๆ ของพนักงาน การลดค่าใช้จ่ายด้านการปฏิบัติงาน และการให้พนักงานในสถานี่ต่าง ๆ กลับมาประจำการที่สถานีกรุงเทพฯ เป็นต้น (สำนักข่าวอีไฟแนนซ์ไทย, 2563) ธุรกิจสายการบินในต่างประเทศทั่วโลก ได้มีการปรับตัวในหลากหลายวิธีเพื่อก่อให้เกิดกระแสเงินสด เช่นเดียวกับการปรับตัวของสายการบินของประเทศไทย ที่หาแนวทางทดแทนรายได้ที่สายการบินต้องสูญเสียไปในช่วงที่ไวรัสโควิด-19 ระบาด โดยนำอากาศยานมาดัดแปลงจากเครื่องบินขนส่งผู้โดยสารให้เป็นขนส่งสินค้าคาร์โก หรือใช้กลยุทธ์และแนวทางในการบริหารทรัพยากรเพื่อลดความเสี่ยงให้ฝ่าวิกฤติที่ยังกระทบอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเปิดขายเมนูพาฟองโก บริการเดลิเวอรี่อาหารและการขายเบเกอรี่ฟฟแอนด์พายผ่านช่องทางร้านค้าและออนไลน์ ขณะเดียวกันสายการบินไทยแอร์เอเชีย ได้มีการเปิดจำหน่ายบัตรโดยสารล่วงหน้า และขายเบเกอรี่และเครื่องดื่มแบบเดลิเวอรี่ เช่นเดียวกันกับสายการบินนกแอร์ ที่ได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดส่งเสริมการขายประเภทบัตรกำนัล “ซื้อก่อน บินทีหลัง” เป็นต้น (อารียา สุขโต, 2563)

หากพิจารณาถึงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในครั้งนี้ เป็นเสมือนตัวเร่งที่กดดันให้ทุกภาคส่วนต้องเกิดการปรับตัวที่เร็วขึ้น ซึ่งข้อดีของการระบาดของไวรัสโควิด-19 เป็นปัจจัยกระตุ้นให้ผู้บริหารให้ความสำคัญและเร่งปฏิรูปโดยเน้นไปยังธุรกิจที่ไม่เกี่ยวกับการบิน ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ไม่เพียงเป็นแหล่งรายได้ใหม่แต่ยังสร้างโอกาสงานใหม่ให้กับบุคลากรในการเพิ่มทักษะเพื่อรับบทบาทใหม่ในองค์กร รวมถึงรายได้และตัวชี้วัดอื่น ๆ จากกิจกรรมเชิงพาณิชย์ (non-airline business) สายการบินไม่เคยทำมาก่อน เป็นโอกาสเพื่อนำไปสู่ธุรกิจใหม่ (Michael O'Neill, 2020) เป็นความท้าทายให้ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินในการแสวงหาแนวทางปรับตัวอย่างรวดเร็วและเอาตัวรอดเพื่อไม่ให้สูญเสียโอกาสทางธุรกิจ แสวงหาโอกาสใหม่ในการ

กระจายการลงทุนสู่ธุรกิจต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างความแข็งแกร่งให้กับองค์กรในระยะยาว (Maxim Straus, 2021)

จึงเป็นความท้าทายของธุรกิจสายการบินที่ต้องหาช่องทางสร้างรายได้นอกจากรายได้หลักจากการทำการบินแล้ว ยังต้องหารายได้จากด้านอื่นด้วยเพื่อก่อให้เกิดความต่อเนื่องของธุรกิจ (Chutinun Sanguanprasit, 2019) โดยคำนึงถึงศักยภาพขององค์กรเป็นหลัก ทั้งสินทรัพย์ บุคลากรที่เป็นทรัพยากรที่สำคัญ องค์ความรู้ และความเชี่ยวชาญในงานต่าง ๆ การที่องค์กรจะอยู่รอดได้และมีความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจนั้น ยังมีแนวคิดที่ได้กล่าวไว้ว่า การทำธุรกิจไม่สามารถทำได้เพียงลำพัง (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2564) การรวมตัวกันของพันธมิตรใหม่ ด้วยศักยภาพของแต่ละฝ่ายจะช่วยเอื้ออำนวยต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ให้กับธุรกิจ ที่แตกต่างจากเดิมเพื่อหนีคู่แข่งโดยต้องพัฒนาให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม (คชาวุฒิ สังฆมาศ และคนอื่น ๆ, 2560) ซึ่งข้อได้เปรียบขององค์กรที่เคยมีทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์และการให้บริการลูกค้า จะไม่ใช่ศักยภาพที่ใช้ในการแข่งขันในสภาวะการณปัจจุบันได้อีกต่อไป ผู้ประกอบการควรปรับมุมมองจากที่เคยเห็นว่าธุรกิจในอนาคตเหมือนกันเป็นคู่แข่งให้เปลี่ยนเป็นพันธมิตร ซึ่งการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเป็นความร่วมมือกันของธุรกิจหลายๆ แห่งในรูปแบบที่หลากหลาย โดยใช้ศักยภาพของแต่ละฝ่ายทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน เพื่อให้ได้รับประโยชน์ร่วมกัน (มนูญ อยู่ดี, 2558)

อย่างไรก็ตาม ผู้นำองค์กรมีส่วนสำคัญที่จะเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาส ผู้นำองค์กรให้ผ่านพ้นอุปสรรคถ้าหากมีการวางแผนการบริหารจัดการที่ดีก็จะสามารถปรับแผนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปได้ อย่างสมดุลทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Angelo Kinicki and Brian Williams, 2009) ใช้ประโยชน์จากความเป็นผู้นำสร้างเครือข่าย สร้างความร่วมมือ แบ่งปันประสบการณ์และแนวคิดระหว่างธุรกิจ เพื่อแก้ปัญหาที่องค์กรต้องเผชิญและสร้างโอกาสใหม่ในการประกอบธุรกิจตามบริบทของแต่ละองค์กรที่มีความแตกต่างกันออกไป (Carolyn Dewar and et.al., 2020) โดยใช้เป้าหมายของความยั่งยืนเป็นตัวกำหนดแนวทางดำเนินงานในอนาคต ซึ่งหากภาคธุรกิจสามารถเล็งเห็นปัญหาและแสวงหาหนทางที่จะแก้ปัญหาเหล่านี้ ก็จะนำไปสู่การสร้างตลาด การลงทุน และโมเดลธุรกิจใหม่ด้วยเช่นกัน (อภิญา สิริธนาท, 2564)

บทความวิจัยนี้เล็งเห็นความสำคัญของธุรกิจสายการบินที่เป็นการคมนาคมอย่างหนึ่งที่สำคัญ หากธุรกิจเกิดประสบปัญหาไม่สามารถทำการบินซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจหลักได้และไม่มีแหล่งสร้างรายได้ในช่องทางอื่น ๆ แล้ว จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อภาพรวมของเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงกระทบต่อระดับประเทศ โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้แนวทางความยั่งยืนตามกรอบการพัฒนาความยั่งยืนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจไทย และเป็นกลไกของผู้ประกอบการธุรกิจให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน ขยับเคลื่อนตลาดทุนไทยไปสู่ตลาดทุนโลก ตลอดจนสร้างภูมิคุ้มกันตลาดทุนด้วยหลักบรรษัทภิบาล โดยแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนจะพิจารณาถึงความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพองค์กรในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563) อีกทั้งจากการทบทวนงานวิจัยเรื่อง ความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2563 พบว่ามิได้มีการศึกษาเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนโดยมุ่งหมายให้ธุรกิจมีช่องทางสร้างรายได้เพื่อให้ธุรกิจมีความต่อเนื่อง จึงนำไปสู่การวิจัยเรื่อง ความสำเร็จของธุรกิจ

สายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย เพื่อข้อค้นพบที่ได้จะเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนและกำกั้นนโยบาย เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขันทางของประเทศ เสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน และผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินสามารถนำข้อค้นพบที่ได้ไปประยุกต์เป็นแนวทางในการดำเนินงาน วางแผนกลยุทธ์ และกำหนดเป้าหมายต่าง ๆ ในการขับเคลื่อนองค์การให้เกิดความสำเร็จและยั่งยืนของธุรกิจได้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน ภาวะผู้นำของผู้บริหาร พันมิตรใหม่ การบริหารแบบมีส่วนร่วม และนวัตกรรมทางธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำของผู้บริหาร พันมิตรใหม่ การบริหารแบบมีส่วนร่วม และนวัตกรรมทางธุรกิจ ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน
3. เพื่อศึกษาแนวทางการความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานของการวิจัยไว้จำนวน 4 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน ขึ้นอยู่กับ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร พันมิตรใหม่ การบริหารแบบมีส่วนร่วม และนวัตกรรมทางธุรกิจ

สมมติฐานข้อที่ 2 นวัตกรรมทางธุรกิจ ขึ้นอยู่กับ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร พันมิตรใหม่ และการบริหารแบบมีส่วนร่วม

สมมติฐานข้อที่ 3 การบริหารแบบมีส่วนร่วม ขึ้นอยู่กับ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร และพันธมิตรใหม่

สมมติฐานข้อที่ 4 พันมิตรใหม่ ขึ้นอยู่กับ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน เป็นความมุ่งมั่นทุ่มเทของธุรกิจสายการบินที่จะดำเนินกิจการไปสู่เป้าหมายแห่งความสำเร็จอย่างแน่วแน่ โดยมีกระบวนการขั้นตอนการปฏิบัติอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับพันธกิจและวิสัยทัศน์ของธุรกิจสายการบินที่ทำให้เกิดความสำเร็จทั้งสภาพแวดล้อมภายใน ที่เกิดจากการบริหารจัดการ มีความต่อเนื่องของธุรกิจ และสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ มีผลตอบแทนที่พอใจต่อนักลงทุน และการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถหาโอกาสทางธุรกิจพร้อมรับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก มีความสามารถในการรับมือกับความเสี่ยงใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น และมีความแข็งแกร่งของธุรกิจและเกิดการพัฒนาต่อไปในอนาคต องค์ประกอบที่สำคัญของความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และความต่อเนื่องของธุรกิจ

ภาวะผู้นำของผู้บริหาร คุณสมบัติเฉพาะบุคคลที่สร้างขึ้นมาด้วยตนเองในการบริหารทุกระดับ เป็นผู้ที่สามารถชักนำให้กระทำการหรืองดกระทำการ กำกับและกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมนำไปสู่เป้าหมายเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันได้เป็นอย่างดี สามารถสร้างเครือข่ายร่วมกันกับคนภายในและภายนอกธุรกิจสายการบิน สนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนบริบทกับผู้อื่น มีปฏิสัมพันธ์และร่วมลงมือทำงานเกิดการยอมรับและมีทัศนคติในเชิงบวกระหว่างกัน ก่อให้เกิดความสุขในการทำงาน รับรู้และเข้าใจผู้อื่น มีการวางตัวที่เหมาะสมกับบทบาททางสังคม และสามารถนำพาธุรกิจสายการบิน ผ่านพ้นช่วงเวลาวิกฤตไปได้ องค์ประกอบสำคัญของภาวะผู้นำของผู้บริหารทุกระดับ ประกอบด้วย ความฉลาดทางสังคม ผู้นำเชิงนวัตกรรม และผู้นำการเปลี่ยนแปลง

พันธมิตรใหม่ ความร่วมมือกันหรือข้อตกลงร่วมกันของเครือข่ายธุรกิจสายการบินมากกว่าหนึ่งแห่ง นอกเหนือจากพันธมิตรหรือคู่ค้าเดิมที่มี มีเป้าหมายร่วมกัน แบ่งปันทรัพยากรด้านต่าง ๆ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ มีแนวทางหรือแนวคิดที่แตกต่างจากรูปแบบธุรกิจที่ทำอยู่ ใช้ประโยชน์จากทักษะหรือความสามารถที่แตกต่างกันมาผนวกกัน ผสานพลังซึ่งกันและกันโดยใช้จุดแข็งของฝ่ายหนึ่งไปช่วยแก้ไขจุดอ่อนหรือเติมเต็มอีกฝ่ายหนึ่งพัฒนาให้เกิดเป็น ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ธุรกิจรูปแบบใหม่ เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจที่ได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน ก่อให้เกิดความเข้มแข็งขององค์การและศักยภาพทางการแข่งขันทางธุรกิจเพิ่มขึ้น มีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ การมีเครือข่ายองค์ความรู้ การเพิ่มโอกาสของธุรกิจ และการมีเป้าหมายร่วมกัน

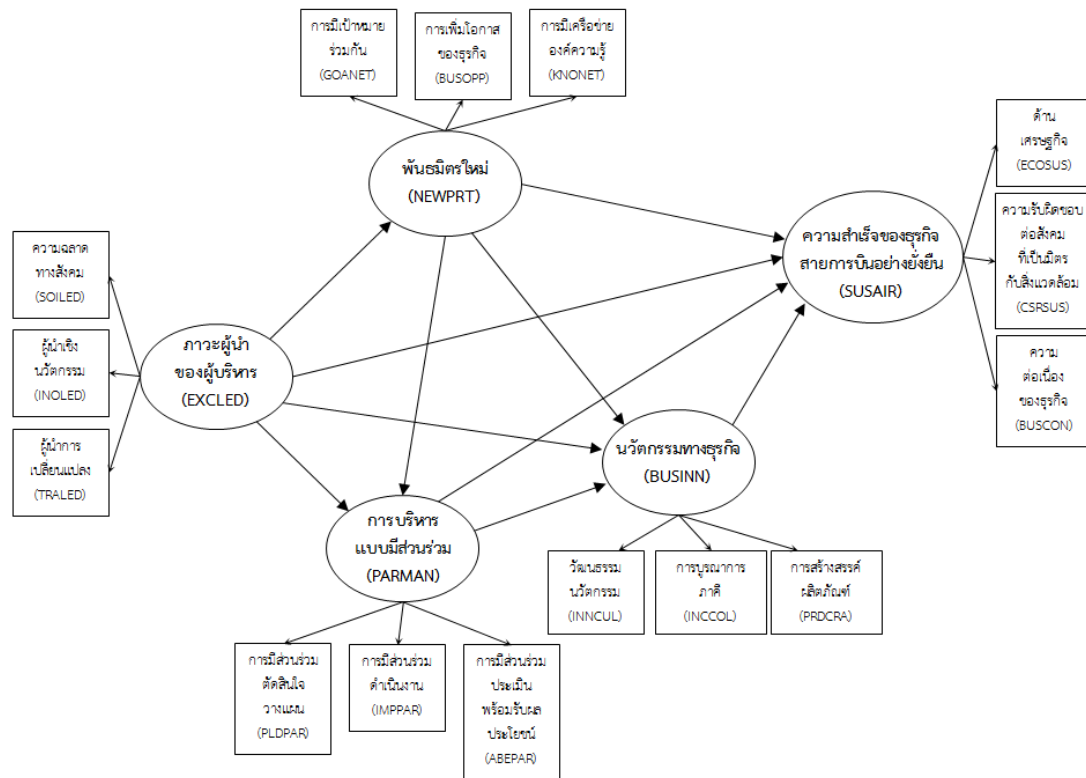
การบริหารแบบมีส่วนร่วม การให้พนักงานและบุคคลผู้ร่วมงาน เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ในกระบวนการตัดสินใจ บูรณาการการทำงานร่วมกันโดยให้ความสำคัญบุคลากรเป็นศูนย์กลางในธุรกิจสายการบินที่มีความสามารถที่แตกต่างและหลากหลาย ได้มีโอกาสเข้ามาเกี่ยวข้องและมีส่วนร่วมในกระบวนการแต่ละขั้นตอน เพื่อให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ธุรกิจสายการบินกำหนด โดยปรับปรุงวิธีการบริหารงานเพื่อเอื้อต่อการมีส่วนร่วม และมีผู้บังคับบัญชาเปิดโอกาสให้สมาชิกได้เข้ามามีบทบาท ทำให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาที่ได้รับความไว้วางใจและให้อิสระกับสมาชิกได้เข้ามามีส่วนร่วม ย่อมทำให้บุคคลมีความผูกพัน เกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจสายการบิน ในที่สุด รวมถึงการเปิดโอกาสให้หน่วยงานหรือบุคลากรภายนอกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ คือ หน่วยงานภาครัฐ ผู้โดยสาร ชุมชน นักลงทุน/สถาบันการเงิน มีส่วนร่วมกับธุรกิจสายการบิน เพื่อรับประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ การมีส่วนร่วมตัดสินใจวางแผน การมีส่วนร่วมดำเนินงาน และการมีส่วนร่วมประเมินพร้อมรับผลประโยชน์

นวัตกรรมทางธุรกิจ เป็นกระบวนการใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งเกิดจากการนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เป็นโอกาสพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่ที่เกิดคุณค่า ทั้งมิติด้านผลิตภัณฑ์ มิติบริการ มิติกระบวนการทำงาน มิติรูปแบบการดำเนินธุรกิจหรือภารกิจใหม่ของธุรกิจสายการบิน รวมถึงการร่วมมือแบบข้ามกลุ่มธุรกิจเพื่อต่อยอดสินค้าและบริการ นำไปสู่การยกระดับความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ส่งผลเชิงบวกต่อเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งเป็นเครื่องมือสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนให้กับธุรกิจสายการบิน องค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ การบูรณาการภาคี และวัฒนธรรมนวัตกรรม



กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาพิจารณาและสร้างแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยสามารถกำหนดเป็นตัวแปรแฝงทั้งสิ้น 5 ตัวแปร ได้แก่ (1) ความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน (2) ภาวะผู้นำ (3) พันธมิตรใหม่ (4) การบริหารแบบมีส่วนร่วม และ (5) นวัตกรรมทางธุรกิจ โดยมีตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยทั้งหมด 15 ตัวแปร โดยเขียนเป็นภาพกรอบแนวคิดของความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย เรื่อง ความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสม โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักในการศึกษาร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อนำเอาข้อมูลจากทั้งสองวิธีมาประมวลผลและวิเคราะห์ร่วมกัน โดยการวิจัยเชิงปริมาณเริ่มจากการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการทบทวนแนวคิดทฤษฎีหรือบทความทางวิชาการจากฐานข้อมูล กำหนดตัวชี้วัดของตัวแปรตามกรอบแนวคิดการวิจัยแล้วนำไปสร้างแบบสอบถาม ประกอบด้วยมาตรวัดตัวแปรสังเกตทุกตัวตามกรอบแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม โดยทำการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (content validity) ความเชื่อถือได้ (reliability) ก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง และเมื่อทำการวิจัยในเชิงปริมาณแล้วพบว่ามีข้อสังเกตประเด็นที่ต้องหาข้อเท็จจริงเพิ่มเติม ผู้วิจัยจะทำการศึกษาด้วยวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสร้างแบบสัมภาษณ์กึ่ง

โครงสร้าง นำไปสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ในภาพรวมเพื่อยืนยันการวิจัยเชิงปริมาณและตอบปัญหาการวิจัยให้ครบถ้วน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรของสายการบินในประเทศไทยที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 4 สายการบิน รวมจำนวน 20,028 คน (ข้อมูลจากสายการบิน, 2564) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานสายการบินไทย พนักงานสายการบินไทยแอร์เอเชีย พนักงานสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส และพนักงานสายการบินนกแอร์ ทั้งนี้ ขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (structural equation model : SEM) ควรมีจำนวนตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 25 เท่า ของตัวแปรสังเกตได้ (พุทธศรี สุทธิไชยเมธี, 2564; Grace, 2008) การศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ทั้งสิ้น 15 ตัวแปร ทำให้มีกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 377 ตัวอย่าง ซึ่งมีความเหมาะสมและเพียงพอ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) ขั้นที่ 1 แบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (stratified sampling) โดยแบ่งประชากรพนักงานตามสายการบินเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ พนักงานสายการบินไทย พนักงานสายการบินไทยแอร์เอเชีย พนักงานสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส และพนักงานสายการบินนกแอร์ ขั้นที่ 2 คำนวณจำนวนพนักงานในแต่ละชั้นภูมิ และในแต่ละกลุ่มจะสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) ด้วยวิธีจับฉลากและกำหนดสัดส่วนตามจำนวนพนักงานของแต่ละสายการบิน

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (questionnaires) ตามใบรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เลขที่ใบรับรอง 2-325/2022 เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สายการบินที่สังกัด ประสบการณ์การทำงาน ลักษณะของงาน ประสบการณ์การฝึกอบรมในช่วงปี พ.ศ. 2562-2564 และองค์ความรู้ในเรื่องของความสำเร็จของธุรกิจสายการบิน เป็นข้อคำถามแบบตัวเลือก ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร พันธมิตรใหม่ การบริหารแบบมีส่วนร่วม และนวัตกรรมทางธุรกิจ ลักษณะคำถามแบบประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคิร์ตสเกล จำนวน 75 ข้อ ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จำนวน 1 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามที่สร้างขึ้น แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามคำแนะนำ ก่อนนำไปตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content Validity) โดยต้องมีค่า IOC มากกว่า 0.5 ทุกรายการข้อคำถาม และตรวจสอบความเชื่อถือได้ (reliability test) ของมาตรวัดตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (cronbach's alpha) จากพนักงานของสายการบินที่ไม่ใช่ตัวอย่างจำนวน 30 ราย ซึ่งข้อคำถามทุกข้อมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.70 แสดงว่าข้อคำถามมีความเชื่อถือได้ในระดับสูง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์ (interview form) เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างชนิดปลายเปิด (semi-structure interview form) โดยผู้วิจัยค้นคว้าจาก

เอกสาร (documentary study) และนำผลจากการวิจัยเชิงปริมาณในประเด็นที่มีข้อสังเกต หรือนัยสำคัญ นำมาใช้ในการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (in-depth interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 16 คน

แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย 3 ประเด็นคือ (1) ภาพรวมของความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน (2) อิทธิพลของภาวะผู้นำของผู้บริหารทุกระดับ พันธมิตรใหม่ การบริหารแบบมีส่วนร่วม และนวัตกรรมทางธุรกิจต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน และ (3) แนวทางความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน และศึกษาทศรूपความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ หรือประเด็นที่มีข้อสังเกตในวิจัยเชิงปริมาณ นำมาใช้เป็นข้อคำถามแบบกึ่งโครงสร้างเพิ่มเติมในแบบสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 377 ชุด เมื่อรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจนครบแล้ว ตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถามทุกฉบับ และนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 49.07) มีอายุ 41-50 ปี มากที่สุด โดยแบ่งเป็นพนักงานของสายการบินไทย (ร้อยละ 53.32) สายการบินไทยแอร์เอเชีย (ร้อยละ 27.85) สายการบินบางกอกแอร์เวย์ส (ร้อยละ 1.67) และสายการบินนกแอร์ (ร้อยละ 7.16) มีอายุงาน มี 6-10 ปี สำหรับด้านลักษณะของงาน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (ร้อยละ 33.16) รองลงมาคือ ลักษณะของงานอื่น ๆ ได้แก่ นักบิน บริการลูกค้าภาคพื้น ลูกค้าสัมพันธ์ วิศวกร ช่าง บริหารสินทรัพย์ สำนักงานเลขานุการ ฝ่ายประกันคุณภาพ (ร้อยละ 24.93) และ การผลิต/ปฏิบัติการ (ร้อยละ 23.34) ตามลำดับ ขณะที่ ประสบการณ์ฝึกอบรมที่เกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน ในช่วง 3 ปี ส่วนใหญ่มีการฝึกอบรมในช่วงดังกล่าว (ร้อยละ 91.25) และพนักงานจำนวนมากมีองค์ความรู้ในเรื่องความสำเร็จของธุรกิจสายการบิน (ร้อยละ 76.66)

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการส่งหนังสือขออนุญาตสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนัดหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พร้อมแนบแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างให้กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญทราบล่วงหน้า หลังจากนั้นจึงเข้าพบเพื่อดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกตามที่ได้นัดหมาย ตามแบบสัมภาษณ์ที่ได้จัดเตรียมไว้ พร้อมบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์ หลังจากสิ้นสุดการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์มาจัดพิมพ์ผลการสัมภาษณ์และเรียบเรียง หากพบประเด็นใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ผู้วิจัยจะนำไปสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญรายต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมและครบถ้วน จนครบ 16 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่อบรรยายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง และสรุปข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง ของข้อมูลนำเสนอข้อมูลด้วยตารางและบรรยายประกอบ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และการวิเคราะห์เส้นทาง (path analysis) ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) และนำไปวิเคราะห์ในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติทำการวิเคราะห์แบบจำลอง

สมการโครงสร้าง (structural equation modeling : SEM) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกตได้ และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 หาอิทธิพลของภาวะผู้นำของผู้บริหาร พันธมิตรใหม่ การบริหารแบบมีส่วนร่วม และนวัตกรรมทางธุรกิจ ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ตามกรอบแนวคิดการวิจัย

จากนั้นจะนำข้อมูลที่เตรียมไว้ ไปตรวจสอบความเหมาะสมอีกครั้ง โดยตรวจสอบ 3 ลำดับ ได้แก่ ตรวจสอบการเกิด Missing Data ตรวจสอบการกระจายตัวของข้อมูล โดยพิจารณาจาก ค่าความเบ้ (skewness) ควรมีค่าไม่เกิน 2 และค่าความโด่ง (kurtosis) ควรมีค่าไม่เกิน 7 (West and et al., 1995) และตรวจสอบความเชื่อมั่น (reliability) ซึ่งควรมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.7

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยตรวจสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และเกณฑ์ของดัชนีในการตรวจโมเดลสมการโครงสร้าง (Schumacker & Lomax (2010) ได้แก่

1) ค่าสถิติไคสแควร์ (χ^2) (chi-square) การทดสอบความสัมพันธ์เชิงเกี่ยวของระหว่างสองตัวแปร กลุ่มที่ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ หรือค่าสถิติไคสแควร์สัมพัทธ์ (relative chi-square (χ^2/df)) มีค่าน้อยกว่า 2

2) ค่าดัชนีตรวจสอบความกลมกลืน ได้แก่ ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดี (Goodness of Fit Index : GFI) เป็นการทดสอบความกลมกลืน ว่าการแจกแจงความถี่ของตัวแปรเป็นไปตามรูปแบบที่กำหนดไว้ ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index : AGFI) ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index : CFI) ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีอิงเกณฑ์ (Normed Fit Index : NFI) ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีไม่อิงเกณฑ์ (Non-Normed Fit Index : NNFI) ต้องมีค่ามากกว่า 0.95

3) ค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า ได้แก่ ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ ในรูปคะแนนมาตรฐาน (Standardized Root Mean Residual : SRMR) ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (Root Mean Square Residual : RMR) ดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation : RMSEA) ควรมีค่าน้อยกว่า 0.05

โดยที่พารามิเตอร์ของโมเดลการวัดและโมเดลสมการโครงสร้างทุกเส้นมีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การทดสอบที่ t-value ควรมีค่ามากกว่า 1.96 ($|t| > 1.96$) หรือ 2.56 ($|t| > 2.56$)

4) ดำเนินการสรุปผล และเขียนรายงานเชิงพรรณนาในลักษณะของการใช้ตารางและแผนภาพประกอบ เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะที่เหมาะสมกับการนำไปใช้จริง

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (qualitative data) ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (interview) โดยผู้วิจัยนำข้อมูลนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยจัดหมวดหมู่ข้อมูล ลดทอน จัดระเบียบข้อมูลเป็นประเด็นต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ จากนั้นใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย (analytic induction) นำมาตีความหมายเชื่อมโยงความสัมพันธ์ และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้ เพื่อตอบคำถามหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพได้ นำมาวิเคราะห์เพื่อหาความเชื่อมโยง ความสัมพันธ์เชิงทฤษฎี

2) สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้ ทั้งจากเอกสาร บทความ รายงานการวิจัย และอื่น ๆ มาวิเคราะห์ อภิปรายผล และข้อเสนอแนะที่สนับสนุนวิจัยเชิงปริมาณ นำเสนอแนวทางการความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน

ผลการวิจัย

1. การวิจัยเรื่องความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยมากกว่าด้านอื่น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การปลูกฝังให้พนักงานในธุรกิจสายการบินมีจิตสำนึกของการมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ($\bar{X} = 3.88$) ด้านความต่อเนื่องทางธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีแผนการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สามารถอดทนต่อผลกระทบที่จะเกิดกับธุรกิจสายการบินได้ ($\bar{X} = 3.81$) ด้านเศรษฐกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการที่มีอยู่ให้มีความคุ้มค่า ($\bar{X} = 3.84$)

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับภาวะผู้นำของผู้บริหาร ในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้บริหาร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้นำความคิดเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับมากกว่าด้านอื่น ($\bar{X} = 3.57$) จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการส่งเสริมให้เกิดการทำงานแบบมีส่วนร่วมระดมความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 3.63$) ผู้นำการเปลี่ยนแปลงภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ แผนการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สามารถอดทนต่อผลกระทบที่จะเกิดกับธุรกิจสายการบินได้ ($\bar{X} = 3.68$) ความฉลาดทางสังคมภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.48$) จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีมิตรภาพที่ดีระหว่างกันและรู้จักที่จะรักษามิตรภาพนั้นไว้ ($\bar{X} = 3.61$)

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับพันธมิตรใหม่ ในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพันธมิตรใหม่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การเพิ่มโอกาสของธุรกิจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ แสวงหารูปแบบการทำธุรกิจใหม่ที่หลากหลายเพื่อสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้น ($\bar{X} = 3.79$) การมีเป้าหมายร่วมกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การรวมตัวกันของพันธมิตรที่มีความเชื่อมั่นต่อกัน เต็มใจที่จะมุ่งสู่เป้าหมายสำคัญร่วมกัน ($\bar{X} = 3.63$) การมีเครือข่ายองค์ความรู้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.43$) จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การแลกเปลี่ยนความรู้กับเครือข่ายสามารถทำให้สายการบินมีความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ ($\bar{X} = 3.51$)

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับการบริหารแบบมีส่วนร่วม ในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารแบบมีส่วนร่วม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

การมีส่วนร่วมดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีสัมพันธภาพเชิงบวกต่อผู้ร่วมดำเนินงานและต่อสายการบินของท่าน ($\bar{X} = 3.90$) การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรภาคภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมในการประเมินผลและรับผลประโยชน์ ($\bar{X} = 3.83$) การมีส่วนร่วมตัดสินใจวางแผน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ รู้สึกมีคุณค่าเมื่อได้มีโอกาสร่วมกำหนดเป้าหมายรวมทั้งได้ตัดสินใจวางแผนงานด้วยกัน ($\bar{X} = 3.49$)

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับนวัตกรรมทางธุรกิจ ในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย สร้างความพึงพอใจจนกลายเป็นความผูกพันกับตราสินค้า (brand) ($\bar{X} = 3.76$) วัฒนธรรมนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ กล้าคิดกล้าทำพยายามที่จะค้นหาสิ่งใหม่ๆ ภายใต้บรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อนวัตกรรม ($\bar{X} = 3.81$) การบูรณาการภาคี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การบูรณาการภาคีส่งผลให้ธุรกิจสายการบินเกิดความยั่งยืน ($\bar{X} = 3.67$)

ตารางที่ 1 ภาพรวมระดับขององค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน

ในประเทศไทย

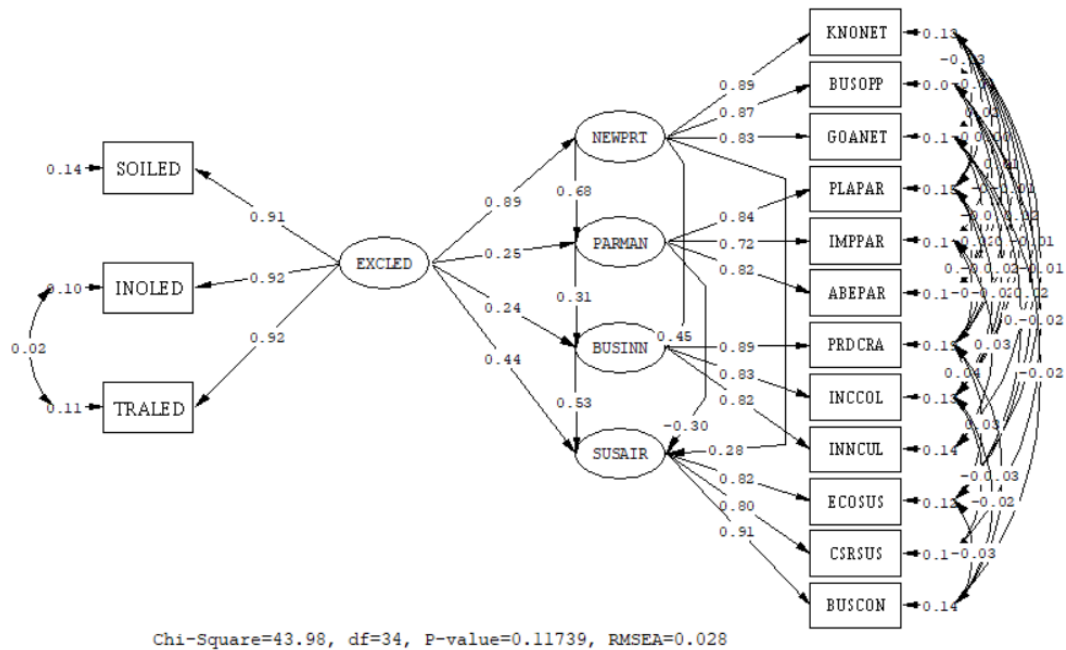
รายการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)	การแปลผล
ภาวะผู้นำของผู้บริหาร	3.53	1.09	มาก
พันธมิตรใหม่	3.58	1.02	มาก
การบริหารแบบมีส่วนร่วม	3.55	1.02	มาก
นวัตกรรมทางธุรกิจ	3.68	1.02	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงถึงค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบแต่ละตัวที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ นวัตกรรมทางธุรกิจ ($\bar{X} = 3.68$) พันธมิตรใหม่ ($\bar{X} = 3.58$) การบริหารแบบมีส่วนร่วม ($\bar{X} = 3.55$) ภาวะผู้นำของผู้บริหาร ($\bar{X} = 3.53$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 2. นำเสนอผลการศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำของผู้บริหาร พันธมิตรใหม่ การบริหารแบบมีส่วนร่วม และนวัตกรรมทางธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (ก่อนปรับโมเดล) ดัชนีการเข้าได้ดี (fit index) บางตัวยังไม่ผ่านเกณฑ์ความกลมกลืนที่กำหนดไว้ คือ ค่าสถิติไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square) $355.48 / 80$ เท่ากับ 4.44 ซึ่งไม่ผ่านหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือน้อยกว่า 2 , RMSEA = 0.096 ไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือน้อยกว่า 0.05 , GFI = 0.89 , AGFI = 0.83 ไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือมีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป และ CN = 125.36



ไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด แสดงว่าแบบจำลองที่ได้จากการวิเคราะห์ในครั้งแรกมีปัญหาเกี่ยวกับการเข้ากันได้ดีของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงจำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไขแบบจำลองให้ดีขึ้นและเหมาะสมเข้ากับข้อมูล ได้ดีที่สุด ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแบบจำลองตามดัชนีการดัดแปลง ทำให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่เหมาะสม และได้แบบจำลองสมการโครงสร้างที่เข้ากับข้อมูลดีขึ้น ดังผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างหลังปรับแบบจำลอง ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 แบบจำลองสมการโครงสร้างของความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย
จากกรอบแนวคิดของการวิจัย (หลังปรับโมเดล)

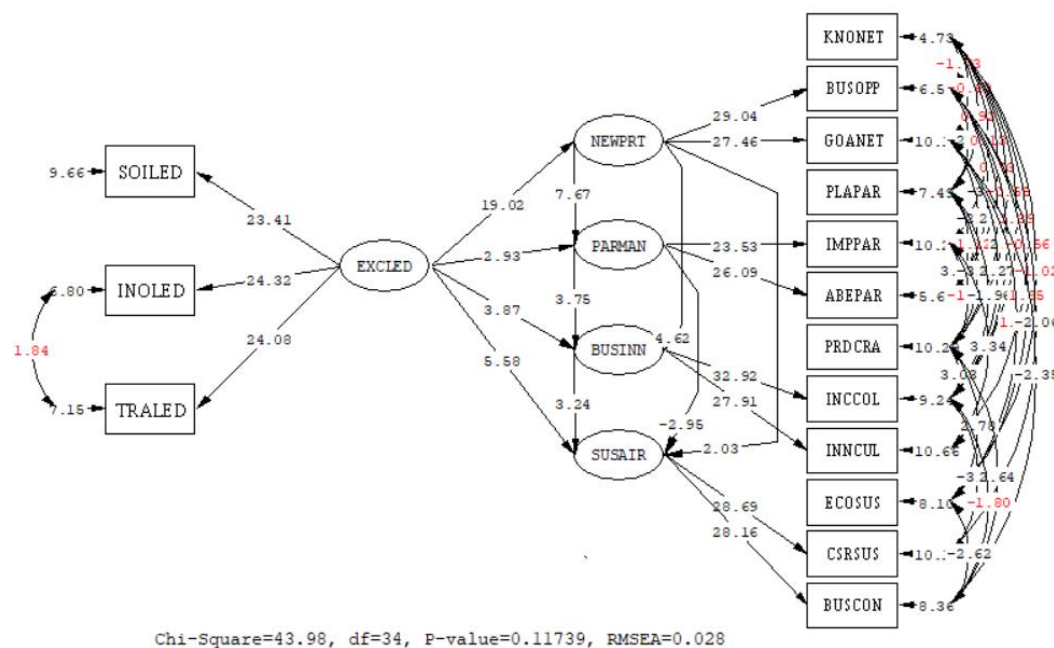
จากรูปที่ 1 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างของความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย (หลังปรับโมเดล) ด้านความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน (SUSAIR) ภาวะผู้นำของผู้บริหาร (EXCLED) พันธมิตรใหม่ (NEWPRT) การบริหารแบบมีส่วนร่วม (PARMAN) และนวัตกรรมทางธุรกิจ (BUSINN) ซึ่งความกลมกลืนของโมเดลในภาพรวม (Overall Model Fit Measure) พบว่าค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.29 ซึ่งน้อยกว่า 2.00 ผ่านหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ P-value=0.11 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดมากกว่า 0.05 ดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ให้มีระดับน้อยกว่า 0.05 พบว่าดัชนีทุกตัว ได้แก่ RMSEA=0.028, RMR=0.008 ผ่านเกณฑ์ ดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่าดัชนีทุกตัว ได้แก่ GFI=0.98, AGFI=0.95, CFI=1.0 ผ่านเกณฑ์เช่นเดียวกัน และดัชนีวัดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง $CN=479.36$ ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดว่ามีค่ามากกว่า 200 จึงสรุปได้ว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างของความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทยที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังตารางที่ 2 ค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของแบบจำลองสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 2 ดัชนีการเข้าได้ดีกับข้อมูล

ตัวชี้วัด	เกณฑ์การเข้าได้ดีกับข้อมูล	ก่อนปรับปรุง แบบจำลอง	ภายหลังปรับปรุง แบบจำลอง
Chi-square/df	น้อยกว่า 2.00	4.44	1.29
P-value	มากกว่า 0.05	0.00	0.11
RMSEA	น้อยกว่า 0.05	0.096	0.028
RMR	น้อยกว่า 0.05	0.021	0.008
GFI	มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป	0.89	0.98
AGFI	มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป	0.83	0.95
CFI	มีค่าตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป	0.99	1.00
CN	ขนาดไม่ต่ำกว่า 200	125.36	479.36

สรุป	ไม่กลมกลืนกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์	กลมกลืนกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้น ผู้วิจัยได้นำเสนอไว้ดังแบบจำลองโครงสร้าง ในรูปแบบค่าที่ (t-value) ซึ่งพบว่าเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงทุกเส้นมีนัยสำคัญ



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองในรูปแบบค่าที่ (t-value)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน (SUSAIR) ได้รับอิทธิพลจาก ภาวะผู้นำของผู้บริหาร (EXCLED) พันมิตรใหม่ (NEWPRT) การบริหารแบบมีส่วนร่วม (PARMAN) และนวัตกรรมทางธุรกิจ (BUSINN) สามารถเขียนเป็นสมการโครงสร้าง ดังนี้

$$\begin{array}{cccc} \text{SUSAIR} = & 0.44^{**}\text{EXCLED} & + 0.28^{*}\text{NEWPRT} & - 0.30^{**}\text{PARMAN} & + 0.53^{**}\text{BUSINN}, R^2 = 0.90 \dots\dots\dots(1) \\ & (0.08) & (0.14) & (0.10) & (0.16) \\ & 5.58 & 2.03 & -2.95 & 3.24 \end{array}$$

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน ได้รับอิทธิพลทางตรงจากภาวะผู้นำของผู้บริหาร พันธมิตรใหม่ การบริหารแบบมีส่วนร่วม และนวัตกรรมทางธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ในการอธิบายความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน ได้ร้อยละ 90

2. นวัตกรรมทางธุรกิจ (BUSINN) ได้รับอิทธิพลจากภาวะผู้นำของผู้บริหาร (EXCLED) พันธมิตรใหม่ (NEWPRT) และการบริหารแบบมีส่วนร่วม (PARMAN) สามารถเขียนเป็นสมการโครงสร้าง ดังนี้

$$\begin{array}{ccc} \text{BUSINN} = & 0.24^{**}\text{EXCLED} & + 0.45^{**}\text{NEWPRT} & + 0.31^{**}\text{PARMAN}, R^2 = 0.93 \dots\dots\dots(2) \\ & (0.06) & (0.10) & (0.08) \\ & 3.87 & 4.62 & 3.75 \end{array}$$

ผลการวิเคราะห์ พบว่า นวัตกรรมทางธุรกิจ ได้รับอิทธิพลจากภาวะผู้นำของผู้บริหาร พันธมิตรใหม่ และการบริหารแบบมีส่วนร่วม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ในการอธิบายนวัตกรรมทางธุรกิจ ได้ร้อยละ 93

3. การบริหารแบบมีส่วนร่วม (PARMAN) ได้รับอิทธิพลจากภาวะผู้นำของผู้บริหาร (EXCLED) พันธมิตรใหม่ (NEWPRT) สามารถเขียนเป็นสมการโครงสร้าง ดังนี้

$$\begin{array}{cc} \text{PARMAN} = & 0.25^{**}\text{EXCLED} & + 0.68^{**}\text{NEWPRT}, R^2 = 0.83 \dots\dots\dots(3) \\ & (0.08) & (0.09) \\ & 2.93 & 7.67 \end{array}$$

ผลการวิเคราะห์ พบว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วม ได้รับอิทธิพลจากภาวะผู้นำของผู้บริหาร และ พันธมิตรใหม่ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ในการอธิบายการบริหารแบบมีส่วนร่วม ได้ร้อยละ 83

4. พันธมิตรใหม่ (NEWPRT) ได้รับอิทธิพลจาก ภาวะผู้นำของผู้บริหาร (EXCLED) สามารถเขียนเป็นสมการโครงสร้าง ดังนี้

$$\begin{array}{c} \text{NEWPRT} = & 0.89^{**}\text{EXCLED}, R^2 = 0.80 \dots\dots\dots(4) \\ & (0.05) \\ & 19.02 \end{array}$$

ผลการวิเคราะห์ พบว่า พันธมิตรใหม่ ได้รับอิทธิพลจากภาวะผู้นำของผู้บริหาร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ในการอธิบายการบริหารแบบมีส่วนร่วม ได้ร้อยละ 80

อิทธิพลทางตรง และทางอ้อมระหว่างตัวแปรต่างๆ ต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างมาเสนอค่าอิทธิพลทางตรง และทางอ้อม และผลรวมของตัวแปรแฝง ทุกตัว เพื่อแสดงอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์อิทธิพลรวม อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม องค์ประกอบของความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน

อิทธิพลของตัวแปร	ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผล		
	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	อิทธิพลรวม
ภาวะผู้นำของผู้บริหาร (EXCLED)	0.44**	0.48**	0.92**
พันธมิตรใหม่ (NEWPRT)	0.28*	0.14	0.43**
การบริหารแบบมีส่วนร่วม (PARMAN)	-0.30**	0.16*	-0.14
นวัตกรรมทางธุรกิจ (BUSINN)	0.53**	-	0.53**

Chi-Square= 43.98, df=34, p-value = 0.117, GFI=0.98, AGFI=0.95, RMR=0.008, RMSEA=0.028 CFI=1.00, CN=479.36

หมายเหตุ **หมายถึง $p\text{-value} \leq 0.01$ *หมายถึง $p\text{-value} \leq 0.05$

จากตารางที่ 2 พบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหาร มีอิทธิพลโดยรวมมากที่สุดต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย รองลงมาคือ นวัตกรรมทางธุรกิจ พันธมิตรใหม่ และการบริหารแบบมีส่วนร่วม ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาเฉพาะปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจ พบว่า นวัตกรรมทางธุรกิจมีอิทธิพลโดยตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย มากที่สุด รองลงมาคือ ภาวะผู้นำ พันธมิตรใหม่ และการบริหารแบบมีส่วนร่วม ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลทางอ้อมต่อความสำเร็จของธุรกิจ พบว่า ภาวะผู้นำมีอิทธิพลมากที่สุดต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย รองลงมาคือ การบริหารแบบมีส่วนร่วม และพันธมิตรใหม่ ในขณะที่นวัตกรรมทางธุรกิจไม่มีอิทธิพลทางอ้อม

วัตถุประสงค์ที่ 3 แนวทางความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารในองค์กรต้องมีวิสัยทัศน์กว้างไกล ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่มีความท้าทาย มีการคาดการณ์ที่แม่นยำ มีการวางแผนเตรียมพร้อมที่จะรับมือกับปัญหาต่าง ๆ และคำนึงถึงการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เพราะปัจจุบันการทำธุรกิจเพียงลำพังไม่สามารถที่จะสำเร็จอย่างยั่งยืนได้ ต้องพิจารณาโอกาสใหม่ๆ ให้ธุรกิจอยู่เสมอ ดังนั้น การที่มีพันธมิตรใหม่ มีความจำเป็นอย่างยิ่ง ช่วยเสริมศักยภาพในการแข่งขันให้มีอำนาจต่อรองทางธุรกิจ ขยายฐานลูกค้า เป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจให้ไปสู่เป้าหมายด้วยกัน โดยการแบ่งปันทรัพยากร องค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญของแต่ละฝ่ายขับเคลื่อนธุรกิจ ประการสำคัญคือการเปิดโอกาสให้บุคลากรในองค์กรได้เข้ามามีส่วนร่วม สร้างบรรยากาศให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน กระตุ้นให้แสดงความคิดเห็น รับฟังข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน ลดขั้นตอนให้คล่องตัวยิ่งขึ้น ลดต้นทุน โดยส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการทำงานของพนักงานอยู่เสมอ ทำให้รู้สึกผูกพันและภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ให้ทุกฝ่ายเติบโตไปพร้อมกัน สร้างสรรค์นวัตกรรมทางธุรกิจ จากการร่วมมือที่หลากหลาย ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ผลักดันให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ จึงจะทำให้ธุรกิจสายการบินมีรายได้และกำไรอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดความสำเร็จอย่างยั่งยืนได้

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหาร พันธมิตรใหม่ การบริหารแบบมีส่วนร่วม และนวัตกรรมทางธุรกิจ เป็นองค์ประกอบที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน โดยผลการวิเคราะห์พบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหาร มีอิทธิพลโดยรวมมากที่สุดต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย รองลงมาคือ นวัตกรรมทางธุรกิจ พันธมิตรใหม่ และการบริหารแบบมีส่วนร่วม ตามลำดับ นำไปสู่การอภิปรายผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1) ภาวะผู้นำของผู้บริหาร เป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย เนื่องจากการสร้างความสำเร็จของธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนนั้น แต่ละองค์กรมีแนวทางที่แตกต่างกัน ผู้นำจึงมีบทบาทสำคัญที่จะชี้แนะแนวทางในการนำพาองค์กรเผชิญกับผลกระทบที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มุ่งเน้นการสร้างความสำเร็จในระยะยาวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน (Avery and Bergsteiner, 2011) ผู้นำที่มีการเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างชาญฉลาดนั้น ต้องบริหารจัดการภายในองค์กรอย่างมีทิศทางที่ชัดเจนในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้น โดยการสร้างความเข้าใจให้กับคนในองค์กร ลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตรงกัน (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2563) ที่สำคัญคือตัวผู้บริหารเองต้องมีจิตวิญญาณของการเป็นผู้นำ สามารถทำให้คนอื่นให้ความร่วมมือ เข้าใจและรับรู้ความต้องการและมอบประโยชน์ให้กับผู้อื่น (Karl Albrecht, 2005) สร้างบรรยากาศการทำงานให้เป็นไปในทางบวก สนับสนุนการทำงานเป็นทีมและสร้างการมีส่วนร่วม ขับเคลื่อนให้พนักงานใช้ความคิดและสร้างสรรค์แนวทางการดำเนินงานใหม่ๆ เกิดเป็นนวัตกรรมให้กับองค์กรธุรกิจ นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ

2) นวัตกรรมทางธุรกิจ เป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลโดยรวมมากเป็นอันดับที่สองต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย พบว่า ในบริบททางเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ทุกธุรกิจต้องเผชิญกับความท้าทายและกระตุ้นให้ค้นหาวิธีใหม่ ทั้งการปรับปรุงผลิตภัณฑ์บริการ แผนงาน กระบวนการปฏิบัติการ และรูปแบบธุรกิจ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร นวัตกรรมทางธุรกิจเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว (Dorin Maier et al., 2020) การสร้างนวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จในองค์กรนั้น ต้องมีการเชื่อมโยงทีมงาน องค์ความรู้ต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กรเข้าด้วยกัน นวัตกรรมมีความสำคัญต่อการดำเนินการทุกด้าน ควรส่งเสริมศักยภาพของทรัพยากรในองค์กร โดยเฉพาะบุคลากรที่ต้องผลักดันและปลูกฝังให้นวัตกรรมเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร (ศศิมา สุขสว่าง, 2563)

3) พันธมิตรใหม่ พบว่าสามารถสร้างความสำเร็จอย่างยั่งยืนให้กับธุรกิจสายการบินได้ โดยผลจากความสามารถระหว่างองค์กร ทั้งวัตถุดิบ เทคโนโลยี บุคลากร ฐานลูกค้า นำศักยภาพมาแลกเปลี่ยน ตลอดจนองค์ความรู้ความเชี่ยวชาญที่เป็นจุดแข็ง ผันผวนเพื่อให้ไปถึงเป้าหมายร่วมกัน สอดคล้องกับ วิเลิศ ภูริวัชร (2563) ที่กล่าวว่า หากองค์กรใดสามารถหาพันธมิตรธุรกิจที่ดีและส่งเสริมกันได้ ย่อมเป็นการสร้างความได้เปรียบและใช้ทรัพยากรที่แต่ละฝ่ายมีให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้ พันธมิตรใหม่ของธุรกิจสายการบินนั้น

สามารถเป็นความร่วมมือข้ามอุตสาหกรรมกันได้ ด้วยความสมัครใจโดยมีเป้าหมายที่จะสร้างโอกาสทางการค้า รวมถึงกระบวนการดำเนินงาน และการบริหารจัดการความเสี่ยงในยุคปัจจุบัน (เพชร บุดสีทา, 2561)

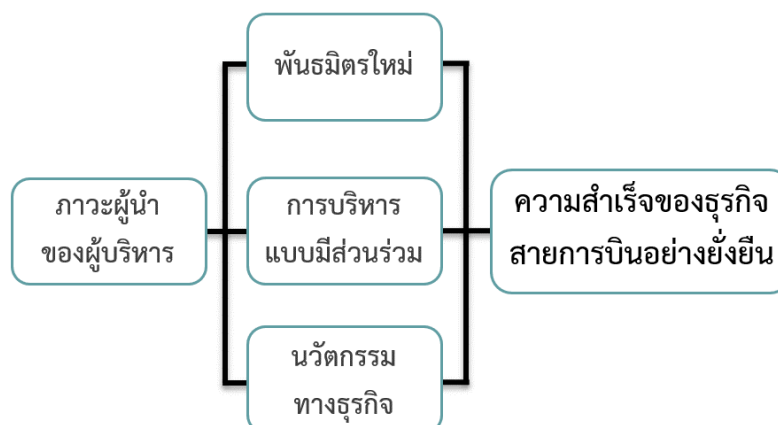
4) การบริหารแบบมีส่วนร่วม พบว่า พนักงานเป็นทรัพยากรสำคัญขององค์กร ที่ต้องโน้มน้าวให้มีโอกาสได้มีส่วนร่วมในการคิด การตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ รวมไปถึงร่วมประเมิณผล และรับประโยชน์ด้วยกัน ซึ่งการมีส่วนร่วมนี้จะก่อให้เกิดพลังนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจอย่างยั่งยืนได้ โดยผู้บริหารหรือหัวหน้างานต้องผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมในทุกระดับ ก่อให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหนและมีคุณค่าต่อองค์กร (นุชนาถ สอนสง และสงวน อินทร์รักษ์, 2561) สอดคล้องกับแนวคิดของแมคเกรเกอร์ (McGregor, 1960) ที่ระบุว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วมมีส่วนช่วยให้แต่ละบุคคลรู้จักที่จะพัฒนาตนเอง ตลอดจนสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร นำไปสู่ความสำเร็จและเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร เช่นเดียวกับ เฮาส์ (House, 1976) ระบุว่า ผู้นำต้องพิจารณาปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการได้แก่ (1) การแบ่งปันอำนาจสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา (2) การแบ่งปันอิทธิพล เป็นการยอมรับในอิทธิพลของผู้ใต้บังคับบัญชา และ (3) การแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร ให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้รับทราบความเคลื่อนไหวและสถานะความเป็นไปขององค์กรที่แท้จริง

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า องค์กรประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน การวิเคราะห์ส่วนนี้เป็นไปเพื่อทดสอบสมมติฐาน ซึ่งสามารถสรุปตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ผลการวิเคราะห์พบว่า ความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืน ขึ้นอยู่กับ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร พันธมิตรใหม่ การบริหารแบบมีส่วนร่วม และนวัตกรรมทางธุรกิจ สมมติฐานข้อที่ 2 ผลการวิเคราะห์พบว่า นวัตกรรมทางธุรกิจ ขึ้นอยู่กับ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร พันธมิตรใหม่ และการบริหารแบบมีส่วนร่วม สมมติฐานข้อที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วม ขึ้นอยู่กับ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร และพันธมิตรใหม่ สมมติฐานข้อที่ 4 ผลการวิเคราะห์พบว่า พันธมิตรใหม่ ขึ้นอยู่กับ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า แนวทางความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทยนั้น ผู้บริหารต้องมีภาวะผู้นำในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ไปสู่เป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รักษามาตรฐานการดำเนินธุรกิจเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า สามารถปรับตัว วางแผน เตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่ยากจะคาดเดาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยการเพิ่มโอกาสของธุรกิจจับมือกับพันธมิตรใหม่ที่มีเป้าหมายร่วมกัน คิดค้น พัฒนา สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์บริการที่เอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน ยกย่องธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น และยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ใหม่ๆ นอกเหนือธุรกิจหลัก ซึ่งจะส่งผลดีในด้านของการบริหารความเสี่ยง เพราะเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ทำให้สายการบินไม่สามารถทำการบินได้แล้ว ยังมีกระแสรายได้จากช่องทางอื่น นอกจากนี้ การสนับสนุนให้พนักงานในองค์กรได้เข้ามามีส่วนร่วมในระดับต่าง ๆ เพื่อเกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร เพราะพนักงานคือทรัพยากรสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กร ต้องมีการสนับสนุนพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญกับพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียม และส่งเสริมให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมด้วย ทั้งนี้ องค์กรต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่สร้างความเสียหายต่อทรัพยากร และตอบแทนสังคมควบคู่กันกับการประกอบธุรกิจ ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จ สามารถอยู่ในสังคมได้ในระยะยาวและยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



ภาพที่ 2 องค์ความรู้จากการวิจัย เรื่อง ความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย

จากผลการวิจัย เรื่องความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ค้นพบว่าภาวะผู้นำของผู้บริหารรวมถึงหัวหน้างานของธุรกิจสายการบินเป็นหลักสำคัญที่สุด ในปัจจุบันการทำธุรกิจเพียงเพื่อสร้างกำไรนั้นไม่เพียงพอต่อการบริหารองค์กรให้ยั่งยืนได้ในระยะยาว ผู้นำไม่เพียงแต่มีวิสัยทัศน์ มองการณ์ไกล ทันทโลกทันเหตุการณ์แล้ว ยังต้องมีความฉลาดทางสังคมที่เข้าอกเข้าใจผู้ร่วมงาน เปิดโอกาสให้พนักงานได้เข้ามามีส่วนร่วม นอกจากการมีส่วนร่วมของคนในองค์กรแล้ว ที่สำคัญอีกประการคือการมีส่วนร่วมของพันธมิตรใหม่ ที่นอกเหนือจากกลุ่มอุตสาหกรรมการบินด้วยกัน สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์บริการที่เป็นการเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้ให้กับองค์กร ขยายโอกาสทางธุรกิจ และกระจายความเสี่ยง สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจ ไม่ใช่เพียงผลิตภัณฑ์บริการ แต่รวมถึงกระบวนการดำเนินงานที่จะช่วยลดขั้นตอน มีความคล่องตัวและสามารถลดต้นทุนได้ ทุกองค์ประกอบที่ภาวะผู้นำของผู้บริหารได้ผลักดันนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว สร้างรายได้ให้กับธุรกิจ เตรียมพร้อมรับความเสี่ยงใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น ที่สำคัญคือการทำให้ธุรกิจสายการบินอยู่รอดและสามารถเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

สรุป

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ค้นพบเกี่ยวกับแนวทางความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนในประเทศไทย เป็นรูปแบบที่เกิดจากการเชื่อมโยงกันของแต่ละองค์ประกอบ เริ่มตั้งแต่ภาวะผู้นำของผู้บริหาร รวมถึงหัวหน้างาน ต้องกำกับและสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วม สร้างบรรยากาศในที่ทำงานให้มีความเป็นกันเอง รับรู้ รับฟัง และเข้าใจผู้ใต้บังคับบัญชา สามารถสร้างเครือข่ายร่วมกันกับคนภายในและภายนอกธุรกิจสายการบิน นำพาธุรกิจสายการบิน ผ่านพ้นช่วงเวลาวิกฤตไปได้ นอกจากนี้ด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ และพันธมิตรใหม่ เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เป็นโอกาสพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่ที่เกิดคุณค่า ทั้งมิติด้านผลิตภัณฑ์ มิติบริการ มิติกระบวนการทำงาน มิติรูปแบบการดำเนินธุรกิจหรือภารกิจใหม่ของธุรกิจสายการบิน เพื่อเสริมศักยภาพ

ทางการแข่งขันทางธุรกิจเพิ่มขึ้น เป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ส่งผลเชิงบวกต่อเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งเป็นเครื่องมือสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนให้กับธุรกิจสายการบิน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ธุรกิจสายการบินควรส่งเสริมให้มี นวัตกรรมทางธุรกิจ เนื่องจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า นวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลให้เกิดความสำเร็จของธุรกิจสายการบิน อย่างยั่งยืน เนื่องจากสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ธุรกิจสายการบินต้องค้นหาวิธีใหม่ ๆ ในการแข่งขันทางธุรกิจและเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร ซึ่งนวัตกรรมทางธุรกิจนั้นไม่ได้เป็นเพียงปัจจัยหลักของการอยู่รอดของธุรกิจในปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนาที่ยั่งยืนของธุรกิจด้วย เช่นเดียวกันกับ ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า นวัตกรรมทางธุรกิจ ยังส่งผลทางตรงต่อความสำเร็จของธุรกิจสายการบินอย่างยั่งยืนมากที่สุด โดยมีพันธมิตรใหม่ที่เป็นปัจจัยที่จะขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมทางธุรกิจของสายการบิน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหาร มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด รองลงมาคือการบริหารแบบมีส่วนร่วม ดังนั้น ผู้นำในธุรกิจสายการบินนอกจากมีวิสัยทัศน์ รอบรู้กว้างไกลแล้ว ต้องมีธรรมาภิบาลและการบริหารที่โปร่งใส มีภาวะผู้นำในการปรับตัวและยืดหยุ่นในการบริหาร สามารถเปลี่ยนแปลงพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส ที่สำคัญคือต้องใส่ใจในพนักงานทุกระดับ เสริมศักยภาพของพนักงานอย่างต่อเนื่อง บริหารคนในองค์กรได้ด้วยใจและความเข้าใจ สร้างความร่วมมือให้ทุกคนสามารถบรรลุเป้าหมายได้ ผลักดันให้ทุกภาคส่วนเติบโตไปพร้อมกับองค์กรที่ประสบความสำเร็จ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาตัวแปรในประเด็นด้านอื่น ๆ อาทิ ด้านธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการ ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านการจัดการความรู้ ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

2.2 เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับประชากรในสายการบินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อให้ผลการศึกษารอบคอบครอบคลุมกับสายการบินในประเทศไทย ควรทำการศึกษาความคิดเห็นในภาพรวมของธุรกิจสายการบินที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยด้วย เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กองบรรณาธิการวอยซ์ออนไลน์. (2562). *การพัฒนาที่ยั่งยืนจากอุตสาหกรรมการบิน*. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2564, จาก <https://voicetv.co.th/read/NUMifTWdY>
- กัลยา สว่างคง, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2561). กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ ทางเลือกสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวของไทย. *วารสาร Veridian E-Journal, มหาวิทยาลัยศิลปากร. สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 11(1), 115.
- เกษร เกษมชื่นยศ. (2563). การพัฒนาของไทยตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารจันทร์เกษมสาร, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์*, 26(1), 16-30.
- จำลอง ขุนพลแก้ว. (2563). *Innovation Management มิติใหม่ของการจัดการ*. สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. ค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2564, จาก <https://www.ftpi.or.th/2020/24185>.
- เจน จันทรสุภาเสน, อำพล ชะโยมชัย, ญัฐวัฒน์ แสงภูเขียว และ แก้วตา ผิวพรรณ. (2563). อิทธิพลของพฤติกรรมผู้ประกอบการ ความสามารถในการปรับตัว และความสามารถทางนวัตกรรมที่มีผลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจ: ข้อมูลเชิงประจักษ์จากโครงการร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 10(1), 5-18.
- ณรงค์ ทมเจริญ, กัญญามน อินทวาท. (2562). การบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจของผู้ให้บริการโลจิสติกส์. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 9(1), 208-211.
- วริษฐา ประจงการ และ สุชนัน จุนอนันตธรรม. (2564). *Tourism at a crossroad อนาคตภาคการท่องเที่ยวไทย เดินต่ออย่างไรในฟ้าหลังฝน. ฝ่ายเศรษฐกิจมหภาค ธนาคารแห่งประเทศไทย*. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2564, จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_18Aug2021.aspx
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2563). *CHANGE อย่างชาญฉลาดเพื่ออนาคตที่ยั่งยืนขององค์กร*. ค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2564. จาก www.tqa.or.th/2020/10/change-อย่างชาญฉลาดเพื่ออนาคต/
- อานนท์ จันจิตร. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อบริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 15(1), 8.
- Alexandre de Juniac. (2020). *Remarks of Alexandre de Juniac at IATA Media Briefing*. Retrieved March 2, 2021, from <https://www.iata.org/en/pressroom/speeches/2021-03-02-01/>
- Elkington, J. (1994). Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development. *California Management Review*, 36, 90-100.
- Joyce Naeche. (2021). Business Collaboration. Retrieved March 2, 2021, from <https://businessyield.com/business-strategies/business-collaboration/>
- Martin Geissdoerfer, Doroteya Vladimirova, Kirsten Fossen Van, Steve Evans. (2018). Product, service, and business model innovation: A discussion. *Procedia Manufacturing*, (21), 165-172.

Michael Obal and Tao Gao. (2020). *Managing business relationships during a pandemic: Conducting a relationship audit and developing a path forward*. Industrial Marketing Management, Elsevier Public Health Emergency Collection, PMC7261259.

Piyanuch Sathapongpakdee. (2021). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2562-2564: ธุรกิจบริการขนส่งสินค้าทางถนน. ค้นเมื่อ 28 กันยายน 2564, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/logistics/road-freight-transportation/IO/io-road-freight-transportation-20>

การสร้างคุณค่าข้าวหอมมะลิของธุรกิจส่งออก

Value Creation of Jasmine Rice for Export Business

สัมฤทธิ์ แซ่เจียง¹, ศรีปริญญา ฐประจาง² และ ปิยดา วงศ์วิวัฒน์³

Samrit Saejeang¹, Sriparinya Toopgrajank² and Piyada Wongwiwat³

สาขาการบริหารการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา¹

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{2,3}

Development Administration, Graduate School, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand¹

Graduate School, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{2,3}

E-mail: Samrit.jeang@gmail.com¹, Pewsriparinya@yahoo.com.², piyada.wo@ssru.ac.th³

Received: 2023-07-05; Revised: 2023-12-15; Accepted: 2023-12-16

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับของการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ 2) อิทธิพลของนโยบายภาครัฐ นวัตกรรมทางการเก็บรักษา การตลาด และคุณภาพของข้าวหอมมะลิที่มีผลต่อการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ และ 3) แนวทางการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิไทย ด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสม การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือตัวแทนผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิ ประกอบด้วย กรรมการ ระดับผู้จัดการ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกข้าวหอมมะลิตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิที่ขึ้นทะเบียนทั้งหมด 194 บริษัท จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 340 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 15 ราย คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจากตัวแทน 3 ภาคส่วน ผู้แทนภาครัฐ ผู้ส่งออก และผู้บริโภค การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติอนุมาน ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง และนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาสังเคราะห์บูรณาการเพื่อสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย

ผลจากการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบของการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านนวัตกรรมทางการเก็บรักษาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านคุณภาพของข้าวหอมมะลิ ด้านนโยบายภาครัฐ อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการตลาด 2) องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ ได้แก่ การตลาด นโยบายภาครัฐ คุณภาพของข้าวหอมมะลิ และนวัตกรรมทางการเก็บรักษา ตามลำดับ และ 3) แนวทางการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ ภาครัฐต้องส่งเสริมนวัตกรรมในกระบวนการส่งออก โดยคำนึงถึงคุณภาพที่ดีเลิศ มีอัตลักษณ์เฉพาะสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

คำสำคัญ: การสร้างคุณค่า, ข้าวหอมมะลิ, ธุรกิจส่งออก

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the level of value creation of jasmine rice; 2) to study the influence of government policies, storage innovation, marketing, and quality of jasmine rice on the value creation of jasmine rice; and 3) to create guidelines for creating value for Thai jasmine rice. A mixed research methodology was used. In the quantitative research, the sample group of representatives of jasmine rice exporters consisted of the members of the committee who were at the manager level and officials involved in the export of jasmine rice for more than two years who were registered jasmine rice exporters of 194 companies, and the total number of the sample was 340 people. Questionnaires were utilized as measurement instruments to gather quantitative data from the sample population. Qualitative data were taken from an in-depth interview with representatives from 15 stakeholders for three groups, including government, exporters, and consumer representatives. Quantitative data were taken from a total of 340 respondents and were analyzed using descriptive statistics and inferential statistics through Structural Equation Modeling from statistical analysis.

The research findings indicated that: 1) the highest score levels were obtained from the overall level of value creation of jasmine rice and storage innovation, which was at the highest level, and it was followed by the quality of jasmine rice, the government policy, and marketing. 2) The marketing, government policies, quality of jasmine rice, and innovative storage, respectively, had the influence on the creation of jasmine rice value. 3) For the guidelines for creating the value of jasmine rice, the government should promote innovation in the export process by considering its outstanding quality and unique identity that can compete in the global market.

Keywords: Value Creation, Jasmine Rice, Export Business

บทนำ

ข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของประเทศไทยมี พื้นที่เพาะปลูกข้าวประมาณ 64.57 ล้านไร่ และสร้างรายได้ให้แก่ประชากรภาคการเกษตร โดยเฉพาะชาวนามากกว่า 3.7 ล้านครัวเรือน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2560) พันธุ์ข้าวที่เกษตรกรนิยมปลูกมากในช่วงฤดูข้าวนาปีคือข้าวขาวดอกมะลิ 105 หรือข้าวหอมมะลิ และข้าว กข15 เนื่องจากพื้นที่ปลูกข้าวของไทยส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่น้ำฝน ยังไม่มีชลประทาน โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ข้าวหอมมะลิเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความต้องการของตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยประเทศไทยเป็นทั้งผู้ผลิตและส่งออกข้าวที่มีศักยภาพและเป็นที่ยอมรับของตลาดโลก

ในปี พ.ศ.2562 จำนวนผลผลิตข้าวทั้งหมด ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 6 ของโลก คิดเป็นร้อยละ 4.2 โดยเป็นรองประเทศจีน อินเดีย อินโดนีเซีย บังกลาเทศ และเวียดนาม ตามลำดับ ในด้านการส่งออกประเทศไทยส่งออกข้าวเป็นลำดับที่ 2 ของโลกรองจากประเทศอินเดีย และมีคู่แข่งรายอื่น ๆ ในตลาด เช่น เวียดนาม ปากีสถาน สหรัฐอเมริกา และเมียนมาร์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2564) นอกจากนี้ข้าวหอมมะลิจัดว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความได้เปรียบจากทางภูมิศาสตร์ อีกทั้งยังสามารถแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดสร้างจุดเด่นของสินค้าทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อแบรนด์ข้าวไทย (ชัยวัช โสวเจริญสุข, 2562) นอกจากนี้ข้าวหอมมะลิเป็นข้าวที่มีคุณภาพดีที่สุดสายพันธุ์หนึ่งของประเทศไทย ถือว่าเป็นข้าวที่ “เมล็ดสวย, เรียว, ยาว, ขาว, ใส, นุ่ม, นวล, อร่อย และหอม” และเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2560)

ปัจจุบันการแข่งขันเรื่องการส่งออกข้าวในตลาดโลกสูงขึ้น นอกจากการลดต้นทุนในการผลิตแล้วยังต้องรักษามาตรฐานคุณภาพของข้าวเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน คุณภาพของข้าวเป็นสิ่งสำคัญที่กำหนดความสามารถในการขายในตลาดต่างประเทศ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2560)

ในสถานการณ์ด้านการแข่งขันทางการตลาดในระดับมหภาค แม้ว่าไทยจะเป็นผู้นำการส่งออกข้าวหอมมะลิมาอย่างยาวนาน จากการแข่งขันในตลาดโลกที่รุนแรงมากขึ้นในแต่ละปี ส่งผลกระทบต่อการค้าอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ปรากฏการณ์ที่เข้ามามีผลกระทบ เช่น การพัฒนาพันธุ์ข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อทดแทนการนำเข้าและวิกฤตทางการเงินของประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้กำลังซื้อลดลงและหันไปบริโภคข้าวที่มีราคาถูกกว่าหรือบริโภคอาหารแปรรูปอื่นทดแทน การเปิดตลาดการส่งออกข้าวหอมบาสมชาติของประเทศอินเดียในผู้บริโภคที่มีรสนิยมข้าวหอมชั้นดี ทำให้มีการสั่งซื้อข้าวหอมมะลิตดลง การพัฒนาการผลิตข้าวหอมของเวียดนามและกัมพูชาทำให้สามารถแบ่งส่วนการตลาดข้าวหอมมะลิในตลาดโลก ประกอบกับประเทศสมาชิกใหม่ในอาเซียน (Cambodia, Lao PDR, Myanmar, Vietnam: CLMV) ได้แก่ ประเทศกัมพูชา ประเทศลาว ประเทศเมียนมาร์ และประเทศเวียดนาม ซึ่งมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าและได้รับสิทธิพิเศษทางการค้าและกำลังจะครอบครองส่วนแบ่งตลาดโลกเพิ่มขึ้น (International Finance Corporation, 2015)

ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกข้าวหอมมะลิตลอดห่วงโซ่อุปทาน เกิดขึ้นหลายสาเหตุ ซึ่งการแข่งขันระหว่างประเทศผู้ผลิตและส่งออกข้าวกับอำนาจในการกำหนดราคาของประเทศผู้ซื้อ (price taker) โดยเฉพาะประเทศผู้ส่งออกก็เป็นประเด็นที่สำคัญ เช่น ผู้ประกอบการไทยด้านการค้าข้าวหอมมะลิต้องยอมรับการแข่งขันราคาระหว่างประเทศผู้ส่งออกข้าวด้วยกัน เป็นต้น โดยปัญหาหลักมีความเกี่ยวข้องกับด้านนโยบายและมาตรการด้านการผลิตของประเทศผู้นำเข้าสินค้า ประเทศคู่ค้ามีการกำหนดโควตานำเข้าข้าวในแต่ละปี ทำให้ผู้ประกอบการค้าข้าวไทยมีข้อจำกัดการนำเข้าข้าวหอมมะลิเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อควบคุมและรักษาผลประโยชน์ทางการค้า เช่น การลดการนำเข้าข้าว เนื่องจากประเทศคู่ค้ามีนโยบายการผลิตข้าวบริโภคเองภายในประเทศ และการควบคุมสุขอนามัยของสินค้าอาหารและสินค้าพืช ในขณะที่คู่แข่งสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศอินเดียกลับมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (อิทธิพงศ์ มหานครเศรษฐ์, 2557)

จากปัจจัยแวดล้อมและอิทธิพลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเพิ่มมูลค่าข้าวหอมมะลิที่มีผลต่อธุรกิจการส่งออกข้าวหอมมะลิของประเทศไทยดังได้กล่าวมา ซึ่งอ้างอิงจากสภาพปัญหาด้านการรักษาคุณภาพข้าว

ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแสดงถึงคุณค่าที่แตกต่างของข้าวหอมมะลิไทยกับพืชเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าและคู่แข่ง นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพข้าวทั้งด้านการผลิตข้าวให้มีคุณภาพและมีการเก็บรักษา และบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน เพื่อลดการสูญเสียความหอมของข้าวที่เป็นเอกลักษณ์ของข้าวหอมมะลิไทย ซึ่งเป็นประเด็นที่สำคัญประการหนึ่ง รวมถึงการสร้างคุณค่าให้แก่กิจการส่งออกข้าวจะเป็นการรักษา เสถียรภาพด้านราคา การส่งเสริมให้เกิดการสร้างแบรนด์ที่มีความเชื่อมั่นเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ผู้วิจัยจึง ต้องการที่จะศึกษาเพื่อหาคุณค่าของข้าวหอมมะลิ รวมถึงอิทธิพลที่เกี่ยวข้องที่มีบทบาทต่อการเพิ่มมูลค่าของ ข้าวหอมมะลิไทย เพื่อพัฒนาแนวทางที่เหมาะสมให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในระดับนโยบายของรัฐและภาค ส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ นโยบายภาครัฐ นวัตกรรมการเก็บรักษา การตลาด และคุณภาพของข้าวหอมมะลิ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของนโยบายภาครัฐ นวัตกรรมการเก็บรักษา การตลาด และคุณภาพของ ข้าวหอมมะลิ ที่มีผลต่อการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ
3. เพื่อสร้างแนวทางการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 การสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ ขึ้นอยู่กับ นโยบายภาครัฐ นวัตกรรมการเก็บรักษา การตลาด และคุณภาพของข้าวหอมมะลิ

สมมุติฐานที่ 2 คุณภาพของข้าวหอมมะลิ ขึ้นอยู่กับ นโยบายภาครัฐ นวัตกรรมการเก็บรักษา การตลาด

สมมุติฐานที่ 3 การตลาด ขึ้นอยู่กับ นวัตกรรมการเก็บรักษา

สมมุติฐานที่ 4 นวัตกรรมการเก็บรักษา ขึ้นอยู่กับ นโยบายภาครัฐ

การทบทวนวรรณกรรม

การสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดไม่ว่าจะเป็นตลาดในประเทศ หรือต่างประเทศ โดยการ สร้างมูลค่าและคุณค่าเพิ่มให้แก่ข้าวหอมมะลิตลอดโซ่อุปทาน จากการใช้พื้นที่การผลิตเท่าเดิมแต่สามารถสร้าง รายได้เพิ่มจากคุณค่า และมูลค่าของข้าวหอมมะลิได้อย่างยั่งยืน ในการสร้างคุณค่าจากต้นน้ำสู่ปลายน้ำมีความ จำเป็นที่จะต้องเริ่มสร้างความเข้มแข็ง ตั้งแต่ต้นน้ำให้เกิดการรวมตัวกันของเกษตรกร โดยใช้หลักของการ จัดการเชิงคุณค่ามีกลไกรับรองคุณค่า มีช่องทางในการกระจายสินค้าที่เป็นธรรม และสามารถขยายช่องทางการ ตลาดได้มากขึ้น เพื่อช่วยให้เกิดการลดต้นทุน การใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการจัดการ โซ่อุปทานที่ช่วยลดการสูญเสียความหอมหรือคุณภาพของข้าวหอมมะลิ และเกิดอำนาจในการต่อรองทาง การค้าควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่ามาตรฐาน ความปลอดภัย และความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ (ปรารภนา ปรารภนาดี และอภิษฐา ลีลาวณิชกุล, 2559) นอกจากนี้ การคุณค่า (value creation) หมายถึง ส่วนประกอบ

ที่สำคัญอีกอย่างของนวัตกรรม (innovation) คือ ต้องมีคุณค่า (value creation) และมีประโยชน์ต่อผู้อื่น เศรษฐกิจและสังคม หากไม่สามารถสร้างคุณค่าเพื่อแก้ปัญหาและตอบโจทย์ของกลุ่มเป้าหมายได้ จะไม่ใช่ นวัตกรรมที่สมบูรณ์และมีคุณค่า (ศศิมา สุขสว่าง, 2564) กล่าวโดยสรุป การสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ หมายถึง กระบวนการต่าง ๆ ที่สร้างผลประโยชน์แก่ผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กระบวนการเหล่านี้ เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินการตามเป้าหมาย มีความเกี่ยวข้องกับบุคลากรส่วนใหญ่ และก่อให้เกิดสินค้า บริการ และผลลัพธ์ในเชิงบวกให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นที่สำคัญ และจากการทบทวน แนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ มีองค์ประกอบที่สำคัญที่ส่งผลต่อ การสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ คือ

1) เสถียรภาพด้านราคา หมายถึง เป้าหมายของผู้ส่งออกข้าวไทยที่ต้องการรักษาระดับราคาข้าวหอมมะลิให้คงที่ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างผันผวน นั่นคือ เปลี่ยนแปลงได้แต่ต้องไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มขึ้น หรือลดลงอย่างรวดเร็วในระดับที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวตามความผันผวนของราคาได้เพื่อช่วย ต่อการตัดสินใจและวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ

2) ความเชื่อมั่นในแบรนด์ หมายถึง ความสามารถของผู้ส่งออกข้าวไทยในการปฏิบัติตามสัญญาที่ ตกลงกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีการบริการหลังการขายตามความคาดหวังของลูกค้าทำให้ผู้ส่งออกข้าวไทย สามารถรักษาความน่าเชื่อถือเพื่อส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า อีกทั้งมีการรับรองมาตรฐานข้าวเพื่อให้ลูกค้า เกิดการซื้อซ้ำ

3) ความเป็นผู้นำเครือข่าย หมายถึง ผู้ส่งออกข้าวที่มีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายเพื่อสร้างอำนาจการ ต่อรองทางการค้า มีการรวมกลุ่มกันช่วยกำหนดราคาข้าวในตลาด สถานพ้องกันเป็นผู้นำครองส่วนแบ่งหลัก ทางการตลาดได้สัดส่วนยอดขายเอื้อประโยชน์ต่อการทำข้อตกลงร่วมกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการเจรจา การค้า

ผู้วิจัยได้รวบรวมหลักการและแนวคิดที่นักวิชาการได้ให้ความหมายที่เกี่ยวข้องในแต่ละองค์ประกอบ ไว้ดังต่อไปนี้

1. เสถียรภาพด้านราคา (Price stability: PRIS)

สมชัย จิตสุชน, นณริฏ พิศลยบุตร, ชานนทร์ เตชะสุนทรวัฒน์ และอิสร์กุล อุณหเกตุ (2557) ได้ให้ ความหมายว่า การเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ หมายถึง การที่เศรษฐกิจมีอัตราการขยายตัวที่ค่อนข้างสม่ำเสมอ ในระยะยาวแต่ไม่ชัดเจนว่าอัตราการขยายตัวที่สม่ำเสมอนั้นเป็นอัตราเท่าใด โดยในทางทฤษฎีน่าจะเท่ากับ อัตราการขยายตัวในภาวะ steady state (ขอแปลว่าภาวะสมดุลสม่ำเสมอ) หรืออีกแง่มุมหนึ่งคือเท่ากับอัตรา การขยายตัวตามศักยภาพ (potential growth) หรือการขยายตัวที่มีการใช้ทรัพยากรอย่างเต็มที่และเหมาะสม ไม่มากเกินไปและไม่น้อยเกินไป

2. ความเชื่อมั่นในแบรนด์ (Brand trust: BRAT)

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) ได้ให้ความหมายว่า ความเชื่อมั่นในแบรนด์ หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างน่าเชื่อถือและสามารถปฏิบัติงานได้ตรงกับที่ได้สัญญาไว้ในบริการ และ

ผู้ให้บริการจะต้องมีศักยภาพที่บ่งบอกถึงการบริการที่ดี บริการที่ซื่อสัตย์ รวมถึงต้องมีความน่าเชื่อถือควรค่าแก่การไว้วางใจ ซึ่งจะช่วยตอกย้ำให้ผู้ใช้บริการมั่นใจเพิ่มขึ้นไปอีกขั้น

Boon & Holmes (1991) ได้ให้ความหมายว่า ความเชื่อมั่นในแบรนด์ หมายถึง ความมั่นใจ และสิ่งที่คาดหวังในทางบวกเพื่อเป็นกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่ นอกจากนี้ บูน และโฮลเมส ยังได้กล่าวว่าความเชื่อมั่นนั้นสามารถเกิดจากนิสัยของตัวพนักงานเอง เกิดจากสถานการณ์ขององค์กรและเกิดจากความสัมพันธ์ขององค์กรที่มีต่อพนักงาน

Moorman, Deshpande & Zaltman (1992) ได้ให้ความหมายว่า ความเชื่อมั่นในแบรนด์ หมายถึง ความเต็มใจที่จะคอยรับรู้ความต้องการของผู้บริโภคด้วยความสนใจ และเต็มใจ โดยมีทางเลือก 2 ประการ คือ (1) ความเชื่อมั่นด้านความซื่อสัตย์ และ (2) ความเชื่อมั่นด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า

3. ความเป็นผู้นำในเครือข่ายการค้า (Leadership of trade network: LETN)

Du Brin (1998) ได้ให้ความหมายว่า ผู้นำเครือข่าย (leader) หมายถึง บุคคลที่ทำให้องค์การและผู้มีส่วนร่วมสามารถเจริญก้าวหน้าและบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายร่วมกัน โดยเป็นผู้ที่มีบทบาทแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เป็นผู้ได้บังคับบัญชา หรือเป็นบุคคลที่ก่อให้เกิดความมั่นคงและช่วยเหลือผู้อื่นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของกลุ่ม

วิภาดา คุปตานนท์ (2544) ได้ให้ความหมายว่า ผู้นำเครือข่าย (leader of network) หมายถึง บุคคลหรือองค์กรที่ศักยภาพและความสามารถในการที่จะทำให้องค์การดำเนินไปอย่างก้าวหน้า และบรรลุเป้าหมายโดยการใช้อิทธิพลเหนือทัศนคติและการกระทำของผู้อื่นให้ดำเนินไปในทิศทางตามความประสงค์ภายใต้เป้าหมายเดียวกัน

จากองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านที่มีส่วนสำคัญในการวัดคุณค่าของข้าวหอมมะลิ ยังมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลระหว่างกัน ประกอบไปด้วย 1) นโยบายของภาครัฐ 2) นวัตกรรมทางการเก็บรักษา 3) การตลาด 4) คุณภาพข้าวหอมมะลิ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) นโยบายของภาครัฐ (Government policy: GOVP)

Friedrich (1941) ได้ให้ความหมายว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง ชุดของข้อเสนอที่เกี่ยวกับการกระทำของบุคคล กลุ่มบุคคล หรือรัฐบาลภายใต้สิ่งแวดล้อมที่ประกอบไปด้วยปัญหาอุปสรรคและโอกาส ซึ่งนโยบายจะถูกนำเสนอเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาของประชาชน การกำหนดนโยบายนั้นมิได้เป็นการกระทำที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลันทันด่วน แต่นโยบายส่วนใหญ่จะต้องผ่านการพิจารณาเป็นขั้นตอน ซึ่งจะมีฝ่ายบริหารเข้ามามีบทบาทอย่างสำคัญกับฝ่ายการเมืองในการกำหนดนโยบายสาธารณะ

Lasswell & Kaplan (1970) ได้ให้ความหมายว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง การกำหนดเป้าหมายประสงค์ (goals) ค่านิยม (values) และการปฏิบัติ (practices) ของโครงการของรัฐเป็นการระบุอย่างชัดเจนว่ากิจกรรมที่เป็นแผนงานหรือโครงการของรัฐที่เรียกว่า นโยบายสาธารณะนั้นจะต้องสอดคล้องกับค่านิยมของสังคม รวมถึงแนวทางปฏิบัติที่จะทำให้บรรลุเป้าหมาย

2) นวัตกรรมเก็บรักษาข้าวหอมมะลิ (Storage innovation: STOI)

สวัสดี ปุชปาคม (2517) ได้ให้ความหมายว่า นวัตกรรม หมายถึง การปฏิบัติ หรือกรรม วิธีที่นำเอาวิธีการใหม่มาใช้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิธีการเดิมให้ดียิ่งขึ้น คือทำให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์ (2514) ได้ให้ความหมายว่า นวัตกรรม หมายถึง การเลือกการจัดและการใช้ทรัพยากรทั้งบุคคลและวัสดุอย่างชาญฉลาดในวิถีทางใหม่ ๆ ซึ่งเป็นผลให้ได้รับความสำเร็จที่สูงกว่าและความสำเร็จนั้นเป็นความสำเร็จในจุดประสงค์ที่วางไว้ และ หมายรวมถึงการนำสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งอาจเป็นความคิด วิธีการ ระบบความรู้ หรือเทคโนโลยี เข้ามาเพิ่มเติม หรือเปลี่ยนแปลงของที่มีอยู่เดิมให้ผลดียิ่งขึ้น

3) การตลาดข้าวหอมมะลิ (MARK)

McCarthy & Perreault (1990) ได้ให้ความหมายว่า การตลาด หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าหรือบริการผ่านจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค เพื่อสนองความต้องการและทำความเข้าใจให้กับผู้บริโภค ตลอดจนเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2541) ได้ให้ความหมายว่า ส่วนประสมการตลาด (marketing mix) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาด กิจกรรมทางการตลาดของการทำธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (product) การกำหนดราคา (price) การจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) สามารถเรียกส่วนประสมทางการตลาดได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4'Ps ส่วนประกอบทั้ง 4 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน P แต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารการตลาดแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ P ไหนมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค

4) คุณภาพของข้าวหอมมะลิ (Quality of jasmine rice: QUAL)

Oxford Dictionary ได้ให้ความหมายว่า คุณภาพ หมายถึง มาตรฐานของบางสิ่งที่วัดเปรียบเทียบกับสิ่งอื่นที่อยู่ในประเภทเดียวกัน หรืออีกความหมายหนึ่ง หมายถึง ระดับความเป็นเลิศของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

Verma (2009) ได้ให้ความหมายว่า คุณภาพ หมายถึง ความสามารถของสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง หรือสามารถตอบสนองเกินความคาดหวังของลูกค้า

ไชยเจริญเทศ (2562) ได้กล่าวว่า คุณภาพ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ถูกผลิตให้มีความเหมาะสมกับการใช้งาน (fineness for use) มีการออกแบบที่ดี (quality of design) และมีการผลิตที่ได้มาตรฐาน โดยลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ดีต้องมีความมั่นคงคงทน มีรูปร่างสวยงาม สามารถใช้ได้ดี และไม่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้งาน

จากการการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ หมายถึง กระบวนการต่าง ๆ ที่สร้างผลประโยชน์แก่ผู้รับบริการ และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กระบวนการเหล่านี้เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินการตามเป้าหมาย มีความเกี่ยวข้องกับบุคลากรส่วนใหญ่ และก่อให้เกิดสินค้า บริการ และผลลัพธ์ในเชิงบวกให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นที่สำคัญ ประกอบด้วย (1) เสถียรภาพทางด้านราคา (2) ความเชื่อมั่นใน แบรินด์ และ (3) ความเป็นผู้นำเครือข่ายการค้า นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบย่อยที่นำมาเป็นหน่วยวิเคราะห์อีกจำนวน 17 องค์ประกอบย่อยเพื่ออธิบายผลเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย และนำไปกำหนดกรอบวิจัยเพื่อการศึกษาเป็นลำดับไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงผสม (mixed method research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ ตัวแทนผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิ ซึ่งเป็นผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิที่ขึ้นทะเบียนทั้งหมด 194 บริษัท ประกอบด้วย กรรมการ 582 คน ระดับผู้จัดการ 582 คน เจ้าหน้าที่ของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกข้าวหอมมะลิตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป 1,940 คน จำนวน 3,104 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิ ซึ่งเป็นผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิที่ขึ้นทะเบียนทั้งหมด 194 บริษัท ประกอบด้วย กรรมการ 64 คน ระดับผู้จัดการ 64 คน เจ้าหน้าที่ของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกข้าวหอมมะลิตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไป 212 คน จำนวน 340 คน

การสุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 เริ่มด้วยการเริ่มตัวอย่างแบบการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (stratified random sampling) โดยแบ่งกลุ่มจำนวนตามตำแหน่งงาน ได้แก่ กรรมการ ระดับผู้จัดการ และเจ้าหน้าที่บริษัท จากนั้นจึงคำนวณจำนวนตัวแทนผู้ส่งออกข้าวในแต่ละชั้นภูมิแบบให้เป็นสัดส่วนตามขนาดชั้นภูมิ (proportional allocation)

ขั้นที่ 2 ในแต่ละชั้นภูมิจะสุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) โดยการจับฉลาก จำนวน 340 ตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรเชิงคุณภาพ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 15 ราย จากตัวแทนภาคส่วน 3 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแทนภาครัฐ ตัวแทนผู้ส่งออก และตัวแทนผู้บริโภค ใช้คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ชนิด ได้แก่

1) แบบสอบถาม มีรายละเอียด ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 การสร้างคุณค่าข้าวหอมมะลิของธุรกิจส่งออก ส่วนที่ 3 คุณภาพของข้าวหอมมะลิ ส่วนที่ 4 นโยบายภาครัฐต่อข้าวหอมมะลิ ส่วนที่ 5 นวัตกรรมบริการ ส่วนที่ 6 การตลาด ส่วนที่ 7 อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างคุณค่าข้าวหอมมะลิไทย ให้คะแนนเป็นแบบลิเคิร์ตสเกล แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

2) แบบสัมภาษณ์ มีรายละเอียด ดังนี้ ส่วนที่ 1 มีโครงสร้าง ส่วนที่ 2 กึ่งมีโครงสร้าง และ ส่วนที่ 3 ไม่มีโครงสร้าง สำหรับสัมภาษณ์เชิงลึก อธิบายถึงมุมมองของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ ซึ่งถือเป็นข้อมูลเชิงลึกที่ไม่สามารถได้จากแบบสอบถามในการวิจัยเชิงปริมาณ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้เขียนดำเนินการแจกแบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองและการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบหาความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) แบบครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลอง

ใช้ (Try-out) กับตัวแทนผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิ จำนวน 30 คน จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาคุณภาพรายข้อและศึกษาคุณภาพโดยรวม พบว่ามีค่าความเชื่อมั่น .977

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม และ เพื่ออธิบายระดับการสร้างความคุณค่าของข้าวหอมมะลิ คุณภาพ นโยบายภาครัฐ นวัตกรรมการเก็บรักษา และการตลาด

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modeling: SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกต และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม และเพื่อหาอิทธิพลของนโยบายภาครัฐ นวัตกรรมการเก็บรักษา การตลาด และคุณภาพของข้าวหอมมะลิ ที่มีผลต่อการสร้างความคุณค่าของข้าวหอมมะลิ

วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จำแนกข้อมูลแล้วทำการเปรียบเทียบข้อมูล และสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Inductive Conclusion) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ระดับของการสร้างความคุณค่าของข้าวหอมมะลิของธุรกิจส่งออกโดยภาพรวมของธุรกิจส่งออก อยู่ในระดับมากที่สุด (=4.43) เมื่อพิจารณาตามองค์ประกอบรายด้านเรียงตามลำดับพบว่า ด้านนวัตกรรมการเก็บรักษา (STOI) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.41) ด้านคุณภาพของข้าวหอมมะลิ (QUAL) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.32) ด้านนโยบายภาครัฐ (GOVP) อยู่ในระดับมาก (=4.14) และด้านการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.08) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับของการสร้างความคุณค่าของข้าวหอมมะลิของธุรกิจส่งออกโดยภาพรวม

ตัวแปร	Mean	ระดับ	S.D.
PRIS	4.39	มาก	0.543
BRAT	4.43	มาก	0.533
LETN	4.46	มาก	0.599
VALC	4.43	มาก	0.411
FRAG	4.34	มาก	0.511
PHYP	4.21	มาก	0.620
FCON	4.27	มาก	0.649
SAEF	4.44	มาก	0.501
QUAL	4.32	มาก	0.368
PART	4.14	มาก	0.609
PROM	4.03	มาก	0.459
EXPM	4.25	มาก	0.707
GOVP	4.14	มาก	0.484
WARM	4.38	มาก	0.668

ตัวแปร	Mean	ระดับ	S.D.
PACK	4.41	มาก	0.665
LOGI	4.44	มาก	0.557
STOI	4.41	มาก	0.450
PROD	4.37	มาก	0.660
PRIC	4.11	มาก	0.618
DISC	3.93	มาก	0.759
PROT	3.91	มาก	0.737
MARK	4.08	มาก	0.530

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปร องค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน คือ การสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ (VALC) นโยบายภาครัฐ (GOVP) นวัตกรรมการเก็บรักษา (STOI) การตลาด (MARK) และคุณภาพของข้าวหอมมะลิ (QUAL) พิจารณาจากค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ค่าความเบ้ (Sk) และค่าความโด่ง (Ku) โดยผลสรุประดับการสร้างคุณค่าข้าวหอมมะลิแต่ละตัวแปรสรุปได้ดังต่อไปนี้

1) รวมสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ (VALC) พบว่า ภาพรวมการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.43$)

2) องค์ประกอบด้านคุณภาพของข้าวหอมมะลิ (QUAL) พบว่า โดยภาพรวมของคุณภาพของข้าวหอมมะลิ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.32$)

3) องค์ประกอบด้านนโยบายภาครัฐ (GOVP) พบว่า โดยภาพรวมด้านนโยบายภาครัฐ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.14$)

4) องค์ประกอบด้านนวัตกรรมการเก็บรักษา (STOI) พบว่า โดยภาพรวมของนวัตกรรมการเก็บรักษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.41$)

5) องค์ประกอบด้านการตลาด (MARK) พบว่า โดยภาพรวมของการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 อิทธิพลของนโยบายภาครัฐ นวัตกรรมการเก็บรักษา การตลาด และคุณภาพของข้าวหอมมะลิที่มีผลต่อการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิโดยตรงและทางอ้อม ดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ขององค์ประกอบปัจจัยที่ศึกษา

อิทธิพลของตัวแปร	ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผล		
	ทางตรง	ทางอ้อม	ผลรวม
การตลาด	0.53**	0.33*	0.86**
นโยบายภาครัฐ	0.37**	0.48*	0.85**
คุณภาพของข้าวหอมมะลิ	0.33*	-	0.33*
นวัตกรรมการเก็บรักษา	0.25*	0.65**	0.90**

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

ผลการวิจัยอิทธิพลขององค์ประกอบในแต่ละด้านพบว่า การตลาด มีอิทธิพลทางตรงต่อการสร้างคุณค่าข้าวหอมมะลิของธุรกิจส่งออก มากที่สุด รองลงมา คือ นโยบายภาครัฐ คุณภาพของข้าวหอมมะลิ และนวัตกรรม การเก็บรักษา ส่วนปัจจัยที่ส่งผลทางอ้อมต่อการสร้างคุณค่าข้าวหอมมะลิของธุรกิจส่งออก พบว่า นวัตกรรม การเก็บรักษา มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการสร้างคุณค่าข้าวหอมมะลิของธุรกิจส่งออก มากที่สุด รองลงมา คือ นโยบาย ภาครัฐ และการตลาด ผลรวม พบว่า นวัตกรรม การเก็บรักษา มีอิทธิพลโดยรวมต่อการสร้างคุณค่าข้าวหอมมะลิ ของธุรกิจส่งออก มากที่สุด รองลงมา คือ การตลาด นโยบายภาครัฐ และคุณภาพของข้าวหอมมะลิ ตามลำดับ

โดยสามารถแสดงการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่สอดคล้องกับสมมติฐานของงานวิจัย ได้ดังนี้

1) การสร้างคุณค่าข้าวหอมมะลิ ขึ้นอยู่กับ นโยบายภาครัฐ นวัตกรรม การเก็บรักษา การตลาด และ คุณภาพของข้าวหอมมะลิ

2) คุณภาพของข้าวหอมมะลิ ขึ้นอยู่กับ นโยบายภาครัฐ นวัตกรรม การเก็บรักษา และการตลาด

3) การตลาด ขึ้นอยู่กับ นวัตกรรม การเก็บรักษา

4) นวัตกรรม การเก็บรักษา ขึ้นอยู่กับ นโยบายภาครัฐ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิที่ค้นพบจากผลการวิเคราะห์การวิจัย เชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า แนวทางการสร้างคุณค่าข้าวหอมมะลิไทยของธุรกิจส่งออก จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 ภาคส่วน ภาครัฐ ผู้ส่งออก และผู้นำเข้า ควรมีนโยบายเพื่อดำเนินการ ดังนี้

1) ต้องบูรณาการทุกภาคส่วนในการรักษาเอกลักษณ์ของข้าวหอมมะลิไทย เพื่อสร้างความแตกต่าง จากข้าวของคู่แข่ง รักษามาตรฐานระพีเมี่ยมของข้าวหอมมะลิไทยอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นกับ ผู้นำเข้าและผู้บริโภคข้าวหอมมะลิไทย

2) สร้างคุณค่าเพิ่ม (value creation) ให้กับข้าวหอมมะลิไทยในลักษณะพิเศษอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องอาหารปลอดภัย (food safety) เช่น ข้าวมะลิอินทรีย์ เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของ ผู้บริโภค หรือสร้างเรื่องราว (Story) เกี่ยวกับข้าวหอมมะลิไทยในมิติต่างๆ เช่น ข้าวหอมมะลิไทยในแต่ละพื้นที่ มีความโดดเด่นแตกต่างกัน โดยจดทะเบียนเป็นสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่น ข้าวมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ (GI geographical Indications) ระบบการทำการค้าที่เป็นธรรม (fair trade) ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างมากจาก ผู้บริโภคและนักธุรกิจในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วทั่วโลก

3) ให้ความสำคัญในเรื่องของกฎระเบียบ มาตรฐาน และความปลอดภัยอาหาร ซึ่งเป็นประเด็นที่ผู้ นำเข้า ผู้บริโภคและประเทศคู่ค้าให้ความสำคัญ และเป็นปัจจัยขับเคลื่อน Trend ทั้งในด้านของการบริโภค และการพัฒนาสินค้า

4) รัฐบาลควรมีมาตรการในการให้ความช่วยเหลือผู้ส่งออกทั้งในด้านการผลิต การดูแลรักษาตลอด หลังการเก็บเกี่ยว ตลอดจนมาตรการที่เป็นธรรม รักษาการค้าคุณภาพ โดยอุปสงค์และอุปทาน ตามกลไก ตลาดเพื่อรักษาเสถียรภาพทางด้านราคาของข้าวหอมมะลิไทยเพื่อการส่งออก

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 อภิปรายผลว่า ระดับของการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การคำนึงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลินั้น มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่หลากหลาย และซับซ้อนทั้งที่ไม่สามารถควบคุมได้ด้วยกระบวนการเชิงระบบ เช่น ภัยธรรมชาติ และวิกฤตการณ์ภาวะโลกร้อน แต่ทั้งนี้ แนวโน้มของการพัฒนานวัตกรรมที่เท่าทันกับเทคโนโลยีก็มีบทบาทอย่างยิ่งที่จะนำไปสู่การเก็บรักษาข้าวให้มีประสิทธิภาพและคงไว้ซึ่งคุณค่ามากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ นายธนศพล ธนบุญวัฒน์ (2560) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาการค้าข้าวหอมมะลิไทยในตลาดโลก โดยพบว่ามีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการค้าข้าวหอมมะลิไทยของตลาดโลก ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการเมือง ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์และนโยบายของประเทศคู่ค้า กลยุทธ์การพัฒนาพันธุ์ข้าวหอมของประเทศคู่แข่ง และมาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงลบ ปัจจัยภายในที่ส่งผลกระทบต่อการค้าข้าวหอมมะลิมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย อัตลักษณ์และความโดดเด่นของข้าวหอมมะลิ การรักษาคุณภาพและมาตรฐานในการผลิต เป็นปัจจัยเชิงบวก และปัญหาการปลอมปนซึ่งทำให้ความหอมของข้าวลดลงเป็นปัจจัยเชิงลบ นอกจากนี้ นโยบายและมาตรการของรัฐบาลเป็นทั้งปัจจัยเชิงบวกและเชิงลบ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ในส่วนของ Big Data และ Data Center ที่เป็นจุดอ่อนของไทยเป็นปัจจัยเชิงลบและการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อรักษาความหอมของข้าวหอมมะลิในห่วงโซ่อุปทาน เป็นปัจจัยเชิงลบเพราะยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาความหอมของข้าวที่ลดลงได้อย่างเป็นรูปธรรม

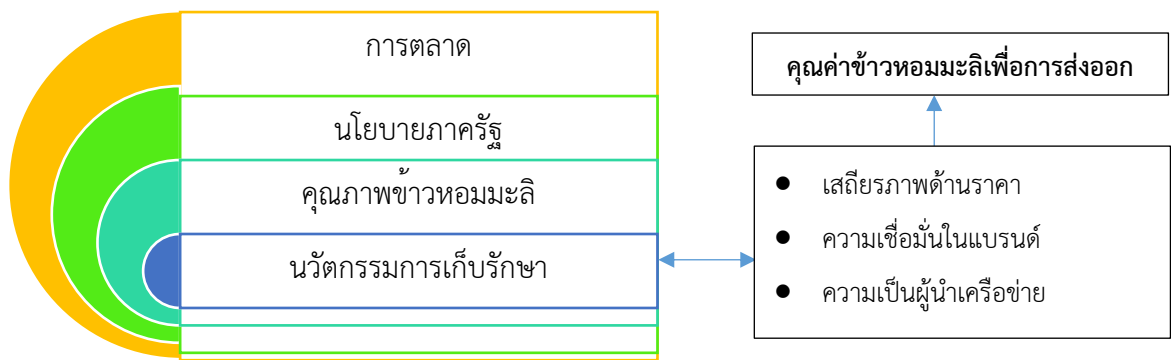
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 อภิปรายผลว่า อิทธิพลของนโยบายภาครัฐ นวัตกรรมการเก็บรักษา การตลาด และคุณภาพของข้าวหอมมะลิที่มีผลต่อการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ พบว่า นวัตกรรมการเก็บรักษา มีอิทธิพลโดยรวมต่อการสร้างคุณค่าข้าวหอมมะลิของธุรกิจส่งออก มากที่สุด รองลงมา คือ การตลาด นโยบายภาครัฐ และคุณภาพของข้าวหอมมะลิ ตามลำดับ ซึ่งบ่งชี้ได้ว่าแนวโน้มของการพัฒนาอุตสาหกรรมทางด้านการเก็บรักษารวมถึงนวัตกรรมทางเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างยิ่งต่อการสร้างคุณค่าของข้าวให้สามารถรักษามูลค่าทางการตลาดได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณค่าของข้าวหอมมะลิที่อยู่ในพื้นที่บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะสามารถนำไปต่อยอดให้เกิดการเสริมสร้างพลังการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนผู้มีส่วนได้ในกระบวนการส่งออกได้อีกด้วย สอดคล้องกับรายงานสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ปี พ.ศ. 2560 (2560) และการศึกษาของอภิชาติ พงษ์ศรีหตุลชัย ที่ทำการศึกษาสถานการณ์ด้านอุตสาหกรรมข้าวของไทยและนโยบายที่มีผลต่อผลิตภาพข้าวที่มีมูลค่าสูง โดยมีการพัฒนาข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิรูปประเทศในด้านเศรษฐกิจ โดยให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการปฏิรูปการสร้างคุณค่าข้าวทั้งระบบ เช่น ปฏิรูปกลไกของรัฐ การปฏิรูประบบตลาดข้าว รวมถึงการปฏิรูปภาคการผลิต ซึ่งทั้งนี้ต้องอาศัยระบบเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญทั้งกระบวนการ ทั้งนี้กลไกของรัฐจะมีบทบาทสำคัญที่จะสร้างแนวทางการบูรณาการกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้กระบวนการทุกระดับเกิดสัมฤทธิ์ผลที่กระทบต่อคุณค่าเชิงบวกของข้าวหอมมะลิไทย รวมถึงภาคการเกษตรในระดับที่กว้างขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 อภิปรายผลว่า แนวทางการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ นอกจากจะต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญทั้ง 4 ด้าน คือ นโยบายภาครัฐ นวัตกรรมการเก็บรักษา การตลาด และคุณภาพของข้าวหอมมะลิ ข้อเสนอเพื่อนำไปสู่การพัฒนาแนวทางเสริมสร้างคุณค่าให้ข้าวหอมมะลิเติบโตและยั่งยืนนั้นในตลาดการแข่งขันทั้งภายในและภายนอกได้ ซึ่งพึงตระหนักต่อแนวทางการพัฒนา ดังนี้

- 1) ส่งเสริมให้เกิดการวิจัยพัฒนาศักยภาพคนที่อยู่ในทุกระบบของกระบวนการผลิต ตลอดจนถึงกระบวนการส่งออกที่คำนึงถึงมาตรฐาน
- 2) พัฒนานวัตกรรมที่สามารถเก็บรักษารวมถึงการควบคุมมาตรฐานอย่างมีประสิทธิภาพทั้งระบบ
- 3) ส่งเสริมความเข้าใจในอัตลักษณ์รวมถึงความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาองค์ความรู้ส่งต่อภายในประเทศผ่านสถาบันการศึกษาและวิถีปฏิบัติที่สร้างความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับข้าวหอมมะลิไทย
- 4) สร้างแพลตฟอร์มทางการตลาดและการเข้ามามีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อนำเสนอทางเลือกและการพัฒนารวมกันอย่างบูรณาการ และ
- 5) พัฒนาความเข้มแข็งด้านแบรนด์ให้สามารถนำไปสู่การสร้างสรรค้รับรู้ในคุณค่าและสามารถแข่งขันทางการตลาดได้ สอดคล้องกับการศึกษาของนักศึกษากลุ่มสิงคโปร์ของสถาบันพระปกเกล้า (2563) ที่ทำการวิจัยเรื่องการเพิ่มมูลค่าข้าวหอมมะลิไทยด้วยนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ มีผลนำเสนอว่า การทำตลาดข้าวหอมมะลิไทยและข้าวหอมมะลิเกษตรอินทรีย์ให้เป็นข้าวที่มีคุณภาพสูงปราศจากการปลอมปนข้าว เจาะกลุ่มผู้บริโภคระดับบน (Upper Market) เพื่อเพิ่มมูลค่าข้าวหอมมะลิไทย และสร้างจุดขายใหม่ให้แตกต่างจากข้าวหอมมะลิจากต่างประเทศ เนื่องจากหลายประเทศในภูมิภาค เช่น เวียดนาม เมียนมา กัมพูชา มีความศักยภาพในการปลูกข้าวคุณภาพเพื่อส่งออกที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาจนกลายมาเป็นคู่แข่งของไทย ดังนั้นประเทศไทยจึงจำเป็นต้องวางตำแหน่งทางการตลาดของข้าวไทยและข้าวหอมมะลิไทยเพื่อให้ความแตกต่างอย่างชัดเจนในตลาดโลก ทั้งในมิติการเป็นข้าวคุณภาพดีและข้าวเพื่อสุขภาพชนิดใหม่ ๆ เช่นข้าวอินทรีย์เพื่อเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องรวมทั้งสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ผู้บริโภคมองเห็นความแตกต่างระหว่างข้าวไทยกับข้าวจากประเทศอื่น ๆ การสร้างอัตลักษณ์ของข้าวไทยในตลาดโลกจึงถือเป็นเรื่องที่สำคัญมาก โดยภาครัฐควรดำเนินการพัฒนาและจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดในระดับประเทศอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดผลที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย แนวทางการสร้างคุณค่าข้าวหอมมะลิไทย โดยอธิบายเป็นผังภาพโมเดลที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 แนวทางการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิ

จากภาพแนวทางการสร้างคุณค่าของข้าวหอมมะลิเพื่อการส่งออก พบว่า นวัตกรรมการเก็บรักษา การตลาด นโยบายภาครัฐ และคุณภาพของข้าวหอมมะลิ มีอิทธิพลต่อคุณค่าข้าวหอมมะลิเพื่อการส่งออก เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่สร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อการเสริมสร้างเสถียรภาพด้านราคา สร้างความเชื่อมั่น และเป็นผู้นำของเครือข่ายการส่งออกข้าวสามารถนำไปสู่การแข่งขันทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งต้องอาศัยกลไกที่มีมาตรฐานและบูรณาการอย่างเป็นระบบ โดยอาศัยการจัดการข้อมูลและเทคโนโลยีสนับสนุนอย่างเต็มศักยภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้

1. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ควรพัฒนาการสร้างความร่วมมือ แบบ bottom up โดยรับฟังปัญหาของผู้ส่งออกและหาแนวทางในการสร้างคุณค่าข้าวหอมมะลิร่วมกัน
2. รัฐบาลและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ควรบริหารปัจจัยราคาปัจจุบันและราคาในอนาคตที่ได้รับ พร้อมปัจจัยด้านความเสี่ยงของโครงการ เพื่อรักษาสมดุลของกลไกราคาเพื่อเกื้อหนุน เกษตรกร โรงสี และผู้ส่งออก ให้ได้ประโยชน์สูงสุดที่ฝ่าย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้

1. รัฐบาล โดยมี สำนักงานส่งเสริมการลงทุน ควรให้สิทธิเรื่องการลดหย่อนภาษี สำหรับผู้ส่งออก ที่ลงทุนด้านนวัตกรรมเพื่อการเก็บรักษาคุณภาพข้าวหอมมะลิตลอดห่วงโซ่อุปทานการสร้างคุณค่าข้าวมะลิ
2. กรมการข้าวและกองพัฒนาการหลังการเก็บเกี่ยว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ควรพัฒนานวัตกรรมด้านการเก็บรักษาลดห่วงโซ่อุปทาน เพิ่มเติมจากการพัฒนาสายพันธุ์ข้าว

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้

1. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ควรพัฒนาความร่วมมือระหว่างผู้ส่งออกไทย และผู้บริโภครหรือผู้นำเข้าข้าวในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในการขยายตลาด

2. สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ควรร่วมกับผู้นำเข้าข้าวหอมมะลิในต่างประเทศ บริหารงานประชาสัมพันธ์ ในการสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของข้าวหอมมะลิไทย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19) ทำให้ความปลอดภัยอาหาร (food safety) และความมั่นคงทางอาหาร (food security) ได้กลายเป็นปัญหารูปแบบใหม่ที่หลายประเทศทั่วโลกกำลังเผชิญและสร้างมาตรการรับมือกับความท้าทายในหลายประเทศทั่วโลก ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปพิจารณาเรื่องของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อระยะเวลาเก็บรักษาวข้าวหอมมะลิเช่น มูลค่าในทาง เศรษฐศาสตร์ของการเก็บรักษา (economic value) และการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (climate change)

2. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลเพิ่มเติมจากฝั่งภาพโมเดล ตามเทรนด์อุตสาหกรรมอาหารโลก เช่น โดยการเพิ่มตัวแปรนวัตกรรมเช่น อาหารอนาคต (Future Food) ตัวแปรการตลาด 7P เช่น กระบวนการจะทำให้ผลการประมาณค่าที่ได้ครอบคลุมมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กมลรัตน์ แสงจันทร์. (2551). พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อข้าวหอมมะลิบรรจุถุงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- กรมการข้าว. (2554). ยุทธศาสตร์ข้าวไทย. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมการข้าว สำนักวิจัยและพัฒนาข้าว. (2556). การเก็บเกี่ยวและวิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวข้าว. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2563). ภาพรวมตลาดข้าวในอาเซียน ธันวาคม (น.1-9). กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2564). ภาพรวมตลาดข้าวในอาเซียน เมษายน (น.1-8). กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2560). ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล: มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ. กรุงเทพฯ: สถาบันวัฒนธรรมศึกษา กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.
- ธนศพล ธนบุญยวัฒน์. (2560). แนวทางการพัฒนาการค้าข้าวหอมมะลิไทยในตลาดโลก. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- นักศึกษากลุ่มสิงคโปร์, สถาบันพระปกเกล้า. (2563). การเพิ่มมูลค่าข้าวหอมมะลิไทยด้วยนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- นราทิพย์ ชุตินวงศ์. (2548). ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิเวศน์ ธรรมะ และคณะ. (2552). การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ: แมคกรอฮิล.
- บุญมี ศิริ. (2552). การกำเนิดพัฒนาการและการสุกแก่ของเมล็ด. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พงษ์ชัย อธิคมรัตนกุล. (2553). โครงสร้างและระบบโลจิสติกส์ข้าวไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

- พรทิพย์ ถาวรงค์, สุวัฒน์ สายมายา และอดุลย์ อินทรประเสริฐ. (2556). *การใช้เมื่อดูความชื้นซีโอไลท์ ในการลดความชื้นของเมล็ดพันธุ์ข้าว*. ปราจีนบุรี: กรมการข้าว.
- พรรณิกา ปักโคทานัง. (2551). *คุณลักษณะของข้าวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการบริโภคข้าวสารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ. (2560). *รายงานของสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ เรื่องการจัดการข้าวโดยระบบสหกรณ์*. ค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2564, จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/download/usergroup_disaster/6-16.pdf
- Adam, A., Polizzi, V., Boekel, V., & Kimpe, N. D. (2008). Formation of pyrazines and a novel pyrrole in Maillard model system of 1,3-dihydroxyacetone and 2-oxopropanal. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 56, 2147-2153.
- Agariya, A. K., Johari, A., Sharma, H. K., Chandraul, U. N., & Singh, D. (2012). The role of packaging in brand communication. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 3(2), 1-13.
- Alexius, A., & Vredin, A. (1999). Pricing-to-market in Swedish exports. *Scandinavian Journal of Economics*, 101(2), 223-239.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2009). *Marketing, an introduction*. (9th ed.). NJ: Pearson Prentice Hall.
- Bahri- Ammari, N. (2012). The effects of loyalty program quality on word-of-mouth recommendations intentions. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 6(4), 1002-1011.
- Bairagi, S., Demont, M., Custodio, M. C., & Ynion, J. (2020), "What drives consumer demand for rice fragrance? Evidence from South and Southeast Asia". *British Food Journal*, 122(11), 3473-3498.
- Benamar, A., Tallon, C., & Macherel, D. (2003). Membrane integrity and oxidative properties of mitochondria isolated from imbibing pea seeds after priming or accelerated aging. *Seed Science Research*, 13, 35-45.

ความสามารถด้านสารสนเทศและการบริหารความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อคุณภาพของ
สารสนเทศทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการตัดสินใจบริษัทที่จดทะเบียนในตลาด
หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Information Capability and Risk Management Influencing the Quality of
Accounting Information with Effectiveness of Decision of Companies Listed
on the Stock Exchange of Thailand

ทิมศัพิกา เถาจุ¹ และ ฐิตาภรณ์ สินจรรย์ศักดิ์²

Timpika Taojoo¹ and Titaporn Sincharoonsak²

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม^{1,2}

School of Accountancy, Sripatum University, Thailand^{1,2}

E-mail: Timpika.tao@spumail.net¹

Received: 2023-07-27; Revised: 2023-12-16; Accepted: 2023-12-18

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสามารถด้านสารสนเทศและการบริหารความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาความสามารถด้านสารสนเทศและการบริหารความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รูปแบบการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้คือผู้ทำบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 880 บริษัท ได้กลุ่มตัวอย่าง 275 บริษัท โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสามารถด้านสารสนเทศและการบริหารความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความถูกต้องเชื่อถือได้ ด้านตรวจทานความถูกต้องได้ ด้านความสมบูรณ์ของสารสนเทศ ด้านการทันเวลา และด้านความเกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะตัดสินใจของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2) ความสามารถด้านสารสนเทศและการบริหารความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจด้านการกำหนดปัญหา ด้านการค้นหาทางเลือก ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ ด้านการปฏิบัติตามการตัดสินใจ ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และ 0.05

คำสำคัญ: สารสนเทศ, ความเสี่ยง, การตัดสินใจ

Abstract

This Article aimed to study 1) investigate the influence of information capability and risk management on the quality of accounting information of companies listed on the Stock Exchange of Thailand. 2) explore the influence of information capability and risk management on efficiency in the decision-making of companies listed on the Stock Exchange of Thailand. Additionally, it seeks to examine the abilities of information and risk management that impact the decision-making efficiency of these registered companies. The research follows a quantitative approach and targets the population of accountants, totaling 880 companies, a sample group of 275 companies. Data was collected through questionnaires. Data analysis involved descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, and inferential statistics, such as Pearson correlation coefficient analysis and multiple regression analysis.

The research results were as follows: 1) information capability and risk management demonstrated a positive influence on the quality of accounting information of companies listed on the Stock Exchange of Thailand in terms of accuracy and reliability, examinability, completeness of information, timeliness, and relevance to decision-making processes. 2) information capability and risk management positively influenced efficiency in the decision-making of companies listed on the Stock Exchange of Thailand regarding problem recognition, identification of alternatives, evaluation of alternatives, decision-making, and implementation. All influences were statistically significant at the significance level of 0.01 and 0.05.

Keywords: Information, Risk, Decision

บทนำ

การทำบัญชีได้เปลี่ยนไปเป็น ส่งผลให้นักบัญชีมีพัฒนาการไปไกลจากจุดเดิม ได้มีการสำรวจความคิดเห็นของนักบัญชี ในสหรัฐอเมริกาและพบว่าการปรับตัวในด้านต่างๆ มากมาย เช่น ด้านภาพลักษณ์และการเป็นที่ยอมรับ คนในองค์กรให้การยอมรับนักบัญชีมากขึ้น เพราะสามารถช่วยพัฒนาระบบไอทีขององค์กร และสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจทางธุรกิจการ สื่อสารกับแผนกอื่น การพัฒนาบทบาทการทำงานนักบัญชีได้เปลี่ยนจากการทำงานอยู่แต่ในแผนกบัญชี ไปสู่การพัฒนาเป็นผู้บริหารที่ช่วยทางด้านการจัดการได้มากขึ้น ความรู้สึกต่อบทบาทของตนเอง จากการสำรวจพบว่า ข้อมูลทางบัญชีนักบัญชีในปัจจุบันได้เข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นในงานด้านต่างๆ ดังนี้ การให้คำปรึกษาภายในองค์กร การวางแผนกลยุทธ์ในระยะยาว การจัดการเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ การบัญชีเพื่อการจัดการ การวิเคราะห์การเงินและเศรษฐกิจแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นักบัญชีเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงดังต่อไปนี้จะเกิดขึ้น ในอนาคต จะใช้เวลาไป

ทางด้านวางแผนและวิเคราะห์มากกว่าการทำรายงาน คอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์จะมีบทบาทมากขึ้น จะมีบทบาทในการให้คำแนะนำเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจมากขึ้น (พัชรินทร์ ใจเย็น, 2560)

การเกิดวิกฤติด้านระบบบัญชีและธรรมาภิบาลในสหรัฐฯ ซึ่งเริ่มจากกรณีของเอนรอน (Enron) บริษัทยักษ์ใหญ่ด้านพลังงาน ในช่วงปี 2001-2002 อันเนื่องมาจากการฉ้อฉลของฝ่ายบริหาร และการตกแต่งบัญชีร่วมกับบริษัทผู้ตรวจสอบบัญชีอิสระ อาร์เธอร์ แอนเดอร์สัน (Arthur Andersen) นั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สหรัฐฯ ต้องมีการปฏิรูประบบกฎหมาย กฎระเบียบทางการบัญชี รวมทั้งการกำหนดแนวทางการกำกับดูแลกิจการ (Governance) ครั้งใหญ่ การเปลี่ยนแปลงครั้งนั้นนำมาซึ่งความตื่นตัวขององค์กร รวมทั้งแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ต่อการบริหารกิจการของฝ่ายบริหารและคณะกรรมการให้มีความมั่นคง (สุรเดช จงวรรณศิริ, 2561)

เทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เนื่องจากความสามารถด้านสารสนเทศและคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชี เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในการบริหารความเสี่ยงกลุ่มธุรกิจ ที่จะช่วยให้ผู้ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์สามารถเก็บรวบรวมข้อมูล เรียกดูข้อมูล และการประมวลผลในการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจ สามารถเพิ่มคุณค่าและประโยชน์ในการใช้งานข้อมูลให้กับธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ที่ต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง พร้อมทั้งแบกรับความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลง ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจทั้งด้านการบริหารงาน การตลาด การบัญชี รวมถึงสารสนเทศ ในการจัดการคุณภาพทางการบัญชีในการจัดการข้อมูลจะส่งผลให้การดำเนินงานของธุรกิจลดความเสี่ยงในการดำเนินกิจการ (Omokhudu and Ibadin, 2015)

จากข้อมูลข้างต้นจึงเป็นที่มาของการเลือกศึกษา ความสามารถด้านสารสนเทศและการบริหารความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการตัดสินใจบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการป้องกันที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอก เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาวะเศรษฐกิจ การเมือง และสารสนเทศ หรือปัจจัยภายใน จากการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจสินค้าอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารความเสี่ยงขององค์กร คุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชี และประสิทธิภาพการตัดสินใจของนักบัญชี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสามารถด้านสารสนเทศและการบริหารความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสามารถด้านสารสนเทศและการบริหารความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดด้านความสามารถสารสนเทศ

เทอเบนและคณะ (Turban et al., 2008) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) คือ ชุดของระบบคอมพิวเตอร์ ที่นำมาใช้ภายในองค์กร หรือ อีกนัยหนึ่งคือ เทคโนโลยีพื้นฐานของระบบสารสนเทศที่ประกอบด้วย ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ฐานข้อมูลเครือข่าย และโทรคมนาคม รวมทั้งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่น ๆ โดยถูกนำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์ด้านการ แลกเปลี่ยนข้อมูลและสารสนเทศ

สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2559) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นระบบที่สนับสนุนการบริหารงานการจัดการ และการปฏิบัติงานของบุคคล ไม่ว่าจะเป็นระดับบุคคลหรือระดับองค์กร ไม่ใช่มีแต่เพียงคอมพิวเตอร์เท่านั้น ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีก ได้แก่

1. ฮาร์ดแวร์ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ คือคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์รอบข้าง เช่น เครื่องพิมพ์ เครื่องกราดตรวจ รวมทั้งอุปกรณ์สื่อสารสำหรับเชื่อมโยงคอมพิวเตอร์ เข้าเป็นเครือข่าย

2. ซอฟต์แวร์ หรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ คือซอฟต์แวร์ที่สั่งให้ฮาร์ดแวร์ทำงาน เพื่อประมวลผลข้อมูลให้ได้ผลลัพธ์ตามความต้องการของการใช้งาน ปัจจุบันมีซอฟต์แวร์หลายประเภท เช่น ซอฟต์แวร์ควบคุมระบบงาน ซอฟต์แวร์สำเร็จ

3. ข้อมูล เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งเพราะข้อมูลจะเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของระบบได้ และเนื่องจากต้องการมีการเก็บข้อมูลจากแหล่งกำเนิด ข้อมูลจึงต้อง ถูกต้อง ทันสมัย และมีการกลั่นกรองตรวจสอบ

4. บุคลากร คือกลุ่มบุคคลในระดับ ผู้ใช้ ผู้บริการ ผู้พัฒนาระบบ นักวิเคราะห์ระบบ และนักเขียนโปรแกรมเมอร์ เป็นองค์ประกอบสำคัญในความสำเร็จขององค์กร ยิ่งบุคลากรมีความรู้ ความสามารถทางคอมพิวเตอร์มากเท่าใด โอกาสที่จะใช้งานระบบสารสนเทศและระบบคอมพิวเตอร์ ได้เต็มศักยภาพและคุ้มค่ามากยิ่งขึ้นเท่านั้น

5. ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ขั้นตอนการปฏิบัติงานก็เป็นเรื่องที่สำคัญ คือ เมื่อพัฒนา ระบบงานแล้ว ผู้ใช้ต้องปฏิบัติงานตามลำดับขั้นตอน เช่น ขั้นตอนการบันทึกข้อมูล ขั้นตอนการ ประมวลผลข้อมูล ขั้นตอนการปฏิบัติเมื่ออุปกรณ์มีความชำรุดเสียหาย ขั้นตอนในการสำรองข้อมูล ซึ่งต้องมีการซักซ้อม เตรียมการ และมีการจัดทำเอกสารคู่มือการใช้งานให้ชัดเจน

สรุปได้ว่าความสามารถด้านสารสนเทศ ประกอบด้วย ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ ข้อมูลบุคลากร และขั้นตอนการปฏิบัติงาน การใช้ระบบสารสนเทศจะเริ่มตั้งแต่การการป้อนข้อมูลเข้าสู่เครื่อง คอมพิวเตอร์ ประมวลผลข้อมูลแล้วจึงส่งผลลัพธ์ออกมาให้กับผู้ใช้ ผู้ใช้ระบบสารสนเทศสามารถ นำไปใช้ประกอบการตัดสินใจ ในองค์กรต่าง ๆ ที่การจัดการองค์ประกอบของเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างสมบูรณ์จะทำการมีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น

แนวคิดการบริหารความเสี่ยง

ศิริรัตน์ พิมผาคูณ (2561) การบริหารความเสี่ยงต้องได้รับการสนับสนุนและมีส่วนร่วม โดยทุกคนในองค์กรตั้งแต่ระดับกรรมการบริหาร ผู้บริหารระดับสูง และพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการบริหารความเสี่ยง

เพื่อความสำเร็จของเป้าประสงค์ พันธกิจ และวิสัยทัศน์ขององค์กร การบริหารความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการกำกับดูแลกิจการ เพื่อช่วยให้องค์กรทั่วไป บรรลุวัตถุประสงค์หรือกลยุทธ์ทางธุรกิจที่กำหนดไว้ ช่วยให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดี และปฏิบัติงานตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องคณะกรรมการบริหาร และผู้บริหารขององค์กรทั่วไป ควรมีความเข้าใจต่อผลลัพธ์ในข้อดี และข้อด้อยของแต่ละเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น และจัดให้มีการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ เพื่อช่วยเพิ่มโอกาสแห่งความสำเร็จ ลดโอกาสของการล้มเหลว และลดความไม่แน่นอนในผลการดำเนินงานโดยรวม เพื่อก้าวสู่วิสัยทัศน์ขององค์กรได้อย่างมั่นใจ

จิราพร กวดขุนทด (2561) การบริหารความเสี่ยงด้วย COSO-ERM 2017 คือ การแสดงความชัดเจนของวัตถุประสงค์ในการบริหารความเสี่ยงที่เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ขององค์กร 4 ด้านได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ด้านการปฏิบัติงาน ด้านการรายงาน และด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถพิจารณาวิเคราะห์ระบุความเสี่ยงอย่างรอบด้านมากขึ้น ซึ่ง COSO-ERM 2017 มีการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของกระบวนการใหม่ให้มีความละเอียดชัดเจนขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 20 หลักการใน 5 องค์ประกอบ (จากเดิมมีเฉพาะ 8 องค์ประกอบ) คือ 1) การกำกับดูแลกิจการและวัฒนธรรมองค์กร 2) กลยุทธ์และวัตถุประสงค์องค์กร 3) เป้าหมายผลการดำเนินงาน 4) การทบทวนและปรับปรุง และ 5) สารสนเทศ การสื่อสาร และการรายงาน

แนวคิดสารสนเทศทางการบัญชี

ทิพย์สุดา ทาสีดำ (2565) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สารสนเทศทางการบัญชี หมายถึง เป็นส่วนหนึ่งของระบบสารสนเทศขององค์กร ที่เก็บรวบรวม ประมวลผลข้อมูลทั้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเงินตรา และข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับเงินตรา จากระบบงาน ย่อยต่าง ๆ ขององค์กร และสื่อสารข้อมูลหรือสารสนเทศที่รวบรวมได้ไปยังผู้ใช้ทุกคนในองค์กร

รุ่งทิพา ทาปาลี (2561) ได้ให้ความหมายไว้ว่าสารสนเทศทางการบัญชี หมายถึง สารสนเทศทางการบัญชีเป็นระบบที่พัฒนาขึ้นมาในองค์กรโดยใช้ทรัพยากรบุคคลคอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์รอบข้าง เช่น จอภาพ และเครื่องพิมพ์เพื่อทำหน้าที่หลักในการบันทึก ข้อมูลประมวลผลและจัดทำสารสนเทศทางการบัญชีให้แก่ผู้ใชภายในและผู้ใช้นอกขององค์กร ในระบบสารสนเทศทางการบัญชีอาจใช้คนจัดเก็บบันทึกข้อมูลประมวลผล และจัดทำสารสนเทศ ทางการบัญชีโดยไม่ใช้คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์รอบข้างเป็นเครื่องมือช่วยอำนวยความสะดวกหรืออาจนำคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์รอบข้างรวมทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศอื่นบันทึกข้อมูล

สรุปว่า ระบบสารสนเทศทางการบัญชี หมายถึง ขั้นตอนในการหาข้อมูลและกระบวนการในการจัดการสารสนเทศตามกรอบแนวคิด ทำบัญชีเพื่อนำไปใช้ในการดำเนินงานในธุรกิจของตน ระบบสารสนเทศทางการบัญชีอาจมาจาก การประมวลผลด้วยมือการประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ และการใช้วิธีการประมวลผลทั้งมือและคอมพิวเตอร์ร่วมกันระบบสารสนเทศทางการบัญชีเกี่ยวเนื่องเฉพาะข้อมูลทางการเงินและกระบวนการทางการบัญชี

แนวคิดประสิทธิภาพการตัดสินใจ

ปารวีณ์ โรจนวิธาน (2562) การตัดสินใจที่ดีนั้น มีขั้นตอนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) กำหนดขอบเขตความสำคัญของการตัดสินใจ (Identity of Decision making) ผู้ที่ต้องตัดสินใจต้องสามารถรู้และระบุได้ว่า อะไรคือเป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่อยากได้จากการตัดสินใจครั้งนี้

2) รวบรวมทางเลือกที่มีทั้งหมดออกมา (list the Option) เพื่อหาว่ามีทางเลือกอะไรที่จะเป็นไปได้และเป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการตัดสินใจให้มีประสิทธิภาพที่สุด

3) ศึกษาและกำหนดขอบเขตของแต่ละทางเลือก (Rating the Option) ศึกษาแต่ละทางเลือกในการตัดสินใจ ว่ามีประโยชน์ (Benefit) ข้อดี ข้อเสีย (Advantage, Disadvantage) ความเสี่ยง (Risk) เป็นต้น

4) ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Select the best solution) ตัดสินใจเลือกทางเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ณ ตอนนั้นตามทางเลือกที่ได้ศึกษามาที่ทำให้องค์กรได้ประโยชน์สูงสุด บางครั้งหากมีทางเลือกที่ดีพอ ๆ กัน ผู้ทำการตัดสินใจอาจจะต้องใช้วิจารณญาณด้วย (intuition) ในการตัดสินใจด้วย

5) ประเมินการตัดสินใจ (Evaluate the decision) หลังจากการตัดสินใจไปแล้วในแต่ละครั้ง ให้ประเมินผลการตัดสินใจในนั้นด้วย เพื่อเรียนรู้ และนำมาเป็นบทเรียนในการตัดสินใจในครั้งต่อไป

สรุปประสิทธิภาพการตัดสินใจ คือ ผลสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผล เพื่อเลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคล สามารถนำไปปฏิบัติและทำงานบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของบทบาทของผู้บริหารที่เกิดจากตำแหน่งและอำนาจที่เป็นทางการ คือบทบาทการเป็นผู้ประกอบการ บทบาทผู้จัดการสถานการณ์ที่เป็นปัญหา บทบาทผู้จัดทรัพยากร และบทบาทผู้เจรจาต่อรอง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเรื่องนี้ คือ ผู้ทำบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 8 อุตสาหกรรม อันได้แก่ เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (AGRO), สินค้าอุปโภคบริโภค (CONSUM), ธุรกิจการเงิน (FINCIAL), สินค้าอุตสาหกรรม (INDUS), อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (PROPCON), ทรัพยากร (RESOURC), บริการ (SERVICE), เทคโนโลยี (TECH) ปัจจุบันในหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีจำนวน 880 บริษัท (ข้อมูล ณ วันที่ 7 มกราคม 2566) (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ทำบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 8 อุตสาหกรรม โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ทำบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 275 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์ โดยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ซึ่งมีการตรวจสอบความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษา โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยความสามารถด้านสารสนเทศ ได้แก่ ด้านฮาร์ดแวร์ ด้านซอฟต์แวร์ ด้านข้อมูล ด้านบุคลากร ด้านขั้นตอนการปฏิบัติงาน จำนวน 15 ข้อ ใช้ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 2 การบริหารความเสี่ยง ได้แก่ การกำกับดูแลกิจการและวัฒนธรรมองค์กร การกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ เป้าหมายผลการดำเนินงาน การทบทวนและการปรับปรุงข้อมูล การสื่อสาร และการรายงานผล จำนวน 15 ข้อ ใช้ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 คุณภาพสารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ ความถูกต้องเชื่อถือได้ สอบทานความถูกต้องได้ ความสมบูรณ์ของสารสนเทศ การทันเวลา ความเกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะตัดสินใจ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า จำนวน 15 ข้อ ใช้ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 4 ประสิทธิภาพการตัดสินใจ ได้แก่ การกำหนดปัญหา การค้นหาทางเลือก การประเมินทางเลือก การตัดสินใจ การปฏิบัติตามการตัดสินใจ และการประเมินผลลัพธ์และให้ข้อมูลป้อนกลับ จำนวน 15 ข้อ ใช้ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

3.การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้สำหรับเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ โดยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาไปทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) รายละเอียด ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Content validity test) โดยกำหนดผู้เชี่ยวชาญ (Judgmental process) จำนวน 3 ท่าน ตามลักษณะการสร้างแบบสอบถามวัดค่าตัวแปรที่เกี่ยวข้องและลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและปรับปรุงเนื้อหาตามคำแนะนำของคณะอาจารย์ที่ปรึกษาและนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทดสอบความตรงของเนื้อหา (A test of validity) ด้วยดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of item objective congruence: IOC) เพื่อให้น้ำหนักความสอดคล้องและความเหมาะสมตามกรอบแนวคิดการวิจัยหรือไม่

3. นำแบบสอบถามหาค่าความเที่ยง เพื่อให้สอดคล้องข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม โดยหาค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) ผลการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.972

4. ยื่นขอใบรับรองจริยธรรมการวิจัยในคน กับศูนย์ส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม เพื่อขอรับการจริยธรรมการวิจัยในคน

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว ไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการวิจัย ได้แก่ ผู้ทำบัญชีในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อเป็นการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือและหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาส (Cronbach) โดยค่าความเชื่อมั่นที่ได้จากการทดสอบมีค่าเท่ากับ 0.910

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทำบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บแบบสอบถามด้วย Google Forms

1. ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้กลับมาจากผู้ตอบแบบสอบถาม ตรวจสอบความสมบูรณ์และความครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับอย่างน้อย 275 ชุด ตามการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

2. นำข้อมูลในแบบสอบถามฉบับที่มีความสมบูรณ์และครบถ้วนมาลงรหัส (Coding Form) สำหรับแบบสอบถามทุกข้อ มาทำการประมวลผลข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ค่าทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปและใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูล ระดับความสามารถด้านสารสนเทศ การบริหารความเสี่ยง คุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชี ประสิทธิภาพการตัดสินใจ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. ตรวจสอบตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง พิจารณาค่า Tolerance ซึ่งต้องมีค่าอยู่ระหว่าง $0 > 1$ และ พิจารณาค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งต้องมีค่าไม่เกิน 10 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2553)

3. ทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสามารถด้านสารสนเทศ

ปัจจัยความสามารถด้านสารสนเทศ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสามารถ
ความสามารถด้านฮาร์ดแวร์	4.04	0.51	มาก
ความสามารถด้านซอฟต์แวร์	4.35	0.60	มากที่สุด
ความสามารถด้านข้อมูล	4.19	0.60	มาก
ความสามารถด้านบุคลากร	4.36	0.53	มากที่สุด
ความสามารถด้านขั้นตอนการปฏิบัติงาน	4.33	0.53	มากที่สุด
รวม	4.25	0.38	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสามารถด้านสารสนเทศ โดยรวม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ ความสามารถด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมา คือ ความสามารถด้านซอฟต์แวร์

($\bar{X}$ = 4.35) ความสามารถด้านขั้นตอนการปฏิบัติงาน ($\bar{X}$ = 4.33) ความสามารถด้านข้อมูล ($\bar{X}$ = 4.19) และด้านที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ความสามารถด้านฮาร์ดแวร์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง

ประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับประสิทธิภาพ
การกำกับดูแลกิจการและวัฒนธรรมองค์กร	4.26	0.55	มากที่สุด
การกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์	4.32	0.51	มากที่สุด
เป้าหมายผลการดำเนินงาน	4.35	0.56	มากที่สุด
การทบทวนและการปรับปรุง	4.35	0.49	มากที่สุด
ข้อมูล การสื่อสาร และการรายงานผล	4.33	0.51	มากที่สุด
รวม	4.32	0.37	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง โดยรวม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ การทบทวนและการปรับปรุง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.35) รองลงมา คือ เป้าหมายผลการดำเนินงาน ($\bar{X}$ = 4.35) ข้อมูลการสื่อสาร และการรายงานผล ($\bar{X}$ = 4.33) การกำหนดกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ ($\bar{X}$ = 4.32) และด้านที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ การกำกับดูแลกิจการและวัฒนธรรมองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.26) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพสารสนเทศทางการบัญชี

คุณภาพสารสนเทศทางการบัญชี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับคุณภาพ
ความถูกต้องเชื่อถือได้	4.27	0.60	มากที่สุด
ตรวจทานความถูกต้องได้	4.36	0.57	มากที่สุด
ความสมบูรณ์ของสารสนเทศ	4.38	0.55	มากที่สุด
การทันเวลา	4.31	0.57	มากที่สุด
ความเกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะตัดสินใจ	4.30	0.53	มากที่สุด
รวม	4.32	0.41	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพสารสนเทศทางการบัญชี โดยรวม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ ความสมบูรณ์ของสารสนเทศ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.38) รองลงมา คือ ตรวจทานความถูกต้องได้ ($\bar{X}$ = 4.36) การทันเวลา ($\bar{X}$ = 4.31) ความเกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะตัดสินใจ ($\bar{X}$ = 4.30) และด้านที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ความถูกต้องเชื่อถือได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.27) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ

ประสิทธิภาพการตัดสินใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ประสิทธิภาพ
การกำหนดปัญหา	4.32	0.52	มากที่สุด
การค้นหาทางเลือก	4.33	0.51	มากที่สุด
การประเมินทางเลือก	4.24	0.55	มากที่สุด
การตัดสินใจ	4.37	0.53	มากที่สุด
การปฏิบัติตามการตัดสินใจ	4.36	0.50	มากที่สุด
รวม	4.32	0.35	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ โดยรวม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ การตัดสินใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.37) รองลงมา คือ การปฏิบัติตามการตัดสินใจ ($\bar{X}$ = 4.36) การค้นหาทางเลือก ($\bar{X}$ = 4.33) การกำหนดปัญหา ($\bar{X}$ = 4.32) และด้านที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ การประเมินทางเลือก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.24) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ค่าความทนทาน (Tolerance) และค่า VIF (Variance inflation factors)

Variable	Tolerance	VIF
ความสามารถด้านสารสนเทศ		
ความสามารถด้านฮาร์ดแวร์	0.802	1.247
ความสามารถด้านซอฟต์แวร์	0.689	1.451
ความสามารถด้านข้อมูล	0.713	1.402
ความสามารถด้านบุคลากร	0.702	1.424
ความสามารถด้านขั้นตอนการปฏิบัติงาน	0.712	1.405
การบริหารความเสี่ยง		
การกำกับดูแลกิจการและวัฒนธรรมองค์กร	0.647	1.545
กลยุทธ์และวัตถุประสงค์องค์กร	0.623	1.605
เป้าหมายผลการดำเนินงาน	0.520	1.921
การทบทวนและการปรับปรุง	0.748	1.337
สารสนเทศ การสื่อสาร และการรายงาน	0.543	1.842

จากตารางที่ 5 ตัวแปรอิสระความสามารถด้านสารสนเทศ และการบริหารความเสี่ยง ในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีและประสิทธิภาพการตัดสินใจ พบว่าค่าความทนทาน มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.520 และสูงสุด 0.802 ซึ่งค่าต่ำสุดสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ คือ ค่า Tolerance

มีค่ามากกว่า 0 ส่วนค่า VIF มีค่าสูงสุดเท่ากับ 1.921 ค่า VIF มีค่า น้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรแต่ละตัวไม่มีความเป็นเส้นตรงร่วมกันอย่างมาก (Multicollinearity) หรือไม่มีความซ้ำซ้อนกันในการวัด

ตารางที่ 6 นำเสนอการผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์การวิจัย 1 เพื่อศึกษาความสามารถด้านสารสนเทศและการบริหารความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แสดงการวิเคราะห์ การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	คุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชี		
	Standardized		
	Beta	t	Sig.
(Constant)		1.948	0.052
ความสามารถด้านสารสนเทศ			
ความสามารถด้านฮาร์ดแวร์	0.160	3.703	0.000**
ความสามารถด้านซอฟต์แวร์	0.097	2.029	0.043*
ความสามารถด้านข้อมูล	0.107	2.244	0.026*
ความสามารถด้านบุคลากร	0.124	2.613	0.009**
ความสามารถด้านขั้นตอนการปฏิบัติงาน	0.085	1.741	0.083
การบริหารความเสี่ยง			
การกำกับดูแลกิจการและวัฒนธรรมองค์กร	0.044	0.945	0.346
กลยุทธ์และวัตถุประสงค์องค์กร	0.084	1.786	0.075
เป้าหมายผลการดำเนินงาน	0.247	4.769	0.000**
การทบทวนและการปรับปรุง	0.112	2.605	0.010**
สารสนเทศ การสื่อสาร และการรายงาน	0.146	2.881	0.004**
R = 0.795 ^a R Square = 0.632 Adjusted R Square = 0.618 Sig = 0.000**			

**ระดับนัยสำคัญ 0.01 *ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายการใช้งานของคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ร้อยละ 79.5 (R Square = 0.632) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และอธิบายการใช้งานตัวแปรอื่น ๆ ที่นำมาพิจารณาได้ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความสามารถด้านสารสนเทศ ได้แก่ ความสามารถด้านฮาร์ดแวร์ (Beta = 0.160, t=3.703, Sig = 0.000) ความสามารถด้านบุคลากร (Beta = 0.124, t=2.613, Sig = 0.009) ความสามารถด้านข้อมูล (Beta = 0.107, t=2.244, Sig = 0.026) และ ความสามารถด้านซอฟต์แวร์ (Beta = 0.097, t=2.029, Sig = 0.043) การบริหารความเสี่ยง ได้แก่ ด้านเป้าหมายผลการดำเนินงาน (Beta =

0.247, $t=4.769$, Sig = 0.000) ด้านสารสนเทศ การสื่อสาร และการรายงาน (Beta = 0. 0.146, $t=2.881$, Sig = 0.004) และด้านการทบทวนและการปรับปรุง รายงาน (Beta = 0.112, $t=2.605$, Sig = 0.010) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ความสามารถด้านสารสนเทศ ได้แก่ ด้านความสามารถด้านขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Beta = 0.085, $t=1.741$, Sig = 0.083) การบริหารความเสี่ยง ได้แก่ ด้านกลยุทธ์และวัตถุประสงค์กร (Beta = 0.084, $t=1.786$, Sig = 0.075) และการกำกับดูแลกิจการและวัฒนธรรมองค์กร (Beta = 0.044, $t=0.945$, Sig = 0.346) ไม่มีอิทธิพลต่อคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 7 นำเสนอผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์การวิจัย 2 เพื่อศึกษาความสามารถด้านสารสนเทศและการบริหารความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แสดงการวิเคราะห์ การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	ประสิทธิภาพการตัดสินใจ		
	Standardized		
	Beta	t	Sig.
(Constant)	0.075	5.929	0.000**
ความสามารถด้านสารสนเทศ			
ความสามารถด้านฮาร์ดแวร์	0.120	1.651	0.100
ความสามารถด้านซอฟต์แวร์	0.042	2.392	0.017*
ความสามารถด้านข้อมูล	0.087	0.840	0.401
ความสามารถด้านบุคลากร	0.167	1.727	0.085
ความสามารถด้านขั้นตอนการปฏิบัติงาน	0.042	3.237	0.001**
การบริหารความเสี่ยง			
การกำกับดูแลกิจการและวัฒนธรรมองค์กร	0.081	0.866	0.387
กลยุทธ์และวัตถุประสงค์กร	0.269	1.625	0.105
เป้าหมายผลการดำเนินงาน	0.111	4.919	0.000**
การทบทวนและการปรับปรุง	0.146	2.444	0.015*
สารสนเทศ การสื่อสาร และการรายงาน	0.075	2.730	0.007**
R = 0.768 ^a R Square = 0.590 Adjusted R Square = 0.575 Sig = 0.000**			

**ระดับนัยสำคัญ 0.01 *ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ตัวแปรทั้งหมดสามารถอธิบายการใช้งานของคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ร้อยละ 76.8 ($R^2 = 0.590$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และอธิบายการใช้งานตัวแปรอื่น ๆ ที่นำมาพิจารณาได้ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความสามารถด้านสารสนเทศ ได้แก่ ความสามารถด้านขั้นตอนการปฏิบัติงาน ($Beta = 0.042$, $t=3.237$, $Sig = 0.001$) และความสามารถด้านซอฟต์แวร์ ($Beta = 0.042$, $t=2.392$, $Sig = 0.017$) การบริหารความเสี่ยง ได้แก่ ด้านเป้าหมายผลการดำเนินงาน ($Beta = 0.111$, $t=4.919$, $Sig = 0.000$) ด้านสารสนเทศ การสื่อสาร และการรายงาน ($Beta = 0.075$, $t=2.730$, $Sig = 0.007$) และ ด้านการทบทวนและการปรับปรุง ($Beta = 0.146$, $t=2.444$, $Sig = 0.015$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ความสามารถด้านสารสนเทศ ได้แก่ ความสามารถด้านบุคลากร ($Beta = 0.167$, $t=1.727$, $Sig = 0.085$) ความสามารถด้านฮาร์ดแวร์ ($Beta = 0.120$, $t=1.651$, $Sig = 0.100$) และ ความสามารถด้านข้อมูล ($Beta = 0.087$, $t=0.840$, $Sig = 0.401$) การบริหารความเสี่ยง ได้แก่ ด้านกลยุทธ์และวัตถุประสงค์องค์กร ($Beta = 0.269$, $t=1.625$, $Sig = 0.105$) และ การกำกับดูแลกิจการและวัฒนธรรมองค์กร ($Beta = 0.081$, $t=0.866$, $Sig = 0.387$) ไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

อภิปรายผล

ความสามารถด้านสารสนเทศและการบริหารความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดในการวิจัย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จารุวรรณ จันทร์รื่นเรือง (2562) ศึกษาถึง ความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีกับ คุณภาพสารสนเทศทางการบัญชี : กรณีศึกษาธุรกิจ SMEs ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีกับคุณภาพสารสนเทศทางการบัญชีมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับสูง และ Zaleha Abdul Rasid, (2014) ศึกษาถึง การบริหารความเสี่ยงองค์กรกับระบบบัญชีและประสิทธิภาพขององค์กรในสถาบันการเงิน ผลการวิจัยพบว่าการบริหารความเสี่ยงขององค์กร (ERM) มีความสัมพันธ์ระหว่าง การบัญชีการจัดการระบบ (MAS) แสดงให้เห็นว่าการนำไปปฏิบัติของ ERM จำเป็นต้องใช้ข้อมูล MAS ที่เป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจ การวางแผน และการควบคุมในองค์กร การค้นพบนี้ยังยืนยันบทบาทสำคัญของระบบบริหารความเสี่ยงและประสิทธิภาพขององค์กร ในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยง การศึกษานี้มีส่วนในการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับความเชื่อมโยงระหว่างระบบบัญชี ระบบบริหารความเสี่ยงและประสิทธิภาพขององค์กร

ความสามารถด้านสารสนเทศและการบริหารความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดในการวิจัย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Deng, H., Duan, S.X. and Wibowo, S. (2023) ศึกษาถึง เทคโนโลยีดิจิทัล

ขับเคลื่อนการแบ่งปันความรู้เพื่อการปฏิบัติงาน พบว่าการประสานงานที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจ และการแบ่งปันความรู้ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจ การศึกษานี้ทำให้เห็นว่า การตัดสินใจที่ดีขึ้นและการแบ่งปันความรู้สามารถนำไปสู่ประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้นในองค์กร Lee, O.-K.D., Xu, P., Kuilboer, J.-P. and Ashrafi, N. (2021) ศึกษาถึง บทบาทที่โดดเด่นของความสามารถด้านไอทีสำหรับการจัดการความรู้และการรวมกระบวนการ ความสามารถด้านไอทีสำหรับการรวมกระบวนการมีอิทธิพลสูงกว่าต่อความสามารถในการตอบสนองการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และความสามารถในการตอบสนองมีความสำคัญมากกว่าในการแข่งขันทางการตลาดที่สูง และ Crovini, C. (2021) ศึกษาถึง การบริหารความเสี่ยงในผู้ประกอบการ SMEs: สู่การรวมกับกระบวนการตัดสินใจ ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ความเสี่ยงอย่างเดียวยังอาจได้รับผลไม่เป็นทางการ ความเสี่ยงจะต้องเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจและการวางแผนของผู้ประกอบการ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางด้านความสามารถสารสนเทศเพื่อให้รักษาเสถียรภาพของความพร้อมด้านการใช้งาน รวมถึงการบริหารความเสี่ยงขององค์กรเพื่อช่วยลดความสูญเสียในการไม่บรรลุเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นผลลัพธ์ที่ดีของสารสนเทศทางการบัญชีที่สามารถลดข้อผิดพลาด และตรวจสอบได้ ผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีจะได้รับความพร้อมของข้อมูลเพื่อประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร ปัจจุบันสารสนเทศมีบทบาทในการทำกิจกรรมแทบทุกชนิดไม่ว่าจะเป็น การสื่อสาร การปฏิบัติงาน การแก้ปัญหา หรือการตัดสินใจ เมื่อการวางแผนและการจัดการได้มีเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยจะทำให้ได้สารสนเทศอย่างรวดเร็วถูกต้อง เชื่อถือได้ทันต่อเวลา มีเนื้อหาและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการแข่งขัน ธุรกิจจำเป็นต้องรู้ข้อมูลภาวะตลาดและสินค้าเพื่อความอยู่รอดในการดำเนินธุรกิจ ใช้เป็นเครื่องมือช่วยการปฏิบัติงานให้เกิดความถูกต้อง และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมถึงการเชื่อมโยงกับคนในองค์กรที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จะได้มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ ตรวจสอบ ประเมินความเสี่ยง และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับองค์กรอยู่เสมอ อีกทั้งร่วมกันวางแผนป้องกันและควบคุมให้เหมาะสมกับภารกิจ เพื่อลดสภาพปัญหาหรือหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่อาจสร้างความเสียหายหรือความสูญเสียให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในระดับหนึ่งว่าผลการดำเนินงานตามภารกิจต่างๆ จะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ ตามที่ได้กำหนดไว้

ความเกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะตัดสินใจ มีข้อมูลสารสนเทศทางบัญชีเป็นเครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์ของการดำเนินงานของบริษัทเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ข้อมูลสารสนเทศทางบัญชีสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับฐานะการเงินและผลการดำเนินงานในอดีต เพื่อเป็นเกณฑ์ในการกำหนดทิศทางการดำเนินในอนาคต ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการรวบรวมข้อมูลและการติดต่อสื่อสารทางการเงิน และด้านประสิทธิภาพการตัดสินใจคือผลสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลเพื่อเลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ ทรัพยากร และบุคคล สามารถนำไปปฏิบัติและทำให้งานบรรลุ

เป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ การตัดสินใจจึงเป็นส่วนหนึ่งของบทบาทสำคัญที่จะนำพาธุรกิจให้ไปต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. รักษาเสถียรภาพของความสามารถของสารสนเทศให้มีความพร้อมในด้านการใช้งาน จัดการระบบในการสารสนเทศต่าง ๆ หลากหลายวิธี ดังนั้นเครื่องมืออุปกรณ์จึงมีจำหน่ายที่หลากหลายเพื่อตอบสนองการใช้งานด้านสารสนเทศขององค์กรในทุกรูปแบบ

2. จัดทำเอกสารคู่มือการใช้งานไว้อย่างชัดเจน ซึ่งคู่มือการปฏิบัติงานเปรียบเสมือนแผนที่บอกเส้นทางการทำงานที่มีจุดเริ่มต้น และสิ้นสุดของกระบวนการ ที่ระบุถึงขั้นตอน รายละเอียดของกระบวนการต่าง ๆ ขององค์กรการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานทำให้ได้งานที่มีคุณภาพตามที่กำหนด ผู้ปฏิบัติงานไม่เกิดความสับสน

3. การแจ้งเตือนข้อมูลสารสนเทศทางบัญชีผ่านอุปกรณ์ที่รองรับได้ทันต่อความต้องการของผู้ต้องการใช้ข้อมูลอยู่เสมอ มีการปรับปรุงข้อมูลสารสนเทศทางบัญชีที่ทันสมัยตลอดเวลา ความเกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะตัดสินใจ มีข้อมูลสารสนเทศทางบัญชีเป็นเครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์ของการดำเนินงานของบริษัทเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

4. ด้านการกำหนดปัญหาใช้วิธีการวิเคราะห์ระบุปัญหาและสร้างทางเลือกได้อย่างรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ที่จะทำการตัดสินใจ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาตัวแปรนวัตกรรมการบัญชีและความได้เปรียบเชิงธุรกิจที่มีต่อการตัดสินใจเพื่อบริหารความเสี่ยงของกลุ่มบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อนำผลการศึกษาเป็นแนวทางในการบริหารคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการตัดสินใจและเพื่อยืนยันผลการวิจัยให้เป็นที่ยอมรับและแนวทางในการทำงานต่อไป

2. ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมของปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถด้านสารสนเทศและการบริหารความเสี่ยงมีอิทธิพลต่อคุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการตัดสินใจบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

จารุวรรณ จันทรื่นเรือง. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีกับคุณภาพสารสนเทศทางการบัญชี: กรณีศึกษาธุรกิจ SMEs ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเทพฯ*, 6(1), 33-40.

- จิราพร กวดขุนทด. (2561). การบริหารความเสี่ยงด้านงานวิชาการของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยขอนแก่น. *วารสารวิจัย มข. (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(1), 69-78.
- ทิพย์สุตา ทาสีดำ. (2565). ผลกระทบของความน่าเชื่อถือของสารสนเทศทางการบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสำนักงานบัญชี ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *มนุษยสังคมสาร (มสส.)* 20(2), 179-200.
- ปารวีน โรจนวิธาน (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร ในเขตอำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารบัณฑิตศึกษา*, 16(73), 125-137.
- พัชรินทร์ ใจเย็น, กฤษฎา มณีชัย, ธัญลักษณ์ คริ่งธิ และณัฐวัชต์ บุญภาพ. (2560). นักบัญชีกับเทคโนโลยียุคปัจจุบัน. *Journal of Pacific Institute of Management Science*, 3(1), 196-207
- รุ่งทิพา ทาปาลี. (2561). การพัฒนาสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อการบริหารของ โรงพยาบาลสารภี จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 7(2), 115-128.
- ศิริรัตน์ พิมณาคูณ. (2561). การบริหารความเสี่ยงด้านการบริหารทั่วไปของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 30. *วารสารวิจัย มข. (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(3), 35-43.
- สุรเดช จอจวรรณศิริ. (2561). *บทความจาก TRIS Academy Club Issue4 January 2018* “Organizational Excellence”. สถาบันวิทยาการจัดการ ทริส คอร์ปอเรชั่น.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2559), *เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: ครูสภา.
- Crovini, C., Santoro, G. and Ossola, G. (2021). Rethinking risk management in entrepreneurial SMEs: towards the integration with the decision-making process. *Management Decision*, 59 (5), 1085-1113.
- Deng, H., Duan, S.X. and Wibowo, S. (2023). *Digital technology driven knowledge sharing for job performance*. *Journal of Knowledge Management*, 27(2), 404-425.
- Lee, O.-K.D., Xu, P., Kuilboer, J.-P. and Ashrafi, N. (2021). How to be agile: the distinctive roles of IT capabilities for knowledge management and process integration. *Industrial Management & Data Systems*, 121(11), 2276-2297.
- Omokhudu, O. O., & Ibadin, P. O. (2015). The value relevance of accounting information: evidence from Nigeria. *Accounting and Finance Research*, 4(3), 20-30.
- Turban, E., et al. (2008). *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.

Zaleha Abdul Rasid, S., Ruhana Isa, C. and Khairuzzaman Wan Ismail, W. (2014). Management accounting systems, enterprise risk management and organizational performance in financial institutions. *Asian Review of Accounting*, 22(2), 128-144.

แนวทางพัฒนาสมรรถนะนักศึกษา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน สถาบันการบินพลเรือน เพื่อตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการ

An Approach to Develop Competencies of Students in Aircraft Maintenance Engineer License Program of Civil Aviation Training Center to Respond to the Needs of Business Enterprises

นพภัสสร ศรีเบญจรัตน์¹, คงศักดิ์ ชมชุม² และ ธัญญรัตน์ คำเพระ³

Noppassorn Sribenrat ¹, Kongsak Chomchum² and Thanyarat Khamproh³

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการบิน สถาบันการบินพลเรือน^{1,2,3}

Master of Management in Aviation Management, Civil Aviation Training Center, Thailand^{1,2,3}

E-mail: Nsribenrat@gmail.com¹

Received: 2023-07-13; Revised: 2023-12-20; Accepted: 2023-12-21

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สมรรถนะของนักศึกษา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน สถาบันการบินพลเรือนเพื่อตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการ และ 2) แนวทางพัฒนาสมรรถนะของนักศึกษา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดินสถาบันการบินพลเรือนตามความต้องการของสถานประกอบการ รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมวิธี ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้รับผิดชอบฝ่ายซ่อมบำรุงอากาศยานจากสถานประกอบการที่มีประสบการณ์ทำงานในตำแหน่ง 5 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้จบการศึกษาหลักสูตรนายช่างภาคพื้นดินสถาบันการบินพลเรือนระหว่างปี พ.ศ. 2553 - พ.ศ. 2562 ที่ปฏิบัติงานในตำแหน่งช่างซ่อมบำรุงอากาศยานในสถานประกอบการ จำนวน 234 คน โดยใช้สูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ชนิด คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแล้วบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) สถานประกอบการมีความต้องการสมรรถนะ ได้แก่ ด้านทัศนคติ ด้านความรู้และด้านทักษะ เรียงตามลำดับ 2) แนวทางพัฒนาสมรรถนะของนักศึกษาตามความต้องการของสถานประกอบการ ได้แก่ การสร้างความร่วมมือกับสถานประกอบการเพื่อสร้างประสบการณ์การทำงานให้นักศึกษาประยุกต์ใช้การเรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐาน เพื่อสร้างทัศนคติในการทำงานที่เน้นความปลอดภัย การทำงานเป็นทีม ความรับผิดชอบ วินัยในการทำงานและการพัฒนาตนเอง ส่งเสริมการบูรณาการความรู้เกี่ยวกับ

การซ่อมบำรุงอากาศยาน พื้นฐานด้านการบินทั่วไป และกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง รวมถึงทักษะที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน ทักษะการตัดสินใจ และทักษะการแก้ปัญหา

คำสำคัญ: แนวทางพัฒนา, สมรรถนะนักศึกษา, หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน, สถาบันการบินพลเรือน

Abstract

The purpose of this research was 1) to study the competencies of students in the Aircraft Maintenance Engineer License Program (AMEL) to meet the needs of business enterprises 2) to propose an approach to develop the competency of students in the AMEL program according to the needs of business enterprises. This research is a mixed-method research. Key informants were 15 staff in charge of the aircraft maintenance segment from business enterprises selected by purposive sampling. The sample group was 234 aircraft maintenance staff in business enterprises who graduated from the AMEL program of the Civil Aviation Training Center from 2010 – 2019, referring to Taro Yamane. The research instruments were a semi-structured interview form and a questionnaire. Statistical analysis was used for quantitative data, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. Content analysis was used for qualitative data.

The research results were as follows: 1) The business enterprises needed attitudes, knowledge, and skill, respectively. 2) Purposed guidelines in developing the competency of students were cooperation with business enterprises to create a natural work environment enhancing students' experience, implementation of project-based learning to enhance working attitudes of students focusing on safety, teamwork, responsibility, work discipline and self-development, and integration of knowledge and practical techniques to promote knowledge of aircraft maintenance, general aviation, and laws and regulations-related skills, including decision-making and problem-solving skills.

Keywords: Approach to Develop, Competencies of students, Aircraft Maintenance Engineer License Program, Civil Aviation Training Center

บทนำ

“ไทยแลนด์ 4.0” เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายที่มุ่งขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ด้วยการแข่งขันระดับโลกที่เพิ่มขึ้นและภูมิทัศน์ทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป วัตถุประสงค์หลักของ Thailand 4.0 คือ การกำหนดทิศทางที่ชัดเจนสำหรับภาคเศรษฐกิจใหม่ที่มีเป้าหมายเพื่อดึงดูดการลงทุนและส่งเสริมความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในประเทศของประเทศไทยไปในทิศทางเดียวกัน (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2561) ในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีนโยบายที่จะพัฒนาท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภาให้เป็นเมืองการบินภาคตะวันออก โดยมีเป้าหมายเพื่อจัดตั้งให้เป็นศูนย์กลางการบินชั้นนำในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ เพิ่มโอกาสในการจ้างงานและพัฒนาคุณภาพชีวิตและระดับรายได้ของประชาชน ส่วนหนึ่งของการพัฒนานี้สถาบันการบินพลเรือนได้รับมอบหมายให้จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมบุคลากรด้านการบินเพื่ออำนวยความสะดวกในการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรด้านการบิน โดยเฉพาะด้านการซ่อมบำรุงอากาศยาน การพัฒนาบุคลากรที่มีทักษะเป็นสิ่งสำคัญเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (คณะทำงานขับเคลื่อนการพัฒนาท่าอากาศยานตามคำสั่งคณะกรรมการกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ, 2561)

สถาบันการบินพลเรือนเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงคมนาคม ที่มีพันธกิจหลักของสถาบัน คือ การผลิตและพัฒนาบุคลากรด้านการบินที่ได้มาตรฐานสากลและสามารถตอบสนองความต้องการของภาคส่วนการบินในประเทศและภูมิภาค (สถาบันการบินพลเรือน, 2564) กว่า 62 ปีที่ผ่านมา สถาบันการบินพลเรือนได้ทำการฝึกอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการบิน รวมถึงการฝึกอบรมช่างอากาศยาน โดยหลักสูตรถูกออกแบบมาเพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษามีความรู้และทักษะที่จำเป็นสามารถทำงานได้ตามมาตรฐานสากล เตรียมความพร้อมสำหรับการจ้างงานในอุตสาหกรรมการบินตามที่ตลาดแรงงานต้องการ (สถาบันการบินพลเรือน, 2564) บทความวิจัยนี้นำเสนอแนวทางพัฒนาสมรรถนะนักศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสมรรถนะนักศึกษาและแนวทางพัฒนาหลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาสมรรถนะนักศึกษาหลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน สถาบันการบินพลเรือนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ นักศึกษามีความรู้และทักษะที่เท่าทันรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและมาตรฐานการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องรวมถึงเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสมรรถนะของนักศึกษา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน สถาบันการบินพลเรือนตามความต้องการของสถานประกอบการ
2. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาสมรรถนะของนักศึกษา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดินสถาบันการบินพลเรือนตามความต้องการของสถานประกอบการ

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาปรัทัศน์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยสามารถสรุปรายละเอียดสาระสำคัญได้ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะ

สมรรถนะ (Competence) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานโดยใช้ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) และเจตคติ (Attitudes) ที่บูรณาการกันอย่างแนบแน่นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล สมรรถนะ (Competence) ในความหมายของงานอาชีพหรือวิชาชีพ คือ ความสามารถในการปฏิบัติงานอาชีพ โดยใช้ความรู้ ทักษะ และเจตคติที่บูรณาการกันอย่างแนบแน่น เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน), 2562)

โดยสมรรถนะสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ สมรรถนะหลัก (Core Competency) ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่บุคลากรทุกคนในองค์กรจำเป็นต้องมี เพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้บรรลุเป้าหมายขององค์กร และสมรรถนะตามสายงาน (Functional Competency) ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่บุคลากรที่ปฏิบัติงานในตำแหน่งต่าง ๆ ควรมีเพื่อให้งานสำเร็จและได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ (จรรจิดรา ดาราชาติ, 2560)

สมรรถนะที่พึงประสงค์ของช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน

สมรรถนะของช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน นอกจากจะต้องสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของสถานประกอบการ ยังจำเป็นต้องสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ ข้อบังคับของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) และมาตรฐานการบินสากล ได้แก่ องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) องค์การความปลอดภัยด้านการบินแห่งสหภาพยุโรป (EASA) และองค์การบริหารการบินแห่งสหรัฐอเมริกา (FAA) ที่กำหนดกฎเกณฑ์ ความรู้ ทักษะ และคุณสมบัติที่พึงประสงค์ในการปฏิบัติงาน

ตารางที่ 1 สมรรถนะที่พึงประสงค์ของช่างซ่อมบำรุงอากาศยานตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ CAAT ICAO FAA และ EASA

ด้านความรู้	1. กฎหมายการบินและข้อกำหนดว่าด้วยความสมควรเดินอากาศ 2. วิทยาศาสตร์ธรรมชาติและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอากาศยาน 3. วิศวกรรมอากาศยาน (Aircraft Engineering) ประกอบด้วย โครงสร้างอากาศยาน (Airframes) เครื่องยนต์หรือเครื่องกำเนิดพลังงาน (Engines and Power plants) และระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้บนอากาศยาน (Avionics) 4. การบำรุงรักษาอากาศยาน (Aircraft Maintenance) 5. สมรรถนะบุคคล (Human Performance) ที่เกี่ยวข้องกับนายช่างภาคพื้นดิน 6. มีความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องในงานที่ปฏิบัติ 7. มีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

ด้านทักษะ	1. ทักษะทางด้านภาษาและการสื่อสาร 2. ทักษะด้านการใช้เครื่องมือที่มีใช้งานอยู่ 3. ทักษะเทคนิคในการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง 4. ทักษะด้านการตรวจสอบและทดสอบอุปกรณ์และระบบของอากาศยาน 5. ทักษะในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหา 6. ทักษะด้านการติดตั้ง ถอดออก และเปลี่ยนอุปกรณ์ 7. ทักษะด้านการใช้คู่มือการบำรุงรักษา เอกสารประกอบการบำรุงรักษา 8. ทักษะด้านการวางแผนและจัดการกิจกรรมด้านการซ่อมบำรุง 9. การคิดเชิงวิเคราะห์
ด้านทัศนคติ	1. การตระหนักรู้ในสถานการณ์ 2. การพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง 3. ความสามารถในการทำงานเป็นทีม

แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาสมรรถนะ

การเรียนรู้ในผู้ใหญ่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากการเรียนรู้ในวัยเด็ก ซึ่งผู้เอื้ออำนวย (Facilitator) หรือผู้เกี่ยวข้องจำเป็นต้องศึกษาเรียนรู้ในหลักคิด ทฤษฎีและความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลหรือเฉพาะกลุ่มที่จะส่งผลต่อการเรียนรู้ในการพัฒนาจัดการเรียนรู้ในผู้ใหญ่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยองค์ประกอบการเรียนรู้ในผู้ใหญ่ ประกอบด้วย 1) การวางแผนการเรียนรู้ 2) การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการเรียนรู้ 3) บรรยายภาคการเรียนการสอน 4) การออกแบบแผนการเรียนรู้ 5) กิจกรรมที่ใช้ในการพัฒนา 6) แนวทางการประเมินผล (พรนารี โสภานุตร, 2555)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มตามรูปแบบวิธีวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้รับผิดชอบฝ่ายซ่อมบำรุงอากาศยานจากสถานประกอบการเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ตามเกณฑ์คุณสมบัติที่กำหนด คือ เป็นผู้รับผิดชอบฝ่ายซ่อมบำรุงอากาศยานจากสถานประกอบการ ตั้งแต่ระดับหัวหน้างานขึ้นไป และมีประสบการณ์ทำงานในตำแหน่งนั้น ๆ ไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยจากการศึกษาโครงสร้างองค์กร และกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่น้อยกว่า 3 คน จากสถานประกอบการทั้ง 5 แห่ง ได้แก่ บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด, บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด (มหาชน), บริษัท บางกอกแอร์เวย์ จำกัด, บริษัท ไทยไลอ้อนแอร์ จำกัด และบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 15 คน

2. การวิจัยเชิงปริมาณ ทำการเก็บข้อมูลจากประชากรซึ่งใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกโดยกำหนดให้เป็นกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้จบการศึกษา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน สถาบันการบินพลเรือน

ระหว่างปี พ.ศ. 2553 ถึงปี พ.ศ. 2562 จำนวน 560 คน ที่ปฏิบัติงานในตำแหน่งช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน ในสถานประกอบการ จำนวน 234 คน โดยใช้สูตรการคำนวณของทาโร่ ยามาเน่

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Form) และแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Form) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้รับผิดชอบฝ่ายซ่อมบำรุงอากาศยาน จากสถานประกอบการ ที่มีประสบการณ์ทำงานในตำแหน่ง 5 ปี ขึ้นไปจากสถานประกอบการ 5 แห่ง จำนวน 15 ชุด เพื่อหาความต้องการสมรรถนะในการปฏิบัติงานซ่อมบำรุงอากาศยานและแนวทางพัฒนาสมรรถนะนักศึกษา เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลครั้งนี้

2. แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 234 ชุด โดยข้อคำถามทั้งหมดประกอบไปด้วยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ ข้อมูลสมรรถนะที่ต้องการในการปฏิบัติงานด้านการซ่อมบำรุงอากาศยาน โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาสมรรถนะนักศึกษา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน เพื่อตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลครั้งนี้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ข้อมูลส่วนนี้ได้จากการเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ที่ใช้เก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 15 ชุด และข้อมูลจากแบบสอบถามที่แจกช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน ในสถานประกอบการ จำนวน 234 ชุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ข้อมูลส่วนนี้เป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ มุ่งเน้นทำการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวทางพัฒนาสมรรถนะนักศึกษา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน สถาบันการบินพลเรือน เพื่อตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการ ได้แก่ แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะที่พึงประสงค์ของช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน การเรียนรู้ในระดับบุคคล และข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรอนุปริญญา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน สถาบันการบินพลเรือน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามรูปแบบวิธีวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Form) โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อช่วยเสริมงานวิจัย เพราะเป็นคำตอบที่ค่อนข้างชัดเจนและหนักแน่น การสังเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย ดำเนินการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และพรรณนาข้อสรุปด้วยการ

เขียนบรรยายสิ่งที่ค้นพบอย่างละเอียดและชัดเจน โดยจะไม่มีการนำทฤษฎีไปควบคุมปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งยกตัวอย่างคำพูดประกอบคำหลักสำคัญที่ได้ เพื่อแสดงความชัดเจนของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

2. การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นสมรรถนะที่ต้องการในการปฏิบัติงานซ่อมบำรุงอากาศยานตามความต้องการของสถานประกอบการ และข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาสมรรถนะนักศึกษา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน เพื่อตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการ เพื่อนำเสนอข้อมูลในรูปแบบบรรยายสรุป

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสมรรถนะของนักศึกษา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน สถาบันการบินพลเรือนเพื่อตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า สถานประกอบการมีความต้องการสมรรถนะทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านทัศนคติ ในส่วนข้อมูลจากแบบสอบถามช่างซ่อมบำรุงอากาศยานในสถานประกอบการ พบว่า ความต้องการสมรรถนะด้านทัศนคติ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) รองลงมาคือ ด้านความรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$) และด้านทักษะ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$) เรียงตามลำดับ เมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อหาความต้องการสมรรถนะด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านทัศนคติ ของสถานประกอบการ สามารถสรุปแต่ละด้านได้ดังนี้

1.1 สมรรถนะด้านความรู้ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากสถานประกอบการ มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า สมรรถนะด้านความรู้ที่ต้องการควรประกอบไปด้วย ความรู้พื้นฐานด้านการซ่อมบำรุงอากาศยานทั่วไป ความรู้พื้นฐานด้านการบินทั่วไป และเทคโนโลยีการบินในปัจจุบัน ตามลำดับ ในส่วนช่างซ่อมบำรุงอากาศยานในสถานประกอบการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับต้องการสมรรถนะด้านความรู้การบำรุงรักษาอากาศยาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$) เป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านความรู้วิศวกรรมอากาศยาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) และด้านความรู้กฎหมายและข้อกำหนดด้านการบิน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.45$) ตามลำดับ โดยสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สมรรถนะด้านความรู้ของนักศึกษาหลักสูตรนายช่างภาคพื้นดินตามความต้องการของสถานประกอบการ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ Key Informant	ช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน Aircraft Maintenance Staff	สมรรถนะตามความต้องการ Competency on Demand
1.ความรู้พื้นฐานด้านการซ่อมบำรุงอากาศยานทั่วไป 2.ความรู้พื้นฐานด้านการบินทั่วไปและเทคโนโลยีการบินในปัจจุบัน 3. ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับซ่อมบำรุงอากาศยาน 4.ระบบบริหารนิรภัยการบิน (Safety Management System) 5. ปัจจัยมนุษย์ (Human Factor) 6. ความรู้ด้าน FTS/ CDCCL 7.ความรู้เกี่ยวกับลักษณะและบรรยากาศของงานช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน	1.ความรู้ด้านการบำรุงรักษาอากาศยาน 2. ความรู้วิศวกรรมอากาศยาน 3. ความรู้กฎหมายและข้อกำหนดด้านการบิน 4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอากาศยาน 5. ความรู้เพิ่มเติมด้าน Avionics	1.ความรู้ด้านการบำรุงรักษาอากาศยาน 2. ความรู้วิศวกรรมอากาศยาน 3. ความรู้กฎหมายและข้อกำหนดด้านการบิน 4. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอากาศยาน 5. ความรู้เพิ่มเติมด้าน Avionics 6. ความรู้พื้นฐานด้านการบินและเทคโนโลยีการบินในปัจจุบัน 7. ระบบบริหารนิรภัยการบิน (Safety Management System) 8. ความรู้ด้าน FTS/ CDCCL 9.ความรู้เกี่ยวกับลักษณะและบรรยากาศของงานช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน

1.2 สมรรถนะด้านทักษะ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากสถานประกอบการ มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่าสมรรถนะด้านทักษะที่ต้องการ ควรประกอบไปด้วย ทักษะการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ช่างเบื้องต้น ทักษะการใช้เอกสารคู่มือหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานและทักษะด้านภาษาอังกฤษในการทำงานและการสื่อสารเบื้องต้น ตามลำดับ ในส่วนช่างซ่อมบำรุงอากาศยานในสถานประกอบการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการสมรรถนะด้านทักษะในการตัดสินใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.53$) เป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ทักษะด้านการแก้ไขปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.49$) และทักษะทางด้านภาษาและการสื่อสาร และทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$) ตามลำดับ โดยสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สมรรถนะด้านทักษะ ของนักศึกษาหลักสูตรนายช่างภาคพื้นดินตามความต้องการของ
สถานประกอบการ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ Key Informant	ช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน Aircraft Maintenance Staff	สมรรถนะตามความต้องการ Competency on Demand
1.ทักษะการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ช่างเบื้องต้น	1. ทักษะในการตัดสินใจ	1. ทักษะการจัดการที่เป็นระบบเพื่อการตัดสินใจในการทำงานที่ถูกต้อง
2.ทักษะการใช้เอกสารคู่มือหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน	2. ทักษะด้านการแก้ไขปัญหา	2. ทักษะด้านการแก้ไขปัญหาโดยใช้ความรู้และประสบการณ์มาแก้ไขปัญหาทางเทคนิคที่เกิดขึ้น
3.ทักษะด้านภาษาอังกฤษในการทำงานและการสื่อสารเบื้องต้น	3. ทักษะเทคนิคในการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง	3. ทักษะเทคนิคในการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง
4. ทักษะในด้านการจัดการ	4. ทักษะทางด้านภาษาและการสื่อสาร	4. ทักษะทางด้านภาษาและการสื่อสาร
5. ทักษะในการแก้ไขปัญหา	5. ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์	5. ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์เพื่อหาสาเหตุและแก้ไขปัญหาทางเทคนิคได้
6. ทักษะการสังเกต		6. ทักษะการสังเกตในการทำงานเพื่อให้งานมีประสิทธิภาพและความปลอดภัย

1.3 สมรรถนะด้านทัศนคติ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากสถานประกอบการ มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่าสมรรถนะด้านทัศนคติที่ต้องการ ควรประกอบไปด้วย ทัศนคติด้านความปลอดภัย การพัฒนาตนเองอยู่เสมอ และการทำงานเป็นทีมและการปรับตัวในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ตามลำดับ ในส่วนช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน ในสถานประกอบการ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับต้องการสมรรถนะด้านทัศนคติการตระหนักรู้ในสถานการณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.67$) เป็นลำดับแรก รองลงมาคือทัศนคติการทำงานเป็นทีม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.50$) และทัศนคติการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.36$) ตามลำดับ โดยสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สมรรถนะด้านทัศนคติ ของนักศึกษาหลักสูตรนายช่างภาคพื้นดินตามความต้องการของ
สถานประกอบการ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ Key Informant	ช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน Aircraft Maintenance Staff	สมรรถนะตามความต้องการ Competency on Demand
1. ทัศนคติด้านความปลอดภัย 2. การพัฒนาตนเองอยู่เสมอ 3. การทำงานเป็นทีมและการปรับตัวในการทำงานร่วมกับผู้อื่น 4. การมีความรับผิดชอบในงาน มีความซื่อสัตย์และมีวินัยในงาน	1. การตระหนักรู้ในสถานการณ์ 2. การทำงานเป็นทีม 3. การพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง	1. ทัศนคติด้านความตระหนักรู้ถึงความปลอดภัยในการทำงาน 2. ทัศนคติด้านความสามารถในการทำงานเป็นทีม และความสามารถในการปรับตัวทำงานร่วมกับผู้อื่น 3. ทัศนคติด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ 4. ทัศนคติด้านความซื่อสัตย์และความมีวินัย

2. แนวทางพัฒนาสมรรถนะนักศึกษา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน สถาบันการบินพลเรือนเพื่อตอบสนองความต้องการของสถานประกอบการ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม สามารถสรุปแนวทางพัฒนาสมรรถนะของนักศึกษาด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านทัศนคติได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาสมรรถนะของนักศึกษา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน สถาบันการบินพลเรือนตามความต้องการของสถานประกอบการ

ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาสมรรถนะ (Suggestions as an Approach to Develop Competencies)
การเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาก่อนการพัฒนาสมรรถนะ (Preparing Students for Competency Development) - สร้างแรงจูงใจ ด้วยการส่งเสริมให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ - ตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นของอาชีพช่างอากาศยาน - โอกาสในการต่อยอดความรู้และความก้าวหน้าในอาชีพ
บรรยากาศการเรียนการสอน (Teaching Atmosphere) - สร้างความคุ้นเคยระหว่างนักศึกษาในชั้นเรียนและอาจารย์ผู้สอน - ส่งเสริมให้นักศึกษากล้าแสดงออก มีส่วนร่วมและมีการแลกเปลี่ยนความรู้ในห้องเรียน - สร้างบรรยากาศในการเรียนให้เสมือนกับการทำงานจริง
การออกแบบแผนการเรียนรู้ (Learning Plan Design) - การเรียนรู้ที่ใช้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง
กิจกรรมที่ใช้ในการพัฒนาสมรรถนะ (Activities for Developing Competency)

ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาสมรรถนะ (Suggestions as an Approach to Develop Competencies)
- กิจกรรมที่ให้นักศึกษาได้ลงมือปฏิบัติงานจริง - กิจกรรมที่ส่งเสริมให้นักศึกษาพัฒนาตนเอง หาความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งการเรียนรู้ นอกห้องเรียน - กิจกรรมที่เสริมสร้างทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงานให้แก่นักศึกษา - กิจกรรมเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน
แนวทางการประเมินผล (Evaluation Guidelines) - ประเมินผลโดยผู้ประเมินที่มีความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ทำงาน - มีเกณฑ์ประเมินที่มีมาตรฐาน - ผลการประเมินแบบเป็นตัวเลขที่เห็นผลชัดเจน

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า สถานประกอบการมีความต้องการสมรรถนะทั้ง 3 ข้อ สามารถอภิปรายเป็นรายด้านได้ดังนี้

1. ความต้องการสมรรถนะด้านความรู้ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ พรณาริ โสภาบุตร (2555) ที่ศึกษาแนวทางพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการวิชาชีพวิศวกรรมสาขาอุตสาหกรรมระดับภาคีวิศวกร เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่พบว่า ความต้องการสมรรถนะด้านความรู้ ของผู้ประกอบการวิชาชีพวิศวกรรม สาขาอุตสาหกรรมระดับภาคีวิศวกร เมื่อประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับสูง และยังพบว่า มีความสอดคล้องกันระหว่างความเห็นของช่างซ่อมบำรุงอากาศยานกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย 1) ความรู้ด้านการบำรุงรักษาอากาศยาน 2) ความรู้ด้านวิศวกรรมอากาศยาน 3) ความรู้กฎหมายและข้อกำหนดด้านการบิน และ 4) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับอากาศยาน โดยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในสมรรถนะด้านความรู้ ได้แก่ 1) ความรู้เพิ่มเติมด้าน Avionics 2) ความรู้พื้นฐานด้านการบินทั่วไป และเทคโนโลยีการบินในปัจจุบัน 3) ระบบบริหารนิกายการบินและ 4) ความรู้ด้าน Fuel Tank Safety/CDCCL และควรมีการให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะและบรรยากาศของงานช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน ซึ่งแตกต่างจากงานลักษณะอื่น

2. ความต้องการสมรรถนะด้านทักษะ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องการศึกษาของ เบญจวรรณ ธนอมชยธวัช, ผ่องศรี วาณิชยศุภวงศ์, วุฒิชัย เนียมเทศ, และณัฐวิทย์ พจนตันติ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21: ความท้าทายในการพัฒนานักศึกษา พบว่าทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 เน้นทักษะการคิดแบบมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา อีกทั้งยังเน้นการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น มีความสามารถในการเป็นผู้นำ และมีความสอดคล้องกันระหว่างความเห็นของช่างซ่อมบำรุงอากาศยานกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สมรรถนะด้านทักษะที่ต้องการ ประกอบด้วย 1) ทักษะการจัดการที่เป็นระบบเพื่อการตัดสินใจในการทำงานที่ถูกต้อง 2) ทักษะด้านการแก้ไขปัญหา โดยใช้ความรู้และประสบการณ์มาแก้ไขปัญหาทางเทคนิค

ที่เกิดขึ้น 3) ทักษะเทคนิคในการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง 4) ทักษะทางด้านภาษาและการสื่อสาร 5) ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ เพื่อหาสาเหตุและแก้ไขปัญหาทางเทคนิคได้ และ 6) ทักษะการสังเกต เพื่อประสิทธิภาพและความปลอดภัยในการทำงาน

3. ความต้องการสมรรถนะด้านทัศนคติ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ประกอบด้วยทัศนคติด้านความตระหนักถึงความปลอดภัยในการทำงาน ทัศนคติด้านความสามารถในการทำงานเป็นทีม ความสามารถในการปรับตัวทำงานร่วมกับผู้อื่น ทัศนคติด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ ทัศนคติด้านความซื่อสัตย์และความมีวินัย และทัศนคติด้านการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องและสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของเพียงจันทร์ โกญจนาท (2558) ที่ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของวิศวกรที่พึงประสงค์ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์ พบว่า คุณลักษณะสำคัญของวิศวกรใหม่ ได้แก่ การมีความเข้าใจและรับผิดชอบในเชิงวิชาชีพหรือจรรยาบรรณวิชาชีพของตนเอง มีความรอบรู้ในวิชาชีพของตนเองอย่างถูกต้องชัดเจน นอกจากนี้วิศวกรใหม่ควรให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีม สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของจิตติมา อัครพรหมธาดา, ปิยฉัตร จันทิวา, และสุพิชชา ชีวพลกุล (2552) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาสมรรถนะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาสหกิจศึกษา จากสถานประกอบการภาคอุตสาหกรรม พบว่าสถานประกอบการให้ความสำคัญกับสมรรถนะด้านทัศนคติและพฤติกรรม โดยมีความต้องการนักศึกษาที่มีคุณลักษณะด้านทัศนคติและพฤติกรรมเป็นลำดับแรก โดยเน้นมากที่สุด คือ ความซื่อสัตย์สุจริต

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะนักศึกษา เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาเกิดสมรรถนะที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้นในด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติ โดยสามารถสรุปได้เป็นประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

1. แนวทางพัฒนาสมรรถนะด้านความรู้ ประกอบด้วย 1) กิจกรรมการฝึกอบรมความรู้ด้าน Safety Management System และ FTS/CDCCL ให้แก่นักศึกษาก่อนจบการศึกษา เพื่อให้มีพื้นฐานความรู้ที่มีความจำเป็นในการปฏิบัติในอนาคต 2) กิจกรรมให้ความรู้แก่นักศึกษาโดยการเชิญวิทยากร (Guest Speaker) จากสถานประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาให้ความรู้ เพื่อให้นักศึกษาได้รับความรู้นอกเหนือจากการเรียนในหลักสูตร และเพื่อให้นักศึกษารู้จักเส้นทางอาชีพและมีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ 4) การใช้สื่อการสอนที่หลากหลายเพื่อให้เนื้อหาการเรียนน่าสนใจมากขึ้น เช่น การใช้ Simulation เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจเนื้อหาเห็นภาพการทำงานของระบบต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น 5) การเรียนการสอนที่ใช้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางเน้นให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการเรียนรู้ของตนเอง สร้างบรรยากาศการเรียนที่ส่งเสริมให้นักศึกษาแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนความรู้ภายในห้องเรียน 6) การประเมินผลสมรรถนะด้านความรู้ควรเป็นไปตามมาตรฐานขององค์กรด้านการบิน ที่มีเกณฑ์ในการประเมินและผลการประเมินที่ชัดเจน โดยการประเมินความรู้ทั้งในภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติสามารถใช้วิธีการประเมินที่หลากหลาย ตามวัตถุประสงค์ของการเรียนและสมรรถนะที่ต้องการ ได้แก่ การสอบแบบเลือกตอบ การสอบแบบข้อเขียน การสอบปากเปล่า การประเมินภาคปฏิบัติ จากผลงาน

และกระบวนการปฏิบัติงาน และการประเมินจากการทำงานกลุ่ม โดยเลือกการประเมินแต่ละวิธีให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม

2. แนวทางพัฒนาสมรรถนะด้านทักษะ ประกอบด้วย 1) การสร้างความร่วมมือกับสถานประกอบการ เพื่อการจัดกิจกรรมศึกษาดูงาน 2) การฝึกภาคปฏิบัติกับสถานประกอบการที่เสมือนการทำงานจริงด้วยชั่วโมงการฝึกงานที่เหมาะสม เพื่อให้นักศึกษาใช้ประสบการณ์จริงเป็นเครื่องมือสำคัญในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะการทำงาน 3) การฝึกภาคปฏิบัติที่ส่งเสริมการเรียนรู้โดยที่นักศึกษาได้ลงมือปฏิบัติงานกับเครื่องมือจริง สร้างบรรยากาศของการทำงานจริง เช่น การใช้ Aircraft Maintenance Manual (AMM) ควบคู่กับการทำงานการ Troubleshooting การสอนวิธีใช้ Schematic การใช้เครื่องมือ (Tools) และการลงบันทึก Log Book อย่างถูกต้องและเหมาะสม และเปิดโอกาสให้นักศึกษาทุกคนได้ลงมือปฏิบัติจริงและทำการเสนอผลงานหลังเสร็จกิจกรรม โดยเป็นการสรุปกิจกรรม ความรู้ ประโยชน์ที่ได้รับ ปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน รวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อฝึกทักษะการสื่อสารและทักษะการปฏิบัติงานที่ดี 4) การเรียนแบบโครงงานเป็นฐาน (Project-Based Learning: PBL) ที่ให้นักศึกษาทำงานที่ได้รับมอบหมาย (Assignment) หรือโครงงาน (Project) ให้สำเร็จเป็นรูปธรรม โดยการออกแบบกระบวนการเรียนรู้ที่ให้นักศึกษาสามารถแก้ปัญหาเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับงานโดยใช้ความรู้ทางทฤษฎีและเทคนิคในการปฏิบัติงาน เพื่อส่งเสริมทักษะที่ใช้ในการทำงานจริงและสอดคล้องกับทักษะการเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21 5) กิจกรรมส่งเสริมทักษะทางด้านภาษาอังกฤษและการสื่อสารในห้องเรียนโดยการให้มีอาจารย์ภาษาอังกฤษประจำห้องเรียนในช่วงเวลาการเรียนภาคปฏิบัติ เพื่อสนับสนุนให้นักศึกษาใช้ภาษาอังกฤษเพื่อพัฒนาทักษะทางด้านภาษาอังกฤษที่ใช้ในการปฏิบัติงาน 6) การเขียนรายงานด้านความปลอดภัยที่ส่งเสริมให้นักศึกษามีทักษะการสังเกตในการปฏิบัติงาน มีความละเอียด รอบคอบ เพื่อการปฏิบัติงานอย่างปลอดภัย โดยให้นักศึกษาเขียนรายงานด้านความปลอดภัยทุกครั้ง เมื่อพบสิ่งผิดปกติ ไม่ว่าจะเป็นกับอุปกรณ์ สถานที่ฝึกหรือสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ภายในสถานที่เรียน 7) แนวทางการประเมินผลสมรรถนะด้านทักษะ ต้องมีเกณฑ์การประเมินผลครอบคลุมทักษะที่ใช้ทุกด้าน มีผลการประเมินที่ชัดเจนและได้รับการประเมินโดยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและมีทักษะประสบการณ์จริงมาเป็นผู้ประเมิน

3. แนวทางพัฒนาสมรรถนะด้านทัศนคติ ประกอบด้วย 1) การปลูกฝังให้นักศึกษาตระหนักถึงความปลอดภัยในการทำงาน โดยใช้การบรรยายสรุป (Briefing) ก่อนการฝึกภาคปฏิบัติทุกครั้ง และให้นักศึกษาสรุปสิ่งอันตรายหรือพฤติกรรมที่อาจก่อให้เกิดอันตรายที่พบในการปฏิบัติงานทุกครั้งหลังเลิกกิจกรรม 2) การปลูกฝังให้นักศึกษาใช้ Personal Protective Equipment (PPE) ในระหว่างการปฏิบัติงานอย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน 3) การกำหนดสมรรถนะด้านทัศนคติเป็นเกณฑ์การประเมินนักศึกษาในทุกกิจกรรมทั้งการเรียนภาคทฤษฎีและการฝึกภาคปฏิบัติ โดยเฉพาะทัศนคติด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของทัศนคติในการทำงาน 4) การทำงานกลุ่มทั้งในการฝึกภาคปฏิบัติและภาคทฤษฎี เพื่อเสริมสร้างทัศนคติในการทำงาน โดยงานกลุ่มอาจเป็นรูปแบบโครงงานที่ให้นักศึกษาเลือกเรื่องที่ตนเองสนใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่เรียนมาทั้งหมดและนำมาประยุกต์ใช้กับงาน เพื่อพัฒนา

ความรู้ ทักษะ และทัศนคติไปพร้อมกัน 5) การบรรยายให้ความรู้แก่นักศึกษาโดยวิทยากร เกี่ยวกับความสำคัญ และความจำเป็นของอาชีพช่างอากาศยาน มุ่งเน้นการปลูกฝังให้นักศึกษามีความรับผิดชอบ มีความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติหน้าที่ และมีวินัยในการทำงาน เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ 6) กิจกรรมศึกษาดูงานหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง หรือการเชิญบุคลากรภายนอกมาให้ความรู้ที่นอกเหนือจากการเรียนในห้องเรียน ตามความสนใจของนักศึกษา เน้นการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางที่สนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life-Long Learning) เพื่อให้นักศึกษาเกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องและพร้อมรับการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพได้ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมพร ปานดำ (2563) ที่ใช้การเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ให้เป็นส่วนหนึ่งของจัดการเรียนการสอนออนไลน์ สำหรับผู้สอนวิชาชีพ สาขาช่างอุตสาหกรรม เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์หลังวิกฤติโควิด-19 ที่จัดกิจกรรมเน้นให้ผู้เรียนเป็นผู้ลงมือปฏิบัติกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเอง ออกแบบกระบวนการเรียนรู้เอง ทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงการเรียนรู้ได้ตลอดเวลาและต่อเนื่อง ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาการรอบความคิด พัฒนาความรู้ และทักษะการทำงานวิชาชีพ สาขาช่างอุตสาหกรรม ด้วยการเรียนรู้แบบออนไลน์

โดยภาพรวมแล้วแนวทางการพัฒนาสมรรถนะข้างต้น มีความสอดคล้องและเป็นไปตามองค์ประกอบ การเรียนรู้ในผู้ใหญ่ ที่ประกอบด้วย 1) การวางแผนการเรียนรู้ 2) การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการเรียนรู้ 3) บรรยายภาคการเรียนการสอน 4) การออกแบบแผนการเรียนรู้ 5) กิจกรรมที่ใช้ในการพัฒนา และ 6) แนวทางการประเมินผล (Holton III and Swanson, 2005, อ้างถึงใน พรนาริ โสภานุตร, 2555)

กิจกรรมและวิธีพัฒนาสมรรถนะโดยการมอบหมายงาน หรือโครงการจริงให้นักศึกษาปฏิบัติ ตามที่ Swanson and Holton III (อ้างถึงใน พรนาริ โสภานุตร, 2555) ได้ศึกษาทบทวนแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ในระดับบุคคล กล่าวว่า กระบวนการและองค์ประกอบการเรียนรู้ควรมีการเตรียม การให้ผู้เรียนเกิดความพร้อมสำหรับการเรียน โดยกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบเป้าหมายการเรียนรู้ที่ชัดเจน สร้างการมีส่วนร่วมในการวางแผนการเรียนรู้ ร่วมออกแบบแผนการเรียนรู้ ที่ช่วยให้ผู้เรียนยึดมั่นในแผน การเรียนรู้ที่สร้างขึ้นและนำไปให้ผู้เรียนร่วมประเมินผลผลลัพธ์จากการเรียน โดยเพื่อนหรือผู้เชี่ยวชาญ จากหลักฐาน ข้อมูลที่ผู้เรียนรวบรวมไว้หรือประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Hicks and Peterson (อ้างถึงใน Leonard and Lang, 2010) ที่ว่ารูปแบบของโปรแกรมพัฒนาผ่านการเรียนรู้จากการปฏิบัติ (Action Learning) เป็นรูปแบบที่มีประสิทธิผลในระดับสูงสุด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฟิรพงษ์ พันธโสตา, สมศักดิ์ ลิลา และสมพงษ์ บัณฑิต (2559) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสมรรถนะช่างไฟฟ้า โรงงานโดยใช้โครงงานวิชาชีพเป็นฐาน ระบบทวิภาคีสำหรับสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการ การอาชีวศึกษา พบว่า รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะช่างไฟฟ้าโรงงานโดยใช้โครงงานวิชาชีพเป็นฐาน (Project Based Learning) สามารถนำไปใช้พัฒนาสมรรถนะอาชีพช่างไฟฟ้าโรงงานได้ตามวัตถุประสงค์เมื่อวิเคราะห์ ผลการทดลองสมรรถนะด้านความรู้ สมรรถนะด้านทักษะ และคุณลักษณะมีพัฒนาการสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของอัญชลี ทองเอน (2561) เรื่อง การเรียนรู้โดยใช้ โครงงานเพื่อพัฒนาผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ที่พบว่า การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเป็นฐาน เป็นการทำให้นักศึกษา

เรียนรู้ที่เกิดจากการปฏิบัติจริง เป็นการเรียนรู้ที่สร้างทักษะการเรียนรู้ทักษะการคิด ทักษะการสื่อสาร โดยนักศึกษาสามารถเชื่อมโยงความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิมกับความรู้ใหม่ แล้วสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ควรนำผลการวิจัยไปใช้วางแผนพัฒนาการจัดการเรียนรู้ให้เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาสมรรถนะนักศึกษา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดิน โดยพัฒนาผู้เรียนแบบองค์รวมมีเป้าหมายเพื่อบ่มเพาะไม่เพียงแต่การเติบโตทางวิชาการของผู้เรียนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการพัฒนาตนเองและวิชาชีพด้วย

1.2 สถาบันการศึกษาควรมุ่งเน้นกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนที่สอดคล้องกับความต้องการของภาคอุตสาหกรรม ด้วยการผสมผสานกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนที่หลากหลาย เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะใหม่ๆ และเพิ่มพูนประสบการณ์การเรียนรู้ รวมถึงการอบรมนอกหลักสูตร การสัมมนา การฝึกงาน และโปรแกรมการมีส่วนร่วมกับชุมชน ซึ่งจะช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิพากษ์ และทักษะการแก้ปัญหาให้ผู้เรียนกลายเป็นบุคคลที่มีความรอบรู้

1.3 สถาบันการศึกษาควรนำผลการวิจัยไปพัฒนากระบวนการเรียนการสอนที่เน้นภาคปฏิบัติเสริมทัศนคติด้านความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน ทักษะการทำงานเป็นทีม และเน้นย้ำถึงความสำคัญของทักษะภาษาต่างประเทศในวิชาชีพ เพื่อให้ผู้เรียนมีความสามารถทางภาษาที่จำเป็นในการโต้ตอบกับบุคคลที่หลากหลายและจัดการกับการสื่อสารระหว่างประเทศ

1.4 สถาบันการศึกษาควรพัฒนาบุคลากรผู้สอนให้มีความรู้และทักษะให้เท่าทันและรองรับการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการฝึกอบรม และมาตรฐานการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องการนำไปใช้ ควรหาแนวทางปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง ด้วยการผสมผสานแนวทางปฏิบัติที่อิงตามหลักฐาน สถาบันการศึกษาสามารถมั่นใจได้ว่าหลักสูตรและวิธีการสอนที่ได้รับการถ่ายทอดนั้นสอดคล้องกับการพัฒนาล่าสุดในสาขาวิชา

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงลึกโดยการประเมินขั้นตอนการบำรุงรักษา การปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านความปลอดภัย เทคนิคการแก้ปัญหา และการใช้งานของเทคโนโลยีขั้นสูง เพื่อวิเคราะห์ช่องว่างสมรรถนะในปัจจุบันของนักศึกษา หลักสูตรนายช่างภาคพื้นดินของสถาบันการบินพลเรือนกับสมรรถนะตามความต้องการของสถานประกอบการ

2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพ ความเชี่ยวชาญ ทักษะ และแนวปฏิบัติระหว่างกลุ่มตัวอย่างช่างซ่อมบำรุงอากาศยานสายการบินในประเทศไทย และสายการบินต่างชาติ

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการขับเคลื่อนการพัฒนาช่างอากาศยานตามคำสั่งคณะกรรมการกรอบคุณวุฒิแห่งชาติ. (2561). *แผนแม่บทขับเคลื่อนการพัฒนากำลังคนด้านช่างอากาศยาน พ.ศ.2562 – 2568*. ค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.tpqi.go.th>
- จรรจิดา ดาราชาติ. (2560). *แนวทางการพัฒนาสมรรถนะนักศึกษาสาขาวิชาการโรงแรมของสถานศึกษาอาชีวศึกษาภูเก็ต ตามกรอบคุณวุฒิวิชาชีพเพื่อตอบสนองความคาดหวังของสถานประกอบการ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จิตติมา อัสพรหมธาดา, ปิยนัทร จันทิมา, และสุพิชชา ชีวพฤกษ์. (2552). การศึกษาสมรรถนะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาสหกิจศึกษา จากสถานประกอบการภาคอุตสาหกรรม. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม*, 5(2), 97-102.
- เบญจวรรณ ถนอมชยธวัช, ผ่องศรี วาณิชย์ศุภวงศ์, วุฒิชัย เนียมเทศ, และณัฐวิทย์ พจนันติ. (2559). ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21: ความท้าทายในการพัฒนานักศึกษา. *วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้*, 3(2), 208-222.
- พนารีย์ โสภานุตร. (2555). *แนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการวิชาชีพวิศวกรรมสาขาอุตสาหกรรม ระดับภาคีวิศวกร เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พีรพงษ์ พันธโสตา, สมศักดิ์ ลีลา และ สมพงษ์ ปันนุ. (2559). *รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะช่างไฟฟ้าโรงงานโดยใช้โครงงานวิชาชีพเป็นฐาน (Project Based Learning) ระบบทวิภาคีสำหรับสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เพียงจันทร์ โกญจนาท. (2558). คุณลักษณะของวิศวกรที่พึงประสงค์ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนอะไหล่ยานยนต์. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 1(1), 147-159.
- สถาบันการบินพลเรือน. (2564). *สถาบันการบินพลเรือน (Civil Aviation Training Center) ศูนย์ชำนาญพิเศษด้านการบินพลเรือนแห่งภูมิภาค*. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2566, จาก <https://www.catc.or.th/th/history-of-catc/>
- สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน). (2562). *การพัฒนากรอบคุณวุฒิวิชาชีพ*. ค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2565, จาก <http://www.sicec.ac.th>
- สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน). (2563). *มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาวิชาชีพการบิน*. ค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2565, จาก <https://tpqi-net.tpqi.go.th>
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2561). *แผนภาพรวมเพื่อการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (พ.ศ. 2560 - 2565)*. ค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2565, จาก <https://eeco.or.th/th/filedownload/1478/cf4092afd2456bb1f03995574db27a75.pdf>

อัญชลี ทองเฒ. (2561). การเรียนรู้โดยใช้โครงงานเพื่อพัฒนาผู้เรียนในศตวรรษที่ 21. *วารสารวไลยอลงกรณ์
ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 8(3), 185-199.

Leonard, Skipton H. and Lang, Fred. (2010). Leadership Development Via Action Learning.
Advance in Developing Human Resource, 12(2), 225-240.

กลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการ ร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

A New Positioning Strategy Driven by The Green Business of Eco-Friendly Restaurant Operators

สุภาวดี ธงภักดี¹, พัทธ์ ศิริวงศ์² และ ระชานนท์ ทวีผล³

Supawadee Thongpak¹, Phitak Siri Wong² and Rachanon Taweephol³

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และอีเวนต์ มหาวิทยาลัยศิลปากร^{1,2,3}

Doctor of Philosophy Tourism, Hotel and Event Management, Silpakorn University, Thailand^{1,2,3}

E-mail: supawadee.tho@kbu.ac.th ¹, Phitak@ms.su.ac.th ², Taweephol_R@su.ac.th ³

Received: 2023-10-29; Revised: 2023-12-18; Accepted: 2023-12-19

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 2) เพื่อวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 3) เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ขั้นตอนที่ 1 ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการร้านอาหาร จำนวน 20 คน

ขั้นตอนที่ 2 ใช้เทคนิคการวิจัยแบบอนาคต EDRF โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและการทำแบบสอบถาม จำนวน 17 คน และในขั้นตอนที่ 3 การเสวนาเพื่อเสริมสร้างปัญญากับผู้เชี่ยวชาญกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กลุ่มผู้กำหนดกลยุทธ์ กลุ่มผู้มีบทบาทสนับสนุน กลุ่มผู้รับประโยชน์ และกลุ่มนักวิชาการผลการวิจัยพบว่า ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการณ์ของการดำเนินธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่า ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ ปัญหาฝุ่น PM 2.5 ภัยธรรมชาติ และการเกิดโรคติดต่ออุบัติใหม่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของคนในสังคมเปลี่ยนไป ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น

2) แนวทางในการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จำนวน 55 กลยุทธ์ แบ่งเป็นกลยุทธ์เชิงรุก (SO) จำนวน 19 กลยุทธ์ กลยุทธ์เชิงรับ (WT) จำนวน 13 กลยุทธ์ กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) จำนวน 12 กลยุทธ์ กลยุทธ์เชิงแก้ไขสถานการณ์ (WO) จำนวน 11 กลยุทธ์ ซึ่งในแต่ละกลยุทธ์สามารถแบ่งเป็นด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย การวิเคราะห์คู่แข่ง พฤติกรรมผู้บริโภค ภาพลักษณ์ การสื่อสาร และส่วนประสมทางการตลาด 3) การนำเสนอแนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยผู้ประกอบการอาจมีการวิเคราะห์คู่แข่งเพื่อหาโอกาสในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและการสำรวจความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีความจำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้เหมาะสมกับเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค

ทั้งผู้ประกอบการอาจเน้นย้ำภาพลักษณ์ความเป็นธุรกิจสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการสร้างความร่วมมือกันของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ

คำสำคัญ: กลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ , ธุรกิจสีเขียว , ร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

Abstract

This research aims to 1) Study the situation, Problems, and obstacles of environmentally friendly restaurant operators. 2) To analyze ways to promote new positioning strategies driven by the green business of environmentally friendly restaurant operators. 3) To present guidelines. Promote new green business-driven positioning strategies of eco-friendly restaurant operators. Step 1 used qualitative research techniques by conducting in-depth interviews with 20 restaurant operators. Step 2 used EDFR prospective research techniques by interviewing seventeen experts and conducting questionnaires. 3 Discussions to enhance wisdom with experts from relevant groups Strategy setting group Supporting role group Beneficiary and academic groups. The research results found that 1) Conditions of green business operations of environmentally friendly restaurant operators found that climate change problems, PM 2.5 dust problems, natural disasters, and the emergence of new infectious diseases have an impact. The behavior of people in society has changed. Make consumption behavior more conscious of health 2) Guidelines for promoting new positioning strategies driven by green business of environmentally friendly restaurant operators, 55 strategies, divided into 19 proactive strategies (SO), 13 reactive strategies (WT). Strategies: 12 preventive strategies (ST) and 11 situation-solving strategies (WO), each of which can be divided into different areas, including competitor analysis, Consumer behavior, image, communication, and marketing mix. 3) Presentation of guidelines for promoting new green business-driven positioning strategies of environmentally friendly restaurant operators. Entrepreneurs may analyze competitors to find opportunities to gain competitive advantage and survey customer needs, mainly target customer groups. After the outbreak of the coronavirus disease 2019, entrepreneurs must adapt to suit changes in consumer behavior. Entrepreneurs may emphasize the image of being a green business that is friendly to the environment. and creating cooperation among restaurant operators that are environmentally friendly to create business cooperation.

Keywords: New Positioning Strategy, Green Business, Eco-Friendly Restaurant

บทนำ

การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ถือได้ว่าเป็นแนวคิดในระดับสากลที่เข้ามาแทนที่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมรูปแบบดั้งเดิม ที่มุ่งเน้นแต่ในเรื่องการเติบโตและความทันสมัยจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน จึงถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นทางออกของการแก้ปัญหา (Ester, 1993) โดยการบรรลุการพัฒนาที่ยั่งยืน มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การเติบโตทางเศรษฐกิจ (economic growth) ความครอบคลุมทางสังคม (social inclusion) และการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม (environmental protection) (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs) ซึ่งเป็นกรอบทิศทางการพัฒนาของโลกภายหลังปี ค.ศ. 2015 ที่องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) กำหนดต่อเนื่องจาก MDGs หรือเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (Millennium Development Goals) ใช้เป็นทิศทางการพัฒนาทั้งในระดับชาติและระดับสากลที่ทุกประเทศจะดำเนินการร่วมกันในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้มีความเชื่อมโยงกัน โดยมีเป้าหมายการพัฒนา 17 เป้าหมาย (สำนักงานการต่างประเทศ, 2564) ในเป้าหมายที่ 12 การสร้างหลักประกันให้มีรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (Ensure sustainable consumption and production patterns) มีเป้าประสงค์ที่ครอบคลุมประเด็น การจัดการและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน การลดของเสียที่เป็นอาหาร (Food Waste) ลดการปล่อยสารเคมีและของเสียเป็นพิษออกสู่ธรรมชาติและจัดการอย่างถูกต้อง ลดของเสียโดยกระบวนการการใช้ซ้ำ (Reuse) และ การนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) การจัดการสารเคมีและของเสียทุกชนิดในวิธีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตลอดทั้งวงจรชีวิตของสิ่งเหล่านั้น (ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน, 2564)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ได้กำหนดเป้าหมายหลักการเปลี่ยนผ่านไปสู่ความยั่งยืน โดยปรับปรุงการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในการผลิตและบริโภคให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ แก้ไขปัญหามลพิษสำคัญด้วยวิธีการที่ยั่งยืน โดยเฉพาะมลพิษทางอากาศ ขยะ มลพิษทางน้ำ และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) สอดรับการกับโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Model) เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวมที่จะพัฒนาเศรษฐกิจ 3 มิติไปพร้อมกัน ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) ระบบเศรษฐกิจชีวภาพมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คำนึงถึงการนำวัสดุต่าง ๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และทั้ง 2 เศรษฐกิจนี้ อยู่ภายใต้เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม และการรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนไปพร้อมกัน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.), 2563) ปัญหาการเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ของการผลิตและการบริโภคเข้าสู่วิถีความยั่งยืน รวมถึงข้อตกลงด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดเริ่มเข้ามามีบทบาท และเกิดกระแสกดดันทางการค้ามากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเร่งปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ควบคู่กับการตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่นับวันจะมีบทบาทและความสำคัญต่อเศรษฐกิจการค้าโลกมากขึ้น องค์กรต่างมุ่งให้ความสำคัญกับการผลิตที่เป็นมิตร

กับสิ่งแวดล้อมด้วยการกำหนดเป็นนโยบายและกำหนดวิธีการดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยผู้บริหารต้องรับรู้และตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียภายนอก (Chan, He, Chan, and Wang, 2012)

ธุรกิจร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นับเป็นหนึ่งธุรกิจที่มีการนำแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาใช้ในการจัดการธุรกิจ (นพรัตน์ บุญเพียรผล, 2560) การประกอบธุรกิจต้องมีผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยนำมาใช้เป็นกลยุทธ์สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อสร้างจุดยืนด้านการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและการใส่ใจสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจในสายตาของชุมชน (จรัญญา วงษ์ดอนขมิ้น และคณะ, 2557) นอกจากนี้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ทส.) โดยกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม ยังได้จัดโครงการส่งเสริมการบริการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือ Green Restaurant ซึ่งเป็นโครงการที่ได้ดำเนินการขึ้นภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมการบริการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการขยะอินทรีย์ของร้านอาหาร เพื่อลดปริมาณขยะอาหารมีการจัดการที่ถูกหลักวิชาการ (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2562) สอดรับกับการส่งเสริมการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ ลดการทิ้งอาหารโดยไม่จำเป็น ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภค และการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตไปสู่การบริโภค ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างพอเพียงและยั่งยืน (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2562)

การนำแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาใช้ในการจัดการธุรกิจร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างจุดยืนด้านการดำเนินธุรกิจ แสดงให้เห็นถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และการใส่ใจสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจ อย่างไรก็ตามการดำเนินธุรกิจร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมก็ยังมีประสบปัญหาและอุปสรรคส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของผู้ใช้บริการ ราคาของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สูง และความกังวลเรื่องความสะอาด ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และจำนวนลูกค้าที่ลดน้อยลงจากเดิม ซึ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการต้องหาแนวทางการจัดการปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการวางตำแหน่งใหม่ของธุรกิจที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคและเข้าถึงตำแหน่งที่เป็นเอกลักษณ์ และสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้ในระยะยาว ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงมีความสำคัญในการศึกษา กลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อเป็นกลไกในการเสนอแนะแนวทางทางการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ของธุรกิจ ตลอดจนแนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการของธุรกิจร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงจากเดิมเข้าสู่ยุคภาวะความปกติใหม่ (New Normal) การสร้างความโดดเด่นและความแตกต่างส่งผลต่อความได้เปรียบด้านสินค้าและบริการ ตลอดจนการสร้างเชื่อมั่นและความวางใจของผู้ใช้บริการในตำแหน่งของธุรกิจร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและความพร้อมรับมือกับภาวะวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3. เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

การทบทวนวรรณกรรม

การวางตำแหน่งใหม่ คือ การวางตำแหน่งเมื่อสภาพแวดล้อมการทำงานนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่รุนแรงทางการแข่งขัน เช่น การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค การปรับตำแหน่งใหม่ไม่ใช่การตัดสินใจที่สมเหตุสมผล เป็นต้น เนื่องจากผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่เคยมีต่อตราสินค้า (Strategic Direction, 2008) การปรับตำแหน่งใหม่เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะที่เป็นรูปธรรมของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ และความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับการจัดการเชิงกลยุทธ์ของการรับรู้ที่จับต้องไม่ได้ของกลุ่มผู้ใช้บริการเป้าหมาย (Blankson & Crawford, 2012) การวางตำแหน่งใหม่ที่มีประสิทธิภาพ คือ ผู้ใช้บริการเป้าหมายได้พัฒนาการรับรู้เชิงบวกและเป็นประโยชน์ต่อข้อเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เปลี่ยนแปลงไปและพึงพอใจกับการให้บริการ (Zhang, Lin and Newman, 2015)

ลักษณะของการวางกลยุทธ์ตำแหน่งใหม่สามารถสรุปรูปแบบ 2 ลักษณะดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

1. การวางตำแหน่งใหม่สู่ตลาดส่วนล่าง (Trading Down) คือ การกำหนดเป้าหมายทางการตลาดและการจัดส่วนสมทางการตลาดใหม่ โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยมีเป้าหมายไปยังหลายส่วนล่าง ซึ่งต้องการผลิตภัณฑ์หรือบริการคุณภาพต่ำกว่า และราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการในตลาดส่วนบนเดิมที่ผลิตภัณฑ์หรือบริการตราสินค้านี้เคยทำการตลาดไว้ และเพื่อไม่ให้เป็นการเสียภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้วางตำแหน่งไว้ในตลาดเดิม จึงมีแนวโน้มที่จะใช้ตราสินค้าใหม่ให้แตกต่างจากเดิมหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่โดยใช้กลยุทธ์หลายราคาเข้ามาช่วย

2. การวางตำแหน่งใหม่สู่ตลาดส่วนบน (Trading Up) คือ การกำหนดเป้าหมายการตลาด และการจัดส่วนสมทางการตลาดใหม่ โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือบริการไปสู่ตลาดส่วนบน โดยการยกระดับคุณภาพ ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ของสินค้าให้ดีขึ้น รวมถึงการกำหนดราคาให้สูงขึ้น

พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์ (2553) ได้เสนอการวางตำแหน่งใหม่ ซึ่งมีอยู่ 7 แนวทาง ได้แก่

1. ขอบเขต (Scope) ธุรกิจต้องคำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนไม่เพียงแต่ผู้ถือหุ้นเท่านั้น

2. แนวนโยบาย (Platform) จากแนวปฏิบัติต้องหันสู่แนวทางมาตรฐานที่เป็นสากล เป็นที่ยอมรับทั่วโลก เพื่อความครบถ้วนสมบูรณ์พร้อม

3. โครงสร้าง (Structure) การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ตรงกันของคนในองค์กร

4. กลยุทธ์ (Strategy) การที่ธุรกิจมาคิดแผน และริเริ่มทำ
5. การดำเนินงาน (Performance)
6. ตัวชี้วัด (Measure)
7. การเปิดเผยข้อมูล (Disclosure)

ตารางที่ 1 การสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับการวางตำแหน่งใหม่

การวางตำแหน่งใหม่	นักวิชาการ
ส่วนประสมทางการตลาด	(ซีววรรณ เจริญสุข, 2557) (ศรชัย จาติกวณิช, 2559) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) (มนชัย, 2554) Blythe (2009) (บริษัท เล้าไก่ใหม่ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด, 2562) (Maggard, 1976) (Ryan, Moroney, Geoghegan, and Cunningham, 2007) (Strydom, 2005) (Zhang, Lin, and Newman, 2015)
การสื่อสาร	(ศรชัย จาติกวณิช, 2559) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2553) (มนชัย, 2554) (บริษัท เล้าไก่ใหม่ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด, 2562) (บริษัท แบรนต์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด., 2562) (Blankson & Crawford, 2012) (Ray, 1973) (Ryan, Moroney, Geoghegan, and Cunningham, 2007) (Strydom, 2005) (Strategic Direction, 2008) (Zhang, Lin, and Newman, 2015)
การวิเคราะห์คู่แข่ง	(ศรชัย จาติกวณิช, 2559) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2553) (บริษัท เล้าไก่ใหม่ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด, 2562) (มนชัย, 2554) (Ryan, Moroney, Geoghegan, and Cunningham, 2007)
ภาพลักษณ์	(ศรชัย จาติกวณิช, 2559) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2553) (มนชัย, 2554) Blythe (2009) (Ryan, Moroney, Geoghegan, and Cunningham, 2007)
พฤติกรรมผู้บริโภค	(ซีววรรณ เจริญสุข, 2557) (ศรชัย จาติกวณิช, 2559) (บริษัท เล้าไก่ใหม่ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด, 2562) (บริษัท แบรนต์เอจ มาร์เก็ตติ้ง รีซอร์สเซส จำกัด., 2562) (Blankson & Crawford, 2012) (Maggard, 1976) (Ray, 1973) (Strategic Direction, 2008) (Strydom, 2005) (Ryan, Moroney, Geoghegan, and Cunningham, 2007) (Turner, 2003) (Zhang, Lin, and Newman, 2015)

จากตารางที่ 1 อธิบายได้ว่า การวางตำแหน่งใหม่ เป็นกำหนดตำแหน่งเมื่อสภาพแวดล้อมการทำงานนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงโดยเกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะที่เป็นรูปธรรมของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งจำเป็นต้องมีการศึกษาองค์ประกอบทางตลาด การแข่งขัน คู่แข่ง และผู้ใช้บริการเป้าหมายเพื่อกำหนดกลยุทธ์ การวางตำแหน่งใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการแทนที่ จากการสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับ



การวางตำแหน่งใหม่ ประกอบด้วย ส่วนประสมทางการตลาด การสื่อสาร การวิเคราะห์คู่แข่ง ภาพลักษณ์ และพฤติกรรมผู้ให้บริการ

จากการทบทวนประเด็นแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวางตำแหน่งใหม่ แสดงให้เห็นว่าการวางตำแหน่งใหม่ หมายถึง การกำหนดตำแหน่งเมื่อสภาพแวดล้อมนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่รุนแรงในแนวทางการแข่งขัน โดยการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะที่เป็นรูปธรรมของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งผู้ให้บริการเป้าหมายได้พัฒนาการรับรู้เชิงบวกและเป็นประโยชน์ต่อข้อเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เปลี่ยนแปลงไปและพึงพอใจกับการให้บริการ

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยและพัฒนา (Research and Development : R and D) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับเทคนิคการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพการณ์ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีวิธีการดำเนินการดังนี้

1. วิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางตำแหน่งใหม่ของธุรกิจร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากเอกสารของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง สื่อสิ่งพิมพ์วิชาการ และข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซต์เพื่อให้เข้าใจแนวคิด ทฤษฎี และนำมาสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย

2. ศึกษาสภาพการณ์ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางตำแหน่งใหม่ของธุรกิจร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) จำนวน 20 คน หรือจนข้อมูลอิ่มตัว (Saturated Data) โดยใช้การศึกษาสภาพแวดล้อมเพื่อวิเคราะห์ (SWOT Analysis) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่ส่งผลต่อการวางตำแหน่งใหม่ของธุรกิจร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ขั้นตอนที่ 2 เพื่อวิเคราะห์แนวทางในการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยนำข้อมูลจากการศึกษาสภาพการณ์ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ได้มาจากขั้นตอนที่ 1 มาสังเคราะห์ร่างแนวทางในการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยวิธีการวิจัยแบบอนาคต EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) สอบถามจากผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ ด้านกลยุทธ์ การวางตำแหน่งใหม่ ธุรกิจร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จำนวน 17 คน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1. ภาครัฐ 2. ภาคเอกชน 3. ภาคผู้ประกอบการ 4. ภาควิชาการ 5. ผู้ใช้บริการ

ขั้นตอนที่ 3 เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในขั้นตอนนี้เมื่อได้กลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความเหมาะสม ที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 โดยจัดประชุมเสวนาสร้างสรรค์ทางปัญญา (Wisdom Enhancement Seminar) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กลุ่มผู้กำหนดกลยุทธ์ กลุ่มผู้มีส่วนบาทสนับสนุน กลุ่มผู้รับประโยชน์ และกลุ่มนักวิชาการ เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาสภาวะโลกร้อนที่เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ ปัญหาฝุ่น PM 2.5 และภัยธรรมชาติต่าง ๆ และการเกิดโรคติดต่ออุบัติใหม่ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะผลกระทบที่ทำให้พฤติกรรมของคนในสังคมเปลี่ยนไป ทำให้พฤติกรรมบริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น เช่น การรับประทานอาหารวีแกน (Vegan) อาหารอาหารมังสวิรัต (Vegetarian) เป็นต้น นอกจากนี้ผู้บริโภคยังตระหนักและเห็นความสำคัญของสิ่งแวดล้อมซึ่งทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งการเลือกใช้วัตถุดิบปลอดภัย กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการนำเสนอรายการอาหาร วิเคราะห์ถึงปัจจัยสภาพแวดล้อม

ภายในและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกของการวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ ผ่านการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix เพื่อให้ได้ร่างกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ประกอบด้วยจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค พบว่า

จุดแข็ง (Strength: S) พบว่า ผู้ประกอบการมีแนวคิดเกี่ยวกับความสำคัญของสิ่งแวดล้อมโดยเริ่มต้นจากความชื่นชอบของตนเอง โดยธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ ความน่าเชื่อถือของธุรกิจโดยการเข้าร่วมโครงการและการได้รับรางวัลร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งยังสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจและยังเป็นการลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของธุรกิจ จุดอ่อน (Weakness: W) พบว่า ร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีจำนวนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับต้นทุนที่เพิ่มมากขึ้นในระยะแรก เนื่องด้วยการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานทั้งหมดภายในร้านอาหาร ราคาอาหารและเครื่องดื่มสูงกว่ารายการอาหารอื่น ๆ ในร้านทั่วไป เนื่องจากการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย บางครั้งมีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ตลอดจนการสนับสนุนจากการได้รับรางวัลร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมยังไม่เพียงพอ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้า ความเชื่อมั่นของลูกค้าด้านความสะอาดของบรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลหรือทำความสะอาดแล้วนำกลับมาใช้ใหม่ โอกาส (Opportunities: O) พบว่า กระแสรักสุขภาพของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งในกลุ่มของคนรุ่นใหม่ วัยทำงานกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มออกกำลังกายและกลุ่มฟิตเนสช่วยร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นร้านอาหารที่กลุ่มนี้ให้ความสนใจ นอกจากนี้การถ่ายทำรายการโทรทัศน์และอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) ที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคมออนไลน์ ช่วยเสริมสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ผู้ประกอบการปรับรูปแบบการให้บริการเพิ่มมากขึ้น เช่น การจำหน่ายสินค้าออนไลน์ การบริการอาหารแบบจัดส่งถึงบ้าน (Delivery) เป็นต้น ทั้งนี้กรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายปลายทางด้านอาหาร (Best Food Destination) อันดับ 13 ของโลก ในปี ค.ศ. 2023 จัดอันดับโดยเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวทริปแอดไวเซอร์ (TripAdvisor) อุปสรรค (Threats: T) พบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งจำนวนลูกค้าที่ลดน้อยลง การจ้างพนักงานและการปิดกิจการ ตลอดจนมาตรการด้านความปลอดภัยของร้านอาหารช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เช่น ห้ามการรับประทานอาหารภายในร้านและจำกัดเวลาเปิดปิดในพื้นที่ควบคุมและพื้นที่ควบคุมสูงสุด การเว้นระยะห่างทางสังคม อีกทั้งข้อจำกัดด้านพื้นที่ เนื่องด้วยร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่พื้นที่ร้านค่อนข้างจำกัดส่งผลต่อการจัดพื้นที่ต่าง ๆ เช่น พื้นที่คัดแยกขยะ พื้นที่จัดทำบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น นอกจากนี้ร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่จัดตั้งอยู่ภายในห้างสรรพสินค้ามีข้อจำกัดด้านพื้นที่และการตกแต่งร้านและฤดูกาลของวัตถุดิบ เนื่องด้วยการประกอบอาหารของร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจำเป็นต้องมีการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ทั้งนี้ในช่วงนอกฤดูกาลอาจทำให้ไม่มีวัตถุดิบ หรือในช่วงที่มีความต้องการของลูกค้าเป็นจำนวนมากอาจทำให้วัตถุดิบไม่เพียงพอต่อความต้องการ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรค จากสภาพแวดล้อมภายนอกด้วยการวิเคราะห์กลยุทธ์ TOWS Matrix ทำให้ได้แนวทางในการส่งเสริมกลยุทธ์ การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นไปได้ จำนวน 55 กลยุทธ์ โดยแบ่งเป็นทิศทางกลยุทธ์ออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่

กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ที่ได้จากผลการวิเคราะห์ SWOT ที่เป็นจุดแข็ง (Strength) กับโอกาส (Opportunity) จำนวน 19 กลยุทธ์ แบ่งเป็น การวิเคราะห์คู่แข่ง จำนวน 3 กลยุทธ์ พฤติกรรมผู้บริโภค จำนวน 2 กลยุทธ์ ภาพลักษณ์ จำนวน 4 กลยุทธ์ การสื่อสาร จำนวน 5 กลยุทธ์ ส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 5 กลยุทธ์

กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ที่ได้จากผลการวิเคราะห์ SWOT ที่เป็นจุดอ่อน (Weakness) กับอุปสรรค (Threat) จำนวน 13 กลยุทธ์ แบ่งเป็น การวิเคราะห์คู่แข่ง จำนวน 2 กลยุทธ์ พฤติกรรมผู้บริโภค จำนวน 2 กลยุทธ์ ภาพลักษณ์ จำนวน 2 กลยุทธ์ การสื่อสาร จำนวน 2 กลยุทธ์ ส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 5 กลยุทธ์

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ที่ได้จากผลการวิเคราะห์ SWOT ที่เป็นจุดแข็ง (Strength) กับอุปสรรค (Threat) จำนวน 12 กลยุทธ์ แบ่งเป็น การวิเคราะห์คู่แข่ง จำนวน 2 กลยุทธ์ พฤติกรรมผู้บริโภค จำนวน 2 กลยุทธ์ ภาพลักษณ์ จำนวน 3 กลยุทธ์ การสื่อสาร จำนวน 2 กลยุทธ์ ส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 3 กลยุทธ์

กลยุทธ์เชิงแก้ไขสถานการณ์ (WO) ที่ได้จากผลการวิเคราะห์ SWOT ที่เป็นจุดอ่อน (Weakness) กับโอกาส (Opportunity) จำนวน 11 กลยุทธ์ แบ่งเป็น การวิเคราะห์คู่แข่ง จำนวน 1 กลยุทธ์ พฤติกรรมผู้บริโภค จำนวน 2 กลยุทธ์ ภาพลักษณ์ จำนวน 2 กลยุทธ์ การสื่อสาร จำนวน 3 กลยุทธ์ ส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 3 กลยุทธ์ โดยสามารถสรุปแนวทางในการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์แนวทางในการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยใช้การวิจัยอนาคตแบบ EDRF โดยแบ่งออกเป็น 2 รอบ คือ รอบที่ 1 เป็นผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและนำมาเสนอแนวทางในการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลแสดงความคิดเห็นถึงแนวทางในการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนี้

การทำ EDRF รอบที่ 2 เมื่อสร้างแบบสอบถามจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ในการทำ EDRF รอบที่ 1 แล้วผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย EDRF รอบที่ 2 โดยการส่งแบบสอบถามให้ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยสามารถนำเสนอผลได้ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategies) มีความเป็นไปได้ในระดับมากและมีความเหมาะสมสอดคล้องในทุกประเด็นโดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระหว่าง 4.12-4.65 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่า Q3-Q1 มีค่าระหว่าง 0.49-0.70

กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategies) มีความเป็นไปได้ในระดับมากและมีความเหมาะสมสอดคล้องในทุกประเด็นโดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระหว่าง 3.76-4.65 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่า Q3-Q1 มีค่าระหว่าง 0.49-0.79

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategies) มีความเป็นไปได้ในระดับมากและมีความเหมาะสมสอดคล้องในทุกประเด็นโดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระหว่าง 4.18-4.65 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่า Q3-Q1 มีค่าระหว่าง 0.49-0.83

กลยุทธ์เชิงแก้ไขสถานการณ์ (WO Strategies) มีความเป็นไปได้ในระดับมากและมีความเหมาะสมสอดคล้องในทุกประเด็นโดยมีค่ามัธยฐานอยู่ระหว่าง 4.29-4.59 ค่าฐานนิยมอยู่ระหว่าง 4-5 และค่า Q3-Q1 มีค่าระหว่าง 0.44-0.62

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กลุ่มผู้กำหนดกลยุทธ์ กลุ่มผู้มีบทบาทสนับสนุน กลุ่มผู้รับประโยชน์ และกลุ่มนักวิชาการ ดังนี้

กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ผู้ประกอบการอาจมีการวิเคราะห์คู่แข่งเพื่อหาโอกาสในการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ตลอดจนการเรียนรู้จากคู่แข่งเพื่อให้ธุรกิจของตนเองสามารถอยู่ในตำแหน่งที่มีความแตกต่าง นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะกลุ่มที่รักสุขภาพทั้งในกลุ่มของคนรุ่นใหม่ วัยทำงานกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มออกกำลังกายและกลุ่มฟิตเนส เพื่อให้ทราบถึงความคาดหวัง ความต้องการ ความพึงพอใจและประสบการณ์การใช้บริการเพื่อการพัฒนาคุณภาพบริการของร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต่อไป

กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีความจำเป็นที่การดำเนินธุรกิจของร้านอาหารต้องมีปรับตัวให้เหมาะสมกับเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค โดยอาจต้องมีการวิเคราะห์ภาพรวม จุดแข็ง จุดอ่อน มองหาโอกาส อุปสรรคและสามารถวางกลยุทธ์ในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังต้องมีแผนการจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ผู้ประกอบการอาจเน้นย้ำภาพลักษณ์ความเป็นธุรกิจสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เนื่องจากการส่งเสริม สนับสนุนการเผยแพร่ภาพถ่ายร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในสื่อสังคมออนไลน์ของลูกค้า เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ติกต็อก (TikTok) นอกจากนี้อาจใช้การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้าตลอดจนผู้ประกอบการควรแสดงออกในการให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย สุขอนามัยของลูกค้าและพนักงาน

กลยุทธ์เชิงแก้ไขสถานการณ์ (WO) ผู้ประกอบการอาจมีการสร้างความร่วมมือกันของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจเพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น การจัดตั้งเป็นชมรม สมาคมผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 สภาพการณ์ในปัจจุบันของการดำเนินธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่า ปัญหาสภาวะโลกร้อนที่เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ ปัญหาฝุ่น PM 2.5 และภัยธรรมชาติต่าง ๆ และการเกิดโรคติดต่ออุบัติใหม่ส่งผลกระทบทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะผลกระทบที่ทำให้พฤติกรรมของคนในสังคมเปลี่ยนไป ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้นสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุภาวดี ธงภักดี และสันติธร ภูริภักดี (2564) ที่พบว่า ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ทำให้ร้านอาหารประสบปัญหาของจำนวนลูกค้าที่ลดน้อยลงจากเดิม ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นในการรับประทานอาหารนอกบ้าน ร้านอาหารมีรายได้ลดน้อยลง ประกอบกับค่าใช้จ่ายภายในร้านอาหารเท่าเดิม

การวิเคราะห์ถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกของการวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้ ผ่านการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix ประกอบด้วย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค พบว่า จุดแข็ง (Strength: S) พบว่า ผู้ประกอบการมีแนวคิดเกี่ยวกับความสำคัญของสิ่งแวดล้อมโดยเริ่มต้นจากความชื่นชอบของตนเอง โดยธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจ ความน่าเชื่อถือของธุรกิจ โดยการเข้าร่วมโครงการและการได้รับรางวัลร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับผลการศึกษาของภัทรชนก เหลืองไพบุลย์ และคณะ (2563) ที่พบว่า ผู้ประกอบการมีเป้าหมายชัดเจนในการดำเนินธุรกิจภายใต้ขอบเขตของกฎหมาย มีนโยบายช่วยส่งเสริมการเป็นแบบอย่างที่ดีของสังคมให้แก่พนักงาน ผู้บริหาร ควรมีวิสัยทัศน์กว้างไกล เชื่อมมั่นในเป้าประสงค์และวิสัยทัศน์ของธุรกิจ ตลอดจนสามารถกระตุ้นการปฏิบัติงานให้กับบุคลากรในหน่วยงานอย่างสม่ำเสมอ ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม และยังสอดคล้องกับ Miles and Covin (2000) ที่เสนอว่า การประกอบธุรกิจเชิงสีเขียวสามารถช่วยสร้างชื่อเสียงและเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจนั้น ด้านจุดอ่อน (Weakness: W) พบว่า ร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีจำนวนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับต้นทุนที่เพิ่มมากขึ้นในระยะแรก เนื่องด้วยการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานทั้งหมดภายในร้านอาหาร ราคาอาหารและเครื่องดื่มสูงกว่ารายการอาหารอื่น ๆ ในร้านทั่วไป เนื่องจากการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย สอดคล้องกับสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (2564) ที่เสนอว่า ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Foods) มีราคาแพงขึ้นร้อยละ 21 ในช่วงสิบปีที่ผ่านมาเนื่องจากการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ด้านโอกาส (Opportunities: O) พบว่า กระแสรักสุขภาพของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้นทั้งในกลุ่มของคนรุ่นใหม่ วัยทำงานกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มออกกำลังกายและกลุ่มฟิตเนสช่วยร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นร้านอาหารที่กลุ่มนี้ให้ความสนใจ สอดคล้องกับ Olson (2009) ที่เสนอว่า การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเป็นไปในทิศทางที่จำนวนผู้บริโภคสีเขียวทั่วโลกได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลง ด้านอุปสรรค (Threats: T) พบว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งจำนวนลูกค้าที่ลดน้อยลง การจ้างพนักงานและการปิดกิจการ ตลอดจนมาตรการด้านความปลอดภัยของร้านอาหารช่วงสถานการณ์การแพร่

ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สอดคล้องกับผลการศึกษาของกิตติกร เรืองขำ และคณะ (2564) ที่พบว่า เมื่อเกิดสถานการณ์ Covid-19 ทำให้ธุรกิจร้านอาหารต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับที่ทางรัฐบาลประกาศส่งผลให้แขกหรือลูกค้าไม่สามารถเดินทางมารับประทานอาหารและเครื่องดื่มได้ที่ร้าน นอกจากนี้ผู้ประกอบการมีการวิเคราะห์กำลังคนโดยการลดเวลาการทำงานลง หรือพนักงานคนไหนมีความประสงค์ต้องการจะลางานระยะยาวโดยไม่ขอรับเงินเดือนก็สามารถแจ้งกับทางผู้ประกอบการได้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า 1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategies) ประกอบด้วย การวิเคราะห์คู่แข่งโดยการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาสและอุปสรรคของตนเองจะช่วยให้ร้านอาหารสามารถทราบว่าคุณสมบัติของธุรกิจของตนเองเป็นอย่างไร สอดคล้องกับผลการศึกษาของภัทรชนก เหลืองไพบูลย์ และคณะ (2563) ที่พบว่า ผู้ประกอบการควรมีการเทียบเคียง (Benchmarking) ระหว่างองค์กรหรือคู่แข่งในธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกัน การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐาน มีเป้าหมายชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค กระแสการตื่นตัวด้านสุขภาพ ได้รับความสนใจในประเทศไทยจากจำนวนคนออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา ยิ่งการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ก่อให้เกิดกระแสการตื่นตัวของ การระวังป้องกันการติดเชื้อ รวมถึงการสร้างเสริมสุขภาพให้แข็งแรงส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหาร สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (2564) ที่เสนอว่า ผู้บริโภคในปัจจุบันฉลาดขึ้นจากการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร โภชนาการได้ตลอดเวลาทางอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย หลายคนรู้วิธีคำนวณแคลอรีหรือคำนวณพลังงานที่ได้จากอาหาร ในขณะที่ผู้รับประทานอาหารวีแกนและผู้ที่ไม่ใส่ใจดูแลโภชนาการควบคู่กับการเข้ายิมออกกำลังกายมีทางเลือกอาหารและเครื่องดื่มให้รับประทานมากขึ้น ด้านภาพลักษณ์ การดำเนินธุรกิจโดยใช้แนวคิดดังกล่าวช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจโดยการทำให้ธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมมีความสมดุลอยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน

2. กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategies) ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้ประกอบการอาจมีการจัดเตรียม ตกแต่ง พื้นที่ในการถ่ายภาพสำหรับลูกค้า รวมทั้งการจัดกิจกรรมให้รางวัลสำหรับผู้เผยแพร่ภาพในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของพัทธนันท์ สุดยอด และธีระวัฒน์ จันทิก (2560) ที่พบว่า ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการจัดการสถานที่ให้มีความพร้อมสะอาด และมีบรรยากาศภายในร้านที่ดี โดยการสร้างบรรยากาศของร้านให้มีความร่มรื่นและการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย ด้านภาพลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ ที่รีไซเคิลแล้วนำกลับมาใช้ใหม่จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการต้องสร้างความเชื่อมั่นด้านความสะอาด ถูกสุขลักษณะให้แก่ลูกค้าโดยอาจแสดงสัญลักษณ์ที่ผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อหรือการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุภาวดี ธงภักดิ์ และสันติธร ภูริภักดี (2564) ที่พบว่า ผู้ประกอบการมีการคำนึงถึงแนวทางปฏิบัติในด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน การจัดการรูปแบบการบริการ ผู้ประกอบการได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการ โดยยึดหลักตามมาตรการในการเว้นระยะห่างทางสังคม การจัดการความเปลี่ยนแปลง

3. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategies) ประกอบด้วย ด้านการวิเคราะห์คู่แข่ง ผู้ประกอบการต้องมีการศึกษานโยบาย กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจร้านอาหารต่อการดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับผลการศึกษาของวันนะ สุขขวัญ (2563) ที่พบว่า ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

โดยการกำหนดมาตรการรับมือโดยมีมาตรฐานความปลอดภัยที่รองรับ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นถึงความใส่ใจของผู้ประกอบการ การปรับตัวและการดำเนินการจัดการต้องสอดคล้องกับกฎหมายของรัฐที่ประกาศใช้บังคับในสถานการณ์ที่ผิดปกติ

4. กลยุทธ์เชิงแก้ไขสถานการณ์ (WO Strategies) ด้านการวิเคราะห์คู่แข่ง ผู้ประกอบการอาจมีการสร้างความร่วมมือกันของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ สามารถแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ แนวทางการแก้ไขปัญหาซึ่งกันและกันสอดคล้องกับมูลนิธิสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (2560) ที่เสนอว่า ประสานความร่วมมือพัฒนาแนวทางการดำเนินงานบริการภัตตาคารและร้านอาหาร เพื่อให้เกิดเครือข่ายผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและเสนอแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานให้กับผู้ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมเครือข่ายในอนาคต ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้ประกอบการมีการสำรวจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผน พัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของร้านอาหารได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Suwandecha (2016) ที่พบว่า การรับรู้เกี่ยวกับร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้านคุณภาพ ด้านการใส่ใจสิ่งแวดล้อม และด้านการรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า แนวทางการส่งเสริมกลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ผู้ประกอบการอาจมีการวิเคราะห์คู่แข่งเพื่อหาโอกาสในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ตลอดจนการเรียนรู้จากคู่แข่งเพื่อให้ธุรกิจของตนเองสามารถอยู่ในตำแหน่งที่มีความแตกต่าง สอดคล้องกับ Wheelen and Hunger (2012) ได้เสนอว่าการตรวจสอบสภาพแวดล้อม หรือการวิเคราะห์สภาพการณ์ด้านต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจ โดยเริ่มจากการตรวจสอบและประเมินสภาพแวดล้อม ปัจจัยภายในและภายนอกธุรกิจ ด้านกลยุทธ์เชิงรับ (WT) ผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีความจำเป็นที่การดำเนินธุรกิจของร้านอาหารต้องมีปรับตัวให้เหมาะสมกับเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุภภัชชญา ทองคำผุย (2565) ที่พบว่า การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคส่งผลต่อกิจการจึงหันไปประกอบอาหารรับประทานที่บ้านเพื่อลดการออกจากบ้านมาสัมผัสเชื้อและการที่จำนวนผู้บริโภคลดลงทำให้ยอดขายก็ลดลงส่งผลไปถึงรายได้ที่ได้รับของเจ้าของธุรกิจลดน้อยลง ซึ่งทำให้ร้านอาหารไม่ว่าจะใหญ่หรือเล็กต้องกังวลว่าร้านอาหารปรับตัวอย่างไรถึงจะเอาตัวรอดได้ในสถานการณ์ยากลำบาก ด้านกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ผู้ประกอบการอาจเน้นย้ำภาพลักษณ์ความเป็นธุรกิจสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วยการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์เนื่องจากการส่งเสริม สนับสนุนการเผยแพร่ภาพถ่ายร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในสื่อสังคมออนไลน์ของลูกค้า สอดคล้องกับผลการศึกษาของจักรกฤษ เดชพร (2563) ที่พบว่า องค์กรจะต้องมีการสื่อสารสู่ภายนอกในเรื่องกระบวนการกำกับดูแลกิจการในมุมที่ไม่เพียงประโยชน์ขององค์กรเท่านั้น แต่ผู้บริโภคหรือสังคมจะได้ประโยชน์การดูแลกิจการที่ดีมีการดำเนินงานที่ส่งผลดีต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง ด้านกลยุทธ์เชิงแก้ไขสถานการณ์ (WO) ผู้ประกอบการอาจมีการสร้างความร่วมมือกันของผู้ประกอบการ

ร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจเพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับผลการศึกษาของชานนท์ มหาสิงห์ และคณะ (2563) ที่พบว่า ผู้ประกอบการต้องมียุทธศาสตร์ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารเพื่อให้ประสบความสำเร็จ เช่น การหาคุณค่าที่ดี เจ้าของพื้นที่และซัพพลายเออร์และสามารถพัฒนาเป็นหุ้นส่วนธุรกิจได้

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



ภาพที่ 2 กลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
ที่มา: ผู้วิจัย (2566)

สรุป

สรุปในภาพรวมของบทความ กลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จำนวน 55 กลยุทธ์ แบ่งเป็นกลยุทธ์เชิงรุก (SO) จำนวน 19 กลยุทธ์ กลยุทธ์เชิงรับ (WT) จำนวน 13 กลยุทธ์ กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) จำนวน 12 กลยุทธ์ กลยุทธ์เชิงแก้ไขสถานการณ์ (WO) จำนวน 11 กลยุทธ์ ซึ่งในแต่ละกลยุทธ์สามารถแบ่งเป็นด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย การวิเคราะห์คู่แข่ง พฤติกรรมผู้บริโภค ภาพลักษณ์ การสื่อสาร และส่วนประสมทางการตลาดที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ประกอบด้วย 1) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) 2) แผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 3) โมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Economy Model) 4) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) 5) ร่าง แผนปฏิบัติการด้านการจัดการด้านอาหารของประเทศไทย ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2566 – 2570)

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ธุรกิจร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นธุรกิจซึ่งมีภาพลักษณ์ที่ดี ทำให้ลูกค้ารู้สึกดีต่อธุรกิจโดยการดึงดูดเด่นของธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ผู้ประกอบการอาจใช้จุดแข็งดังกล่าวในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจนอกจากนี้อาจมีการต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในการจำหน่าย เช่น รายการอาหารเพื่อสุขภาพ รายการอาหาร Plant-Based เป็นต้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ธุรกิจร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นธุรกิจซึ่งมีความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจของร้านอาหารเนื่องด้วยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน ทั้งในกลุ่มของคนรุ่นใหม่ วัยทำงานกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มออกกำลังกายและกลุ่มฟิตเนส ทั้งนี้ผู้ประกอบการอาจใช้โอกาสดังกล่าวในการสร้างการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ของร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นการกระตุ้นในการสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้าตลอดจนกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ธุรกิจร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสามารถช่วยลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของธุรกิจ ทั้งนี้ผู้ประกอบการอาจปรับใช้แนวปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจเนื่องด้วยสามารถช่วยลดต้นทุนต่าง ๆ และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ เป็นต้น อีกทั้งยังมีส่วนช่วยลดปริมาณการใช้พลังงานและการสร้างมลพิษกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อชุมชนโดยรอบ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญ คือ กลยุทธ์การวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวของผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยควรให้ความสำคัญกับการวางตำแหน่งใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยธุรกิจสีเขียวสำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ ธุรกิจร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีกลุ่มผู้บริโภคที่ชัดเจน เพราะฉะนั้นกลุ่มลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความจงรักภักดี ทั้งนี้หน่วยงานที่รับผิดชอบหรือผู้ประกอบการร้านอาหาร อาจมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าเพื่อเป็นข้อมูลไปใช้ในการวางแผน วิเคราะห์ในการกำหนดกลยุทธ์ ปรับปรุงและต่อยอดการให้บริการ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ร้านอาหารมีการปรับกลยุทธ์การจัดจำหน่ายโดยบริการอาหารแบบจัดส่งถึงบ้าน (Delivery) ซึ่งลูกค้ายังมีความกังวลเรื่องความสะอาด ถูกสุขลักษณะตลอดจนพนักงานจัดส่งอาหาร ทั้งนี้ผู้ประกอบการอาจมีการศึกษาความเชื่อมั่นของลูกค้าในการใช้บริการ เพื่อนำมาใช้ประกอบการสร้างการรับรู้ถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ รวมไปถึงส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

- เจริญญา วงษ์ดอนขมิ้น ญัฐภัทร์ สุนทรศีลสังวร นิชชา จันทะมณี และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2557). การให้ความหมาย รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจสีเขียวของบริษัทคีนัน จำกัด. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*, 7(1), 191-201.
- จักรกฤษ เดชพร. (2563). *การรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมในมุมมองของผู้บริโภคกรณีศึกษา บริษัท อำพลฟูดส์โพรเซสซิง จำกัด* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชานนท์ มหาสิงห์ จอมขวัญ สุวรรณรักษ์ และวิชัย เจริญธรรมานนท์. (2563). ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางที่มีสาขาเครือข่ายในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 3(3), 81-99.
- นพรัตน์ บุญเพียรผล. (2560). “Eco Restaurant” แนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างนักคิด และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 7(2), 131-141.
- พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2553). *Repositioning your CSR ความดีต้องสดและใหม่*. ค้นเมื่อ 6 กันยายน 2565, จาก <https://www.pipat.com/2010/02/>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2543). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุภัชชญา ทองคำผุย. (2565). การปรับตัวของธุรกิจร้านอาหารในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). *วารสารโครงการทวีปวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ*, 1-13.
- สุภาวดี ธงภักดี และสันติธร ภูริภักดี. (2564). แนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการของร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม “ร้านอาหารยามเย็น กรุงเทพมหานคร” ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*, 4(2), 761-772.
- สำนักงานการต่างประเทศ. (2564). *เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDGs)*. ค้นเมื่อ 3 กันยายน 2565, จาก <https://iao.bangkok.go.th /content-detail/22615>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ. (2564). *แนวโน้มราคา “ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ”*. ค้นเมื่อ 3 กันยายน 2565, จาก https://www.ditp.go.th/contents_ attach/732993/73299 3.pdf
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.). (2563). *โมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG*. ค้นเมื่อ 3 กันยายน 2565, จาก https://www.nstda.or.th/home/ knowledge_post/bcg-by-nstda/

- Chan, R. Y., He, H., Chan, H. K., and Wang, W. Y. (2012). Environmental orientation and corporate performance: The mediation mechanism of green supply chain management and moderating effect of competitive intensity. *Industrial Marketing Management*, 41(4), 621-630.
- Ester, Richard, J. (1993). Toward sustainable development: From theory to praxis. *Social Development Issues*, 15(3), 1 – 29.
- Olson, E. G. (2009). Business as Environmental Steward: The Growth of Greening. *Journal of Business Strategy*, 30 (5), 4-13.
- Strategic Direction. (2008). Mixing the old and new: How to succeed with corporate rebranding. *Strategic Direction*, 24(7), 6–8.
- Wheelen, T. L. & Hunger, J. D. (2006). *Strategic Management and Business Policy*. (10th ed). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

การบริหารการจัดบริการสาธารณสุขด้านสาธารณสุขของเทศบาล

Municipal Public health services Management

ชิษณุพงศ์ สุวรรณ¹, เจตน์สฤษฎ์ อังศุกาญจนกุล² และ โกมล ไพศาล³
Chitsanuphong Suwan¹, Jetsalid Angsukanjanakul² and Komon Paisal³

สาขาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา¹
หลักสูตรวิทยาศาสตรและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{2,3}
Development Administration, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand¹
Science and Innovation Curriculum Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{2,3}
E-mail: rongchitnakhon@gmail.com¹

Received: 2023-11-30; Revised: 2023-12-20; Accepted: 2023-12-21

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการบริหารจัดการบริการสาธารณสุขด้านสาธารณสุขของเทศบาล ศักยภาพของเทศบาล นโยบายภาครัฐ สถานการณ์ สภาพแวดล้อม และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการบริการสาธารณสุขด้านสาธารณสุขของเทศบาล 2) ทดสอบปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการบริการสาธารณสุขด้านสาธารณสุขของเทศบาล และ 3) นำเสนอแนวทางของการบริหารจัดการบริการสาธารณสุขด้านสาธารณสุขของเทศบาล โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน สำหรับการศึกษาเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย (1) นายกเทศมนตรี/รองนายกเทศมนตรี (2) ปลัดเทศบาล/รองปลัดเทศบาล (3) ผู้อำนวยการกองการแพทย์/ผู้อำนวยการกองสาธารณสุข (4) ผู้อำนวยการโรงพยาบาล/หัวหน้าศูนย์บริการสาธารณสุข และ (5) แพทย์/พยาบาลวิชาชีพ ของเทศบาล ตามประเภทของเทศบาล คือ เทศบาลตำบล เทศบาลเมือง และเทศบาลนคร จำนวน 375 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณคือแบบสอบถาม สำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย (1) นายกเทศมนตรี (2) ปลัดเทศบาล (3) ผู้อำนวยการกองสาธารณสุข/กองการแพทย์ของเทศบาล โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เทศบาลละ 3 คน รวม 18 คน และผู้แทนจาก สปสช. จำนวน 2 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องครบถ้วน รวมทั้งสิ้น 20 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดย สถิติเชิงพรรณนา สถิติวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง และวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษา พบว่า 1) ระดับการบริหารการจัดบริการสาธารณสุขด้านสาธารณสุขของเทศบาล อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมาคือศักยภาพของเทศบาลมีค่าเฉลี่ย 4.24 ส่วนระดับนโยบายภาครัฐ สถานการณ์สภาพแวดล้อม และการมีส่วนร่วมของประชาชนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 3.91 และ 4.16 ตามลำดับ 2) ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการบริการสาธารณสุขด้านสาธารณสุขของเทศบาลมากที่สุด คือ ศักยภาพของเทศบาล มีอิทธิพลทั้งทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.93 และ 0.06 ตามลำดับและ ขนาดของอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.99 รองลงมาคือนโยบายภาครัฐ การมีส่วนร่วมของประชาชน และสถานการณ์สภาพแวดล้อม มีขนาดของอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.39 0.17 และ 0.04 ตามลำดับ และ

3) เทศบาลควรจัดทำภารกิจในระดับปฐมภูมิและทุติยภูมิตั้งแต่ต้นเพราะมีความเกี่ยวพันกันเชิงพื้นที่ ในขณะที่กระทรวงสาธารณสุขควรจัดทำภารกิจในระดับทุติยภูมิขั้นสูงและตติยภูมิ รวมทั้งภารกิจการสนับสนุนทางวิชาการเพื่อลดความซ้ำซ้อน รัฐควรมีการกระจายอำนาจและกำหนดภารกิจ บทบาทหน้าที่และอำนาจของเทศบาลให้ชัดเจน และควรมีการยกระดับขนาดของเทศบาลให้มีขนาดใหญ่ขึ้น ให้มีประชากรจำนวนมากพอแก่การจัดทำภารกิจด้านสาธารณสุขในลักษณะการประหยัดต่อขนาดและเป็นการเพิ่มศักยภาพของเทศบาล

คำสำคัญ: การจัดบริการสาธารณะ, สาธารณสุข, เทศบาล

Abstract

This research aimed to 1) study the level of public health service administration of municipalities, the potential of municipalities, government policy, situation environment, and people's participation in public health service administration of municipalities; 2) examine causal factors influencing public health service administration of municipalities; and 3) propose guidelines for public health service administration of municipalities. A mixed research method was utilized in this study. For quantitative research, the sample consisted of (1) Mayor/Deputy Mayor, (2) Municipal Clerk/Deputy Municipal Clerk, (3) Director of Medical Division/Director of Public Health Division, (4) Hospital Director/Head of Health Service Center, and (5) Doctors/professional nurses of municipalities from sub-district municipalities, town municipalities, and city municipalities, amounting to 375 samples. A questionnaire was used to collect data. For qualitative research, in-depth interviews were conducted with the informants comprising (1) the mayor, (2) the municipal secretary, and (3) the directors of the municipalities' public health/medical divisions. The purposive sampling method was used to choose 3 persons from each municipality, amounting to 18 persons and 2 representatives from the NHSO to obtain complete relevant information. Hence, the total sample consisted of 20 interviewees.

The results found that 1) the level of administration of municipalities' public health services was at the highest level with an average of 4.44, followed by the potential of municipalities with an average of 4.24, while government policy, situation environment, and people's participation were at a high level with mean values of 3.70 3.91 and 4.16 respectively; 2) the causal factor that most influenced public health service administration of the municipalities was the municipality's potential with the direct, indirect, and total effects equal to 0.93, 0.06, and 0.99, respectively, followed by government policy, public participation. and situation environment with the total effects of 0.39, 0.17, and 0.04, respectively; and

3) municipalities should establish primary and secondary missions since they are spatially related while the Ministry of Health should provide missions at the advanced secondary level and tertiary level as well as academic support missions to reduce duplication. In addition, government should decentralize powers and set clear missions, roles, duties and powers of municipalities and increase the size of municipalities to have a large enough population to carry out public health missions at the economies of scale level and to increase capacity of municipalities.

Keywords: Public Service, Public Health, Municipality

บทนำ

บริการสาธารณะ (public service) เป็นกิจกรรมที่รัฐซึ่งเป็นฝ่ายปกครองจัดทำขึ้น เพื่อวัตถุประสงค์สาธารณะในการตอบสนองต่อความต้องการส่วนรวมของประชาชน ภายใต้หลักเกณฑ์ การดำเนินการต้องเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ ประชาชนได้รับสิทธิประโยชน์โดยเท่าเทียมกันและหลักเกณฑ์การปรับให้เหมาะสมกับความต้องการของประชาชน (นันทวัฒน์ บรมานันท์, 2560) โดยมีเป้าหมายสำคัญในการบริการคือการสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชนตามหลักการค่านิยมการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable service) ตรงเวลา (Timely service) เพียงพอ (Ample service) ต่อเนื่อง (Continues service) และก้าวหน้า (Progressive service) (Millet, 1954) สำหรับประเทศไทยการจัดบริการสาธารณะเป็นอำนาจหน้าที่ของรัฐ โดยระบบราชการ ทั้งราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานอื่นของรัฐเป็นผู้จัดทำ โดยมีกฎหมายเป็นตัวกำหนดซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทและลักษณะของบริการสาธารณะนั้น ๆ ราชการส่วนท้องถิ่นซึ่งเกิดขึ้นจากการกระจายอำนาจการปกครองของประเทศที่มีการปกครองแบบประชาธิปไตย กล่าวคือการที่ราชการบริหารส่วนกลาง กระจายอำนาจไปให้ประชาชนในท้องถิ่นมีอิสระที่จะดำเนินการปกครองตนเองภายในขอบเขตที่กฎหมายกำหนด มีสิทธิในการตัดสินใจในการบริหารการจัดบริการสาธารณะด้วยตนเองตามเจตนารมณ์ ของประชาชนในท้องถิ่นตามที่กฎหมายบัญญัติให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละประเภท ซึ่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 (2534) มาตรา 70 บัญญัติให้จัดระเบียบบริหารราชการส่วนท้องถิ่นเป็น 1) องค์การบริหารส่วนจังหวัด 2) เทศบาล 3) สุขาภิบาล 4) ราชการส่วนท้องถิ่นอื่นตามที่กฎหมายกำหนด ปัจจุบันมี 5 รูปแบบได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล เมืองพัทยาและกรุงเทพมหานคร โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละรูปแบบดังกล่าวนี้มีพระราชบัญญัติจัดตั้งเฉพาะแตกต่างกันไปกล่าวคือพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 แก้ไขเพิ่มเติมถึง (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2562 พระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 แก้ไขเพิ่มเติมถึง (ฉบับที่ 14) พ.ศ.2562 พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล พ.ศ. 2537 แก้ไขเพิ่มเติมถึง (ฉบับที่ 7) พ.ศ.2562 พระราชบัญญัติเมืองพัทยา พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติมถึง (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2562 และ พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ.2528 แก้ไขเพิ่มเติมถึง (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2562 และได้บัญญัติให้

มีอำนาจหน้าที่ในการจัดบริการสาธารณะให้กับประชาชนที่หลากหลาย ในขณะที่เดียวกันพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 (2542) ซึ่งเป็นกฎหมายที่สำคัญฉบับหนึ่งในการกำหนดหน้าที่และอำนาจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดทำบริการสาธารณะให้กับประชาชนในท้องถิ่นของตน เพื่อให้การตอบสนองต่อความต้องการและปัญหาได้อย่างตรงเป้าหมายครอบคลุมทุกพื้นที่ ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการสาธารณะได้อย่างสะดวกและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ

เทศบาลเป็นรูปแบบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความใกล้ชิดผูกพันกับประชาชนมาเป็นเวลานานที่สุด (ไม่นับรวมสุขาภิบาลซึ่งไม่มีแล้ว) จัดตั้งอย่างเป็นทางการตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบเทศบาล พ.ศ.2476 และพัฒนามาจนถึงปัจจุบันซึ่งมี 3 ประเภทได้แก่ เทศบาลตำบล เทศบาลเมือง และเทศบาลนคร มีจำนวนทั้งสิ้น 2,247 แห่งมีหน้าที่และอำนาจในการจัดบริการสาธารณะตามที่กฎหมายกำหนดอย่างกว้างขวาง ทั้งด้านการจัดระบบสาธารณสุข ปลอดภัย สาธารณูปการ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการศึกษา คุณภาพชีวิต ด้านสิ่งแวดล้อมและโดยเฉพาะด้านการสาธารณสุข ซึ่งเป็นบริการสาธารณะที่มีความสำคัญอย่างยิ่งเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดอย่างรุนแรงทั่วโลกของโรคโควิด-19 ในช่วงปลายปี 2562 จนถึงกลางปี 2565 ทำให้มีผู้ติดเชื้อมากกว่า 635,000,000 คนและมีผู้เสียชีวิตกว่า 6,600,000 คนขณะที่ประเทศไทยมีผู้ติดเชื้อมากกว่า 4,700,000 คนและมีผู้เสียชีวิตกว่า 33,000 คน (ณ วันที่15 พฤศจิกายน 2565) การระบาดอย่างกว้างขวางและรุนแรง ชนิดที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน สถานการณ์นี้ทำให้ความจำเป็นและความต้องการในบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขยิ่งมีมากขึ้น ในขณะที่รัฐสามารถจัดบริการให้กับประชาชนอย่างจำกัด ซึ่งเมื่อศึกษาจาก อำนาจหน้าที่ในการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขนั้น พบว่าตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 (2496) บัญญัติให้เทศบาลมีหน้าที่ต้องทำกิจการ การป้องกันและระงับโรคติดต่อ ให้มีและบำรุงสถานที่ทำการพิทักษ์รักษาคนเจ็บไข้ ให้มีและบำรุงโรงพยาบาล และจัดทำกิจการอื่นซึ่งจำเป็นเพื่อการสาธารณสุขประกอบพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 (2542) บัญญัติให้เทศบาลมีอำนาจและหน้าที่ในการจัดระบบการบริการสาธารณะ ด้านการสาธารณสุข การอนามัยครอบครัว และการรักษาพยาบาลในขณะเดียวกันก็พบว่า พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 (2545) มาตรา 42 บัญญัติให้กระทรวงสาธารณสุขมีหน้าที่เกี่ยวกับการเสริมสร้างสุขภาพอนามัย การป้องกัน ควบคุมและรักษาโรค การฟื้นฟูสมรรถภาพของประชาชน แต่แม้ว่ากฎหมายจะมีการกำหนดหน้าที่และอำนาจด้านสาธารณสุขไว้ถึงสององค์กรหลักทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและกระทรวงสาธารณสุข แต่การบริหารจัดการบริการสาธารณสุขที่เกิดขึ้นไม่สามารถให้บริการที่เพียงพอกับความต้องการและความจำเป็นของประชาชน ไม่มีประสิทธิภาพ เกิดความเหลื่อมล้ำไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ และเกิดปัญหาการปฏิบัติเชิงโครงสร้างหน้าที่และอำนาจที่มีความซ้ำซ้อน ทำให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อนเสียหาย และเสียโอกาสในบริการสาธารณะจากรัฐ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดการบริหารการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาลประการหนึ่งที่สำคัญ ดังนั้นเพื่อศึกษาการบริหารการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาลว่ามีการดำเนินการเป็นไปตามหลักการ ค่านิยมของการบริการสาธารณะหรือไม่อย่างไร และเพื่อค้นหาแนวทางในการบริหารจัดการบริการสาธารณะด้านสาธารณสุข

ของเทศบาลเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและความจำเป็นด้านสุขภาพของประชาชน จึงเป็นที่มาและสนใจศึกษา การบริหารจัดการบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาลในครั้งนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของการบริหารจัดการบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล ศักยภาพของเทศบาล นโยบายภาครัฐ สถานการณ์และสภาพแวดล้อมและการมีส่วนร่วมของประชาชน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของศักยภาพของเทศบาล นโยบายภาครัฐ สถานการณ์และสภาพแวดล้อมและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล
3. เพื่อศึกษาแนวทางของการบริหารจัดการบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล

การทบทวนวรรณกรรม

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 (2560) มาตรา 250 บัญญัติว่า องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่และอำนาจดูแลและจัดทำบริการสาธารณะและกิจกรรมสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นตามหลักการพัฒนาย่างยั่งยืน รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการศึกษาให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ การจัดทำบริการสาธารณะและกิจกรรมสาธารณะใดที่สมควรให้เป็นหน้าที่และอำนาจโดยเฉพาะขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละรูปแบบ หรือให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินการใด ให้เป็นไปตามที่กฎหมายบัญญัติ

พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 (2542) กำหนดอำนาจและหน้าที่ในการจัดระบบการบริการสาธารณะ มาตรา 16 บัญญัติว่าให้เทศบาลเมืองพัทยาและองค์การบริหารส่วนตำบลมีอำนาจและหน้าที่ในการจัดระบบการบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นของตนเองดังนี้ (19) การสาธารณสุข การอนามัยครอบครัว และการรักษาพยาบาล

พระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 (2496) และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 50 บัญญัติว่าภายใต้บังคับแห่งกฎหมาย เทศบาลตำบลมีหน้าที่ต้องทำในเขตเทศบาลดังต่อไปนี้ 4) ป้องกันและระงับโรคติดต่อ มาตรา 51 6) ให้มีและบำรุงสถานที่ทำการพิทักษ์รักษาคนเจ็บไข้ มาตรา 53 ภายใต้บังคับแห่งกฎหมาย เทศบาลเมือง มีหน้าที่ต้องทำในเขตเทศบาลดังต่อไปนี้(1) กิจการตามที่ระบุไว้ในมาตรา 50 4) ให้มีและบำรุงสถานที่ทำการพิทักษ์รักษาคนเจ็บไข้ มาตรา 54 ภายใต้บังคับแห่งกฎหมาย เทศบาลเมืองอาจจัดทำกิจการใดๆ ในเขตเทศบาลดังต่อไปนี้ 5) ให้มีและบำรุงโรงพยาบาล 7) จัดทำกิจการซึ่งจำเป็นเพื่อการสาธารณสุข มาตรา 56 ภายใต้บังคับแห่งกฎหมาย เทศบาลนครมีหน้าที่ต้องทำในเขตเทศบาลดังต่อไปนี้ 1) กิจการตามที่ระบุไว้ในมาตรา 53

นันทวัฒน์ บรมานันท์ (2560) หลักเกณฑ์ในการจัดทำบริการสาธารณะ 1) หลักว่าด้วยความเสมอภาค 2) หลักว่าด้วยความต่อเนื่อง 3) หลักว่าด้วยการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง

Millet (1954) หลักการของการให้บริการสาธารณะ 5 ประการ 1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (equitable service) 2) การให้บริการที่ตรงต่อเวลา (timely service) 3) การให้บริการอย่างพอเพียง (ample service) 4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service) 5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (progressive service)

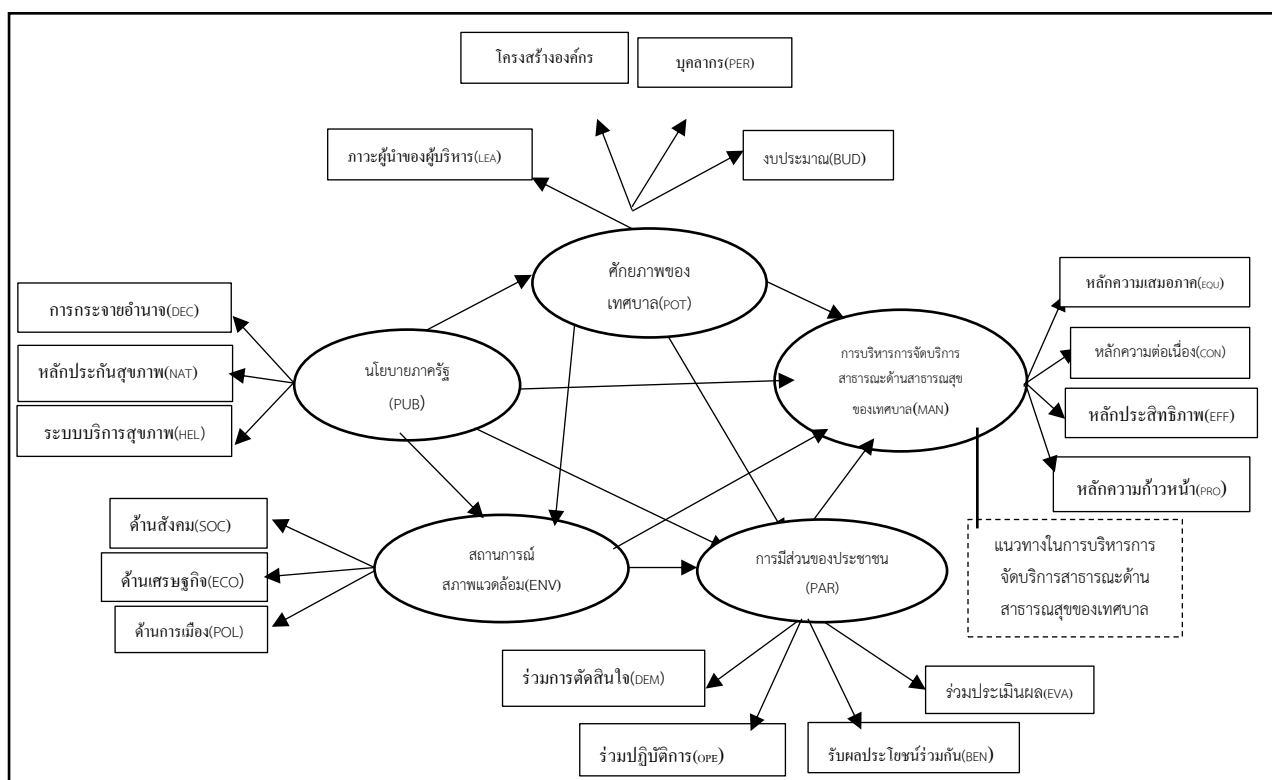
Wheelen and Hunger (2002) การวิเคราะห์ปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานซึ่งประกอบด้วย P(Politic) หมายถึง การวิเคราะห์ปัจจัยทางการเมือง E (Economic) หมายถึง การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ S (Social) หมายถึง ปรากฏการณ์ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น T (Technology) หมายถึง การวิเคราะห์ตัวแปรทางด้านเทคโนโลยี

Andrew & Stiefel (1980) การมีส่วนร่วมของประชาชนมีลักษณะ 4 ประการคือ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ(Decision Making) 2) การมีส่วนร่วมในขั้นปฏิบัติการ(Implementation) 3) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์(Benefit) 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล(Evaluation)

Gillies (1998) ความพร้อมและศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) ความพร้อมและศักยภาพขององค์กร (Institutional Capacity and Readiness)และ 2) ความพร้อมและศักยภาพของภาคประชาชน (Citizen Capacity and Readiness)

Leach and Stewart (1992) บทบาทหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทางด้านสาธารณสุขและสุขภาพอนามัย ประกอบไปด้วย 2 แนวทาง คือ 1)บทบาทปฐมภูมิ (Primary role) และ 2)บทบาททุติยภูมิ (Secondary role)

กรอบแนวคิดในการวิจัย





วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการบริหารการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) โดยเลือกการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นหลักในการศึกษาร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประชากร (Population) คือบุคลากรของเทศบาลกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย (1) นายกเทศมนตรี/รองนายกเทศมนตรี (2) ปลัดเทศบาล/รองปลัดเทศบาล (3) ผู้อำนวยการกองการแพทย์/ผู้อำนวยการกองสาธารณสุข (4) ผู้อำนวยการโรงพยาบาล/หัวหน้าศูนย์บริการสาธารณสุข และ (5) แพทย์/พยาบาลวิชาชีพ ของเทศบาล ตามประเภทของเทศบาล คือ เทศบาลตำบล เทศบาลเมือง และเทศบาลนคร จำนวน 375 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณคือแบบสอบถาม สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย (1) นายกเทศมนตรี (2) ปลัดเทศบาล (3) ผู้อำนวยการกองสาธารณสุข/กองการแพทย์ของเทศบาล โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เทศบาลละ 3 คน รวม 18 คน และผู้แทนจาก สปสช. จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 20 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเครื่องมือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญและทดสอบความสอดคล้องภายในด้วยวิธีการหาค่า Cronbach's alpha พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของมาตรวัดตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีค่า ระหว่าง 0.765 ถึง 0.947 และทั้งฉบับเท่ากับ 0.967 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อคำนวณค่าสถิติ ดังนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกต อธิบายด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบาย ระดับของตัวแปรและนำเสนอข้อมูลด้วยตารางและคำบรรยาย 2) สถิติวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling : SEM) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ (Linear Structure Relation: LISREL) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกต และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ด้วยการวิเคราะห์ค่าทางสถิติและค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ระดับของการบริหารจัดการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล (MAN) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล

ลำดับ	การบริหารการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล(MAN)	$\bar{X}$	SD	ลำดับที่	ระดับความสำคัญ
1	หลักความเสมอภาค (EQU)	4.42	0.48	3	มากที่สุด
2	หลักความต่อเนื่อง (CON)	4.44	0.44	1	มากที่สุด
3	หลักประสิทธิภาพ (EFF)	4.39	0.49	4	มากที่สุด

ลำดับ	การบริหารการจัดบริการสาธารณะ ด้านสาธารณสุขของเทศบาล(MAN)	$\bar{X}$	SD	ลำดับที่	ระดับความสำคัญ
4	หลักความก้าวหน้า (PRO)	4.43	0.51	2	มากที่สุด
	รวม	4.43	0.43		มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับการบริหารการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาลอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.43 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านมีระดับความสำคัญมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านหลักความต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.48 รองลงมาตามลำดับคือด้านหลักความก้าวหน้า มีค่าเฉลี่ย 4.43 ด้านหลักความเสมอภาคค่าเฉลี่ย 4.42 และด้านหลักประสิทธิภาพมีค่าน้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.39

2. ระดับตัวแปรแฝงซึ่งเป็นตัวแปรเชิงสาเหตุ ซึ่งประกอบด้วยศักยภาพของเทศบาล (POT) นโยบายภาครัฐ (PUB) สถานการณ์สภาพแวดล้อม (ENV) และการมีส่วนร่วมของประชาชน (PAR) ดังแสดงในตารางที่ 2

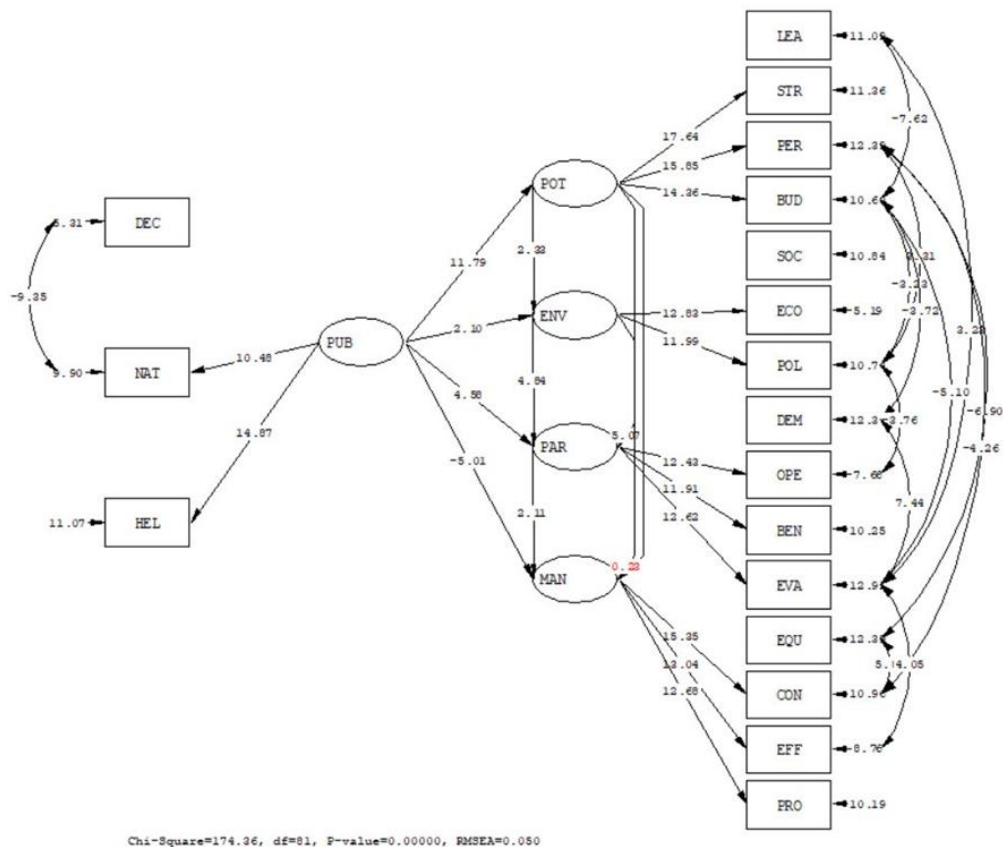
ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญ ของข้อมูลตัวแปรแฝง

ลำดับ	ตัวแปร	$\bar{X}$	SD	ลำดับที่	ระดับความสำคัญ
1	ศักยภาพของเทศบาล(POT)	4.25	0.56	1	มากที่สุด
2	นโยบายภาครัฐ(PUB)	3.71	0.73	4	มาก
3	สถานการณ์สภาพแวดล้อม(ENV)	3.91	0.56	3	มาก
4	การมีส่วนร่วมของประชาชน(PAR)	4.16	0.48	2	มาก
	รวม	4.01	0.43		มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าตัวแปรแฝงซึ่งเป็นตัวแปรเชิงสาเหตุของการบริหารจัดการบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาลมีระดับความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.01 และเมื่อพิจารณา รายตัวแปรพบว่าตัวแปรศักยภาพของเทศบาล (POT) มีระดับความสำคัญมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.25 ส่วนตัวแปรอื่นทั้ง 3 ตัวแปรมีระดับความสำคัญในระดับมากโดยตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน (PAR) มีค่าเฉลี่ยรองลงมา 4.16 ตัวแปรสถานการณ์สภาพแวดล้อม (ENV) มีค่าเฉลี่ย 3.91 และตัวแปรนโยบายภาครัฐ (POT) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.71



3. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแบบจำลองโครงสร้าง ในรูปแบบค่าสถิติ (t-statistics)

ผลจากการวิเคราะห์แบบจำลองในรูปแบบค่าสถิติ (ภาพที่ 2) แสดงถึงอิทธิพล ของตัวแปรแฝง ซึ่งส่งผลทางตรง และทางอ้อมต่อการบริหารจัดการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล ผู้วิจัยจึงนำ ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างมาเสนอค่าอิทธิพลทางตรง และทางอ้อม และผลรวมของตัวแปรแฝงทุกตัว เพื่อแสดงอิทธิพลทางตรง และทางอ้อมระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรตาม	อิทธิพล	ตัวแปรอิสระ				R ²
		PUB	POT	ENV	PAR	
POT	DE	0.71**	-	-	-	0.66
	IE	-	-	-	-	
	TE	0.71**	-	-	-	
ENV	DE	0.17*	0.20*	-	-	0.12
	IE	0.15*	-	-	-	
	TE	0.32**	0.20*	-	-	
PAR	DE	0.33**	0.37**	0.26**	-	0.60
	IE	0.35**	0.05*	-	-	

ตัวแปรตาม	อิทธิพล	ตัวแปรอิสระ				R ²
		PUB	POT	ENV	PAR	
	TE	0.68**	0.42**	0.26**	-	
MAN	DE	-0.39**	0.93**	-	0.17*	0.66
	IE	0.78**	0.06*	0.04*	-	
	TE	0.39**	0.99**	0.04*	0.17*	

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 พบว่า ศักยภาพของเทศบาล (POT) มีอิทธิพลทั้งทางตรง (direct effect) และอิทธิพลทางอ้อม (indirect effect) ต่อการบริหารการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล (MAN) เท่ากับ 0.93 และ 0.06 ตามลำดับ มีขนาดของอิทธิพลรวม (total effect) เท่ากับ 0.99 ดังนั้น ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาลมากที่สุด รองลงมาคือ นโยบายภาครัฐ (PUB) การมีส่วนร่วมของประชาชน (PAR) และสถานการณ์สภาพแวดล้อม (ENV) ที่มีขนาดของอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.39, 0.17 และ 0.04 ตามลำดับ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความเห็นสอดคล้องกัน โดยพบว่าเทศบาลนครและเทศบาลเมืองมีการบริหารจัดการบริการสาธารณะด้านสาธารณสุข ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประชาชนมีความพึงพอใจ สามารถให้บริการได้อย่างเท่าเทียมไม่มีความเหลื่อมล้ำ มีความต่อเนื่องในการจัดบริการ มีศักยภาพที่พร้อมทุกด้านทั้งด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร บุคลากร ด้านงบประมาณ การบริหารเครือข่าย ขณะที่เทศบาลตำบลยังมีการจัดบริการได้น้อยเพราะไม่มีความพร้อมทั้งด้านงบประมาณและบุคลากร เนื่องจากเทศบาลมีขนาดเล็กเกินไป ด้านนโยบายภาครัฐซึ่งมีผลโดยตรงต่อการบริหารจัดการบริการของเทศบาลโดยเฉพาะด้านการกระจายอำนาจยังไม่มีชัดเจนในการกำหนดบทบาทเทศบาลกับกระทรวงสาธารณสุข ทำให้เป็นข้อกั่วงวลในการดำเนินการต่อการตรวจสอบของสำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน ด้านสถานการณ์สภาพแวดล้อมพบว่า การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองการแทรกแซงทางการเมืองไม่เป็นปัญหาต่อการจัดบริการ ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนพบว่าเทศบาลเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการโดยอิสระ สำหรับ แนวทางการบริหารจัดการบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีการกระจายอำนาจและกำหนดภารกิจ บทบาทหน้าที่และอำนาจในการจัดทำบริการสาธารณสุขของเทศบาลให้ชัดเจนเพื่อขจัดปัญหาความซ้ำซ้อนในอำนาจหน้าที่ระหว่างเทศบาลกับกระทรวงสาธารณสุข

2. การบริหารการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาลควรจัดทำในระดับปฐมภูมิและทุติยภูมิขึ้นต้นเพราะมีความเกี่ยวพันกันเชิงพื้นที่ (Catchment area) ในขณะที่กระทรวงสาธารณสุขควรจัดทำภารกิจในระดับ ทุติยภูมิขั้นสูงและตติยภูมิ รวมทั้งภารกิจการสนับสนุนทางวิชาการ

3. ควรมีการยกระดับขนาดของเทศบาลให้ใหญ่ขึ้น มีประชากรจำนวนมากพอแก่การจัดทำภารกิจด้านสาธารณสุขในลักษณะการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale)และเป็นการเพิ่มศักยภาพของเทศบาล

อภิปรายผล

1. ตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 ศึกษาระดับของการบริหารการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล ศักยภาพของเทศบาล นโยบายภาครัฐ สถานการณ์สภาพแวดล้อมและการมีส่วนร่วมของประชาชน อภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 ระดับการบริหารการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล (MAN) ซึ่งพบว่าระดับการบริหารการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาลอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.43 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านมีระดับความสำคัญมากที่สุดทั้งหมด โดยด้านหลักความต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.48 รองลงมาตามลำดับคือด้านหลักความก้าวหน้า มีค่าเฉลี่ย 4.43 ด้านหลักความเสมอภาค ค่าเฉลี่ย 4.42 และด้านหลักประสิทธิภาพมีค่าน้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.39 แสดงให้เห็นว่าตัวชี้วัดที่สะท้อนถึงการบริหารการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล ความต่อเนื่องในการจัดบริการเป็นหลักสำคัญที่สุดซึ่งเป็นหลักยืนยันถึงความยั่งยืนในการดำเนินการเพราะเทศบาลมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารซึ่งมาจากการเลือกตั้งที่อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายทำให้ขาดความต่อเนื่องในการจัดบริการ ในขณะที่หลักความก้าวหน้าที่จะต้องมีการพัฒนาการบริการให้สอดคล้องกับบริบทของการพัฒนาเทคโนโลยีและความต้องการของประชาชน ส่วนหลักความเสมอภาคถือเป็นหลักที่เทศบาลสามารถจัดบริการได้โดยไม่เกิดความเหลื่อมล้ำ มีความเท่าเทียมกันในการรับบริการอันเป็นตัวสะท้อนถึงประสิทธิภาพที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชนและเกิดความเชื่อมั่นต่อเทศบาล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและข้อเสนอของนักวิชาการทั้ง นันทวัฒน์ บรมานันท์ (2560) ที่เสนอหลักในการบริการสาธารณะว่าประกอบด้วย 1) หลักว่าด้วยความเสมอภาค 2) หลักว่าด้วยความต่อเนื่อง 3) หลักว่าด้วยการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง และ วุฒิสาร ตันไชย (2557) ซึ่งเสนอว่าการจัดบริการสาธารณะต้องอยู่บนแนวคิดพื้นฐานในการแบ่งแยกการบริหารการจัดบริการสาธารณะระหว่างรัฐบาลกลางและท้องถิ่นคือ 1) หลักผลประโยชน์มหาชน (Public Interest) 2) หลักประสิทธิภาพในการจัดการ 3) หลักความรับผิดชอบในการจัดบริการ (Accountability) 4) หลักความสามารถของท้องถิ่น (Local Capability) 5) หลักการกำหนดระดับของหน่วยจัดบริการที่มีความรับผิดชอบสูงสุด (Optimal accountability) 6) หลักการกำหนดขนาดของการจัดบริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุด (optimal efficiency of scale) 7) หลักการจำแนกหน่วยการกำหนดนโยบายและหน่วยจัดบริการออกจากกัน(separation of policy operation units)8) หลักการกำหนดหน้าที่จัดบริการสาธารณะตามขนาดและความซับซ้อน สอดคล้องกับหลักการของการให้บริการสาธารณะ ของ Millet (1954) ได้แก่ 1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (equitable

service) 2) การให้บริการที่ตรงต่อเวลา (timely service) 3) การให้บริการอย่างพอเพียง (ample service) 4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service) 5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (progressive service) สอดคล้องกับผลการศึกษาของยุทธศักดิ์ พันธุ์ปัญญา, สัญญา เคนาภูมิ และ เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร (2561) ได้ศึกษาทิศทางการจัดการบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในศตวรรษที่ 21 (ITrend of Public Service Management for the Local Government in 21st Century) พบว่าโดยภาพรวมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย ในการจัดการบริการสาธารณะตามแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) NPM ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงของสังคมในศตวรรษที่ 21 จะมีรูปแบบและลักษณะการบริหารสาธารณะ ซึ่งจะยึดหลักการให้บริการประชาชนในพื้นที่เป็นศูนย์กลางตามหลักความยุติธรรมและความเสมอภาค ภายใต้ระบอบประชาธิปไตยในบริบทความต้องการของประชาชนในแต่ละพื้นที่

1.2 ระดับความสำคัญของตัวแปรแฝงซึ่งเป็นตัวแปรเชิงสาเหตุของการบริหารจัดการบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาลมีระดับความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.01 โดยตัวแปรศักยภาพของเทศบาล(POT) มีระดับความสำคัญมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.25 แสดงให้เห็นว่าการบริหารจัดการบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล ความพร้อมของเทศบาลทั้งด้าน ภาวะผู้นำของผู้บริหาร โครงสร้างองค์กร บุคลากรและงบประมาณ เป็นปัจจัยสำคัญ ส่วนตัวแปรอื่นทั้ง 3 ตัว แปรมีระดับความสำคัญในระดับมากโดยตัวแปรด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน (PAR) มีค่าเฉลี่ย รองลงมา มีค่าเฉลี่ย 4.16 ตัวแปรสถานการณ์สภาพแวดล้อม(ENV มีค่าเฉลี่ย 3.91 และตัวแปรนโยบายภาครัฐ(PUB) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3.71 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สัญญา เคนาภูมิ และบุรฉัตร จันทรแดง (2562) ที่พบว่าด้านศักยภาพขององค์กรซึ่งเป็นความพร้อมและความสามารถขององค์กร ในการดำเนินการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของนโยบายที่กำหนดไว้ เช่น ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านงบประมาณ ปัจจัยด้านโครงสร้างขององค์กร สอดคล้องกับความเห็นของธนวิทย์ บึงมูม และวิชณ สุमितสุวรรณ (2561) ที่เห็นว่าการดำเนินการตามแนวนโยบายต้องอยู่ภายใต้การมีส่วนร่วมของประชาชนที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและศักยภาพของท้องถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดของ Cohen and Uphoff (1980) เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนว่ามี 4 รูปแบบคือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

2. ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล ซึ่งพบว่าศักยภาพของเทศบาล (POT) มีอิทธิพลทั้งทางตรง (direct effect) และอิทธิพลทางอ้อม (indirect effect) ต่อการบริหารจัดการบริการสาธารณะด้าน สาธารณสุขของเทศบาล (MAN) เท่ากับ 0.93 และ 0.06 ตามลำดับ มีขนาดของอิทธิพลรวม (total effect) เท่ากับ 0.99 เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการบริการสาธารณะด้านสาธารณสุข ของเทศบาลมากที่สุด รองลงมาคือ นโยบายภาครัฐ (PUB) การมีส่วนร่วมของประชาชน (PAR) และสถานการณ์สภาพแวดล้อม (ENV) ที่มีขนาดของอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.39, 0.17 และ 0.04 ตามลำดับ ทั้งนี้จากการที่ศักยภาพของเทศบาลมีระดับความสำคัญมากที่สุดและเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลมากที่สุดแสดงให้เห็นว่า โครงสร้างองค์กรจะเป็นตัวกำหนดกรอบ

ของบุคลากรที่จะปฏิบัติงานด้านสาธารณสุข ของเทศบาลและงบประมาณพระราชกฤษฎีกาโครงสร้างองค์กรมีขนาดเล็กก็จะมีโครงสร้างที่กำหนดอัตรา ตำแหน่งของบุคลากรได้น้อยเพราะมีกรอบงบประมาณรายจ่ายด้านบุคคล กำหนดกรอบไว้ไม่เกินร้อยละ 40 ตามพระราชบัญญัติบริหารงานบุคคลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 อย่างไรก็ตามภาวะ ผู้นำของผู้บริหารซึ่งเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการบริหาร ก็เป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่การกำหนดนโยบายด้านสาธารณสุขที่จะจัดบริการให้กับประชาชน จึงเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการบริหารการจัดบริการด้านสาธารณสุขของเทศบาลที่สำคัญขณะที่ปัจจัยด้านอื่น ๆ ก็มีอิทธิพลต่อการบริหารการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาลแต่มีระดับอิทธิพลน้อยกว่าซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ อัครณัฐ วงศ์ปรีดี (2558) ที่ระบุว่าตัวชี้วัดที่สำคัญของความพร้อมหรือศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในด้านการจัดการสุขภาพ ได้แก่ ภาวะผู้นำของผู้บริหารท้องถิ่น ความพร้อมด้านโครงสร้างองค์กร และระบบบริหารบุคลากร สอดคล้องกับผลการศึกษาของศุภวัฒน์กร วงศ์ธนวุธ และ ชัยเฉลิม สุทธิพงษ์ประชา (2556) ซึ่งพบว่าความพร้อมเชิงองค์กรเป็นตัวบ่งชี้ศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการด้านสุขภาพโดยเฉพาะภาวะผู้นำและเจตคติของผู้บริหารต่องานด้านสาธารณสุข ตลอดจนโครงสร้างของระบบสนับสนุนงบประมาณของเทศบาลและความพอเพียงของบุคลากรด้าน สาธารณสุข ศักยภาพด้านการคลังขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ความพร้อมของชุมชนและภาคประชาชน

3. ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางของการบริหารการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุขของเทศบาล พบว่าเทศบาลนครและเทศบาลเมืองมีการบริหารการจัดบริการสาธารณะด้านสาธารณสุข ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประชาชนมีความพึงพอใจ สามารถให้บริการได้อย่างเท่าเทียมไม่มีความเหลื่อมล้ำ มีความต่อเนื่องในการจัดบริการ มีศักยภาพที่พร้อมทุกด้านทั้งด้านภาวะผู้นำของผู้บริหาร บุคลากร ด้านงบประมาณ การบริหารเครือข่าย ขณะที่เทศบาลตำบลยังมีการจัดบริการได้น้อยเพราะไม่มีความพร้อมทั้ง ด้านงบประมาณและบุคลากร เนื่องจากเทศบาลมีขนาดเล็กเกินไป ด้านนโยบายภาครัฐซึ่งมีผลโดยตรงต่อการบริหารการจัดบริการของเทศบาลโดยเฉพาะด้านการกระจายอำนาจยังมีความชัดเจนในการกำหนดบทบาทระหว่างเทศบาลกับกระทรวงสาธารณสุข มีความซ้ำซ้อนทำให้เป็นข้อกักรงในการดำเนินการต่อการตรวจสอบของสำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน ด้านสถานการณ์สภาพแวดล้อมพบว่าการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองการแทรกแซงทางการเมืองเป็นปัญหาไม่มากต่อการบริหารการจัดบริการด้านสาธารณสุข ส่วนด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนพบว่าเทศบาลเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการโดยอิสระ มีความสอดคล้องกับความเห็นของโกวิท พงงาม(2562) ว่าการกระจายอำนาจถือเป็นการกระจายภารกิจหน้าที่ การตัดสินใจ การบริหาร ทรัพยากรชุมชนท้องถิ่นและการจัดบริการสาธารณะขึ้นพื้นฐานตามศักยภาพของท้องถิ่นเพื่อให้ท้องถิ่นเป็นผู้จัดทำบริการสาธารณะในท้องถิ่นนั้นๆและสอดคล้องกับข้อเสนอของ Bergman (1998); Bossert (1998) เห็นว่าการกระจายอำนาจในการตัดสินใจและการถ่ายโอนภารกิจหน้าที่ด้านสุขภาพอนามัยไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือเชิงนโยบายที่ช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ ความเสมอภาค และคุณภาพของการให้บริการด้านสาธารณสุข สอดคล้องกับผลการศึกษา ของอรทัย ก๊กผล, สิริณัฐ เพชรศรี, ขาติมนฤดี ทองคำพร้าวิลาวัณ หงส์นครและสุจินดา ไผ่สมบุญ (2564) ได้ศึกษาสำรวจบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการจัดการวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกที่ 1 โดย

ศึกษาบทบาทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไทยในการจัดการวิกฤติการแพร่ระบาดของ โควิด-19 ระลอกที่ 1 ผลกระทบต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการเตรียมพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการรับมือกับวิกฤติที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ผลสำรวจบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการจัดการวิกฤติโควิด-19 ในภาพรวมพบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีบทบาทมากในการจัดการวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกที่ 1

เอกสารอ้างอิง

- โกวิทย์ พวงงาม. (2562). *มุมมองใหม่การกระจายอำนาจสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น* (พิมพ์ครั้งที่ 1). นนทบุรี: บริษัทธรรมสารจำกัด.
- ธนาวิทย์ บึงมุ่มและวิษณุ สุमितสุวรรณ(2561).การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจการสาธารณะของท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลพังทวยอำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น. *วารสารการบริหารปกครอง*,7(2),356-375
- พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542. (2542 พฤศจิกายน 17), *ราชกิจจานุเบกษา*, น.48.
- พระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496. (2496 กุมภาพันธ์ 17), *ราชกิจจานุเบกษา*, น. 222
- พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545. (2545 ตุลาคม 2), *ราชกิจจานุเบกษา*, น. 14/2
- พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ.2534. (2534 กันยายน 5), *ราชกิจจานุเบกษา*, น.38
- ยุทธศักดิ์ พันธุ์ปัญญาและสัญญา เคนาภูมิ (2561). ทิศทางการจัดบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในศตวรรษที่ 21. *วารสารวิชาการ*,12(3), 160-168.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560. (2560 เมษายน 6), *ราชกิจจานุเบกษา*, น 1-90.
- วุฒิสาร ต้นไชย.(2559). *รูปแบบและประเภทการจัดบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ :สถาบันพระปกเกล้า
- ศุภวัฒนากร วงศ์ธนาสุ และธัชเฉลิม สุทธิพงษ์ประชา. (2556). *ศักยภาพและความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคประชาชนในการจัดการสุขภาพ* (รายงานวิจัย). สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.).
- สัญญา เคนาภูมิ และบุรฉัตร จันทรแดง. (2562). *ตัวแบบทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปสู่การปฏิบัติ. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*,3(1), 95-106.
- อรทัย ก๊กผลและสิริณัฐ เพชรศรีชาติ(2565).รายงานสถานการณ์การกระจายอำนาจ ประจำปี พ.ศ. 2564: บทสำรวจว่าด้วย บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการจัดการวิกฤติท่ามกลางการแพร่ระบาดของ โควิด-19. นนทบุรี: เอ.พี. กราฟค ดีไซน์.
- อัชกรณ์ วงศ์ปรีดี. (2558). ความพร้อมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการด้านสุขภาพ กรณีศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนในประเทศไทย. *วารสารการบริหารท้องถิ่น*, 8(1), 1–15.

- Andrew, C., & Stiefel, M. (1980). *Inquiry into Participation: A Research Approach*. Geneva: UNRISD.
- Bergman, S. (1998). Swedish Models of Health Care Reform: A Review and Assessment. *International Journal of Health Planning and Management*, 13, 91-106.
- Bossert, T. (1998). Analyzing the Decentralization of Health Systems in Developing Countries: Decision Space, Innovation, and Performance. *Soc. Sci. Med.*, 47, 1513-27.
- Gillies, P. (1998). The Effectiveness of Alliances and Partnerships for Health Promotion. *Health Promotion International*, 13, 1-21.
- Leach and Stewart. (1992). *Local Government: Its Role and Function*. New York: Joseph Rowntree Foundation.
- Millet, John D. (1954). *Management in the Public Service*. New York: McGraw Hill Book Company.
- Wheelen, T. L. and Hunger, J. D. (2002). *Strategic Management and Business Policy*. (8th Ed). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

แนวทางการบริหารการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกที่มีประสิทธิภาพ

Approaches for the Efficient Management on Transporting Goods by Trucks

สรอชนี สุขตระกูล¹, สุดา สุวรรณภริม² และสุนทร พจณ³
Sarochinee Sooktrakul¹, Suda Suwannaphirom² and Suntorn Phajon³

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3}
Suansunandharajabhat University, Thailand^{1,2,3}
E-mail: sarochinee.s@starinter.co.th¹

Received: 2023-12-18; Revised: 2023-12-25; Accepted: 2023-12-26

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับนโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า การบริหารองค์กรขนส่ง เทคโนโลยีการขนส่งสินค้า การบริหารการขนส่งสินค้า และประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก 2) นโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า การบริหารองค์กรขนส่ง เทคโนโลยีการขนส่งสินค้า การบริหารการขนส่งสินค้าที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก และ 3) แนวทางการบริหารการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกที่มีประสิทธิภาพ การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการขนส่งในเขตกรุงเทพมหานคร รวมจำนวน 300 คน สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างมีสัดส่วน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและแบบจำลองสมการโครงสร้าง การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง จำนวน 15 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) นโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า อยู่ในระดับมาก การบริหารองค์กรขนส่ง เทคโนโลยีการขนส่งสินค้า การบริหารการขนส่งสินค้า และประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก อยู่ในระดับมากที่สุด 2) นโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้าส่งผลต่อการบริหารองค์กรขนส่ง การบริหารองค์กรขนส่งส่งผลต่อเทคโนโลยีการขนส่งสินค้า การบริหารการขนส่งสินค้า และประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก ด้านเทคโนโลยีการขนส่งสินค้าส่งผลต่อการบริหารการขนส่งสินค้าและประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก การบริหารการขนส่งสินค้าส่งผลทางตรงกับประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก 3) ผู้ประกอบการขนส่งจะต้องบริหารจัดการองค์กรให้ก้าวทันกับนโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้าโดยเฉพาะระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ ที่มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลง มีเงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอ ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจัดการข้อมูลองค์กร และบริหารการปฏิบัติการขนส่งสินค้าด้วยเทคโนโลยีการขนส่ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งและสามารถแข่งขันได้

คำสำคัญ: นโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า, การบริหารองค์กรขนส่ง, เทคโนโลยีการขนส่ง, การบริหารการขนส่งสินค้า, ประสิทธิภาพการขนส่ง

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the level of transport government policy, transport organization management, transport technology, goods transport management, and efficiency of goods transport management 2) the influence of transport government policy, transport organization management, transport technology, goods transport management and efficiency of goods transport management and 3) approaches for the efficient management on transporting goods by trucks. This research employed a mixed research methodology. For the quantitative research part, the sample consisted of transport operators of Bangkok a total of 300 individuals. They were selected by proportional stratified sampling. Data were collected via the use of a questionnaire and analyzed with descriptive analysis and a structural equation model. As for the qualitative research component, in-depth interviews were conducted with 15 executives of related government departments and private agencies.

The research findings showed that: 1) transport government policy was rated at a high level, transport organization management, transport technology, goods transport management, and efficiency of goods transport management were rated at the highest level 2) Transport government policy affected transport organization management. Transport organization management affects transport technology, goods transport management and efficiency of goods transport management. Transport technology affected goods transport management and the efficiency of goods transport management. Goods transport management affects the efficiency of goods transport management. 3) approaches for the efficient management of transporting goods by trucks found that Transport operators must manage the organization to keep up with the government policies on the transportation of goods, especially the changes of regulations, have sufficient working capital, use information technology systems to manage corporate data and manage cargo transport operations with logistics technology to increase logistics efficiency and be competitive.

Keywords: Transport Government Policy, Transport Organization Management, Transport Technology, Goods Transport Management, Efficiency of Truck Management

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) มีเป้าหมายให้ประเทศไทยสามารถยกระดับระบบโลจิสติกส์ของประเทศไปสู่การเป็นศูนย์กลางทางการค้า การบริการ และการลงทุนใน

ภูมิภาคอาเซียน ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ 1) การพัฒนาเพิ่มมูลค่าระบบห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ การยกระดับการบริหารจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชนภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม การเชื่อมโยงการค้าสู่รูปแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการพัฒนาผู้ให้บริการโลจิสติกส์ให้สามารถแข่งขันได้ 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งและเครือข่ายโลจิสติกส์ตามเส้นทางยุทธศาสตร์ การพัฒนาระบบ national single window (NSW) และพัฒนากระบวนการโลจิสติกส์ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) 3) การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านโลจิสติกส์ ได้แก่ มาตรฐานวิชาชีพโลจิสติกส์ การพัฒนาบุคลากรด้านโลจิสติกส์ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล วิจัยและพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านโลจิสติกส์ การเร่งแก้ไขอุปสรรคการค้าระหว่างประเทศ เพื่อสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันของประเทศและการดำเนินการลักษณะบูรณาการระหว่างหน่วยงานและภาคีการพัฒนาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ให้มีผลในทางปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี (2562) กล่าวว่า การขนส่งเป็นกิจกรรมที่สำคัญในกระบวนการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องอาศัยการขนส่งเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการแก่ลูกค้า ซึ่งการขนส่งนั้นมีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การขนส่งทางถนน การขนส่งทางน้ำ การขนส่งทางราง และการขนส่งทางอากาศ เป็นต้น โดยรูปแบบการขนส่งทางถนนมีสัดส่วนสูงที่สุดซึ่งคิดเป็นร้อยละ 79.3 ของปริมาณการขนส่งโดยรวมของประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562) คุณลักษณะของการขนส่งทางถนนด้วยรถบรรทุกที่สามารถส่งตรงจากผู้ส่งหรือต้นทางถึงผู้รับปลายทางสุดท้ายได้ (Door to Door Transport) และการขนส่งทางถนนใช้เชื่อมโยงการขนส่งรูปแบบอื่นที่ไม่สามารถให้บริการขนส่งจากต้นทางจนถึงปลายทางได้อย่างสมบูรณ์

กฎกระทรวงฉบับที่ 4 ออกตามความในพระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 กำหนดลักษณะรถที่ใช้ขนส่งสัตว์หรือสิ่งของจำแนกเป็น 9 ลักษณะ คือ 1) รถกระบะบรรทุก 2) รถตู้บรรทุก 3) รถบรรทุกของเหลว 4) รถบรรทุกวัตถุอันตราย 5) รถบรรทุกเฉพาะกิจ 6) รถพ่วง 7) รถกึ่งพ่วง 8) รถกึ่งพ่วงบรรทุกวัสดุยาว 9) รถลากจูง ปัญหาที่พบในการขนส่งสินค้าทางถนน ได้แก่ 1) ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ สภาพเส้นทางการขนส่งและการจราจรที่ติดขัด เป็นต้น 2) บุคลากรและพนักงานขององค์กรผู้ประกอบการขนส่งยังขาดแคลนความรู้ในด้านระบบขนส่งและโลจิสติกส์ 3) ผู้ให้บริการด้านการขนส่งยังไม่มีศักยภาพมากพอที่จะแข่งขันกับบริษัทต่างชาติเมื่อเทียบกับหลายๆ ประเทศในอาเซียน 4) ผู้ประกอบการขนส่งขาดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการองค์กร ขาดการเชื่อมโยงเครือข่ายการทำธุรกรรมระหว่างองค์กรด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ และ 5) ปัญหาค่าแรงงานที่สูงขึ้น ปัญหาราคาน้ำมันแพง ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินกิจการและเป็นเหตุให้ต้นทุนในการขนส่งสินค้าสูงขึ้น (GIZTIX, 2562) นอกจากนั้นยังมีปัญหาเรื่องการกระจายสินค้าที่ไม่มีประสิทธิภาพ ปัญหาการส่งมอบสินค้าล่าช้า ปัญหาเรื่องความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า (ฐสิงห์ ใจวีเจริญไพศาลสิน, 2560) และปัญหาการวิ่งเที่ยวเปล่ากลับหลังส่งสินค้าเสร็จสิ้น ซึ่งไม่ทำให้เกิดประสิทธิภาพกับองค์กรผู้ประกอบการขนส่ง (วิภาวรรณ พันธสังข์, 2554)

จากนโยบายการยกระดับระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางทางการค้า การบริการ และการลงทุนในภูมิภาคอาเซียน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งและเครือข่ายโลจิสติกส์ตามเส้นทางยุทธศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี การแข่งขันที่รุนแรง ปัญหาแรงงาน ปัญหาต้นทุนขนส่งที่สูงผันผวนตามสภาวะของเศรษฐกิจ และปัญหาประสิทธิภาพการบริการ ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ บริหารสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ด้านต้นทุน ความตรงต่อเวลา ความพึงพอใจของลูกค้า และความเชื่อถือได้ในบริการ หากการบริหารการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกไม่มีประสิทธิภาพ ย่อมทำให้เกิดต้นทุนขนส่งที่สูงต่อองค์กร ไม่สามารถแข่งขันได้และอาจต้องปิดตัวลงในที่สุด ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการบริหารการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกที่มีประสิทธิภาพ ในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร และสมุทรปราการ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกมากที่สุด เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่นำไปใช้ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกและภาครัฐสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นข้อเสนอแนะเพื่อกำหนดนโยบายและแผนปฏิบัติงานการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับนโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า การบริหารองค์กร เทคโนโลยีการขนส่งสินค้า การบริหารการขนส่งสินค้า และประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก
2. เพื่อศึกษาอิทธิพล นโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า การบริหารองค์กร เทคโนโลยีการขนส่งสินค้า การบริหารการขนส่งสินค้า ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกที่มีประสิทธิภาพ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก

สุนทร ผจญ (2562) อธิบายรูปแบบขนส่ง (mode of transport) จำแนกเป็นการขนส่งด้วยรถบรรทุก รถไฟ เรือ เครื่องบิน และทางท่อ แต่ละรูปแบบขนส่งมีข้อดีข้อด้อยแตกต่างกัน การพิจารณาใช้รูปแบบขนส่งขึ้นอยู่กับกายภาพผลิตภัณฑ์ มูลค่า ความรีบด่วนใช้ ปริมาณจัดส่งแต่ละครั้ง ระยะทางขนส่ง เวลาเดินทางของสินค้า (transit time) และเงื่อนไขอื่น ๆ

บริษัทขนส่ง จำกัด (2557) อธิบายว่า การขนส่ง หมายถึง การขนและการส่ง หรือการนำไปและนำมา ได้แก่ การขนส่งสิ่งของหรือสัตว์ที่ไม่สามารถจะเคลื่อนตัวเองได้ จากจุดหนึ่งเพื่อส่งไปยังจุดหมายปลายทางที่ต้องการ ในขณะที่การนำไปและนำมาคือนำคนหรือผู้โดยสารที่สามารถเคลื่อนย้ายตัวเองได้ตามเครื่องหมายสากล ไปยังจุดหมายปลายทางได้

การขนส่งสินค้าทางถนนได้รับความนิยมมากที่สุด เนื่องจากมีข้อได้เปรียบ เมื่อเปรียบเทียบกับ การขนส่งรูปแบบอื่น ๆ คือ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งผลิตและแหล่งบริโภคได้โดยตรง (door-to-door) เนื่องจากมีโครงข่ายถนนที่เชื่อมต่อภูมิภาคต่าง ๆ ครอบคลุมทั่วประเทศ (ปิยะนุช สัมฤทธิ์ และคณะ, 2564)

และการขนส่งทางถนนกระทำได้โดยใช้รถบรรทุก 4 ล้อ 6 ล้อ 10 ล้อ หรือมากกว่า 10 ล้อ เป็นยานพาหนะในการเคลื่อนย้ายสินค้าและสามารถจัดหาพาหนะได้สะดวก ทำให้สามารถขนส่งสินค้าไปยังจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกันได้โดยสะดวก อาจกล่าวได้ว่าสินค้าทุกชนิดสามารถขนส่งได้โดยการขนส่งทางถนน (เบญจพร สุวรรณแสนทวี, 2559) การขนส่งรูปแบบอื่น ๆ ยังมีข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่สามารถรองรับความต้องการขนส่งสินค้าได้อย่างเพียงพอและมีประสิทธิภาพ ไม่สามารถให้บริการขนส่งจากแหล่งผลิตถึงแหล่งบริโภคได้โดยตรง และจำเป็นต้องใช้การขนส่งทางถนนเป็นการขนส่งย่อย (feeder) เพื่อขนส่งสินค้าไปยังสถานที่ปลายทาง

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนโยบายรัฐด้านการขนส่ง

สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร สนข. (2566) แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2566 – 2570 มุ่งหวังให้เป็นแผน ที่ทำหน้าที่ในการระบุทิศทางและเป้าหมายการดำเนินการที่ควรให้ความสำคัญและมุ่งดำเนินการในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ให้สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติกำหนด คือ “ระบบโลจิสติกส์เป็นกลไกสำคัญในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นประตูการค้าที่สำคัญ ในอนุภูมิภาคและภูมิภาค” ที่สอดคล้องกับเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติชาติและแผนแม่บทที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (2562) ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของประเทศ สรุปได้ว่า รัฐบาลได้ให้ความสำคัญต่อการคมนาคมขนส่งขั้นพื้นฐาน และการลดต้นทุนโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ จึงได้ดำเนินการผลักดันการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพและมีต้นทุนการขนส่งที่ถูกกลง โดยได้ลงทุนภายใต้แผนปฏิบัติการด้านคมนาคมขนส่งเร่งด่วน (action plan) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559-2561 โดยมีวงเงินรวมทั้งสิ้น 3,026,408.99 ล้านบาท

ศักดิ์สยาม ชิดชอบ (2565) กล่าวว่า รัฐบาลโดยนายกรัฐมนตรีได้ให้ความสำคัญ กับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ของประเทศ ซึ่งกระทรวงคมนาคมได้จัดทำแผน การพัฒนาระบบขนส่งของไทยในระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) เพื่อให้ประเทศไทย มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว และเพื่อให้ประเทศมีขีดความสามารถในการแข่งขัน มีรายได้สูงอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว กระทรวงคมนาคมได้ดำเนินการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานคู่ขนานกันทั้งทางบก ทางราง ทางน้ำ และทางอากาศ เพื่อให้เกิดโครงข่ายคมนาคมที่สมบูรณ์ในประเทศและเชื่อมต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติ เพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทาง ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างมูลค่าเพิ่มต่อเศรษฐกิจ

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารองค์กรผู้ประกอบการขนส่ง

Tada Ratchagit (2019) กล่าวว่า แนวคิดทฤษฎีการบริหารจัดการ (management theory) ที่เกิดขึ้นในอดีตและได้รับความนิยมมาจนถึงยุคปัจจุบัน คือ ทฤษฎี POCCC ซึ่งผู้ให้กำเนิดทฤษฎีนี้ คือ อองรี ฟาโยล (henri fayol) วิศวกรเหมืองแร่และนักวิชาการชาวฝรั่งเศสที่มีชื่อเสียง โดยเขาได้สรุปหลักทฤษฎีไว้ว่า หากวันหนึ่งคุณต้องอยู่ในสภาวะที่ต้องใช้คนจำนวนมาก ๆ ในการทำงาน หัวใจของการบริหารจัดการเพื่อให้งานสำเร็จตามเป้าหมายนั้นมียอดประกอบ 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) Planning: การวางแผน 2) Organizing:

การจัดองค์กร 3) Commanding: การบังคับบัญชาสั่งการ 4) Coordination: การประสานงาน และ 5) Controlling: การควบคุม

Ricky (1999) กล่าวว่า ธุรกิจหรือองค์กร คือ กลุ่มของบุคคลที่มาร่วมกันทำงานด้วยโครงสร้างขององค์กรและการประสานงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งต้องใช้ทรัพยากรจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย คน (man) เงิน (money) วัสดุ (material) เครื่องจักร (machine) วิธีการ (method) และการบริหาร (management) หรือที่นิยมเรียกกันว่า 6M's

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก

My Cloud Fulfillment (2020) กล่าวว่า ระบบการจัดการการขนส่ง (transportation management system: TMS) คือระบบจัดการการขนส่ง ที่จะช่วยบริหารและจัดการการขนส่งสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้ โดยจะครอบคลุมตั้งแต่การรับออเดอร์ จัดตารางการขนส่ง การส่งรายละเอียดให้กับคนขับ ไม่เพียงเท่านั้นทั้งบริษัทและลูกค้ายังสามารถติดตามสถานะการขนส่งได้แบบเรียลไทม์ ตั้งแต่การจัดส่งต้นทางไปยังปลายทาง และยังสามารถเชื่อมต่อกับ GPS ได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย โดยจะรวมไปถึงการขนส่งสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ครอบคลุมทุกกลุ่มสินค้า และทุกทางในการขนส่งไม่ว่าจะเป็นทางรถบรรทุก เครื่องบิน หรือเรือก็ตาม

ในการวิจัยของ กวีร์วรรณ วิพัฒน์กิจไพศาล (2558) เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ผ่านการแก้ปัญหาการจัดเส้นทางขนส่งด้วยเทคนิค Nearest Neighborhood Algorithm และ Saving Algorithm. ผลการปรับปรุงเส้นทางและตารางเดินรถจากข้อมูลจริงแสดงให้เห็นว่าต้นทุนการขนส่งลดลง 16.30% เมื่อเทียบกับก่อนปรับปรุง นอกจากนี้ยังพบว่าปริมาณสินค้าที่บรรทุกต่อรอบเพิ่มขึ้น 23.85% และอัตราเวลาการใช้ประโยชน์รถต่อรอบเพิ่มขึ้น 17.09% ทำให้มีประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรรถขนส่งสินค้า.

สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพการบริหารการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก หมายถึง การบริหารการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการรถบรรทุกที่มีการจัดการองค์กรด้านทรัพยากร ด้านเงินทุนหมุนเวียน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ ประหยัดต้นทุนการขนส่ง ประหยัดเวลาการขนส่งและมีความปลอดภัย สามารถดำเนินงานขนส่งสินค้าเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ส่งมอบสินค้าได้ถูกต้องตรงเวลาและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ประสิทธิภาพด้านเวลาการขนส่ง ต้นทุนขนส่ง และความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีปริมาณการขนส่งสินค้าที่มากที่สุดในประเทศ การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ดำเนินการดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการรถบรรทุก ผู้วิจัยคัดเลือกประชากรจาก 1) สมาคมขนส่งสินค้าทางบกแห่งประเทศไทย 2) สมาคมขนส่งสินค้าและโลจิสติกส์ไทย และ 3) สมาคมขนส่งสินค้านำเข้าและส่งออก ซึ่งเป็นผู้ให้บริการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกในเขตกรุงเทพมหานคร รวมประชากร 703 บริษัท คำนวณประชากรแต่ละกลุ่ม โดยสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิที่มี

สัดส่วน (Proportional Stratified Sampling) แล้วคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง 1 คน จาก 1 บริษัทขนส่ง
สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิที่มีสัดส่วน (Proportional Stratified Sampling) และแบบง่าย (Random Sampling)
ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้
ตามหลักการวิเคราะห์สถิติประเภทพหุตัวแปรสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling)
(Grace J.B., 2008) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามซึ่งให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน
ตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุมเนื้อหา แล้วนำไปหาค่าความเที่ยงตรงโดยการหาค่าดัชนีความ
สอดคล้อง IOC มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.50 - 1.00 (ณรงค์ กุลนิเทศ และสุตาพรรณ สมใจ, 2558) ผู้วิจัยนำ
แบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มอื่นที่ไม่ใช่ตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ
(สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555) และได้ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.94 ผู้วิจัยจัดทำ
แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์แบ่งเป็น 3 ตอน คือ 1) ข้อมูลพื้นฐาน และ 2) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ประสิทธิภาพการบริหารการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกและ 3) ข้อเสนอแนะ เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ
รถบรรทุก ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้สำหรับการวิจัย อธิบายข้อคำถาม และ เก็บแบบสอบถามอย่าง
ครบถ้วน จำนวน 300 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่
ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้และความโด่ง และใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์
เชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปร
ที่ศึกษา ได้แก่ นโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า การบริหารองค์กรขนส่ง เทคโนโลยีการขนส่งสินค้า การบริหาร
การขนส่งสินค้า และประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงของกรมการขนส่งทางบก และผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้าน
การบริหารธุรกิจขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก จำนวน 15 คน ได้แก่ 1) ผู้อำนวยการสำนักขนส่งสินค้า กรมการ
ขนส่งทางบก 2) นายกสมาคมขนส่งทางบกแห่งประเทศไทย 3) นายกสมาคมผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย
4) นายกสมาคมขนส่งสินค้านำเข้าและส่งออก 5) นายกสมาคมขนส่งสินค้าภาคใต้ 6) นายกสมาคมขนส่งสินค้า
ภาคอีสาน 7) นายกสมาคมขนส่งสินค้าภาคตะวันตก 8) นายกสมาคมผู้ประกอบการขนส่งแหลมฉบังชลบุรี
9) ประธานสภาผู้ส่งสินค้าทางเรือแห่งประเทศไทย 10) ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ตรีเพชโรชิชูเซลส์ จำกัด
11) ผู้จัดการทั่วไป บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ประเทศไทย จำกัด 12) กรรมการผู้จัดการ บริษัท บางปักษ์ใหญ่ขนส่ง
จำกัด 13) กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอพี ทรานสปอร์ต เซ็นเตอร์ จำกัด 14) กรรมการผู้จัดการ บริษัท
ไดนามิคขนส่ง จำกัด และ 15) กรรมการผู้จัดการ บริษัท อ้วนขนส่ง จำกัด ข้อมูลที่ได้ครบถ้วนจากการ
สัมภาษณ์ตามจำนวนนี้ถือว่ามีความเหมาะสม (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555) ข้อคำถามการสัมภาษณ์เกี่ยวกับ
แนวทางประสิทธิภาพการบริหารการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก มี 5 ด้าน คือ 1) นโยบายรัฐด้านการขนส่ง
สินค้า 2) การบริหารองค์กรขนส่ง 3) เทคโนโลยีการขนส่งสินค้า 4) การบริหารการขนส่งสินค้า และ
5) ประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content
Analysis) โดยการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) เป็นการเปรียบจากมุมมองหลาย ๆ ด้าน เพื่อตรวจสอบ
ความถูกต้องของข้อมูล ผลการวิเคราะห์ ตลอดจนผลของการวิจัย นำข้อมูลที่ได้มาจัดเรียงเป็นหมวดหมู่แล้ว

บรรยายเนื้อหาตามความจริงที่ปรากฏขึ้นโดยอ้างอิงกรอบแนวคิดทฤษฎี และสรุปผลเพื่อสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมาคือ เป็นเพศหญิง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 40.33 รองลงมาคือ ตำแหน่งหัวหน้างาน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และเป็นผู้จัดการ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 26.33 ตามลำดับ

1. ระดับนโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า การบริหารองค์กร เทคโนโลยีการขนส่งสินค้า การบริหารการขนส่งสินค้า และประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก

ตารางที่ 1 ระดับนโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า การบริหารองค์กร เทคโนโลยีการขนส่งสินค้า การบริหารการขนส่งสินค้า และประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก

ปัจจัย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. นโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า	3.94	0.70	มาก
2. การบริหารองค์กรขนส่ง	4.28	0.64	มาก
3. เทคโนโลยีการขนส่งสินค้า	4.28	0.63	มาก
4. การบริหารการขนส่งสินค้า	4.41	0.60	มากที่สุด
5. ประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก	4.47	0.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก ($\bar{X} = 4.47$) และการบริหารการขนส่งสินค้า ($\bar{X} = 4.41$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาการบริหารองค์กรขนส่ง ($\bar{X} = 4.28$) เทคโนโลยีการขนส่ง ($\bar{X} = 4.28$) และนโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า อยู่ในระดับมากตามลำดับ

2. การศึกษาอิทธิพลการบริหารธุรกิจร้านขายยาที่มีประสิทธิภาพ ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modeling : SEM) พบว่า นโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า ส่งผลทางตรงกับการบริหารองค์กรขนส่ง (TROM) มากที่สุดเท่ากับ 0.79 แต่พบว่า นโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า ไม่ส่งผลทางตรงกับเทคโนโลยีการขนส่งสินค้า การบริหารการขนส่งสินค้า และประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก (ETGT) เท่ากับ 0.09, 0.06 และ -0.05 ตามลำดับ เนื่องจากนโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้าจะต้องดำเนินการในกระบวนการบริหารจัดการองค์กรเสียก่อนจึงจะสามารถส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกได้

การบริหารองค์กรขนส่ง ส่งผลทางตรงกับเทคโนโลยีการขนส่งสินค้า มากที่สุดเท่ากับ 0.84 รองลงมาคือ ประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก และการบริหารการขนส่งสินค้า เท่ากับ 0.47 และ 0.35 ตามลำดับ

เทคโนโลยีการขนส่งสินค้าส่งผลทางตรงกับการบริหารการขนส่งสินค้า มากที่สุดเท่ากับ 0.47 และส่งผลทางตรงกับประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก เท่ากับ 0.45

การบริหารการขนส่งสินค้า ส่งผลทางตรงกับประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก (ETGT) เท่ากับ 0.99

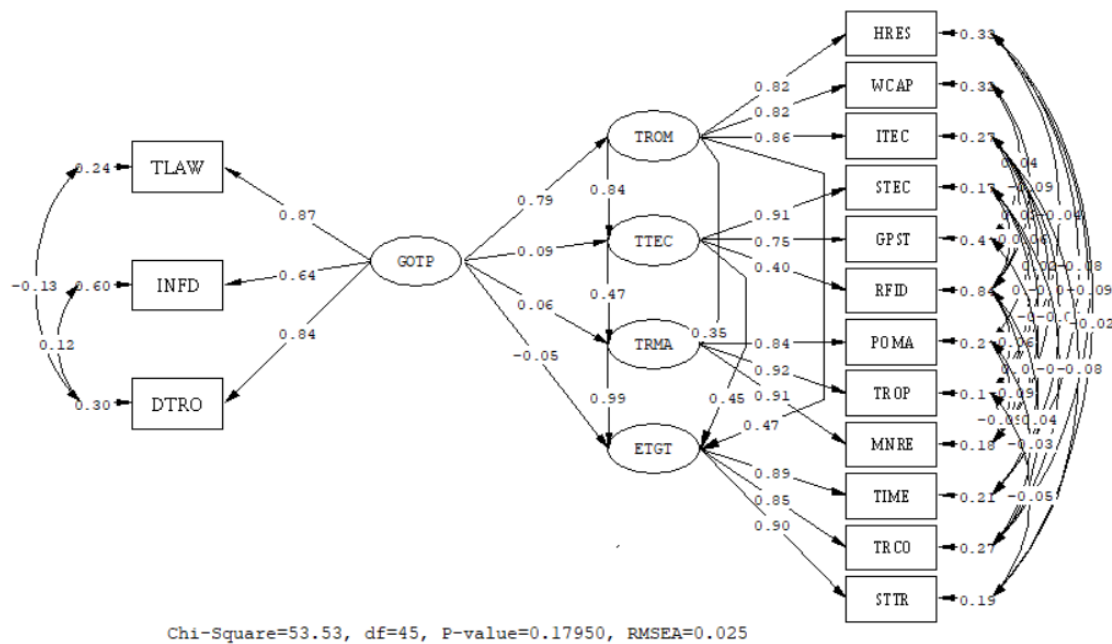
ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ (Structural Model)

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบแบบจำลองตามสมมติฐานการวิจัยกับแบบจำลองทางเลือก

รายการ	ค่าสถิติ	แบบจำลองตาม สมมติฐาน	แบบจำลอง ทางเลือก
1. Chi-square	*ต่ำใกล้ 0 *เท่ากับ df	253.68 80	53.53 45
Relative Chi-square	ผลหารด้วย df < 2	3.17	1.19
2. GFI	>.90	0.90	0.98
3. AGFI	>.90	0.85	0.94
4. RMR	เข้าใกล้ 0	0.018	0.009
5. RMSEA	<.05	0.085	0.025
6. CFI	*0-1	0.98	1.00
7. CN	> 200	128.23	381.41

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2 /df) มีค่าเท่ากับ 1.19 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจาก ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์มีค่าน้อยกว่า 2.00 ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ (Absolute Fit Index) ที่ผู้วิจัยพิจารณาค่า 2 ดัชนี คือ ดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) มีค่าเท่ากับ 0.98 เนื่องจากค่า GFI มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 และค่า GFI ที่ยอมรับได้มีค่ามากกว่า 0.90 ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้ไขแล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.94 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากค่า AGFI มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 และค่า AGFI ที่ยอมรับได้มีค่ามากกว่า 0.90 ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน โดยดัชนีที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการพิจารณา คือ รากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (Root Mean Square Residual: RMR) มีค่าเท่ากับ 0.009 แสดงว่า โมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจาก มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.025 หมายถึง โมเดลค่อนข้างสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจาก ค่า RMSEA มีค่าน้อยกว่า 0.05 ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (Comparative Fit Index: CFI) มีค่าเท่ากับ 1.00 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ เนื่องจากค่า CFI มีค่า 0.90 ขึ้นไป ดัชนีวัดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Critical N: CN) มีค่าเท่ากับ 381.41 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ เนื่องจากค่า CN มีค่ามากกว่า 200

ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์จากแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ (structural model) ที่เป็นแบบจำลองทางเลือก



ภาพที่ 1 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์แบบทางเลือก (Standardized Solution)

โมเดลสมการโครงสร้างของการบริหารองค์กรขนส่ง เทคโนโลยีการขนส่งสินค้า การบริหารการขนส่งสินค้าและประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกมีค่า R^2 เท่ากับ 0.62, 0.83 0.72 และ 0.97 ตามลำดับ แสดงว่าแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ที่เป็นแบบจำลองตามสมมติฐานสามารถอธิบายความแปรปรวนของการบริหารองค์กรขนส่ง เทคโนโลยีการขนส่งสินค้า การบริหารการขนส่งสินค้าและประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกได้ร้อยละ 62, 83, 72 และ 97 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ภาพโดยรวมพบว่าค่าดัชนีวัดความกลมกลืนมีสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้น เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่แสดงถึงความสอดคล้องของแบบจำลองและข้อมูลเชิงประจักษ์ที่มีมาตรฐานอยู่ในระดับดีมาก

3. แนวทางการบริหารการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกที่มีประสิทธิภาพ มีดังนี้

3.1 นโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก ทั้งผู้บริหารและพนักงานขับรถ จะต้องให้ความสำคัญและปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งได้แก่ พรบ. จราจรทางบก พรบ.ทางหลวง พรบ.การขนส่งทางบก เพื่อความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า และลดความเสี่ยงด้านโทษทางอาญาและทางแพ่ง นอกจากนั้นผู้ประกอบการควรดำเนินการตามนโยบายการพัฒนาผู้ประกอบการขนส่งด้านมาตรฐานการบริการ (Q-Mark) เพื่อพัฒนาองค์กรขนส่งและได้รับสิทธิพิเศษจากภาครัฐ

3.2 การบริหารจัดการองค์กรขนส่ง ผู้ประกอบการขนส่งจะต้องคัดสรรบุคคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งงาน โดยเฉพาะพนักงานขับรถ ซึ่งต้องรับผิดชอบทั้งรถบรรทุก สินค้าที่ขนส่งและผู้ร่วมทาง ซึ่งจะต้องมีความปลอดภัยตลอดการเดินทาง

3.3 ผู้บริหารขององค์กรขนส่ง จะต้องบริหารเงินทุนหมุนเวียนให้เพียงพอและมีสภาพคล่อง เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่เกิดขึ้นในแต่ละวันและค่าใช้จ่ายที่จ่ายแทนลูกค้า หากเงินทุนหมุนเวียน สะดุดยอมทำให้การขนส่งต้องหยุดไปด้วย

3.4 ผู้ประกอบการขนส่ง จำเป็นต้องใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการดำเนินงาน เพื่อบันทึกการรับงาน เอกสารการขนส่ง การซ่อมบำรุงและอะไหล่ และการสรุปบัญชีด้านการเงิน เป็นต้น เพื่อการตรวจสอบย้อนกลับและเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

3.5 เทคโนโลยีการขนส่ง ผู้ประกอบการขนส่งควรเลือกซื้อรถที่มีเทคโนโลยีความปลอดภัยสูง เพื่อช่วยเสริมสมรรถนะผู้ขับขี่ให้การขนส่งมีความปลอดภัย นอกจากนั้นยังต้องใช้ระบบ GPS ควบคุมการขนส่ง ตลอดเส้นทางเพื่อทราบสถานะปัจจุบันของการขนส่ง ความประหยัด ความตรงต่อเวลา และทราบพฤติกรรม การขับขี่ ในส่วนของเทคโนโลยี RFID ซึ่งยังไม่แพร่หลายในธุรกิจขนส่ง แต่ผู้ประกอบการขนส่งต้องเตรียม ความพร้อมเนื่องจากระบบ RFID จะช่วยให้ประหยัดเวลา มีความแม่นยำด้านข้อมูล และลดเอกสารต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็น

3.6 การบริหารการขนส่ง ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญในการจัดการคำสั่งซื้อของลูกค้า เนื่องจากเป็นจุดเริ่มต้นสัญญาการขนส่งสินค้า ผู้บริหารหรือหัวหน้างานจะต้องวางแผนและปฏิบัติการการขนส่งสินค้าให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่ลูกค้ากำหนด และจะต้องดำเนินการซ่อมบำรุงรถบรรทุกตามระยะเวลาหรือ ความจำเป็นเพื่อความปลอดภัย ซึ่งจะต้องวางแผนการขนส่งและการนำรถเข้าซ่อมบำรุงควบคู่กันไป

3.7 ประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกเกี่ยวข้องกับหลายปัจจัย ทั้งสภาพรถ สภาพคนขับ เงื่อนไขการขนส่งในแต่ละเที่ยว เส้นทางขนส่งต่างๆ ผู้ประกอบการขนส่งจะต้องบริหารจัดการ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับขนส่งสินค้า ตลอดจนการบริหารความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้ขนส่งตรงเวลา อย่างสม่ำเสมอ ควบคุมต้นทุนขนส่งขององค์กรและให้บริการด้วยราคาที่เหมาะสมยอมรับได้ทั้งผู้ว่าจ้างและ ผู้ขนส่ง และเหนือสิ่งอื่นใดการขนส่งสินค้าต้องมีความปลอดภัย

อภิปรายผล

1. ระดับการบริหารการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกที่มีประสิทธิภาพ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ การพัฒนาผู้ประกอบการขนส่ง มีความสำคัญกับ นโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเห็นได้จากด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกมากที่สุด รองลงมาคือการพัฒนาผู้ประกอบการขนส่ง และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้านตามลำดับ ทั้งนี้ มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพและ สอดคล้องกับแนวคิดของ กรมการขนส่งทางบก (2565) ที่กล่าวว่า กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกประกอบด้วย 1) พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ.2522 เป็นกฎหมายที่ใช้ในการควบคุมและ จัดระเบียบการขนส่งทางถนนด้วยรถ เพื่อให้ระบบการขนส่งทางบกมีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว ประหยัด และปลอดภัยซึ่งกำหนดให้ผู้ที่จะใช้รถเพื่อการขนส่งจะต้องได้รับใบอนุญาตประกอบการขนส่งเสียก่อน และ สำหรับตัวรถตลอดจนการใช้งานและการขับขี่ต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายกำหนด 2) พระราชบัญญัติ

จราจรทางบก พ.ศ.2522 เป็นกฎหมายที่ใช้ในการกำกับดูแลและควบคุมการใช้รถเพื่อให้เกิดความปลอดภัย ซึ่งได้กำหนดเกี่ยวกับการขับรถ การบรรทุก การใช้ความเร็ว ข้อห้ามการเดินรถ เป็นต้น และ 3) พระราชบัญญัติทางหลวง พ.ศ.2535 เป็นกฎหมายที่ใช้ในการควบคุมและกำกับการใช้ทาง โดยมีข้อกำหนดเกี่ยวกับความเร็วรถที่ใช้บนทางหลวง เกณฑ์น้ำหนักของยานพาหนะ และน้ำหนักบรรทุกที่จะนำไปใช้วิ่งบนทางหลวง ซึ่งในส่วน of ข้อกำหนดเกี่ยวกับน้ำหนักดังกล่าวเป็นไปตามประกาศผู้อำนวยการทางหลวงพิเศษ ผู้อำนวยการทางหลวงแผ่นดินและผู้อำนวยการทางหลวงสัมปทาน และสอดคล้องกับการศึกษาของ สุมาลี วงษ์วิฑิต (2561) กล่าวว่า มีกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจบริการโลจิสติกส์เป็นจำนวนมาก จัดหมวดหมู่ได้เป็นสามกลุ่มคือ กลุ่มกำกับดูแลและส่งเสริมธุรกิจด้านคลังสินค้าและบรรจุภัณฑ์ กลุ่มกำกับดูแลและส่งเสริมธุรกิจขนส่งสินค้า และกลุ่มการเปิดเสรีการค้าบริการโลจิสติกส์ กฎหมายแต่ละกลุ่มยังประกอบด้วยกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องอยู่อีกมาก โดยส่วนใหญ่ถือว่า มีลักษณะของกฎหมายที่ดีเพียงพอต่อการนำไปบังคับใช้ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจโลจิสติกส์ได้

ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ถือเป็นรากฐานที่สำคัญของการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งที่ผ่านมาประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมและระบบโลจิสติกส์ พลังงาน ดิจิทัล เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนทำให้มีโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของประเทศที่ครอบคลุมพื้นที่ รวมถึงสามารถรองรับความต้องการของประชาชนทั้งในระดับครัวเรือน อุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง ส่งผลให้ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับความสามารถด้านโครงสร้างพื้นฐานดีขึ้นจากอันดับที่ 49 ในปี 2560 เป็นอันดับที่ 48 ในปี 2561 และต้นทุนระบบโลจิสติกส์ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ที่ลดลงจากร้อยละ 14.2 ในปี 2557 เหลือร้อยละ 13.8 ในปี 2560 รวมทั้งมีอันดับด้านประสิทธิภาพโลจิสติกส์ดีขึ้นจากอันดับที่ 45 ในปี 2559 เป็นอันดับที่ 32 ในปี 2561 นอกจากนี้การขนส่งเป็นส่วนสำคัญของโลจิสติกส์ เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการงานขนส่งสามารถลดต้นทุนและเพิ่มคุณภาพในการบริการลูกค้า ผลของการบริหารการขนส่งที่มีคุณภาพรวมถึงการจัดส่งตรงต่อเวลา, ความครบถ้วนของสินค้า, และสภาพของสินค้าที่ดี ทำให้เกิดการพัฒนาของธุรกิจที่ดีขึ้น ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการขนส่งเป็นส่วนสำคัญที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างเสรี แม้จะไม่สร้างมูลค่าเพิ่มโดยตรงต่อสินค้า แต่ก็มีผลในการส่งมอบสินค้าที่เสร็จสมบูรณ์และการบริการลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2561)

ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการขนส่ง ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ กรมการขนส่งทางบก (2564) ที่ตระหนักถึงความสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนส่งเข้าสู่ระบบมาตรฐานคุณภาพบริการขนส่งด้วยรถบรรทุก (Q-Mark) และมุ่งสร้างการรับรู้มาตรฐาน Q-Mark อย่างต่อเนื่อง โดยสื่อสารไปยังผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน รวมไปถึงการสร้างพันธมิตรทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ร่วมสนับสนุน ส่งเสริม และสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการขนส่งเข้าสู่ระบบมาตรฐาน Q-Mark มากยิ่งขึ้น เพื่อยกระดับภาพลักษณ์การขนส่งด้วยรถบรรทุกตามระบบมาตรฐานคุณภาพบริการ และเพื่อความปลอดภัยในการขนส่งสินค้าทางถนน และสอดคล้องกับ ธีระพงษ์ รอดประเสริฐ (2561) ที่กล่าวว่า ระบบมาตรฐานคุณภาพบริการขนส่งด้วยรถบรรทุก หรือมาตรฐาน Q-Mark เป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาและส่งเสริมระบบการขนส่งสินค้าให้มีคุณภาพ ปลอดภัย ได้รับการยอมรับและตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ทั้งยังเป็นการเพิ่ม

ศักยภาพของผู้ประกอบการขนส่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถเชิงธุรกิจ ส่งผลให้กับธุรกิจของผู้ประกอบการขนส่ง ทั้งยังส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนั้นระบบ TMS ยังสามารถเชื่อมต่อกับระบบ GPS เพื่อเช็คสถานะการขนส่งได้ตลอดเวลา รวมถึงระบบจัดการค่าใช้จ่ายสำหรับการขนส่ง ทำให้ทราบรายรับรายจ่ายและผลกำไรได้ทันที การจัดการคำสั่งซื้อจากลูกค้า มีความสำคัญต่อการปฏิบัติการขนส่ง (ICONEXT, 2021) กล่าวว่า การเพิ่มประสิทธิภาพของแผนการขนส่งด้วยระบบเทคโนโลยีวางแผนและควบคุมการขนส่ง จะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพของ Supply chain ระบบจะสร้างเส้นทางการขนส่งที่เหมาะสมได้อัตโนมัติ ป้องกันความผิดพลาดในการขนส่งและการจัดส่งล่าช้า ตรวจสอบสถานะการขนส่ง และ ยืนยันสถานะการรับ-ส่งสินค้า (Proof of Delivery) ทำให้ลดต้นทุนในการขนส่ง เกิดการปรับปรุงประสิทธิภาพของ Supply Chain

2. นโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า การบริหารองค์กร เทคโนโลยีการขนส่งสินค้า การบริหารการขนส่งสินค้า ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก อภิปรายผลดังนี้ นโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า ส่งผลทางตรงกับการบริหารองค์กรขนส่งมากที่สุดเท่ากับ 0.79 แต่พบว่า นโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้า ไม่ส่งผลทางตรงกับเทคโนโลยี การขนส่งสินค้า การบริหารการขนส่งสินค้า และประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า ด้วยรถบรรทุก อธิบายได้ว่า นโยบายรัฐด้านการขนส่งสินค้าที่ภาครัฐประกาศใช้ จะต้องดำเนินการในกระบวนการบริหารจัดการองค์กร กระบวนการการบริหารการขนส่งสินค้าและการนำไปปฏิบัติเสียก่อน จึงจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกได้ สอดคล้องกับสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (2562) ที่กล่าวว่า รัฐบาลได้ให้ความสำคัญต่อการคมนาคมขนส่งขั้นพื้นฐาน และการลดต้นทุนโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ จึงได้ดำเนินการผลักดันการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพและมีต้นทุนการขนส่งที่ถูกกลง โดยได้ลงทุนภายใต้แผนปฏิบัติการด้านคมนาคมขนส่งเร่งด่วน (Action Plan) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559-2561 โดยมีวงเงินรวมทั้งสิ้น 3,026,408.99 ล้านบาท และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560) กล่าวถึงแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาเพิ่มมูลค่าระบบห่วงโซ่อุปทาน เพื่อพัฒนาและยกระดับมาตรฐานระบบการบริหารจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน ให้ได้มาตรฐานสากล สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสามารถบริหารจัดการตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานจนถึงจุดจำหน่ายสินค้าสู่ผู้บริโภคได้

3. แนวทางการบริหารการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบธุรกิจการขนส่งสินค้า จำเป็นต้องมีการศึกษาและดำเนินการตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องเพื่อลดความเสี่ยงด้านทางคดีความและเพิ่มความปลอดภัยในการขนส่งสินค้า การบริหารจัดการองค์กรขนส่งต้องคัดสรรและพัฒนาบุคลากร โดยเฉพาะพนักงานขับรถให้มีศักยภาพตามเป้าหมายองค์กร มีเงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารข้อมูลและการปฏิบัติการขนส่ง ตลอดจนการบริหารแผนการซ่อมบำรุงรถบรรทุกให้มีความสอดคล้องกับการปฏิบัติการขนส่ง เพื่อประสิทธิภาพการบริหารด้านการขนส่งที่ตรงเวลา มีความปลอดภัย และประหยัดต้นทุนการขนส่ง สอดคล้องกับศิริวรรณ กาวีชา และนพปฎล สุวรรณทรัพย์ (2564)

ที่กล่าวว่า ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า การไหลลื่นของสินค้า การไหลลื่นของข้อมูลข่าวสาร การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการลดต้นทุนการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้า การดูแลและควบคุมการขนส่งสินค้า ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์แก่ลูกค้าขององค์กร เพื่อช่วยสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า และทำให้ลูกค้าอยากกลับมาใช้บริการใหม่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยนำไปปฏิบัติ

1. ผู้บริหารขององค์กรขนส่งจะต้องศึกษากฎหมายหรือระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับ การขนส่งสินค้า ที่บังคับใช้หรือมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติม เช่น ในปี พ.ศ. 2566 จะมีระเบียบที่บังคับใช้เรื่องการตัดคะแนนผู้ขับขี่เมื่อทำผิด และเรื่องบุคลากรจัดการด้านความปลอดภัยในการขนส่ง TSM (Transport Safety Management) เป็นต้น ผู้บริหารต้องศึกษา ถ้อยทอดและนำสู่การปฏิบัติโดยพนักงานขับรถเพื่อให้ดำเนินงานขนส่งสินค้ามีประสิทธิภาพ เพื่อลดค่าปรับจะเกิดขึ้น และเพื่อความปลอดภัยของรถบรรทุกและสินค้าของลูกค้า ตลอดจนผู้ร่วมทาง
2. หัวหน้างานผู้ควบคุมและวางแผนการขนส่ง จะต้องได้รับการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องในด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศและเทคโนโลยีขนส่ง ตลอดจนแนวคิดคุณภาพการให้บริการเพื่อการวางแผนงาน การควบคุมการขนส่ง และการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ
3. ผู้บริการองค์กรต้องคัดสรรพนักงานขับรถที่มีประสบการณ์ มีความสมบูรณ์ด้านร่างกาย ไม่ติดยาเสพติด ทำสัญญาจ้างที่ชัดเจน และต้องมีการตรวจสอบสารเสพติดพนักงานขับรถอย่างต่อเนื่อง
4. ผู้บริหารจะต้องบริหารเงินทุนหมุนเวียนให้เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายประจำวันและค่าใช้จ่ายรายเดือน บริหารจัดการรายรับรายจ่ายต่อเที่ยวให้ประสิทธิภาพ เมื่อวิ่งงานเสร็จจะต้องรีบสรุปเอกสารและส่งใบแจ้งหนี้ให้ลูกค้า เพื่อเงินหมุนเวียนที่เพียงพอ
5. ผู้ประกอบการขนส่งต้องใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยจัดการคำสั่งซื้อจากลูกค้า การจัดทำเอกสารการขนส่ง บันทึกการปฏิบัติการ บันทึกการซ่อมบำรุงและอะไหล่ รวมถึงระบบบัญชี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรขนส่ง
6. ผู้บริหารหรือหัวหน้างาน จะต้องบริหารการขนส่งและควบคุมการขนส่งตลอดเส้นทางด้วยระบบ จีพีเอสที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สินค้าส่งถึงลูกค้าตรงตามเวลาอยู่เสมอ มีความปลอดภัย อีกทั้งยังต้องวางแผนการใช้รถบรรทุกในเที่ยวต่อไปที่มีประสิทธิภาพ (การหมุนเวียนรถ)
7. ผู้บริหารต้องบริหารและจัดหาแหล่งซื้อ น้ำมันเชื้อเพลิง อะไหล่รถบรรทุก และการซ่อมบำรุง ที่ประหยัดต้นทุน ตลอดจนการบันทึกประวัติการใช้จ่ายและการซ่อมบำรุง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในอนาคต

จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ได้แก่ การศึกษาแนวทางการพัฒนาพนักงานขับรถขนส่งที่มีประสิทธิภาพ และแรงจูงใจในการพัฒนาผู้ประกอบการขนส่งให้ได้การรับรองมาตรฐานการขนส่งและบริการ (Q-Mark)

เอกสารอ้างอิง

- กรมการขนส่งทางบก. (2564). *มาตรฐานคุณภาพบริการขนส่งด้วยรถบรรทุก Q Mark*. ค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.dlt.go.th/site/nonthaburi/mnews/7224/view.php?_did=34933
- กรมการขนส่งทางบก. (2565). *ข้อมูลกฎหมายและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับขนส่ง*. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.dlt.go.th/site/skp5/m-news/1043/>
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2565). *โครงการจัดสร้างโครงข่ายการขนส่งสินค้า (ไป-กลับ)*. ค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2565, จาก <https://www.dip.go.th/files/Cluster/3.pdf>
- ฐสิงห์ โง้วเจริญไพศาลสิน. (2560). *การลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้า กรณีศึกษา บริษัท จินดาขนส่ง จำกัด (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ณรงค์ กุลนิเทศ และสุดาวรรณ สมใจ. (2558). *ระเบียบวิธีวิจัยขั้นสูง และการออกแบบวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มาสเตอร์พริ้นท์สามเสน.
- ธีระพงษ์ รอดประเสริฐ. (2561). *มาตรฐานคุณภาพบริการขนส่งด้วยรถบรรทุก (Q Mark) เพื่อเสริมศักยภาพการขนส่งไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการขนส่งและโลจิสติกส์อาเซียน*. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.dlt.go.th/th/public-news/view.php?_did=2068
- เบญจพร สุวรรณแสนทวี. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในเขตกรุงเทพและปริมณฑล (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.
- ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี. (2562). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2562-2564: ธุรกิจบริการขนส่งสินค้าทางถนน*. ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/logistics/road-freight-transportation/IO/io-road-freight-transportation-20>
- ปิยะนุช สัมฤทธิ์ และคณะ. (2564). *การพัฒนาแบบการบริหารจัดการธุรกิจขนส่งและการกระจายสินค้าเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน*. *วารสารศรีปทุมปริทัศน์*, 21(1), 7-21.
- พระราชบัญญัติกรมการขนส่งทางบก. (2522). *ความหมายการขนส่ง*. ค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.krisdika.go.th/librarian/getfile?sysid=321681&ext=htm>
- วิภาวรรณ พันธุ์สังข์. (2554). *การพัฒนาระบบวางแผนการขนส่งเพื่อลดการเดินรถบรรทุกเที่ยวเปล่า (วิทยานิพนธ์วิทยาการสารสนเทศมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ศักดิ์สยาม ชิดชอบ. (2565). *การลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานคมนาคม*. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.posttoday.com/social/general/673523>
- ศิริวรรณ กาวีชา และนพปฎล สุวรรณทรัพย์. (2564). *ประสิทธิภาพทางด้านโลจิสติกส์ของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าทางถนนที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการส่งออกผลไม้*. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 23(2), 95-108.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎีกา. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564*. ค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://plan.bru.ac.th>
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2562). *แนวทางการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของประเทศ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2555). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุมาลี วงษ์วิจิต. (2561). กฎหมายเพื่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโลจิสติกส์. *วารสารรวมคำแห่ง ฉบับนิติศาสตร์*, 7(1), 29-30.
- GIZTIX. (2562). *ปัญหาที่มักพบในระบบขนส่ง*. Retrieved February 16, 2022, from <https://blog.giztix.com/ปัญหาที่มักพบในระบบขนส่ง-2/>
- Grace, J. B. (2008). Structural Equation Modeling for Observational Studies. *Journal of Wildlife Management*, 72(1), 14-22.
- ICONEXT. (2021). *ประสิทธิภาพของแผนการขนส่งด้วยระบบวางแผนและควบคุมการขนส่ง*. Retrieved March 25, 2022, from <https://www.smri.asia/th/iconext/news/3116/>
- My Cloud Fulfillment. (2020). *Order Management*. Retrieved April 10, 2022, from <https://www.mycloudfulfillment.com/order-management/>
- Ratchagit, T. (2019). *ทฤษฎีการบริหารจัดการ POCCC*. Retrieved February 22, 2022, from <https://th.hrnote.asia/orgdevelopment/190626-poccc-henri-fayol/>
- Ricky W. Griffin. (1999). *Management* (6th ed.). Boston: Houghton Griffin.

รูปแบบการส่งเสริมการแต่งกายชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์
และกระบวนการกลายเป็นเอกลักษณ์การแต่งกายของสตรีชาวกาฬสินธุ์
The Publicity Strategy of Kalasin Phuthai Clothing and the Process of Identity
Formation among Kalasin Women

สุภาพร เกียรติดำเนินงาม¹ และ พีระ พันลูกท้าว²

Supaporn Kiatdamnoen-ngam¹ and Peera Phanlukthao²

คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม^{1,2}

Faculty of Fine-Applied Arts and Cultural Science, Mahasarakham University, Thailand^{1,2}

E-mail: pukapaow@gmail.com¹, peeraphanlukthao@hotmail.com²

Received: 2023-12-02; Revised: 2023-12-25; Accepted: 2023-12-26

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษารูปแบบการส่งเสริมการแต่งกายชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ของสตรีชาวกาฬสินธุ์ 2. เพื่อศึกษาเชิงวิเคราะห์กระบวนการที่ทำให้ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์กลายเป็นเอกลักษณ์การแต่งกายของสตรีชาวกาฬสินธุ์ งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการวิจัยโดยการค้นคว้าจากเอกสาร หนังสือ ตำรา งานวิจัย วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม การลงพื้นที่เพื่อบันทึกข้อมูล และเข้าร่วมสังเกตการณ์ในเทศกาลหรืองานประเพณีในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งเป็นงานที่มีรูปแบบการนำเสนอวัฒนธรรมผู้ไทย หรือมีการสวมใส่ชุดผู้ไทยภายในงาน และจัดหาอาภรณ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ มาประกอบสร้างเป็นชุดการแต่งกายที่บ่งบอกอัตลักษณ์และจัดหาตัวแทนเพื่อนำเสนอในปฏิบัติการเรือนกายของชุดอัตลักษณ์ทั้ง 3 พื้นที่จำนวน 12 ชุดก่อนจะนำข้อมูลทั้งหมดมาเรียบเรียงและประมวลผลเพื่อนำเสนองานวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่าวัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีชาวผู้ไทยมีการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัย แต่สิ่งยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์แห่งชาติพันธุ์ที่โดดเด่นและสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดกาฬสินธุ์คือ การแต่งกายด้วยชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ ซึ่งเป็นชุดอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมของพื้นที่ ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ยังเป็นเสมือนสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเจริญงอกงามทางวัฒนธรรมในหลายๆด้าน เป็นภาพลักษณ์ที่ทำให้จังหวัดกาฬสินธุ์ได้ชื่อว่าเป็นเมืองแห่งวัฒนธรรม เพราะมีการสร้างภาพจำที่น่าประทับใจผ่านอัตลักษณ์การแต่งกาย ด้วยการนำเสนอผ่านสื่อรูปแบบต่างๆ มีการจัดงานบุญประจำปี งานประเพณี ที่ทำให้ผู้คนตื่นตัวในเรื่องของวัฒนธรรมการแต่งกายอย่างต่อเนื่อง มีการส่งเสริมสนับสนุนให้ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่สามารถซื้อหาเพื่อการสวมใส่ได้ทุกคน ในอดีตชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์อาจจะเป็นเพียงชุดอัตลักษณ์ที่สวมใส่กันเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ชาวผู้ไทย แต่เมื่อมีการแพร่กระจายวัฒนธรรม ด้วยความงามของชุดที่เป็นเอกลักษณ์ ชุดผู้ไทยจึงไม่ได้เป็นเพียงชุดที่สวมใส่กันเฉพาะสตรีชาวผู้ไทยอีกต่อไป หากแต่ยังสามารถสวมใส่ได้ทุกคน และปัจจุบันก็มีปรากฏให้

เห็นในทุกงานบุญประเพณีและทุกเทศกาลของจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นเหมือนภาพตัวแทนทางวัฒนธรรมที่ผู้คนคุ้นชิน สิ่งนี้จึงเป็นข้อชี้ชัดว่าชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์คือชุดที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาวกาฬสินธุ์ได้อย่างสมบูรณ์ และได้กลายเป็นเอกลักษณ์การแต่งกายของสตรีชาวกาฬสินธุ์

คำสำคัญ: การแต่งกายของชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์, ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์, อัตลักษณ์วัฒนธรรม, ความเป็นเอกลักษณ์

Abstract

The objectives of the research are: 1. To study the pattern of promoting the Phu Thai Kalasin dress of Kalasin women. 2. To study and analyze the process that makes the Kalasin Phu Thai dress become a unique style of dress for Kalasin women. This research is qualitative research. Conduct research by researching related documents, books, textbooks, research works, theses. and interviews using questionnaires Visiting the area to record information and participate in observing festivals or traditional events in Kalasin Province This is an event that has a format for presenting Thai culture. or wearing Thai clothing at the event and provide clothing that is unique to each area To assemble and create a set of clothing that expresses identity and find a representative to present in the body operations of the 3 identity areas, totaling 12 sets, before all the data is compiled and processed. To present research in a descriptive and analytical form.

The research found that the culture of Thai women's clothing has changed according to the times. But what maintains the outstanding ethnic identity and creates a reputation for Kalasin Province is Dressing in Thai Kalasin clothing which is a set of identities that indicate the culture of the area The Thai Kalasin costume is also a symbol that indicates cultural prosperity in many aspects. It is an image that makes Kalasin Province known as a city of culture. Because an impressive image is created through the identity of the dress. By presenting through various media formats There are annual merit-making events and traditional events that make people continually aware of the culture of clothing. There is promotion and support for the Thai Kalasin outfit. It has become a cultural item that everyone can buy and wear. In the past, the Phuthai Kalasin dress may have been just an identity dress worn only by the Phuthai ethnic group. But when the culture spreads With the beauty of the unique outfit Phu Thai dress is therefore not just a dress worn only by Phu Thai women anymore. But it can still be worn by everyone. And now it appears in every traditional merit making ceremony and every festival of Kalasin Province. It is like a representative image of the culture that people are familiar with. This therefore clearly indicates that the Thai Kalasin dress is a dress that perfectly

indicates the identity of the Kalasin people and has become the identity of Kalasin women's dress.

Keywords: Kalasin Phuthai Clothing, Phuthai Clothes, Cultural Identity, Uniqueness

บทนำ

กลุ่มชาติพันธุ์ของชาวผู้ไทย เดิมอาศัยอยู่บริเวณเมืองแก่ง และเมืองไล ในแคว้นสิบสองจุไทย บริเวณสิบสองจุไทยปัจจุบันตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ของประเทศเวียดนาม มีอาณาเขตทิศเหนือ ติดต่อกับแคว้นตังเกี๋ย และภาคใต้ของประเทศจีน ทิศตะวันออกติดต่อกับแม่น้ำดำ ทิศตะวันตกติดต่อกับเขตหัวพัน (ซำเหนือ) ของประเทศลาว มีเมืองแก่ง (แก่น) หรือเดียนเบียนฟู เป็นเมืองดั้งเดิมของดินแดนนี้ สิบสองจุไทย หรือสิบสองเจ้าไท เป็นดินแดนคาบเกี่ยวอยู่ในการปกครองถึง 3 ฝ่าย คือ จีน หลวงพระบาง และญวน เมื่อเกิดสงครามระหว่างจีน ญวน หลวงพระบาง การยกทัพจะต้องผ่านดินแดนสิบสองจุไทย ชาวผู้ไทยต้องได้รับความเดือนร้อนอยู่เสมอในการสู้รบจะไม่มีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้รับชัยชนะ ชาวผู้ไทยเป็นกลุ่มที่รักความสงบจึงพากันอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ที่เมืองวัง เมืองคำเกิด และเมืองคำม่วนในสมัยสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีและในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (รัชกาลที่ 1) แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ได้มีการยกทัพไปตีเมืองล้านช้าง และได้กวาดต้อนชาวผู้ไทยเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทย (ภักทิยา ยิมเรวัต, 2544) ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 3 พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว เจ้าอนุวงศ์แห่งเมืองเวียงจันทน์เป็นกบฏ พระองค์จึงทรงรับสั่งให้แม่ทัพให้ไปปราบเจ้าอนุวงศ์ เมื่อปราบได้ชัยชนะ กองทัพไทยจึงได้กวาดต้อนครอบครัวชาวผู้ไทยที่เมืองวัง เมืองคำเกิด และเมืองคำม่วน ข้ามแม่น้ำโขงมาอยู่ฝั่งไทยเพื่อเป็นการตัดกำลังของฝ่ายลาว และโปรดให้ตั้งบ้านเรือนทำมาหากินในท้องถิ่นต่าง ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลางของประเทศไทยตั้งแต่นั้นมาจนถึงปัจจุบัน (วิญญู ผลสวัสดิ์, 2536)

จังหวัดกาฬสินธุ์ หนึ่งในจังหวัดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นเมืองสำคัญทางประวัติศาสตร์มาตั้งแต่สมัยโบราณกาล โดยมีความเจริญทางด้านอารยธรรมอันเก่าแก่ จังหวัดกาฬสินธุ์ถือว่าเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคอีสานที่มีกลุ่มชนชาวผู้ไทยอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก โดยอยู่ในพื้นที่ของอำเภอต่าง ๆ กระจายกันไปหลายพื้นที่ และอำเภอที่พบเห็นหมู่บ้านชาวผู้ไทยอยู่เป็นจำนวนมาก คือ อำเภอเขาวง อำเภอนาคู อำเภอกุฉินารายณ์ อำเภอห้วยผึ้ง อำเภอคำม่วง และอำเภอสามชัย เป็นต้น ชาวผู้ไทยมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะในหลายด้าน โดยเฉพาะวัฒนธรรมการแต่งกายชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ที่มีอัตลักษณ์อันโดดเด่น ปัจจุบันการแต่งกายชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ เป็นส่วนหนึ่งทางสัญลักษณ์ของชุมชนและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมแห่งจังหวัดกาฬสินธุ์ สามารถพบเห็นได้เป็นประจำ เพราะชุดผู้ไทยเป็นชุดที่ชาวผู้ไทยสวมใส่ทุกเพศทุกวัย สวมใส่ในโอกาสต่าง ๆ และทุกเทศกาล จากวิถีการดำรงชีวิตสู่การยกระดับ พัฒนา ผ่านกระบวนการส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและศิลปวัฒนธรรม ส่งผลให้เกิดเป็นการขับเคลื่อนศิลปกรรมด้านหัตถศิลป์เพื่อปวงชนผู้คุณลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมการแต่งกาย การฟื้นฟูมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สังคมโลกและการสร้างสรรค์วัฒนธรรมการแต่งกายวิถีของชาวผู้ไทย จนเกิดเป็น “มิติทางเศรษฐศาสตร์ การตลาดและพาณิชย์

ศิลป์” โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขั้นตอนการสร้างจุดเด่น หรือภาพจำของผลิตภัณฑ์ (Gimmicks) ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญของการตลาด เพราะโลกแห่งการตลาด โลกแห่งการแข่งขัน Gimmicks จึงจำเป็นต้องชัดเจนเพื่อดึงความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้ซื้อสินค้าหรือบริการให้มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กระบวนการสื่อสารแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นที่รู้จักและจดจำในภาพลักษณ์ที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งอันที่จริง Gimmick ในมิติด้านการสร้างสรรค์และยกระดับวัฒนธรรมการแต่งกายชาวผู้ไทย จังหวัดกาฬสินธุ์ ในบริบทของกลไกการตลาด มีหลากหลายวิธี หลายเรื่องราว ขึ้นอยู่กับประเภทของของ “การจัดงาน” หรือ “ความต้องการของผู้จ้าง ผู้จัดงาน” ซึ่ง การสร้างจุดเด่น กระบวนการสร้างภาพจำล้วนมีอิทธิพลต่อการสะท้อนแบรนด์สินค้า อาทิ ของที่ระลึกในงาน เทคโนโลยีที่นำมาใช้ หรือวิธีเปิดตัวสินค้า หรือแม้กระทั่งจุดเด่นของตัวสินค้าเอง อาจเป็นการเพิ่มประโยชน์การใช้งาน หรือการสนองความต้องการที่หลากหลายแก่ผู้ซื้อผู้บริโภค เป็นต้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบการส่งเสริมการแต่งกายชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์และกระบวนการกลายเป็นเอกลักษณ์การแต่งกายของสตรีชาวกาฬสินธุ์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และการบูรณาการของภูมิปัญญาชาวผู้ไทยและการปรับปรนทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจและสังคม การส่งเสริม สนับสนุนให้การแต่งกายเป็นเอกลักษณ์ของสังคม นอกจากนั้นยังต้องการเชื่อมโยงมิติทางวัฒนธรรมเชิงประวัติศาสตร์และการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมและบทบาทของการแต่งกายในยุคสังคมใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นความรู้ให้กับผู้ที่ศึกษาทางด้านงานหัตถกรรมเครื่องทอ งานอุตสาหกรรมแฟชั่น การทำและพัฒนามรดกภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไทยและผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการส่งเสริมการแต่งกายชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ของสตรีชาวกาฬสินธุ์
2. เพื่อศึกษาเชิงวิเคราะห์กระบวนการที่ทำให้ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์กลายเป็นเอกลักษณ์การแต่งกายของสตรีชาวกาฬสินธุ์

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดด้านอัตลักษณ์วัฒนธรรมการแต่งกาย

ในฐานะวาทกรรมการแต่งกายแฟชั่นเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับลีลา (style) หรือวิธีการนำเสนอ (presentation) ตัวตนของบุคคลซึ่งครอบคลุมทั้งการแต่งกาย การแต่งหน้าการทำผม การใช้เครื่องประดับ ตลอดจนอุปนิสัยของผู้นั้น ความหมายของแฟชั่นซึ่งถูกผู้คนนำมาใช้ประโยชน์โดยมากเพื่อสร้างความแตกต่าง (distinction) ผลักดันให้คนเกิดความรู้สึกที่โดดเด่น (stand out) ออกมาหรือไม่ก็เพื่อสร้างสำนึกส่วนหนึ่งของการเป็นเครือข่าย (affiliation) กับผู้อื่น และเป็นสิ่งที่ใช้ยืนยันถึงความรู้สึกเป็นเจ้าของในทางสังคม (social belonging) (Thompson and Haytko, 1997)

ผู้วิจัยเห็นด้วยกับแนวคิดของ Thompson and Haytko เนื่องจาก วัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีผู้ไทยมีลักษณะเป็นพลวัต โดยเฉพาะเมื่อสถานการณ์ปรับเปลี่ยนตามบริบททางสังคม เศรษฐกิจและ

ค่านิยมแล้ว พบว่า ความเป็นแฟชั่นของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายถูกสร้างขึ้นภายใต้ระบบทุนนิยมบนพื้นฐานแนวคิดที่เน้น “ความสดใหม่” (newness) หรือสิ่งที่ปัจจุบัน (nowness) ดังนั้น แฟชั่นจึงดูเหมือนสิ่งที่ไม่มีความหมายเดิมติดอยู่กับตัวเอง หากแต่การคงอยู่ของระบบแฟชั่นในฐานะเป็นกระแสและใหม่นั้นขึ้นอยู่กับ “ความต้องการ” (desires) ของผู้คนที่ต้องการรูปแบบแปลกใหม่อยู่เรื่อย ๆ สอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าวอย่างปฏิเสธไม่ได้ นอกจากนั้น Faurschou ได้ริเริ่มนิยามความหมายของแฟชั่นในลักษณะที่เป็น “วาทกรรม” อย่างหนึ่งซึ่งถูกปลูกฝังในอุดมการณ์แห่งการบริโภคแฟชั่นเป็นตรรกะแห่งความล้ำสมัยที่ถูกวางแผนขึ้นมา ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการอยู่รอดทางการตลาด มากเท่ากับเป็นวงจรที่สร้างความต้องการขึ้นมาด้วยตัวของมันเอง มุมมองของนักคิดสำนักยุคหลังสมัยใหม่ (postmodernism) จึงมองแฟชั่นเป็นเพียงปรากฏการณ์ที่วูบวาบฉาบฉวย (ephemeral phenomenon) อย่างหนึ่งภายใต้วัฒนธรรมบริโภค และเป็นวัฒนธรรมที่มีความทันสมัยเกินจริง (hypermodern culture) (Craig, 1994)

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผู้วิจัยเลือกแนวคิดเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์ ด้าน Creative Economy หรือ ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ซึ่งได้ให้คำนิยาม Creative Economy ไว้ว่า “เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการสร้างและใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ” เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ก็คือการนำสินค้าหรือบริการมาเพิ่มมูลค่า โดยผ่านการคิดอย่างสร้างสรรค์ และนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมถึงพื้นฐานทางวัฒนธรรม สังคม เข้ามาช่วยในการสร้างสรรค์ผลงาน ทั้งนี้เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทยให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องมีการถ่ายทอดแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้กับคนในชุมชน โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง เพราะวัฒนธรรมท้องถิ่นจะส่งผลให้เกิดความหลากหลายในงานฝีมือ และยังเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนอีกด้วย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.), 2554)

ผู้วิจัยวิเคราะห์แนวคิดดังกล่าว พบว่า สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) มีความสอดคล้องกับงานวิจัยฉบับนี้ เนื่องจาก สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ปัจจุบันจังหวัดกาฬสินธุ์หนึ่งในจังหวัดอีสานของประเทศไทยที่มุ่งกำลังเข้าสู่การปฏิรูปโครงสร้างทุก ๆ ด้านเพื่อก้าวข้ามไปสู่ “Thailand 4.0” ด้วยการปรับเปลี่ยนโครงสร้างสังคม วัฒนธรรม โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจและการผลิต ที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ซึ่งมีเป้าหมายหลักเช่นเดียวกับแนวคิดตามนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยแนวทางการขับเคลื่อนหลักภายใต้โมเดล Thailand 4.0 นั้น เน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตสินค้าภาคเกษตรไปสู่การผลิตเชิงนวัตกรรม การใช้ทุนมนุษย์และเทคโนโลยีแทนที่เงินทุนทางกายภาพ เพื่อนำไปสู่การกระจายความมั่งคั่งและโอกาส กลไกขับเคลื่อนศิลปวัฒนธรรมควบคู่เศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ปัญญา เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ การกระจายรายได้ ด้วยการยกระดับขีดความสามารถ และการเสริมสร้างทักษะให้กับประชาชน และกลุ่มวิสาหกิจ

แนวคิดด้านการเป็นเอกลักษณ์ในการแต่งกาย

Harrison Monarth อธิบายเกี่ยวกับหลักการตลาดว่าด้วยเรื่อง Personal branding คือ การสร้างตัวเองให้กลายเป็นแบรนด์ เป็นจุดเด่น เป็นเอกลักษณ์ เป็นตัวแทนของสินค้าหรือบริการ โดยการทำให้แบรนด์ลักษณะนี้จะเป็นการเน้นไปที่ตัวบุคคลหนึ่ง ๆ หรือกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะให้กลายเป็นจุดขาย โดยสร้างบุคลิกหรือภาพลักษณ์ให้โดดเด่นเพื่อนำไปต่อยอดในด้านการตลาด ซึ่งหากทำแบรนด์ในลักษณะนี้ ลูกค้าก็จะรู้จักแบรนด์เราพร้อม ๆ กับตัวบุคคลที่เป็นแบรนด์ไปพร้อม ๆ กัน การสร้างแบรนด์บุคคล หรือ Personal Branding คือ การประชาสัมพันธ์ความเป็นตัวตนของตัวเอง ที่ผสมผสานเรื่องของทักษะ ความชำนาญ ประสบการณ์ บุคลิกลักษณะ ผ่านการเล่าเรื่องราวในรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างจากคนอื่น ๆ ให้ออกมาน่าสนใจ ซึ่งการทำ Personal Branding นั้นจะทำให้เกิดประโยชน์ทั้งในการทำธุรกิจของตัวเอง หรือแม้แต่การทำงานในองค์กรต่าง ๆ (Harrison Monarth, 2022) ซึ่งผู้วิจัยตระหนักว่า กระบวนการสร้างเอกลักษณ์เรื่องวัฒนธรรมการแต่งกายของชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์นั้นจำเป็นต้องเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับศาสตร์ด้านการตลาดเพราะต้องบูรณาการเข้าด้วยกัน ซึ่งกระบวนการ Personal Branding เป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการส่งผลให้วัฒนธรรมการแต่งกายเป็นที่น่าสนใจ และเกิดเป็นภาพลักษณ์ของชุมชนต่อไป ดังนั้น Personal branding เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเนื้อแท้ ความเป็นตัวตน ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ

ผู้วิจัยเล็งเห็นความสัมพันธ์ของแนวคิดดังกล่าว เนื่องจาก วัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีชาวผู้ไทยนั้น เป็นหนึ่งในกลไกการยกระดับมรดกภูมิปัญญาและเพื่อการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์และ

สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดในกลุ่มสิ่งทอเทคนิคและสิ่งทอคุณสมบัติพิเศษ (Technical & Functional Textile) พัฒนาการออกแบบพื้นฐานจากภูมิปัญญาและการส่งต่อรุ่นสู่รุ่น โดยมีระบบของความคิดสร้างสรรค์และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Creativity & Culture) ผสมผสานเข้ากับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value-added) ที่สูงขึ้น และยังคงไว้ซึ่งความเป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่น เพิ่มผลิตภาพและประสิทธิภาพแก่สินค้าหัตถกรรมด้วยเทคโนโลยี การบริหารจัดการ และการตลาดตลอดห่วงโซ่มูลค่า พร้อมเชื่อมโยงหัตถกรรมสิ่งทอผ้าพื้นบ้าน แฟชั่นพื้นบ้านอีสานสู่ระบบความเป็นสากลหรือธุรกิจอื่น ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และพัฒนาสู่ความยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดำเนินการวิจัยโดยการค้นคว้าจากเอกสาร หนังสือ ตำรา งานวิจัย วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง การลงพื้นที่เพื่อบันทึกข้อมูล และเข้าร่วมสังเกตการณ์ในเทศกาลหรืองานประเพณีในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งเป็นงานที่มีรูปแบบการนำเสนอวัฒนธรรมผู้ไทย หรือมีการสวมใส่ชุดผู้ไทยภายในงาน การบันทึกข้อมูลด้วยกล้องบันทึกภาพนิ่ง กล้องบันทึกวิดีโอ (ภาพเคลื่อนไหว) เครื่องบันทึกเสียง โทรศัพท์มือถือ และแบบสัมภาษณ์ ซึ่งแบบสัมภาษณ์ทั้งหมดได้ผ่านการพิจารณาโดยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมผู้ไทย จำนวน 5 ท่าน และแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการพิจารณาและการปรับปรุงจะถูกนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกลุ่มละ 1 ราย แล้วปรับปรุงอีกครั้งหนึ่ง

ก่อนที่นำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง ก่อนจะนำข้อมูลทั้งหมดมาเรียบเรียงและประมวลผล เพื่อนำเสนอ
งานวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์

เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการวิจัยสามารถจำแนกออกเป็น 4 ส่วนตามกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 สตรีชาวไทยในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์อัตลักษณ์
ชุดผู้ไทยของสตรีชาวไทยในพื้นที่ต่าง ๆ

2. แบบสัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 สตรีในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีภูมิลำเนาและอาศัยอยู่ในจังหวัด
กาฬสินธุ์ เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ในเนื้อหาของเหตุจูงใจในการสวมใส่ชุดผู้ไทย การสวมใส่ชุดผู้ไทยในโอกาส
ต่าง ๆ และการเข้าร่วมกิจกรรมหรืองานบุญประเพณีซึ่งมีการสวมใส่ชุดผู้ไทยภายในงาน

3. แบบสัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ช่างทอผ้า ช่างตัดเย็บชุดผู้ไทย และผู้ประกอบการ OTOP ในพื้นที่จังหวัด
กาฬสินธุ์ เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์กระบวนการออกแบบ ตัดเย็บชุดผู้ไทย การประยุกต์ให้มีความทันสมัย หาซื้อ
ได้ง่าย และรูปแบบการนำเสนอชุดผู้ไทยให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม

4. แบบสัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ประชาชนด้านวัฒนธรรมผู้ไทย เจ้าหน้าที่รัฐ โดยเป็นหน่วยงานที่มี
ส่วนอนุรักษ์และส่งเสริมกิจกรรมที่มีการสวมใส่ชุดผู้ไทยในโอกาสต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐจำนวน
20 แห่ง ในเนื้อหาด้านนโยบาย การส่งเสริม สนับสนุน และการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรม

ผลการวิจัย

จากการศึกษา ผู้วิจัยนำเสนอข้อสรุปเกี่ยวกับคำว่า “เอกลักษณ์กาฬสินธุ์” ดังนี้ ลักษณะที่แสดงถึง
ความโดดเด่นและดึงดูดเฉพาะที่ร่วมกันของชาวผู้ไทยในจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นบริบทและประเด็นที่เกี่ยวกับทุน
ทางศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา เกียรติภูมิของบรรพบุรุษ อันเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความเป็นชาติพันธุ์ชาวผู้ไทย
กาฬสินธุ์ ช่วยให้ชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์สามารถรักษาความมั่นคงและความเจริญก้าวหน้าบนพื้นฐานของ
ความสงบสุข ชาวผู้ไทยมีความรัก ความสามัคคี เอื้ออาทร และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมาได้จนถึงทุกวันนี้

“เอกลักษณ์ในการแต่งกายของชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์” ในงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยหมายถึงลักษณะเด่น
ลักษณะพิเศษ บุคลิกลักษณะจำเพาะเฉพาะของกระบวนการคิด การประกอบสร้าง การคัดสรร การออกแบบ
การผลิตและการจัดการให้เกิดเป็นเครื่องแต่งกายตามแบบของชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์การเสริมสร้างเอกลักษณ์
เครื่องแต่งกายตามแบบของชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยหมายความว่า การดำเนินการใด ๆ ด้านเอกลักษณ์เครื่อง
แต่งกายของชาวผู้ไทย เพื่ออนุรักษ์ ปกป้อง พัฒนา เผยแพร่และส่งเสริมอย่างสร้างสรรค์ด้วยจิตสำนึก
ด้านคุณธรรม ความดีงาม ความรักหวงแหน และความภาคภูมิใจ ในอันที่จะช่วยให้จังหวัดกาฬสินธุ์สามารถ
รักษาความมั่นคง และส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าบนพื้นฐานของความสงบสุข ประชาชนชาวผู้ไทยมีความ
เข้าใจ ห่วงแหนมรดกภูมิปัญญาบรรพบุรุษ มีความสามัคคีปรองดอง เอื้ออาทร และรู้จักสามัคคีและมีคุณภาพ
ชีวิตที่ยั่งยืน วัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวผู้ไทยถูกคัดสรร ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น เผยแพร่และสร้างสรรค์ พัฒนา
อย่างต่อเนื่อง ศิลปกรรม การแต่งกาย เป็น “เอกลักษณ์ของสังคม” และเป็นความเจริญทางปัญญาของมนุษย์
ดังนั้น วัฒนธรรมการแต่งกายของชาวผู้ไทยจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะแสดงภาพสะท้อนรูปแบบของชีวิตและความดี
งามของชาวผู้ไทยให้กับสังคมอื่น ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศรู้จักและมองเห็นและเข้าใจได้



ภาพที่ 1 อัตลักษณ์การแต่งกายชุดผ้าไหมกาฬสินธุ์ในพื้นที่ต่าง ๆ

วัฒนธรรมการแต่งกายของสตรีชาวผ้าไหมกาฬสินธุ์ เป็นหนึ่งในกลไกการยกระดับมรดกภูมิปัญญาและการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์โดยสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดในกลุ่มสิ่งทอเทคนิค และสิ่งทอคุณสมบัติพิเศษ (Technical & Functional Textile) พัฒนาการออกแบบพื้นฐานจากภูมิปัญญาและการส่งต่อรุ่นสู่รุ่น โดยมีระบบของความคิดสร้างสรรค์และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Creativity & Culture) ผสมผสานเข้ากับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value-added) ที่สูงขึ้น และยังคงไว้ซึ่งความเป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่น เพิ่มผลิตภาพและประสิทธิภาพแก่อุตสาหกรรมด้วยเทคโนโลยี การบริหารจัดการ และการตลาดตลอดห่วงโซ่มูลค่า พร้อมเชื่อมโยงหัตถกรรมสิ่งทอผ้าพื้นบ้าน แฟชั่นพื้นบ้านอีสานสู่ระบบความเป็นสากลหรือธุรกิจอื่น ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และพัฒนาสู่ความยั่งยืน

ผู้วิจัยได้ศึกษารูปแบบการส่งเสริมการแต่งกายชุดผ้าไหมกาฬสินธุ์และกระบวนการกลายเป็นเอกลักษณ์การแต่งกายของสตรีชาวผ้าไหมกาฬสินธุ์ โดยได้ศึกษาถึงเส้นทางการแพร่กระจายของวัฒนธรรมการแต่งกายของชุดผ้าไหมกาฬสินธุ์สู่สังคมภายนอกของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวผ้าไหมกาฬสินธุ์ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับสังคม วัฒนธรรม และประเพณีของจังหวัดกาฬสินธุ์ การเป็นสินค้าวัฒนธรรมที่นำพาเศรษฐกิจภายในชุมชนขับเคลื่อนไปสู่วิถีเศรษฐกิจที่ยั่งยืน จากการศึกษาค้นคว้า และการสังเกตการณ์ การเข้าร่วมในงานสำคัญที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่ของจังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยพบว่าชุดผ้าไหมกาฬสินธุ์ เป็นชุดอัตลักษณ์ซึ่งในอดีตเป็นเพียงรูปแบบการแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวผ้าไหมไทย จากที่เคยเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทย และสวมใส่กันแค่กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทย แต่ปัจจุบันชุดผ้าไหมไทยได้กลายเป็นสินค้าที่จับต้องได้ และสตรีชาวผ้าไหมสามารถสวมใส่ได้ในโอกาสต่าง ๆ ทั้งในบริบททางสังคมกับวิถีชีวิต ประเพณีที่มีรูปแบบการแต่งกายเชิงวัฒนธรรม เมื่อสังคมเกิดการปรับเปลี่ยน รูปแบบการแต่งกายเป็นที่ปรากฏต่อสาธารณะชนมากขึ้น ชุดผ้าไหมจึงเกิดการปฏิสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับสังคมภายนอก จนเกิดกระบวนการกลายมาเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ที่ประกอบด้วยหลายสิ่งที่หลอมรวม ตั้งแต่ผ้ากับชาวผ้าไหม จนถึงสถาบันกษัตริย์ทรงเข้ามานำพาชุดผ้าไหมกาฬสินธุ์สู่สังคมภายนอก การสร้างสรรค์เครื่องแต่งกายชุดผ้าไหมให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม การนำเอานโยบายจากภาครัฐมา

เป็นส่วนส่งเสริมให้ชุดผู้ไทยเป็นรูปแบบการแต่งกายเชิงวัฒนธรรมและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดกาฬสินธุ์เกิด การแพร่กระจายทางวัฒนธรรม และนำไปสู่การเป็นชุดเอกลักษณ์ประจำจังหวัดกาฬสินธุ์ตามเส้นทางและ ปัจจัย ดังต่อไปนี้

1. ชุดผู้ไทยกับการปรากฏการณ์สู่สังคมภายนอก ชุดผู้ไทยกับการปรากฏการณ์สู่สังคมภายนอก ในความหมายของผู้วิจัยหมายถึง ภายหลังจากการเสด็จของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ในปี พ.ศ. 2520 ซึ่งได้ทรงเสด็จพระราชดำเนินเยี่ยมพสกนิกรที่อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ครั้งนั้นชาวผู้ไทยบ้านโพนได้เข้าเฝ้ารับเสด็จ โดยแต่งกายชุดพื้นเมืองผู้ไทย และทิ้งดงาม สะดุดตา เป็นอย่างยิ่ง คือ ผืนผ้าไหมแพรวาสีแดงที่พันเฉียงทับชุดพื้นเมืองของชาวผู้ไทย ในครั้งนั้นสมเด็จพระ นางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ได้ทรงทอดพระเนตรเห็นชาวผู้ไทยแต่งกายด้วย ชุดอัตลักษณ์มาเฝ้ารอรับเสด็จจึงตรัสว่า “ผ้านี้มาจากไหน อยากได้สวย มีไหม จะทำให้ได้ไหม” เมื่อชาว ผู้ไทยตอบว่าได้พะคะ วันต่อมาสมเด็จพระนางเจ้าฯ จึงโปรดให้นางพระกำนัล นำเส้นไหมมาให้ชาวบ้านที่บ้าน โพน พระองค์ทรงรับเอาการทอผ้าไหมแพรวาเข้าไว้ในโครงการศิลปาชีพ และทรงฉลองพระองค์ด้วยผ้าไหม แพรวาของชาวจังหวัดกาฬสินธุ์สร้างความปลื้มให้กับชาวจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นอย่างมาก

จากเหตุการณ์วันนั้นทำให้ผู้วิจัยได้เห็นถึงพระปรีชาสามารถและความรอบรู้ที่องค์สมเด็จพระนางเจ้า สิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวงได้ทรงเห็นถึงอัตลักษณ์ความงามของการแต่งกายชุดผู้ ไทยกาฬสินธุ์ และพระองค์ได้ทรงเปิดเผยความงามของชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ออกสู่สายตาชาวโลกโดยทรงฉลอง พระองค์ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ พาดด้วยผ้าเปี่ยงแพรวา ในระหว่างการเสด็จเยือนญี่ปุ่น เมื่อ พ.ศ. 2524 และยังได้ ทรงฉายพระรูปลงในหน้าปกนิตยสารดิฉัน ฉบับที่ 587 เดือนกันยายน 2544 ในฉลองพระองค์ชุดผู้ไทย กาฬสินธุ์ สร้างความประทับใจให้กับพระสภานิกชาวจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นอย่างมาก จึงกล่าวได้ว่าสมเด็จพระ นางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง เป็นบุคคลแรกที่ไม่ใช่ชาวผู้ไทยที่สวมใส่ชุดผู้ ไทยกาฬสินธุ์ ปรากฏออกสู่สังคมภายนอกของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์



ภาพที่ 2 ฉลองพระองค์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวงแบบผู้ไทย กาฬสินธุ์

2. ชุดผู้ไทยกับเด็กและเยาวชน จังหวัดกาฬสินธุ์ มีหมู่บ้านที่เป็นชาวผู้ไทยกระจัดกระจายอยู่ในหลายพื้นที่ มีการขยายครอบครัวเป็นสังคมวงกว้าง ปัจจุบันทุกชุมชนสามารถเข้าถึงระบบการศึกษาทุกพื้นที่อย่างครอบคลุม ดังจะเห็นได้จากการที่ทุกชุมชนต่างมีโรงเรียนเป็นของตนเองโดยไม่ต้องเดินทางไปแสวงหาความรู้ต่างถิ่นลูกหลานเยาวชนของชาวผู้ไทยในแต่ละพื้นที่ นอกจากจะซึมซับเอาวัฒนธรรมผู้ไทยจากในสังคมครอบครัวของตนเอง ยังมีการปลูกฝังให้เยาวชนมีความรักและภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง ผ่านสถาบันทางการศึกษา โดยเฉพาะรูปแบบการศึกษาขั้นพื้นฐานที่มโนนโยบายให้เด็กนักเรียนในโรงเรียนแต่งกายชุดอัตลักษณ์ของชาวผู้ไทยในการไปโรงเรียนสัปดาห์ละหนึ่งครั้งเป็นอย่างน้อย เพื่อให้เยาวชนได้ภูมิใจในรากเหง้าเผ่าพันธุ์ ซึ่งมีปรากฏให้เห็นในหลายโรงเรียน และเป็นการสร้างเสริมภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมให้เห็นอย่างชัดเจนชุดผู้ไทยที่เด็กนักเรียนใส่ไปโรงเรียนจะเป็นชุดที่ปกครองเตรียมให้ โดยเด็กทุกคนจะมีเสื้อผู้ไทยและผ้าถุง เก้าอี้มมอยและมีผ้าแพรมนพันรอบมมอยผม เด็กบางคนผมสั้นก็จะมัดแค่ครึ่งศีรษะและเอาผ้าแพรมนมครอบปอยผม ซึ่งเป็นการแต่งกายแบบผู้ไทยสมัยนิยม จะไม่พิธีพิถันแต่งเพราะเด็กมีความน่ารักในตัวอยู่แล้ว พอสวมชุดผู้ไทยจึงเป็นภาพที่น่ารักและผู้คนที่ได้เห็นต่างก็ชื่นชม

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ภาคสนามและเก็บข้อมูลเรื่องของเยาวชนกับการแต่งกายชุดผู้ไทย ที่โรงเรียนบ้านโนนสว่าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งโรงเรียนแห่งนี้ตั้งอยู่ในหมู่บ้านผู้ไทยดั้งเดิม มีวัฒนธรรมที่อนุรักษ์และส่งต่อให้กับลูกหลานมากมาย เช่น ศิลปะการฟ้อนรำ ดนตรีผู้ไทย การทอผ้า ฯลฯ ผู้วิจัยพบว่ารูปแบบการปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมพื้นถิ่น โดยเฉพาะการแต่งกายชุดผู้ไทยในโรงเรียนมีอยู่ทุกพื้นที่ในหมู่บ้านชาวผู้ไทย เช่น โรงเรียนชุมชนโนนพิทยาก อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้มีการจัดการสอนในหลักสูตรสาระท้องถิ่น ซึ่งเป็นหลักสูตรที่มุ่งเน้นให้เยาวชนเรียนรู้การทอผ้าไหมแพรวา อันเป็นการปลูกฝังและสร้างค่านิยมให้กับเยาวชนให้มีใจรักและหวงแหนในวัฒนธรรมของตน ส่งต่อภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมืองให้กับเยาวชนร่วมสืบสาน พร้อมเปิดช่องทางการจำหน่ายริ้วขายทางออนไลน์ สร้างรายได้ระหว่างเรียนและเป็นทุนการศึกษาในอนาคต โดยหลักสูตรทำให้เด็กมีวิชาชีพติดตัวทุกคน

3. ชุดผู้ไทยในพิธีกรรม ชาวผู้ไทยมีพิธีกรรมที่เป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมอันเกิดจากความเชื่อและการนับถือผีที่เรียกกันว่า “พิธีเหยา” เป็นพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสวมชุดผู้ไทยในการประกอบพิธีกรรม ผู้ที่ทำพิธีการเหยาเรียกว่า โดยหมอเหยาจะใส่ชุดผู้ไทยจนจบพิธีกรรม หมอเหยาเป็นผู้ที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษโดยปู่ย่า ตายาย แม่ เป็นหมอเหยามาก่อน ลูกก็จะสืบทอดการเป็นหมอเหยา ในการประกอบพิธีเหยา จะมีตัวแทนที่เป็นสื่อกลางระหว่างผีกับคนคือ หมอเหยา ซึ่งเป็นผู้ที่ทำหน้าที่ในการประกอบพิธีกรรม หมอเหยาจะแต่งกายด้วยชุดผู้ไทยเต็มยศ คือใส่เสื้อผู้ไทย เบี่ยงผ้าแพรสีแดง แพรดาไล้ หรือแพรสีปะโด เก้าอี้มมอยและใส่ผ้าแพรมนในลักษณะของการมัดตั้นผม มีการใส่ผ้าขาวประดับที่บนศีรษะ (ซึ่งเป็นที่มาของการแต่งกายประกอบศิลปะการฟ้อนอีสานในปัจจุบัน) และสวมมาลัยดอกจำปาที่บนศีรษะ และลำตัว โดยใส่ทับเป็นสังวาลย์กากบาทซึ่งการแต่งกายลักษณะนี้จะหมายถึงการป้องกันคนหลงของ หรือป้องกันสิ่งไม่ดีเข้ามาแทรกการแต่งกายของสตรีชาวผู้ไทยในพิธีเหยา นับว่าเป็นรูปแบบการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์อย่างโดดเด่น จากการลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลในพิธีเหยา ผู้วิจัยพบว่าหมอเหยา นอกจากจะเป็นกลุ่มบุคคลที่มีการอนุรักษ์และสืบสานพิธีกรรมโบราณของชาวผู้ไทย ยังเป็นกลุ่มบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการอนุรักษ์รูปแบบการแต่งกายของ

ชาวผู้ไทยดั้งเดิมได้เป็นอย่างดี ดังที่เคยมีบุคคลท่านหนึ่งได้ให้คำแนะนำผู้วิจัยว่า “หากอยากเห็นการแต่งกายของชาวผู้ไทยแบบดั้งเดิม ให้ไปดูการแต่งกายของหมอเหยา” ซึ่งก็เป็นความจริงดังคำบอกกล่าวตามที่ได้เห็นมา

4. ชุดผู้ไทยกับนาฏกรรมอีสาน ชาวผู้ไทยเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีการร้องรำและการดนตรีอันเป็นเอกลักษณ์ ท่วงทำนองในการขับร้องที่เป็นทำนองผู้ไทย ทำให้เกิดการพ้องประกอบทำนอง และกลายมาเป็นศิลปะการพ้องที่เรียกกันว่า “พ้องผู้ไทย” พ้องผู้ไทยเป็นการพ้องที่เกิดขึ้นในชุมชนชาวผู้ไทยเมื่อปี พ.ศ. 2521 เนื่องจากเป็นการพ้องที่เกิดขึ้นจากพื้นฐานทางด้านวัฒนธรรมของชนกลุ่มและเกิดจากองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ และด้วยช่วงเวลาที่เกิดการพ้องดังกล่าวยังไม่นานมากนัก จึงทำให้พ้องผู้ไทย ไม่มีการเปลี่ยนแปลง หรือเกิดพัฒนาการที่ชัดเจน ในปี พ.ศ.2536 วิทยาลัยนาฏศิลปกาฬสินธุ์ ได้มีการนำเอาศิลปะการพ้องของชาวผู้ไทยในพื้นที่ มาปรับปรุงและสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นรูปแบบแบบแผนทางนาฏยศิลป์ที่ชัดเจนมากขึ้น โดยได้นำเอาการพ้องของชาวผู้ไทยในพื้นที่ต่าง ๆ ในจังหวัดกาฬสินธุ์ มีการเก็บข้อมูลในเขตอำเภอเขาวง อำเภอกุฉินารายณ์ และอำเภอกำม่วง รวบรวมเอาไว้ด้วยกัน และนำมาสร้างสรรค์เป็นศิลปะการพ้องพื้นบ้านในชุด “พ้องผู้ไทยกาฬสินธุ์” ในแบบฉบับของวิทยาลัยนาฏศิลปกาฬสินธุ์ กรมศิลปากร พ้องผู้ไทยกาฬสินธุ์ที่สร้างสรรค์โดยวิทยาลัยนาฏศิลปกาฬสินธุ์ได้ทำการแสดงครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2537 ณ พระตำหนักภูพานราชนิเวศน์ จังหวัดสกลนคร ปัจจุบัน “พ้องผู้ไทยกาฬสินธุ์” ได้กลายเป็นศิลปะการพ้องที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีปรากฏให้เห็นทุกเทศกาลงานบุญ โดยเฉพาะงานประจำจังหวัด และงานพ้องบวงสรวงพระยาชัยสุนทร จะมีการนำเอาพ้องผู้ไทยไปอยู่ในโปรแกรมการแสดงเกือบทุกเทศกาล และในมหกรรมโปงลางแพรวา และงานกาชาด ซึ่งเป็นงานประจำปีของจังหวัดกาฬสินธุ์ จะมีการประกวดวงโปงลางทุก ๆ ปี ในชุดการแสดงบังคับเพื่อใช้ในการประกวดจะมีการแสดงอัตลักษณ์วัฒนธรรมคือชุด “พ้องผู้ไทยกาฬสินธุ์” ในทุกทีมที่มาร่วมการแข่งขัน นอกจากการแต่งกายชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์จะเป็นรูปแบบการแต่งกายประกอบการพ้องผู้ไทยกาฬสินธุ์แล้ว ในศิลปะการพ้องร่วมสมัย หรือการพ้องของชาวผู้ไทยบางชุด ก็มีการสวมใส่ชุดอัตลักษณ์ของชาวผู้ไทยประกอบการแสดงด้วย เช่น เซิ้งกระหัง ศิลปะการพ้องของชาวผู้ไทยบ้านหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ พ้องมัลลย์ไม้ฝำและเซิ้งบั้งไฟของบ้านกุดหว้า อำเภอกุฉินารายณ์ พ้องผู้ไทยสามเผ่า ฯลฯ

5. ชุดผู้ไทยในงานบุญประเพณีของชาวกาฬสินธุ์ ชาวผู้ไทยเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่ยึดถือขนบจารีตในการยึดถือมาอย่างช้านาน สิ่งที่เป็นธรรมเนียมปฏิบัติในการดำรงชีวิต นอกจากหลักคำสอนของบรรพชนชาวผู้ไทยแล้ว ยังมีการยึดถือและปฏิบัติตามแนวทางเช่นเดียวกับชาวอีสานโดยทั่วไปคือ การให้ความสำคัญกับประเพณีและงานบุญต่าง ๆ ตาม ฮีต 12 หรือประเพณี 12 เดือน ในการแต่งกายเพื่อการเข้าร่วมงานบุญ หากเป็นงานบุญที่มีความเกี่ยวเนื่องกับพระพุทธศาสนา ในสมัยก่อนสตรีชาวผู้ไทยจะนิยมสวมเสื้อสีขาวที่เย็บจากผ้าดิบสีขาว แต่ในยุคปัจจุบัน มีการตัดเย็บเสื้อผู้ไทยเป็นสีขาว ซึ่งรูปแบบการตกแต่งจะเหมือนกับเสื้อผู้ไทยตามอัตลักษณ์ที่เป็น เสื้อสีดำ ทุกอย่างโดยผู้วิจัยได้นิยามรูปแบบของการปรับเปลี่ยนนี้ว่าเป็น “เสื้อผู้ไทยประยุกต์” เพราะในอัตลักษณ์ดั้งเดิมตามประวัติศาสตร์ ชาวผู้ไทยที่นุ่งขาวห่มขาว จะไม่ได้อพยพเข้ามาที่ประเทศไทย การแต่งชุดผู้ไทยในรูปแบบของการสวมเสื้อสีขาว จึงเป็นเพียงการประยุกต์การแต่งกายเพื่อ

ร่วมงานบุญตามยุคสมัยเท่านั้น สำหรับงานบุญในฮีต 12 เดือนนี้ ชาวผู้ไทยจะให้ความสำคัญในทุกงานบุญ โดยมีการจัดงานในหลากหลายพื้นที่ ทั้งในรูปแบบของการจัดงานเพื่อการสืบสานประเพณี และในรูปแบบของการจัดงานประจำปีที่ยิ่งใหญ่ ในระหว่างช่วงเวลาของการเก็บข้อมูลภาคสนามผู้วิจัยได้มีโอกาสร่วมอยู่ในงานบุญประเพณีที่จัดขึ้นในหลายพื้นที่ ซึ่งผู้วิจัยพบว่า ทุกงานบุญประเพณี ชาวผู้ไทยจะมีการสวมใส่ชุดผู้ไทยกันอย่างพร้อมเพรียง ทั้งในรูปแบบของการมาร่วมงาน และในบทบาทของหน้าที่ในการสืบสานงานบุญ ซึ่งชาวผู้ไทยได้ยึดปฏิบัติกันมาทั้ง 12 เดือน

6. ชุดผู้ไทยกับการกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ชุดผู้ไทยของสตรีชาวผู้ไทยในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมการทอผ้าและการสวมใส่ชุดอัตลักษณ์ ในอดีตนั้นผลงานในการทอผ้าของสตรีชาวผู้ไทย จะทำเพื่อการใช้งานในครัวเรือน การทอใช้เองในชุมชนและเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นคุณค่าทางด้านวัฒนธรรม ด้วยฝีมือทักษะในเชิงช่างของสตรีชาวผู้ไทย แต่ในปัจจุบันนั้นผลงานผ้าทอมุ่งเน้นการทอเพื่อจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้ใช้ในสังคมเมืองที่อยู่นอกชุมชน สถานะของผ้าทอจึงเปลี่ยนจาก "คุณค่า" มาเป็น "มูลค่า" ทางเศรษฐกิจ ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว ผ้าทอของชาวผู้ไทย จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมจากการทอผ้าเพื่อใช้สอยเองในครอบครัว มาเป็นการทอผ้าเพื่อการจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์ โดยได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงลักษณะลวดลายและสีสันทันเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในสังคมเมืองและชาวต่างชาติ

วัฒนธรรมผู้ไทยเริ่มเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอัตลักษณ์การแต่งกายที่งดงาม สร้างความประทับใจให้กับผู้ที่ได้พบเห็น ในพื้นที่อำเภอคำม่วงและอำเภอสหัสขันธ์ว่าเป็นพื้นที่สำคัญในการพัฒนาและบุกเบิกวัฒนธรรมสู่การท่องเที่ยว ผู้คนต่างถิ่นเริ่มให้ความสนใจในวัฒนธรรมของชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์ และเป็นช่วงเวลาที่ชาวผู้ไทยเริ่มมีการพัฒนาสินค้าภูมิปัญญาออกสู่ตลาด โดยเฉพาะวัฒนธรรมสิ่งทอต่าง ๆ ชาวผู้ไทยมีการพัฒนารูปแบบการทอผ้าที่ใช้ในการนุ่งห่ม สู่การเป็นสินค้าชุมชน (OTOP) และสร้างรายได้สู่ครัวเรือน สร้างเศรษฐกิจให้กับชุมชน ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ ภายใต้บริบทและการเปลี่ยนแปลงดังที่กล่าวมาข้างต้น ก็ทำให้ชุดผู้ไทยก้าวเข้าสู่การกลายเป็นสินค้า ทั้งในแง่ของการค้า และด้วยเหตุผลในการปรับเปลี่ยนผ้าทอมือจาก “หัตถศิลป์” มาเป็นบทบาทใหม่เป็น “สินค้าหัตถกรรม” ที่ช่วยให้ชุมชนสามารถสร้างคุณค่าใหม่ทางเศรษฐกิจขึ้น ในช่วงปี พ.ศ. 2537 ได้มีการนำเอาชุดผู้ไทยมาปรับเปลี่ยนเป็นสินค้า ซึ่งก่อนหน้านี้ชุดผู้ไทยจะมีการสวมใส่เฉพาะชาวผู้ไทย เมื่อชุมชนชาวผู้ไทยเปิดกว้างให้บุคคลภายนอก และนักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสวัฒนธรรม จึงทำให้เกิดปรากฏการณ์ในการไหลบ่าทางวัฒนธรรม โดยภาพความงามของชุดอัตลักษณ์ได้เผยแพร่ออกไปทำให้บุคคลภายนอกมีความชื่นชอบ ชื่นชม และอยากสวมใส่ จึงทำให้เกิดออเดอร์การตัดชุดผู้ไทยเกิดขึ้น ช่างตัดเสื้อในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ต่างเริ่มเรียนรู้วิธีการและการประยุกต์เสื้อผู้ไทยเพื่อการใช้งานที่ง่าย สะดวก และราคาย่อมเยา จึงมีการใช้ผ้าไหมญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผ้าโรงงานที่มีเนื้อผ้าหยาบคล้ายกับไหมไหม 4 เส้น นำมาตัดเสื้อผู้ไทยเพื่อการจำหน่าย และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี (นิรมล จันทร์สองสุข, 2565)

นอกจากนี้ทางภาครัฐ โดยการส่งเสริมและสนับสนุนของหน่วยงานต่าง ๆ ยังมีการพัฒนาอาชีพกลุ่มสตรีในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้วยสินค้าที่หลากหลาย โดยเฉพาะสินค้าที่เป็นองค์ประกอบในการแต่งกาย ชุดอัตลักษณ์ชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์ เช่น การทอผ้าชิ้น การทอตีนชิ้น การทอผ้าเปี่ยงแพรวา ผ้าเปี่ยงแพรวชิต และ

ผ้าแพรมน ปัจจุบันสินค้าชุดอัตลักษณ์ผู้ไทยกาฬสินธุ์ เป็นสินค้าที่ซื้อหากันได้โดยทั่วไป มีการปรับประยุกต์สินค้าให้หลากหลาย ทั้งในเรื่องของสีสันทัน และลวดลายในการทอผ้า ซึ่งผู้วิจัยได้นิยามชุดอัตลักษณ์ในรูปแบบนี้ว่าเป็นชุดผู้ไทยสมัยนิยม โดยจะมีการจำหน่ายตามเทศกาลงานประจำปี งานจัดแสดงสินค้าต่าง ๆ และที่ศูนย์ OTOP จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งจะมีร้านค้าจำหน่ายชุดอัตลักษณ์อย่างหลากหลาย จึงเป็นเรื่องที่แสนง่ายหากใครต้องการสวมใส่ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ เพียงแค่เลือกสรรในแบบที่ชอบก็สามารถมีชุดผู้ไทยไว้ในครอบครองอย่างง่ายดาย

7. ชุดผู้ไทยกับสื่อและการประชาสัมพันธ์สู่สาธารณชน โลกแห่งการสื่อสารจากอดีตถึงปัจจุบันที่มีหลายสิ่งที่สามารถสร้างชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จักจากตัวสินค้าที่เรียกกันทั่วไปว่า “สื่อ” โดยสื่อเป็นสิ่งที่ทำให้ทุกสิ่งในโลกกลายเป็นกระแสและเป็นสิ่งที่สร้างความเปลี่ยนแปลงที่สุดของทุกยุคสมัย โลกของการสื่อสารมีกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ในการนำเสนอคือ “สื่อมวลชน” โดยที่หน้าที่การนำเสนอข่าว การเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนในสังคม หรือกระทั่งการสร้างตำรา เอกสารด้านการเรียนการสอนเชิงวิชาการก็มีในหนังสือพิมพ์สมัยก่อน โดยได้สะท้อนปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของเนื้อหา คือเหตุการณ์นั้นต้องเกิดขึ้นจริง รวมไปถึงในสื่อสังคมออนไลน์ ช่องทางการสื่อสารทางเลือกใหม่

ปัจจุบันความเจริญเติบโตทางเทคโนโลยี ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสื่อโดยเราจะเห็นว่ามีอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อการรายงานข่าวของนักข่าว ซึ่งจากเดิมต้องรายงานผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงผ่านโทรศัพท์ ผ่านหนังสือพิมพ์ ขยับเข้าสู่เว็บไซต์ จนกระทั่งต้องรายงานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ Line ซึ่งมีทั้งสื่อในรูปแบบของภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ทั้งนี้ประชาชนในสังคมนอกจากจะรับข่าวสารผ่านสื่อดั้งเดิมอย่างหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและโทรศัพท์ การเข้ามาของสื่อสังคมออนไลน์ทำให้พฤติกรรมการรับข่าวสารของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากขึ้น เพราะวันนี้คนส่วนใหญ่ทุกคนมีหน้าจอโทรศัพท์มือถือของตัวเองตลอดเวลา จากการรวบรวมข้อมูล และได้เห็นการนำเสนอเรื่องราวทางศิลปะและวัฒนธรรมผ่านสื่อมวลชน โดยเฉพาะอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวชาติพันธุ์ผู้ไทย นอกจากวัฒนธรรมทางภาษา วัฒนธรรมด้านอาหารการกิน วัฒนธรรมด้านศิลปะการแสดงฟ้อนรำ สิ่งที่น่าสนใจนอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมการแต่งกาย ที่ได้สะท้อนผ่านเรื่องราวแห่งภูมิปัญญาในการทอผ้า การประดิษฐ์ประดอย และวัฒนธรรมในการนุ่งห่มของชาวผู้ไทย ซึ่งมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ มีวิวัฒนาการในการส่งเสริมจากสื่อต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์สู่สาธารณชนอย่างต่อเนื่องและยาวนาน

8. ชุดผู้ไทยกับนโยบายการส่งเสริม อนุรักษ์วัฒนธรรมการแต่งกายจากภาครัฐ จากการศึกษาที่มาเรื่องราว และข้อมูลซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเรียบเรียง ตามเหตุการณ์ในสิ่งที่เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบการสวมใส่ชุดผู้ไทย ซึ่งเดิมจะสวมใส่กันเฉพาะในหมู่บ้าน หรือชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ชาวผู้ไทยที่กระจายกันอยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ ในจังหวัดกาฬสินธุ์ ต่อมาภายหลังได้มีการนำเอาชุดผู้ไทยมาสวมใส่ในงานสำคัญของจังหวัด และปัจจุบันสตรีชาวจังหวัดกาฬสินธุ์ได้สวมใส่ชุดผู้ไทยกันโดยทั่วไป ไม่เพียงเฉพาะสตรีชาวผู้ไทย สิ่งที่เกิดการเปลี่ยนแปลงจากวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ แล้วเกิดการเผยแพร่ออกไปสู่สังคมภายนอก จนกลายเป็นเอกลักษณ์การแต่งกาย นอกเหนือจากปัจจัยที่กล่าวมาจากหัวข้อก่อนหน้านี้ ผู้วิจัยพบว่านโยบายการส่งเสริม อนุรักษ์วัฒนธรรมการแต่งกายจากภาครัฐเป็นส่วนในการขับเคลื่อนที่สำคัญ ซึ่งทำให้มีการกระจายวัฒนธรรมอย่างเป็น

รูปธรรม ผู้วิจัยได้เรียบเรียงเหตุการณ์ที่เป็นนโยบายในการส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมการแต่งกายจากภาครัฐซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนแปลงในการทำให้ชุดผู้ไทย กลายเป็นการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ตามลำดับดังนี้

8.1 การจัดงานกาฬสินธุ์ครบรอบ 210 ปี ในปี พ.ศ.2546 ซึ่งเป็นยุคของนายชัยรัตน์ มาประณีตผู้ว่าราชการจังหวัดกาฬสินธุ์ ได้มีการส่งเสริมให้ ข้าราชการ พนักงานทุกหมู่เหล่า นักธุรกิจ สมาคมต่าง ๆ และประชาชนชาวจังหวัดกาฬสินธุ์ ใส่ชุดผ้าไหมแพรวา เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ และมีการจัดทำหนังสือครบรอบ 210 ปีจังหวัดกาฬสินธุ์โดยครั้งนั้นนางเบญจมาศ มาประณีต นายกเหล่ากาชาดกาฬสินธุ์ ได้ใส่ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ในการถ่ายแบบด้วย ซึ่งนับว่าเป็นการนำเอาชุดผู้ไทยมาสวมใส่ให้เป็นที่ประจักษ์ต่อสายตาผู้คนในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นคนแรก หลังจากนั้นก็ได้มีการรณรงค์ส่งเสริมให้ ข้าราชการ พ่อค้าคหบดี ประชาชนได้นำเครื่องแต่งกายของชาวผู้ไทยมาสวมใส่ ซึ่งเริ่มต้นจากงานกิจกรรมประจำปี อาทิ งานมหกรรมโปงลางแพรวาและงานกาชาดจังหวัดกาฬสินธุ์ เครื่องแต่งกายชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ถูกสวมใส่เป็นอาภรณ์พร้อมเครื่องประดับให้กับศิลปิน นางรำ โดยนักเรียนจากโรงเรียนกาฬสินธุ์พิทยาสรรพ์ และนักเรียนจากวิทยาลัยนาฏศิลป์กาฬสินธุ์ และยังมีข้าราชการร่วมกันสวมใส่ในงานสำคัญของจังหวัด จากจุดเริ่มต้นนี้เอง จึงมีการส่งเสริมให้สตรีชาวกาฬสินธุ์ทั่วไปแต่งกายชุดผู้ไทย และกลายเป็นส่วนหนึ่งในการแต่งกายในทุกเทศกาล

8.2 การจัดงานกาฬสินธุ์ครบรอบ 222 ปี การจัดงานกาฬสินธุ์ครบรอบ 222 ปี ถือเป็นปรากฏการณ์ของการแต่งกายชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ครั้งสำคัญ และเกิดเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่ทำให้ชุดอัตลักษณ์ของชาวผู้ไทยได้เกิดภาพจำอันน่าประทับใจที่เผยแพร่ออกไปทั่วโลก คือการได้รับนโยบายของกระทรวงมหาดไทยที่เน้นให้ผู้ว่าราชการจังหวัดในแต่ละจังหวัดเข้ามาสนับสนุนส่งเสริมสินค้าในชุมชน โดยจังหวัดกาฬสินธุ์มีการจัดงานกาฬสินธุ์ครบรอบ 222 ปี (พ.ศ.2558) ครั้งนั้นผู้วิจัยยังได้ร่วมสังเกตการณ์ในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ และได้เห็นถึงความยิ่งใหญ่เต็มไปด้วยกลิ่นอายวัฒนธรรมของชาวผู้ไทย มีการนำเอาศิลปะทางด้านดนตรีโปงลางกับศิลปะการแสดงของชาวผู้ไทยมาเป็นกิจกรรมการแสดงออกทางวัฒนธรรมอย่างตระการตา โดยเฉพาะรูปแบบการแต่งกายของชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์ ซึ่งมีนายวินัย วิทยานุกูล ผู้ว่าราชการจังหวัดกาฬสินธุ์ ในสมัยนั้นได้เป็นผู้ออกนโยบายให้การจัดงานบวงสรวงพระยาชัยสุนทร เจ้าเมืองกาฬสินธุ์คนแรก ซึ่งเป็นช่วงก่อนพิธีเปิดงาน โดยกำหนดให้มีนักแสดงพ็อนผู้ไทยกาฬสินธุ์ แต่งกายด้วยชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ ใช้ผู้แสดงทั้งสิ้น 2,222 คนจนทำให้เกิดภาพความงามทางวัฒนธรรมที่น่าประทับใจ โดยความยาวของขบวนพ็อนยาวไปตลอดเส้นทางกว่า 2 กิโลเมตร ซึ่งผู้ที่มาพ็อนรำจะมาจากสตรีจังหวัดกาฬสินธุ์ทั้ง 18 อำเภอร่วมพิธีบวงสรวง 222 ปีกาฬสินธุ์ อย่างยิ่งใหญ่ และภายหลังจากการจัดงานดังกล่าว นายวินัย วิทยานุกูล ผู้ว่าราชการจังหวัดกาฬสินธุ์ยังได้ให้นโยบายในการส่งเสริมการแต่งกายด้วยผ้าพื้นเมืองผ้าไหมแพรวา ซึ่งเป็นหนึ่งในราชินีแห่งไหมไทย โดยขอความร่วมมือให้ข้าราชการทุกกระทรวง ทบวง กรมที่อยู่ในจังหวัดกาฬสินธุ์ แต่งกายในชุดผู้ไทยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ทำให้ครั้งนั้นได้มีการจับจ่าย สตรีชาวกาฬสินธุ์ต่างหาซื้อชุดอัตลักษณ์และองค์ประกอบที่ใช้ในชุดผู้ไทยจนทำให้เม็ดเงินจากการซื้อขายมียอดการจำหน่ายเป็นจำนวนมาก และถือว่าสูงที่สุดในประวัติศาสตร์ ทำให้กลุ่มทอผ้า กลุ่มสตรี และผู้ประกอบการ OTOP ได้เร่งทำการทอและมีการผลิตสินค้าวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่เป็นจำนวนมาก

8.3 มหกรรมผู้ไทยนานาชาติ มหกรรมผู้ไทยนานาชาติ “เขาวงสวยามาก” (พ.ศ.2560) และ “โฮมรากเหง้าเผ่าผู้ไทย (พ.ศ.2566) กิจกรรมนี้ ผู้วิจัย ได้เข้าร่วมสังเกตการณ์การจัดงาน เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นตามนโยบายของจังหวัดกาฬสินธุ์ ที่ได้มอบหมายให้สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาฬสินธุ์ และสำนักงานเทศบาลตำบลกุดสิม อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ร่วมกันจัดขึ้น โดยมีการจัดขบวนแห่การแต่งกายโดยสตรีชาวผู้ไทยจากหลากหลายพื้นที่ และมีข้าราชการ นักการเมือง ท้องถิ่นเข้าร่วมสนับสนุนกิจกรรม มีการจัดให้มีเวทีเสวนาความเป็นมาของกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไทยและประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเป็นการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมของชาวผู้ไทยตามนโยบายของทางจังหวัดกาฬสินธุ์ นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมแฟชั่นโชว์ชุดอัตลักษณ์ของชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์ โดยกิจกรรมนี้เป็นส่วนหนึ่งในงานมหกรรมผู้ไทยนานาชาติ “โฮมรากเหง้าเผ่าผู้ไทย” ผู้วิจัยได้ร่วมสังเกตการณ์และจัดหาชุดอัตลักษณ์ชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์ให้กับท่านผู้ว่าจังหวัดกาฬสินธุ์ นายกเหล่ากาชาด รองผู้ว่า นายก อบจ.กาฬสินธุ์ นายกเทศมนตรีตำบลกุดสิม โดยเป็นชุดอัตลักษณ์ดั้งเดิมแบบโบราณ และเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานวิจัยสร้างความประทับใจในงานและได้รับเสียงตอบรับดีมาก จนทำให้ภาพกิจกรรมปรากฏขึ้นหน้า 1 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น รวมถึงเว็บไซต์จากสำนักข่าวหลายสำนัก และกิจกรรมนี้เป็นเหมือนการจุดประกาย ปลุกกระแสให้ชาวผู้ไทยหันมาสนใจการแต่งกายในรูปแบบดั้งเดิมมากขึ้น



ภาพที่ 3 ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ที่ปรากฏในงานสำคัญของจังหวัดกาฬสินธุ์

8.4 กิจกรรมพื้ณบวงสรวงพระยาชัยสุนทร เป็นกิจกรรมที่ได้มีการจัดอย่างต่อเนื่องจากปี พ.ศ. 2558 (จัดงานฉลองกาฬสินธุ์ 222 ปี) จนกลายเป็นงานประจำปี (ยกเว้นปีที่มี Covid ระบาด) ซึ่งกิจกรรมนี้เป็นการส่งเสริมสานต่อยุทธศาสตร์ และได้รับความร่วมมือจากชาวจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นอย่างดี โดยเฉพาะสตรีกาฬสินธุ์ที่เคยมาพื้ณบวงสรวงพระยาชัยสุนทรด้วย งานนี้ผู้วิจัยได้เข้าร่วมสังเกตการณ์ในการทำกิจกรรมทุกปีอย่างต่อเนื่องเช่นกัน พร้อมกับร่วมพื้ณบวงสรวงพระยาชัยสุนทรด้วย ซึ่งจากการสังเกตการณ์และการเก็บข้อมูลภาคสนามพบว่า สตรีที่มาร่วมงานโดยส่วนใหญ่ไม่ใช่ชาวผู้ไทยแต่เป็นสตรีชาวกาฬสินธุ์ที่มีชุดผู้ไทยเป็นของตนเองทุกคน และชุดที่สวมใส่มาร่วมงานก็เป็นชุดที่มีเก็บไว้ใช้ในงานสำคัญ หรือนงานพื้ณบวงสรวงที่ทางจังหวัดจัดขึ้น สตรี

ชาวกาฬสินธุ์แต่ละคนที่มาร่วมงานต่างมีความสนใจในการจัดซื้อหรือสรรหาชุดผู้ไทยเป็นของตนเอง และบางคนมีไว้ในครอบครองหลายชุด ซึ่งทุกคนก็รู้สึกภูมิใจที่ได้สวมใส่ชุดอัตลักษณ์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ ถึงแม้จะไม่ได้มีเชื้อสายผู้ไทย แต่ก็ภูมิใจในวัฒนธรรมของจังหวัดกาฬสินธุ์ และภูมิใจที่ได้สวมใส่ชุดอัตลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์การแต่งกายของจังหวัดกาฬสินธุ์ จากการสังเกตการณ์และเก็บข้อมูลในงานฟ้อนบวงสรวงพระยาชัยสุนทรผู้วิจัยยังพบว่าสตรีชาวจังหวัดกาฬสินธุ์ได้ซึมซับในอัตลักษณ์การแต่งกาย และกลายเป็นภาพที่ชินตาในการสวมใส่ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มาร่วมงานพบว่า ในปัจจุบันสตรีชาวกาฬสินธุ์เกือบทุกคนต้องมีชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ไว้สวมใส่ในงานสำคัญหรืองานประจำปีและต้องมีติดตู้เสื้อผ้าไว้คนละ 1 ชุดเป็นอย่างน้อย

8.5 เหล่ากาชาดจังหวัดกาฬสินธุ์กับบทบาทการส่งเสริมชุดอัตลักษณ์ผู้ไทยกาฬสินธุ์
ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเหล่ากาชาดกาฬสินธุ์นั้นเป็นกลุ่มสตรีที่มีบทบาทสำคัญ ทั้งการส่งเสริม และการรณรงค์ให้สมาชิกเหล่ากาชาดสวมใส่ชุดผู้ไทย โดยแต่ละคนจะมีกำลังในการซื้อหาหรือการตัดเย็บและเลือกผืนผ้าที่มีราคาแพงมาสวมใส่ และเมื่อการแต่งกายปรากฏต่อสายตาประชาชน ทำให้ประชาชนทั่วไปที่ไม่ใช่สตรีชาวผู้ไทย สนใจที่จะเลือกซื้อมาสวมใส่เช่นกัน เหล่ากาชาดจังหวัดกาฬสินธุ์ นับว่าเป็นกลุ่มบุคคลที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้ชุดผู้ไทยกายเป็นเอกลักษณ์การแต่งกายของสตรีชาวกาฬสินธุ์ โดยเป็นกลุ่มสตรีกลุ่มแรกที่ไม่ใช่สตรีชาวผู้ไทยที่นำเอาชุดผู้ไทยมาสวมใส่ในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์และปรากฏต่อสาธารณชน จนทำให้สตรีในจังหวัดกาฬสินธุ์ทั่วไป กล้าที่จะสวมใส่ชุดผู้ไทย และกลายเป็นชุดประจำกายกึ่งทางการที่สตรีเหล่ากาชาดทุกท่านต้องมีไว้ในครอบครอง จากการสัมภาษณ์สมาชิกเหล่ากาชาดผู้วิจัยพบว่าโดยส่วนใหญ่สมาชิกเหล่ากาชาดจะมีชุดผู้ไทยคนละมากกว่า 3 ชุด ในการแต่งกาย แต่ครั้งที่มีการแต่งกายชุดผู้ไทยจะได้รับความสนใจจากผู้พบเห็นรวมถึงประชาชนนักท่องเที่ยวที่ยังไม่มีชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ ก็อยากที่จะสวมใส่เช่นกัน จนเกิดเป็นกระแสนิยมอย่างมาก

8.6 องค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์กับการส่งเสริมชุดผู้ไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์ภายใต้การบริหารของนางเฉลิมขวัญ หล่อตระกูล นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งเป็นองค์กรที่มีบทบาทต่อการส่งเสริมการแต่งกายชุดอัตลักษณ์ของชาวผู้ไทยเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์นางเฉลิมขวัญ หล่อตระกูล นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งถือเป็นบุคคลหนึ่งที่นิยมสวมใส่ผ้าชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ในงานสำคัญของจังหวัดหรืองานที่มีความเกี่ยวข้องกับทางด้านวัฒนธรรมพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ และยังได้มีนโยบายส่งเสริมสินค้าชุมชน และส่งเสริมให้ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ และพนักงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสวมใส่ชุดผ้าไทยหรือชุดผู้ไทยทุกวันศุกร์ของสัปดาห์ มีการจัดสรรงบประมาณการจัดงานเชิงวัฒนธรรม พร้อมกับการรณรงค์ให้ประชาชนและเจ้าหน้าที่ในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสวมใส่ชุดผู้ไทย เพราะเห็นว่าในปัจจุบันชุดผู้ไทยได้กลายเป็นภาพลักษณ์ของวัฒนธรรม และเป็นเอกลักษณ์การแต่งกายของจังหวัดกาฬสินธุ์

สรุปผล

ชุดผู้ไทยสตรีภาพสินธุ์ เดิมจะสวมใส่กันเฉพาะสตรีชาวผู้ไทย ซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่กระจายกันตั้งหมู่บ้านอยู่ในหลายพื้นที่ของจังหวัดกาฬสินธุ์ สตรีชาวผู้ไทยจะสวมใส่ชุดผู้ไทยเฉพาะในโอกาสพิเศษ ซึ่งในปี พ.ศ. 2520 หลังการเสด็จของสถาบันพระมหากษัตริย์ ได้ทำให้ชุดผู้ไทยเป็นที่รู้จักของคนทั่วโลกด้วยพระบารมีปกเกล้าฯชาวผู้ไทยจังหวัดกาฬสินธุ์ องค์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวงได้ทรงเห็นถึงอัตลักษณ์ความงามของการแต่งกายชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ และพระองค์ได้ทรงเปิดเผยความงามของชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ออกสู่สายตาชาวโลกโดยทรงฉลองพระองค์ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ พาดด้วยผ้าเปี่ยงแพรวาวในระหว่างการเสด็จ เยือนญี่ปุ่น เมื่อ พ.ศ. 2524 จึงกล่าวได้ว่าสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง เป็นบุคคลแรกที่ไม่ใช่ชาวผู้ไทยที่สวมใส่ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ ปรากฏออกสู่สังคมภายนอกของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์

สตรีชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์สวมใส่ชุดผู้ไทยในงานประเพณี หรืองานพิธีการ โดยเฉพาะหมอเหยาที่เป็นสื่อกลางในพิธีกรรมและความเชื่อดั้งเดิม และหมอเหยาจะเป็นกลุ่มคนที่มีการอนุรักษ์การสวมใส่ชุดผู้ไทยเป็นอย่างดี และชุดผู้ไทยกับพิธีเหยา ก็เป็นภาพความงามที่แฝงด้วยความเชื่อ ความศรัทธาและมีความน่าเกรงขามรวมอยู่ด้วยกัน ในโรงเรียนซึ่งเป็นชุมชนชาวผู้ไทย ได้มีนโยบายในการอนุรักษ์วัฒนธรรมการแต่งกายชุดผู้ไทยด้วยการให้เด็กนักเรียนสวมใส่ชุดผู้ไทยไปโรงเรียนสัปดาห์ละ 1 ครั้ง เพื่อเป็นการปลูกฝังให้เด็ก ๆ รักและเห็นคุณค่าในอัตลักษณ์พื้นถิ่นของตนเอง ซึ่งเด็ก ๆ ก็สวมใส่ได้อย่างน่ารักและทุกคนก็มีความสุขมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีการสร้างหลักสูตรในรายวิชาการเรียนรู้เรื่องการทอผ้าทุกขั้นตอน ตั้งแต่การออกแบบลวดลาย การออกแบบทอสีของผ้า การย้อมสีผ้า การทอผ้า และการตลาดคน มีการส่งเสริมอัตลักษณ์การแต่งกายผ่านนโยบายจากภาครัฐ อันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ทำให้สตรีชาวผู้ไทยปรับเปลี่ยนรูปแบบการสร้างสรรค์สิ่งทอซึ่งจากเดิมจะทอกันเพื่อใช้ในครัวเรือน เป็นการสร้างอาชีพและสร้างรายได้ผ่านงานหัตถกรรมของชาวผู้ไทย

กระบวนการกลายเป็นเอกลักษณ์การแต่งกายของสตรีชาวผู้ไทย พบว่า “ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์” เป็นส่วนหนึ่งของการหลอมรวม สมานฉันท์ของคนในสังคม เป็นสัญลักษณ์แห่งการสร้างชุมชนและตัวตนของชาวจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นเครื่องบ่งชี้ความรู้มรดกทางศิลปวัฒนธรรมและปรัชญา ปัญญาของเหล่าศิลปินชั้นครูที่ได้ฝาก “ศาสตร์และศิลป์” ประดับไว้ในแผ่นดินและแพร่กระจายความวิจิตรสุนานาอารยประเทศ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปปัจจัยที่มีส่งเสริมให้ชุดผู้ไทยได้กลายเป็นเอกลักษณ์การแต่งกายของสตรีภาพสินธุ์ ในบริบททางสังคมกับวิถีแห่งการแต่งกาย ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ “หัตถกรรมชาวบ้าน” บ่งชี้ถึงปัจจัยสำคัญในการกำหนดเอกลักษณ์ของชาวจังหวัดกาฬสินธุ์ และกำหนดคุณค่าและวัฒนธรรมสิทธิของชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์ ผ้าทุกผืนล้วนบ่งบอกถึงเอกลักษณ์และวิถีชีวิต รากเหง้าพื้นฐานของความเป็นชาติพันธุ์ สืบทอดจากบรรพบุรุษตั้งแต่อดีตกาล ผ้าทุกผืนเป็นศักดิ์ศรีของความเป็นชาติพันธุ์ มรดกทางวัฒนธรรม มีความสำคัญ มีคุณค่าที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า บทบาทหน้าที่สำคัญของชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ คือ

1. ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชนชาติของเผ่าพันธุ์ผู้ไทยกาฬสินธุ์

2. ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ เป็นสิ่งที่แสดงถึงเกียรติและความภาคภูมิใจของชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์และของคนในชาติ ทำให้เกิดความรัก ห่วงแหน เห็นคุณค่า

3. ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ เป็นสิ่งก่อให้เกิดความรู้สึกรัก ความสามัคคี เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในชาติ เป็นความมั่นคงของชาติ

4. ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ เป็นเครื่องบ่งชี้สถานภาพและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของชาวจังหวัดกาฬสินธุ์

5. ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ เป็นการช่วยสร้างความยั่งยืนแก่ครอบครัวและฐานะทางเศรษฐกิจ ทำให้ชีวิตดำรงอยู่ได้ เมื่อมีอาชีพ มีรายได้ สามารถใช้จ่ายใช้สอย ซื้อสิ่งของต่าง ๆ มาใช้ประโยชน์ได้ทำให้มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น

6. ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ เป็นเครื่องขับเคลื่อนและผลักดันให้เกิด “ศิลปินช่างทอ”

7. ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ เป็นหนึ่งในการเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้คนในสังคมจังหวัดกาฬสินธุ์

8. ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ เป็นมรดกทางศิลปกรรม

ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ วัฒนธรรมในการแต่งกายของสตรีชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์มีลักษณะเป็น “นวัตกรรม (Innovation)” ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้หมายถึง “การสร้าง การคิด การบริหารจัดการ สิ่งใหม่ขึ้น” ซึ่งนวัตกรรมจะมีความหมายที่แตกต่างจาก “ประดิษฐ์กรรม (Invention)” คือ การทำให้ความคิดใหม่เป็นจริงขึ้นมาและสามารถจับต้องได้ แต่นวัตกรรมชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ นั้นต้องมีกระบวนการแสวงหาผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และส่งมจากความคิดใหม่ ดังจะเห็นได้จาก งานมหกรรมโปงลางแพรวา กาฬสินธุ์ งานมหัศจรรย์ถิ่นผู้ไทย (Amazing Phuthai) งานผู้ไทยนานาชาติ เป็นต้น นอกจากนี้ “นวัตกรรมชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์” ยังหมายถึง การสร้างสรรค์เทคโนโลยีเพื่อการผลิตองค์ประกอบในการแต่งกาย การให้บริการใหม่ แนวทางในการนำเสนอเทคโนโลยีหรือบริการใหม่ และการปรับปรุงกระบวนการการทำงานต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้นชุดผู้ไทยในมิติด้านนวัตกรรม หมายถึง นวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ สินค้าหัตถกรรมชุดอัตลักษณ์ชาวผู้ไทย (Product Innovation) กระบวนการผลิตองค์ประกอบในการแต่งกาย (Process Innovation) และนวัตกรรมทางด้านบริการ (Service Innovation)

นอกจากการขับเคลื่อนและการส่งเสริมให้มีการแต่งกายด้วยชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ กระบวนการในการผลิตและการสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้นว่าเป็นการยกระดับมาตรฐานช่างทอสู่กระบวนการทางเศรษฐกิจทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศไทย ผู้บริหารทุกภาคส่วนยังตระหนักและมุ่งปฏิบัติตามยุทธศาสตร์จังหวัดและยุทธศาสตร์ชาติ คือการสร้างและพัฒนา “นักนวัตกรรมชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์” จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เป็นรากฐานที่สำคัญประการหนึ่งของขบวนการจัดการนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์จะเป็นการมุ่งให้ความสำคัญเรื่องการเพิ่มศักยภาพในด้านความคิดให้กับมนุษย์ ซึ่งสามารถผลักดันให้เกิดแนวคิดในการสร้างสรรค์นวัตกรรมได้ ดังนั้น ในยุคปัจจุบันช่างทอผ้าชาวบ้านช่างตัดเย็บ กลุ่ม OTOP และผู้ประกอบการ จึงต้องมีการปรับตัวในการผลิตการจัดการและเข้าใจกลไกการตลาดให้มากขึ้น ในขณะเดียวกันภาครัฐและเอกชนได้แสดงให้เห็นว่า “ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์” มิใช่เรื่องของใครคนใดคนหนึ่ง หากแต่ เป็นเรื่องของชาวจังหวัดกาฬสินธุ์และของแผ่นดินไทย

ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ยังเป็นเสมือนสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความเจริญงอกงามทางวัฒนธรรมในหลาย ๆ ด้าน เป็นภาพลักษณ์ที่ทำให้จังหวัดกาฬสินธุ์ได้ชื่อว่าเป็นเมืองแห่งวัฒนธรรม เพราะมีการสร้างภาพจำที่น่าประทับใจผ่านอัตลักษณ์การแต่งกาย ด้วยการนำเสนอผ่านสื่อรูปแบบต่าง ๆ และมีการจัดงานบุญประจำปี งานประเพณี ที่ทำให้ผู้คนตื่นตัวในเรื่องของวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง มีการส่งเสริมสนับสนุนให้ชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์ กลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่สามารถซื้อหามาเพื่อการสวมใส่ได้ทุกคน ในอดีตชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์อาจจะเป็นเพียงชุดอัตลักษณ์ที่สวมใส่กันเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ชาวผู้ไทย แต่เมื่อมีการแผ่กระจายวัฒนธรรม ด้วยความงามของชุดที่เป็นเอกลักษณ์ ชุดผู้ไทยจึงไม่ได้เป็นเพียงชุดที่สวมใส่กันเฉพาะสตรีชาวผู้ไทยอีกต่อไป หากแต่ยังสามารถสวมใส่ได้ทุกคน และปัจจุบันก็มีปรากฏให้เห็นในทุกลานบุญประเพณีและทุกเทศกาลของจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นเหมือนภาพตัวแทนทางวัฒนธรรมที่ผู้คนคุ้นชิน สิ่งนี้จึงเป็นข้อชี้ชัดว่าชุดผู้ไทยกาฬสินธุ์คือชุดที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของชาวกาฬสินธุ์ได้อย่างสมบูรณ์และได้กลายเป็นเอกลักษณ์การแต่งกายของสตรีชาวกาฬสินธุ์

ข้อเสนอแนะ

1. ควรจัดให้มีโครงการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของชาวผู้ไทย ในลักษณะของการขยายเป็นเครือข่าย ซึ่งมีการแพร่กระจายขยายตัวจากหัตถกรรมสิ่งทอ ครอบครัวเกษตรกรปัจเจกเป็นเกษตรกรเพื่อนบ้าน สู่หมู่บ้านข้างเคียง สู่กลุ่มองค์กรภายนอก ยกกระดับเป็นองค์กรระหว่างชุมชน โดยใช้วิธีการแบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม การประชุมสัมมนาและทำกิจกรรมที่ทำให้ชาวบ้านเกิดกระบวนการเรียนรู้ ที่มีการพัฒนามากขึ้น จากกรณีศึกษาและประสบการณ์ออกภาคสนามของผู้วิจัย สรุปว่าจังหวัดกาฬสินธุ์เป็นบทเรียนที่น่าสนใจซึ่งพบว่าเป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น ชาวผู้ไทยให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทั้งในทางเศรษฐกิจและสังคม และสอดคล้องตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นกระแสในการมุ่งพัฒนาในยุคนี้
2. ควรให้มีโครงการรณรงค์การสวมใส่ชุดอัตลักษณ์ของชาวผู้ไทยกาฬสินธุ์ หรืองานประจำจังหวัดที่เป็นทั้งกลไก ขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในชุมชน และเป็นเหมือน “ยี่ห้อ” ที่สำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการที่ชุมชนและท้องถิ่นผลิต และอีกปัจจัยที่สำคัญคือ การให้การส่งเสริมสนับสนุนในเชิงเทคนิคจากหน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่นภายในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยเฉพาะในการด้านการพัฒนาต่อยอดเพิ่มคุณภาพสินค้า และการจัดการด้านการตลาด
3. ควรมีการให้ความรู้ในเรื่องของอัตลักษณ์ในการแต่งกายชุดผู้ไทยในทุกรูปแบบ ทั้งแบบดั้งเดิม และชุดสมัยนิยม เพื่อให้ผู้คนมีความเข้าใจก่อนตัดสินใจซื้อ และบูรณาการชุดผู้ไทยเพื่อความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดกาฬสินธุ์มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ต้องปรับรูปแบบการตลาดชุดผู้ไทยสำหรับการทำการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล หรือ Digital และหาเครือข่ายสื่อด้านค้าปลีกมากขึ้น รวมถึงช่องทางอื่น ๆ



กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง อาภรณ์สตรีผู้ไทยกาฬสินธุ์: เพศสภาพ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ปฏิบัติการเรือนกาย และกระบวนการกลายเป็นเอกลักษณ์การแต่งกายของสตรีชาวกาฬสินธุ์ ได้รับการสนับสนุนจากเงินทุนอุดหนุนการวิจัยจากหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการวิจัยและสร้างสรรค์ศิลปกรรมศาสตร์ งบประมาณเงินรายได้ ประจำปี 2566 มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เอกสารอ้างอิง

ภัททิยา ยิมเรวัต. (2544). *ประวัติศาสตร์ลึบสองจุไท*. กรุงเทพฯ : สร้างสรรค์.

วิญญู ผลสวัสดิ์. (2536). *พิธีกรรมเลี้ยงผีบรรพบุรุษของชาวผู้ไทยตำบลคำชะอี จังหวัดมุกดาหาร*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Thompson, C.J. & Haytko, D. (1997). Speaking of Fashion: Consumers' Uses of Fashion Discourses and the Appropriation of Countervailing Cultural Meanings. *Journal of Consumer Research*, 24(1), 15-42.

Harrison Monarth. (2022). What's the Point of a Personal Brand?. Retrieved April 10, 2022, from <https://hbr.org/2022/02/whats-the-point-of-a-personal-brand>

Craig, J.R. (1994). *Ore Microscopy and Ore Petrography*. 2nd Edition. Hoboken: John Wiley & Sons Inc.

รูปแบบนวัตกรรมบริการเชิงสร้างสรรค์การท่องเที่ยวชุมชนโดยเชื่อมโยง อัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัด “นคราธานี”

Innovative form of Creative Service, Community Tourism by Connecting Local Identity of the Provincial Group, Nakara Thani

ธีรรัตน์ อำนวยเจริญ¹, ณัฐชัย เอกนราจินดาวุธ² และ ศุภกานต์ โสภภาพร³

Teerarat Amnartcharoen¹, Nattachai Aeknarajindawut² and Suphakarn Sopaporn³

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี^{1,2,3}

Suan Sunandha Rajabhat University Udon Thani Education Center, Thailand^{1,2,3}

E-mail: Teerarat.am@ssru.ac.th.¹, Nattachai.ae@ssru.ac.², Suphakarn.so@ssru.ac.th³

Received: 2023-12-02; Revised: 2023-12-26; Accepted: 2023-12-27

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเชิงนิเวศและวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัด “นคราธานี” 2) เพื่อศึกษาความต้องการ ความคาดหวังและประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด “นคราธานี” และบริบทใกล้เคียง และ 3) เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกโดยเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัด “นคราธานี” รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการสร้างสรรค์ มาตรฐานความปกติใหม่ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวสีเขียว พื้นที่วิจัยหลัก คือ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุดรธานี ผู้แทนชุมชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี หนองคาย บึงกาฬ นักท่องเที่ยวในกลุ่ม นคราธานี กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยการใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่า การนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยและนวัตกรรมไปสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมภายในกลุ่มจังหวัดวิจัยที่ดีขึ้นและยั่งยืนอย่างสร้างสรรค์ และเพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชนจังหวัดในพื้นที่วิจัยให้ดีขึ้นและนำไปสู่ความยั่งยืน รวมถึงการผลักดันไปสู่นโยบายที่ก่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้างเกิดชุมชนรูปแบบใหม่ที่เป็นต้นแบบให้ชุมชนและจังหวัดในบริบทใกล้เคียง องค์ความรู้ให้กลายเป็นนวัตกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การเป็นชุมชนสร้างสรรค์และร่วมรับผิดชอบ

คำสำคัญ: นวัตกรรมบริการเชิงสร้างสรรค์, การท่องเที่ยวชุมชน, อัตลักษณ์, นคราธานี

Abstract

The objectives of this paper are 1) to study the distinctive ecological and cultural identity of the provincial group, "Nakara Thani," 2) to study the needs, Expectations, and travel experiences of tourists in "Nakara Thani" provincial group and nearby contexts 3) To develop an alternative tourism model by linking the local identity of the "Nakara Thani" provincial group. Qualitative research uses the concept of creative service innovation. New normal standard community tourism green tourism The main research area is tourism and sports in Udon Thani Province. Tourism Authority of Thailand Udon Thani Provincial Office local community representative and entrepreneurs Udon Thani Province Tourism Business Association Nong Khai Bueng Kan Tourists In the Nakara Thani group, the sample consisted of 12 people and 400 tourists. An in-depth interview was used.

The result showed that using the knowledge gained from research and innovation to create a change in the environment within the research provinces for better and sustainable creativity and increase the quality of life of the provincial people in the research area to be better and leads to sustainability as well as pushing for policies that have broad impacts, creating a new community model that serves as a model for communities and provinces in nearby context-knowledges into innovation from local wisdom To be a creative community and share responsibility.

Keywords: Creative Service Innovation, Community Tourism, Identity, Nakara Thani

บทนำ

ในช่วงต้นปี 2563 เกิดวิกฤติโลกจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาหรือโควิด-19 (COVID19) โดยเริ่มแพร่ระบาดจากเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีนซึ่งได้รับการยืนยันในเดือนธันวาคม 2562 และได้แพร่กระจายไปทั่วโลก โดยองค์การอนามัยโลก (World Health Organization : WHO) ประกาศให้โควิด-19 เป็นโรคติดต่ออันตรายในวันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 และต่อมาประกาศเป็นโรคติดต่อที่มีการระบาดใหญ่ไปทั่วโลก (Pandemic) ในวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2563 จากสถานการณ์การระบาดโควิด-19 ดังกล่าวส่งผลต่อการตอบสนองทางสาธารณสุขทั่วโลก ประกอบด้วย การจำกัดการท่องเที่ยว การกักตุน การห้ามออกจากเคหสถานเวลาค่ำคืน การยกเลิกการจัดงาน และการปิดสถานศึกษา และมีการใช้มาตรการการห้ามออกจากเคหสถานเวลาค่ำคืนอย่างหลากหลาย มีการคัดกรองตามท่าอากาศยานและสถานีรถไฟ และมีการออกคำแนะนำเกี่ยวกับการเดินทางไปยังภูมิภาคที่มีการแพร่เชื้อในระดับประชาคม มีการปิดสถานศึกษาทั่วประเทศหรือส่วนท้องถิ่นในอย่างน้อย 115 ประเทศ ส่งผลกระทบกับนักเรียนนักศึกษามากกว่า 1.2 พันล้านคน (UNESCO, 2020) อีกทั้งยังทำให้การท่องเที่ยวโลกหยุดชะงักลง ด้วยการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว



ระหว่างประเทศที่ติดลบร้อยละ 22.7 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2562 และหยุดนิ่งต่อเนื่องมาจนถึงเดือนเมษายน 2563 ด้วยการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวสูงถึงร้อยละ 97 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันในปี 2562 ถือเป็นช่วงตกต่ำที่สุดในรอบ 10 ปีที่ผ่านมาหลังจากวิกฤตการเงินของโลกในปี 2552 ซึ่งแน่นอนว่าย่อมส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในไตรมาส 1/2563 ลดลงร้อยละ 38.01 เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยคนไทย (ไทยเที่ยวไทย) ที่หดตัวลงร้อยละ 30.77 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) หลังวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมักจะทำให้มีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเสมอ การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต การปรับชุดพฤติกรรมของมนุษย์ และการปรับตัวทางด้านธุรกิจและบริการให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

การจัดการท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมดังกล่าวได้จัดทำกันในหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวแบบที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home stay) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้กำลังเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก (Richards, 2007; Su, Bramwell and Whalley, 2008) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม ถือเป็นรูปแบบแบบการท่องเที่ยวเชิงทางเลือกที่เริ่มได้รับความนิยมพบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวยอดนิยมของคนไทยคือ การท่องเที่ยว เชิงศาสนา เชิงศิลปวัฒนธรรม และเชิงนิเวศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่หลากหลายรูปแบบจะช่วยสร้างความพึงพอใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ (Prayag, Hosany, and Odeh, 2013) โดยเฉพาะการตลาดด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีการนำมาปรับใช้และได้ผลดี (Chen, and Chen, 2010) ซึ่งการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวด้านประสาทสัมผัส อารมณ์ พฤติกรรม และ ความคิด นั้นส่งผลต่อการบอกต่อทางบวกและความพึงพอใจต่อสถานที่นั้น (Mossberg, 2007) นอกจากนี้แล้วยังพบว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถให้ความสนุกสนานเพลิดเพลินควบคู่ไปกับการเรียนรู้ ทำความเข้าใจต่อสภาพแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมความเชื่อในสรรพสิ่งที่แตกต่างที่ถูกสร้างขึ้นโดยมนุษย์ มีการศึกษาเรียนรู้ผู้อื่น สิ่งแวดล้อม หรือวัฒนธรรมอื่นที่แตกต่างจากตนเอง (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2551) ทำให้เพิ่มพูนประสบการณ์ใหม่ ๆ และมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม คุณค่าความเจริญรุ่งเรืองแห่งอารยธรรมในอดีต

การพัฒนาสมรรถนะและผลิตภัณท์ในชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและมีรายละเอียด เพราะ จะต้องเป็นสิ่งที่สะท้อนความเป็นมาและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นได้อย่างชัดเจน มีเรื่องราวที่น่าสนใจ สอดคล้องกับบริบททางนิเวศและวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น เป็นผลิตภัณท์ที่มาจากฐานความรู้เดิมหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น และต้องมีการต่อยอดและสร้างสรรค์ผลิตภัณท์ให้สอดคล้องความสนใจของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว และจำเป็นต้องเป็นผลิตภัณท์ ที่ไม่ได้แค่วางจำหน่าย แต่ต้องเป็นสิ่งที่นำไปสู่กิจกรรมและการเรียนรู้ด้วย ทั้งในด้านของคุณค่า แหล่งที่มา และขั้นตอนการผลิต ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 6 ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว หรืออาจจะเป็นผลิตภัณท์ที่เคลื่อนย้ายกระบวนการเรียนรู้ไปได้ทุกหนแห่ง (วรพงศ์ ผูกภู, 2020) ซึ่งการสร้างเรื่องราวสอดแทรกในผลิตภัณท์ หรือที่เรียกว่า Store telling เป็นหนึ่งในกลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณท์ ผ่านจิตใจของผู้บริโภค ที่รู้สีกว่าตัวผลิตภัณท์ในชุมชนนั้น มีประวัติความเป็นมาสำคัญ และเกิดเป็นความต้องการเป็นเจ้าของผลิตภัณท์นั้นมากขึ้น จะนำไปสู่การพัฒนาให้

ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นสินค้าพรีเมียมในใจของผู้บริโภคได้ อันจะนำไปสู่การกำหนดราคาได้สูงขึ้น สร้างรายได้เข้าชุมชนได้

จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันไม่ได้หมายถึงขอบเขต หรืออาณาบริเวณ หรือพื้นที่ต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพียงเท่านั้น หากแต่กรอบแนวคิดนั้นสามารถแพร่ขยายได้ถึงผลิตภัณฑ์ การบริการและประสบการณ์ในท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้ถึงจุดหมายปลายทางในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน การยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจึงมีความสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยการบูรณาการทางความคิดในท้องถิ่นนั้น ๆ เพื่อยกระดับอารมณ์ของนักท่องเที่ยวให้มีความผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยว นำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ (Uniqueness) นอกจากเสน่ห์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวระลึกถึงแล้วการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีคุณค่าและมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ยังมีส่วนช่วยให้ชาวบ้านในชุมชนจะมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมของกลุ่มจังหวัด นครราชสีมา ได้อีกด้วย กรอบนโยบายของรัฐบาลในการเสริมสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพ การมีรายได้ที่มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยมีการสร้างความเข้มแข็งให้แก่คนในชุมชนและท้องถิ่นตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ รัชกาลที่ 9 จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าวข้างต้นจึงมีความจำเป็นที่ต้องศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบนวัตกรรมบริการเชิงสร้างสรรค์การท่องเที่ยวชุมชน โดยเชื่อมโยง อัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัด “นครราชสีมา” ภายใต้การบูรณาการข้ามศาสตร์ของคณะผู้วิจัย อาทิ พฤติกรรมศาสตร์ การส่งเสริมการตลาดและผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว วิทยาศาสตร์สุขภาพ การบัญชี ประวัติศาสตร์และชาติพันธุ์ อันจะนำไปสู่การปรับตัวและมีคุณภาพชีวิตที่ดีภายใต้พลวัตการตลาดการท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่หลังจากสถานการณ์การระบาดโควิด-19 ในกลุ่มจังหวัด “นครราชสีมา” สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจอย่างคุณภาพและยั่งยืนต่อไปได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเชิงนิเวศและวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัด “นครราชสีมา”
2. เพื่อศึกษาความต้องการ ความคาดหวังและประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด “นครราชสีมา” และบริบทใกล้เคียง
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกโดยเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัด “นครราชสีมา”

การทบทวนวรรณกรรม

นวัตกรรมบริการสร้างสรรค์

นวัตกรรม (Innovation) มีรากศัพท์มาจาก innovare ในภาษาลาติน แปลว่า ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา ความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการ มาพัฒนาและผลิตสินค้าใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ หรือบริการใหม่ ซึ่งตอบสนองความต้องการของตลาด ความหมายของนวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์คือ การนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์ จากสิ่งที่มีอยู่

แล้วมาในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือก็คือ "การทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (Change) ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้กลายมาเป็นโอกาส (Opportunity) และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และ สังคม" หรือจะกล่าวง่าย ๆ การหยิบจับ เทคโนโลยีต่าง ๆ มาก่อให้เกิดคุณค่า และมูลค่า การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาก่อให้เกิดประโยชน์ และมีคุณค่า นั่นคือ นิยาม ของ นวัตกรรม คือ ของใหม่ และ มีประโยชน์

ประเภทของนวัตกรรมบริการ

นวัตกรรมในการบริการสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมสามารถแบ่งออกได้เป็นประเภทต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน และมีความเกี่ยวข้องกัน การจำแนกที่มักพบในการศึกษาด้านนวัตกรรมคือระหว่างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นการสร้างหรือพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และตอบคำถามด้านวิธีการดำเนินธุรกิจขององค์กร ซึ่งรวมถึงกระบวนการภายนอกและการพัฒนาผลิตภัณฑ์องค์ประกอบของ นวัตกรรมบริการ ในงานด้านธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว ได้มีการนำเสนอรูปแบบการมุ่งเน้นที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมที่มีความหลากหลายออกเป็น (Leekpai, 2014) ได้แก่

1. การสร้างความสามารถทางนวัตกรรม เป็นการสร้างทิศทางขององค์กรในการหาวิถีที่จะถูกพัฒนาด้วยนวัตกรรมขึ้นมาให้มีประสิทธิภาพสูงมากยิ่งขึ้น (Rutherford & Holt, 2007)
2. การมุ่งเน้นตลาด เป็นการนำนวัตกรรมมาสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจเกิดคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่ง อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในตลาดมีความสามารถสูงมากยิ่งขึ้น (Narver and Slater, 1990)
3. การมุ่งเน้นการเรียนรู้เป็นการนำนวัตกรรมมาประยุกต์เข้ากับวัฒนธรรมองค์กรให้มีศักยภาพที่สูงมากยิ่งขึ้นทั้งในแง่ของประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน และการปรับตัวขององค์กรให้เข้ากันกับนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้น โดยการเข้ามาของนวัตกรรมจะทำให้กระบวนการทำงาน หรือขั้นตอนการดำเนินงานมีการเปลี่ยนแปลงไป (Huber, 1991)
4. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เป็นการปรับปรุงไปถึงระดับโครงสร้างองค์กร สร้างระบบผู้นำ และขับเคลื่อนนวัตกรรมให้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรให้มีศักยภาพที่ทันสมัย และเข้ากันกับสถานการณ์ปัจจุบัน ที่นวัตกรรมสามารถนำเสนองานพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Hult et al., 2004)
5. บรรยากาองค์กร จากองค์ประกอบทั้งหมด บรรยากาองค์กรจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้ นวัตกรรมสามารถดำเนินการได้อย่างสะดวก และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการปรับสภาพแวดล้อมและสร้างความมั่นคงให้กับสมาชิกขององค์กรในการปรับตัวเข้าหานวัตกรรมที่มาทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง (Burton et al., 2004) ด้านมุมมองของผู้บริโภค ยังมีนวัตกรรมบางประการซึ่งผู้ซื้อไม่สามารถสังเกตหรือค้นพบได้เช่น นวัตกรรมด้านการบริการ เมื่ออ้างอิงถึงผู้บริโภค พวกเขาจะสามารถสัมผัสนวัตกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับ ผลิตภัณฑ์หรือบริการผ่านทางการใช้งานหรือสัมผัสเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมจากการ พิจารณาในมุมมองดังกล่าว สามารถดัดแปลงประเภทของนวัตกรรมทั้งสี่ ได้ดังนี้

(1) นวัตกรรมด้าน ผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่โรงแรมพัฒนาขึ้นเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อตอบสนองความต้องการ ที่แตกต่างกันของผู้บริโภค

(2) นวัตกรรมด้านเทคนิค ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ได้มาจากการครอบครอง เทคโนโลยีใหม่จาก ซัพพลายเออร์หรืออุตสาหกรรมอื่น

(3) นวัตกรรมด้านกระบวนการ บริการใหม่ที่สร้างขึ้น จากการสัมผัสบริการ ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ผู้บริโภคและผู้ให้บริการ หรือระหว่างผู้บริโภคและอุปกรณ์

(4) นวัตกรรมด้านองค์กร องค์กรใหม่หรือองค์กรที่ได้รับการปรับปรุง

สรุปได้ว่านวัตกรรมบริการเป็นแนวความคิดที่ตอบสนองแผนงานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยเน้น กระบวนการ ส่งมอบบริการให้ถึงมือลูกค้าอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานบริการ สุขภาพ และการให้ความสะดวกสบายของกลุ่มธุรกิจโรงแรม เป็นเรื่องสำคัญในการสร้างศักยภาพในการ แข่งขันและการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ดังนั้นความต้องการในการนำนวัตกรรมมาใช้งานบริการ ของโรงแรม เป็นกลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้ในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันวิธีหนึ่ง ดังเช่นนวัตกรรม Profiling Electronic เป็นฐานข้อมูลเชื่อมโยงเครือข่ายสำหรับพนักงานทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและ บริการที่จะทำให้เกิดการจดจำใบหน้าความชอบส่วนบุคคลที่ต้องการได้รับการบริการจากทางอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวและบริการ การจดจำชื่อทำให้พนักงานตั้งแต่พนักงาน ชักรถรับที่สนามบินไปจนถึงพนักงานต้อนรับ และพนักงานดูแลภาคส่วนต่าง ๆ สามารถให้บริการที่มีความพร้อมและเหมาะสมกับลูกค้าแต่ละรายเป็น การเฉพาะได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้เกิดคุณค่าทางจิตใจแก่ตัวลูกค้าให้สนใจมาใช้บริการซ้ำ กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการครั้งต่อไป ซึ่งจะมีการเก็บ Profiling เอาไว้เพื่อใช้ในการดูแลลูกค้าในการ บริการครั้งต่อไปเช่นเดียวกัน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยหากชุมชนสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ชุมชนจะได้รับประโยชน์จากการดำเนินการจัดการท่องเที่ยว การที่จะให้ ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยวมีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อม และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการ จัดการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชน กับการท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญ และเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับ ผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในบทบาท ของชุมชนท้องถิ่นต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และเป็นกำลังใจหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการ ทำงานอนุรักษ์ ทั้งด้านธรรมชาติ และวัฒนธรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ประโยชน์ แก่ชุมชนทั้งหมด 6 ด้าน ดังนี้ (ปรับปรุงจาก ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ, 2551 ; สถาบันการท่องเที่ยว โดยชุมชน, 2550)

1) ด้านสังคมและวัฒนธรรม คือ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมระหว่างเจ้าของบ้านและ ผู้มาเยือน รวมทั้งสามารถสร้างให้เกิดการเคารพทางวัฒนธรรมที่แตกต่าง และเป็นแหล่งการเรียนรู้ที่เรียกว่า “ห้องเรียนมีชีวิต” ซึ่งเป็นการอนุรักษ์มรดกอันล้ำค่าของชุมชนและชุมชนเป็นเจ้าของที่ช่วยคงเอกลักษณ์และ วัฒนธรรมท้องถิ่นรวมทั้งช่วยก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรมและคนต่างถิ่นคารพในวัฒนธรรม

ที่แตกต่าง และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ (ปรับปรุงจาก ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ, 2551; สถาบันการทอญเที่ยวโดยชุมชน, 2550)

2) ด้านการบริหารจัดการ คือ เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอันจะนำไปสู่ความสามัคคีภายในชุมชน และเกิดความตระหนักในคุณค่าและความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการจัดการต่าง ๆ และชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ (ปรับปรุงจาก ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ, 2551; สถาบันการทอญเที่ยวโดยชุมชน, 2550)

3) ด้านสิ่งแวดล้อม คือ เกิดจิตสำนึกในเรื่องการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน รวมถึงจิตสำนึกในคุณค่าของมรดกวัฒนธรรม ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนให้ถูกนำไปใช้ด้วยความระมัดระวังมากขึ้น และมีการคิดคำนึงถึงผลกระทบจากการใช้งานมากขึ้น (ปรับปรุงจาก ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ, 2551; สถาบันการทอญเที่ยวโดยชุมชน, 2550)

4) ด้านเศรษฐกิจ คือ ชุมชนมีรายได้เสริมบนพื้นฐานของการใช้ทรัพยากรในชุมชนอย่างเหมาะสมและเกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่นมีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน (ปรับปรุงจาก ระพีพรรณ ทองหล่อ และคณะ, 2551; สถาบันการทอญเที่ยวโดยชุมชน, 2550)

5) ด้านยกระดับคุณภาพชีวิต (สถาบันการทอญเที่ยวโดยชุมชน, 2550)

6) ด้านส่งเสริมความภาคภูมิใจตนเอง (สถาบันการทอญเที่ยวโดยชุมชน, 2550)

อัตลักษณ์ชุมชนท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัด “นครราชสีมา”

การพัฒนาสมรรถนะและผลิตภัณท์ในชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและมีรายละเอียด เพราะ จะต้องเป็นสิ่งที่สะท้อนความเป็นมาและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นได้อย่างชัดเจน มีเรื่องราวที่น่าสนใจ สอดคล้องกับบริบททางนิเวศและวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น เป็นผลิตภัณท์ที่มาจากฐานความรู้เดิมหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น และต้องมีการต่อยอดและสร้างสรรค์ผลิตภัณท์ให้สอดคล้องความสนใจของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว และจำเป็นต้องเป็นผลิตภัณท์ ที่ไม่ได้แค่วางจำหน่าย แต่ต้องเป็นสิ่งที่นำไปสู่กิจกรรมและการเรียนรู้ด้วย ทั้งในด้านของคุณค่า แหล่งที่มา และขั้นตอนการผลิต ผ่านประสาทสัมผัส ทั้ง 6 ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว หรืออาจจะเป็นผลิตภัณท์ที่เคลื่อนย้ายกระบวนการเรียนรู้ไปได้ทุกหนแห่ง (วรพงศ์ ผูกภู, 2020: Online) ซึ่งการสร้างเรื่องราวสอดแทรกในผลิตภัณท์ หรือที่เรียกว่า Store telling เป็นหนึ่งในกลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณท์ ผ่านจิตใจของผู้บริโภค ที่รู้สึกว่าคุณค่าผลิตภัณท์ในชุมชนนั้นมีประวัติความเป็นมาสำคัญ และเกิดเป็นความต้องการเป็นเจ้าของผลิตภัณท์นั้นมากขึ้น จะนำไปสู่การพัฒนาให้ผลิตภัณท์นั้นเป็นสินค้าพรีเมียมในใจของผู้บริโภคได้ อันจะนำไปสู่การกำหนดราคาได้สูงขึ้น สร้างรายได้เข้าชุมชนได้

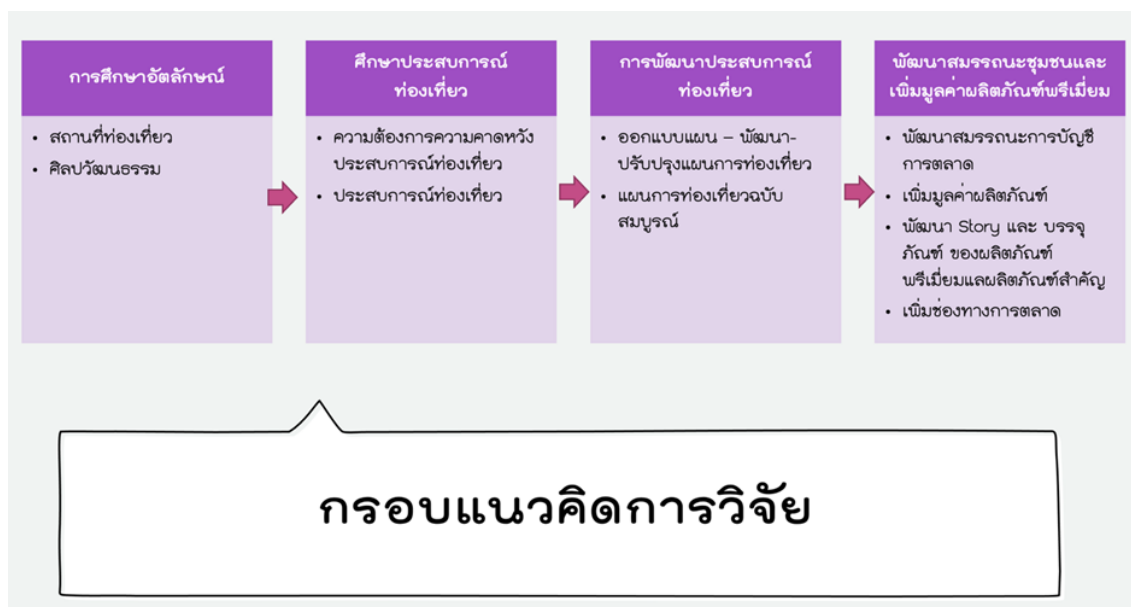
จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมิได้หมายถึงขอบเขต หรืออาณาบริเวณ หรือพื้นที่ต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพียงเท่านั้น หากแต่กรอบแนวคิดนั้นสามารถแพร่ขยายได้ถึงผลิตภัณท์ การบริการและประสบการณ์ในท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ได้ถึงจุดหมายปลายทางในการเดินทางท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน การยกระดับผลิตภัณท์ท้องถิ่นจึงมีความสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยการบูรณาการทางความคิดในท้องถิ่นนั้น ๆ เพื่อยกระดับอารมณ์ของนักท่องเที่ยวให้มีความผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยว นำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ (Uniqueness) นอกจากเสน่ห์ของผลิตภัณท์

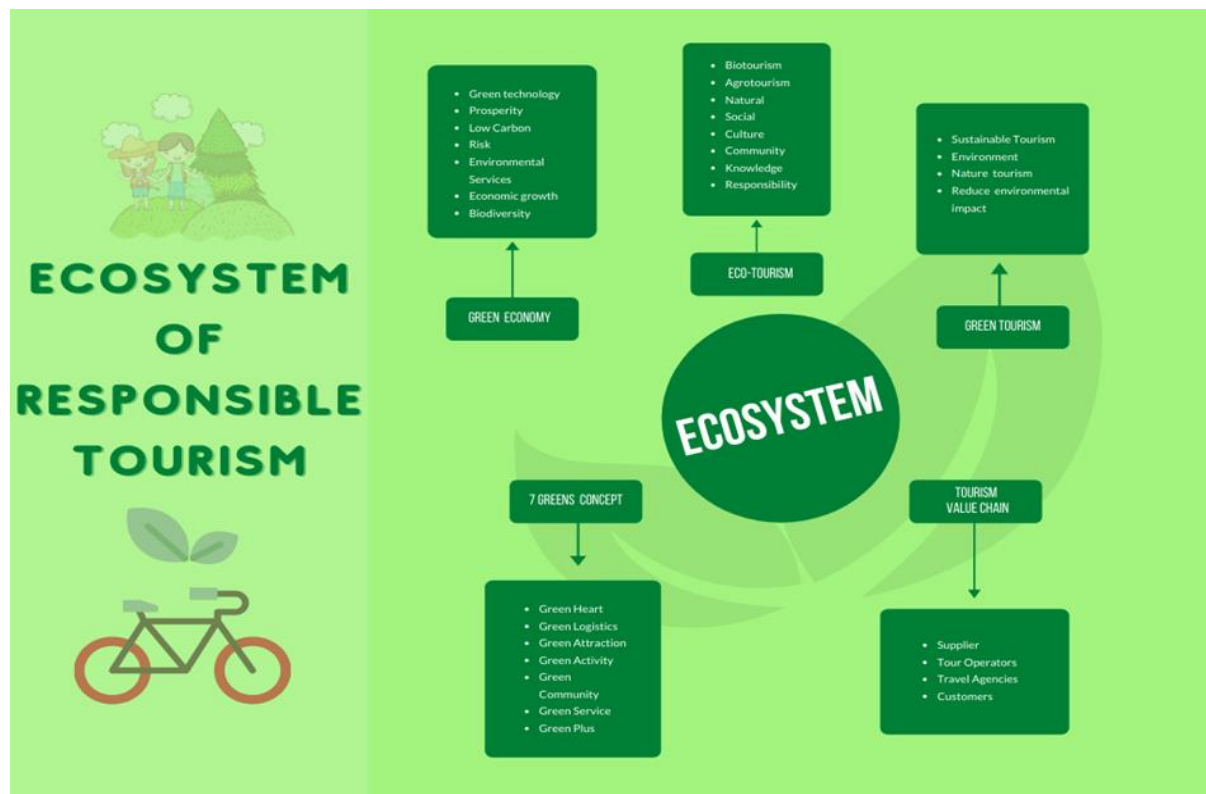


ท้องถิ่นมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวระลึกถึงแล้วการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีคุณค่าและมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ยังมีส่วนช่วยให้ชาวบ้านในชุมชนจะมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมของกลุ่มจังหวัด นคราธานี ได้อีกด้วย กอปรกับนโยบายของรัฐบาลในการเสริมสร้างโอกาสในการประกอบอาชีพ การมีรายได้ที่มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยมีการสร้างความเข้มแข็งให้แก่คนในชุมชนและท้องถิ่นตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ รัชกาลที่ 9 จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าวข้างต้นจึงมีความจำเป็นต้องศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบและสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยวทางเลือกภายใต้วิถีชีวิตใหม่โดยเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น” ภายใต้การบูรณาการข้ามศาสตร์ของ คณะผู้วิจัย อาทิ พฤติกรรมศาสตร์ การส่งเสริมการตลาดและผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว วิทยาศาสตร์สุขภาพ การบัญชี ประวัติศาสตร์และชาติพันธุ์ อันจะนำไปสู่การปรับตัวและมีคุณภาพชีวิตที่ดีภายใต้พลวัตการตลาด การท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่หลังจากสถานการณ์การระบาดโควิด-19 ในกลุ่มจังหวัด “นคราธานี” สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจอย่างคุณภาพและยั่งยืนต่อไปได้ในอนาคต

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (In-depth Interview) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตาม โดยมีรายละเอียดดังนี้





ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน
หน่วยงานภาครัฐ	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดอุดรธานี หนองคาย บึงกาฬ	3
	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี หนองคาย บึงกาฬ	3
	ผู้แทนชุมชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการ 1. การผสมผสานวรรณคดี (Literature) – อูสา บารส สู่ออกแบบงานหัตถกรรมพื้นบ้าน (Craft and Folk Arts) – ผ้ามัดหมี่ย้อมคราม โดยยกระดับสู่การจัดงานแสดงสินค้าร่วมกับพื้นที่ในภูมิภาค 2. อาหาร (Gastronomy) – วัดถุดิบจากฟาร์มดอกไม้ อุดรธานี - มัคคุเทศก์ท้องถิ่น จากแหล่งท่องเที่ยวในอุดรธานี หนองคาย บึงกาฬ 3. ชุมชนบ้านโนนกก	3
หน่วยงานภาคเอกชน	สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานี หนองคาย บึงกาฬ	3
นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี หนองคาย บึงกาฬ	400

เครื่องมือในการวิจัย

คณะผู้ศึกษาเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ การศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสมบูรณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อสำรวจตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบของการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อใช้ในการยืนยันข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ และเพื่อใช้อภิปรายผล การวิจัยที่กล่าวมาแล้วให้มีความชัดเจนและมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

- หอสมุดแห่งชาติ กรุงเทพมหานคร
- ห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- จังหวัดอุดรธานี และศึกษาภาคสนาม เพื่อรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อทำการวิเคราะห์ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ทำการวิเคราะห์จากคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์โดยจัดกลุ่มประเด็นสำคัญของคำถามในแต่ละตอนที่ใช้ในการสัมภาษณ์
2. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และสรุปสาระสำคัญตามขอบเขตเนื้อหาที่กำหนด
3. ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลทั้งหมดตามขอบเขตของเนื้อหา
4. นำข้อมูลที่ตรวจสอบและจัดระบบข้อมูลเป็นหมวดหมู่ทั้งหมดแล้วทำการวิเคราะห์ตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบนวัตกรรมบริการเชิงสร้างสรรค์การท่องเที่ยวชุมชนโดยเชื่อมโยง อัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัด “นครราชสีมา” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเชิงนิเวศและวัฒนธรรมของกลุ่มจังหวัด “นครราชสีมา” 2) เพื่อศึกษาความต้องการ ความคาดหวังและประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด “นครราชสีมา” และบริบทใกล้เคียง 3) เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกโดยเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัด “นครราชสีมา” สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้) นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อบริการเชิงสร้างสรรค์การท่องเที่ยวของชุมชนในกลุ่มจังหวัด

“นคราธานี” อยู่ในระดับ “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ซื้อของที่ระลึก และศิลปะประดิษฐ์ ค่าใช้จ่ายรวมในการซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอยู่ระหว่าง 1,001-1,500 บาท โดยซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในวันเสาร์-วันอาทิตย์ ในช่วงเวลา 15.01-18.00 น. และผู้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น คือ เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน และ 2) นวัตกรรมบริการเชิงสร้างสรรค์เพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของชุมชนของกลุ่มจังหวัด “นคราธานี” คือ ควรดำเนินการส่งเสริมการตลาดและการพัฒนารูปแบบการบริการเชิงสร้างสรรค์และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น เพื่อนำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเหล่านั้นเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ โดยการจัดการความรู้ของชุมชนเพื่อที่จะหนุนเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีการสืบทอดภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

อภิปรายผล

ผลผลิตที่เป็นองค์ความรู้คือศึกษาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเชิงนิเวศและวัฒนธรรมของชุมชนรวมทั้งทราบความต้องการ ความคาดหวังและประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัด “นคราธานี” และประชาชนในชุมชนมีสมรรถนะและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ผลผลิตที่เป็นนวัตกรรม ได้แก่ รูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกภายใต้วิถีชีวิตใหม่โดยเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น จำนวน 2 รูปแบบ และสินค้าในระดับพรีเมียมที่เชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น จำนวน 3 ชิ้น ประโยชน์ของโครงการนี้ได้แก่ ประโยชน์เชิงวิชาการ: 1) จะได้ข้อมูลที่เป็นเกี่ยวกับศึกษาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเชิงนิเวศและวัฒนธรรม รวมทั้ง ความต้องการ ความคาดหวัง และประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัด “นคราธานี” 2) รูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกภายใต้วิถีชีวิตใหม่โดยเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น จำนวน 2 รูปแบบ และสินค้าในระดับพรีเมียมที่เชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น จำนวน 3 ชิ้น ซึ่งนำมาสู่การยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีความสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยการบูรณาการทางความคิดในท้องถิ่นนั้น ๆ เพื่อยกระดับอารมณ์ของนักท่องเที่ยวให้มีความผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยว นำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ (Uniqueness)

สรุปได้ว่าการพัฒนาสมรรถนะและผลิตภัณฑ์ในชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญ และมีรายละเอียด เพราะ จะต้องเป็นสิ่งที่สะท้อนความเป็นมาและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นได้อย่างชัดเจน มีเรื่องราวที่น่าสนใจ สอดคล้องกับบริบททางนิเวศและวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากฐานความรู้เดิมหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น และต้องมีการต่อยอดและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องความสนใจของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว และจำเป็นต้องเป็นผลิตภัณฑ์ ที่ไม่ได้แค่วางจำหน่าย แต่ต้องเป็นสิ่งที่นำไปสู่กิจกรรมและการเรียนรู้ด้วย ทั้งในด้านของคุณค่า แหล่งที่มา และขั้นตอนการผลิต ผ่านประสาทสัมผัส ทั้ง 6 ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว หรืออาจจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เคลื่อนย้ายกระบวนการเรียนรู้ไปได้ทุกหนแห่ง ซึ่งการสร้างเรื่องราวสอดแทรกในผลิตภัณฑ์ หรือที่เรียกว่า Store telling เป็นหนึ่งในกลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ผ่านจิตใจของผู้บริโภค ที่รู้สึกว่าคุณผลิตภัณฑ์ในชุมชนนั้น มีประวัติความเป็นมาสำคัญ และเกิดเป็นความต้องการเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์นั้นมากขึ้น จะนำไปสู่รูปแบบนวัตกรรมบริการเชิงสร้างสรรค์การท่องเที่ยวชุมชนโดยเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มจังหวัด “นคราธานี” และการพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นสินค้าพรีเมียมในใจของผู้บริโภคได้ อันจะนำไปสู่การกำหนดราคาได้สูงขึ้น สร้างรายได้เข้าชุมชนได้

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาวิจัยนวัตกรรมบริการในกลุ่มจังหวัด นคราธานี ให้ครอบคลุม
2. นักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการศึกษาวิจัยร่วมกันกับชาวบ้านในพื้นที่เพื่อให้เกิดรูปแบบนวัตกรรมบริการที่ยั่งยืน
3. ควรมีการพัฒนาสมรรถนะด้านต้นทุนการผลิต การบัญชี การออกแบบผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียม และผลิตภัณฑ์สำคัญในชุมชนแบบมีส่วนร่วม
4. ควรมีการเชื่อมโยงการพัฒนาเป็นเครือข่ายระดับหมู่บ้าน ระดับตำบล ระดับอำเภอ และระดับจังหวัด เพื่อให้เป็นรูปแบบนวัตกรรมบริการเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวชุมชนสร้างสรรค์อัตลักษณ์ชุมชนท้องถิ่น แก่พื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถิติด้านการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). *การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุราษฎร์ธานี: การวิจัยฐานทรัพยากรเกษตรสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วรพงศ์ ผูกภู. (2564). *การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35.
- Huber, G. P. (1991). Organizational learning: The contributing processes and the literatures. *Organization Science*, 2(1), 88-115.
- Leekpai, P. (2014). Innovativeness of Hotel Business in Southern Thailand. *Journal of Management Sciences*, 31(1), 69-95.
- Mossberg, L. (2007). A Marketing Approach to the Tourist Experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59-74.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20-35.
- Prayag, G., Hosany, S., & Odeh, K. (2013). The role of tourists' emotional experiences and satisfaction in understanding behavioral intentions. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(2), 118-127.
- Richards, R. (2007). Everyday creativity: Our hidden potential. In R. Richards (Ed.), *Everyday creativity and new views of human nature: Psychological, social, and spiritual perspectives* (pp. 25-53). American Psychological Association.

- Rutherford, M. W. & Holt, D. T. (2007). Corporate entrepreneurship: An empirical look at the innovativeness dimension and its antecedents. *Journal of Organizational Change Management*, 20(3), 429–446.
- Su, R., Bramwell, B.& Whalley, P. A. (2018). Cultural political economy and urban heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 68 (January), 30-40.
- UNESCO. (2020). *Global Education Monitoring Report Team*. UNESCO.

ผลกระทบของทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน
ของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก
Impact of Professional Accountant Skills on Financial Report Quality
of the Army Savings Cooperative

ณัฐญา อุดมเสรี¹ และ เบญจพร โมกขเวส²

Nuttaya Udomsaree¹ and Benjaporn Mokkhavesa²

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม^{1,2}

Faculty of Accountancy, Sripatum University, Thailand^{1,2}

E-mail: nudomsaree@gmail.com¹

Received: 2023-07-24; Revised: 2023-12-26; Accepted: 2023-12-27

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย หัวหน้าฝ่ายบัญชี เจ้าหน้าที่บัญชี ที่มีหน้าที่จัดทำบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก จำนวน 103 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้มาจากการเปิดตาราง Krejcie & Morgan และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมของทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชี อยู่ในระดับมาก พบว่า ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสารมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.979$) ภาพรวมของคุณภาพรายงานทางการเงิน อยู่ในระดับมาก พบว่า คุณภาพรายงานทางการเงินด้านความทันเวลาของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.944$) ผลการทดสอบสมมติฐานในการศึกษา พบว่า ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชี ประกอบด้วย ทักษะด้านปัญญา ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ทักษะด้านการจัดการบุคคล และทักษะด้านการจัดการองค์กร ส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบกทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านการเปรียบเทียบกันได้ ด้านความทันเวลา ด้านความเข้าใจได้ และด้านความเชื่อถือได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05

คำสำคัญ: ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชี, คุณภาพรายงานทางการเงิน, สหกรณ์ออมทรัพย์

Abstract

This research aimed to investigate the impact of professional accountant skills on the quality of financial reporting of Army Savings Cooperatives. This research is quantitative. The samples used in the study include: the chief Accountant and the accountant responsible for preparing the Army Savings Cooperative accounts for 103 persons. The sample size was obtained by opening the Krejcie & Morgan table and using a simple sampling method. Descriptive statistics such as percentage, frequency, mean, standard deviation, and inferential analysis are analyzed using correlation coefficient analysis and multiple regression analysis to test hypotheses.

The results of the research showed that the overall level of accountant professional skills was at a high level, it was found that interpersonal and communication skills were the most average ($\bar{X}$ = 3.979), the overall quality of financial reports was at a high level, it was found that the quality of financial reports on the timeliness of the Army Savings Cooperative was the highest average ($\bar{X}$ = 3.944). It positively impacts the quality of the Army Savings Cooperative's financial reports in six aspects: relevance, faithful representation, comparability, timeliness, understandability, reliability, and statistical significance at levels of 0.01 and 0.05.

Keywords: Professional Skills Accountant, Quality of Financial Report, Savings Cooperative

บทนำ

สหกรณ์ ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ หมายความว่า คณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกสหกรณ์ผู้มีสัญชาติไทย โดยช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัตินี้ ดังนั้น สหกรณ์จึงตั้งขึ้นมาเพื่อร่วมกันช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นของสมาชิกที่ประสบปัญหาเหมือนกันหรือคล้ายๆกันหรือมีความต้องการที่เหมือนกัน และเป็นปัญหาที่สมาชิกแต่ละคนไม่สามารถแก้เองได้ตามลำพัง (พระราชบัญญัติสหกรณ์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2562) สหกรณ์ออมทรัพย์มีสถานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายสหกรณ์ การดำเนินธุรกิจสหกรณ์มีทุนดำเนินงานจากค่าหุ้น และเงินรับฝากจากสหกรณ์ ซึ่งมีทั้งเงินประเภทฝากประจำและเงินฝากออมทรัพย์ จุดเริ่มต้นการก่อกำเนิดของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทยมีเป้าหมายที่จะให้ข้าราชการต่าง ๆ ได้มีแหล่ง “เงินออม” และแหล่ง “เงินกู้” ในเวลาเดียวกัน โดยอาศัยหลักการและวิธีการของสหกรณ์เข้ามาดำเนินการในรูปแบบของสหกรณ์ออมทรัพย์ (สถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2556) ในการดำเนินงานก็จะต้องมีผู้ทำบัญชีเป็นผู้มีหน้าที่ในการทำรายงานทางการเงินตามมาตรฐานการบัญชี ซึ่งรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพส่งผลให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานประสบความสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ (ณัฐธรรมณ ศรีสุข, 2560)

รายงานทางการเงินเป็นข้อมูลทางการเงินของกิจการที่ใช้ในการสื่อสารกับบุคคลภายนอกได้ทราบถึงฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการ เป็นสื่อกลางในการสะท้อนภาพการดำเนินงานและฐานะ

ทางการเงินของกิจการให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งบุคคลภายในและบุคคลภายนอก ซึ่งการจัดทำและการนำเสนอรายงานทางการเงินต้องมีความถูกต้อง ครบถ้วน เชื่อถือได้และทันต่อเวลา รวมทั้งต้องปฏิบัติตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป เพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินเกิดความมั่นใจว่าจะได้รับเป็นข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ โปร่งใส และเป็นสากล ผู้ใช้งบการเงินควรที่จะสามารถนำข้อมูลที่ได้จากงบการเงินไปใช้ในวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงฐานะทางการเงินหรือผลการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ รวมถึงเพื่อใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ (อังครัตน์ เปรียบจริยวัฒน์, 2554)

ผู้ทำบัญชีจึงเป็นส่วนสำคัญในการจัดทำรายงานทางการเงินของธุรกิจ เพื่อนำเสนอข้อมูลทางการเงินที่มีความถูกต้อง ครบถ้วน น่าเชื่อถือ และสามารถพิสูจน์ได้ให้แก่ผู้มีส่วนได้เสีย โดยได้รับทราบถึงผลการดำเนินงานของกิจการ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ เป็นประโยชน์ต่อการวางแผน ควบคุม และพัฒนาธุรกิจให้มีความเติบโตอย่างยั่งยืน ตลอดจนการพัฒนาธุรกิจให้เกิดประสิทธิผล บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กิจการกำหนดไว้ (ณัฐภัทร หงส์พงษ์, 2560)

จากเหตุผลของความสำคัญและข้อมูลที่ได้จากการศึกษารายงานการวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องดังกล่าวจะเห็นได้ว่ารายงานทางการเงินเป็นสิ่งที่สำคัญต่อองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จำเป็นต้องจัดทำรายงานทางการเงินเพื่อให้ทราบถึงผลการดำเนินงาน นอกจากนี้รายงานทางการเงินที่ดีจะต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน ปราศจากข้อผิดพลาดหรือข้อมูลที่ไม่เป็นกลาง สามารถใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ วางแผน และการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตได้แม่นยำมากขึ้น รวมทั้งข้อมูลที่นำเสนอในรายงานทางการเงินนั้นจะต้องเป็นข้อเท็จจริงที่สามารถพิสูจน์และยืนยันได้ จึงจะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถและความสำเร็จที่แท้จริงในการดำเนินการขององค์กร จึงเป็นที่มาให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาผลกระทบของทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ว่าทักษะทางวิชาชีพบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก หรือไม่อย่างไรผลลัพธ์ที่จะได้นำมาปรับปรุงและพัฒนาทักษะทางวิชาชีพบัญชีเพื่อส่งผลให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพตามมาตรฐานการบัญชีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาผลกระทบของทักษะวิชาชีพของผู้ทำบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีส่งผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

สมมติฐานที่ 2 ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีส่งผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

สมมติฐานที่ 3 ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านการเปรียบเทียบกันได้ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

สมมติฐานที่ 4 ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความทันเวลาของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

สมมติฐานที่ 5 ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเข้าใจได้ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

สมมติฐานที่ 6 ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเชื่อถือได้ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

การทบทวนวรรณกรรม

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์

กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ (2542) เรื่อง คู่มือระบบบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ สหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสหกรณ์ประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวกันของสมาชิกที่มีอาชีพเดียวกัน หรืออาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์และให้กู้ยืมเมื่อเกิดความจำเป็น โดยยึดหลักการช่วยเหลือซึ่งกันและกันทางด้านการเงิน การดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์จะมีคณะกรรมการที่ได้จากการเลือกตั้งโดยสมาชิกในที่ประชุมใหญ่ให้เป็นตัวแทนเข้ามาบริหารงานในสหกรณ์แทนสมาชิกเรียกว่า “คณะกรรมการดำเนินงาน” ทำหน้าที่บริหารกิจการสหกรณ์โดยจะมีการประชุมอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้งเพื่อกำหนดนโยบายในการทำงาน แล้วจึงมอบให้ “ฝ่ายจัดการ” รับผิดชอบปฏิบัติงานต่อไป ฝ่ายจัดการนั้นประกอบด้วย ผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ เจ้าหน้าที่บัญชี เจ้าหน้าที่การเงิน ฯลฯ ซึ่งทำหน้าที่บริการแก่สมาชิกที่มาติดต่อทำธุรกิจกับสหกรณ์ ซึ่งการดำเนินงานทางด้านการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ ประกอบด้วย 1. การส่งเสริมการออมทรัพย์โดยการถือหุ้นและการรับฝากเงินจากสมาชิก 2. การให้เงินกู้แก่สมาชิก แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) เงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน 2) เงินกู้สามัญ 3) เงินกู้พิเศษ

แนวคิดทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชี

ทักษะวิชาชีพตามมาตรฐานการศึกษาาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี คือการทำให้มั่นใจว่าบุคคลที่พร้อมจะเป็นผู้ประกอบวิชาชีพต้องมีคุณสมบัติของทักษะด้านต่าง ๆ ซึ่งทักษะทางวิชาชีพเป็นส่วนหนึ่งของขีดความสามารถที่ต้องมีในผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเพื่อแสดงถึงสมรรถนะและการพัฒนาของตน (สภาวิชาชีพบัญชี, 2557) การพัฒนาทางวิชาชีพเริ่มแรกประกอบด้วยความรู้ การบูรณาการความรู้กับความสามารถเชิงเทคนิค และค่านิยม จริยธรรม และทัศนคติทางวิชาชีพ ซึ่งบุคคลที่ต้องการเป็นผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจะต้องมีทักษะ ดังต่อไปนี้ 1) ทักษะด้านปัญญา 2) ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร 3) ทักษะด้านการจัดการบุคคล 4) ทักษะด้านการจัดการองค์กร (นุจรี อร่ามรัตน์พันธุ์, 2561)

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของรายงานทางการเงิน

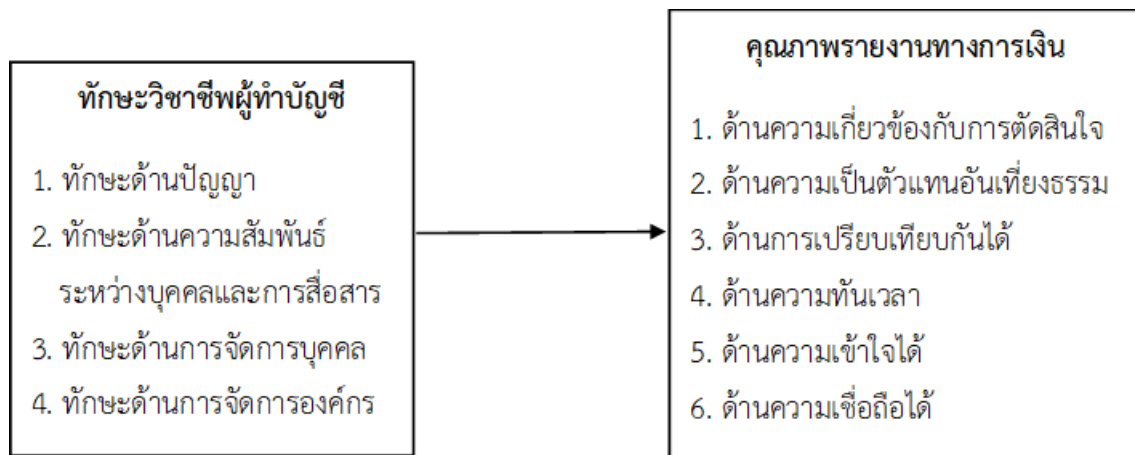
สหกรณ์จัดทำรายงานทางการเงินตามเกณฑ์การดำเนินงานต่อเนื่อง โดยองค์ประกอบของรายการในรายงานทางการเงิน ประกอบด้วย สินทรัพย์ หนี้สิน ทุนของสหกรณ์ รายได้ และค่าใช้จ่าย ซึ่งรายงาน

ทางการเงินของสหกรณ์ประกอบด้วย งบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบประกอบอื่น ๆ ตามรูปแบบที่กรมตรวจบัญชีสหกรณ์กำหนด การจัดทำรายงานทางการเงินเป็นการนำเสนอข้อมูลทางการเงินของกิจการที่ใช้สื่อสารกับบุคคลภายนอกได้ทราบถึงฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการ เพื่อให้ผู้ใช้รายงานทางการเงินสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์และเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจได้ และต้องมีลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูล ดังนี้ 1) ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ 2) ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม 3) ด้านการเปรียบเทียบกันได้ 4) ด้านความเข้าใจได้ 5) ด้านความเชื่อถือได้ (ระเบียบนายทะเบียนสหกรณ์ ว่าด้วยการบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร พ.ศ.2563, 2563) ลักษณะเชิงคุณภาพเสริม ช่วยสนับสนุนให้ข้อมูลทางการเงินสามารถเพิ่มประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น 6) ด้านความทันเวลา (ประกาศสภาวิชาชีพบัญชี ที่ 48/2563, 2563)

ทฤษฎีการเรียนรู้ของบลูม

ทฤษฎีการเรียนรู้ เชื่อว่ามนุษย์เกิดการเรียนรู้ แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านพุทธิพิสัย ด้านจิตพิสัย และด้านทักษะพิสัย ในด้านพุทธิพิสัย แบ่งเป็น ความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจ (Comprehension) การนำความรู้ไปประยุกต์ (Application) การวิเคราะห์ (Analysis) การสังเคราะห์ (Synthesis) และการประเมินค่า (Evaluation) ด้านจิตพิสัย แบ่งเป็น การรับรู้ (Receive) การตอบสนอง (Respond) การเกิดค่านิยม (Value) การจัดระบบ (Organize) และบุคลิกลักษณะ (Characterize) และด้านทักษะพิสัย แบ่งเป็น การรับรู้ (Imitation) การลงมือปฏิบัติทำตาม (Manipulation) การหาความถูกต้อง (Precision) ความชัดเจนต่อเนื่องในการปฏิบัติ (Articulation) ความเป็นธรรมชาติ (Naturalization) มนุษย์สามารถเรียนรู้โดยใช้ทักษะการเคลื่อนไหวของร่างกาย ทักษะการเคลื่อนไหววัยละสองส่วนหรือมากกว่าพร้อม ๆ กัน ทักษะการสื่อสารโดยใช้ท่าทางและทักษะการแสดงพฤติกรรมทางการพูด ซึ่งจำแนกความรู้เป็นความจำ คือ ความสามารถในการเก็บรักษา สังคมประสบการณ์ต่าง ๆ จากการรับรู้และจดจำสิ่งนั้นไว้ และสามารถดึงมาใช้ได้ในเวลาที่ต้องการ ส่วนความเข้าใจ เป็นกระบวนการสร้างความรู้อย่างมีความหมายจากสิ่งต่าง ๆ ได้แก่ สื่อ การอธิบาย การพูด การเขียน การแยกแยะ การเปรียบเทียบ การจัดหมวดหมู่ ที่จะนำไปสู่ความเข้าใจในสิ่งที่กำลังเรียนรู้ สามารถแสดงออกมาในรูปของการแปลความ ตีความ คาดคะเน ขยายความ หรือ การกระทำอื่น ๆ และการนำความรู้ความเข้าใจไปประยุกต์ใช้ หรือนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ด้วยกระบวนการ หรือวิธีการดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอน เป็นขั้นที่ผู้เรียนสามารถนำความรู้ ประสบการณ์ ไปใช้ในการแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ซึ่งจะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจจึงจะสามารถนำไปใช้ได้ (Sirikanya926, 2014)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ หัวหน้าฝ่ายบัญชี เจ้าหน้าที่บัญชี ที่มีหน้าที่จัดทำบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก รวมจำนวนทั้งสิ้น 133 สหกรณ์ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, ธันวาคม 2565)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ หัวหน้าฝ่ายบัญชี เจ้าหน้าที่บัญชี จำนวน 103 คน โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการเปิดตาราง Krejcie & Morgan และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะทางวิชาชีพผู้ทำบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก ตอนที่ 3 ข้อคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายงานทางการเงินของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก โดยนำเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ขอคำแนะนำและตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.916 แล้วนำแบบสอบถามที่ได้ไปเก็บข้อมูลจำนวน 30 ชุด สำหรับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น โดยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ เท่ากับ 0.976

การรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบและสร้างแบบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้ 1) ข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 103 ชุด 3) ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง 4) เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนครบถ้วนแล้ว ทำการตรวจสอบ

ความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา 5) นำแบบสอบถามที่มีความครบถ้วน ถูกต้อง และสมบูรณ์ มาทำการประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของข้อมูลและการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะวิชาชีพ ผู้ทำบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) การทดสอบสมมติฐานผลกระทบทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก เพื่อทดสอบว่าตัวแปรอิสระมีผลกระทบต่อตัวแปรตามหรือไม่ โดยการใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทั้งหมดของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงมากที่สุด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 80.60 มีอายุช่วง 36 - 45 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 36.90 มีสถานภาพสมรส จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 89.30 มีประสบการณ์ในการทำงานด้านบัญชีมากกว่า 15 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 35.90 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 35,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 35.90

การวิเคราะห์ข้อมูลผลกระทบของทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

ตารางที่ 1 ตารางแสดงการวิเคราะห์ข้อมูลผลกระทบของทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ทักษะด้านปัญญา	3.715	0.635	มาก
ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	3.979	0.712	มาก
ทักษะด้านการจัดการบุคคล	3.901	0.615	มาก
ทักษะด้านการจัดการองค์กร	3.851	0.687	มาก
ภาพรวม	3.861	0.560	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวม ค่าเฉลี่ยของทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.861$, S.D. = 0.560) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีจากมากไปหาน้อยได้แก่ ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.979$, S.D. = 0.712) ทักษะด้านการจัดการบุคคล ($\bar{X} = 3.901$, S.D. = 0.615) ทักษะด้านการจัดการองค์กร ($\bar{X} = 3.851$, S.D. = 0.687) และน้อยที่สุดคือ ทักษะด้านปัญญา ($\bar{X} = 3.715$, S.D. = 0.635)

การวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพรายงานทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

ตารางที่ 2 ตารางแสดงการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยผลกระทบของทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

คุณภาพรายงานทางการเงิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	3.915	0.693	มาก
ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม	3.939	0.735	มาก
ด้านการเปรียบเทียบกันได้	3.924	0.697	มาก
ด้านความทันเวลา	3.944	0.515	มาก
ด้านความเข้าใจได้	3.819	0.693	มาก
ด้านความเชื่อถือได้	3.849	0.645	มาก
ภาพรวม	3.898	0.548	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นโดยรวม ค่าเฉลี่ยของคุณภาพรายงานทางการเงินอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.898$, S.D. = 0.548) เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยคุณภาพรายงานทางการเงินจากมากไปหาน้อยได้แก่ ด้านความทันเวลา ($\bar{X} = 3.944$, S.D. = 0.515) ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ($\bar{X} = 3.939$, S.D. = 0.735) ด้านการเปรียบเทียบกันได้ ($\bar{X} = 3.924$, S.D. = 0.697) ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ($\bar{X} = 3.915$, S.D. = 0.693) ด้านความเชื่อถือได้ ($\bar{X} = 3.849$, S.D. = 0.645) และน้อยที่สุดคือ ด้านความเข้าใจได้ ($\bar{X} = 3.819$, S.D. = 0.693)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3 สมมติฐานที่ 1 ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

ตัวแปร	B	Std. Error	b	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.749	0.342		2.186	0.031		
ทักษะด้านปัญญา	0.062	0.092	0.057	0.674	0.502	0.670	1.492
ทักษะด้านความสัมพันธ์							
ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	-0.059	0.110	-0.061	-0.540	0.590	0.372	2.691
ทักษะด้านการจัดการบุคคล	0.239	0.131	0.212	1.821	0.072	0.347	2.884
ทักษะด้านการจัดการองค์กร	0.582	0.110	0.577	5.305	0.000**	0.399	2.508

หมายเหตุ R = 0.734, R² = 0.538, F = 28.539, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 2.430

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชี ทักษะด้านการจัดการองค์กร ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4 สมมติฐานที่ 2 ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

ตัวแปร	B	Std. Error	b	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.917	0.404		2.270	0.025		
ทักษะด้านปัญญา	-0.015	0.108	-0.013	-0.136	0.892	0.670	1.492
ทักษะด้านความสัมพันธ์							
ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	-0.083	0.129	-0.081	-0.644	0.521	0.372	2.691
ทักษะด้านการจัดการบุคคล	0.471	0.155	0.394	3.038	0.003**	0.347	2.884
ทักษะด้านการจัดการองค์กร	0.408	0.129	0.381	3.153	0.002**	0.399	2.508

หมายเหตุ R = 0.654, R² = 0.428, F = 18.345, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 2.459

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชี ทักษะด้านการจัดการบุคคล และทักษะด้านการจัดการองค์กร ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 5 สมมติฐานที่ 3 ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านการเปรียบเทียบกันได้ ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

ตัวแปร	B	Std. Error	b	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.034	0.402		2.575	0.012		
ทักษะด้านปัญญา	0.160	0.107	0.146	1.492	0.139	0.670	1.492
ทักษะด้านความสัมพันธ์							
ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	-0.095	0.129	-0.097	-0.742	0.460	0.372	2.691
ทักษะด้านการจัดการบุคคล	0.396	0.154	0.349	2.568	0.012*	0.347	2.884
ทักษะด้านการจัดการองค์กร	0.294	0.129	0.29	2.285	0.024*	0.399	2.508

หมายเหตุ R = 0.610, R² = 0.372, F = 14.529, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 1.899

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชี ทักษะด้านการจัดการบุคคล และทักษะด้านการจัดการองค์กร ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านการเปรียบเทียบกันได้ ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 สมมติฐานที่ 4 ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความทันเวลา ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

ตัวแปร	B	Std. Error	b	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	2.039	0.312		6.540	0.000		
ทักษะด้านปัญญา	0.137	0.083	0.169	1.645	0.103	0.670	1.492
ทักษะด้านความสัมพันธ์							
ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	0.207	0.100	0.286	2.074	0.041*	0.372	2.691
ทักษะด้านการจัดการบุคคล	0.027	0.120	0.033	0.228	0.820	0.347	2.884
ทักษะด้านการจัดการองค์กร	0.121	0.100	0.161	1.211	0.229	0.399	2.508

หมายเหตุ R = 0.555, R² = 0.308, F = 10.887, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 2.024

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชี ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความทันเวลา ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 สมมติฐานที่ 5 ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเข้าใจได้ ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

ตัวแปร	B	Std. Error	b	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.831	0.388		2.143	0.035		
ทักษะด้านปัญญา	0.162	0.104	0.148	1.562	0.122	0.670	1.492
ทักษะด้านความสัมพันธ์							
ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	0.077	0.124	0.079	0.621	0.536	0.372	2.691
ทักษะด้านการจัดการบุคคล	0.197	0.149	0.175	1.322	0.189	0.347	2.884
ทักษะด้านการจัดการองค์กร	0.341	0.124	0.338	2.748	0.007**	0.399	2.508

หมายเหตุ R = 0.638, R² = 0.407, F = 16.849, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 2.021

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชี ทักษะด้านการจัดการองค์กร ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเข้าใจได้ ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 8 สมมติฐานที่ 6 ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเชื่อถือได้ ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก

ตัวแปร	B	Std. Error	b	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.582	0.392		4.040	0.000		
ทักษะด้านปัญญา	0.220	0.105	0.217	2.102	0.038*	0.670	1.492
ทักษะด้านความสัมพันธ์							
ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	-0.048	0.125	-0.053	-0.384	0.702	0.372	2.691
ทักษะด้านการจัดการบุคคล	0.028	0.150	0.027	0.188	0.851	0.347	2.884
ทักษะด้านการจัดการองค์กร	0.397	0.125	0.423	3.167	0.002**	0.399	2.508

หมายเหตุ R = 0.550, R² = 0.303, F = 10.641, Sig. = 0.000, Durbin-Watson = 2.208

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ทักษะด้านปัญญา ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเชื่อถือได้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และ ทักษะด้านการจัดการองค์กร ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเชื่อถือได้ ของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง ผลกระทบของทักษะวิชาชีพของผู้ทำบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

ตามวัตถุประสงค์การวิจัย พบว่า ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก โดยทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีในส่วนทักษะด้านปัญญา ส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเชื่อถือได้ของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของไพสรณ์ สูงสมบัติ (2563) พบว่า คุณภาพรายงานงบการเงินในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับทักษะทางวิชาชีพ โดยทักษะด้านปัญญามีความสัมพันธ์กับคุณภาพรายงานงบการเงินด้านความเชื่อถือได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับฐิติรัตน์ มีมาก, ธารณี อังคัยศและทักษิณา อังคัยศ (2559) พบว่า ความรู้ความสามารถของนักบัญชีมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับคุณภาพรายงานงบการเงินขององค์กรบริหารส่วนตำบลในจังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดว่าผู้ประกอบการวิชาชีพควรมีทักษะทางวิชาชีพ และเป็นไปตามแม่บทของการบัญชีที่ได้กล่าวถึงลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงินที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงิน จะต้องมีข้อมูลที่มีประโยชน์และเชื่อถือได้ในขณะที่ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสารส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความทันเวลาของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทรพร อรุวงษ์ (2563) พบว่า ทักษะปฏิสัมพันธ์และการสื่อสาร พบว่า การปรึกษาหารือเพื่อให้ได้ข้อสรุป การทำงานเป็นทีม

มีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความสามารถในการนำเสนอ มีผลต่อการปฏิบัติงานทางบัญชี ด้านความทันกาลและตรงต่อเวลา ด้านความครบถ้วน และด้านความเชื่อถือได้ คุชณี สิกพันธ์และฐิตาภรณ์ สีนจรรุณศักดิ์ (2559) พบว่าทักษะในการปฏิบัติงานทางด้านการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับคุณภาพรายงานทางการเงินทุกด้าน หากต้องการเพิ่มประสิทธิภาพรายงานทางการเงินนั้น ควรพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงานทางด้านการสื่อสารเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ทักษะในการจัดการ ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และทักษะอื่น ๆ ตามลำดับ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุด ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีด้านการจัดการบุคคล ส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านการเปรียบเทียบกันได้ของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับปิยธิดา จุลมิตร (2562) พบว่า ทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและคุณภาพรายงานทางการเงินของธุรกิจกีฬา โดยทักษะด้านการจัดการบุคคล ส่งผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินภาพรวมของธุรกิจกีฬา รวมถึง คุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือเมื่อมีทักษะเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้คุณภาพรายงานทางการเงินเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ในทำนองเดียวกับผลการศึกษาของ มณีวรรณ ศรีปาน (2564) พบว่า สมรรถนะของนักบัญชี ด้านทักษะส่วนบุคคล มีอิทธิพลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสถานประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และสามารถนำไปพยากรณ์คุณภาพรายงานทางการเงินได้ในระดับนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 และทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีด้านการจัดการองค์กร ส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเชื่อถือได้ของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความเข้าใจได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ ณฐภัทร หงส์พงษ์ (2560) พบว่า ทักษะทางวิชาชีพในมิติด้านการจัดการองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความสามารถเปรียบเทียบกันได้ ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ด้านความทันเวลา และด้านความสามารถเข้าใจได้ของผู้ทำบัญชีในเขตกรุงเทพและนนทบุรี ซึ่งสอดคล้องกับ จิรฐติ แดงสอาด (2561) พบว่า สมรรถนะของนักบัญชี ประกอบด้วย ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติ และหน้าที่งาน ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร และทักษะทางการบริหารองค์และการจัดการธุรกิจมีผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงินด้านเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและด้านความเชื่อถือได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสิงห์บุรี

องค์ความรู้ใหม่จากการศึกษา

จากการศึกษาครั้งนี้ เป็นการรวบรวมองค์ความรู้ของทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชี คุณภาพรายงานทางการเงินและสหกรณ์ออมทรัพย์ ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ใหม่เพิ่มในเรื่องของทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชี 4 ด้าน คือ ด้านปัญญา ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ด้านการจัดการบุคคล และด้านการจัดการองค์กร เป็นปัจจัยในการพัฒนาทักษะของผู้ทำบัญชี และตระหนักถึงความรับผิดชอบในหน้าที่ ซึ่งส่งผลให้การปฏิบัติงานดีขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลในงบการเงินที่มีคุณภาพและนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจได้ และระเบียบ

กฎเกณฑ์ข้อบังคับ ระบบบัญชีที่เกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์ รวมถึงความรู้จากทฤษฎีการเรียนรู้ของบลูม ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างความรู้อย่างมีความหมายจากสิ่งต่าง ๆ ได้แก่ สื่อ การอธิบาย การพูด การเขียน การแยกแยะ การเปรียบเทียบ การจัดหมวดหมู่ ที่จะนำไปสู่ความเข้าใจในสิ่งที่กำลังเรียนรู้ สามารถแสดงออกมาในรูปของการแปลความ ตีความ คัดคะแนน ขยายความ หรือ การกระทำอื่น ๆ เป็นกระบวนการพัฒนาตนเองโดยการนำความรู้จากการศึกษา ประสบการณ์ที่ผ่านมา การปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างกัน มาวิเคราะห์และประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ ซึ่งจะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจจึงจะสามารถนำไปใช้ได้ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีให้ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลการศึกษาวิจัยสนับสนุนให้ผู้ทำบัญชีของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบกควรฝึกฝนทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้ง 4 ด้าน เพื่อจะได้นำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งในด้านของทักษะด้านปัญญา ให้มีความรู้ความเข้าใจ สามารถนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ในการปฏิบัติงาน ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร พัฒนาการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรเพื่อให้เกิดความเข้าใจและความร่วมมือในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี ทักษะด้านการจัดการบุคคล เพื่อให้มีการพัฒนาการรู้จักคิดวิเคราะห์ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเอง และทักษะด้านการจัดการองค์กร ให้มีความรู้ความเข้าใจในองค์กร และสามารถบริหารจัดการบุคลากรและทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดได้

2. รายงานทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารให้ทราบถึงผลการดำเนินงานที่ผ่านมาให้กับสมาชิกได้ทราบ สหกรณ์ควรปรับปรุงและเพิ่มเติมข้อมูลในการจัดทำรายงานทางการเงินให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นตามระเบียบนายทะเบียนสหกรณ์ เพื่อให้ผู้ใช้รายงานทางการเงินสามารถเชื่อมั่นและนำข้อมูลในรายงานทางการเงินไปใช้ประโยชน์และประกอบการตัดสินใจได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารบก ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างผู้ทำบัญชีในสหกรณ์ออมทรัพย์ทั่วไป เพื่อให้ทราบถึงทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะวิชาชีพของผู้ทำบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้คุณภาพรายงานทางการเงินดีขึ้นอีกด้วย

2. ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาทักษะวิชาชีพผู้ทำบัญชีเพียงอย่างเดียว ควรทำการศึกษาตัวแปรต้นในด้านอื่นเพิ่มเติม เช่น จรรยาบรรณวิชาชีพ การควบคุมภายใน แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้คุณภาพรายงานทางการเงินที่ดีขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2542). *คู่มือระบบบัญชีสหกรณ์คอมพิวเตอร์*. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2565, จาก https://www.cad.go.th/ewt_dl_link.php?nid=35046&filename=accounting_system
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2565). *รายงานจำนวนสหกรณ์รายเดือน*. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2565, จาก <https://office.cpd.go.th/itc/index.php/infocpd/info-coop/report-coop-monthly>
- จิรัฐมิ แดงสอาด. (2561). *ผลกระทบของสมรรถนะของนักบัญชีที่มีต่อคุณภาพของรายงานการเงินขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดสิงห์บุรี* (การศึกษาค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- จิตรัตน์ มีมาก, ธาณิ อังคยศ และทักษิณา อังคยศ. (2559). *ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงานของนักบัญชี ที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานงบการเงินขององค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดนครราชสีมา*. *สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 22(1), 119-133.
- ณัฐธรมณ ศรีสุข. (2560). *สมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีและกรุงเทพมหานคร* (การศึกษาค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ณัฐภัทร หงษ์พงษ์. (2560). *ผลกระทบของทักษะทางวิชาชีพที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี* (การศึกษาค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ดุชนิ สิกพันธ์ และ วิฑิตาภรณ์ สีนจฺญุศักดิ์. (2559). *ทักษะการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของผู้ทำบัญชีในกรุงเทพมหานคร*. *การประชุมทางวิชาการ ระดับชาติประจำปี 2559*. (หน้า 272-281). ปทุมธานี: วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- นุจรี อร่ามรัตนพันธุ์. (2561). *ทักษะทางวิชาชีพที่จำเป็นสำหรับนักบัญชีองค์กรรัฐวิสาหกิจในศตวรรษที่ 21: การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคกลาง)* (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ประกาศสภาวิชาชีพบัญชี ที่ 48/2563. เรื่อง กรอบแนวคิดสำหรับรายงานทางการเงิน. (17 พฤศจิกายน 2563). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่มที่ 137 ตอนพิเศษที่ 271, 14.
- ปิยธิดา จุลมิตร. (2562). *ทักษะวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและคุณภาพ รายงานทางการเงินของธุรกิจกีฬาในเขตกรุงเทพมหานคร* (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- พระราชบัญญัติสหกรณ์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562. (20 มีนาคม 2562). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่มที่ 136 ตอนที่ 34 ก, 27-42.
- ไพสรณ์ สูงสมบัติ. (2563). *ทักษะทางวิชาชีพและมาตรฐานในการปฏิบัติงานของนักบัญชีที่มีผลกระทบต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ภัทรพร อูระวงษ์. (2563). *ทักษะการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสาร ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานทางบัญชีของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร* (การศึกษาค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- มณีวรรณ ศรีปาน. (2564). *สมรรถนะนักบัญชีที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของสถานประกอบการในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ระเบียบนายทะเบียนสหกรณ์ ว่าด้วยการบัญชีของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร พ.ศ.2563. (9 ตุลาคม 2563). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่มที่137 ตอนพิเศษที่ 238, 11-37.
- สถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2556). *การจัดการสหกรณ์ออมทรัพย์* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: แดเน็กซ์ อินเทอร์เน็ตปอเรชั่น.
- สภาวิชาชีพบัญชี. (2557). *มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ ฉบับที่3 (ฉบับปรับปรุง) การพัฒนาทางวิชาชีพระยะเริ่มแรก-ทักษะทางวิชาชีพ*. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2565, จาก <https://www.tfac.or.th/upload/9414/eq6p8RJwV0.pdf>
- อังครัตน์ เปรียบจริยวัฒน์. (2554). *เครื่องมือเพื่อการวิเคราะห์การลงทุน การวิเคราะห์งบการเงิน*. (พิมพ์ครั้งที่6) กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- Sirikanya926. (2014). *ทฤษฎีการเรียนรู้ของ Bloom (Bloom's Taxonomy)*. ค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2566, จาก <https://sirikanya926.wordpress.com/2014/01/18/ทฤษฎีการเรียนรู้ของbloom-blooms-taxono/>

สมรรถนะของนักบัญชี แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน และจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Accountants' Competencies, Performance Motivation That Affect Their
Performance and Accounting Professional Ethics. In Bangkok and Vicinity

ศิริบูรณ์ แก้วสนธิ¹ และ พรทิwa แสงเขียว²

Siriboon Kaewsomnuk¹ and Porntiwa Saengkhiew²

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม^{1,2}

Faculty of Accountancy, Sripatum University, Thailand^{1,2}

E-mail: siriboon.kaew@gmail.com¹

Received: 2023-07-24; Revised: 2023-12-26; Accepted: 2023-12-27

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาสมรรถนะของนักบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2. ศึกษาสมรรถนะของนักบัญชีที่ส่งผลต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 3. ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 4. ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ นักบัญชีในสำนักงานรับทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 4 จังหวัด ได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม สมุทรปราการ มีจำนวน 46,039 คน เป็นสำนักงานบริการรับทำบัญชีที่เปิดเผยข้อมูลต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 397 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมของสมรรถนะของนักบัญชี แรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก และภาพรวมของประสิทธิภาพการทำงาน และจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอยู่ในระดับมาก และพบว่า สมรรถนะของนักบัญชี ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และแรงจูงใจในการปฏิบัติงานส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงานและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ประสิทธิภาพการทำงาน 3 ด้าน คือ ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความทันเวลา จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี

6 ด้าน คือ ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความเที่ยงธรรม ความเป็นอิสระ ด้านความรู้ความสามารถความเอาใจใส่ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาความลับ ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ ด้านความโปร่งใส

คำสำคัญ: สมรรถนะของนักบัญชี, แรงจูงใจ, ประสิทธิภาพการทำงาน, จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี

Abstract

The objectives of this research are: 1. To study the competencies of accountants that affect their performance in Bangkok and its vicinity. 2. To study the competencies of accountants that affect the ethics of the accounting profession in Bangkok and its vicinity. 3. To study the motivation of work that affects work efficiency in Bangkok and its vicinity. 4. To study the motivation of work that affects the ethics of the accounting profession in Bangkok and its vicinity. This research is quantitative. The population is accountants in bookkeeping offices in Bangkok and vicinity. 4 provinces: Nonthaburi, Pathum Thani, Nakhon Pathom, and Samut Prakan (Government Gazette, 2017). There were 46,039 people, and the sample used in this research determined the sample size by calculating the formula of Taro Yamane at a 95% confidence level. The calculation resulted in a sample size of a total of 397 people. Analyze data using descriptive statistics, frequency, percentage, mean, and standard deviation, and test hypotheses using multiple regression analysis.

The results of the research showed that the overall performance of accountants. Motivation to perform tasks is at a high level, and the overview of performance and ethics of the accounting profession In Bangkok and its vicinity is at a significant level. It was found that accountants' competencies positively impacted their performance and ethics in the accounting profession. In Bangkok and its vicinity, there are three aspects of performance: Achieving goals, Reliability, and timeliness. The six aspects of accounting professional ethics are integrity, objectivity, independence, knowledge, ability, care and performance standards, confidentiality, professional behavior, and transparency.

Keywords: Accountant Competencies, Motivation, Performance, Accounting Professional Ethics

บทนำ

สถานการณ์ในปัจจุบันของสังคมทำงานในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สภาพแวดล้อม ภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรงทั้งภายในประเทศและในระดับโลก ส่งผลให้ทั้งผู้

ประกอบวิชาชีพและสถานประกอบการต้องมีการปรับเปลี่ยนองค์กร เตรียมพร้อมสำหรับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น เพื่อให้กิจการยังสามารถดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง และปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อกิจการให้สามารถบรรลุตามเป้าหมายได้ คือ บุคลากรภายในที่จะขับเคลื่อนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ

สิ่งที่จำเป็นในการปฏิบัติงานที่ผู้ปฏิบัติงานต้องมี คือ ทักษะ ความชำนาญ ความสามารถในการกระทำ หรือการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่เกิดขึ้นจากการฝึกฝนหรือการกระทำบ่อย ๆ จนเป็นลักษณะเฉพาะบุคคล ซึ่งแต่ละบุคคลอาจมีทักษะที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันไป ตามประสบการณ์ในการดำเนินชีวิตและการทำงาน ที่มากกว่ากัน (จินดารัตน์ โพธิ์นอก, 2557) สมรรถนะของนักบัญชีเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการดำเนินแผนงานในสายงานบริหาร เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเงินเป็นหลักสำคัญในการดำเนินธุรกิจ วางระบบการดำเนินงาน และเป้าหมายเพื่อสร้างมูลค่าให้แก่กิจการ

การสร้างแรงจูงใจภายในให้เกิดขึ้นนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย การทำให้คนแสดงพฤติกรรมในเชิงบวก เช่น ความกระตือรือร้นในการทำกิจกรรม อย่างทุ่มเทเต็มกำลัง และการแสดงพฤติกรรมในเชิงลบ เช่น การละเลย ต่อหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง ซึ่งพฤติกรรมทั้งหลายนี้จะส่งผลกระทบต่อองค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง สมรรถนะของนักบัญชี แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางของแหล่งรวมธุรกิจที่มีความหลากหลาย ทั้งการหมุนเวียนการจ้างงาน และพื้นที่ปริมณฑลก็ได้รับอิทธิพลจากการกระจายตัวของแรงงาน ทำให้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ผู้จัดการบัญชี ผู้จัดการทรัพยากรบุคคลและผู้บริหาร ในการวิเคราะห์และวางแผนในการจัดการกำกับดูแลนักบัญชี ก็เกิดขึ้นมาก

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสมรรถนะของนักบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาสมรรถนะของนักบัญชีที่ส่งต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
4. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะของนักบัญชี

มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ได้กำหนดขึ้นมาจากสมาชิกสหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ (IFAC) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี จะมีการบูรณาการ

กับความรู้ความสามารถเชิงเทคนิค ค่านิยม จริยธรรมและทัศนคติทางวิชาชีพ เป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ จากการลงความเห็นโดยรวมยอมรับว่าวิชาชีพบัญชีที่ได้รับการคาดหวังในระดับสากลอย่างมากที่จะสร้าง และปฏิบัติตามมาตรฐานการศึกษา ซึ่งแสดงถึงสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่ตอบสนองความต้องการของสาธารณชน มาตรฐานดังกล่าวจึงกลายเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องปฏิบัติตามอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (ปฤษฎา ภูประดิษฐ์, 2563)

มาตรฐานฉบับนี้ มีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาวิชาชีพบัญชี ดังต่อไปนี้ คือ

1) ทักษะทางปัญญา ได้แก่ นักบัญชีที่มีความรู้สามารถ วิเคราะห์ สังเคราะห์ได้และประเมินคุณค่า ใช้ดุลยพินิจเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ หาข้อสรุปที่สมเหตุสมผลบนพื้นฐานของข้อเท็จจริง นำไปประยุกต์และประเมินสถานการณ์ทางเลือก เพื่อตัดสินใจและแก้ไขปัญหาภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา

2) ทักษะทางวิชาการเชิงปฏิบัติและหน้าที่การงาน ได้แก่ ทักษะทั่วไปและเฉพาะเจาะจงรวมไปถึงความชำนาญทางด้านตัวเลข ตัดสินใจต่อความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น การประเมิน ผลการรายงานและความรู้ความเข้าใจในด้านกฎหมาย

3) ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล ซึ่งเป็นทัศนคติและพฤติกรรมที่ใช้ในการพัฒนาทักษะช่วยให้ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ การกำหนดคุณภาพของการปฏิบัติงานและการติดตามผลงาน รับฟังข้อมูลป้อนกลับจากผู้อื่น และไตร่ตรอง เพื่อคาดการณ์ผลลัพธ์และวางแผนรับมือกับแนวโน้มของปัญหาที่อาจเกิดขึ้น มีความสร้างสรรค์ทำงานเสร็จตรงเวลา เปิดรับโอกาสใหม่ๆ เพื่อปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง ค่านิยม และมีความระมัดระวัง

4) ทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร การทำงานร่วมกับผู้อื่นภายในองค์กร การใช้เหตุและผล ประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรอง แก้ไขปัญหาต่างๆตามข้อกำหนดในสถานการณ์ทำงานต่าง ๆ ภายใต้วินัยธรรมภายในองค์กรที่แตกต่างกันได้อย่างมีคุณภาพ

5) ทักษะการบริหารองค์กรและการจัดการทางธุรกิจ มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อผู้ประกอบวิชาชีพในด้านการจัดองค์กร โดยบทบาทในส่วนการจัดการองค์กรจะเกี่ยวข้องกับการประยุกต์ทักษะการบริหารคน การสร้างภาวะความเป็นผู้นำทีม เพื่อโน้มน้าวสร้างแรงจูงใจผู้อื่นในการปฏิบัติงาน และการนำเครื่องมือและเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มคุณภาพและผลลัพธ์ของงาน ให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร (สภาวิชาชีพบัญชี, 2560)

แต่ละคนนั้นอาจมีข้อจำกัดแต่ในปัจจุบันต้องมีความรู้ในการดำเนินธุรกิจและตระหนักสิ่งต่างๆ รอบด้านเป็นการกระตุ้นให้บุคคลมีการพัฒนา สร้างความเป็นผู้นำและตัดสินใจเกี่ยวกับการทำงานได้อย่างมืออาชีพ (สุวรรณ คิงคำ, 2564)

2. แนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ.2561

หลักการพื้นฐานของจรรยาบรรณวิชาชีพที่ผู้ประกอบวิชาชีพต้องปฏิบัติ ดังต่อไปนี้

2.1 ความซื่อสัตย์สุจริต ประพฤติตนอย่างตรงไปตรงมา จริยใจในการปฏิบัติงาน ทั้งทางวิชาชีพและทางธุรกิจ

2.2 ความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ไม่นำอคติ อิทธิพล หรือผลประโยชน์ที่ได้รับจากบุคคลอื่น มาลบล้างการใช้ดุลยพินิจทางวิชาชีพ หรือทางธุรกิจ

สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่ให้บริการสาธารณะ ซึ่งเป็นผู้ให้บริการงานให้ความเชื่อมั่น ต้องมีความเป็นอิสระจากลูกค้า งานให้ความเชื่อมั่นนั้น ประกอบด้วย ความเป็นอิสระทางด้านจิตใจ และในเชิงประจักษ์ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่ให้บริการสาธารณะ สามารถสรุป และแสดงให้ข้อคิดเห็นโดยปราศจากความลำเอียง ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรืออิทธิพลจากผู้อื่น

สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในหน่วยงานธุรกิจ ต้องคำนึงถึงความเป็นอิสระในการปฏิบัติงานตามหลักการพื้นฐานนี้ด้วย

2.3 ความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่ และการรักษามาตรฐานในการปฏิบัติงาน รักษาไว้ซึ่งความรู้ ความสามารถ และความชำนาญทางวิชาชีพ หรือเทคนิคการปฏิบัติงาน หรือตามกฎหมาย และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเอาใจใส่ให้เป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง

2.4 การรักษาความลับ ให้ความสำคัญกับความลับของข้อมูลที่ได้มาจากความสัมพันธ์ทางวิชาชีพ และทางธุรกิจ ไม่เปิดเผยข้อมูลดังกล่าวให้กับบุคคลที่สาม โดยไม่ได้รับการอนุมัติ เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามสิทธิทางกฎหมาย หรือสิทธิทางวิชาชีพ หรือเป็นหน้าที่ที่ต้องเปิดเผย หรือไม่นำข้อมูลดังกล่าวไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตนหรือเพื่อบุคคลที่สาม

2.5 พฤติกรรมทางวิชาชีพ ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง และหลีกเลี่ยงการกระทำใด ๆ ที่อาจทำให้เกิดความเสียหายเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพบัญชี โดยพฤติกรรมที่ถือเป็นการประพฤติดิจจรรยาบรรณอันจะนำมาซึ่งความเสียหายเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพบัญชี มีดังนี้

2.5.1 ผ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพบัญชีตามข้อบังคับนี้ รวมถึงการกระทำที่จ้องใจหรือเป็นการประมาทเลินเล่ออย่างร้ายแรง

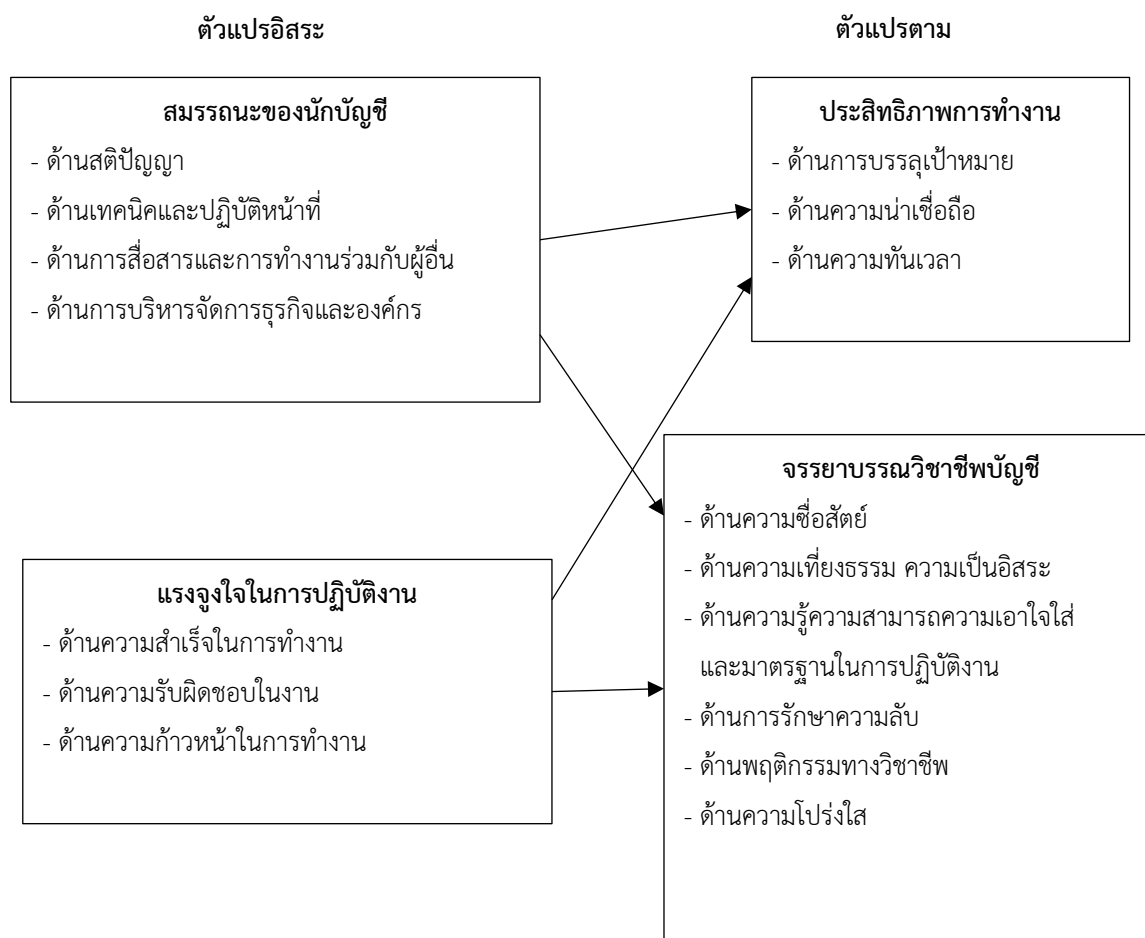
2.5.2 เคยถูกลงโทษโดยคำสั่งถึงที่สุดเนื่องจากประพฤติดิจจรรยาบรรณ แต่ยังประพฤติดิจจรรยาบรรณหรือไม่หลาบจำ หรือไม่มีความเกรงกลัวต่อการประพฤติดิจจรรยาบรรณ

2.5.3 กระทำความผิดในการประกอบวิชาชีพบัญชี โดยได้รับคำพิพากษาถึงที่สุดให้จำคุก

2.5.4 กรณีอื่นที่ถือว่าการประพฤติดิจจรรยาบรรณอันจะนำมาซึ่งความเสียหายเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพบัญชี ได้แก่ ผู้ว่าจ้างหรือบุคคลอื่นใช้ผลงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีอื่นด้วยความสุจริตและจำเป็น

2.6 ความโปร่งใส การปฏิบัติงานตามกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบต่างๆ และมาตรฐานวิชาชีพที่กำหนดไว้ และไม่ปกปิดหรือบิดเบือนข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญ (สภาวิชาชีพบัญชี, 2561)

จากแนวคิดเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ.2561 การศึกษา เรื่องสมรรถนะของนักบัญชี แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จึงเลือกศึกษาตัวแปร ด้านความเที่ยงธรรมและความเป็นอิสระ ด้านความรู้ความสามารถ และการรักษามาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาความลับ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักบัญชีในสำนักงานรับทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 4 จังหวัด ได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม สมุทรปราการ ที่ดำเนินการอยู่ จำนวน 2,699 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กุมภาพันธ์ 2566) มีนักบัญชีที่ขึ้นทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 46,039 คน

กลุ่มตัวอย่าง นักบัญชีในสำนักงานรับทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 397 คน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ กำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะของนักบัญชี ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงาน ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแบบสอบถามเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี

การรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบและสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ 1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) โดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 397 ชุด 3) ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง 4) เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนครบถ้วนแล้ว ทำการตรวจสอบความครบถ้วน ความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม 5) นำแบบสอบถาม เข้าสู่กระบวนการประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของข้อมูลและการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของนักบัญชี แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) การทดสอบสมมติฐานสมรรถนะของนักบัญชี แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อทดสอบว่าตัวแปรอิสระส่งผลต่อตัวแปรตามหรือไม่ โดยการใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของนักบัญชีในสำนักงานรับทำบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 397 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72 มีอายุช่วง ต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 52.60 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 78.80 มีประสบการณ์ทำงานในช่วง 5 – 10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 47.10 และมีเงินเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 28.70

ผลการทดสอบ สมรรถนะของนักบัญชี แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน และจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 1 การทดสอบสมรรถนะของนักบัญชี ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

	ด้านการบรรลุเป้าหมาย		ด้านความน่าเชื่อถือ		ด้านความทันเวลา	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig
ค่าคงที่	0.273	0.047	0.278	0.047	0.560	0.000
ด้านสติปัญญา	0.344	0.000**	0.310	0.000**	0.269	0.000**
ด้านเทคนิคและปฏิบัติหน้าที่	0.277	0.000**	0.115	0.094	0.126	0.067
ด้านการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น	0.265	0.000**	0.335	0.000**	0.125	0.041*
ด้านการบริหารจัดการธุรกิจและองค์กร	0.087	0.143	0.198	0.001**	0.369	0.000**
R = 0.826, R ² = 0.683, F = 211.177, Sig = 0.000						
R = 0.823, R ² = 0.678, F = 206.070, Sig = 0.000						
R = 0.808, R ² = 0.652, F = 183.829, Sig = 0.000						

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่า สมรรถนะของนักบัญชี ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีดังนี้

- 1) สมรรถนะของนักบัญชี ด้านสติปัญญา ด้านเทคนิคและปฏิบัติหน้าที่ และด้านการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงาน ด้านการบรรลุเป้าหมาย อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01
- 2) สมรรถนะของนักบัญชี ด้านสติปัญญา ด้านการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น และด้านการบริหารจัดการธุรกิจและองค์กร ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงาน ด้านความน่าเชื่อถือ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01
- 3) สมรรถนะของนักบัญชี ด้านสติปัญญา และด้านการบริหารจัดการธุรกิจและองค์กร ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงาน ด้านความทันเวลา อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 และสมรรถนะของนักบัญชี ด้านการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงาน ด้านความทันเวลา อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 2 การทดสอบสมรรถนะของนักบัญชี ที่ส่งผลต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

	ด้านความซื่อสัตย์		ด้านความเที่ยงธรรม ความเป็นอิสระ		ด้านความรู้ความสามารถ ความเอาใจ ใส่และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน		ด้านการรักษา ความลับ		ด้านพฤติกรรมทาง วิชาชีพ		ด้านความโปร่งใส	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
ค่าคงที่	1.437	0.000	1.183	0.000	0.854	0.000	1.281	0.000	1.237	0.000	1.224	0.000
ด้านสติปัญญา	0.397	0.000**	0.267	0.000**	0.411	0.000**	0.318	0.000**	0.360	0.000**	0.370	0.000**
ด้านเทคนิคและปฏิบัติ หน้าที่	0.240	0.008**	0.026	0.736	-0.047	0.425	0.134	0.125	-0.081	0.259	0.006	0.934
ด้านการสื่อสารและ การทำงานร่วมกับ ผู้อื่น	0.132	0.096	0.252	0.000**	0.293	0.000**	0.112	0.147	0.357	0.000**	0.483	0.000**
ด้านการบริหารจัดการ ธุรกิจและองค์กร	- 0.088	0.261	0.187	0.006**	0.172	0.001**	0.190	0.013*	0.128	0.043*	- 0.095	0.154
R = 0.621, R ² = 0.386, F = 61.580, Sig = 0.000												
R = 0.699, R ² = 0.489, F = 93.651, Sig = 0.000												
R = 0.827, R ² = 0.684, F = 212.300, Sig = 0.000												
R = 0.669, R ² = 0.448, F = 79.579, Sig = 0.000												
R = 0.745, R ² = 0.555, F = 122.425, Sig = 0.000												
R = 0.723, R ² = 0.523, F = 107.409, Sig = 0.000												

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่า สมรรถนะของนักบัญชี ที่ส่งผลต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีดังนี้

1) สมรรถนะของนักบัญชี ด้านสติปัญญา และด้านเทคนิคและปฏิบัติหน้าที่ ส่งผลเชิงบวกต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความซื่อสัตย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

2) สมรรถนะของนักบัญชี ด้านสติปัญญา ด้านการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น และด้านการบริหารจัดการธุรกิจและองค์กร ส่งผลเชิงบวกต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

3) สมรรถนะของนักบัญชี ด้านสติปัญญา ด้านการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น และด้านการบริหารจัดการธุรกิจและองค์กร ส่งผลเชิงบวกต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

4) สมรรถนะของนักบัญชี ด้านสติปัญญา ส่งผลเชิงบวกต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านการรักษาความลับ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 และสมรรถนะของนักบัญชี ด้านการบริหารจัดการธุรกิจและองค์กร ส่งผลเชิงบวกต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านการรักษาความลับ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

5) สมรรถนะของนักบัญชี ด้านสติปัญญา และด้านการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น ส่งผลเชิงบวกต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 และสมรรถนะของนักบัญชี ด้านการบริหารจัดการธุรกิจและองค์กร ส่งผลเชิงบวกต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านการรักษาความลับ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

6) สมรรถนะของนักบัญชี ด้านสติปัญญา และด้านการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น ส่งผลเชิงบวกต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความโปร่งใส อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

ตารางที่ 3 การทดสอบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

	ด้านการบรรลุเป้าหมาย		ด้านความน่าเชื่อถือ		ด้านความทันเวลา	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig
ค่าคงที่	0.333	0.001	0.348	0.001	0.439	0.000
ด้านความสำเร็จในการทำงาน	0.537	0.000**	0.500	0.000**	0.440	0.000**
ด้านความรับผิดชอบในงาน	0.146	0.000**	0.217	0.000**	0.123	0.000**
ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน	0.283	0.000**	0.224	0.000**	0.357	0.000**
R = 0.897, R ² = 0.804, F = 537.292, Sig = 0.000						
R = 0.883, R ² = 0.779, F = 461.572, Sig = 0.000						
R = 0.853, R ² = 0.783, F = 473.855, Sig = 0.000						

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีดังนี้

1) แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน และด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงาน ด้านการบรรลุเป้าหมาย อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

2) แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน และด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงาน ด้านความน่าเชื่อถือ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

3) แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน และด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการทำงาน ด้านความทันเวลา อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

ตารางที่ 4 การทดสอบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

	ด้านความซื่อสัตย์		ด้านความเที่ยงธรรม ความเป็นอิสระ		ด้านความรู้ความสามารถ ความเอาใจ ใส่และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน		ด้านการรักษา ความลับ		ด้านพฤติกรรมทาง วิชาชีพ		ด้านความโปร่งใส	
	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig	β	Sig
ค่าคงที่	1.606	0.000	1.364	0.000	1.078	0.000	1.341	0.000	1.415	0.000	1.378	0.000
ด้านความสำเร็จใน การทำงาน	0.247	0.000**	0.225	0.000**	0.373	0.000**	0.260	0.000**	0.292	0.000**	0.293	0.000**
ด้านความรับผิดชอบ ในงาน	0.143	0.010**	0.132	0.007**	0.150	0.000**	0.160	0.002**	0.128	0.005**	0.144	0.002**
ด้านความก้าวหน้าใน การทำงาน	0.253	0.000**	0.333	0.000**	0.248	0.000**	0.319	0.000**	0.302	0.000**	0.297	0.000**
R = 0.634, R ² = 0.401, F = 87.822, Sig = 0.000												
R = 0.706, R ² = 0.498, F = 129.894, Sig = 0.000												
R = 0.824, R ² = 0.680, F = 277.834, Sig = 0.000												
R = 0.708, R ² = 0.501, F = 131.523, Sig = 0.000												
R = 0.748, R ² = 0.559, F = 166.019, Sig = 0.000												
R = 0.740, R ² = 0.548, F = 158.999, Sig = 0.000												

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการวิเคราะห์หัตถถอดถอยเชิงพหุ พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีดังนี้

1) แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน และด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ส่งผลเชิงบวกต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความซื่อสัตย์ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

2) แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน และด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ส่งผลเชิงบวกต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความเที่ยงธรรม อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

3) แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน และด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ส่งผลเชิงบวกต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ ความสามารถ ความเอาใจใส่และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

4) แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน และด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ส่งผลเชิงบวกต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านการรักษาความลับ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

5) แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน และด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ส่งผลเชิงบวกต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

6) แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน และด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ส่งผลเชิงบวกต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ด้านความโปร่งใส อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง สมรรถนะของนักบัญชี แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมรรถนะของนักบัญชี ในด้านสติปัญญา ด้านเทคนิคและปฏิบัติหน้าที่ ด้านการสื่อสารและการทำงานร่วมกับผู้อื่น และด้านการบริหารจัดการธุรกิจและองค์กร ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนี้

ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ในด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านความน่าเชื่อถือ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และด้านความทันเวลา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุภารักษ์ สุจारी (2564) พบว่า ทักษะนักตรวจสอบภาษี ด้านทักษะทางวิชาชีพ ด้านทักษะทางปัญญา ทักษะการปฏิบัติงาน ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และทักษะการสื่อสาร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านผลงานน่าเชื่อถือและได้มาตรฐาน และความสำเร็จของงานที่ทันเวลา เนื่องจากนักตรวจสอบภาษีจำเป็นต้องมีทักษะวิชาชีพบัญชีขั้นพื้นฐาน รวมถึงทักษะอื่น เพื่อให้การทำงานบรรลุได้ตามเป้าหมาย

และส่งผลต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในด้านความซื่อสัตย์ ด้านความเที่ยงธรรม ความเป็นอิสระ ด้านความรู้ความสามารถความเอาใจใส่ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านความโปร่งใส ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และด้านการรักษาความลับ ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ ปุณณัฐา วันดี (2560) ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีด้านความรู้ทั่วไป ด้านความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี การเงิน ด้านความรู้ด้านองค์กรธุรกิจ ด้านความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านทักษะในการปฏิบัติงาน และด้านบุคลิกประจำตัวของบุคคล มีความสัมพันธ์กับจรรยาบรรณในการปฏิบัติงาน ด้านความโปร่งใส ด้านความเป็นอิสระ ด้านความเที่ยงธรรม ด้านความซื่อสัตย์สุจริตของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผู้สอบบัญชีสมรรถนะยิ่งสูง จะช่วยให้ผู้สอบบัญชีปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณที่สภาวิชาชีพกำหนด

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ในด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านความรับผิดชอบในงาน ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน และจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลดังนี้

ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ในด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความทันเวลา ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ดุษฎี อิศราพฤกษ์ (2560) พบว่า ปัจจัยเชิงใจ/ปัจจัยกระตุ้น มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านปริมาณงาน ด้านเวลา ด้านคุณภาพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

และส่งผลต่อจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในด้านความซื่อสัตย์ ด้านความเที่ยงธรรม ความเป็นอิสระ ด้านความรู้ความสามารถความเอาใจใส่ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาความลับ ด้านพฤติกรรมทางวิชาชีพ และด้านความโปร่งใส ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อินทร์ จันทรเจริญ (2560) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองตามจรรยาบรรณวิชาชีพครู ค่าเฉลี่ยของภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการรับรู้ในความสามารถของตนเอง และด้านความทะเยอทะยานส่งผลต่อการพัฒนาตนเองตามจรรยาบรรณวิชาชีพครู ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อนักศึกษา สาขาวิชาชีพครู มีความเข้าใจ ความเชื่อมั่นที่ดีต่ออาชีพครู และเมื่อมีความรู้สึกที่ดีต่ออาชีพครูจะสามารถทำให้ครูไปถึงเป้าหมายที่วางไว้ จากที่กล่าวมาคือการปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพครู

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. นักบัญชีควรให้ความสำคัญ และการพัฒนาด้านเทคนิคและการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น การใช้โปรแกรมบัญชีที่มีคุณภาพ ทักษะการใช้ Microsoft Office เป็นต้น ที่จะช่วยให้การทำงานนั้นรวดเร็วมากยิ่งขึ้น
2. นักบัญชีควรได้รับการสนับสนุนในการพัฒนาศักยภาพของตนเองอยู่เสมอ เช่น การเข้ารับการอบรมความรู้ด้านบัญชี ด้านการสื่อสาร ด้านการบริหารงาน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยถึงสมรรถนะของนักบัญชี แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ควรทำการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมในเขตพื้นที่อื่น เช่น เขตพื้นที่ภาคใต้ เขตพื้นที่ตะวันออก เป็นต้น
2. ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี เช่น การยอมรับเทคโนโลยี

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. สรุปลำดับงานสำนักงานบริการรับทำบัญชีแต่ละจังหวัด. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2566, จาก https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469403169
 จินดารัตน์ โพธิ์นอก. (2557). ทักษะ. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://www.dailynews.co.th/article/223844>

- ดุขฎฐิ อิศราพลฤกษ์. (2560). เจนเนอเรชันและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน (บริษัทญี่ปุ่นแห่งหนึ่งในนิคมอุตสาหกรรมนวนคร จังหวัดปทุมธานี) (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- ปฤษฎา ภูประดิษฐ์. (2563). คุณลักษณะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการธุรกิจ ในจังหวัดชัยนาท (การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปณณัฎฐา วันดี. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต่อจรรยาบรรณ ในการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สภาวิชาชีพบัญชี. (2560). มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ ฉบับที่ 3 ปรับปรุง 2558. ค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://www.tfac.or.th>
- สภาวิชาชีพบัญชี. (2561). จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2561. ค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2566, จาก <https://www.tfac.or.th>
- สุภารักษ์ สุจारी. (2564). อิทธิพลของทักษะนักตรวจสอบภาษีที่มีต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของนักตรวจสอบภาษีในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สุวรรณ คิงคำ. (2564). อิทธิพลของทักษะทางวิชาชีพและจรรยาบรรณที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของนักบัญชีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อินทร์ จันทรเจริญ และคณะ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองตามจรรยาบรรณวิชาชีพครูของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู วิทยาลัยเชียงราย. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(3), 2541-2554.
- Yamane, T. (1973). *Statistic: An introductory Analysis*. New York: Harper and Row.

การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมหมู่บ้านคีรีวงกตอำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี
Cultural Landscape Management of Keereewongkot Village, Nayoong District,
Udon Thani Province

ณัฐชัย เอกนราจินดาวัตน์¹, อีรารัตน์ อำนาจเจริญ² และ ศุภกานต์ โสภภาพร³
Nattachai Aeknarajindawut¹, Teerarat Amnartcharoen² and Suphakarn Sopaporn³

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี^{1,2,3}
Suan Sunandha Rajabhat University Udon Thani Education Center, Thailand^{1,2,3}
E-mail: Nattachai.ae@ssru.ac.th¹, Teerarat.am@ssru.ac.th², Suphakarn.so@ssru.ac.th³

Received: 2023-12-14; Revised: 2023-12-27; Accepted: 2023-12-28

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาฐานทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงกต 2) ศึกษาการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมหมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี และ 3) เสนอการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้แทนชุมชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานี จำนวน 11 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) บ้านคีรีวงกตเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ให้บริการที่พักค้างแรมแก่นักท่องเที่ยวทั้งแบบโฮมสเตย์และกางเต็นท์ในหมู่บ้าน พานั่งรถชิง ชมธรรมชาติ ตามคู่วิถีชีวิตชาวไร่ ชาวนา ชมน้ำตก ทานข้าวป่า และเก็บภาพจากจุดชมวิวแม่น้ำโขงบนยอดเขา 2) การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมหมู่บ้านคีรีวงกตเป็นจัดการเพื่อให้เกิดความเหมาะสมระหว่างวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชนและสมาชิกในหมู่บ้านร่วมมือกันบริหารจัดการด้านที่พักและกิจกรรมท่องเที่ยว และ 3) แนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ (1) การอนุรักษ์ธรรมชาติ เป็นการช่วยให้ชาวบ้านเกิดจิตสำนึกรักบ้านเกิดและร่วมกันอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นสืบต่อไป (2) การกระจายรายได้สู่ชุมชน เป็นการช่วยชาวบ้านได้มีชีวิตที่พัฒนาขึ้นมาอยู่ดีมีสุขและอาศัยอยู่ในบ้านเกิดของตนเอง ไม่ต้องออกไปทำงานในเมือง และ (3) การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม เป็นการนำเสนอให้ชาวบ้านเกิดความเข้าใจ และให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาคต่าง ๆ เพื่อการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม, หมู่บ้านคีรีวงกต, อุดรธานี

Abstract

This article aimed 1) to study the resource base of tourist attractions of Keereewongkot Village 2) to study cultural landscape management in Keereewongkot Village, Na Yung District,

Udon Thani Province 3) to propose cultural landscape management for tourism in Keereewongkot Village, Na Yung District, Udon Thani Province. The research model is Qualitative research that uses the concept of cultural landscape. Interpretation planning and management and related research as a research framework. The main research areas are Keereewongkot Village, Na Yung District, Udon Thani Province local community sample local community representatives and entrepreneurs, including the Udon Thani Tourism Business Association of 11 people and 400 tourists. The research instrument used was the In-depth Interview.

The results showed that 1) Keereewongkot Village is an ecotourism village. Providing overnight accommodations for tourists in both homestay and tent camping in the village. Take a ride in a fast car, see nature, follow the way of life of farmers and hill tribes, see the waterfall, eat wild rice, and take pictures from the Mekong River viewpoint on the mountaintop, 2) The management of the cultural landscape of Keereewongkot Village is managed to achieve the appropriateness between the culture and the environment. Receive cooperation from government agencies The private sector and village members work together to manage accommodations and tourist activities. 3) Guidelines for managing cultural landscapes consist of 3 parts: (1) nature conservation. It helps the villagers to develop a sense of love for their hometown and to work together for nature conservation and local culture sustainably, (2) distributing income to the community. It is to help villagers have a developed life that is happy and living in their hometown without having to go out to work in the big city and (3) manage the cultural landscape. It is a presentation for villagers to understand and cooperate with various government agencies for sustainable management of the cultural landscape.

Keywords: Cultural Landscape Management, Keereewongkot Village, Udon Thani

บทนำ

การท่องเที่ยว นับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ได้นำเอาวัฒนธรรมมาเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป ที่ต่างสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม มรดกทางประวัติศาสตร์ เยี่ยมชมงานสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในประเทศนั้น โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและแอฟริกา รวมถึงชื่อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมผลงานฝีมือที่เกิดจาก ภูมิปัญญาของคนในประเทศนั้น การท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวเราเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2556)

การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม คือ ศาสตร์และศิลป์แห่งการดำเนินการต่อทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์ได้กระทำกับสภาพแวดล้อมภูมิประเทศ ซึ่งได้สร้างความเจริญรุ่งเรืองต่อสังคมมนุษย์ หรือการดำเนินการธำรงกับพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกับพัฒนาการสังคมมนุษย์ สิ่งที่ต้องจัดการคือ การป้องกันไม่ให้เปลี่ยนแปลงเร็ว และไม่ให้เปลี่ยนแปลงทั้งหมด แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงค่อยเป็นค่อยไป และเปลี่ยนได้เฉพาะบางบริเวณที่ยอมให้เปลี่ยนได้ และยอมได้มากน้อยเพียงใดอย่างไรเท่านั้น สำหรับภูมิทัศน์วัฒนธรรมในปัจจุบันของไทย เป็นผลมาจากความเปลี่ยนแปลงของการเพิ่มขึ้น และการย้ายถิ่นฐานของประชากร และการพัฒนาทางเศรษฐกิจในช่วงกว่าสองศตวรรษที่ผ่านมา ตามนโยบายของรัฐและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งทำให้สภาพภูมิทัศน์วัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไปทั้งในสังคมเมือง และในสังคมชนบท ซึ่งภูมิทัศน์วัฒนธรรมในไทย ยังไม่ได้รับความสนใจและเอาใจใส่จากภาครัฐเท่าที่ควร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ให้ความสนใจสถาปัตยกรรมและแหล่งโบราณคดีมากกว่า การให้คำจำกัดความและการตีความของภูมิทัศน์วัฒนธรรม ยังมีความคลาดเคลื่อนอยู่มาก และยังถูกนำมาใช้แบบไม่มีมิติ ไม่มีแนวความคิดในบริบทของท้องถิ่น

นิยามความหมายของภูมิทัศน์วัฒนธรรมได้ถูกเขียน และให้คำจำกัดความต่าง ๆ มากมาย ขึ้นอยู่กับว่าเราจะมีพื้นฐานมีความรู้ ความเข้าใจในภูมิทัศน์วัฒนธรรมมากน้อยสักเพียงไหน แต่หลักการส่วนใหญ่ก็จะมีคุณสมบัติคล้องและใกล้เคียงกัน ซึ่งสามารถสรุปความหมายของภูมิทัศน์วัฒนธรรมได้ดังนี้ ภูมิทัศน์วัฒนธรรมคือทุกสิ่งทุกอย่างทั้งทางรูปธรรมและนามธรรมอันเป็นสิ่งที่ผู้คนในกลุ่มถือร่วมกัน (ค่านิยม) และได้กระทำต่อสภาพแวดล้อมภูมิประเทศ เพื่อสร้างความเจริญงอกงาม และพัฒนาสังคมของมนุษย์ เป็นพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ประกอบด้วยแหล่งทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ อันมีความเกี่ยวเนื่องกับพัฒนาการทางประวัติศาสตร์และมีคุณค่าทางด้านความงาม ภูมิทัศน์วัฒนธรรมแสดงให้เห็นถึงต้นกำเนิดและพัฒนาการของสังคมหนึ่ง ๆ ผ่านทางลักษณะทางกายภาพและการใช้งานของพื้นที่ เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานกันระหว่างธรรมชาติและมนุษย์ โดยแสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของสังคมมนุษย์และการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ผ่านกาลเวลามาจนกระทั่งปัจจุบัน ซึ่งทำให้เห็นได้ว่า ภูมิทัศน์วัฒนธรรมเป็นผลของความสัมพันธ์หรือการกระทำต่อกัน ระหว่างวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมภูมิศาสตร์ โดยสะท้อนถึงพัฒนาการของสังคมหรือชุมชนนั้น จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ผ่านทางลักษณะกายภาพของพื้นที่ในสังคมหรือชุมชนนั้น (ศิริภา ขาวผ่องอำไพ, 2561)

อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี นอกจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ อาทิ วัดป่าภูก้อน วัดป่านาคำน้อย แหล่งธรรมะ มีน้ำตกยูงทอง ที่อุทยานนายูง-น้ำโสม และน้ำตกที่สวยงามอีกหลายแห่งแล้ว ช่วงฤดูหนาวในแต่ละปี อำเภอนายูง มีอุณหภูมิต่ำสุด 5-10 องศาโดยเฉพาะที่บ้านศรีวังเกต ชุมชนในโอบกอดแห่งขุนเขา แหล่งปลูกสตอเบอรี่แปลงใหญ่ สวนดอกไม้เมืองหนาว เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนตากอากาศ และเที่ยวชมธรรมชาติในช่วงที่อากาศหนาวเย็น สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอนายูง ซึ่งมีพื้นที่เป็นภูเขาสลับซับซ้อน มีธรรมชาติสวยงาม มีวัดป่าภูก้อนที่มีชื่อเสียง และอุทยานแห่งชาตินายูง-น้ำโสม ในปีที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอนายูงเป็นจำนวนมาก สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่เป็นจำนวนมากเช่นกัน นอกจากนี้อำเภอยังได้ส่งเสริมให้เกษตรกรทำการปลูกกาแฟอาราบิก้าและพืชเมืองหนาว โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟนายูง พร้อมตั้งโรงงานแปรรูปกาแฟ ผลิตภัณฑ์กาแฟอาราบิก้าและโรบัสต้า

ในรูปแบบกาแฟควัดแบรนด์ “กาแฟนาญ Nayung’s Coffee” เพื่อเป็นสินค้า OTOP ของจังหวัดอุดรธานี อีกทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ให้แก่หน่วยงาน สถานศึกษาและผู้สนใจ ได้มาเยี่ยมชมการปลูกและการผลิตกาแฟนาญในพื้นที่ โดยมีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในงาน “เทศกาลวันสตอเบอรี่และกาแฟนาญ ประจำปี ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกชม เลือกซื้อทั้งผลไม้ กาแฟ หรือสินค้าชุมชนเป็นของฝากอีกด้วย (รัมภากัด ฤกษ์วิระวัฒนา และคณะ, 2565)

ทั้งนี้หมู่บ้านศิรีวงกต เป็นหมู่บ้านเล็ก ๆ อยู่ใจกลางหุบเขา ตั้งอยู่ที่ตำบลนาแค อำเภอนาญ จังหวัดอุดรธานี ห่างจากตัวเมืองประมาณ 140 กิโลเมตร ติดกับ อ.ปากชม จ.เลย และอ.สังคม จ.หนองคาย โอบล้อมด้วยภูเขาสูง 3 กลุ่ม ทั้งภูหมอบัว-ภูมีด-ภูหลวง ในช่วงฤดูหนาวมีอุณหภูมิวัดได้ต่ำสุด 5-10 องศาเซลเซียส หน่วยงานรัฐส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแห่งใหม่ของจังหวัด ชูโลเคชั่นอยู่กลางหุบเขาพื้นที่รอยต่อ 3 จังหวัดเลย หนองคาย อุดรธานี ภูมิอากาศเย็นสบายเหมาะปลูกพืชเมืองหนาว บรรยากาศตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัด ซึ่งหมู่บ้านศิรีวงกต ตำบลนาแค อำเภอนาญ จังหวัดอุดรธานี ที่ทท.และหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีธรรมชาติที่สวยงาม มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวนมากไม่ต่างแหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดอุดรธานี ในพื้นที่ มีที่พักแบบโฮมสเตย์และแบบรีสอร์ท ชมธรรมชาติที่ล้อมรอบด้วยทิวเขาและม่านหมอก พร้อมรับรุ่งอรุณ พานั่งรถชิงชมธรรมชาติตามวิถีชีวิตชาวไร่ ชาวนา ชมน้ำตกห้วยช้างพราย ทานข้าวป่า และเก็บภาพจากจุดวิวด้านโขงบนยอดเขา (บันทึกคนขี่เที่ยว, 2559)

บทความวิจัยนี้นำเสนอ การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวสีเขียว กรณีศึกษา หมู่บ้านศิรีวงกต ตำบลนาแค อำเภอนาญ จังหวัดอุดรธานี โดยการนำแนวคิดการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญในเรื่องการจัดการอนุรักษ์พัฒนาและสื่อความหมาย ที่เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้เกิดความยั่งยืนให้แก่พื้นที่แห่งนี้สามารถอนุรักษ์ภูมิทัศน์วัฒนธรรมและสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น โดยเป็นการเสนอแนะในรูปแบบด้านการจัดการให้กับชุมชนซึ่งมีการคำนึงถึงด้านสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่จะเอื้อประโยชน์แก่กันและกันภายในอนาคตข้างหน้า

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาฐานทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวของหมู่บ้านศิรีวงกต
2. เพื่อศึกษาการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมหมู่บ้านศิรีวงกต อำเภอนาญ จังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อนำเสนอการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านศิรีวงกต อำเภอนาญ จังหวัดอุดรธานี

การทบทวนวรรณกรรม

ภูมิทัศน์วัฒนธรรม

सरค์ वेस्สุนทรเทพ และ ชัยสิทธิ์ ด้านกิตติกุล, (2557) ได้ให้ความหมายภูมิทัศน์วัฒนธรรม คือ การกระทำของมนุษย์ที่ปรากฏร่องรอยลงบนภูมิทัศน์ ที่ตั้งใจ และไม่ตั้งใจ ซึ่งเป็นผลจากทั้งด้านเศรษฐกิจ

สังคม รวมถึงด้านกายภาพและได้รับการพัฒนาผ่านกาลเวลาจนปรากฏเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ กลายเป็นคุณค่า เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการบริหารจัดการ และเป็นแบบอย่างในการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การจัดประเภทภูมิทัศน์วัฒนธรรมดังกล่าวอาจได้รับอิทธิพลด้านแนวคิดมาจากองค์การระหว่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ (International Union for Conservation of Nature: IUCN) ในการอนุรักษ์ความสมบูรณ์และความหลากหลายของธรรมชาติเพื่อให้อนุชนได้ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเหมาะสม และมีความยั่งยืนในเชิงนิเวศโดยเน้นการจัดพื้นที่ให้เป็นพื้นที่ที่ได้รับการคุ้มครอง (protected area) ซึ่งเน้นพื้นที่ทางธรรมชาติ อันได้แก่พื้นดินชายฝั่งทะเล ทะเล อันแสดงออกถึงสัมพันธ์ภาพของมนุษย์และธรรมชาติในเวลาที่ต่อเนื่องกันจนทำให้พื้นที่นั้น ๆ มีลักษณะเฉพาะ ถึงพร้อมด้วยคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ นิเวศและวัฒนธรรม ที่มักจะมาพร้อมกับความหลากหลายทางชีวภาพ (IUCN, 1994) จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการศึกษาขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) เป็นผู้มีความสำคัญในการขึ้นทะเบียนมรดกโลก มักเน้นย้ำและให้ความสำคัญต่อมนุษย์และผลิตผลของมนุษย์อันได้แก่ วัฒนธรรม และเพิ่มมิติการใช้มนุษย์เป็นศูนย์กลางในการประเมินคุณค่าภูมิทัศน์วัฒนธรรม ในขณะที่องค์การระหว่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ (IUCN) ได้ให้ความสำคัญต่อธรรมชาติมากกว่าเห็นได้จากการให้ความสำคัญต่อพื้นที่ที่ได้รับการคุ้มครอง โดยมองว่ามนุษย์เป็นผลิตผลจากธรรมชาติ ที่จำเป็นต้องดูแลและรับผิดชอบธรรมชาติ อย่างไรก็ตาม ยังมีบางหน่วยงานเช่นศูนย์บริการสวนสาธารณะแห่งชาติ ประเทศสหรัฐอเมริกา (Sofronis & Birnbaum, 1994) ได้ผสมผสานแนวคิดทั้งสองและได้นิยามภูมิทัศน์วัฒนธรรมบนสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของสังคมอเมริกันไว้ว่าเป็นพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่รวมถึงทรัพยากรทางวัฒนธรรมและธรรมชาติสัตว์ป่า สัตว์เลี้ยง ที่มีความเกี่ยวพันกันกับเหตุการณ์ กิจกรรมหรือบุคคลทางประวัติศาสตร์ ที่แสดงออกซึ่งคุณค่าทางวัฒนธรรมหรือสุนทรีย์และสะท้อนความสัมพันธ์กับธรรมชาติ สามารถสรุปได้ว่า ภูมิทัศน์วัฒนธรรม คือ พื้นที่ที่ได้มีการนิยามหรือยอมรับว่าเป็นพื้นที่เด่นทางภูมิศาสตร์ หรือทรัพยากรที่เป็นตัวแทนของธรรมชาติและผลงานของมนุษย์ที่มีลักษณะเด่น มีการปรับปรุงและพัฒนาขึ้นระหว่างธรรมชาติและวัฒนธรรม เป็นภูมิทัศน์ที่เกิดจากการตั้งใจของมนุษย์ที่กระทำด้วยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจทำ และมีความเชื่อมโยงกับคุณค่าทางศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การปกครอง สังคมกับองค์ประกอบทางธรรมชาติ

แนวคิดการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติกระทรวงวัฒนธรรมและคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร 2549, (อ้างถึงใน ภาสกร คำภูแสน, 2552) กล่าวว่า แนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมมีหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับลักษณะของพื้นที่ความต้องการใช้สอยร่วมสมัยและคุณค่าในแต่ละด้าน ด้านของพื้นที่ โดยในการจัดการอาจไม่ได้ใช้แค่แนวทางเดียว แต่จะต้องประยุกต์หลายแนวทางเข้าด้วยกัน ซึ่งสามารถแบ่งแนวทางการจัดการและการอนุรักษ์ได้หลายแนวทาง ประกอบด้วย การดูแลรักษา การรักษาให้คงสภาพ การบูรณปฏิสังขรณ์ การสร้างขึ้นใหม่ การปรับประโยชน์ใช้สอยใหม่ และการพัฒนาและสร้างสรรค์ใหม่

รูปแบบภูมิทัศน์วัฒนธรรม แบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ

1) ภูมิทัศน์วัฒนธรรมแบบชนบท มีลักษณะที่โดดเด่นคือ ผู้คนยังดำเนินชีวิตอยู่กับสภาพแวดล้อมธรรมชาติเป็นหลัก มีระบบเครือญาติ เป็นลักษณะที่ภูมิทัศน์วัฒนธรรม

2) ภูมิทัศน์วัฒนธรรมกึ่งเมืองกึ่งชนบท มีลักษณะที่ผู้คนในชุมชนเริ่มมีการพัฒนาพื้นที่ มีการปรับใช้ความรู้เทคโนโลยี อีกทั้งมีการปรับภูมิทัศน์เพื่อสนองต่อความต้องการในการดำรงชีวิตแต่ก็ยังคงให้คุณค่าต่อระบบนิเวศธรรมชาติเดิมอยู่

3) ภูมิทัศน์วัฒนธรรมเมือง มีลักษณะโดดเด่นคือ ชุมชนมีการขยายตัวใหญ่ขึ้นมีความซับซ้อนทั้งในแง่สังคมเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและได้ปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมเดิมที่มีอยู่เดิมจนกลายเป็นวัฒนธรรมนำภูมิทัศน์

สรุปได้ว่า การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม เป็นการจัดการด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่สังคมนั้น ๆ ทั้งลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างและการดำรงชีวิตของผู้คนในลักษณะนิเวศนั้น ด้วยเหตุที่ภูมิทัศน์วัฒนธรรมเป็นภาพที่ปรากฏตามวิถีชีวิตที่ดำรงอยู่อย่างต่อเนื่องยาวนาน อีกทั้งได้สร้างความเชื่อ ศิลปะ ความงามตามรสนิยมของงานและของกลุ่ม ร่วมสร้างประเพณีเพื่อดำรงรักษาองค์ประกอบในการดำรงชีวิตไว้ต่อมาหลาย ๆ รุ่นจนกลายเป็นวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น

แนวคิดองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว

Buhalis (2000) ได้อธิบายความหมายองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว มี 6 ประการ ดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง สถาปัตยกรรม และการจัดกิจกรรมพิเศษ

2) การเข้าถึง (Accessibility) เช่น ระบบการคมนาคม สถานีขนส่งผู้โดยสารและยานพาหนะ

3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เช่น ที่พัก การจัดเลี้ยง และการบริการการท่องเที่ยว

4) โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ถูกเตรียมโดยคนกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน

5) กิจกรรม (Activities) เช่น กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่

6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) เช่น ระบบโทรคมนาคม โรงพยาบาล ไพรชาณีย์ และธนาคาร

ข้อมูลบริบทพื้นที่หมู่บ้านคีรีวงกต ตำบลนาแค อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี

บ้านคีรีวงกต ทางราชการได้แบ่งการปกครองออกเป็น 2 หมู่บ้านคือ หมู่ที่ 4 บ้านคีรีวงกต ตำบลนาแค อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี และหมู่ที่ 8 บ้านคีรีวงกต ตำบลนาแค อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี คีรีวงกตคือหมู่บ้านที่อยู่ทางตอนเหนือสุดของจังหวัดอุดรธานี ทิศเหนือและทิศตะวันตกติดกับอำเภอปากชม จังหวัดเลย ทิศตะวันออกติดกับอำเภอสว่าง จังหวัดหนองคาย และเป็นหนึ่งในพื้นที่ประวัติศาสตร์อันประกอบไปด้วยซากสิม (โบสถ์ในภาคอีสาน) โบราณสถานที่ยังคงเหลือให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น และ “ทัพสหาย” ค่ายทหารป่าที่ยังคงหลักฐานไว้เป็นอนุสรณ์แห่งการสู้รบในอดีตของพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย ภาพสู้รบในอดีตจบลงแล้ว ปัจจุบันบ้านคีรีวงกตเหลือเพียงหมู่บ้านท่ามกลางธรรมชาติอันงดงาม รอบหมู่บ้าน

โอบล้อมด้วยทิวเขาเขียวชอุ่มของอุทยานแห่งชาติน้ำโสมน่ายัง ต้นกำเนิดของน้ำตกและลำห้วยหลายสายที่หล่อเลี้ยงเพิ่มความชุ่มชื้นแก่แผ่นดินและพืชพันธุ์การเกษตรนานาชนิด ซึ่งเป็นอาชีพหลักของชาวบ้านศรีวังกต

นอกจากการทำเกษตรตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง บ้านศรีวังกตยังเปิดเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และให้บริการที่พักค้างแรมแก่นักท่องเที่ยวทั้งแบบโฮมสเตย์และกางเต็นท์ในหมู่บ้าน โดยมีสมาชิกในหมู่บ้านร่วมมือกันบริหารจัดการด้านที่พักและกิจกรรมท่องเที่ยว และมีการชมทะเลหมอกท่ามกลางพื้นที่ที่เป็นขุนเขา การชมและเพลิดเพลินกับการเล่นน้ำที่น้ำตกห้วยช้างพลายและห้วยปางที่สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี การชมวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้านศรีวังกต ชมและชิมสวนเกษตรปลอดสาร ทั้งผลไม้ตามฤดูกาล เช่น เงาะกล้วย มะขามหวาน ลิ้นจี่ สตรอเบอร์รี่ และพืชเศรษฐกิจทั้งข้าว ลูกเดือย ยางพารา มันสำปะหลัง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ ตัวแทนชุมชนท้องถิ่น หมู่ที่ 4 หมู่บ้านศรีวังกต ตำบลนาแค อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 8 ราย และผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานี จำนวน 3 ราย รวมเป็น 11 ราย ใช้การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเฉพาะเจาะจง

เครื่องมือในการวิจัย

คณะผู้ศึกษาเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือการใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสมบูรณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้รวบรวมเอกสารประเภทบทความและหนังสือที่เกี่ยวข้องการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ภูมิศึกษา หมู่บ้านศรีวังกต ตำบลนาแค อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี โดยสามารถค้นหาข้อมูลได้จากแหล่งข้อมูล ดังต่อไปนี้ 1) ห้องสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และ 2) ข้อมูลสารสนเทศ (Internet)

ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยนำเอกสารจากมหาวิทยาลัยมาติดต่อกับผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 4 หมู่บ้านศรีวังกต ตำบลนาแค อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี เพื่อแจ้งขอสัมภาษณ์กับตัวแทนชุมชนท้องถิ่น

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อทำการวิเคราะห์ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ทำการวิเคราะห์จากคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์โดยจัดกลุ่มประเด็นสำคัญของคำถามในแต่ละตอนที่ใช้ในการสัมภาษณ์

2. ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และสรุปสาระสำคัญตามขอบเขตเนื้อหาที่กำหนด

3. ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลทั้งหมดตามขอบเขตของเนื้อหา

4. นำข้อมูลที่ตรวจสอบและจัดระบบข้อมูลเป็นหมวดหมู่ทั้งหมดแล้วทำการวิเคราะห์ตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ



ผลการวิจัย

1. **ฐานทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงกต** คีรีวงกตคือหมู่บ้านที่อยู่ทางตอนเหนือสุดของจังหวัดอุดรธานี เป็นหมู่บ้านเล็ก ๆ อยู่ใจกลางหุบเขา พื้นที่ราบโอบล้อมด้วยภูเขาสูง 3 กลุ่ม ทั้งภูหมอบัว-ภูมิด-ภูหลวง ในช่วงฤดูหนาวมีอุณหภูมิวัดได้ต่ำสุด 5-10 องศาเซลเซียส ตั้งอยู่ที่ตำบลนาแค อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี ห่างจากตัวเมืองประมาณ 140 กิโลเมตร ทิศเหนือและทิศตะวันตกติดกับอำเภอกุดชุมหะ จังหวัดเลย ทิศตะวันออกติดกับอำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดหนองคาย ในอดีตการท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงกตได้ทำให้เกิด “ทัพสหาย” ค่ายทหารป่าที่ยังคงหลักฐานไว้เป็นอนุสรณ์แห่งการสู้รบในอดีตของพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย ภาพสู้รบในอดีตจบลแล้ว ปัจจุบันบ้านคีรีวงกตเหลือเพียงหมู่บ้านท่ามกลางธรรมชาติอันงดงาม รอบหมู่บ้านโอบล้อมด้วยทิวเขาเขียวขจีของอุทยานแห่งชาติน้ำโสมนายูง ต้นกำเนิดของน้ำตกและลำห้วยหลายสายที่หล่อเลี้ยงเพิ่มความชุ่มชื้นแก่แผ่นดินและพืชพันธุ์การเกษตรนานาชนิด ซึ่งเป็นอาชีพหลักของชาวบ้านคีรีวงกต และบ้านคีรีวงกตยังเปิดเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และให้บริการที่พักค้างแรมแก่นักท่องเที่ยวทั้งแบบโฮมสเตย์และกางเต็นท์ในหมู่บ้าน โดยมีสมาชิกในหมู่บ้านร่วมมือกันบริหารจัดการด้านที่พักและกิจกรรมท่องเที่ยวอีกด้วย ประกอบด้วยกิจกรรมหลักคือ พานั่งรถชิงชมธรรมชาติ ตามดูวิถีชีวิตชาวไร่ ชาวเขา ชมน้ำตกห้วยช้างพราย ทานข้าวป่า และเก็บภาพจากจุดวิวดูแม่น้ำโขงบนยอดเขา

บ้านคีรีวงกตมีสิ่งที่น่าสนใจหลายอย่างที่ถือว่าเป็นของดีมีเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้าน เช่น รถเสือภูเขา หรือ รถชิง ซึ่งเป็นยานพาหนะดัดแปลงจากภูมิปัญญาของชาวบ้านเพื่อใช้ในการเกษตรและภายหลังได้นำมาประยุกต์ใช้สำหรับการท่องเที่ยว ปุหินที่มีนิยมนำมาทำตุ๊กตาสัตว์น่ารักๆ ขอบอยู่ตามลำห้วย ซอกหินที่มีแม่น้ำไหลผ่านตลอดปีและที่สำคัญน้ำต้องบริสุทธิ์ปราศจากสารเคมี เมื่อไต่เตม้วยมีเส้นทางผ่านศูนย์กลาง 10 ชม. ความยาวรวม 25 – 30 ชม. รูปร่างคล้ายปูทะเล หลังแบน ตาโต สามารถหารับประทานได้ในเดือนสิงหาคม – เดือนตุลาคมนั้น เพราะนอกจากช่วงนั้นแล้วทางชุมชนจะงดเว้นการจับเพื่ออนุรักษ์ให้คงอยู่กับธรรมชาติตลอดไป การชมทะเลหมอกท่ามกลางพื้นที่ที่เป็นขุนเขา การชมและเพลิดเพลินกับการเล่นน้ำที่น้ำตกห้วยช้างพรายและห้วยปางที่สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี มีที่พักแบบโฮมสเตย์ ชมธรรมชาติที่ล้อมรอบด้วยทิวเขาและม่านหมอก การชมวิถีชีวิตของคนในหมู่บ้านคีรีวงกต ชมและชิมสวนเกษตรปลอดสาร ทั้งผลไม้ตามฤดูกาล เช่น เงาะ กล้วย มะขามหวาน ลิ้นจี่ สตรอเบอร์รี่ และพืชเศรษฐกิจทั้งข้าว ลูกเดือย ยางพารา มันสำปะหลัง

2. การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมหมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี

การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมหมู่บ้านคีรีวงกต มีขึ้นจากแนวคิดการจัดการเพื่อให้เกิดความเหมาะสมระหว่างวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยลักษณะภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่ผ่านมาในประวัติศาสตร์มีความเชื่อมโยงกับการตั้งถิ่นฐานบริเวณแหล่งน้ำตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ โดยจังหวัดอุดรธานีในช่วงวันหยุดยาว ปีใหม่นักท่องเที่ยวแห่สัมผัสอากาศเย็น ที่หมู่บ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี กันเนืองแน่น หลังหน่วยงานรัฐส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแห่งใหม่ของจังหวัด ชูโลเคชั่นอยู่กลางหุบเขาพื้นที่รอยต่อ 3 จังหวัดเลย หนองคาย อุดรธานี ภูมิอากาศเย็นสบายเหมาะปลูกพืชเมืองหนาว ทั้งนี้หมู่บ้านคีรีวงกตเป็นหมู่บ้านเล็ก ๆ อยู่ใจกลางหุบเขา ตั้งอยู่ที่ตำบลนาแค อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี ห่างจากตัวเมืองประมาณ 140 กิโลเมตร ติดกับ อำเภอกุดชุมหะ จังหวัดเลย และ อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดหนองคาย โอบล้อมด้วย

ภูเขาสูง 3 กลุ่ม ทั้งภูมอ่วย-ภูมิด-ภูหลวง ในช่วงฤดูหนาวมีอุณหภูมิวัดได้ต่ำสุด 5-10 องศาเซลเซียส ในพื้นที่ มีที่พักแบบโฮมสเตย์ ชมธรรมชาติที่ล้อมรอบด้วยทิวเขาและม่านหมอก พร้อมรับรุ่งอรุณ พานั่งรถซึ่งชมธรรมชาติ ตามวิถีชีวิตชาวไร่ ชาวเขา ชมน้ำตกห้วยช้างพราย หานข้าวป่า และเก็บภาพจากจุดวิวดูแม่น้ำโขงบนยอดเขา นอกจากนี้อำเภอหนองสูงยังได้ส่งเสริมให้เกษตรกรทำการปลูกกาแฟอาราบิก้า และพืชเมืองหนาว โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟนาญ พร้อมตั้งโรงงานแปรรูปกาแฟ ผลิตภัณฑ์กาแฟอาราบิก้าและโรบัสต้าในรูปแบบกาแฟคั่วบดแบรนด์ “กาแฟนาญ Nayung’s Coffee” เพื่อเป็นสินค้า OTOP ของจังหวัดอุดรธานี ทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ให้แก่หน่วยงาน สถานศึกษาและผู้สนใจ มาเยี่ยมชมการปลูกและผลิตกาแฟนาญในพื้นที่ โดยมีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวนาญ ในงาน “เทศกาลวันสตรอเบอรี่และกาแฟนาญ ประจำปีในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกชม เลือกซื้อทั้งผลไม้ กาแฟ หรือสินค้าชุมชนเป็นของฝากอีกด้วย

การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมหมู่บ้านศิรีวงกต อำเภอหนองสูง จังหวัดอุดรธานี ได้รับความร่วมมือจากภาคประชาชน หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน สมาชิกในหมู่บ้านร่วมมือกันบริหารจัดการด้านที่พักและกิจกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วย กลุ่มหน่วยงานรัฐ (องค์การบริหารส่วนจังหวัดอุดรธานี กลุ่มจักรยาน กลุ่มเจ้าของบ้านในหมู่บ้านศิรีวงกตที่ใช้เป็นที่พักแบบโฮมสเตย์ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบแอดเวนเจอร์ กลุ่มการเมืองท้องถิ่น (องค์การบริหารส่วนตำบล และ กลุ่มสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี โรงเรียนในตัวอำเภอ นาโสม นาญ โดยให้ความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่ หมู่บ้านศิรีวงกต อำเภอหนองสูง จังหวัดอุดรธานี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิม และสิ่งแวดล้อม หมู่บ้านศิรีวงกตเปิดเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวโดยสมาชิกของชุมชนร่วมมือกันบริหารจัดการท่องเที่ยวภายในชุมชน มีบริการที่พักให้เลือกในแบบพักกับเจ้าของบ้านและกางเต็นท์ รวมทั้งบริการนำเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านด้วยรถเสือภูเขา ชาวบ้านศิรีวงกตยังคงดำเนินชีวิตด้วยการประกอบอาชีพเกษตรตามวิถีเศรษฐกิจพอเพียง ดำเนินชีวิตในแบบเรียบง่าย และพร้อมต้อนรับผู้มาเยือนด้วยบรรยากาศที่เป็นมิตรและอบอุ่น

3. นำเสนอการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านศิรีวงกต อำเภอหนองสูง จังหวัดอุดรธานี ขั้นตอนการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมหมู่บ้านศิรีวงกต ตำบลนาแค อำเภอหนองสูง จังหวัดอุดรธานี

ขั้นตอนที่ 1 การค้นคว้าข้อมูลและวิธีการเพื่อวางแผนการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาเรียนรู้คุณค่าของภูมิทัศน์วัฒนธรรม

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันในอนาคต

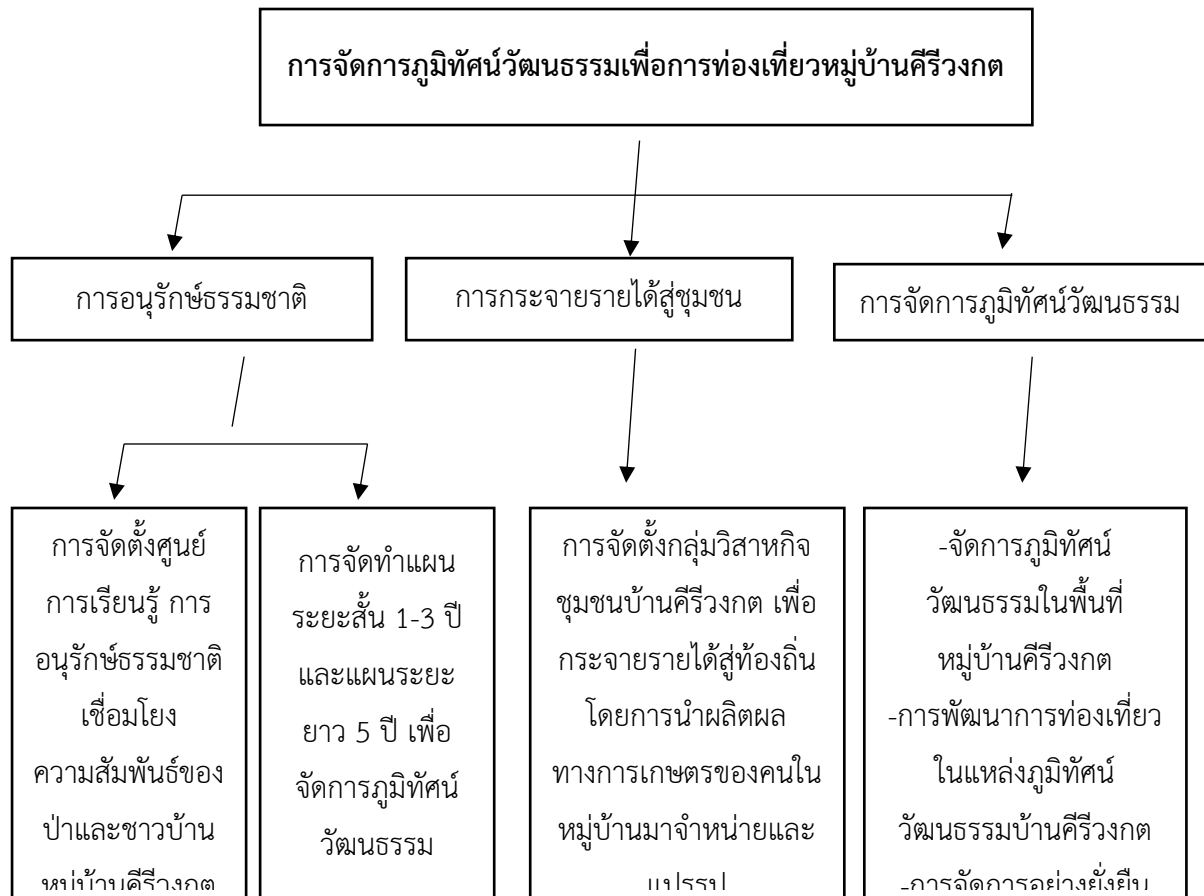
ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดการและการประเมินโอกาสการวางแผนการจัดการ ภูมิทัศน์วัฒนธรรม

ขั้นตอนที่ 5 การระบุตัวเลือกการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อให้ตามวัตถุประสงค์ของการจัดการ ภูมิทัศน์ วัฒนธรรม

ขั้นตอนที่ 6 การดำเนินงานตามกลยุทธ์ของการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม

ขั้นตอนที่ 7 การตรวจสอบและการประเมินผลและการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม

ขั้นตอนที่ 8 การแก้ไขการจัดการเชิงกลยุทธ์และการจัดการที่ยั่งยืน
จากกระบวนการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมทั้ง 8 ขั้นตอนดังกล่าวสามารถออกแบบในรูปแบบแผนผัง
ขั้นตอนการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านคีรีวงกต ดังนี้



ภาพที่ 2 แผนผังการดำเนินงานตามกลยุทธ์ของการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม

การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษา หมู่บ้านคีรีวงกต ตำบลนาแค อำเภอนาโยง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีแนวทางในการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมอยู่ 3 รูปแบบ คือ เพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อการกระจายรายได้สู่ชุมชน และเพื่อการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม ซึ่งจะเน้นไปยังชุมชน ที่จะได้รับผลประโยชน์ ดังนี้ 1) มีการกระจายรายได้ในชุมชนเพิ่มมากขึ้น สามารถครอบคลุมได้ทั่วครัวเรือน 2) ชาวบ้านเกิดจิตสำนึกรักบ้านเกิดและร่วมกันอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นสืบต่อไป 3) ชาวบ้านเกิดความเข้าใจและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาคต่าง ๆ เพื่อการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมอย่างยั่งยืน และ 4) ชาวบ้านได้มีชีวิตที่พัฒนาขึ้นมา อยู่ดีมีสุขและอาศัยอยู่ในบ้านเกิดของตนเองไม่ต้องออกไปทำงานในเมืองใหญ่ซึ่งสุดท้ายจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

อภิปรายผล

1. ฐานทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวของหมู่บ้านคีรีวงกต ในทางภูมิศาสตร์และสภาพภูมิอากาศ หมู่บ้านคีรีวงกตมีทางภูมิศาสตร์ที่เป็นเอกลักษณ์ ตั้งที่ตอนเหนือสุดของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

สภาพภูมิอากาศในฤดูหนาวที่เย็นสบายเป็นจุดเด่น ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับอากาศหล่อเลี้ยงของแถบเหนือ หมู่บ้านศรีวังเกตเสนอท่องเที่ยวทางเชิงนิเวศน์ ความงดงามของธรรมชาติรอบ ๆ หมู่บ้าน รวมถึงน้ำตกห้วยช้างพรายและลำห้วยที่สวยงาม ทำให้พัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนกลายเป็นต้นแบบของการท่องเที่ยวทางเลือกเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการได้ เชื่อมต่อกับธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิตของผู้คนอีกครั้ง พร้อม ตระหนักต่อความสำคัญของสิ่งแวดล้อม (Medeiros et al., 2021) การนำรถเสือภูเขามาปรับใช้เป็นยานพาหนะท่องเที่ยวเป็นการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ ที่น่าสนใจที่อยู่ในน้ำตกห้วยช้างพรายได้ปูหินเพิ่มความมีเอกลักษณ์ของหมู่บ้าน กิจกรรมท่องเที่ยวและการจัดการในหมู่บ้านมีกิจกรรมหลากหลาย ตั้งแต่พานั่งรถซึ่งชมวิถีชีวิตท้องถิ่น ไปจนถึงการชมน้ำตก ทานข้าวป่า และเก็บภาพที่จุดวิว การมีสมาชิกในชุมชนร่วมมือกันบริหารจัดการท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของทิพสุตา พุฒจรัสและคณะ (2556) ที่ศึกษาเรื่องการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนสลักคอก จังหวัดตราด ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนสลักคอกนั้นได้นำการจัดการท่องเที่ยวมาเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ที่เน้นในประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจของพื้นที่ พื้นที่นี้มีลักษณะที่โดดเด่นและเหมาะสำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากมีทรัพยากรทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมที่ผสมผสานกันได้อย่างลงตัว การจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนสลักคอกมีการรวมกิจกรรมการเรียนรู้ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเข้ากับเส้นทางท่องเที่ยว ทำให้ผู้ท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ที่เสมือนไปถึงต้นตำรับของพื้นที่ และได้รับความเข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับความสำคัญทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมในพื้นที่นั้น ๆ

2. กระบวนการอนุรักษ์และการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมหมู่บ้านศรีวังเกต อำเภอนาโยง จังหวัดอุดรธานี ภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Cultural Landscape) คือ พื้นที่ที่ได้มีการนิยามหรือยอมรับว่าเป็นพื้นที่เด่นทางภูมิศาสตร์ หรือทรัพย์สินที่เป็นตัวแทนของธรรมชาติและผลงานของมนุษย์ที่มีลักษณะเด่น มีการปรับปรุงและพัฒนาขึ้นระหว่างธรรมชาติและวัฒนธรรม เป็นภูมิทัศน์ที่เกิดจากการตั้งใจของมนุษย์ที่กระทำด้วยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจทำ และมีความเชื่อมโยงกับคุณค่าทางศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การปกครอง สังคมกับองค์ประกอบทางธรรมชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ ปานแมน และกมลวรรณ แสงธรรมทวี (2565) ที่วิจัยเรื่องแนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม ย่านตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยได้เสนอแนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม ย่านตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยเสนอให้มีการศึกษาเชิงลึกเพื่อหาแนวทางการดูแลรักษา เพื่อรักษาให้คงสภาพ ส่วนที่เสียหายให้ทำการบูรณะหรือให้ทำการฟื้นฟูในส่วนที่มีการสร้างขึ้นใหม่ที่ไม่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่เดิม และยังสามารถปรับประโยชน์ใช้สอยโดยปรับเปลี่ยนกิจกรรมใหม่เข้าไปในพื้นที่ทางวัฒนธรรม ซึ่งแนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมด้านกายภาพนี้ สอดคล้องกับ ร่างระเบียบการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมในพื้นที่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อำภา บัวระภา (2557) เรื่องภูมิทัศน์พื้นที่ถิ่นอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ได้กล่าวถึง การจัดการพื้นที่และบริบทโดยรอบชุมชนบ้านห้วยนาไทย การใช้พืชพรรณ และไม้พื้นถิ่นในชุมชนบ้านห้วยนาไทย บ่งบอกถึงลักษณะกายภาพของพื้นที่และระบบนิเวศภายในพื้นที่เดิม ไม้พื้นถิ่นจึงเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่จะแสดงอัตลักษณ์ของพื้นที่ในรูปแบบที่ธรรมชาติสร้างสรรค์ขึ้นมา

3. การจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านศรีวังเกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี มีการนำเสนอสิ่งที่สำคัญควรคำนึงถึงความพิเศษของแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนใคร หรือเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การมีธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ การให้ความรู้และการประสบการณ์ การสื่อความหมายช่วยให้นักท่องเที่ยวได้วัดความรู้ ความเข้าใจในคุณค่า และความสำคัญของ ทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธงคำเกิด และคณะ (2563) ศึกษาเรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานรากวิถีชีวิตชุมชนอย่างยั่งยืนของ ตำบลต้นตาล อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชนบนฐานวิถีชีวิตชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนตำบลต้นตาล เป็นกระบวนการตั้งแต่การวางแผน กำหนด เป้าหมายร่วมกันที่ชัดเจน รวมถึงผลลัพธ์ของการบูรณาการการทำงานร่วมกันในการจัดการการท่องเที่ยวโดย ชุมชน จากการศึกษาทำให้เกิดการทำงานร่วมกัน โดยมีโครงสร้างการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานวิถี ชีวิตชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนตำบลต้นตาล เป็นโครงสร้างการทำงานร่วมกันของตำบลต้นตาลที่ได้มีการกำหนด โครงสร้าง บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ โดยมีรูปแบบการทำงานที่มีลักษณะไม่ซับซ้อน และสอดคล้อง กับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2559) เรื่องแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2559-2563 เกี่ยวกับแนวคิดการสร้างชื่อ สัญลักษณ์ โลโก้ กำหนดสี คำพิเศษที่ใช้เรียกเพื่อสร้าง อัตลักษณ์พิเศษ ให้กับแหล่งท่องเที่ยวตราสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Branding) ความสำคัญของการสร้างตราสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว คือ เพื่อสื่อความหมาย ในคุณค่าของแหล่ง ท่องเที่ยวเพื่อสร้างการจดจำ หากเราเปรียบเทียบแหล่งท่องเที่ยวเป็นสินค้า เราต้องการให้นักท่องเที่ยวจดจำ เราเป็นลักษณะแบบใด โดยหมู่บ้านศรีวังเกตสามารถนำพาหระ “อีดัก” ที่ใช้ในกิจกรรมการล่องแก่ง การ รับประทานอาหารกลางวันในธรรมชาติใกล้น้ำตกห้วยพาง และการชมทะเลหมอก ซึ่งเป็นกิจกรรมเด่นของการ มาท่องเที่ยวหมู่บ้านศรีวังเกต โดยนำมาสร้างเป็นสโลแกนและตราสัญลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ควรนำผลการรวบรวมข้อมูลทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวของหมู่บ้านศรีวังเกต เพื่อจัดทำ สื่อประเภทต่าง ๆ เผยแพร่สู่สาธารณะชนในโอกาสต่อไป
2. ควรนำผลการศึกษากระบวนการอนุรักษ์และการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมการจัดการภูมิทัศน์ วัฒนธรรมหมู่บ้านศรีวังเกต มาปรับใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์กับชุมชน
3. ควรนำผลการศึกษาการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวหมู่บ้านศรีวังเกต มาปรับใช้ เพื่อให้เกิดประโยชน์กับชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเพื่อเชื่อมโยงการพัฒนาเป็นเครือข่ายระดับหมู่บ้าน ระดับตำบล ระดับอำเภอ และระดับจังหวัด เพื่อให้เป็นรูปแบบแนวทางในการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมแก่พื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทย ต่อไป

2. ควรศึกษาแนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมอื่น ๆ ที่มีภูมิทัศน์วัฒนธรรมคล้ายกัน

3. ควรมีการศึกษาวิจัยด้านภูมิทัศน์วัฒนธรรมในพื้นที่ของหมู่บ้านศรีวังเกต ให้ครอบคลุมทุกมิติทั้งด้านการอนุรักษ์ การส่งเสริม การท่องเที่ยว การกระจายรายได้ และด้านอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2559 – 2563*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2556). *แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2565, จาก <https://tourism-dan1.blogspot.com/>
- ทิพย์สุดา พุฒจรรย์ และคนอื่น. (2556). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนสลักคอก จังหวัดตราด. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 5(2), 102-117.
- ธง คำเกิด และคณะ. (2563). *การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานรากวิถีชีวิตชุมชนอย่างยั่งยืนของตำบลต้นตาล อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี*. (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- เบญจวรรณ ปานแมน และกมลวรรณ แสงธรรมทวี. (2565). แนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม ย่านตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 12(2), 346-364.
- บันทึกคนชี้ เทียว. (2559). *ทำไมต้องไปหมู่บ้านศรีวังเกต*. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2565, จาก <https://www.facebook.com/khonkheetiew/photos/a.1575734142731677/1575736482731443/?type=3>
- ภาสกร คำภูแสน. (2552). *แนวทางการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรม: กรณีศึกษาชุมชนแม่น้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี* (วิทยานิพนธ์สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รัมภาภัก ฤกษ์วีระวัฒนา และคณะ. (2565). การเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อศักยภาพที่พักโฮมสเตย์หมู่บ้านศรีวังเกต จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 8(1), 90-100.
- สรศักดิ์ เวสสุนทรเทพ และชัยสิทธิ์ ตำนกิตติกุล. (2557). *แนวโน้มการศึกษาภูมิทัศน์วัฒนธรรมในประเทศไทย*. *RDI Suan Dusit Rajabhat University*, 10(3), 144-163.
- ศิริณา ขาวผ่องอำไพ. (2561). วิธีปฏิบัติที่ดีและความเชื่อมโยงกับชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ กรณีศึกษา: สีนามะฟาร์มสเตย์ อำเภอกาญจนาดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 26(2), 12-19.
- อำภา บัวระภา. (2557). *ภูมิทัศน์พื้นที่ถิ่นอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย*. *วารสารหน้าจั่ว (เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในมิติสถาปัตยกรรมและภูมิทัศน์วัฒนธรรม)*, 27(3), 45-56.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination in the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.

International Union for Conservation of Nature (IUCN). (1994). *Guidelines for Protected Area Management Categories*. IUCN, Gland, Switzerland and Cambridge, UK.

Medeiros, H. M. N. et al. (2021). Alternative Tourism and Environmental Impacts: Perception of Residents of an Extractive Reserve in the Brazilian Amazonia. Retrieved August 12, 2021, from <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/4/2076>

Sofronis, P & Birnbaum, H. K. (1995). Mechanics of the hydrogen-dislocation-impurity interactions-I. Increasing shear modulus. *Journal of the Mechanics and Physics of Solids*, 43(1), 49-90.

บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของ
ผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย
Antecedent of Influence on the Purchasing
Behavior of Customers in Traditional Trades Thailand

การันตา ประกายพรณ

Karunta Prakaypun

สาขาวิชาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Doctor of Business Administration, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

E-mail: bomnamtan148649@gmail.com

Received: 2023-09-28; Revised: 2023-12-27; Accepted: 2023-12-28

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นกรอบการวิจัย พื้นที่วิจัย คือ ร้านค้าในธุรกิจที่เปิดดำเนินการในประเทศไทย โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย จำนวน 411 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบแบ่งตามสัดส่วน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐานสถิติอ้างอิง

ผลจากการวิจัย พบว่า นวัตกรรมจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้คุณค่า ห่วงโซ่คุณค่ามีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้คุณค่า การรับรู้คุณค่ามีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า นวัตกรรมจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า และห่วงโซ่คุณค่ามีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า

คำสำคัญ: นวัตกรรมจัดการ, การรับรู้คุณค่า, ห่วงโซ่คุณค่า, พฤติกรรมผู้บริโภค

Abstract

This Article aimed to study the factors affecting the purchasing behavior of consumers in traditional trade stores in Thailand. The research model is a quantitative research) using the concept of consumer behavior as a research framework. The research area is business stores operating in Thailand. A sample of 411 traditional trades in Thailand was used by a proportional selection method. The research instrument was a questionnaire. Data were analyzed using basic statistics reference statistics.

The objective research results revealed that management innovation directly influenced the perceived value. The value chain directly influenced the perceived value. The perceived value directly influences purchasing behavior. The components of management innovation directly influence purchasing behavior. And the value chain directly influences purchasing behavior.

Keywords: Innovation Management, Perception Value, Value Chain, Consumer Behavior

บทนำ

สถานการณ์โควิด-19 นอกเหนือจากการสร้างผลกระทบและเป็นวิกฤตสาธารณสุขและเศรษฐกิจแล้วยังส่งผลกระทบต่อขับเคลื่อนในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่อาจส่งผลกระทบในระยะยาว อันเนื่องมาจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้เทคโนโลยีอย่างกว้างขวางอย่างไม่เคยมีมาก่อน ตั้งแต่การค้นหาสินค้าและบริการ สั่งอาหาร ตรวจสอบสถานะการจัดส่ง ไปจนถึงการเข้าห้องเรียนเสมือนจริง ตลอดจนผู้ค้าปลีกได้มองหาวิธีประหยัดค่าใช้จ่ายด้วยการสำรวจแพลตฟอร์มฟรีที่มีอยู่ซึ่งมีวางจำหน่ายแล้วในตลาด การสร้างสถานะบนโซเชียลมีเดีย ที่ทางร้านค้าปลีกต้องทำการตรวจสอบให้เนื้อทันสมัยอยู่เสมอและสร้างประสบการณ์กับผู้บริโภคที่นอกเหนือไปจากความสัมพันธ์ในการทำธุรกรรมเพิ่มยอดขายและผลกำไร ในช่วงเวลาที่ท้าทายนี้ (Taweelapontong, 2022) ดังนั้น การมีนวัตกรรมการจัดการเข้ามาช่วยส่งเสริมให้เกิดการเพิ่มยอดขายและผลกำไรท่ามกลางสถานการณ์โควิด-19 เป็นสิ่งสำคัญต่อร้านค้าปลีกที่ต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมจากที่เคยเป็น

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2565) ได้จัดทำรายงานเกี่ยวกับการปรับตำแหน่งภาคการเงินของประเทศไทยเพื่อเศรษฐกิจดิจิทัลที่ยั่งยืน ได้กล่าวถึงความสำคัญของนวัตกรรมและให้บริการทางการเงินแบบครบวงจร และผู้บริโภคในการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อให้เกิดการเงินใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อขับเคลื่อนนวัตกรรมและให้บริการทางการเงินแบบครบวงจรและให้ผู้บริโภคให้สอดคล้องและครอบคลุมต่อความต้องการและสอดคล้องกับพฤติกรรมมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของต่างประเทศที่ได้มีการตื่นตัวเกี่ยวกับนวัตกรรมจัดการที่เกี่ยวข้องกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีส่วนอย่างมากต่อความสามารถในการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นภายในอุตสาหกรรมและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อร้านค้าปลีกในทศวรรษระดับโลก อาทิเช่น มือถือ อุปกรณ์ที่สามารถเข้าถึงสังคมออนไลน์ได้ในรูปแบบต่าง ๆ ที่ได้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ปฏิวัติวงการค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่เผชิญกับความกดดันและปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เกิดการเชื่อมต่อและเชื่อมโยงกับผู้บริโภคในยุคสมัยปัจจุบันเพื่อเตรียมพร้อมกระบวนการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้สอดคล้องกับการประสบการณ์ของผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคคาดหวัง (Moorhouse, Dieck, & Jung, 2018; Pantano & Vannucci, 2019) นอกจากนี้ในช่วงการระบาดใหญ่ในช่วงสองสามปีที่ผ่านมาทั้งผู้ค้าปลีกแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่ ผู้ผลิตสินค้าและบริการ ผู้จัดจำหน่ายต่างปรับตัวเข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปกับพฤติกรรมซื้อสินค้าของผู้บริโภคซึ่งเกี่ยวข้องกับ

เชื่อมั่นและการรับรู้ถึงคุณค่าที่จะกลับมาสู่ภาวะปกติสำหรับกลุ่มค้าปลีกจากการเกิดขึ้นของการแพร่ระบาด โดมิครอนได้สร้างผลกระทบต่อเชื่อมั่นของตลาดในช่วงสองปีที่ผ่านมาตลาดค้าปลีกของไทยได้นำสิ่งใหม่มาใช้ เช่น การใช้หุ่นยนต์ในร้านอาหารและศูนย์การค้ามากขึ้น นำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เพิ่มพันธมิตรทาง ธุรกิจ ส่งเสริมบริการตลอด 24 ชั่วโมง และความพยายามในการรวมถึงโลกเสมือนและคริปโตเข้าใน อุตสาหกรรมค้าปลีก (Jitpleecheep, 2022) ดังนั้น การใช้นวัตกรรมในการจัดการกระบวนการค้าปลีก เพื่อให้ เกิดการเข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคและสร้างประสบการณ์ที่ดีอันทำให้เกิดการรับรู้คุณค่าเป็นสิ่งที่สำคัญ ในบริบทปัจจุบันด้วยเช่นกัน

การรับรู้คุณค่าในอุตสาหกรรมของการค้าปลีกในบริบทประเทศไทยที่ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับระบบ สนับสนุนการตัดสินใจสำหรับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกี่ยวกับเครื่องมือเพื่อการใช้ งาน: การศึกษาเชิงประจักษ์ในช่วงโควิด-19 กับแนวคิดบล็อกซ์ของประเทศไทยที่กล่าวว่าแรงจูงใจ การรับรู้ และ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อของผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภคอันเนื่องมาจากเมื่อผู้บริโภค ได้รับรู้ได้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ (Kengpol, Pichitkarnkar, & Elfvengren, 2022) ห่วงโซ่คุณค่าในภาพรวมของทั่วโลกนั้นกำลังเผชิญปัญหา และเพิ่มแรง กดดันด้านการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรม มหาอำนาจทางเศรษฐกิจที่สำคัญยังคงสร้างและรักษาอุปสรรค ทางการค้าตลอดจนเพิ่มการพึ่งพาตนเองและการแข่งขันผ่านการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ในอุตสาหกรรมต้นน้ำ เหตุการณ์เหล่านี้ส่วนหนึ่งเป็นผลจากวิกฤตโควิด-19 และการหยุดชะงักของสายการผลิตตามมา อาทิเช่น ปัญหาการผลิตที่ผู้ประกอบการจำนวนมากต้องเผชิญเนื่องจากการขาดแคลนชิปทั่วโลก และด้วยเหตุนี้ บริษัทต่าง ๆ จึงหันมาใช้ แหล่งที่มาของปัจจัยการผลิตภายในภูมิภาคของตน ทำให้ห่วงโซ่คุณค่าทั่วโลกหดตัว ลงอย่างรวดเร็ว เมื่อช่องทางการค้าแคบลง ความกดดันด้านการแข่งขันก็เพิ่มขึ้นด้วย และในสภาพแวดล้อมนี้ โอกาสที่กว้างที่สุดจะถูกนำเสนอต่อประเทศที่ผลิตสินค้าต้นน้ำ หรือผลิตภัณฑ์ปลายน้ำซึ่งผู้เล่นสามารถสร้าง มูลค่าเพิ่มสูงสุดให้กับห่วงโซ่คุณค่าระดับโลกได้ (Krungrsri Research, 2022) เรื่องของการจัดการนวัตกรรม และการพัฒนาผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่สำคัญในความพยายามที่จะ เข้าใจจุดโฟกัสทางธุรกิจเหล่านี้โดยรวม และเป็นรายบุคคล และเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียระบุว่าจะองค์ประกอบที่สำคัญของการสร้างมูลค่าในธุรกิจ ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จคือการมีส่วนร่วมและการพัฒนาความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลายโดยมีนวัตกรรมการจัดการที่ดีเพื่อเสริมจุดแข็งและลักษณะของความเชื่อมโยง ระหว่างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งนวัตกรรมการจัดการและกระบวนการส่งมอบคุณค่าไม่ได้ ขึ้นอยู่กับความพยายามของผู้ประกอบการรายเดียวหรือธุรกิจ ในบริบทนี้ มีการรับรู้เพิ่มมากขึ้นถึงความจริง ที่ว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถเป็นแหล่งนวัตกรรมที่สำคัญสำหรับธุรกิจได้ (Leonidou, Christofi, Vrontis, และ Thrassou, 2020) ไม่ว่ารูปแบบของนวัตกรรมจะอยู่ในรูปแบบของนวัตกรรมคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ บรรจุ ภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์นวัตกรรมและนวัตกรรมเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลของกับผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมความตั้งใจในการซื้อ (Budianti, Engriani & Yasri, 2019)

จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงทำการศึกษาบุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย ที่มีองค์ประกอบด้วยกัน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านนวัตกรรมการจัดการ

ด้านห่วงโซ่คุณค่า ด้านการรับรู้คุณค่า ด้านพฤติกรรมการซื้อขาย ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะนำมาสู่แนวทางการแก้ปัญหาให้กับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยเป็นประโยชน์เพื่อทราบถึงสภาพปัจจุบันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมว่าเป็นเช่นไร ตลอดจนทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกในไทยว่าเป็นอย่างไร เพื่อนำข้อมูลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้กำหนดนโยบายของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยกำหนดอนาคตของธุรกิจค้าปลีกที่สามารถ ทำให้เกิดการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมและการดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษามุมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

- H1: นวัตกรรมจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้คุณค่า
- H2: ห่วงโซ่คุณค่ามีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้คุณค่า
- H3: การรับรู้คุณค่ามีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า
- H4: นวัตกรรมจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า
- H5: ห่วงโซ่คุณค่ามีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า

การทบทวนวรรณกรรม

1. นวัตกรรมจัดการ พบว่า การจัดการนวัตกรรมผ่านเทคโนโลยีใหม่ส่งผลต่อคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ในเชิงบวก (Anwar, Thongpapanl & Ashraf, 2021) โดยนวัตกรรมการจัดการอิเล็กทรอนิกส์เรื่องออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้คุณค่าในการเลือกซื้อสินค้า (ปิวิธชา พุทธเกิด, 2021) และนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสามารถสร้างผลการรับรู้คุณค่าในเชิงบวกให้กับคุณลักษณะและความคุ้มค่าของสินค้า (กิตติศักดิ์ อังคะนาวิน, 2018)

2. การรับรู้คุณค่า พบว่า การรับรู้คุณค่าทำให้เกิด ความเพลิดเพลินในการเลือกซื้อ ความคุ้มค่าในการจ่ายเงินลงไป ความพึงพอใจในการซื้อ จากความเพลิดเพลินในการซื้อสินค้ายังส่งผลต่อความประทับใจซื้อสินค้า (จิรารัตน์ จันทวีชรกร, 2018)

3. ห่วงโซ่คุณค่า พบว่า ห่วงโซ่คุณค่าส่งเสริมให้เกิดการรับรู้คุณค่าในเชิงบวกในแง่ของความไว้วางใจ ห่วงโซ่คุณค่าส่งเสริมให้เกิดการรับรู้คุณค่าในเชิงบวกในแง่ของความไว้วางใจ (Bian & Lin, 2022) ซึ่งห่วงโซ่คุณค่ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการบริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจตามสิ่งที่คาดหวังและเกิดการรับรู้คุณค่ามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค (ธนิชฐนันท์ จันทร์แย้ม, 2018) และการจัดการความเสี่ยงโซ่อุปทานอาหารสดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อระดับการบริการลูกค้าให้เกิดความประทับใจ และ พฤติกรรม

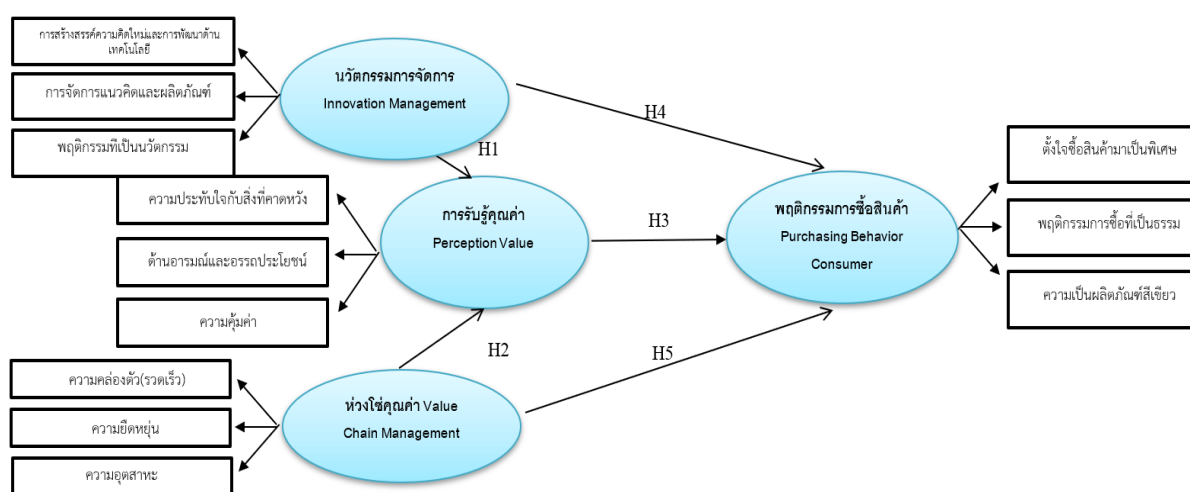


การซื้อสินค้าตามสิ่งที่คาดหวังไว้ด้วยเช่นกัน (กริณา แก้วสุน, 2015) และปัจจัยในเรื่องของการรับรู้คุณค่าส่งผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อของผู้บริโภคในเชิงบวก (Hanaysha, 2018)

ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมที่ได้ยืนยันความสัมพันธ์ของตัวแปรจึงนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎีของพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่พิจารณา นวัตกรรมจัดการ การรับรู้คุณค่า และห่วงโซ่คุณค่าเป็นตัวแปรอิสระ ในขณะที่พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นตัวแปรตามโดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือจำนวนร้านค้าในธุรกิจที่เปิดดำเนินการในประเทศไทยโดยอ้างอิงจำนวนประชากรจากสถิติการจดทะเบียนนิติบุคคลแบ่งตามประเภทธุรกิจ ปี 2565 (ม.ค.-พ.ค.) ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์จำนวน 837,840 ร้าน โดยกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคที่มาใช้บริการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์ ตัวแปรที่ศึกษา 1 ตัวแปรต่อหน่วยตัวอย่างที่ต้องศึกษาคือผู้บริโภคที่มาใช้บริการธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม จำนวน 15-20 คน (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) หรือ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 ตัวอย่าง พิจารณาจากจำนวนตัวอย่าง 20 เท่าของตัวแปร 1 ตัว ตามหลักโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) แบบตามสัดส่วนคลัสเตอร์ (Cluster Sampling) ตามภูมิภาคในประเทศไทย เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เมื่อลงรายละเอียดไปในจำนวนร้านค้าตามภูมิภาคในปี 2565 พบว่าจำนวนร้านค้าแบ่งเป็นเขตกรุงเทพและภูมิภาคในประเทศไทยทั้งหมด พบว่าในเดือน ม.ค. 2565 พื้นที่กรุงเทพมหานคร มีร้านค้าเปิดสะสมจำนวน 297,969 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 36.51%

จากภูมิภาคในประเทศไทยทั้งหมด ในเดือน ก.พ. 2565 พื้นที่กรุงเทพมหานคร มีร้านค้าเปิดสะสมจำนวน 299,630 ร้านคิดเป็นร้อยละ 36.43% จากภูมิภาคในประเทศไทยทั้งหมด ในเดือน มี.ค. 2565 พื้นที่กรุงเทพมหานคร มีร้านค้าเปิดสะสมจำนวน 301,379 ร้านคิดเป็นร้อยละ 36.37% จากภูมิภาคในประเทศไทยทั้งหมด ในเดือนเม.ย. 2565 พื้นที่กรุงเทพมหานครมีร้านค้าเปิดสะสมจำนวน 302,633 ร้านคิดเป็นร้อยละ 36.33% จากภูมิภาคในประเทศไทยทั้งหมด ในเดือน พ.ค. 2565 พื้นที่กรุงเทพมหานครมีร้านค้าจำนวน 303,988 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 36.28% จากภูมิภาคในประเทศไทยทั้งหมด จากข้อมูลทางสถิติกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ พบว่า พื้นที่กรุงเทพมหานครโดยเฉลี่ยมีร้านค้าเปิดดำเนินการเฉลี่ยอยู่ที่ 40.00% จากภูมิภาคในประเทศไทยทั้งหมด ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บจะอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งมีสัดส่วนมากที่สุดและสามารถเป็นตัวแทนของประเทศไทยที่มีร้านค้าเปิดดำเนินการ จึงเป็นกลุ่มตัวอย่างของร้านค้าในประเทศไทย ซึ่งบุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านนวัตกรรมการจัดการ ด้านห่วงโซ่คุณค่า ด้านการรับรู้คุณค่า ด้านพฤติกรรมการซื้อขายโดยผู้วิจัยได้ใช้เป็นตัวแปรแฝง (Latent Variables) ในโมเดล และมีตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์เอกสารได้ตัวแปร รวมกันเป็นจำนวน 16 ตัวแปร

เครื่องมือในการวิจัย

การจัดทำเครื่องมือในการวิจัย การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสอบถามผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดทำขึ้นมาเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่ได้สุ่มไว้ ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ประสานกับทางร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง รวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม ในระยะเวลาที่กำหนดครบถ้วน เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามอีกครั้งก่อนนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อตอบวัตถุประสงค์ ของการวิจัยในการอธิบายระดับของตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของพฤติกรรมการซื้อขายในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย ได้แก่ นวัตกรรมจัดการ การรับรู้คุณค่า ห่วงโซ่คุณค่า และพฤติกรรมซื้อขาย ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยการหาค่าเฉลี่ยจากคะแนนคำตอบของมาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่าแต่ละมาตรวัดตัวแปรเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการแปลผลข้อมูล สถิติเพื่อการวิเคราะห์ ใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modeling : SEM) เพื่อวิเคราะห์ตัวแปรที่มีผลต่อความสำเร็จของพฤติกรรมซื้อขายในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม



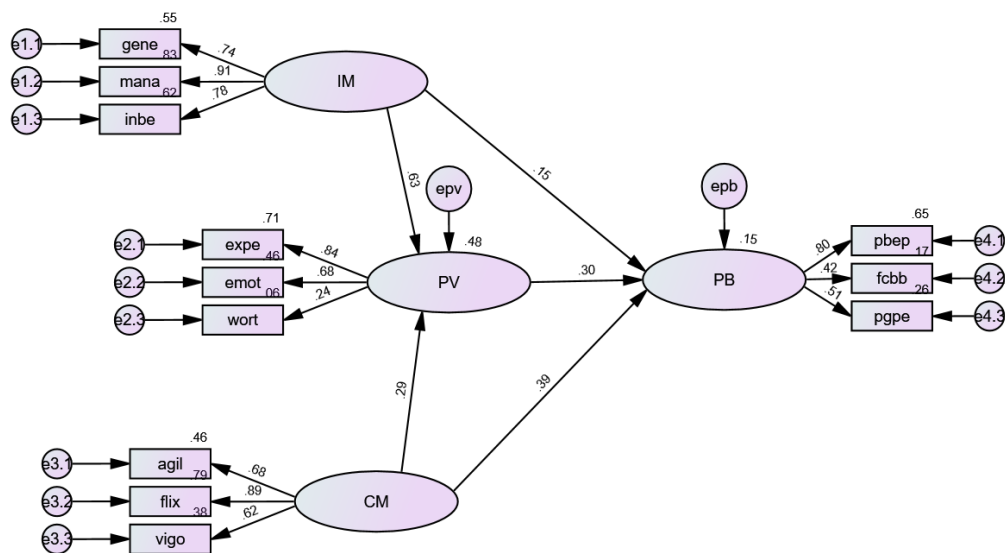
ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบนวัตกรรมการจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของการรับรู้คุณค่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ องค์ประกอบด้านห่วงโซ่คุณค่าส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของการรับรู้คุณค่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณค่าส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของพฤติกรรมการซื้อขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ องค์ประกอบนวัตกรรมการจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของพฤติกรรมการซื้อขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และองค์ประกอบด้านห่วงโซ่คุณค่าส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของพฤติกรรมการซื้อขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติสมการเชิงโครงสร้างโมเดลฉบับปัจจุบันที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย

ตัวแปร	λ	SE.	Sig.
PV <-- IM	0.63	.045	.000**
PV <-- CM	0.29	.034	.000**
PB <-- PV	0.30	.038	.000**
PB <-- IM	0.15	.054	.000**
PB <-- CM	0.39	.034	.000**

** อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดและผลการวิจัย

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย พบว่า องค์ประกอบนวัตกรรมการจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของการรับรู้คุณค่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีสินค้ารูปแบบใหม่เข้ามาจำหน่ายในร้าน อยู่เสมอหรือมีการใช้เทคโนโลยีในการให้ข้อมูลสินค้า เช่น การสแกนเพื่อทราบราคาสินค้าด้วยตนเองจึงทำให้เกิดตั้งใจมาเลือกซื้อร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมได้ด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Anwar, Thongpapanl & Ashraf (2021) ที่พบว่า การจัดการนวัตกรรมผ่านเทคโนโลยีใหม่ส่งผลต่อคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ในเชิงบวก ด้วยเช่นกัน

ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ประเภอด้านห่วงโซ่คุณค่าส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของการรับรู้คุณค่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงมีความหลากหลายของชนิดสินค้า เช่น สินค้าในชีวิตประจำวัน สินค้าอุปโภค อาหารอ่อนนุ่ม หรือมีสินค้าให้เลือกหลายระดับราคาตามคุณภาพสินค้า ทำให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ถึงสินค้าตรงต่อความต้องการในการเข้ามาซื้อในร้าน และเป็นร้านค้าที่มีการบริการเอาใจใส่มีความเป็นกันเองกับลูกค้า สอดคล้องกับผลการศึกษาของบิวนิชา พุทธเกิด (2021) พบว่า นวัตกรรมจัดการอิเล็กทรอนิกส์เรื่องออนไลน์มีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้คุณค่าในการเลือกซื้อสินค้า

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบด้านการรับรู้คุณค่าส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของพฤติกรรมการซื้อสินค้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อทางร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมสร้างบรรยากาศให้เกิดการซื้อสินค้าในร้าน เช่น จัดโปรโมชั่นสินค้าลดราคา เป็นร้านค้าที่ให้เวลาส่วนตัวลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้า และแจ้งสิทธิพิเศษการให้รางวัลหรือของสมนาคุณกับลูกค้าที่มาซื้อทุกครั้ง ทำให้ผู้บริโภคนั้นเกิดเกิดความรู้สึกที่ดีกับร้านนี้เป็นพิเศษ สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิรารัตน์ จันทวัชรกร (2018) พบว่าการรับรู้คุณค่าทำให้เกิดความเพลิดเพลินในการเลือกซื้อ ความคุ้มค่าในการจ่ายเงินลงไป ความพึงพอใจในการซื้อ จากความเพลิดเพลินในการซื้อสินค้ายังส่งผลต่อความประทับใจซื้อสินค้า

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบนวัตกรรมการจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของพฤติกรรมการซื้อสินค้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมมีแจ้งราคาสินค้าส่งตรงถึงลูกค้าผ่านอุปกรณ์สื่อสาร มีแสดงสินค้าที่ขายผ่านทางเฟสบุ๊ค ไลน์ของร้าน และมีการบอกทำเลที่ตั้งมีความสะดวกหาได้ง่ายผ่านระบบแผนที่นำทางผ่านอุปกรณ์สื่อสาร ผลการศึกษาของกิตติศักดิ์ อังคะนาวัน (2018) นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสามารถสร้างผลการรับรู้คุณค่าในเชิงบวกให้กับคุณลักษณะและความคุ้มค่าของสินค้า

ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบด้านห่วงโซ่คุณค่าส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของพฤติกรรมการซื้อสินค้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีการตรวจป้องกันโควิด-19 ก่อนเข้าร้านมาซื้อสินค้าอย่างรวดเร็ว ให้ข้อมูลสินค้าใหม่หรือสินค้าเดิมกับลูกค้าได้ครบถ้วน ทำการจัดคิวการเข้าชำระสินค้าหรือบริการในร้านได้แม่นยำ และมีระบบการชำระเงินที่สะดวกหลากหลายช่องทางจึงทำให้เป็นร้านที่ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีกับร้านนี้เป็นพิเศษ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการสร้างองค์ความรู้ใหม่โดยการผสมผสานตัวแปรระหว่างงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎีของพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่พิจารณา นวัตกรรมจัดการ การรับรู้คุณค่า และห่วงโซ่คุณค่าเป็นตัวแปรอิสระ ในขณะที่พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นตัวแปรตาม ที่เป็นการอธิบายในบริบทของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย

สรุป

จากวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของผู้บริโภค ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย โดยมีสมมติฐานหลัก 5 สมมติฐาน และผลการศึกษานั้นได้สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้งสิ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ พบว่า องค์ประกอบนวัตกรรมจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของการรับรู้คุณค่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ องค์ประกอบด้านห่วงโซ่คุณค่าส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของการรับรู้คุณค่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณค่าส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ องค์ประกอบนวัตกรรมจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และองค์ประกอบด้านห่วงโซ่คุณค่าส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบของพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ พิจารณาตัวแปรด้านนวัตกรรมจัดการ การรับรู้คุณค่า และห่วงโซ่คุณค่าในการพิจารณาพฤติกรรมการณ์ซื้อ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของผู้บริโภคในร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่สำคัญ คือ นวัตกรรมจัดการ การรับรู้คุณค่า และห่วงโซ่คุณค่าที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าของผู้บริโภคสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมโดยควรให้ความสำคัญกับทั้งสามตัวแปรสำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับการพิจารณาถึงตัวแปรเดิมแต่เปลี่ยนเป็นการศึกษาแบบเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากกว่าเชิงสถิติ

เอกสารอ้างอิง

- กิตติศักดิ์ อังคะนาวิน. (2018). นวัตกรรมเทคโนโลยีที่มีผลต่อความสำเร็จพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบธุรกิจอีคอมเมิร์ซในกลุ่มอุตสาหกรรมการค้าปลีกและการค้าส่ง. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 7 (พิเศษ), 49-72.
- จิราวัฒน์ จันทวัชรกร (2018). ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของร้านค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคขนาดเล็กกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภค: การศึกษาเปรียบเทียบร้านค้าปลีกดั้งเดิมกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในประเทศไทย. *Panyapiwat Journal*, 10(3), 42-60.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). *Repositioning Thailand's Financial Sector for a Sustainable Digital Economy*. กรุงเทพมหานคร: ธนาคารแห่งประเทศไทย. ค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.bot.or.th/landscape/files/consultation-paper-en.pdf>
- Anwar, A., Thongpapanl, N., & Ashraf, A. R. (2021). Strategic imperatives of mobile commerce in developing countries: the influence of consumer innovativeness, ubiquity, perceived value, risk, and cost on usage. *Journal of Strategic Marketing*, 29(8), 722-742.
- Budiarti, A. P., Engriani, Y., & Yasri, Y. (2019). Antecedents of Batik Tanah Liek Consumer Purchase Intention. In *2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting (PICEEBA-2 2018)* (pp. 138-144). Atlantis Press.
- Jitpleechep, P. (2022, January 24). *Taking retail to the next level, Innovation is the name of the game among companies seeking a competitive edge*. Retrieved May 7, 2565, from <https://www.bangkokpost.com/business/2252363/taking-retail-to-the-next-level>
- Kengpol, A., Pichitkarndar, T., & Elfvengren, K. (2022). A Decision Support System for Consumer Behavior of Chinese In-bound Tourists on Functional Beverage: An Empirical Study during COVID-19 with Thailand Sandbox. *Applied Science and Engineering Progress*, 15(1), 1-11.
- Leonidou, E., Christofi, M., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2020). An integrative framework of stakeholder engagement for innovation management and entrepreneurship development. *Journal of Business Research*, 119, 245-258.
- Taweelapontong, V. (2022). *COVID-19 rapidly reshapes consumer behavior, PwC's Strategy& says*. Retrieved May 5, 2565, from <https://www.pwc.com/th/en/press-room/press-release/2020/press-release-30-04-20-en.html>
- Moorhouse, N., Dieck, M., & Jung, T. (2018). *Technological innovations transforming the consumer retail experience: A review of literature*. In T. Jung, & M. tom Dieck. Springer, Cham. doi:10.1007/978-3-319-64027-3_10

Pantano, E., & Vannucci, V. (2019). Who is innovating? An exploratory research of digital technologies diffusion in retail industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 297-304.

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทาง TikTok
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
Relationship Model of Consumer's Buying Decision through TikTok
Platform, Bangkok, Thailand

วรรณนัฐา ขนิษฐบุตร

Wannattha khanitthabud

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management, Thailand

E-mail: Wannattha.k@gmail.com

Received: 2023-09-04; Revised: 2023-12-27; Accepted: 2023-12-28

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความคิดเห็นโครงสร้างกลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจ และการตัดสินใจใช้บริการผู้บริโภค TikTok เขตกรุงเทพมหานคร 2) ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างโครงสร้างกลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ความไว้วางใจ และการตัดสินใจใช้บริการผู้บริโภค TikTok เขตกรุงเทพมหานคร และ 3) ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ และการตัดสินใจใช้บริการผู้บริโภค TikTok เขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ กลุ่มผู้ซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม TikTok จำนวน 330 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม และใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างโดยโปรแกรม AMOS

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกลยุทธ์การตลาดสื่อออนไลน์เรื่องความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาเป็นกระแสนิยม และการสนองความต้องการ 2) กลยุทธ์ตลาดสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อความเชื่อใจ และ กลยุทธ์ตลาดสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อใจและการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และมีความสัมพันธ์ในทางบวก และ 3) กลยุทธ์ตลาดสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อความเชื่อใจและการตัดสินใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยผลการศึกษานำไปสนับสนุนผู้ให้บริการขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม TikTok ให้เน้นการทำสื่อสังคมออนไลน์ให้เหมาะสมโดยเน้นความบันเทิงเพื่อสร้างความไว้วางใจและทำให้เกิดการตัดสินใจมากขึ้น

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, การตลาดสื่อสังคมออนไลน์, TikTok

Abstract

The objective is to study 1) the level of opinions, structure of social media marketing strategies, trust, and decision to use the service TikTok in Bangkok, 2) the Causal Relationship between the structure of social media marketing strategies, trust, and decision to use the service TikTok in Bangkok, and 3) factors of marketing strategies through social media that have a relationship and influence on trust and decision to use TikTok consumer services in Bangkok. This research was qualitative —sample groups of 330 people buying products through the TikTok platform. The research instrument was the questionnaire, and the AMOS program used structural relationship analysis.

The study results found that: 1) Consumers place the most importance on online entertainment marketing strategies. Following the trend and fulfilling needs only, 2) online media marketing strategies influence trust, and online media marketing strategies are related to trust and decision-making at the statistical significance level of 0.05 and are positively related, and 3) online media marketing strategies influence trust and decision-making at the statistical significance level of 0.05. The study results lead to support service providers selling products through the TikTok platform to focus on making social media appropriate by emphasizing entertainment to create excitement and trust and make more decisions.

Keywords: Decision Making, Social Media Marketing, TikTok

บทนำ

ปัจจุบันตลาดอีคอมเมิร์ซทั้งในระดับโลกและเขตกรุงเทพมหานคร มีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นเป็นอย่างมาก ทำให้บริษัทอีคอมเมิร์ซยักษ์ใหญ่ต่าง ๆ เกิดการแข่งขันกัน เพื่อต้องการเป็นบริษัทชั้นนำของโลก ด้วยการแข่งขันที่สูงเช่นนี้ จึงทำให้เกิดคำถามขึ้นมากมายไม่ว่าจะเป็น ทำไมประเทศไทยต้องมีแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซระดับโลกหรือจะสร้างแพลตฟอร์มได้อย่างไร จากนโยบายไทยแลนด์ 4.0 เนื่องจากรัฐบาลไทยได้ริเริ่มยุทธศาสตร์ในการเปลี่ยนประเทศให้เป็นเทคโนโลยีดิจิทัล เหนือสิ่งอื่นใด เพื่อเป็นการจัดการความยากจน ด้วยการส่งเสริมความเท่าเทียมกันทางเศรษฐกิจและสังคมของคนไทยที่อาศัยอยู่ในเมืองและเขตเมืองด้วย โดยรวมไปถึงพื้นที่ชนบทที่อยู่ห่างไกลสามารถใช้ระบบอีคอมเมิร์ซได้ การปรับเปลี่ยนดังกล่าวจะทำให้ประเทศไทยเข้าสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ แนวคิดการสร้างแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ หากสามารถไปสู่ระดับโลกได้ จะสามารถสร้างคุณค่าให้กับประเทศไทยตามที่ระบุไว้ในนโยบาย Thailand 4.0 และต้องมีความพร้อมในการแก้ไขจุดอ่อนในระบบอีคอมเมิร์ซของประเทศไทย ทั้งอุปสรรคทางภาษาในการเข้าถึงแพลตฟอร์มระหว่างประเทศ โดยเฉพาะสินค้านำเข้าในตลาด จากประเทศจีน และอีกหนึ่งจุดที่ต้องแก้ไขคือ การนำเอาผลิตภัณฑ์และบริการเฉพาะในท้องถิ่นเข้ามาอยู่ในแพลตฟอร์ม เพื่อให้สินค้าของไทยสามารถเข้าถึงตลาดทั่วโลกได้

(ส่งเสริมอุตสาหกรรมดิจิทัล, 2565) ระบบนิเวศเทคโนโลยีดิจิทัลเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าคนไทย 68 ล้านคนค่อนข้างคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล เนื่องจากใช้สมาร์ตโฟน 48 ล้านคนหรือร้อยละ 70.6 และ 46 ล้านคนหรือร้อยละ 67.6 ใช้อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 1 สำหรับผู้ใช้บริการธนาคารบนมือถือ อันดับที่ 2 การเป็นเจ้าของสกุลเงินดิจิทัล และอันดับที่ 3 ในการค้าบนมือถือ ดังนั้นจึงเป็นหลักฐานว่าประเทศไทยกำลังอยู่ในทางที่จะเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของตลาดดิจิทัลให้กลายเป็นเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งจะส่งผลกระทบสูงสุดในการปรับปรุงผลิตภาพและผลผลิตของประเทศ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากเศรษฐกิจดิจิทัลได้อย่างเต็มที่ ในแง่ของกับดักความไม่เท่าเทียมกัน เศรษฐกิจดิจิทัลไม่มีเครื่องมือ ที่มีประสิทธิภาพและทรงพลังในการขจัดความยากจน การส่งเสริมความเท่าเทียมกันทางเศรษฐกิจและสังคมระหว่างคนรวยกับคนจน ระหว่างผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองและพื้นที่ชนบทห่างไกล

การสร้างแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซมีความมุ่งเน้นไปที่โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล โดยได้รับการสนับสนุนจากเทคโนโลยีหลักที่ซื้อจากต่างประเทศทั้งหมด สำหรับผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตบนมือถือของไทยที่มีการใช้งาน 55 ล้านคนที่อ้างถึงใน Data Reportal (2019) รายได้อีคอมเมิร์ซออนไลน์ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งทั่วโลกอยู่ในอันดับที่ 22 (7,268 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ในขณะที่ 5 อันดับแรกคือจีนอันดับ 1 (1,115,842 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) อันดับ 2 United สหรัฐอเมริกา (410,891 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ญี่ปุ่นที่ 3 (104,514 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) สหราชอาณาจักรที่ 4 (96,920 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และเยอรมนีที่ 5 (87,445 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ตามลำดับ โดยเฉพาะการเปรียบเทียบรายได้อีคอมเมิร์ซระหว่างแพลตฟอร์ม 5 อันดับแรกของโลก อาเซียน และไทย หากดูรายได้อีคอมเมิร์ซไทยอันดับต้น ๆ ของไทยนั้นน้อยกว่าคู่ค้าในอาเซียนและทั่วโลกอย่างมาก ในส่วนของ Facebook นั้นไม่สมมาตรเหมือนกับแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาี้ ถือว่า Facebook Commerce (F-Commerce) ครอบคลุมผู้ใช้กว่า 3.5 พันล้านคนทั่วโลก ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการเติบโตของโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้ยังเป็นที่ยอมรับอย่างมากเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นรายรับของ Facebook ที่ 70.697 พันล้าน USD (2019) จะถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 3 และ 4 ในหมวดอีคอมเมิร์ซระดับโลก แม้ว่าการตลาดดิจิทัลจะเติบโตแบบทวีคูณ โดยได้รับแรงหนุนจากการลงทุนอย่างเข้มข้นของภาครัฐและเอกชน แต่การหยุดชะงักของการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้คนไทยใช้เงินและใช้เวลาเป็นจำนวนมากในการซื้อสินค้าและบริการจากช่องทางออนไลน์ แต่น่าเสียดายที่แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่ใช้งานเกือบทั้งหมดเป็นของต่างประเทศ แพลตฟอร์มสัญชาติไทยมีส่วนแบ่งรายได้เพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ปัจจุบันตลาดอีคอมเมิร์ซกำลังแข่งขันกันเฉพาะกับคู่แข่งรายใหญ่เท่านั้น รัฐบาลจึงควรตระหนักและสนับสนุนแพลตฟอร์มสัญชาติไทยว่าจะทำอะไรแพลตฟอร์มของคนไทยนั้นจึงสามารถแข่งขันในตลาดระดับโลกได้ แม้ว่าตอนนี้แพลตฟอร์มสัญชาติไทยหลายแพลตฟอร์มจะยังไม่สามารถแข่งขันกับแพลตฟอร์มยักษ์ใหญ่ระดับโลกได้ แต่คนไทยก็ต้องการแพลตฟอร์มสัญชาติไทยที่ช่วยให้พวกเขาสามารถขายสินค้าและขายผลิตภัณฑ์และบริการทั้งในประเทศและทั่วโลกเช่นกัน เมื่อการใช้ประโยชน์ของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซนั้นได้นำมาใช้หลากหลายและการทำให้ผู้บริโภคนั้นเข้าถึงผลิตภัณฑ์จะต้องมีการนำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เพื่อให้ข้อมูลผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ (ระวิ แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล, 2556) และสื่อสังคมออนไลน์ปัจจัยที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้อย่างรวดเร็ว และสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลใช้

เป็นช่องทางในการสื่อสารการให้ ข้อมูลของสินค้าหรือบริการ และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (ฐิติภา สัมพันธ์พร, 2556) แต่รูปแบบการใช้การสื่อสารสังคมออนไลน์มีรูปแบบการดำเนินการที่หลากหลายและจะต้องมีความเหมาะสมกับธุรกิจ เช่นการใช้เว็บไซต์และแพลตฟอร์มในการสร้างเครือข่ายสังคม จะทำการออกแบบสื่อสารการเขียนอธิบายความสนใจ และกิจการเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมในบริการเครือข่ายสังคม จะต้องตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

ดังนั้นการทำการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ในแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซจะต้องใช้แนวทางและกลยุทธ์ที่เหมาะสมและหลากหลาย จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจในโครงสร้างของการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจและเกิดการตัดสินใจใช้บริการ ในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้ศึกษาแพลตฟอร์มที่กำลังเป็นที่นิยมคือแพลตฟอร์ม TikTok นำมาศึกษาว่าสาเหตุการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทาง TikTok ครั้งนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นโครงสร้างกลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจ และการตัดสินใจใช้บริการผู้บริโภค TikTok เขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างโครงสร้างกลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ความไว้วางใจ และการตัดสินใจใช้บริการผู้บริโภค TikTok เขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยกลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ และการตัดสินใจใช้บริการผู้บริโภค TikTok เขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

- H1: กลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของผู้บริโภค TikTok เขตกรุงเทพมหานคร
- H2: กลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค TikTok เขตกรุงเทพมหานคร
- H3: กลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจผ่านความไว้วางใจของผู้บริโภค TikTok เขตกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

สื่อสังคมออนไลน์ มีความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ Dahnil, Marzuki, Langgat & Fabeil (2014) ได้ให้คำจำกัดความว่าการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นช่องทางการทำธุรกิจใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการทำการตลาดระหว่างสินค้า บริการ ข้อมูล และไอเดียผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล (2556) ได้ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง สังคมหรือการรวมกันของกลุ่มคนในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งบนอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่าชุมชนออนไลน์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทำให้ผู้คนสามารถทำความรู้จักแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง

ซึ่งช่องทางเครือข่ายที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารมีด้วยกันหลากหลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์(Website) เฟสบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) และ ทวิตเตอร์ (Twitter) ฐิติภา สัมพันธ์พร (2556) ได้ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นสื่อที่มาจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีอยู่และเป็นสื่อที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้อย่างรวดเร็ว ธุรกิจต่างๆ จึงนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นช่องทางในการสื่อสาร เช่น ข้อมูลของสินค้าหรือบริการ กิจกรรมส่งเสริมการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นต้น โดยผู้บริโภคสามารถโต้ตอบหรือแสดงความคิดเห็นกลับมายังธุรกิจที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้นๆ ได้อย่างรวดเร็ว พิศมัย หาญมงคลพิพัฒน์ (2558) ได้ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นรูปแบบของเว็บไซต์ในการสร้างเครือข่ายสังคม สำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ตเขียนอธิบายความสนใจ และกิจการที่ได้ทำและเชื่อมโยงกับความสนใจ และกิจกรรมของผู้อื่นในบริการเครือข่ายสังคม มักจะประกอบไปด้วยการส่งข้อความ อีเมลวิดีโอ เพลง อัปโหลดรูป บล็อก เป็นต้น และชุลีกร เกษทอง (2553) ได้ให้ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) คือ สังคมหนึ่งในโลกอินเทอร์เน็ตที่ผู้เล่นสามารถแสดงความคิดเห็น ทำความรู้จักและแบ่งปันสิ่งที่น่าสนใจ โดยอาศัยรูปแบบการบริการที่เป็นเว็บไซต์ที่ใช้ในการสร้างเครือข่ายสังคมสำหรับผู้ใช้งานในอินเทอร์เน็ต สามารถที่จะเขียนอธิบายกิจกรรมที่น่าสนใจ รวมทั้งข้อมูล บทความ รูปภาพ และแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือความสนใจร่วมกันที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล และ เกียรติศักดิ์ สุขศรีสวัสดิ์ (2563) ยังกล่าวว่ากระบวนการในการสร้างเครื่องมือทางการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ นั้นได้มีหลายกระบวนการด้วยกัน ได้แก่ ความบันเทิง (Entertainment) การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ความนิยม (Trendiness) ชุมชนออนไลน์ (Online Communities) การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Word of Mouth:- WOM) เป็นต้น

ความไว้วางใจ (Trust) ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง (Accurate Performance) ซึ่งได้แก่ความสามารถของพนักงานในการให้บริการได้ตรงตามที่สัญญาไว้การเก็บรักษาข้อมูลของลูกค้า และการนำข้อมูลมาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า การทำงานไม่ผิดพลาด การบำรุงรักษาอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานเสมอ และการมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (Parasuraman & Berry, 1985) ตามแนวคิดของ Doney & Cannon (1997) อังโน ดวงฤดี อุทัยหอม และสิทธิเสกข์ พิมพ์ นະพุนพร, 2558) การให้ความมั่นใจ หมายถึง คุณค่าที่กลุ่มใดๆ กำหนดเป็นคุณลักษณะที่แน่นอนให้กลุ่มที่เกี่ยวข้องด้วยแลกเปลี่ยนกลับมา เช่น ระดับความซื่อสัตย์ความเชื่อมั่น เป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถก่อให้เกิดความภักดี ไม่มีใครต้องการสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรที่ไม่น่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่นจึงเป็นเกณฑ์อย่างหนึ่งในการวัดคุณค่าขององค์กร นอกจากนี้ความเชื่อมั่นยังเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดความสัมพันธ์ ความเชื่อมั่นจะนำไปสู่ความจงรักภักดีเนื่องจากความเชื่อมั่นสร้างความเปลี่ยนแปลงให้ความสัมพันธ์นั้นมีคุณค่ามากขึ้น (ณัฏฐ์ กุศลสร, 2558) Kim (2008) อธิบายว่า ความไว้วางใจ (Trust) จะถูกเชื่อมโยงเข้ากับความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) กล่าวคือ หากผู้บริโภคเกิดความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นต่อผู้ขายสินค้าหรือบริการออนไลน์ในระดับสูงจะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อสินค้า หรือบริการผ่านช่องทางออนไลน์ที่สูงขึ้นตามไปด้วย

การตัดสินใจ คือ กระบวนการคัดเลือกแนวทางปฏิบัติจากทางเลือกต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการแก้ไขปัญหา (สุทมาศ จันทรถาวร, 2556) การตัดสินใจ คือ

วิธีปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งจากวิธีปฏิบัติที่มาจากหลายวิธีที่มีอยู่ พิจารณาไตร่ตรองคัดเลือกในสิ่งที่ตรงต่อความต้องการมากที่สุด Engel, Blackwell & Minird (1994) และ Kotler & Armstrong (2002) กล่าวว่า การตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) หมายถึง ระยะเวลาในการเปรียบเทียบสินค้าก่อนการซื้อ รวมถึง สภาวะเศรษฐกิจมีส่วนในการตั้งใจซื้อ ราคาและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งด้วยการส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม) มีส่วนในการซื้อและการโฆษณาผลิตภัณฑ์ รวมถึงสถานที่ที่ซื้อและเงื่อนไขในการซื้อ ผลิตภัณฑ์ Das (2014) อธิบายว่า ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) คือ ความพยายามของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า หรือ บริการโดยความตั้งใจจะส่งผลต่อปริมาณการซื้อสินค้า หรือบริการ จากผู้จัดจำหน่าย ซึ่งความตั้งใจจะเกิดขึ้นหลังจากที่ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่า และประโยชน์ ของสินค้า หรือบริการนั้น ๆ Moslehpour, Aulia & Masarie (2015) ได้อธิบายไว้ว่า ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) หมายถึง การอธิบายความเป็นไปได้ในการวางแผนของผู้บริโภคหรือการที่จะมีความตั้งใจ ซื้อสินค้าหรือบริการบางอย่างในอนาคต ซึ่งถือว่าเป็นความตั้งใจที่มีความเจาะจงของทางเลือกหนึ่งใน ความต้องการที่จะทำให้เกิดการดำเนินการในอนาคต ซึ่งก็ถือว่าเป็นขั้นตอนก่อนหน้านี้ที่มีการวางแผน ไว้จนสุดท้ายกลายเป็นพฤติกรรม การซื้อที่เกิดขึ้นจริง

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้นำตัวแปรที่ศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างการตลาดสื่อออนไลน์ ที่ประกอบไปด้วยการศึกษาในเรื่องการทำความเข้าใจการทำการตลาดเรื่องด้านความบันเทิง การมีปฏิสัมพันธ์ กระแสความนิยม กระแสความต้องการ การบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ และตัวแปรความไว้วางใจผู้วิจัยใช้ตัววัดประกอบด้วย การสื่อสาร ความใส่ใจ และความสะดวกสบาย (จิตติภา สัมพันธ์พร, 2556: พิศมัย หาญมงคล พิพัฒน์, 2558; เกียรติศักดิ์ สุขศรีขวลิต, 2020) ที่เป็นตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑลที่เข้ามาใช้บริการหรือเคยใช้บริการแพลตฟอร์ม TikTok อย่างน้อย 1 ปี

กลุ่มตัวอย่าง ทำโดยแบ่งสัดส่วนจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 3 เขต ได้แก่ เขตชั้นใน เขตชั้นกลาง และเขตชั้นนอก ใช้สถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM-Structural Equation Modeling) โดยใช้แนวคิด Hair, 2010 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์สมการโครงสร้างนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 10-20 คนต่อตัวแปร การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างกลยุทธ์การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจและการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค TikTok เขตกรุงเทพมหานคร ใช้ตัวแปรจากแบบสอบถามทั้งหมด 33 ตัวแปรสังเกต จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ $33 \times 10 = 330$ คน ซึ่งใช้จำนวน 10 เท่าของตัวแปรสังเกต (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010)

การสุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) โดยผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างเริ่มเป็นแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ในสัดส่วนที่เท่ากัน จากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มเป็น

Purposive Sampling เป็นวิธีที่ประชากรแต่ละหน่วยมีโอกาสถูกสุ่มมาเป็นกลุ่มตัวอย่างเท่ากัน ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร 330 ตัวอย่าง ตามพื้นที่ในกรุงเทพมหานครในสัดส่วนพื้นที่ดังนี้

กรุงเทพมหานครชั้นในมี 21 เขต กรุงเทพมหานครชั้นกลางมี 18 เขต และ กรุงเทพมหานครชั้นนอกมี 11 เขต จากการแบ่งจำนวนเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถระบุสัดส่วนดังตารางที่ 1 โดยแบ่งสัดส่วนจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ดังนี้

ตารางที่ 1 การแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร

จำนวนเขต	สัดส่วน 1/100	จำนวนตัวอย่าง (330)
1. เขตชั้นใน 21 เขต	ร้อยละ 42	139
2. เขตชั้นกลาง 18 เขต	ร้อยละ 36	119
3. เขตชั้นนอก 11 เขต	ร้อยละ 22	72
รวม 50 เขต	ร้อยละ 100	330

หมายเหตุ จากข้อมูลจำนวนเขตในกรุงเทพมหานคร โดย สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ประกอบด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยสร้างขึ้นจากการศึกษากรอบแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็นวิธีการที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการตลาด เป็นคำถามมาตราส่วนแบบ Likert Scale ชนิด 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ความไว้วางใจและการตัดสินใจ เป็นคำถามมาตราส่วนแบบ Likert Scale ชนิด 5 ระดับ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยกำหนดผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญ 3 คน เป็นผู้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยยอมรับค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) ที่ระดับมากกว่า 0.5 และทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และทำการสำรวจข้อมูลเพื่อทดสอบแบบสอบถาม Pre-test 30 ชุด เพื่อหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) และสามารถหาความเชื่อมั่นที่ควรมีค่ามากกว่า 0.7 (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010). ผลการวัดความสอดคล้อง IOC = 0,768 และความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา Alpha Coefficient = 0.892 พบว่ามากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดจึงสามารถนำข้อคำถามหรือตัวแปรไปใช้ในการศึกษาต่อไป

กระบวนการเก็บข้อมูล (Data collection process)

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้าศึกษาด้วยตนเอง และรวบรวมข้อมูลจากบทความและงานเอกสารที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทฤษฎีการตลาด ความไว้วางใจผู้บริโภค และการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบโดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากผู้ที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม TikTok

3. การเก็บข้อมูลผู้บริโภคใช้ Google Form เป็นเครื่องมือช่วยเก็บโดยให้ผู้ช่วยนักวิจัยทำการลงพื้นที่ตามข้อมูลและทำ QR Code เพื่อให้ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางแพลตฟอร์ม TikTok ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเข้าถึงแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยค่าทางสถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปร (Path Analysis) และประมวลผลโดยใช้สถิติ Z-test เพื่อพิสูจน์สมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ด้วยโปรแกรม AMOS เพื่อวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) และเพื่อทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล การวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์มาตรฐานดังนี้ $\chi^2/df < 3$, $P\text{-Value} > 0.05$, $GFI < 0.9$, $AGFI < 0.9$, $CFI < 0.9$, $RMR < 0.1$ และ $RMSEA < 0.1$ (Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010))

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการจากผู้ให้บริการทั้งหมด 330 คนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 80.3 เพศชายจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 อายุส่วนใหญ่ 20-35 ปี ร้อยละ 95.7 รายได้ 15,000-20,000 บาท ร้อยละ 91.5 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 97.9 และสินค้าที่ตัดสินใจใช้บริการผู้บริโภค TikTok เขตกรุงเทพมหานคร คือ เสื้อผ้า / รองเท้า / กระเป๋า / เครื่องประดับ ร้อยละ 42.2 รองลงมาเป็นเครื่องสำอางและครีมบำรุงผิว ร้อยละ 17.6

1. การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการตลาดสื่อออนไลน์ ความเชื่อใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยโปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS Amos Version 24.0 ซึ่งการทดสอบสมมติฐาน นั้นต้องมีการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวัดหรือทดสอบตัวแปรสังเกตได้ที่สัมพันธ์กันอย่างมากไปหรือน้อยไป และจะเกิดภาวะ Muticollinearity หรือไม่ โดยมีการทดสอบดังนี้

1.1 การทดสอบการแจกแจงปกติ (Normal Distribution) การตรวจสอบการแจกแจงข้อมูล แบบตัวแปรเดียว (Univariate) พิจารณาจากค่าความโด่ง (Kurtosis) และค่าความเบ้ (Skewness) Hair, (2012) เสนอให้พิจารณาค่าความเบ้และความโด่งโดยมีค่าตามเกณฑ์ที่รับได้ไม่เกิน บวกและลบ 2.00 และการดูค่าจากการทดสอบด้วย Kolmogorov test (กัลยา วาณิชบัญชา, 2555) ด้วยตัวแปรสังเกตได้ จะต้องใช้ตัวแปรที่มีมาตรวัดแบบช่วง (Interval scale) และมาตรวัดแบบสเกล (Ratio Scale) จำนวน 33 ตัว ประกอบด้วยตัวแปรด้านการตลาดสื่อออนไลน์ ความเชื่อใจและ การตัดสินใจใช้บริการ TikTok ของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร แสดงค่าสถิติเบื้องต้นที่ใช้วิเคราะห์ตัวแปรสังเกต ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่า composite reliability (CR) และ average variance extracted (AVE) ค่าความโด่ง (Skewness)

ค่าความเบ้ (Kurtosis) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวัดการกระจายของข้อมูล และการแจกแจงของตัวแปร ทั้ง 33 ตัวแปร ดังแสดงรายละเอียดตาราง 2

ตารางที่ 2 ค่าสถิติเบื้องต้นตัวแปรสังเกตได้ 33 ตัวแปร (n=330 คน)

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าสถิติ						
	Factor loading	AVE.	C.R.	$\bar{X}$	S.D.	KU	SK
การตลาดสื่อสังคมออนไลน์							
1. ความบันเทิง	0.79	0.856	0.888	4.07	.68	-.053	-.989
2. การมีปฏิสัมพันธ์	0.80			3.75	.89	-.282	-.401
3. กระแสนิยม	0.90			3.91	.84	-.639	.540
4. การสนองความต้องการ	0.88			3.78	.94	-.635	.399
5. การบอกต่อ อิเล็กทรอนิกส์	0.91			3.70	1.03	-.661	-.108
ความเชื่อใจ							
1. การสื่อสาร	0.98	0.837	0.886	3.78	.90	-.552	.039
2. ความใส่ใจ	0.88			3.90	.77	-.418	-.042
3. การให้ความสะดวกสบาย	0.65			4.16	.71	-.335	-.946
การตัดสินใจใช้บริการ (DM)							
1. เวลาตัดสินใจซื้อสินค้า	0.80	0.814	0.883	3.76	.98	-.335	-.899
2. การนึกถึงสินค้าผ่าน TIKTOK	0.94			3.53	1.10	-.190	-.931
3. การซื้อเป็นประจำ	0.76			3.49	1.08	-.034	-.891

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาดสื่อออนไลน์พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อความบันเทิงมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.07, S.D.=0.68) รองลงมาเป็นกระแสนิยม ($\bar{X}$ =3.91, S.D.=0.84) และการสนองความต้องการ ($\bar{X}$ =3.78, S.D.=0.94) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านความเชื่อใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการให้ความสะดวกสบายมากที่สุด ($\bar{X}$ =4.16, S.D.=0.71) รองลงมาเป็นความใส่ใจ ($\bar{X}$ =3.90, S.D.=0.77) และการสื่อสาร ($\bar{X}$ =3.78, S.D.=0.90) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นว่าต่อการตัดสินใจเวลาตัดสินใจซื้อสินค้ามากที่สุด ($\bar{X}$ =3.76, S.D.=0.98) รองลงมาจะนึกถึงสินค้าผ่าน TIKTOK ($\bar{X}$ =3.53, S.D.=1.10) และการซื้อเป็นประจำ ($\bar{X}$ =3.49, S.D.=1.08) ตามลำดับ

เกณฑ์เพื่อประเมินค่าความเชื่อมั่นโดยใช้ค่า composite reliability (CR) โดยกำหนดค่ายอมรับในช่วง 0.70 to 0.90 และ average variance extracted (AVE) มีค่ามากกว่า 0.5 (Hair et al., 2014)

และ การศึกษาครั้งนี้มีค่าอยู่ในช่วง 0.814 to 0.856 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.70 จึงมีความน่าเชื่อถือสูง (Hair et al., 2010). ส่วนการกระจายข้อมูลของข้อมูล พบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาดสื่อออนไลน์มีการกระจายข้อมูลความเบ้ (SK) ช่วง -.989 ถึง 0.039 ปัจจัยด้านความเชื่อใจมีการกระจายข้อมูลความเบ้ (SK) ช่วง -.661 ถึง -.053 และปัจจัยด้านการตัดสินใจใช้บริการมีการกระจายข้อมูลความเบ้ (SK) ช่วง -0.670 ถึง -0.394 โดยปัจจัยทั้ง 3 มีทั้งเบ้ซ้ายที่ติดลบ และเบ้ขวาที่เป็นบวก และมีค่าความโด่ง (KU) ที่ไม่เกิน ± 2 จึงเป็นการกระจายแบบปกติ

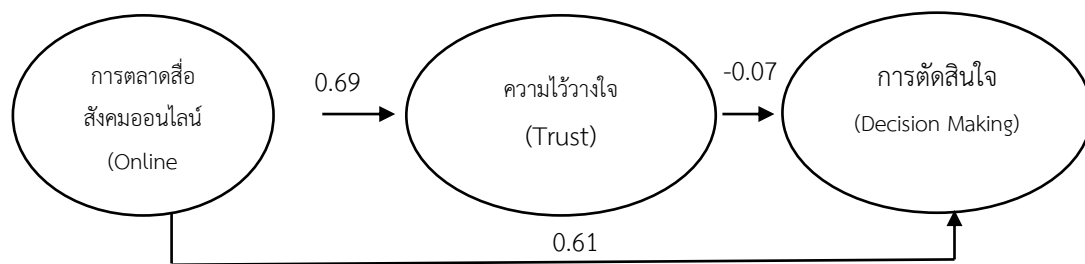
2. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ด้วยค่าดัชนี KMO และ ค่า Bartlette's test of Sphericity เพื่อแสดงผลของความเป็นอิสระกันของปัจจัยแต่ละตัว จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ เพื่อนำไปประมาณค่าพารามเตอร์ในสมการโครงสร้างปัจจัยด้านประสบการณ์ ความเชื่อใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคบริษัทขนส่งไทย ดังแสดงในตารางที่

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ด้วยค่าดัชนี KMO และ ค่า Bartlette's test of Sphericity

สถิติทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร			ค่าสถิติที่ได้
Kaiser- Mefer- Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO			.889
Bartlette's test of Sphericity	Approx.	Chi-	4315.282
	square		
	df		55
	Sig.		.000

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่า Kaiser-Mefer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO = ซึ่งมีค่าไม่ควรต่ำกว่า 0.6 ซึ่งผลของค่าที่วิเคราะห์ ได้ KMO = 0.889, Sig. = 0.000 และ จึงสรุปได้ว่า ตัวแปรสังเกตได้ไม่เป็นเมตริกเอกลักษณ์ นำไปวิเคราะห์ปัจจัยได้ และตรวจสอบค่า Bartlette's test of Sphericity Sig. < 0.05 โดยค่าเปรียบเทียบเพื่อพิจารณา (KMO) ต้องมีค่าไม่ควรต่ำกว่า 0.6

เมื่อดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติตัวแปรครบถ้วนผู้วิจัยนำกรอบแนวคิด การตลาดสื่อออนไลน์ ความเชื่อใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการแพลตฟอร์ม TIKTOK เขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์โดยโปรแกรม AMOS สามารถยืนยันตัวแปรและเขียนในรูปโมเดลสมการโครงสร้างที่ใช้ในการวิเคราะห์จากกรอบแนวความคิด ดังภาพที่ 1 ได้ผลการวิเคราะห์ตัวแบบการตลาดสื่อออนไลน์ ความเชื่อใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ TikTok ของผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร ภาพที่ 2



$\chi^2/df = 2.979$, $df = 42$, $GFI=0.975$, $AGFI=0.932$, $NFI=0.957$, $RFI=0.954$, $*P<0.05$

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบการตลาดสื่อออนไลน์ ความเชื่อใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ TikTok ของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร หลังปรับโมเดล

จากภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบการตลาดสื่อออนไลน์ ความเชื่อใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ TikTok ของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ค่า P มีค่า 0.097 ซึ่งมากกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า โมเดลนี้สามารถใช้เป็นโมเดลที่สามารถบอกได้ว่าข้อมูลนี้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด และเมื่อทำการพิจารณา ค่าดัชนีที่กำหนดไว้ตามเกณฑ์ของสมการโครงสร้างซึ่งกำหนดไว้ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่า $GFI=0.975$, $AGFI=0.932$, $NFI=0.957$, $RFI=0.954$ ซึ่งทั้งหมดมีค่าผ่านเกณฑ์ ส่วนค่าดัชนีที่กำหนดไว้เกณฑ์น้อยกว่า 0.05 พบว่า $RMSEA= 0.035$, $RMR = 0.049$ ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน จึงสรุปได้ว่า ตัวแบบกลยุทธ์การตลาดสื่อออนไลน์ ความเชื่อใจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการผู้บริโภค ผ่านความเชื่อใจ และประสบการณ์ของผู้บริโภคส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคแพลตฟอร์ม TIKTOKเขตกรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เกณฑ์ค่าดัชนีการประเมินเปรียบเทียบกับระหว่างจำนวนองศาอิสระของทั้งสองตัวแบบ

ดัชนี	ค่า อยู่ระหว่าง	ตัวแบบตามทฤษฎีกับข้อมูล	เกณฑ์สอดคล้องเมื่อมีค่า	ค่าสถิติ
χ^2/df	<3	สอดคล้องกัน	ไม่เกิน 3	2.979
GFI	0 ถึง 1	สอดคล้องกัน	>0.9	0.975
AGFI	0 ถึง 1	สอดคล้องกัน	>0.9	0.932
NFI	0 ถึง 1	สอดคล้องกัน	>0.9	0.957
RFI	0 ถึง 1	สอดคล้องกัน	>0.9	0.954
RMR	0 ถึง 1	สอดคล้องกัน	<0.05	0.049
RMSEA	0 ถึง 1	สอดคล้องกัน	<0.05	0.035

ซึ่งผลตัวเลขจากตารางที่ 3 ดัชนีค่าสถิติสรุปผ่านเกณฑ์โมเดลที่ได้ จะมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งยืนยันผลได้จากการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) โดยพบว่า (χ^2/df) สัดส่วนค่าสถิติไคสแควร์/ค่าชี้แจงความเป็นอิสระ (Chi-square) statistic comparing the tested model and the independent model with the dependent model=2.979 (GFI) ดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index) = 0.975 (AGFI) ดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้วด้วยอัตราความเป็นอิสระของแบบจำลอง(Adjust Goodness of Fit Index) = 0.932 (NFI) ดัชนีวัดความกลมกลืน

(Normal Fit Index) = 0.957 (RMSEA) ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation) = 0.035 (RMR) ดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของเศษ (Root Mean Square Residual) = 0.049 ซึ่งค่าทั้งหมดจากการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) สอดคล้องกับเกณฑ์

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ความสัมพันธ์	ผลการทดสอบ
H1 กลยุทธ์ตลาดสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อใจ	0.69*	ยอมรับสมมติฐาน
H2 ความเชื่อใจมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการ	-0.071	ปฏิเสธสมมติฐาน
H3 กลยุทธ์ตลาดสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อใจ	0.61*	ยอมรับสมมติฐาน

จากตารางที่ 4 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ตลาดสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อใจแพลตฟอร์ม TIKTOK เขตกรุงเทพมหานคร และ กลยุทธ์ตลาดสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อใจ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P < 0.05$) ซึ่งต่างมีความสัมพันธ์ในทางบวก สำหรับความเชื่อใจไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P < 0.05$)

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาดสื่อออนไลน์พบว่า ระดับความคิดเห็นที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาในรูปแบบที่เป็นกระแสนิยม และให้ความสำคัญเรื่องการสอนความต้องการผู้บริโภค และระดับด้านความเชื่อใจ พบว่า ให้ความเชื่อใจเรื่องการให้ความสะดวกสบายมากที่สุด รองลงมาเป็นความใส่ใจ และการสื่อสาร และส่วนปัจจัยด้านการตัดสินใจพบว่า จะตัดสินใจซื้อผ่าน TIKTOK รองลงมาจะนึกถึงสินค้าผ่าน TIKTOK และการซื้อเป็นประจำที่แพลตฟอร์ม TIKTOK ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริโภคนั้นจะใช้ช่องทางใดในการเข้าถึงจะนึกถึงความบันเทิงเป็นหลัก (อัมมะทินนา ศรีสุพรรณ, 2563) และปัจจัยที่สำคัญที่จะเป็นการบ่งบอกถึงความเชื่อใจคือการบริการนั้นต้องบ่งบอกถึงความสะดวกสบาย ให้ความใส่ใจ และจะไว้วางใจจากการสื่อสารของผู้ให้บริการ (วรกานต์ เทพสมนึก, 2564)

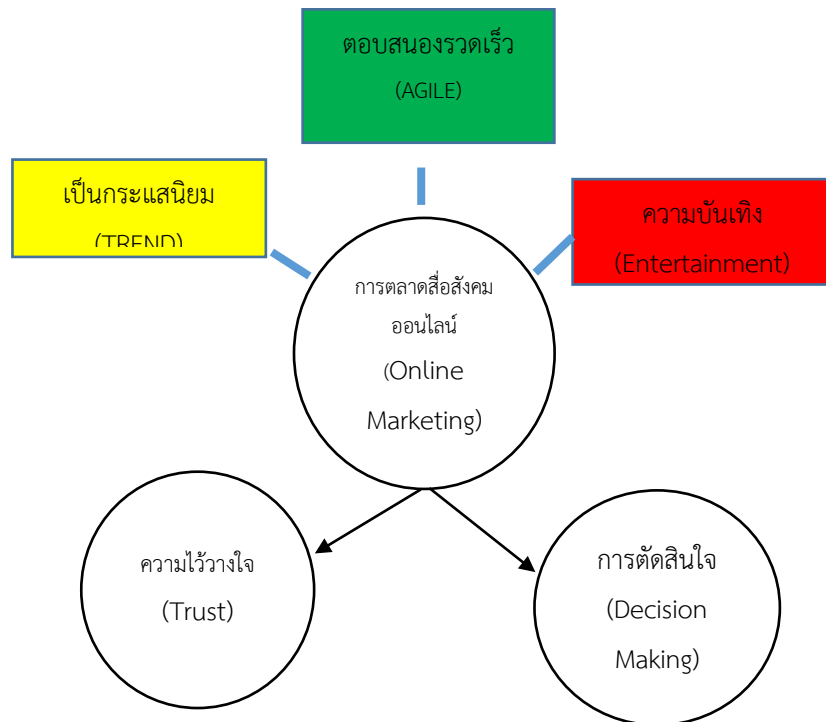
ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า กลยุทธ์ตลาดสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อใจแพลตฟอร์ม TIKTOK เขตกรุงเทพมหานคร และ กลยุทธ์ตลาดสื่อออนไลน์มีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อใจ ซึ่งต่างมีความสัมพันธ์ในทางบวก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคที่ใช้บริการจากสื่อสังคมออนไลน์จะเกิดความเชื่อใจต่อแพลตฟอร์ม TIKTOK ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณวิสา ศรีวิลาส (2561) และ วรกานต์ เทพสมนึก และไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ (2564) Hajli, N. et al. (2017) ค้นพบว่า การเพิ่มโอกาสความตั้งใจซื้อหรือความเชื่อใจจากลูกค้าได้ ผู้ค้าออนไลน์ Social Commerce จะต้องทำให้ลูกค้าสามารถติดต่อผู้ค้าออนไลน์ได้สะดวกสำหรับในการแลกเปลี่ยนคุณค่าระหว่างกัน ผู้บริโภคมักจะพบเห็นโฆษณา รูปภาพ วิดีโอ ข่าว คำแนะนำ และไลค์ รวมไปถึงชุมชนของผู้ค้าออนไลน์เองบน Social Network Service ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ (Trust) ยังมีปัจจัยเหล่านี้จะยังมีความสัมพันธ์ไปในทางบวก และ Kircova,

Yaman and Köse (2018) พบว่า ความตั้งใจซื้อผ่าน Social Commerce เป็นปัจจัยที่น่าสนใจมีความสัมพันธ์สร้างความแตกต่าง เนื่องจากเครือข่ายของ Social Media ถ้ามีการส่วนร่วมมาก ยิ่งเกิดความตั้งใจซื้อมากขึ้นเท่านั้น รวมไปถึงการลงทุนการสร้าง Social Media ผู้ค้าออนไลน์ควรเข้าใจถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมและลงทุนกับ Social Media เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมให้ได้มากที่สุด เพราะปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อตามมา

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า กลยุทธ์ตลาดสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อความเชื่อใจแพลตฟอร์ม TIKTOK เขตกรุงเทพมหานคร ($B=0.69$, $Sig=0.000$) และ กลยุทธ์ตลาดสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ ($B=0.61$, $Sig=0.000$) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการตลาดออนไลน์ที่มีรูปแบบหลากหลายทั้งมีความบันเทิงมากที่สุด และยังเป็นกระแสนิยม สามารถการสนองความต้องการผู้บริโภคทำให้เกิดความเชื่อ และเกิดการตัดสินใจซื้อ ความสอดคล้องงานวิจัยของ Dashti, Sanayei, Dolatabadi and Moshrefjavadi (2016) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าและบริการใน Social Commerce ซึ่งปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน Social Commerce และปัจจัยที่มีการสนับสนุนให้เกิดการซื้อขายสินค้าผ่าน Social Network ส่งผลเกิดอิทธิพลของการสนับสนุนทางสังคม (Social Support) และ ความสัมพันธ์ที่ดีมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจและความพอใจ และสอดคล้องกับ อรรถศิษฐ์ พัฒนะศิริ และ วรลักษณ์ วงศ์โดยหวัง ศิริเจริญ (2016) พบว่า สื่อสังคมและอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สื่อสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในบริบทของการซื้อสินค้าออนไลน์ และโมเดลนี้ประกอบไปด้วย 3 ส่วนด้วยกัน คือ ตัวกระตุ้น (Stimulus) กลไก (Organism) และการตอบสนอง (Response) และโดยตัวกระตุ้นจะส่งผลต่อกลไก ตัวกระตุ้นยังส่งผลต่อการตอบสนองของผู้บริโภคซึ่งก็คือการตัดสินใจซื้อหรืออาจอยู่ในอีกรูปแบบหนึ่งคือความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) อีกด้วย (อมลวรรณ กรณ์ปรีชาวงศ์ ชัตษกร ศรีสุข และ อนันตพร วงศ์คำ, 2023)

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การศึกษานี้มีองค์ความรู้ในการวางแผนต่อธุรกิจโดยจะเหมาะสมกับผู้ประกอบการที่ทำการค้าขายผ่านรูปแบบ Social media แพลตฟอร์ม TIKTOK และผลของการศึกษาพบว่ารูปแบบที่ปรากฏชัดเจนต่อรูปแบบการทำการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ และการตัดสินใจ โดยผู้วิจัยขอเสนอโมเดลเป็น TAE ดังนี้



แผนภาพที่ 3 รูปแบบการสร้างการตลาดสื่อสังคมออนไลน์ผ่าน แพลตฟอร์ม TIKTOK

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาดสื่อออนไลน์พบว่า ระดับความคิดเห็นที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาในรูปแบบที่เป็นกระแสนิยม และให้ความสำคัญเรื่องการสอนความต้องการผู้บริโภค ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการโดยเน้นการสร้างการสื่อสารการตลาดออนไลน์โดยสร้างสร้างความบันเทิง ความทันสมัย และต้องตอบสนองได้ตลอด

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า กลยุทธ์ตลาดสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์ต่อความเชื่อใจและการตัดสินใจใช้แพลตฟอร์ม TIKTOK เขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการโดยเน้นการสร้างรูปแบบการสร้างสร้างความบันเทิง การติดตามความทันสมัย และต้องตอบสนองได้ตลอดการสื่อสารให้เพิ่มมากขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า กลยุทธ์ตลาดสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อความเชื่อใจและการตัดสินใจใช้แพลตฟอร์ม TIKTOK เขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการโดยเน้นการสร้างรูปแบบการสร้างสร้างความบันเทิง การติดตามความทันสมัย และต้องตอบสนองได้ตลอดการสื่อสารให้เพิ่มมากขึ้นโดยมีการเพิ่มและให้ความสำคัญที่สูงขึ้นต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบ โมเดล TAE ประกอบด้วยกระแสนิยม (TREND) การตอบสนองรวดเร็ว (AGILE) และ ความบันเทิง (Entertainment) ที่จำเป็นต่อการสร้างรูปแบบการตลาดการสื่อสังคมออนไลน์ที่สำคัญ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการใช้แพลตฟอร์มอื่น ๆ ได้ และสำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควร

ทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับแพลตฟอร์มอื่น ๆ โดยศึกษายืนยันว่าการตลาดสื่อสังคมออนไลน์จะยังคงเน้นด้วยปัจจัยทั้ง 3 นี้หรือไม่ เพื่อต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อใจ และการตัดสินใจซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์

เอกสารอ้างอิง

- เกียรติศักดิ์ สุขศรีสวัสดิ. (2563). ปัจจัยการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพล ต่อความตั้งใจเลือกชำระเงินผ่านทางแอปพลิเคชัน “True Money Wallet” ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. *Dusit Thani College Journal*, 4(1), 404-418.
- ชุลีกร เกษทอง. (2553). การรับรู้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า หรือบริการในสังคมเครือข่ายออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมาบัณฑิต). วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จิตติภา สัมพันธ์พร. (2556). *สร้างแบรนด์ให้ติดตลาดด้วยเฟสบุ๊ค*: กรุงเทพฯ: ดรีม แอนด์ พับลิชชิง.
- ดวงฤดี อุทัยหอม และ สิทธิเสกข์ พิมพ์ธนะพูนพร. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ความเชื่อมั่นกับ ความภักดีต่อการใช้บริการตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ที่นึ่งส่วนบุคคลวอลโว่ของลูกค้าในเขตจังหวัด ภูเก็ต, *วารสารการประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ (ครั้งที่ 6)*, 1031.
- ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ. (2563). อิทธิพลด้านความบันเทิง ความไว้วางใจ และความเพลิดเพลิน กับ การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม. *วารสารวิทยาการจัดการ คณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*. 2(1), 66-78.
- พิศมัย หาญมงคลพิพัฒน์. (2558). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ นิสิตหลักสูตรเทคโนโลยี สารสนเทศมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. *วารสารมหาวิทยาลัยหาดใหญ่*, 23(4), 503-516.
- ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณียเฟสบุ๊ค (Facebook) กับ การพัฒนาผู้เรียน. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, (5), 197-215.
- นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2561-2580. (11 เมษายน 2562). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 136 ตอนที่ 47 ก.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). *สถิติจำนวนประชากรปี 2563*. ค้นเมื่อ 19 สิงหาคม 2566, จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/displayData>
- อรรถศิษฐ์ พัฒนะศิริ และ วรลักษณ์ วงศ์โดยหวัง ศิริเจริญ. (2559) สื่อสังคม และอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม (The Journal of Social Communication Innovation)*, 4(2), 151-160.
- อมลวรรณ กรณ์ปรีชาวงศ์ ทัดษกร ศรีสุข และอนันตพร วงศ์คำ. (2566). อิทธิพลของปัจจัยองค์ประกอบผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์สื่อสารการตลาดผ่านเฟซบุ๊ก ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการชำระสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในจังหวัดลำปาง. *วารสารละศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี*, 7(1), 47-61.

- Data Reportal. (2019). *Digital 2019: Global Digital Overview*. Retrieved May 10, 2022, from <https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-overview>
- Das, G. (2014). Linkages of retailer personality, perceived quality and purchase intention with retailer loyalty: A study of Indian non-food retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(3), 407-414.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Consumer behavior* (8th ed.). New York: Dryden.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). Pearson.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision support systems*, 44(2), 544-564.
- Moslehpour, M., Aulia, C. K., & Masarie, C. E. L. (2015). Bakery product perception and purchase intention of Indonesian consumers in Taiwan. *International Journal of Business & Information*, 10(1), 63-94.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33-44.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (3rd ed.). Routledge.

องค์ประกอบเชิงยืนยันของจริยธรรมนักฟุตบอลอาชีพของประเทศไทย

Development of Ethical Assessment of Professional Footballers

ปิยพันธุ์ ขบา¹, ปรีชา พงศ์เพ็ง² และบัณฑิต ผังนรินทร์³

Piyapan Chaba¹, Preecha Pongpeng² and Bundit Pungnirund³

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3}

Graduate School Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3}

Email: canport21@gmail.com¹

Received: 2023-12-02; Revised: 2023-12-27; Accepted: 2023-12-28

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบเชิงยืนยันจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ 2) เพื่อสร้างเกณฑ์ปกติของประเมินจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ และ 3) เพื่อศึกษาระดับองค์ประกอบเชิงยืนยันจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ การวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสม การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือนักฟุตบอลอาชีพที่เล่นในไทยลีก ฤดูกาล 2020 จำนวน 765 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้สัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับกีฬาฟุตบอลอาชีพ จำนวน 17 คน ใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) องค์ประกอบเชิงยืนยันจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ ประกอบด้วย (1) ระเบียบวินัย (DISCIPL) (2) ความรับผิดชอบ (RESPONS) (3) ความซื่อสัตย์ (HONESTY) (4) ความมีน้ำใจนักกีฬา (SPORTS) (5) ความรักและศรัทธาในอาชีพ (PASSION) (6) ความอดทน (PATIENCE) และ (7) ความสามัคคี (UNITY) 2) เกณฑ์ปกติของประเมินจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ ภาพรวมมีจริยธรรมอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 25.36 มีจริยธรรมอยู่ในระดับต่ำ ร้อยละ 25.23 มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ร้อยละ 24.97 และมีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ร้อยละ 24.44 และ 3) ด้านความรักและศรัทธาในอาชีพ ด้านความสามัคคี และด้านความซื่อสัตย์ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความอดทน ด้านความมีน้ำใจนักกีฬา ด้านความรับผิดชอบ และความมีระเบียบวินัยอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

คำสำคัญ: จริยธรรม, นักฟุตบอลอาชีพ, องค์ประกอบเชิงยืนยัน

Abstract

This research aimed 1) to study ethical assessment for professional footballers, 2) to develop derive scale norms for ethical assessment for professional footballers, and 3) to study the level of ethical assessment for professional footballers. This research used a mixed

method. In quantitative research, the sample group consisted of 765 professional footballers playing in the Thai League season 2020 using convenience sampling. The research instrument was a questionnaire. Analyze data with statistics, percentages, averages, and standard deviations. Qualitative research, using in-depth interviews with 17 experts related to professional football, using purposive sampling and content analysis, was used.

The research findings were: 1) confirmatory factor The ethical assessment of professional footballers consisted of seven components: (1) Discipline, (2) Responsibility, (3) Honesty, (4) Sportsmanship, (5) Passion and Faith in the Career, (6) Patience, and (7) Unity, 2) Scale norms of the ethical assessment for professional footballers were: overall, 25.36% had a high level of ethics, 25.23% had a low level of ethics, 24.97% had a relatively low level of ethics, and 24.44% had a relatively high level of ethics. 3) Passion and Faith in the Career, Unity, and Honesty at a high level. Patience, Sportsmanship, Responsibility, and Discipline at a moderate level.

Keywords: Ethics, Professional Footballers, Confirmatory Factor

บทนำ

จริยธรรมเป็นหลักความประพฤติที่ทำให้บุคคลอยู่ในครรลองของความถูกต้อง เกิดความรักความสามัคคี ความร่วมมือร่วมใจกันอย่างมีประสิทธิภาพ คุณค่าทางจริยธรรมจะสะท้อนให้เห็นถึงความเจริญงอกงามในการดำเนินชีวิตของบุคคลอย่างมีระเบียบแบบแผนตามวัฒนธรรมของสังคม อีกทั้งยังเป็นเครื่องขัดเกลาให้บุคคลมุ่งกระทำความดี ละเว้นความชั่ว มีความประพฤติที่ดี มีความถูกต้อง และปฏิบัติตนอยู่อย่างเรียบร้อยก่อเกิดประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่น การศึกษาด้านจริยธรรมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างและพัฒนาบุคคลให้มีจิตใจที่ดีงาม มีความสำนึกในหน้าที่และมีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น ส่งผลต่อสังคมประเทศชาติโดยรวม หากปราศจากจริยธรรมก็จะมีเครื่องมือหรือกลไกที่จะควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์เป็นเหตุให้เกิดความวุ่นวาย จริยธรรมจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทุกคนทุกองค์กรทั้งในชีวิตประจำวันและชีวิตการทำงาน

ฟุตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากบุคคลทั่วไปทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศทั่วโลก ดังจะเห็นได้จากการแข่งขันฟุตบอลโลกในปี ค.ศ. 2018 ที่มียอดผู้ชมมากกว่าสามพันห้าร้อยล้านคน ซึ่งเป็นจำนวนมากกว่าครึ่งของจำนวนประชากรโลกทั้งหมด ผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลโลกมีอายุตั้งแต่ 4 ขวบขึ้นไป ฟุตบอลเป็นกีฬาที่สามารถสื่อสารให้เข้าใจกันได้ สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้เล่น มีระบบการเล่นเป็นทีม โดยใช้แค่เพียงลูกฟุตบอลลูกเดียวก็สามารถเล่นเพื่อความเพลิดเพลิน ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ หรือแม้กระทั่งพัฒนาความสามารถสู่ความเป็นเลิศ สร้างรายได้ และยึดเป็นอาชีพได้ ฟุตบอลเป็นสื่อในการที่จะเชื่อมโยงข้อมูลไปสู่เด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากต้นแบบความสำเร็จของ

นักฟุตบอลที่มีชื่อเสียง มีรายได้ และประสบความสำเร็จจากถ้วยรางวัลทั้งส่วนตัวและทีมสโมสรฟุตบอล เช่น ลิโอเนล เมสซี (Lionel Messi) นักฟุตบอลอาชีพ ชาวอาร์เจนตินา เล่นฟุตบอลอาชีพให้กับทีมบาร์เซโลนา ในลีกฟุตบอลอาชีพประเทศสเปน และยังเป็นผู้ได้รับรางวัลนักเตะยอดเยี่ยมของโลก (บัลลงดอร์) 6 สมัย และมีสถิติมากมายที่ได้ทำการบันทึกไว้ว่าเป็นนักฟุตบอลที่เก่งที่สุดในโลก ปัจจุบันได้ย้ายไปเล่นให้กับทีมปารีส แซ็ง-แฌร์แม็ง ลีกฟุตบอลอาชีพในประเทศฝรั่งเศส ด้วยค่าตัว 35 ล้านยูโร หรือเทียบเท่ากับเงินไทยประมาณ 1,372 ล้านบาท และยังมีนักฟุตบอลอาชีพอีกหลายร้อยหลายพันคนที่ประสบความสำเร็จในการเล่นฟุตบอลอาชีพ

การจะพัฒนาตนเองให้ก้าวไปสู่ความเป็นนักฟุตบอลอาชีพที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ไม่เพียงแต่จะต้องมีต้นทุนจากพรสวรรค์เพียงอย่างเดียว แต่จะต้องมีการฝึกซ้อมอย่างจริงจัง มีเป้าหมายชัดเจน มุ่งมั่น ตั้งใจฝึกซ้อม เพื่อให้มีความชำนาญ และมีมาตรฐานการเล่นฟุตบอลอย่างสม่ำเสมอ ทั้งยังต้องเป็นผู้มีความประพฤติที่เป็นตัวอย่างที่ดีแก่สังคมฟุตบอลทั้งในและนอกสนาม ความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของนักฟุตบอลอาชีพ จะทำให้เกิดความคาดหวัง การกำหนดบทบาทจากแฟนคลับและประชาชนทั่วไปที่ชื่นชอบจะมอบความรัก ความศรัทธา ความเคารพนับถือ นำไปเป็นแบบอย่าง และประพฤติปฏิบัติตาม นั้นเป็นการแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของการเป็นนักฟุตบอลอาชีพที่ดี แต่ในทางตรงข้าม หากนักฟุตบอลอาชีพมีความประพฤติไม่ดีทั้งในและนอกสนาม จะส่งผลเสียต่อโดยตรงต่อความสามารถในการเล่นฟุตบอลในสนามที่ไม่ได้มาตรฐาน หรือลดคุณภาพลงได้ ทั้ง ยังส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ความเป็นฟุตบอลอาชีพ ทั้งภาพลักษณ์ส่วนตัว ภาพลักษณ์ของสโมสร ฟุตบอลต้นสังกัด เช่น การที่นักฟุตบอลเล่นการพนันจนต้องติดหนี้การพนันแล้วหนีการติดตามทวงหนี้ จนไม่กลับมาทำหน้าที่ฝึกซ้อมและแข่งขันให้กับทีม หรือกรณีที่นักฟุตบอลอาชีพถูกตัดสินให้ต้องเลิก เล่นฟุตบอลตลอดชีวิต ด้วยการเจตนาทำร้ายร่างกายเพื่อนร่วมอาชีพที่เป็นฝ่ายตรงกันข้าม หรือทำร้ายกรรมการ หรือแฟนบอลต่างสโมสรฟุตบอลของตนเอง หรือกรณีที่นักฟุตบอลดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์แล้วขับรถในขณะมึนเมาจนทำให้เกิดอุบัติเหตุร้ายแรงบนท้องถนน ทำให้เกิดความเสียหายทั้งต่อชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น ภาพและเหตุการณ์ที่ได้ยกตัวอย่างนี้ เป็นพฤติกรรมที่มี อิทธิพลต่อแฟนบอล ผู้ติดตามชมและเชียร์เช่นเดียวกัน

จากประเด็นกรณีตัวอย่างพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักฟุตบอลอาชีพทั้งในและนอกสนามนั้น ส่งผลเสียทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อตัวนักกีฬา ทีมสโมสรฟุตบอล และสังคมฟุตบอลเป็นอย่างมาก ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เป็นเหตุผลให้นักฟุตบอลอาชีพต้องพยายามประพฤติปฏิบัติตัวให้อยู่ในกรอบข้อบังคับ กฎ กติกาและควมมีจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพที่ดี แต่การเป็นนักฟุตบอลอาชีพที่ดี ยังส่งผลให้ฟุตบอลเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมและปลูกฝังจริยธรรมทางการกีฬา ให้เป็นค่านิยมและเป็นวัฒนธรรมที่จะสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นต่อไป (สุริยัน สมพงษ์, 2554) ให้แนวคิดว่าการสร้างและพัฒนาจริยธรรมการกีฬา มีข้อควรระวัง 3 ประการ คือ 1. จริยธรรมไม่ได้เกิดขึ้นเองโดยอัตโนมัติหลังจากการได้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬา 2. การมุ่งเพื่อชัยชนะมากเกินไปจะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้นักกีฬาหลงทาง ขัดแย้งระหว่างจุดมุ่งหมายสูงสุดในการเข้าร่วม และแข่งขันกีฬา 3. การลดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ทางการกีฬาให้ได้นั้นต้องมีข้อกำหนด กฎระเบียบ ให้ดียิ่งขึ้น เช่น กฎ กติกา และบทลงโทษ สำหรับนักกีฬาที่กระทำผิด เป็นต้น

รวมทั้งการปลูกฝังความคิดที่ถูกต้อง ความมีคุณธรรม เพื่อที่จะให้เหตุผลกับตนเองให้ได้ว่าการกระทำใดถูก-ผิด ฟังประสงค์หรือไม่ฟังประสงค์

การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาองค์ประกอบของจริยธรรมที่จำเป็นสำหรับนักฟุตบอลอาชีพที่มีและยึดถือปฏิบัติให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาสร้างเสริมคุณธรรมจริยธรรมของบุคลากรในส่วนราชการและในแต่ละสาขาวิชาชีพตามที่รัฐบาลพึงประสงค์ จัดเป็นความจำเป็นเร่งด่วนที่ทุกสาขา วิชาชีพควรให้ความสำคัญ และดำเนินการกันอย่างจริงจัง ผลการศึกษาค้นคว้าจะเป็นประโยชน์สำหรับสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย และสโมสรฟุตบอลในประเทศไทย ในการที่จะนำไปวัดระดับความมีจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการปรับปรุง ส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบเชิงยืนยันจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ
2. เพื่อสร้างเกณฑ์ปกติของแบบประเมินจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ
3. เพื่อศึกษาระดับองค์ประกอบเชิงยืนยันจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรม

Piaget & Inhelder, (1969) กล่าวว่า จริยธรรมเป็นประสบการณ์ของมนุษย์และหน้าที่เกี่ยวกับกฎเกณฑ์ ในการให้ความร่วมมือเกี่ยวกับการจัดเตรียมสังคมในเรื่องความสนใจของบุคคลและความสัมพันธ์ร่วมกันในรูปของสิ่งที่ควรกระทำ

สำเนียง ยอดศิริ (2560) กล่าวว่า จริยธรรม คือ แนวทางของการปฏิบัติตนให้เป็นคนดี เพื่อประโยชน์สุขของตนเองและสังคมส่วนรวม อะไรควรประพฤติปฏิบัติ แต่จริยธรรมไม่ใช่กฎหมาย ทั้งนี้ เพราะกฎหมายเป็นสิ่งบังคับให้คนทำตาม โดยมีบทลงโทษ (Punishment) สำหรับผู้ฝ่าฝืน คนเคารพเชื่อฟังกฎหมายเพราะกลัวถูกลงโทษ ส่วนจริยธรรมไม่มีบทลงโทษ คนมีจริยธรรมเพราะแรงจูงใจ (Motivation) ถึงอย่างไรก็ตามกฎหมายก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับจริยธรรมในฐานะเป็นแรงหนุนส่งภายนอกเพื่อให้คนมีจริยธรรม ลักษณะของจริยธรรม และคนมีจริยธรรม

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า จริยธรรม หมายถึง แนวทางการประพฤติปฏิบัติของบุคคลที่สอดคล้องกับหลักประพฤติปฏิบัติอันถูกต้องดีงาม เป็นที่ยอมรับของสังคม ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่มิได้อยู่แล้วในตัวมนุษย์ หรือพัฒนาขึ้นโดยอาศัยกฎเกณฑ์ที่มนุษย์ได้รับมาจากหลักศีลธรรม ปรัชญา วัฒนธรรม กฎหมายหรือจารีตประเพณี เป็นการกระทำเพื่อประโยชน์สุขแก่ตนเอง และสังคม ทั้งยังใช้เป็นแนวทางประกอบการตัดสินใจเลือกการกระทำที่ถูกต้องเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์

องค์ประกอบของจริยธรรม

National Council of Educational Research and Training (2016) กล่าวว่า จริยธรรมในการกีฬาเน้นที่ความเท่าเทียมกันในการเล่นกีฬาและการแข่งขัน ซึ่งควรเป็นการแสดงออกถึงความ เป็นเลิศของมนุษย์ จริยธรรมในการกีฬาประกอบด้วย

1. ความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) เป็นการแสวงหาชัยชนะอย่างมีเกียรติเสมอ แสดงให้เห็นถึงความซื่อตรงในการแข่งขัน ไม่มีส่วนร่วมหรือทนต่อความไม่ซื่อสัตย์ การโกง หรือ การ ประพฤติมิชอบ
2. ความเคารพ (Respect) เป็นการปฏิบัติต่อผู้เข้าร่วมแข่งขันคนอื่น ๆ ด้วยความเคารพ ไม่มีส่วนร่วมหรือยอมให้มีพฤติกรรมที่ไม่สุภาพรวมถึงการล่วงละเมิดทางวาจาต่อฝ่าย ตรงข้ามและ เจ้าหน้าที่ การเยาะเย้ย และการแสดงความดีใจที่ไม่เหมาะสม ต้องรู้จักชนะอย่างสง่างามและแพ้อย่างมีศักดิ์ศรี
3. ความรับผิดชอบ (Responsibility) การเป็นแบบอย่างที่ดีทั้งในและนอกสนาม การดูแล สุขภาพของตนเอง มีความรับผิดชอบและหาความรู้เกี่ยวกับสารต่าง ๆ โดยเฉพาะสารที่ถูกระงับหรือเป็นธรรมชาติ แต่เป็นสารที่อันตรายต่อสุขภาพ
4. ความเป็นธรรม (Fairness) การยึดมั่นในมาตรฐานระดับสูงของการเล่นอย่างยุติธรรมโดยการตรวจสอบให้แน่ใจว่าทีมและนักกีฬาลเล่นตามกฎและปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างเป็นธรรม สิ่งใดก็ตามที่ให้ผลประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรมถือเป็นการละเมิดความสมบูรณ์ของกีฬา
5. การดูแลเอาใจใส่ (Caring) การแสดงความห่วงใยผู้อื่น ไม่ประมาทต่อพฤติกรรมที่อาจทำร้ายตัวเองหรือผู้อื่น การช่วยทีมโดยให้กำลังใจเพื่อนร่วมทีม ส่งเสริมให้เพื่อนร่วมทีมมีสุขภาพที่ดีและมีพฤติกรรมที่ไม่เป็นอันตราย

ฟุตบอลอาชีพในประเทศไทย

ฟุตบอลอาชีพในประเทศไทยเริ่มเมื่อปีพ.ศ. 2459 คณะฟุตบอลแห่งประเทศไทยได้จัดการแข่งขันฟุตบอลสำหรับถ้วยของคณะฟุตบอลสยาม ซึ่งมีทีมเข้าร่วมสมัครจำนวนมาก ดังนั้นทางฝ่ายจัดการแข่งขันจึงได้ทำการคัดเลือกทีมที่จะเข้าร่วมการแข่งขันและแบ่ง ออกเป็น 2 ระดับคือทีมที่มีความสามารถและมีประสบการณ์มากได้เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลถ้วยใหญ่และทีมที่มีความสามารถด้อยกว่าได้เข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลถ้วยน้อย ภายหลังได้เรียกการแข่งขันนี้ว่าการแข่งขันฟุตบอลชิงถ้วยพระราชทานประเภท ก และประเภท ข โดยสโมสรกรมมหรสพ ได้รับรางวัลชนะเลิศถ้วยพระราชทานประเภท ก และสโมสรทหารบกได้รับรางวัลชนะเลิศถ้วยพระราชทานประเภท ข เป็นครั้งแรก (สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2549) จากนั้นก็มีการพัฒนาระบบการแข่งขันเรื่อยมา จนกระทั่งปีพ.ศ. 2549 สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติในการจัดการแข่งขันฟุตบอลไทยแลนด์ลีกโดยใช้ชื่อการแข่งขันว่า “ไทยแลนด์พรีเมียร์ลีก 2006” กำหนดให้ทุกทีมต้องมีสนามที่ใช้ในการแข่งขันเป็นของตนเองไม่มีการใช้สนามเป็นกลางเหมือนที่ผ่านมาเพื่อความเป็นสากลมากขึ้น โดยมีเงินรางวัลสำหรับทีมที่ได้ตำแหน่งชนะเลิศสูงถึงสิบล้านบาท

ต่อมาในปี พ.ศ. 2552 สมาพันธ์ฟุตบอลเอเชียออกกระเปียบว่าด้วยความเป็นสโมสรฟุตบอลอาชีพอย่างสมบูรณ์แบบ เป็นผลให้สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทยฯ ต้องดำเนินการจัดตั้งนิติบุคคล เพื่อบริหารลีก

และจัดการแข่งขัน โดยจัดตั้งบริษัท ไทยพรีเมียร์ลีก จำกัด ขึ้น โดยมี วิจิต แยมบุญเรือง อดีตนักฟุตบอลทีมชาติไทย เป็นประธานกรรมการคนแรก ออกระเบียบให้ผู้บริหารสโมสรฟุตบอล อาชีพต้องจัดตั้งในรูปนิติบุคคล (บริษัท) เพื่อดำเนินการบริหารสโมสร ส่งผลให้มีการแข่งขันเชิงรูปแบบการบริหารจัดการให้เป็นมืออาชีพยิ่งขึ้น และเพิ่มจำนวนสโมสรที่จะทำการแข่งขัน เป็น 18 สโมสร และต่อมาปี 2559 ได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท ไทยลีก จำกัด จนถึงปัจจุบันปี 2566 ได้มีนโยบายในการพัฒนาศักยภาพสโมสรฟุตบอลลีกอาชีพอย่างยั่งยืนและยกระดับลีกภายในประเทศ ให้ก้าวไปสู่ลีกชั้นนำของอาเซียนและเอเชีย และปรับเปลี่ยนชื่อลีกแต่ละระดับให้อยู่บนพื้นฐานเดียวกัน เน้นความเรียบง่าย กระชับ น่าจดจำและร่วมสมัย ได้แบ่งออกเป็น 4 ระดับ โดยมีชื่อเรียกหลักอย่างเป็นทางการประกอบด้วย

1. ไทยลีก (Thai League: T1) เป็นการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพ ระดับสูงสุดของประเทศไทย มี 18 สโมสร
2. ไทยลีก 2 (Thai league 2: T2) เป็นการแข่งขันฟุตบอลลีกอาชีพระดับที่สองของประเทศไทย มี 18 สโมสร
3. ไทยลีก 3 (Thai league 3: T3) ฟุตบอลลีกอาชีพระดับชั้นที่สาม ของไทย โดยจะแบ่งออกเป็น 6 โซน โซนละ 12-14 ทีม
4. ไทยแลนด์ อเมเจอร์ลีก (Thailand Amateur League) คือ ลีกฟุตบอลระดับสมัครเล่น ของประเทศไทย และนับเป็นลีกลำดับชั้นที่ 4

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

นางลักษณ์ วิรัชชัย (2542) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ว่าเป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ชุดหนึ่ง เกิดจากตัวแปรแฝงหรือลักษณะแฝงที่เป็นองค์ประกอบรวมภายใต้กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีว่ามีองค์ประกอบใดบ้างที่ส่งอิทธิพลต่อตัวแปรสังเกตได้ องค์ประกอบใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กันเพื่อทราบถึงโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยกำหนดเป็นโมเดลองค์ประกอบ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่สำคัญมี 5 ขั้นตอน (Schumacker & Lomax, 2016) ดังนี้

1. การกำหนดข้อมูลเฉพาะของโมเดล (Model Specification) เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นขั้นตอนที่ต้องเชื่อมโยงทฤษฎี งานวิจัย และสารสนเทศ ที่ต้องใช้ในการยืนยันองค์ประกอบ ของโมเดลก่อนเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล โดยนักวิจัยต้องระบุโมเดลจำเพาะที่ใช้ในการตรวจสอบความ สอดคล้องหรือยืนยันข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบเมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวมร่วม (Variance- Covariance Matrix) โดยต้องอธิบายถึงสาเหตุที่ต้องใช้ตัวแปรสังเกตจากโมเดล
2. การระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของโมเดล (Model Identification) เป็นขั้นตอนที่เชื่อมโยงระหว่างขั้นตอนการกำหนดข้อมูลเฉพาะของโมเดล โดยพิจารณาความสมเหตุสมผลอย่าง ถี่ถ้วนกับโปรแกรมที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล หากการระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของโมเดลไม่ถูกต้องจะทำให้ผลการวิเคราะห์ไม่เป็นไปตามที่ต้องการ

3. การประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล (Model Estimation) เป็นขั้นตอนที่โปรแกรมประมาณค่าพารามิเตอร์ต่าง ๆ ของโมเดลตามที่ระบุค่าความเป็นไปได้ค่าเดียวของโมเดล โดยใช้ เมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมที่คำนวณได้จากกลุ่มตัวอย่างอันเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ (S) เปรียบเทียบกับเมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วมที่สร้างจากพารามิเตอร์ที่ประมาณค่า จากโมเดลอิสระที่เป็นสมมติฐานการวิจัย (Σ) ถ้าเมทริกซ์ทั้งสองมีค่าใกล้เคียงกันแสดงว่าโมเดลอิสระที่เป็นสมมติฐานการวิจัยมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นจุดมุ่งหมายของการประมาณค่าพารามิเตอร์ คือ การหาพารามิเตอร์ที่ทำให้เมทริกซ์ S และ Σ มีค่าใกล้เคียงกันที่สุดโดยใช้เกณฑ์การสร้างฟังก์ชันความกลมกลืน (Fit or Fitting function) เป็นเกณฑ์

4. การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (Model Testing) เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยต้อง พิจารณาดัชนีตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลอย่างถี่ถ้วน การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลหรือตรวจสอบความกลมกลืนระหว่างข้อมูลเชิงประจักษ์กับโมเดลสมมติฐาน

5 ดัชนีดัดแปลงโมเดล (Model Modification Indices) ใช้เพื่อปรับโมเดลให้มีความ กลมกลืนดียิ่งขึ้น ดัชนีแปลงโมเดลเป็นค่าสถิติเฉพาะสำหรับพารามิเตอร์แต่ละตัวมีค่าเท่ากับค่าไคสแควร์ที่จะลดลงเมื่อกำหนดให้พารามิเตอร์ตัวนั้นเป็นพารามิเตอร์อิสระ

เกณฑ์ปกติ

เกณฑ์ปกติ(Norms) เป็นส่วนประกอบอย่างสำคัญเพื่อตีความหมายคะแนนของแบบสอบถามมาตรฐาน ทำให้ได้ทราบระดับความสามารถของผู้ตอบได้ทันที โดยไม่ต้องเอาคะแนนไปเปรียบเทียบกับผู้อื่น เพราะสามารถใช้เกณฑ์ปกติโดยเอาคะแนนของผู้ตอบไปทำการเทียบกับเกณฑ์ปกติที่ได้สร้างแล้ว (สมนึก ภัททิยธนี, 2560, หน้า 274-275)

การสร้างเกณฑ์ปกติสามารถทำได้ต่อเมื่อนำแบบทดสอบที่สร้างขึ้นมาและมีค่าความยากและอำนาจจำแนกทั้งฉบับ และนำเครื่องมือที่มีค่าความตรงและความเที่ยงที่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากพอในการสร้างเกณฑ์ปกติ หลังจากนั้นจึงนำคะแนนมาสร้างเกณฑ์ปกติ โดยต้องคำนึงถึงหลัก 3 ประการ ได้แก่

1. ความเป็นตัวแทนที่ดี เป็นการพิจารณาถึงกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้สร้างเกณฑ์ปกติว่าเกิดจากการสุ่มตัวแทนที่ดีของประชากรเป้าหมายหรือไม่ เช่น ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. มีความตรง (Validity) เป็นการนำคะแนนดิบไปเทียบกับเกณฑ์ปกติที่ทำไว้แล้วสามารถแปลความได้ตรงกับความเป็นจริงหรือไม่
3. มีความทันสมัย (Recency) เกณฑ์ปกติขึ้นอยู่กับความสามารถของประชากรกลุ่มนั้นการพัฒนาคนมีอยู่ตลอดเวลา เทคโนโลยี สภาพแวดล้อม อาหารการกิน สิ่งเหล่านี้ จะช่วยให้คนเก่งหรืออ่อนได้ ดังนั้น ปกติวิสัยที่เคยศึกษาไว้นานแล้วหลายปี อาจมีความผิดพลาดจากความเป็นจริง จึงต้องสร้างขึ้นใหม่ให้ทันสมัย โดยทั่วไปเกณฑ์ปกติควรเปลี่ยนทุก ๆ 5 ปี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกเป็นผู้ให้ข้อมูลเพื่อการพัฒนาแบบวัดและสร้างโมเดลสมมติฐานองค์ประกอบจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ และอีกกลุ่มหนึ่ง คือ ประชากรผู้ให้ข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อนำสถานการณ์ความเป็นจริงมาตรวจสอบกับโมเดล สมมติฐาน โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยมีรายละเอียดของประชากร ดังนี้

1. กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ใช้การคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิแบบเฉพาะเจาะจง โดยเป็นผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอล โดยมีคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง อย่างน้อย 1 ข้อ ดังนี้ (1) ผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลอาชีพ (2) ผู้ฝึกสอนฟุตบอลหรือผู้ดูแลนักฟุตบอล และ (3) ผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลอาชีพ
2. กลุ่มนักฟุตบอลอาชีพ ได้แก่ นักฟุตบอลอาชีพที่เล่นฟุตบอลในการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก 1 ไทยลีก 2 และไทยลีก 3 ฤดูกาล 2020

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ การวิจัยนี้เลือกแบบเฉพาะเจาะจง ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการสโมสรฟุตบอลอาชีพ จำนวน 5 คน ผู้ฝึกสอนฟุตบอลหรือผู้ดูแล นักฟุตบอล จำนวน 6 คน และผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลอาชีพ จำนวน 6 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 17 คน โดยผู้วิจัยทำหนังสือขอความร่วมมือในการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ถึงผู้เชี่ยวชาญทั้ง 17 คน
2. กลุ่มนักฟุตบอลอาชีพ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบ จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากข้อเสนอแนะ ของ Hair, Black, Babin, and Anderson (2010) กำหนดว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างควรเท่ากับ 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ โดยในการวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 51 ตัวแปร ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 765 คน ($51 \text{ ตัวแปรสังเกตได้} \times 15 = 765$) ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างจากนักฟุตบอลอาชีพที่เล่นฟุตบอลในไทยลีก 1 ไทยลีก 2 และไทยลีก 3

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบประเมินจริยธรรมของนักฟุตบอล ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบประเมินจริยธรรมของนักฟุตบอล จำนวนรวม 70 ข้อ เป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับระบุพฤติกรรมส่วนบุคคลที่กำหนดตามนิยาม ปฏิบัติการ สร้างเป็นพัฒนาข้อคำถามได้ โดยกลุ่มตัวอย่างจะต้องเลือกตอบให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงของตนเองมากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ผู้วิจัยประสานงานกับผู้บริหารสโมสร ผู้จัดการ และผู้ฝึกสอนของสโมสรฟุตบอลไทยลีก 1 ไทยลีก 2 และไทยลีก 3

2) ส่ง Link แบบประเมินจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพให้กับผู้ประสานงานของสโมสรฟุตบอลแต่ละสโมสรเพื่อทำการส่งต่อนักฟุตบอลช่วยตอบแบบสอบถามร่วมกับเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ทราบลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล โดยใช้โปรแกรม SPSS วิเคราะห์ แสดงผลด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (CV) ค่าความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis)

ตอนที่ 2 วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบประเมินจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อทำการยืนยันว่าโมเดลที่สร้างขึ้นมาจากทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หากตรวจสอบโมเดลแล้วยังไม่มีความสอดคล้องหรือยังไม่มีโครงสร้งที่ชัดเจน ผู้วิจัยจะทำการปรับโมเดล จากดัชนีปรับปรุงแบบ (Modification Indices)

ผลการวิจัย

1. องค์ประกอบเชิงยืนยันจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพได้ 7 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ความมีระเบียบวินัย 2) ความรับผิดชอบ 3) ความซื่อสัตย์ 4) ความมีน้ำใจนักกีฬา 5) ความรักและศรัทธาในวิชาชีพ 6) ความอดทน และ 7) ความสามัคคี โดยมีรายละเอียดในแต่ละองค์ประกอบ โดยมีรายละเอียดดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 ความมีระเบียบวินัยเป็นสิ่งที่มีความสำคัญลำดับต้น ๆ สำหรับนักฟุตบอลอาชีพ เนื่องจากการมีระเบียบวินัย โดยเฉพาะวินัยในตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการมีวินัยในการฝึกซ้อม การรับประทานอาหารที่เหมาะสม การพักผ่อน ที่เพียงพอ จะมีผลทำให้นักฟุตบอลอาชีพมีร่างกายที่แข็งแรง มีการพัฒนากล้ามเนื้อ การพัฒนาเทคนิคการเล่นฟุตบอลได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังช่วยให้สามารถรักษาร่างกายให้เล่นฟุตบอลอาชีพได้เป็นระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น องค์ประกอบที่ 2 ความรับผิดชอบผลการศึกษาคือสิ่งที่ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเห็นว่านักฟุตบอลอาชีพควรให้ความสำคัญ โดยเน้นทั้งความรับผิดชอบต่อตนเองและความรับผิดชอบต่อผู้อื่น โดยความ รับผิดชอบจะหมายถึงการไม่สร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่น ไม่สร้างความผิดพลาด หรือไม่ทำพฤติกรรมใดที่จะทำให้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ อย่างกะทันหัน ความรับผิดชอบจะช่วยให้ตัวนักฟุตบอลเอง เพื่อนร่วมทีม ผู้ฝึกสอน ทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่น สามารถวางแผนการฝึกซ้อม และการกำหนดแผนการแข่งขันล่วงหน้าได้ องค์ประกอบที่ 3 ความซื่อสัตย์เป็นองค์ประกอบที่ผู้ให้ข้อมูลทุกท่านต่างให้ความสำคัญ ทั้งนี้เนื่องมาจากการยืนหยัดในความจริง ความถูกต้อง และความซื่อสัตย์เป็นการประพฤติปฏิบัติที่เหมาะสมสำหรับความเป็นมืออาชีพ การประพฤติปฏิบัติอย่างตรงไปตรงมาทั้งกาย วาจา ใจต่อตนเอง และผู้อื่นส่งผลให้การทำงานร่วมกันการตัดสินใจของผู้บริหาร ผู้ฝึกสอนสามารถทำได้ตรงไปตรงมาไม่เกิดความลำเอียง องค์ประกอบที่ 4 ความมีน้ำใจนักกีฬาพบว่าฟุตบอลเป็นกีฬาประเภทหนึ่งที่มีการเล่นเป็นทีม นักกีฬาทุกคนควรที่จะมีน้ำใจต่อคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในการฝึกซ้อม การแข่งขัน รวมไปถึงในการใช้ชีวิตประจำวันด้วย องค์ประกอบที่ 5 ความรักและศรัทธาใน

อาชีพเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญ เพราะเมื่อนักฟุตบอลมีความรักและศรัทธาในการเล่นฟุตบอลแล้ว จะทำให้มีวินัย ในการฝึกซ้อม มีความรับผิดชอบในการดูแลรักษาร่างกายของตนเองเป็นอย่างดี ซึ่งจะรวมไปถึง การที่นัก ฟุตบอลมีความพยายาม ในการที่จะเป็นนักฟุตบอลอาชีพที่ดีทั้งในและนอกสนาม เพื่อรักษาการเป็น นักฟุตบอลอาชีพไว้ให้นานที่สุด องค์ประกอบที่ 6 ความอดทนผลการศึกษพบว่าช่วยให้ประสบความสำเร็จ ในการเป็นนักฟุตบอลอาชีพ โดยความอดทนนี้จะเน้นทั้งความอดทนทางด้านร่างกายและจิตใจ องค์ประกอบที่ 7 ความสามัคคี เนื่องจากกีฬาฟุตบอลเป็นกีฬาที่ต้องเล่นเป็นทีม นักฟุตบอลทุกคน ผู้ฝึกสอน สตาฟโค้ชรวมทั้ง ผู้เกี่ยวข้องทุกคนควรที่จะมีความไว้วางใจกัน มีความเชื่อมั่นในกันและกัน ไม่มีความอิจฉาริษยาและมึนน้ำใจต่อกัน

2. เกณฑ์ปกติของแบบประเมินจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ ได้ผลการวิจัย ดังนี้

จริยธรรม	คะแนนดิบ	เปอร์เซ็นต์ไทล์	การแปลผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกณฑ์ปกติรวม	>225	สูงกว่า P75.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับสูง	194	25.36
	213-225	P50.00-74.99	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง	187	24.44
	190-212	P 25.00-49.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ	191	24.97
	<190	น้อยกว่า P 25.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับต่ำ	193	25.23
เกณฑ์ปกติ องค์ประกอบที่ 1 ความมีระเบียบวินัย	>31	สูงกว่า P75.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับสูง	164	21.44
	30-31	P50.00-74.99	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง	182	23.79
	26-31	P 25.00-49.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ	235	30.72
	<26	น้อยกว่า P 25.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับต่ำ	184	24.05
เกณฑ์ปกติ องค์ประกอบที่ 2 ความรับผิดชอบ	>31	สูงกว่า P75.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับสูง	169	22.09
	30-31	P50.00-74.99	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง	204	26.67
	26-31	P 25.00-49.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ	184	24.05
	<26	น้อยกว่า P 25.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับต่ำ	208	27.19
เกณฑ์ปกติ องค์ประกอบที่ 3 ความซื่อสัตย์	>31	สูงกว่า P75.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับสูง	171	22.35
	30-31	P50.00-74.99	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง	184	24.05
	26-31	P 25.00-49.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ	233	30.46
	<26	น้อยกว่า P 25.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับต่ำ	177	23.14
เกณฑ์ปกติ องค์ประกอบที่ 4 ความมีน้ำใจนักกีฬา	>31	สูงกว่า P75.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับสูง	220	28.76
	30-31	P50.00-74.99	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง	147	19.22
	26-31	P 25.00-49.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ	217	28.37
	<26	น้อยกว่า P 25.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับต่ำ	181	23.66
เกณฑ์ปกติ องค์ประกอบที่ 5 ความรักและศรัทธาในอาชีพ	>31	สูงกว่า P75.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับสูง	186	24.31
	30-31	P50.00-74.99	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง	201	26.27
	26-31	P 25.00-49.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ	179	23.40
	<26	น้อยกว่า P 25.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับต่ำ	199	26.01
เกณฑ์ปกติ องค์ประกอบที่ 6 ความอดทน	>31	สูงกว่า P75.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับสูง	162	21.18
	30-31	P50.00-74.99	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง	184	24.05
	26-31	P 25.00-49.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ	234	30.59
	<26	น้อยกว่า P 25.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับต่ำ	185	24.18
เกณฑ์ปกติ องค์ประกอบที่ 7 ความสามัคคี	>31	สูงกว่า P75.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับสูง	168	21.96
	30-31	P50.00-74.99	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง	175	22.88
	26-31	P 25.00-49.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ	250	32.68
	<26	น้อยกว่า P 25.00	มีจริยธรรมอยู่ในระดับต่ำ	172	22.48

จากตารางสามารถอธิบายได้ว่า เกณฑ์ปกติจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพในภาพรวมมีจริยธรรมอยู่ในระดับสูง จำนวน 194 คน (ร้อยละ 25.36) มีจริยธรรมอยู่ในระดับต่ำ จำนวน 193 คน (ร้อยละ 25.23) มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ จำนวน 191 คน (ร้อยละ 24.97) และมีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง จำนวน 187 คน (ร้อยละ 24.44)

3. ระดับองค์ประกอบเชิงยืนยันจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ ผลการวิจัย ดังนี้

1) ด้านความมีระเบียบวินัย (DISCIPL) มี 7 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ปฏิบัติตามตามระเบียบ/ข้อบังคับของสโมสร (DIS1) เคารพ เชื้อพัง และให้เกียรติผู้ฝึกสอน (DIS2) มีจุดมุ่งหมายในการฝึกซ้อม/แข่งขันเสมอ (DIS3) กำหนดระยะเวลาในการวัดความก้าวหน้าของตนเอง (DIS4) ให้คำแนะนำแก่เพื่อนร่วมทีมด้วยความเต็มใจ (DIS5) แต่งกายเรียบร้อย ถูกกาลเทศะ (DIS6) และ มีการวางแผนและดำเนินการตามแผน (DIS7) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .548 .550 .579 .538 .549 .541 และ .559

2) ด้านความรับผิดชอบ (RESPONS) มี 7 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ตรงต่อเวลาเสมอ (RES1) รักษาสุขภาพให้แข็งแรงอยู่เสมอ (RES2) หลีกเลี่ยงอบายมุขทุกประเภท (RES3) ทุ่มเทให้กับการฝึกซ้อมและการแข่งขันเสมอ (RES4) รักษาคำพูดกับทุกคนและทุกสถานการณ์ (RES5) ศึกษาเทคนิคการซ้อมใหม่ ๆ ด้วยตนเองเสมอ (RES6) และปรึกษาผู้ฝึกสอนทุกครั้งเมื่อไม่เข้าใจแนวทางการฝึกซ้อม (RES7) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .622 .641 .602 .561 .577 .568 และ .595

3) ด้านความซื่อสัตย์ (HONESTY) มี 7 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ปฏิบัติต่อเพื่อนร่วมทีมอย่างเท่าเทียมกัน (HON1) ไม่แอบอ้างหรือบิดเบือนข้อมูล (HON2) รับผิดชอบการกระทำของตนเอง (HON3) รักษาคำพูดเสมอ (HON4) ตักเตือนเพื่อนร่วมทีมทุกครั้งที่เขาทำผิด (HON5) ปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างตรงไปตรงมา (HON6) และ สารภาพผิดทุกครั้งที่ทำผิด (HON7) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .545 .616 .647 .688 .627 .493 และ .540

4) ด้านความมีน้ำใจนักกีฬา (SPORTS) มี 8 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ศึกษาคู่แข่งเพื่อวางแผนการซ้อมและการแข่ง (SPO1) ยอมรับการตัดสินใจของผู้ฝึกสอน (SPO2) ยอมรับคำตำหนิและพยายามปรับปรุงให้ดีขึ้น (SPO3) ฝึกซ้อม/แข่งขันอย่างมีสติ รอบคอบ และมีสมาธิ (SPO4) กล่าวขอโทษทันทีเมื่อทำผิด (SPO5) ยอมรับผลการแข่งขัน (SPO6) เคารพพบปะทบทวนที่ของตนเองและผู้อื่น (SPO7) และ เคารพและยอมรับในการตัดสินของกรรมการ (SPO8) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .651 .519 .523 .609 .610 .544 .669 และ .641

5) ด้านความรักและศรัทธาในอาชีพ (PASSION) มี 8 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ รู้สึกรักและมั่นคงในอาชีพ (PAS1) รู้สึกรักและผูกพันกับวงการฟุตบอล (PAS2) ภูมิใจในการเป็นนักฟุตบอลอาชีพ (PAS3) ประพฤติตนเป็นนักฟุตบอลอาชีพที่ดี (PAS4) พัฒนาตนเองอยู่เสมอ (PAS5) วางตัวได้เหมาะสมในทุกสถานการณ์ (PAS6) รักษาชื่อเสียงของตนเองและสโมสร (PAS7) และไม่กระทำการใด ๆ ที่ผิดต่อวิชาชีพ (PAS8) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .556 .492 .535 .688 .519 .550 .589 และ .578

6) ด้านความอดทน (PATIENCE) มี 7 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ตั้งใจฝึกซ้อมตลอดเวลา (PAT1) สามารถควบคุมอารมณ์ได้ (PAT2) ปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความสุภาพ (PAT3) คิดก่อนพูดเสมอ (PAT4) ความยาก

ในการฝึกซ้อมเป็นสิ่งท้าทาย (PAT5) ความยากลำบากจะทำให้เป็นคนที่แข็งแกร่ง (PAT6) และมุ่งมั่นต่อการทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย (PAT7) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .545 .540 .526 .616 .493 .538 และ .536

7) ด้านความสามัคคี (UNITY) มี 7 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ ยอมรับผลจากการกระทำของตนเองและเพื่อนร่วมทีม (UNI1) ให้กำลังใจเพื่อนร่วมทีมเสมอ (UNI2) เชื่อมมั่นในความสามารถของเพื่อนร่วมทีม (UNI3) ให้เกียรติเพื่อนร่วมทีมเสมอ (UNI4) สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมทีมได้ (UNI5) รักษาผลประโยชน์ของทีมมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตัว (UNI6) และตัดสินใจด้วยเหตุด้วยผลด้วยความยุติธรรมเสมอ (UNI7) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .553 .554 .579 .552 .559 .558 และ .563

อภิปรายผล

1. องค์ประกอบเชิงยืนยันจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพที่คล้ายคลึงกัน โดยให้ความเห็นว่าองค์ประกอบจริยธรรมของนักฟุตบอลควรประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ดังที่ผู้วิจัยสังเคราะห์จากเอกสารและงานวิจัย คือ 1) ความมีระเบียบวินัย (DISCIPL) 2) ความรับผิดชอบ (RESPONS) 3) ความซื่อสัตย์ (HONESTY) 4) ความมีน้ำใจนักกีฬา (SPORTS) 5) ความรักและศรัทธาในอาชีพ (PASSION) 6) ความอดทน (PATIENCE) และ 7) ความสามัคคี (UNITY) นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังได้เสนอให้ สโมสรฟุตบอลควรจัดการอบรมจริยธรรมให้กับนักฟุตบอลอาชีพ โดยจัดเป็นกิจกรรมต่อเนื่อง ซึ่งจะสอดคล้องกับทฤษฎีพัฒนาการทางจริยธรรมของ Kohlberg (1969) ที่ว่าบุคคลจะมีพัฒนาการด้านการใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมไปตามลำดับขั้นซึ่งมี 6 ขั้น คือขั้นที่ 1 จริยธรรมภายใต้การควบคุมของผู้อื่น ขั้นที่ 2 จริยธรรมในฐานะเป็นเครื่องมือและเปลี่ยนเพื่อประโยชน์ตน ขั้นที่ 3 จริยธรรมตามความคาดหวังของคนใกล้ชิด ขั้นที่ 4 จริยธรรมตามระเบียบและความรู้สึกผิดชอบชั่วดี ขั้นที่ 5 จริยธรรมตามสัญญาประชาคม หรือสิทธิประโยชน์อันชอบธรรมส่วนบุคคล และขั้นที่ 6 จริยธรรมหลักสากล หากนักฟุตบอลอาชีพมีการพัฒนาทางด้านการใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมก็จะมีพัฒนาการทางจริยธรรมตามไปด้วย และสอดคล้องกับการศึกษาของอรทัย ทองฤกษ์ฤทธิ์ และคณะ (2561) ที่ศึกษาจริยธรรมของผู้เรียนในสถานศึกษา สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ พบว่า จริยธรรมประกอบด้วย 1) ความมีระเบียบวินัย 2) ความรับผิดชอบ 3) ความซื่อสัตย์สุจริต 4) ความเสียสละ 5) ความอดทน อดกลั้น และ 6) ความพอเพียง

2. เกณฑ์ปกติของแบบประเมินจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ พบว่า เกณฑ์ปกติของแบบประเมินจริยธรรมนักฟุตบอลอาชีพฉบับนี้ถือว่า มีความเหมาะสมในการนำไปใช้เพราะมีความทันสมัย (Recency) และมีความเป็นตัวแทน (Representativeness) (Mehrens & Lehman, 1991) และได้แบ่งระดับจริยธรรมแต่ละด้านเป็น 4 ระดับ คือ มีจริยธรรมอยู่ในระดับสูง มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีจริยธรรมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ และมีจริยธรรมอยู่ในระดับต่ำ โดยเกณฑ์ปกติที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นเกณฑ์ปกติแบบอิงกลุ่ม โดยความเป็นตัวแทนคือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสร้างเกณฑ์ปกติเป็นกลุ่มที่มาจากประชากรเป้าหมายและมาจากระบบการสุ่มในการวิจัยนี้ ประชากรเป้าหมาย กลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการสร้างเกณฑ์ปกติ คือนักฟุตบอลอาชีพ จำนวน 765 คน ดังนั้นจึงถือได้ว่าเกณฑ์ปกติแบบประเมินจริยธรรมนักฟุตบอลอาชีพมีความ

เป็นตัวแทน ซึ่งสอดคล้องกับงานด้านการวัดผลการศึกษาของสมนึก ภัททิยธนี (2560) ที่ปกติวิสัยที่ใช้ในการเปรียบเทียบนี้ เป็นปกติวิสัยจากมาตรวัดที่ได้พัฒนาขึ้นจนมีคุณสมบัติซึ่งมีค่าความตรงเชิงเนื้อหา ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเที่ยงผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

3. ระดับองค์ประกอบเชิงยืนยันจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ จากการพิจารณาน้ำหนักองค์ประกอบพบว่า องค์ประกอบด้านความมีระเบียบวินัย เป็นองค์ประกอบที่วัดจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพได้มากที่สุด ซึ่งความมีระเบียบวินัยเป็นคุณลักษณะที่แสดง ถึงพฤติกรรมในการควบคุมตนเองให้ปฏิบัติตามอย่างถูกต้องตามทำนองคลองธรรม ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบตลอดจนมีวิธีการทำงานที่ถูกต้องเป็นแบบอย่างแก่ผู้อื่นได้ รองลงมาคือด้านความรับผิดชอบ เป็นคุณลักษณะที่แสดงถึงพฤติกรรมในเรื่องของการรักษาเวลา ความกระตือรือร้นในการทำงานโดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานเป็นที่ตั้ง ความรับผิดชอบในสิ่งที่กระทำและไม่ทิ้งพวกพ้อง การปฏิบัติตามเป็นสมาชิกที่ดีของครอบครัว/องค์กร สังคมและประเทศชาติ สอดคล้อง กับวิสัย คตะตา วลีนิภา ฉลากบาง พรเทพ เสถียรนพแก้ว และเอกลักษณ์ เพ็ญสา (2563) ศึกษาตัวบ่งชี้จริยธรรมการปฏิบัติกรพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล พบว่า ความมีระเบียบวินัย เป็นลักษณะของการประพฤติปฏิบัติตนเหมาะสม ถูกต้องตามกฎหมายระเบียบของสังคม กฎหมาย ข้อตกลง ข้อบังคับ และถูกต้องตามหลักศีลธรรม ความรับผิดชอบเป็นการปฏิบัติหน้าที่ความผูกพัน เพียรพยายาม ยอมรับผลของการกระทำ ในปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์และพยายามพัฒนาปรับปรุงงานให้ดียิ่งขึ้น รองลงมาคือด้านความมีน้ำใจนักกีฬาเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญองค์ประกอบหนึ่งของจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ สอดคล้องกับ อัจฉราลักษณ์ วิเศษ และรัชนิ ขวัญบุญจัน (2558) ที่ว่า ความมีน้ำใจนักกีฬามีความหมายถึง คุณลักษณะที่แสดงได้ถึงความเข้มแข็ง อดทนอดกลั้น กล้าที่จะเผชิญความเป็นจริง และแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ด้วยความสุ่มรอบคอบ ควบคุมตนเองได้ในทุกสถานการณ์ มีมานะบากบั่นไม่ท้อถอย รู้แพ้ รู้ชนะ รู้อภัย สร้างกำลังใจเพื่อการต่อสู้ได้เสมอ เคารพในกฎกติกาและหน้าที่ ที่บุคคลพึงมีในสังคม ยึดมั่นในความสามัคคี รักพวกพ้อง มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีและให้เกียรติผู้อื่น ซึ่งส่งผลให้อยู่ร่วมในสังคมได้อย่างมีความสุขและร่วมสร้างความสงบสุขขึ้นในสังคมได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของจริยธรรมนักฟุตบอลอาชีพ ทำให้ได้องค์ประกอบของจริยธรรม จำนวน 7 องค์ประกอบ และมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงมีความเหมาะสมสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานักฟุตบอล ตลอดจนผู้ที่สนใจสามารถนำไปใช้ในการวัดจริยธรรมของนักฟุตบอล เพื่อพัฒนาให้นักฟุตบอลมีระดับจริยธรรมที่สูงขึ้น

2. องค์ประกอบของจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพด้านความมีระเบียบวินัย มีค่าน้ำหนักมากกว่าองค์ประกอบอื่น ๆ จึงควรมีการส่งเสริมคุณลักษณะดังกล่าวของนักฟุตบอลให้เพิ่มมากขึ้น

3. หน่วยงานที่ทำหน้าที่ฝึกสอนนักฟุตบอลควรมีการสอน/การอบรมเกี่ยวกับจริยธรรม เป็นการส่งเสริมและปลูกฝังคุณลักษณะต่าง ๆ เพื่อให้ได้นักฟุตบอลที่มีความรู้ความสามารถ มีจริยธรรม และมีความประพฤติที่เหมาะสมเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เยาวชนต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เน้นที่จะพัฒนาแบบประเมินจริยธรรมนักฟุตบอลอาชีพ แต่ยังไม่ได้มีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อการมีจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ การวิจัยครั้งต่อไปจึงควรที่จะดำเนินการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพ
2. ควรมีการใช้เทคนิควิธีการวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลองร่วมด้วย เพื่อให้เกิดความแน่ใจว่าแบบวัดจริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพสามารถใช้อธิบายได้กับกลุ่มนักฟุตบอลอาชีพที่มีลักษณะแตกต่างกัน
3. ควรมีการศึกษาวิจัยอย่างต่อเนื่อง และนำผลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุง ส่งเสริม จริยธรรมของนักฟุตบอลอาชีพต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- นงลักษณ์ วิรัชชัย และคณะ. (2551). *การสำรวจและสังเคราะห์ตัวบ่งชี้คุณธรรมจริยธรรม*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม.
- วิสัย คตะตา วัลนิกา ฉลากบาง พรเทพ เสถียรนพแก้ว และเอกลักษณ์ เพียสา. (2563). การพัฒนาตัวบ่งชี้จริยธรรมการปฏิบัติการพยาบาลของนักศึกษาพยาบาล. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 10(3), 40-48.
- สมนึก ภัททิยธนี. (2560). *การวัดผลการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 11. กทม: ประสาน.
- สมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ (2549). *ที่ระลึกครบรอบปีสมาคมฟุตบอลแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์*. กรุงเทพฯ: กราฟฟิค ครีเอชั่น.
- สำเนียง ยอดศิริ. (2560). จริยธรรมและคุณธรรมตามแนวความคิดของนักปรัชญา. *วารสารปรัชญาปริทรรศน์*, 22(2), 37-53.
- สุริยัน สมพงษ์, วิมลมาศ ประชากุล และสุพิตร สมานีโต. (2554). การสร้างแบบวัดความเข้มแข็งทางจิตใจสำหรับนักกีฬาเทควันโด. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา*, 11(2), 255-268.
- อัจฉราลักษณ์ วิเศษ และรัชณี ขวัญบุญจัน. (2558). การพัฒนาตัวบ่งชี้คุณธรรมจริยธรรมของครูพลศึกษา. *วารสารสุขศึกษา พลศึกษา และสันทนาการ*, 14(1), 140-160.
- อรทัย ทองฤกษ์ฤทธิ และคณะ. (2561). คุณธรรม จริยธรรมของผู้เรียนในสถานศึกษาสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ. *วารสารวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย*, 249-261.
- Hair, F. J., Black, C. W., Babin, J. B., & Anderson, E. R. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (8th ed). New Jersey: Pearson Education.
- Kohlberg, L. (1969). *Moral Stages and Moralization: The Cognitive Development Approach*, in Moral Development and Behavior: Theory Research and Social Issues. New York: Holt, Rinehart and Winston.

- Mehrens, W. A., & Lehmann, I. J. (1991). *Measurement and evaluation in education and Psychology*. (2nd ed.). New York, NY: Houghton Mifflin Company.
- National Council of Educational Research and Training. (2016). *Ethics in sports. in Health and physical education*. New Delhi: National Council of Educational Research and Training.
- Piaget, J. & Inhelder, B. (1969). *The Psychology of the Child*. New York: Babic Book, Inc.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2016). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. (4th ed.). Abingdon: Routledge.

รูปแบบการบริหารธุรกิจร้านขายยาที่มีประสิทธิภาพ

Efficient Business Management Models for Pharmacies

ปรมารัตน์ ดอนเส¹, รัชฎา พองธนกิจ² และ สุนทร พจณ³
Paramarat Donse¹, Rachada Fongtanakit² and Suntorn Phajon³

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3}
Suansunandharajabhat University, Thailand^{1,2,3}
E-mail: Paramarat_d@hotmail.com¹

Received: 2023-10-07; Revised: 2023-12-27; Accepted: 2023-12-28

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับนโยบายรัฐด้านเภสัชกรรม การบริหารองค์กรร้านขายยา การจัดการยาและเวชภัณฑ์ การให้บริการทางเภสัชกรรม และประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจร้านขายยา 2) นโยบายรัฐ ด้านเภสัชกรรม การบริหารองค์กรร้านขายยา การจัดการยาและเวชภัณฑ์ และการให้บริการทางเภสัชกรรม ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจร้านขายยา และ 3) รูปแบบการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจร้านขายยา เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าของร้านขายยาที่จดทะเบียน ในกรุงเทพมหานคร รวมประชากร 3,418 ร้าน คำนวณโดยสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิที่มีสัดส่วน แล้วเลือกกลุ่มตัวอย่าง 1 คน จาก 1 ร้านขายยา สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิที่มีสัดส่วน จำนวน 325 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ ตามหลักการวิเคราะห์สถิติประเภทพหุตัวแปร สมการโครงสร้าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างมีสัดส่วน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและแบบจำลองสมการโครงสร้าง สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง จำนวน 15 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) นโยบายรัฐด้านเภสัชกรรมมีความมีประสิทธิภาพที่สูงทุกด้าน ทั้งการบริหารองค์กรร้านขายยา, การจัดการยาและเวชภัณฑ์, และประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจร้านขายยา 2) นโยบายรัฐด้านเภสัชกรรม ส่งผลต่อการบริหารองค์กรร้านขายยา, ประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจ, และการจัดการยาและเวชภัณฑ์ 3) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายยาต้องปฏิบัติตามนโยบายรัฐด้านเภสัชกรรม, ปรับตัวตามกฎหมายที่มีการพัฒนา เลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารองค์กร

คำสำคัญ: รูปแบบการบริหาร, ธุรกิจร้านขายยา, ประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจ

Abstract

This research aims to study 1) the level of government policy on pharmaceuticals. Pharmacy organization management Medicine and medical supply management

pharmaceutical services and efficiency of pharmacy business management 2) Government policy on pharmaceuticals Pharmacy organization management Medicine and medical supply management and providing pharmaceutical services that influence the efficiency of pharmacy business management and 3) formats for increasing the efficiency of pharmacy business management It is mixed methods research. Quantitative research. The sample group consisted of registered pharmacy owners. In Bangkok, the total population is 3,418 shops, calculated using stratified sampling with a proportion. Then, a sample of 1 person from 1 pharmacy, stratified random sampling with a proportion of 325 people, is selected. The sample size is based on the criterion of 20 times the observed variable. According to the principles of multivariate statistical analysis, structural equations, and proportional stratified sampling were used. Use questionnaires to collect data. Data were analyzed using descriptive statistics and structural equation modeling for qualitative research, and in-depth interviews with executives from government and private agencies collected Data from 15 specialists.

The results of the research found that 1. The government policy on pharmaceuticals is highly effective in every aspect, including pharmacy organization management, drug and medical supply management, and pharmacy business management efficiency 2. Government policy on pharmaceuticals Affects the management of pharmacy organizations, the efficiency of business administration, and the management of drugs and medical supplies 3. Pharmacy business operators must comply with government pharmaceutical policy, adapting to evolving laws. Choose modern information technology to increase efficiency in organizational management.

Keywords: Management Style, Pharmacy Business, Business Management Efficiency

บทนำ

การขายยาในประเทศไทยเริ่มมีมาตั้งแต่อดีตจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2510 มีการตรากฎหมายพระราชบัญญัติยา การขายยาจึงถูกกำหนดให้กระทำภายใต้กฎหมายโดยที่กำหนดให้ การขายยาโดยเฉพาะยาที่ไม่ใช่ยาสามัญประจำบ้าน จำเป็นต้องมีสถานที่ที่ขายยา โดยอาจเปิดเป็นร้านยาเดี่ยว (stand-alone) โดยดำเนินการกิจการร้านยาด้วยผู้ประกอบการรายย่อย อาจคนเดียวหรือกลุ่มเดี่ยวนบนทำเลที่ตั้งเฉพาะพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเพียง 1 แห่ง ซึ่งอาจมีการขยายสาขากิจการออกไป แต่การขยายสาขามีเพียงเล็กน้อย 1-3 สาขา เป็นต้น หรือ ร้านยามีหลายสาขา (chain store) ซึ่งดำเนินการกิจการร้านยาโดยผู้ประกอบการรายใหญ่หรือกลุ่มใหญ่และมักทำในรูปแบบบุคคล ร้านยาแบบมีหลายสาขานี้ เริ่มมีในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2527 จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2563 จำนวนร้านยาในประเทศไทยมีประมาณ 13,906 ร้าน แบ่งเป็น ร้านยาเดี่ยว (stand-alone)

มีจำนวน 10,568 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 76 ของจำนวนร้านยาทั้งหมด ร้านยามีหลายสาขา (chain store) จำนวน 3,338 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 24 ของจำนวนร้านยาทั้งหมด (วิวัฒน์ ถาวรพัฒนพงศ์, 2563)

ร้านขายยาในประเทศไทยแม้มีมติหนึ่งจัดเป็นธุรกิจค้าปลีกที่ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจเพื่อหวังผลกำไร แต่อีกมิตินึงถือว่าร้านยาเป็นส่วนหนึ่งของระบบสุขภาพที่มีความใกล้ชิดประชาชนและเป็นสถานบริการในระดับปฐมภูมิที่มีบทบาทสำคัญ (วฤณ ปัญญาพิทยกุล, 2561) นพมาศ อัครจันทโชติ และ คณะ (2561) กล่าวว่า ธุรกิจร้านยา เป็นธุรกิจร้านค้าปลีกที่มีอยู่ทั่วทุกภูมิภาคในประเทศไทย ร้านยาแผนปัจจุบันจำแนกประเภทได้เป็น 3 ประเภท ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 15 (พ.ศ. 2525) ออกตามความในพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ซึ่งได้แก่ ร้านยาหรือร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย.1) ร้านยาหรือร้านขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ (ข.ย.2) และร้านยาหรือ ร้านขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุเสร็จสำหรับสัตว์ (ข.ย.3) และใน พ.ศ. 2556 ได้มีการออกกฎกระทรวง การขออนุญาตและการออกใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน โดยเพิ่มประเภทร้านขายส่งยาแผนปัจจุบัน (ข.ย.4) โดยสถิติใบอนุญาตประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยาทั่วราชอาณาจักรประจำปี 2557 สำหรับสถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย. 1) มีจำนวน 15,359 ใบอนุญาต จำแนกเป็นใบอนุญาตในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 4,794 ใบอนุญาต และเขตภูมิภาค จำนวน 10,565 ใบอนุญาต (สำนักงานรับรองร้านยาคุณภาพ สมาเภสัชกรรม, 2565) ซึ่งร้านยาแผนปัจจุบัน (ข.ย.1) สามารถขายยาอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษบางประเภท โดยต้องมีใบสั่งแพทย์ และจ่ายยาโดยเภสัชกร ในขณะที่ร้านยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุเสร็จ ที่ไม่ใช่ ยาอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษ (ข.ย.2) ไม่จำเป็นต้องมีเภสัชกรเป็นผู้จ่ายยา

นโยบายรัฐด้านเภสัชกรรม ได้แก่ พระราชบัญญัติยาและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงและบังคับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและมาตรฐานร้านขายยา ทั้งด้านการออกใบอนุญาตร้านขายยา หลักธรรมาภิบาลด้านเภสัชกรรม ข้อกำหนดด้านสถานที่ร้านขายยา บุคลากรเภสัชกรและพนักงานขาย การจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ การทำบัญชียา การให้บริการทางเภสัชกรรม ส่งผลให้ต้นทุนการบริหารจัดการร้านขายยาเพิ่มขึ้น นอกจากนั้นผู้ประกอบการร้านขายยายังประสบกับปัญหาเงินทุนหมุนเวียน และขาดการนำเทคโนโลยีเข้ามาบริหารงาน และต้องแข่งขันกับคู่แข่งจากต่างประเทศเนื่องจากการเปิดการค้าเสรี ดังนั้นการบริหารธุรกิจร้านขายยา จึงจำเป็นจะต้องมีการวางแผนและบริหารธุรกิจอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในมาตรฐานการบริการ มาตรฐานด้านวิชาชีพเภสัชกรรม ด้านคุณภาพยา และต้องดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดไว้เท่านั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา รูปแบบการบริหารธุรกิจร้านขายยาที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่นำไปใช้ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายยาและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาระดับนโยบายรัฐด้านเภสัชกรรม การบริหารองค์กรร้านขายยา การจัดการยาและเวชภัณฑ์ การให้บริการทางเภสัชกรรม และประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจร้านขายยา

2. ศึกษาอิทธิพล นโยบายรัฐด้านเภสัชกรรม การบริหารองค์กรร้านขายยา การจัดการยาและเวชภัณฑ์ การให้บริการทางเภสัชกรรม ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจร้านขายยา
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจร้านขายยา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจร้านขายยา (Pharmacy Business Administration)

อุตสาหกรรมยาและเวชภัณฑ์เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนสูงในการวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบและตัวยาใหม่อย่างต่อเนื่อง ทำให้ฐานการผลิตยาและเวชภัณฑ์หลักของโลกโดยเฉพาะยาจดสิทธิบัตรหรือยาต้นแบบกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่น ซึ่งมีศักยภาพทั้งด้านบุคลากรองค์ความรู้และเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง โดยประเทศเหล่านี้สามารถผลิตเพื่อส่งออกยาและเวชภัณฑ์ตอบสนองความต้องการในตลาดโลก ขณะที่ประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ยังเป็นเพียงผู้นำเข้ายาต้นตำรับ/ต้นแบบซึ่งมีราคาสูง อุตสาหกรรมยาแผนปัจจุบันของไทยส่วนใหญ่จะอยู่ในขั้นปลายคือการผลิตยาสำเร็จรูปยาที่ผลิตได้ในประเทศเป็นยาชื่อสามัญ (generic drug) ซึ่งผู้ผลิตจะนำเข้าวัตถุดิบตัวยาสำคัญจากต่างประเทศมาผสมและผลิตเป็นยาสำเร็จรูปในรูปแบบต่าง ๆ โดยไทยนำเข้าวัตถุดิบยาสัดส่วนสูงประมาณร้อยละ 90 ของปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยาสำเร็จรูปทั้งหมดกลุ่มยาที่มีมูลค่าการผลิตสูงสุด ได้แก่ กลุ่มยาแก้ปวด/แก้ไข้ (นรินทร์ ต้นไพบูลย์, 2564)

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนโยบายรัฐด้านเภสัชกรรม (Government Policy of Pharmaceutical Management)

กระทรวงสาธารณสุขได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (ด้านสาธารณสุข) เพื่อขับเคลื่อนทุกหน่วยงานไปสู่เป้าหมาย ลดอัตราป่วย อัตราตาย และลดระยะเวลารอคอยของผู้รับบริการ โดยมียุทธศาสตร์ที่จะพัฒนาความเป็นเลิศทั้งด้านส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ด้านบริการสุขภาพ ด้านบุคลากร และด้านการบริหารจัดการ ภายใต้กรอบแนวคิดประเทศไทย 4.0 ที่มีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งระบบยาเป็นระบบที่มีความสำคัญในด้านบริการสุขภาพ การพัฒนาด้านเภสัชกรรมเพื่อการจัดการระบบยาให้มีประสิทธิภาพเป็นส่วนสนับสนุนให้นโยบายกระทรวงสาธารณสุขบรรลุเป้าหมาย (ศูนย์ข้อมูลข่าวสารด้านเวชภัณฑ์ กระทรวงสาธารณสุข, 2562)

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริหารองค์กรร้านขายยา (Pharmacy Organization Management)

การบริหารองค์กร และการจัดการองค์กร ตามความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้คำนิยามความหมายของ “การบริหาร” คือ การดำเนินงานหรือการจัดการ “องค์กร” คือ บุคคล คณะบุคคล หรือสถาบัน ซึ่งเป็นส่วนประกอบของหน่วยงานใหญ่ที่ทำหน้าที่สัมพันธ์กันหรือขึ้นต่อกัน และการจัดการ คือ การสั่งงาน ควบคุมงานหรือการดำเนินงาน ส่วน เดลล์ (Dale Ernest, 1968) ได้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับการบริหาร คือ กระบวนการจัดองค์กร และการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ และฮาลอร์ด ดีคูลย์ (Koontz Harold D. and Cyril O'Donnell, 1972)

ได้อธิบายเพิ่มชี้ประเด็นไปที่บุคคลที่มีความสำคัญ และการบริหารงานที่ประสบผลสำเร็จมาจากการทำงานที่ต้องอาศัยบุคคลอื่นร่วมด้วย

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการยาและเวชภัณฑ์ (Drug and Medical Supplies Management)

ดวงฤดี ดอกคำ และคณะ (2560) กล่าวว่า เวชภัณฑ์ ได้แก่ ยา วัสดุ อุปกรณ์ทางการแพทย์เพื่อใช้ในการบำบัดรักษาผู้ป่วย จัดเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการรักษาพยาบาลผู้ป่วย ซึ่งกระบวนการรับ (receiving) การจัดเก็บ (storage) และการจ่าย (delivery) เวชภัณฑ์ เป็นกระบวนการที่สำคัญยิ่งที่จะทำให้เวชภัณฑ์นั้นมีการหมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพสามารถลดปัญหาเวชภัณฑ์หมดอายุในคลังยา รวมทั้งช่วยให้กระบวนการเบิกจ่าย การทำบัญชี การตรวจสอบเวชภัณฑ์ ทำได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น และระบบที่จะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ช่วยให้การบริหารจัดการเวชภัณฑ์เป็นไปได้อย่างดี คือ FEFO (First Expire date First Out) ซึ่งจะต้องบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางเภสัชกรรม (Standard of Community Pharmacy Service)

ร้านขายยาจัดเป็นสถานบริการสุขภาพรูปแบบหนึ่งที่เป็นที่พึงสำหรับชุมชน เนื่องจากการให้บริการทางเภสัชกรรมมีความใกล้ชิดกับชุมชนและสอดคล้องกับบริบทของชุมชน ด้วยการให้บริการในลักษณะของการบูรณาการองค์ความรู้ทางเภสัชกรรมในการคัดกรองโรค การประเมินอาการเจ็บป่วย การจ่ายยา การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ยาและปัญหาการใช้ยา มุ่งเน้นประโยชน์ที่เกิดแก่ผู้มารับบริการมากกว่ามุ่งเน้นการขาย แนวโน้มของสถานการณ์ในปัจจุบัน ร้านขายยามีการนำระบบคุณภาพเข้ามาใช้เพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการ การจัดการความเสี่ยง และการบริหารจัดการต่าง ๆ เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดความปลอดภัยด้านยาแก่ผู้มารับบริการ รวมถึงมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในร้านขายยาเพื่อให้วิชาชีพเภสัชกรรมเกิดการพัฒนาตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป (ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องเภสัชศาสตร์, 2564)

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการบริหารร้านขายยา (Efficiency of Pharmacy Management)

Kotler and Armstrong (2012) ระบุว่า ส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือทางกลยุทธ์ที่องค์กรใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ มี 4 องค์ประกอบคือ 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สินค้าหรือบริการที่องค์กรนำเสนอ รวมถึงสินค้า การบริการ สถานที่ และแนวคิดที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 2. ราคา (Price) คือ มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคพร้อมจ่ายเพื่อได้รับประโยชน์ ราคาเป็นส่วนสำคัญที่สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็ว 3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ กระบวนการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการให้ถึงมือผู้บริโภค โดยการกระจายผลิตภัณฑ์ตรงไปยังกลุ่มเป้าหมาย 4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) คือ เครื่องมือที่สร้างแรงจูงใจ ความรู้สึก และความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ เพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าของร้านขายยาที่จดทะเบียนประเภท ขย.1 กระทรวงสาธารณสุข โดยกำหนดขอบเขตพื้นที่เป็นกรุงเทพมหานคร รวมประชากร 3,418 ร้านขายยา คำนวณประชากรแต่ละกลุ่ม โดยสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิที่มีสัดส่วน (Proportional Stratified Sampling) แล้วคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง 1 คน จาก 1 ร้านขายยา สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิที่มีสัดส่วน (Proportional Stratified Sampling) และแบบง่าย (Random Sampling) ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 325 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ ตามหลักการวิเคราะห์สถิติประเภทพหุตัวแปรสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) (Grace, 2008)

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) คือกลุ่มที่ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการบริหารจัดการธุรกิจร้านขายยา คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยทำการเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ 15 ราย ได้แก่ 1) รมต. กระทรวงสาธารณสุข 2) ผอ.สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา 3) ผอ.กองยา 4) ผอ.กองควบคุมวัตถุเสพติด 5) ผอ.กองยุทธศาสตร์และแผนงาน 6) ผอ.สำนักควบคุมเครื่องสำอางค์และวัตถุอันตราย 7) นิติกรกลุ่มกฎหมายอาหารและยา 8) นายกสมาคมเภสัชกรรมชุมชน 9) นายกสมาคมร้านขายยา บริษัทผู้ผลิตยา 3 บริษัท, บริษัทโลจิสติกส์ 1 บริษัท และร้านยาคุณภาพจำนวน 2 ร้าน โดยผู้ให้ข้อมูลต้องให้ความยินยอมและอนุญาตให้สัมภาษณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน และนำมาหาค่าความเที่ยงตรงโดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง IOC ไม่ต่ำกว่า 0.50-1.00 (ณรงค์ กุลนิเทศ และสุดาวรรณ สมใจ, 2558) จากนั้นทดสอบกับกลุ่มไม่ใช่ตัวอย่าง 30 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อถือ และได้ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.83 แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน: ข้อมูลพื้นฐาน, ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจร้านขายยา, และข้อเสนอแนะ

2. การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารระดับสูงของกระทรวงสาธารณสุขและผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารธุรกิจร้านขายยา ทั้งหมด 15 คน โดยคำถามเกี่ยวกับแนวทางประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจร้านขายยา ถือว่ามีความเหมาะสม (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธ์, 2555) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์ด้วยการตรวจสอบสามเส้าและการจัดหมวดหมู่เพื่อสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการรวบรวมข้อมูลจากทฤษฎีและบทความวิชาการ, จัดทำแบบสอบถามตามตัวชี้วัด, ตรวจสอบความถูกต้องและเชื่อถือได้ก่อนการเก็บข้อมูลจริง ในขั้นตอนถัดไป, ใช้เทคนิค SEM ในการวิเคราะห์ผลข้อมูลเชิงปริมาณ หากพบข้อสังเกต, จะดำเนินการศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วย

การวิเคราะห์เนื้อหา, การ triangulation สามเส้า, และการจัดทำหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไป จากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 70.77 เป็นเพศชาย จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 29.23 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 89.23 ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 9.54 ระดับการศึกษาปวส. อนุปริญญา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.92 และระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.31 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นผู้ประกอบการที่ไม่ใช่เกษตรกร จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 83.38 และอาชีพเกษตรกร จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 16.62

วัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ระดับนโยบายรัฐด้านเกษตรกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.30) การบริหารองค์กรร้านขายยา (ค่าเฉลี่ย 4.36) การจัดการยาและเวชภัณฑ์ (4.40) การให้บริการทางเกษตรกรรม (4.46) และประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจร้านขายยา (4.45) อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

วัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า

1. นโยบายรัฐด้านเกษตรกรรม ผู้ประกอบการร้านขายยาจะต้องศึกษาข้อกฎหมายและ นโยบายรัฐที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ ข้อกำหนดต่าง ๆ โดยจะต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดเพื่อป้องกันโทษทางกฎหมาย และการถูกพักหรือเพิกถอนใบอนุญาต รวมถึงประกอบธุรกิจโดยใช้หลักธรรมาภิบาลเกษตรกรรม

2. การบริหารจัดการองค์กรร้านขายยา ร้านขายยาจะต้องมีเกษตรกรต้องประจำร้านขายยาตลอดเวลา ทำการ เพื่อส่งมอบยาให้กับผู้บริโภค ผู้ประกอบการร้านขายยาจะต้องบริหารเงินทุนหมุนเวียนให้เพียงพอและมีสภาพคล่อง โดยใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการดำเนินงาน เพื่อบันทึกรายการซื้อ-ขายยา การจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ การจัดทำบัญชียา การสรุปบัญชีด้านการเงิน การบริหารสินค้าคงคลัง รวมถึงยาหมดอายุ เป็นต้น

3. การจัดการยาและเวชภัณฑ์ ผู้ประกอบการร้านขายยาจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อช่วยในการบริหารจัดการ การจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ จัดส่งซื้อยาให้เพียงพอต่อการขาย การจัดทำบัญชียา การจัดเก็บยาและเวชภัณฑ์ การตรวจสอบยาหมดอายุ เพื่อเป็นไปตามข้อกำหนดและระเบียบที่หน่วยงานรัฐได้กำหนดไว้

4. การให้บริการทางเกษตรกรรม หัวใจสำคัญของร้านขายยาจะอยู่ที่ผู้ประกอบการวิชาชีพเกษตรกรรม หรือ เกษตรกร ประจำร้านขายยา เกษตรกรจะต้องพัฒนาความรู้ความสามารถของตนเอง เพื่อส่งมอบยาให้กับผู้ป่วยอย่างมีคุณภาพและสมเหตุสมผล มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคที่มาซื้อยา ให้ได้รับยาที่ถูกต้องตรงกับโรคอย่างปลอดภัย และยกระดับสู่มาตรฐานร้านยาคุณภาพ

วัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า รูปแบบการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจร้านขายยา พบว่า ประสิทธิภาพการบริหารร้านขายยา ผู้ประกอบการร้านขายยาจะต้องบริหารจัดการ มาตรฐานการให้บริการ

มาตรฐานวิชาชีพเภสัชกรรม และคุณภาพยาและเวชภัณฑ์ ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุข และมีประสิทธิภาพตลอดเวลาในขณะเปิดทำการ

อภิปรายผล

ผลจากวัตถุประสงค์ที่ 1 ระดับการบริหารร้านขายยาที่มีประสิทธิภาพ พบว่า กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเภสัชกรรม ใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน และหลักธรรมาภิบาลเภสัชกรรม มีความสำคัญกับ นโยบายรัฐ ด้านเภสัชกรรม อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเห็นได้ว่า ด้านใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (ค่าเฉลี่ย 4.52) และหลักธรรมาภิบาลเภสัชกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.26) อยู่ในระดับมากที่สุด และ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเภสัชกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.13) อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้มีความสอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพ และสอดคล้องกับแนวคิดของ กิตติพิทักษ์นิตินันท์ (2562) กล่าวว่า รัฐมีการออกกฎหมายเกี่ยวกับยาหลายฉบับเพื่อที่จะกำกับดูแลตั้งแต่เรื่อง การคัดเลือก การผลิต การจัดซื้อ จัดหา การสั่งใช้และการใช้ยา การคุ้มครองสิทธิ การคุ้มครองผู้บริโภค ตลอดจนวงจรชีวิตของยา ประกอบด้วยกฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมตัว ผลิตภัณฑ์ การควบคุมการประกอบวิชาชีพ และบริการสุขภาพ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภค การค้า กฎหมายเฉพาะอื่น ๆ ซึ่งกำกับดูแลการจัดการยา ตลอดจนวงจรชีวิตยา ในส่วนของ คณะกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ (2563) กล่าวว่า ธรรมนูญยาในระบบยาจะเกิดขึ้นได้ต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในทุกกระบวนการในห่วงโซ่ของระบบยา จึงเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของทุกคนในการดำรงตนตามกรอบจริยธรรมบนพื้นฐานของความถูกต้องและข้อเท็จจริง โดยเฉพาะผู้บริหารหรือผู้นำในแต่ละองค์กรที่อยู่ในหรือเกี่ยวข้องกับทุกกระบวนการ จะต้องยึดมั่นในหลักคุณธรรมจริยธรรมและปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดในกรอบจริยธรรมนี้ รวมทั้งช่วยกันเผยแพร่หลักการในหมู่เพื่อนร่วมงาน และช่วยกันป้องกัน และติดตามเฝ้าระวังการกระทำที่ผิดจริยธรรมในองค์กรของตน ในด้านผู้สั่งใช้ยา สถานพยาบาลหรือสถานบริการเภสัชกรรม บริษัทฯ ผู้แทนบริษัทฯ ซึ่งจะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย มีความโปร่งใส ความปลอดภัยในการใช้ยา ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายยาจำเป็นต้องศึกษาและปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อลดความเสี่ยงในการถูกเพิกถอนใบอนุญาต นอกจากนั้นยังต้องใช้หลักธรรมาภิบาลเภสัชกรรมในการบริหารองค์กร

ทรัพยากรบุคคล เงินทุนหมุนเวียน และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสำคัญกับ การบริหารองค์กรร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (ค่าเฉลี่ย 4.47) มากที่สุด รองลงมาคือ เงินทุนหมุนเวียน (ค่าเฉลี่ย 4.44) และทรัพยากรบุคคล (ค่าเฉลี่ย 4.19) ทั้งนี้ มีความสอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพ และสอดคล้องกับแนวคิดของ อุดลย์ กองสัมฤทธิ์ (2557) กล่าวว่า บุคลากร อุปกรณ์เครื่องมือ และความรู้ มีส่วนสำคัญในการบริหารงาน องค์กร และบุคลากรในองค์กรปัจจุบันจำเป็นต้องมีความรู้เท่าทันเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งจะต้องมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยโดยเฉพาะคอมพิวเตอร์และระบบโปรแกรมคำสั่ง จึงจะทำให้การบริหารงานในยุคปัจจุบันเป็นไปได้อย่างดี และ ขวลิต เกียรติโพธา (2556) ยังกล่าวว่า ปัญหาอุปสรรคในการประกอบธุรกิจร้านขายยา ด้านการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนของร้านขายยาที่ไม่มีสาขา ซึ่งจะต้องใช้เงินทุนในการตกแต่งร้านให้ได้มาตรฐาน และเงินทุนในการสั่งสินค้ามาเก็บสต็อกไว้ในร้าน ซึ่งถ้าหากมีเงินทุนหมุนเวียนที่มากพอจะทำให้มีรายการยาและเวชภัณฑ์ไว้บริการมากขึ้น อีกทั้งการซื้อ

แบบลือตใหญ่จะทำให้ต้นทุนถูกลง สอดคล้องกับ สถาบันพัฒนาและสนับสนุน SME (2564) ที่กล่าวว่า ธุรกิจร้านขายยาเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นค่าตกแต่งร้าน ค่าบริหารจัดการร้าน ค่าสต็อกสินค้า ค่าจ้างเภสัชกร ค่าจ้างพนักงาน หรือค่าเช่าพื้นที่ เหล่านี้ล้วนต้องอาศัยเงินทุนแทบทั้งสิ้น จำเป็นต้องบริหารจัดการและแบ่งเงินทุนในแต่ละส่วนให้ดี และควรมีเงินทุนสำรองเผื่อฉุกเฉินเอาไว้ด้วย เพราะการเปิดร้านขายยาเป็นธุรกิจที่ต้องใช้เวลาในการคืนทุน นอกจากนั้น วินัย สุขศรี (2564) กล่าวว่า การที่จะเปิดร้านขายยาได้นั้น จำเป็นต้องมีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลาที่มีการขายหรือจำหน่ายยาให้กับผู้บริโภค ซึ่งปัจจุบันไทยยังคงเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนเภสัชกรที่ไม่เพียงพอกับความต้องการ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายยาจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องบริหารองค์กรร้านขายยาด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การมีเงินทุนหมุนเวียนและเภสัชกรที่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน

การจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ การจัดทำบัญชียา และการจัดเก็บยาและเวชภัณฑ์ มีความสำคัญกับการจัดการยาและเวชภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญ เห็นได้ว่า การจัดเก็บยาและเวชภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.44) การจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.38) และการจัดทำบัญชียา (ค่าเฉลี่ย 4.38) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน ทั้งนี้มีความสอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพ และสอดคล้องกับแนวคิดของ ดวงฤดี ดอกคำ และคณะ (2560) กล่าวว่า เวชภัณฑ์ ได้แก่ ยา วัสดุ อุปกรณ์ทางการแพทย์เพื่อใช้ในการบำบัดรักษาผู้ป่วย จัดเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการรักษาพยาบาลผู้ป่วย ซึ่งกระบวนการรับ การจัดเก็บ และการจ่ายเวชภัณฑ์ เป็นกระบวนการที่สำคัญยิ่งที่จะทำให้เวชภัณฑ์นั้นมีการหมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถลดปัญหาเวชภัณฑ์หมดอายุในคลังยา รวมทั้งช่วยให้กระบวนการเบิกจ่าย การทำบัญชี การตรวจสอบเวชภัณฑ์ ทำได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น และระบบที่จะช่วยทำให้เกิดประสิทธิภาพและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ช่วยให้การบริหารจัดการเวชภัณฑ์เป็นไปได้อย่างดี คือ FEFO (First Expire date First Out) ซึ่งจะต้องบริหารอย่างมีประสิทธิภาพในส่วนของการจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ ในส่วนของการจัดซื้อ Rajasthan (2010) กล่าวว่า การจัดซื้อที่ดีเป็นหัวใจสำคัญของการเข้าถึงยาที่มีคุณภาพและเหมาะสม WHO ในความร่วมมือร่วมกับยูนิเซฟ กองทุนประชากรแห่งสหประชาชาติ (UNFPA) และธนาคารโลกได้ร่วมกับธนาคารที่มีประสบการณ์มากมายในการผลิต "หลักการปฏิบัติงานเพื่อการจัดซื้อยาที่ดี" เพื่อช่วยทุกคนที่เกี่ยวข้องในการจัดซื้อเพื่อให้ได้ราคาที่ต่ำกว่า คุณภาพที่ดีขึ้น และการส่งมอบที่เชื่อถือได้มากขึ้น ตามวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์สี่ประการ ได้แก่ 1) จัดหา ยาที่คุ้มค่าที่สุดในปริมาณที่เหมาะสม 2) เลือกซัพพลายเออร์ที่เชื่อถือได้ของผลิตภัณฑ์คุณภาพสูง 3) มั่นใจในการส่งมอบทันเวลา 4) บรรลุต้นทุนรวมที่ต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และ กิตติศักดิ์ ไททอง (2562) กล่าวว่า การจัดซื้อยาของโรงพยาบาลต่าง ๆ ต้องให้ความสำคัญสองประการ คือ ชนิดและปริมาณที่ต้องจัดซื้อ และความเหมาะสมของราคาในการจัดซื้อโดยเฉพาะอย่างยิ่งในยาบางรายการที่มีผู้จำหน่ายหลายรายและมีการแข่งขันค่อนข้างเสรี ยาเหล่านี้มักมีราคาแปรผันมาก ในส่วนของการจัดทำบัญชียา ประพทย์ รุจนธำรงค์ (2560) กล่าวว่า บัญชียาเป็นกิจกรรมหนึ่งซึ่งกำหนดให้มีการจัดทำในสถานที่ยาแผนปัจจุบัน ตามหลักการแล้วมีไว้เพื่อประโยชน์ในการควบคุม ติดตามตรวจสอบการกระจายยา ควบคุมการขายยาแต่ละประเภท เงื่อนไขการขายยาและการทำบัญชียา อยู่กระจัดกระจายออกไป บางส่วนอยู่ในพระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 บางส่วนอยู่ในกฎกระทรวงการขออนุญาตและการออกใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน พ.ศ.2556

การบริหารทางเภสัชกรรม การใช้ยาที่สมเหตุผล และมาตรฐานร้านยาคุณภาพ มีความสำคัญกับการให้บริการทางเภสัชกรรม อย่างมีนัยสำคัญ เห็นได้ว่า ด้านการบริหารทางเภสัชกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.47) การใช้ยาที่สมเหตุผล (ค่าเฉลี่ย 4.47) และ มาตรฐานร้านยาคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.46) มีค่าระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน ทั้งนี้มีความสอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพ และสอดคล้องกับ ปราณี วัฒนาศรีโรจน์ (2564) ซึ่งกล่าวว่าการบริหารทางเภสัชกรรม เป็นความรับผิดชอบของเภสัชกรโดยตรงที่มีต่อการใช้ยาของผู้ป่วย เพื่อให้ได้ผลการรักษาที่ถูกต้องตามที่ต้องการและเพิ่มคุณภาพชีวิตผู้ป่วย ผลการรักษาที่ถูกต้องคือ หายจากโรค บำบัดหรือบรรเทาอาการโรค ชะลอหรือยับยั้งการดำเนินของโรคและป้องกันโรค โดยเภสัชกรจะปฏิบัติงานร่วมกับบุคลากรทางการแพทย์ทางสาธารณสุขอื่น ๆ เรียกว่าทีมสหสาขาวิชาชีพและมีหน้าที่หลักในการค้นหา แก้ไข และป้องกันปัญหาที่เกิดจากการใช้ยา ตลอดจนติดตามประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการรักษาด้วยยา เพื่อให้เกิดระบบยาที่มีคุณภาพและปลอดภัยสูงสุด สอดคล้องกับ ปราณีทิพย์ ล้อดงบัง และคณะ (2559) ซึ่งกล่าวว่า การบริหารทางเภสัชกรรมเป็นความรับผิดชอบของเภสัชกรในการดูแลผู้ป่วยให้ได้รับผลประโยชน์สูงสุดจากการใช้ยาและเพิ่มคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยได้ ในส่วนของการใช้ยาอย่างสมเหตุผล มยุรี ตั้งเกียรติกำจาย (2562) กล่าวว่า การใช้ยาอย่างสมเหตุผลในร้านยาเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ป่วย และเป็นบทบาทหน้าที่ที่สำคัญของเภสัชกรชุมชน ได้แก่ กระบวนการค้นหารวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ วิเคราะห์และสังเคราะห์แนวทางการใช้ยาที่เหมาะสมและคุ้มค่าที่สุดแก่ผู้ป่วย การจ่ายยาที่ต้องสมบูรณ์ตามหลักปฏิบัติที่ดี กระบวนการติดตามผู้ป่วยเพื่อประเมินผลตอบสนองต่อยา การให้บริการทางเภสัชกรรมที่มีประสิทธิภาพ ร้ายขายยาจำเป็นต้องมีมาตรฐานการให้บริการด้านยาและคุณภาพที่ดี โดยมีการพัฒนามาตรฐานด้านต่าง ๆ มากกว่าเกณฑ์ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดในกฎหมาย ผ่านการรับรองจากสภาเภสัชกรรม (สำนักงานรับรองร้านยาคุณภาพ, 2564) กล่าวว่า มาตรฐานคุณภาพที่ดี ของร้านขายยา คือ หลักสากลโลกเกี่ยวกับข้อกำหนดหลักการปฏิบัติที่ดีทางเภสัชกรรม กำหนดโดย The International Pharmaceutical Federation (FIP) ร้านขายยาถือเป็นหน่วยบริการด้านสาธารณสุขแก่ประชาชน มีหน้าที่สร้างเสริมสุขภาพ ป้องกันโรค และดูแลสุขภาพของประชาชน การพัฒนาให้มีการปฏิบัติที่ดีทางเภสัชกรรมในร้านขายยา จะทำให้เกิดประสิทธิภาพและความปลอดภัยในการบริการ และถือเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบสุขภาพของประเทศไทยด้วย

มาตรฐานการให้บริการ มาตรฐานวิชาชีพเภสัชกรรม และคุณภาพยาและเวชภัณฑ์ มีความสำคัญกับประสิทธิภาพการบริหารร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเห็นได้ว่า ด้านคุณภาพยาและเวชภัณฑ์(ค่าเฉลี่ย 4.49) มาตรฐานวิชาชีพเภสัชกรรม (ค่าเฉลี่ย 4.44) และมาตรฐานการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.42) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 3 ด้าน ทั้งนี้มีความสอดคล้องกับการวิจัยเชิงคุณภาพ และสอดคล้องกับ ชะอรสิน สุขศรีวงศ์ (2559) ที่กล่าวว่า โรคแต่ละโรคนั้นสามารถเลือกใช้ยารักษาโรคได้หลายประเภท หลายกลุ่ม อีกทั้งยังมีความแตกต่างกันในเรื่องกลไกการออกฤทธิ์ อาการข้างเคียง และความเหมาะสมกับสภาวะร่างกายของผู้ป่วย เช่นผู้ป่วยเป็นเด็ก เป็นโรคตับ เป็นโรคไต หรือแพ้ยา รวมถึงแม้แต่ยาชื่อสามัญเดียวกันยังมียาจำหน่ายที่แตกต่างกันและมีหลายชื่อการค้า จึงเป็นไปได้ที่แต่ละโรงพยาบาลจะมียาทุก ๆ ตัว โรงพยาบาลจำเป็นต้องมีระบบการคัดเลือกยาที่มีคุณภาพและเหมาะสมมาใช้ในโรงพยาบาล นอกจากนั้น ร้านขายยาจำเป็นต้องมีมาตรฐาน

วิชาชีพเภสัชกรรม โดย องค์การเภสัชกรรม (2563) กล่าวว่า มาตรฐานการให้บริการร้านขายยาประกอบด้วย 1) มีการแจ้งขั้นตอนการให้บริการและระยะเวลาการให้บริการ ได้แก่ การติดป้ายประกาศขั้นตอนการให้บริการเผยแพร่ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์บนเว็บไซต์ขององค์การเภสัชกรรม 2) ให้บริการตามลำดับขั้นตอนอย่างยุติธรรม โดยมีระบบบัตรคิว หรือเข้าแถวรับบริการตามช่องทางที่กำหนดซึ่งมีการตีเส้นบนพื้นเพื่อแสดงเส้นทางเข้าใช้บริการ 3) ให้บริการด้วยระยะเวลาที่เหมาะสมกับลักษณะงานหรือตามที่ประกาศไว้ในขั้นตอนการให้บริการ 4) มีคำประกาศสิทธิผู้ป่วยที่เหมาะสมสำหรับผู้มารับบริการ 5) มีแนวทางการให้บริการทางเภสัชกรรมที่ดีตามมาตรฐานและตามหลักวิชาการ ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านขายยาจำเป็นต้องมีวางแผนและบริหารจัดการในด้านคุณภาพและเวชภัณฑ์ มาตรฐานการให้บริการ และมาตรฐานวิชาชีพเภสัชกรรมเพื่อประสิทธิภาพขององค์กรร้านขายยา

ผลจากวัตถุประสงค์ที่ 2 อิทธิพลการบริหารร้านขายยาที่มีประสิทธิภาพ พบว่า

1. นโยบายรัฐด้านเภสัชกรรม ส่งผลต่อการบริหารองค์กรร้านขายยา ประสิทธิภาพการบริหารร้านขายยา และการจัดการยาและเวชภัณฑ์ แต่ไม่ส่งผลทางตรงกับการให้บริการทางเภสัชกรรม อธิบายได้ว่าผู้ประกอบการร้านขายยาบริหารจัดการนโยบายรัฐด้านเภสัชกรรมซึ่งประกอบด้วยกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการให้ถูกต้องยอมส่งผลดีต่อการบริหารองค์กรร้านขายยาและเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารร้านขายยาในด้านมาตรฐานการให้บริการ มาตรฐานวิชาชีพเภสัชกรรมและด้านคุณภาพและเวชภัณฑ์ สอดคล้องกับ อังศุรต์ ยี่มะมัย และคณะ (2563) ที่กล่าวว่า ร้านยาถือว่าเป็นสถานบริการด้านสุขภาพระดับปฐมภูมิประเภทหนึ่งในระบบบริการสุขภาพ มีความใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่ และเป็นทางเลือกหนึ่งในการดูแลสุขภาพภาวะความเจ็บป่วยเบื้องต้นของประชาชนที่มีความสะดวก รวดเร็ว ร้านยายังมีบทบาทที่สำคัญในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำ เพื่อการรักษา ป้องกันและการสร้างเสริมสุขภาพ รวมทั้ง ให้บริการข้อมูลด้านยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพให้กับประชาชน นโยบายรัฐและมาตรการในการควบคุมกำกับการขายยา ปัจจัยแวดล้อมร้านยาจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ ในส่วนของ นโยบายรัฐด้านเภสัชกรรมไม่ส่งผลทางต่อการให้บริการทางเภสัชกรรม เนื่องจากนโยบายรัฐด้านเภสัชกรรมจะต้องผ่านกระบวนการจัดการภายในองค์กร ได้แก่ การบริหารจัดการองค์กร การจัดการยาและเวชภัณฑ์ จึงจะส่งผลต่อการให้บริการทางเภสัชกรรม

2. การบริหารองค์กรร้านขายยา ส่งผลต่อ การจัดการยาและเวชภัณฑ์ และการให้บริการทางเภสัชกรรม อธิบายได้ว่า เมื่อองค์กรร้านขายยา มีการบริหารจัดการด้านบุคลากรได้แก่เภสัชกร เงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอ และใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการ ส่งผลให้การจัดการยาและเวชภัณฑ์ และการให้บริการทางเภสัชกรรม ที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ สอดคล้องกับ ฉัตรชัย แนวพญา (2558) ที่กล่าวว่า หลักการบริหารงานสมัยใหม่จำเป็นต้องอาศัยวิทยาการด้านการจัดการบริหารเข้ามาสนับสนุนงานองค์กร พัฒนาทรัพยากรบุคคลอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ รวมทั้งใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาสนับสนุนงานด้านฐานข้อมูลและการบริหารจัดการ เพื่อให้การบริหารจัดการองค์กรมีประสิทธิภาพประสิทธิผลสูงสุด และ โชษิตา เปสตันยี และ สรียา วิจิตรเสถียร (2563) กล่าวว่า การบริหารเงินทุนหมุนเวียนเป็นมาตรการสำคัญที่ใช้ในการประเมินสภาพคล่องของกิจการ ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนระยะสั้นและจำเป็นต่อความสามารถในการดำเนินงานของกิจการอย่างต่อเนื่อง

3. การจัดการยาและเวชภัณฑ์ ส่งผลต่อการให้บริการทางเภสัชกรรม และ ประสิทธิภาพการบริหารร้านขายยา อธิบายได้ว่า การจัดการยาและเวชภัณฑ์ ประกอบด้วย การจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ การจัดเก็บยาและเวชภัณฑ์ และการจัดทำบัญชียา เมื่อดำเนินการในทุกขั้นตอนอย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการทางเภสัชกรรมและเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารร้านขายยา สอดคล้องกับ วินิต อัครกิตติวี (2557) ซึ่งกล่าวว่า เภสัชกรมีหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนด ได้แก่ ควบคุมการทำบัญชีการซื้อยา บัญชีการขายยาควบคุมพิเศษ บัญชีการขายยาอันตราย (เฉพาะรายการที่ อย.กำหนด) บัญชีการขายยาตามใบสั่งยาของผู้ประกอบวิชาชีพ และ รายงานการขายยาตามประเภทที่ อย.กำหนด ให้เป็นไปโดยถูกต้องเก็บบัญชีไว้เป็นเวลาไม่น้อยกว่าสามปี ควบคุมการขายยาให้เป็นไปโดยถูกต้องตามกฎหมาย ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ยาให้ปลอดภัยตามหลักวิชาการและจรรยาบรรณตามสมควร ดำเนินการขายยาตามรายการที่กำหนด ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข ที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนด

4. การให้บริการทางเภสัชกรรม ส่งผลทางตรงกับประสิทธิภาพการบริหารร้านขายยา อธิบายได้ว่า เมื่อการให้บริการทางเภสัชกรรม ซึ่งประกอบด้วย การบริหารทางเภสัชกรรม การใช้ยาที่สมเหตุสมผล มาตรฐานร้านยาคุณภาพ ได้ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมทำให้เกิดประสิทธิภาพการบริหารร้านขายยา สอดคล้องกับ สมาคมเภสัชกรรมชุมชน (2564) กล่าวว่า การบริการทางเภสัชกรรมชุมชน ได้แก่ การเป็นผู้ที่มีหน้าที่ปฏิบัติการในการปรุงยา จ่ายยา และขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยาและกฎหมายอื่น ๆ รวมถึงการกระทำหรือปฏิบัติการร่วมกับสหวิชาชีพ ตลอดจนมีแนวทางการปฏิบัติงานที่ดีอันจะนำไปสู่การบริการที่มีคุณภาพ มาตรฐาน มีประสิทธิภาพ เกิดความปลอดภัยแก่ผู้รับบริการ ขององค์กรร้านขายยา

ผลจากวัตถุประสงค์ที่ 3 รูปแบบการบริหารร้านขายยาที่มีประสิทธิภาพ พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจร้านขายยา จำเป็นต้องมีการศึกษาและดำเนินการตามกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องเพื่อลดความเสี่ยงด้านการถูกเพิกถอนใบอนุญาตและรับโทษทางคดีความ การบริหารจัดการองค์กรร้านขายยาจำเป็นต้องมีเภสัชกรปฏิบัติหน้าที่ตลอดเวลา มีเงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอและจำเป็นต้องใช้ระบบสารสนเทศในการบริหารการจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ การทำบัญชียา การจัดเก็บ การจ่ายยา การจัดการสินค้าคงคลัง และการจัดการด้านการเงินและบัญชี เภสัชกรซึ่งเป็นหัวใจของร้านขายยาจำเป็นต้องให้บริหารทางเภสัชกรรมตามวิชาชีพจ่ายยาอย่างสมเหตุสมผล และองค์กรร้านขายยาต้องมีมาตรฐานคุณภาพร้านขายยาตามที่รัฐกำหนดเพื่อประสิทธิภาพการบริหารด้านการให้บริการ มาตรฐานวิชาชีพเภสัชกรรม ยาและเวชภัณฑ์มีคุณภาพผ่านกระบวนการคัดสรรและมีความปลอดภัย สอดคล้องกับ ทรงศักดิ์ วิลกิตติพงศ์ และ เมษยา ปานทอง (2558) ซึ่งกล่าวถึงรูปแบบและแนวทางการดำเนินการของร้านขายยาแผนปัจจุบัน เพื่อให้สอดคล้องตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องการกำหนดเกี่ยวกับสถานที่ อุปกรณ์ วิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชนด้านบุคลากร วิธีปฏิบัติการควบคุมคุณภาพยา วิธีปฏิบัติการให้บริการทางเภสัชกรรมในขายยาแผนปัจจุบัน ตามกฎหมายว่าด้วยยา พ.ศ. 2557 ซึ่งเป็นมาตรฐานการบริการและมาตรฐานร้านยาคุณภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะด้านการบริหาร

1. ด้านการบริหารจัดการองค์กรร้านขายยา ร้านขายยาจะต้องมีเภสัชกรต้องประจำร้านขายยาตลอดเวลาทำการ เพื่อการบริบาลทางเภสัชกรรมและส่งมอบยาให้กับผู้บริโภคเพื่อความปลอดภัย ผู้ประกอบการร้านขายยาต้องบริหารเงินทุนหมุนเวียนให้เพียงพอ มีสภาพคล่องและใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการดำเนินงานด้านการจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ การจัดทำบัญชียา การสรุปบัญชีด้านการเงิน การบริหารยาคงคลัง การหมุนเวียนยา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพองค์กรร้านขายยา

2. ด้านการจัดการยาและเวชภัณฑ์ ผู้ประกอบการร้านขายยาจำเป็นต้องบริหารจัดการการจัดซื้อ 8 ยาและเวชภัณฑ์ จุดสั่งซื้อ ยาให้เพียงพอต่อการขาย การจัดทำบัญชียา การจัดเก็บยาและเวชภัณฑ์ตามหลักวิชาการ การตรวจสอบยาหมดอายุ การหมุนเวียนยา เพื่อประสิทธิภาพการบริหารร้านขายยาและเป็นไปตามระเบียบที่หน่วยงานรัฐได้กำหนดไว้

4. ด้านการให้บริการทางเภสัชกรรม เภสัชกรประจำร้านขายยามีบทบาทสำคัญในการให้บริการทางเภสัชกรรม จะต้องพัฒนาความรู้ความสามารถของตนเองอยู่เสมอ เพื่อส่งมอบยาให้กับผู้ป่วยอย่างมีคุณภาพและสมเหตุสมผล มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคที่มาซื้อยาให้ได้รับยาที่ถูกต้องตรงกับโรคอย่างปลอดภัย และยกระดับองค์กรสู่มาตรฐานร้านขายยาคุณภาพ

5. ด้านประสิทธิภาพการบริหารร้านขายยา ผู้ประกอบการร้านขายยาจะต้องบริหารจัดการ มาตรฐานการให้บริการ มาตรฐานวิชาชีพเภสัชกรรม คัดสรรตรวจสอบคุณภาพยาและเวชภัณฑ์ การจัดเก็บยาและเวชภัณฑ์ตามหลักวิชาการ จ่ายยา และจัดทำบัญชียา ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุขและต้องมีเภสัชกรประจำร้านขายยาตลอดเวลาในขณะเปิดทำการ ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการข้อมูลขององค์กร

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาครอบคลุมไปถึงกลุ่มจังหวัดอื่น ๆ หรือกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ

2. จากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำไปต่อยอดสำหรับงานวิจัยในอนาคตได้ในประเด็นต่าง ๆ อาทิ ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของประชาชนในยุควิถีใหม่ระบบเทคโนโลยีกับการจัดการธุรกิจร้านขายยาที่มีประสิทธิภาพ แนวทางการให้บริการร้านขายยาผ่านระบบเทคโนโลยีดิจิทัล การพัฒนากลยุทธ์การตลาด

เอกสารอ้างอิง

กิตติ พิทักษ์นิตินันท์. (2562). รายงานระบบยาของประเทศไทย. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2564, จาก <https://kb.hsri.or.th/dspace/bitstream/handle/11228/5100/Thai-drug-system-kittipitacnitinan.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- กิตติศักดิ์ ไททอง. (2562). โอกาสและความท้าทายในการจัดซื้อยาตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560: กรณีศึกษาจังหวัดสกลนคร. *วารสารเภสัชกรรมไทย*, 11(1), 259.
- คณะกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ. (2563). *เกณฑ์จริยธรรมว่าด้วยการส่งเสริมการขายยาของประเทศ ไทย พ.ศ. 2559 และแนวปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: สำนักยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข.
- ฉัตรชัยแนวพญา. (2558). การบริหารจัดการองค์การภาครัฐที่ประสบความสำเร็จตามหลักการบริหารทาง ตะวันตกและตามหลักการทางพระพุทธศาสนา. *Journal of Nakhon Ratchasima College*, 9(2), 25-26.
- ชลิต เกียรติโพธา. (2556). *รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจร้านขายยาบนถนนวิเศษพล เขตบางเขน กรุงเทพฯ (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชะอรสิน สุขศรีวงศ์. (2559). *คัดเลือกยาคุณภาพเข้าโรงพยาบาลทำได้อย่างไร*. ค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2564, จาก <https://pharmacy.mahidol.ac.th/th/knowledge/article/329/วิธีคัดเลือกยาเข้าโรงพยาบาล/>
- โซษิตา เปสตันยี และ สรียา วิจิตรเสถียร. (2019). ปัจจัยของการบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่มีผลต่อ ความสามารถในการทำกำไร กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารในบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *Suranaree J. Soc. Sci*, 13(1), 90.
- ณรงค์ กุลนิเทศ และสุดาวรรณ สมใจ. (2558). *ระเบียบวิจัยขั้นสูงและการออกแบบการวิจัย*. กรุงเทพฯ: มาสเตอร์พรีนซ์สามเสน.
- ดวงฤดี ดอกคำ และคณะ (2560). *คู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงาน: การบริหารคลังยา และเวชภัณฑ์*. ค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2566 จาก <https://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER29/DRAWER083/GENERAL/DATA0000/00000476.PDF>
- ทรงศักดิ์ วัฒนกิจติพงศ์ และ เมษยา ปานทอง (2558). *แนวทางการจัดการสู่มาตรฐานวิธีปฏิบัติ ทางเภสัชกรรม*. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2564, จาก https://drug.fda.moph.go.th/media.php?id=543001067651211264&name=GPP_Guideline_final29Oct2015.pdf
- นพมาศ อัครจันทโชติ และคณะ. (2561). การจัดกลุ่มธุรกิจร้านยาประเภท ข.ย.1. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย*, 10(2), 289-306.
- นรินทร์ ต้นไพบูลย์. (2564). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2564-2566: ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่*. ค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2566, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Wholesale-Retail/Modern-Trade/IO/io-modern-trade-21>
- ปรางทิพย์ ล้อดงบัง และคณะ. (2559). ผลการให้บริบาลทางเภสัชกรรมตามแนวทางการรักษา ผู้ป่วยไมเกรน ในร้านยามหาวิทยาลัย : การศึกษานำร่อง. *วารสารเภสัชกรรมไทย*, 8(2), 250.
- ปราณี วัฒนาศรีโรจน์ (2564). *มาตรฐานคุณภาพของร้านขายยา*. ค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2564, จาก <https://moombhesaj.com/goodstandard/>

- ปฐพี รุจน์ธำรงค์. (2560). ความคืบหน้าการจัดตั้งบริษัทจำกัดคนเดียว. วารสารยาสมาคมร้านขายยาประเทศไทย. ฉบับมกราคม – กุมภาพันธ์, 37-40.
- มยุรี ตั้งเกียรติกำจาย. (2562). การใช้ยาสมเหตุสมผลในร้านยา. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: คณะทำงานวิชาการเพื่อส่งเสริมการใช้ยาสมเหตุสมผลในร้านยา.
- วฤณ ปัญญาทิยกุล. (2561). แผนธุรกิจ ร้าน “มากกว่ายา” (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วินัย สุขศรี. (2564). การบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และที่แก้ไขเพิ่มเติม. ค้นเมื่อ 3 ตุลาคม 2564, จาก <http://203.157.172.1/computer/web51v2/filenewspay/230218022338.pdf>
- วินิต อัครกิตติวี. (2557). กฎกระทรวง การขออนุญาตและการออกใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน พ.ศ. 2556. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.
- วิวัฒน์ ถาวรพัฒน์. (2563). โอกาสและการพัฒนาสำหรับธุรกิจร้านยาหลังการระบาดจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019. วารสาร Thai Bulletin of Pharmaceutical Sciences, 15(2), 95-107.
- ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องเภสัชศาสตร์. (2564) พัฒนางานอย่างไร ให้ได้ใจคนทำงาน. ค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2566 จาก <https://ccpe.pharmacycouncil.org/>
- ศูนย์ข้อมูลข่าวสารด้านเวชภัณฑ์ กระทรวงสาธารณสุข. (2562). การประชุมคณะกรรมการพัฒนาระบบเภสัชกรรม (Chief Pharmacy Officer: CPO). ค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2566, จาก <https://dmsic.moph.go.th/index/detail/7950>
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2555). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมาคมเภสัชกรรมชุมชน. (2564). มาตรฐานการบริการด้านเภสัชกรรม. ค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.slideshare.net/UtaiSukwiwatsirikul/eyoa-3>
- สถาบันพัฒนาและสนับสนุน SME (2564) 7 กลยุทธ์เด็ดเปิดร้านขายยาอย่างไรไม่ให้เกิด. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2564, จาก <https://taokaemai.com/7-กลยุทธ์เด็ดเปิดร้านขาย/#>
- สำนักงานรับรองร้านยาคุณภาพ สมาเภสัชกรรม. (2564). การบริหารเภสัชกรรมชุมชนยุคใหม่. ค้นเมื่อ 19 ตุลาคม 2564, จาก https://pharmacycouncil.org/index.php?option=content_detail&view=detail&itemid=636&catid=31
- องค์การเภสัชกรรม. (2563). มาตรฐานการให้บริการร้านขายยา ปี 2563. ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2564, จาก <https://www2.gpo.or.th/LinkClick.aspx?fileticket=3ndDPeCzi9g%3D&tabid=430>
- อังศุรัตน์ ยิ้มละมัย และคณะ. (2563). มาตรการในการควบคุมกำกับร้านขายยาแผนปัจจุบันที่อยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาดำเนินคดี. วารสารเภสัชกรรมไทย, 11(3), 605.
- อดุลย์ กองสัมฤทธิ์. (2557). การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- Dale Ernest. (1968). *Management: Theory and Practice*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Grace, J. B. (2008). Structural equation modeling for observational studies. *Journal of Wildlife Management*, 72(1), 14-22.
- Koontz H. D. & O'Donnell, C. (1972). *Principles of Management: An Analysis of managerial functions*. New York: McGraw-Hill.
- Kotler, P & Armstrong, A. (2012). *Principles of marketing*. England: Pearson Prentice hall.
- Rajasthan. (2010). *Drug Store Management & Rational Drug Use*. State Institute of Health & Family Welfare, SIHFW: an ISO:9001:2008 certified institution.

ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสด และสภาพคล่องกับรายการคงค้างของกิจการ
กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย

The Relationship Between Cash Flow on The Liquidity and Accounting
Accruals of Consumer Industry Group Registered in
The Stock Exchange of Thailand

สารินี ศรีสงคราม¹ และ เบญจพร โมกขเวส²

Sarinee Srisongkham¹ and Benjaporn Mookhavesa²

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม กรุงเทพมหานคร^{1,2}

School of Accountancy, Sripatum University, Bangkok, Thailand^{1,2}

E-mail: sarineessk@gmail.com¹

Received: 2023-07-26; Revised: 2023-12-27; Accepted: 2023-12-28

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับรายการคงค้างของกิจการ กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และ (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพคล่องกับรายการคงค้างของกิจการ กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลจากรายงานทางการเงินของบริษัทในรอบระยะเวลาบัญชีสำหรับปีสิ้นสุด ณ 31 ธันวาคม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 ถึง พ.ศ. 2565 รวมเป็นระยะเวลา 4 ปี จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้มี 36 บริษัท โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับวิธีรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 กระแสเงินสดสุทธิจากการลงทุน กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ และอัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ไม่มีความสัมพันธ์กับรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน และรายการคงค้างจากดำเนินงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน และรายการคงค้างจากดำเนินงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: กระแสเงินสด, สภาพคล่อง, รายการคงค้าง

Abstract

This research aimed to study the relationship between cash flows on liquidity and account accruals of consumer industry groups registered on the Stock Exchange of Thailand. This is quantitative research conducted using financial data from companies' financial reports for the accounting period ending on December 31, from the year 2019 to the year 2022, totaling four years. The sample consists of 36 companies. Statistical analysis techniques include correlation analysis, multiple regression analysis, and multiple linear regression analysis. The research findings reveal that net cash flows from operations have a positive relationship with companies' method of account accruals, as measured by significant statistical indicators at the 0.01 level. However, net cash flows from investing activities, net cash flows from financing activities, current ratio, quick ratio, account receivable turnover ratio, and inventory turnover ratio do not have a significant relationship with account accruals from working capital accruals and net operation accruals, as measured at the significant statistical levels of 0.05.

Keywords: Cash flow, Liquidity, Accounting Accruals

บทนำ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เผยกลยุทธ์ระยะ 3 ปี (2564-2566) เดินหน้าบูรณาการนวัตกรรมสู่วิถีธุรกิจยุคใหม่ เน้นเพิ่มผลลัพธ์เชิงบวกสู่สังคมและสิ่งแวดล้อม ภายใต้แนวคิด "Redefine Thai Capital Market Resiliency ก้าวต่อไปตลาดทุนไทย สู่ความแข็งแกร่งของประเทศ" (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2564) นับตั้งแต่ปีที่ผ่านมาถือว่าเป็นช่วงเวลาแห่งความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและไทย จากทั้งภัยธรรมชาติ สงครามทางการค้าและโดยเฉพาะอย่างยิ่งการระบาดของ COVID-19 ที่ยังไม่คลี่คลายและกระทบต่อทุกภาคส่วน สำหรับผู้ประกอบการแล้ว สิ่งสำคัญที่ต้องกังวลในช่วงเวลาเช่นนี้คือ ความอยู่รอดของกิจการ ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่การมุ่งเน้นกำไร แต่ต้องเน้นรักษาสภาพคล่องของกิจการเช่นกัน และมาตรการเสริมสภาพคล่องที่ภาครัฐออกมาเพื่อช่วยเหลือธุรกิจที่ได้รับความเดือดร้อนจาก COVID-19 ระลอกใหม่กัน แม้วัตถุประสงค์หลักของการทำธุรกิจคือการแสวงหากำไร แต่หากต้องการให้ธุรกิจเดินไปได้ สิ่งสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงเช่นกันคือ “การรักษาสภาพคล่อง” ซึ่งหมายถึง การที่เจ้าของธุรกิจสามารถบริหารจัดการให้ธุรกิจมีกระแสเงินสดเพียงพอที่จะดำเนินธุรกิจได้โดยไม่เกิดปัญหา สภาพคล่องทางการเงินจึงมีความสำคัญต่อความอยู่รอดในการทำธุรกิจ แม้บางบริษัทจะโชว์ตัวเลขกำไร แต่พบว่าขาดสภาพคล่องและถึงขั้นปิดกิจการ นั่นเป็นเพราะงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จมีการบันทึกตามเกณฑ์เงินค่าง ณ ช่วงเวลาหนึ่ง ที่ไม่ใช่เงินสดรับจ่ายจริง จึงไม่รู้ว่าบริษัทมีเงินสดในมือมากน้อยแค่ไหน ดังนั้นถ้าจะดูว่าบริษัทนั้นๆ มีสภาพคล่องดีแค่ไหน ให้ดูงบกระแสเงินสด เพราะบริษัทจะบันทึกรายการทางบัญชีที่เกิดขึ้น ณ จุดที่บริษัทได้รับเงินเข้ามา ณ ตอนนั้น เช่น ขายสินค้าออกไปก็

บันทึกการขายการในงบกระแสเงินสดเมื่อได้รับเงินเข้ามาจริง ๆ ทำให้งบกระแสเงินสดเปรียบเสมือนเส้นเลือดที่หล่อเลี้ยงการทำธุรกิจ เมื่อนักลงทุนเห็นข้อมูลในงบกระแสเงินสดจะเริ่มรู้ว่าเงินที่จ่ายไปนั้นไปไหนบ้าง ไปอยู่ที่สินค้าหรือจ่ายคืนเจ้าหนี้ หรือเห็นว่าได้รับเงินจากลูกค้าไม่เต็มจำนวน สิ่งเหล่านี้เป็นภาพที่ไม่สามารถรู้ได้จากงบกำไรขาดทุน แต่งบกระแสเงินสดจะบอกการเปลี่ยนแปลงของเงิน เมื่อรู้และเข้าใจจะทำให้กังวลกับสถานการณ์ของธุรกิจน้อยลงและเตรียมรับมือได้ เช่น ผลการศึกษาของ พิศมัย โกลมศรี (2561) พบว่า กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน และรายการคงค้างมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต สอดคล้องกับ ยุวดี วงศ์แวงน้อย (2563) ผลการศึกษาพบว่า กระแสเงินสดในกิจกรรมการดำเนินงาน กิจกรรมลงทุน และกิจกรรมการจัดหาเงิน ส่งผลกระทบต่อการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

งบการเงินเป็นเครื่องมือของผู้บริหาร นักลงทุน สถาบันการเงิน นักวิเคราะห์และผู้สนใจทั่วไป ในการจัดทำรายงานทางการเงินของทุกบริษัทมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลการเงิน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดหาทรัพยากรให้แก่กิจการ ให้ทราบถึงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท เพื่อมุ่งหวังให้การลงทุนได้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่าและทำให้การลงทุนมีความเสี่ยงต่ำได้รับผลตอบแทนตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของบริษัทไม่ควรให้ความสำคัญเพียงกำไรในงบกำไรขาดทุนเพียงอย่างเดียว แต่ควรต้องคำนึงถึงความสามารถในการทำกำไรด้านอื่น ๆ ประกอบ เพื่อให้การตัดสินใจลงทุนมีประสิทธิภาพ โดยการหาค่ารายการคงค้าง จะเป็นตัวปรับกำไรตามเกณฑ์คงค้างให้เป็นกำไรที่เป็นกระแสเงินสด กรณีที่บริษัทมีรายการคงค้างสูงย่อมหมายความว่าบริษัทได้มีการแสดงกำไรตามเกณฑ์คงค้างที่มีความระมัดระวังน้อย ส่งผลให้บริษัทมีคุณภาพกำไรต่ำ ในทางตรงข้ามถ้ามีรายการคงค้างที่มีค่าต่ำแสดงว่าบริษัทได้มีการแสดงกำไรตามเกณฑ์คงค้างที่มีความระมัดระวังมากส่งผลให้บริษัทมีคุณภาพกำไรสูง (ดารานาถ พรหมอินทร์, 2560)

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดและสภาพคล่องกับรายการคงค้างของกิจการ กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Products) เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการผลิต หรือตัวแทนจำหน่ายสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภคต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสินค้าจำเป็นและสินค้าฟุ่มเฟือย และธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ถือเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ สำหรับธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เป็นแหล่งในการระดมเงินทุนจากประชาชนไปสู่ผู้ประกอบการ อันเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อประเทศ จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสด และสภาพคล่องกับรายการคงค้างของกิจการ กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยการศึกษาพิจารณาข้อมูลทางการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากเทคนิคการประเมินคุณภาพกำไรตามเกณฑ์คงค้าง ได้แก่ วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน และวิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีประโยชน์ต่อนักลงทุน นักวิเคราะห์ และผู้ใช้งบการเงินทั่วไป ในการนำข้อมูลช่วงปี

2562 ถึง 2565 มาประกอบการตัดสินใจลงทุน ส่วนภาคธุรกิจสามารถนำผลการศึกษามาพิจารณาตัวแปรที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพรายการคงค้างของกิจการให้ดีขึ้น และสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการบริหารงาน ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐสามารถวางแผนพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับรายการคงค้างของกิจการ ของกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพคล่องกับรายการคงค้างของกิจการ ของกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

กระแสเงินสด (Cash Flows) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานขององค์กรที่วัดจากกระแสเงินสดเข้าออก โดยตัดรายการที่ยังไม่ได้กระทบเงินสดออกไป จึงเป็นที่นิยมของผู้ใช้ข้อมูลทางการเงิน เนื่องจากได้ตัดผลต่างจากนโยบายบัญชีและพิจารณาเฉพาะรายการที่เป็นเงินสด (กุสุมา คำพิทักษ์ และพนารักษ์ ปานมณี, 2560) และสภาวิชาชีวะบัญชา (2561) กล่าวว่า การนำเสนองบกระแสเงินสด กิจการต้องแสดงกระแสเงินสดรับและกระแสเงินสดจ่ายที่เกิดขึ้นในระหว่างรอบระยะเวลารายงาน โดยจำแนกกระแสเงินสดเป็น 3 กิจกรรม ดังนี้ 1) กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน 2) กระแสเงินสดสุทธิจากการลงทุน และ 3) กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน พิศมัย โกมลศรี (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน รายการคงค้าง และสินทรัพย์ดำเนินงานสุทธิ กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร และในทำนองเดียวกันกับผลการศึกษาของ ยุวดี วงศ์แว่นน้อย (2563) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของกระแสเงินสดและคุณภาพงานสอบบัญชีที่มีผลต่อการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษพบว่ากระแสเงินสด ได้แก่ กิจกรรมการดำเนินงาน กิจกรรมการลงทุน และกิจกรรมการจัดหาเงิน มีผลกระทบทางบวกต่อการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างจากการดำเนินธุรกิจ และรายการคงค้างตามดุลพินิจของผู้บริหาร ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ขณะที่ผลการศึกษาของ สุดารัตน์ หอมกลิ่น (2558) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินกับรายการคงค้างของกิจการ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) ผลการศึกษากลับพบว่า กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายการคงค้างของกิจการตามตัวแบบที่ 1 กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อรายการคงค้างของกิจการตามตัวแบบที่ 2

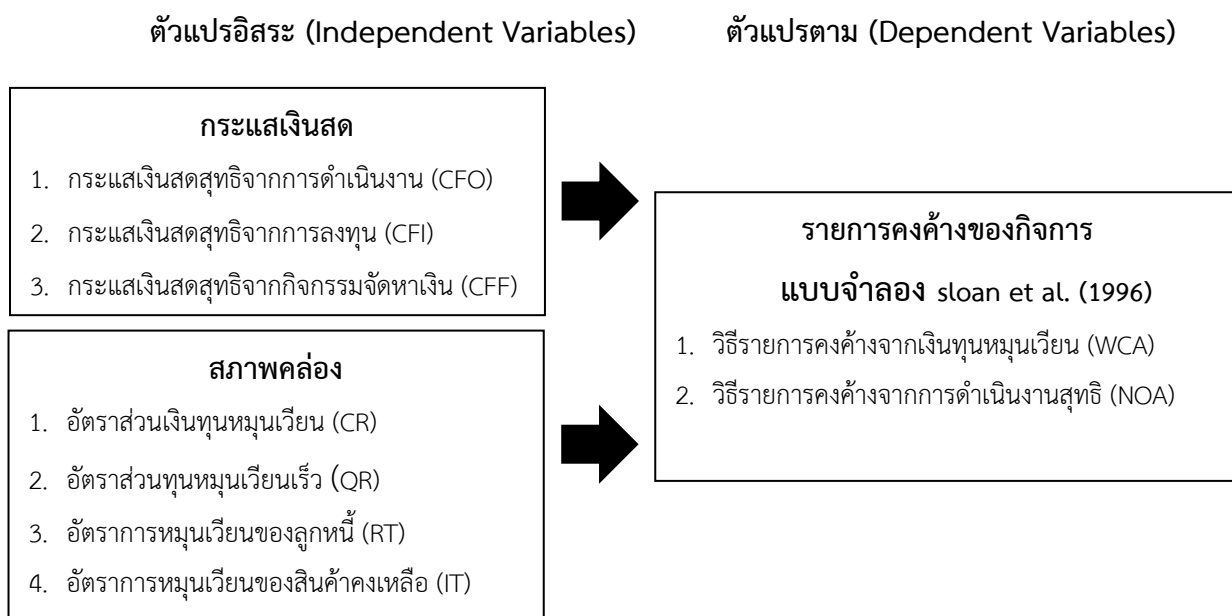
สุรกิจ คำวงศ์ปิ่น (2559) ได้กล่าวไว้ว่า สภาพคล่องมีองค์ประกอบ คือ ระยะเวลา (Time) ที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สภาพคล่องให้เป็นเงินสด จำนวนเงิน (Amount) ของสินทรัพย์สภาพคล่องที่เพียงพอต่อ

การจ่ายชำระค่าใช้จ่ายดำเนินงานและภาระหนี้สินที่ถึงกำหนด และต้นทุน (Cost) โดยสามารถแปลงสินทรัพย์สภาพคล่องให้เป็นเงินสดได้อย่างทันเวลาด้วยต้นทุนที่ต่ำ ดังนั้น อัตราส่วนวัดสภาพคล่องภายใน (Internal Liquidity Ratios) ก็คือ อัตราส่วนที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการจ่ายคืนภาระผูกพันทางการเงินระยะสั้น และการจ่ายชำระค่าใช้จ่ายดำเนินงานตามรอบระยะเวลาดำเนินงานตามปกติ หรือไม่เกิน 1 ปี และเสกศักดิ์ จำเริญวงศ์ (2554) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารเงินทุนหมุนเวียนไว้ว่าการบริหารเงินสด การบริหารลูกหนี้ การบริหารสินค้าคงคลัง โดยพยายามให้สินทรัพย์เหล่านั้นอยู่ในระดับที่พอเหมาะ มีสภาพคล่องเพียงพอ และมีต้นทุนเสียโอกาสต่ำสุด

รายการคงค้าง (Accruals) นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงว่า คุณภาพของรายการคงค้างหมายถึงความสามารถของรายการคงค้างที่จะสะท้อนกระแสเงินสดในอดีตปัจจุบันและอนาคตได้และไม่ได้เกิดจากการตกแต่งกำไรของผู้บริหาร (ดาวเรือง แสงคำ และจอมใจ แซมเพชร, 2560) และรายการคงค้างหมายถึงรายการที่ยังไม่ได้รับหรือจ่ายเงินสดแต่กิจการจะต้องบันทึกเป็นรายได้และค่าใช้จ่ายเมื่อไหร่การดังกล่าวนี้เกิดขึ้นและเข้าเงื่อนไขการรับรู้รายการตามเกณฑ์คงค้าง (พิศมัย โกมลศรี, 2561) ซึ่งมีนักวิจัยหลายท่านได้ทำการศึกษารายการคงค้างของกิจการ เพื่อให้ได้ข้อมูลการวิเคราะห์ผลการวิจัยที่สะท้อนถึงคุณภาพกำไรผ่านรายการคงค้างด้วยแบบจำลอง sloan et al. (1996) วัดรายการคงค้างของกิจการทั้งหมด 2 ด้าน คือ (1) วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน (2) วิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ ซึ่งรายการคงค้างเป็นตัวปรับกำไรตามเกณฑ์คงค้างให้เป็นกำไรที่เป็นกระแสเงินสด หากบริษัทมีผลจากการคำนวณรายการคงค้างมากนั้น หมายถึงบริษัทได้มีการแสดงกำไรตามเกณฑ์คงค้างที่มีความระมัดระวังน้อย ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพกำไรของบริษัทที่ต่ำ ในทางตรงกันข้ามนั้นหากผลจากการคำนวณรายการคงค้างต่ำ หมายถึงบริษัทได้แสดงกำไรตามเกณฑ์คงค้างที่มีความระมัดระวังมาก ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพกำไรของบริษัทที่สูง (ธนวัฒน์ กนกวลี, 2565)

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน (CFO) กระแสเงินสดสุทธิจากการลงทุน (CFI) กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน (CFS) และสภาพคล่อง ประกอบด้วย อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR) อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ (RT) อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ (IT) และผู้วิจัยนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นตัวรายการคงค้างตามรูปแบบของ Sloan et al. (1996) วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน (WCA) และวิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงาน (NOA) เพื่อให้ได้ข้อมูลในการวิเคราะห์ผล สรุปผล อภิปรายผลวิจัย ของความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสด และสภาพคล่องกับรายการคงค้างของกิจการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 กระแสเงินสดมีความสัมพันธ์กับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน ของกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 สภาพคล่องมีความสัมพันธ์กับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน ของกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 กระแสเงินสดมีความสัมพันธ์กับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ ของกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 4 สภาพคล่องมีความสัมพันธ์กับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ ของกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางแผนการวิเคราะห์ข้อมูลโดยจะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสด สภาพคล่องกับรายการคงค้างของกิจการ มาทำการลงรหัสและประมวลผลข้อมูล เพื่อการวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คือมีนัยสำคัญทางสถิติ และระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 คือมีนัยสำคัญทางสถิติอย่างสูง โดยใช้วิธีการทดสอบทางสถิติ (1) การวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อศึกษาค่าเฉลี่ย (Mean)

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสูงสุด (Maximum) และค่าต่ำสุด (Minimum) ของตัวแปร (2) การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และ (3) การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์และทดสอบสมมติฐานของ กระแสเงินสด และสภาพคล่อง กับรายการคงค้างของกิจการ ซึ่งวัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียนและวิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจการเงิน สินค้าอุตสาหกรรม อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ทรัพยากร บริการ และเทคโนโลยี รวม 684 บริษัท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) เนื่องจากประชากรที่ใช้ในการศึกษาผ่านตามหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเมื่อผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลและคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเงื่อนไขดังกล่าวข้างต้น (ซึ่งไม่รวมถึงบริษัทที่อยู่ระหว่างการฟื้นฟูผลการดำเนินงาน บริษัทที่อยู่ในกลุ่ม MAI industry หรือธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม บริษัทที่ไม่แจ้งว่าประสงค์จะให้เปิดเผยข้อมูลและบริษัทที่ไม่มีความสมบูรณ์ของข้อมูลหรือบริษัทที่ได้มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับผลการดำเนินงานในระหว่างปี) โดยกลุ่มตัวอย่างจะจำกัดเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ติดต่อกันระหว่างปี พ.ศ.2562 - พ.ศ.2565 จำนวน 36 บริษัท รวมทั้งสิ้น 144 ตัวอย่าง (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2565)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในงบการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย งบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ และงบกระแสเงินสด จากข้อมูลที่มีการเปิดเผยจากเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปี ระหว่างปี พ.ศ.2562 - พ.ศ.2565

ตารางที่ 1 แสดงเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ตัวย่อ	ตัวแปร	วัดค่าโดย
ตัวแปรอิสระ		
CFO	กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน	มูลค่ากระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานที่ปรากฏในงบกระแสเงินสด
CFI	กระแสเงินสดสุทธิจากการลงทุน	มูลค่ากระแสเงินสดสุทธิจากการลงทุนที่ปรากฏในงบกระแสเงินสด
CFF	กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน	มูลค่ากระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงินที่ปรากฏในงบกระแสเงินสด
CR	อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน	$\frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียน}}{\text{หนี้สินหมุนเวียน}}$

ตัวย่อ	ตัวแปร	วัดค่าโดย
QR	อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว	สินทรัพย์หมุนเวียนเร็ว หนี้สินหมุนเวียน
RT	อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้	ขายสุทธิ ลูกหนี้การค้าถัวเฉลี่ย
IT	อัตราการหมุนเวียนของสินค้า	ต้นทุนขายสินค้า สินค้าคงเหลือเฉลี่ย

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปรตาม		
WCA	วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน	การเพิ่มขึ้นในบัญชีลูกหนี้ + การเพิ่มขึ้นของสินค้าคงเหลือ + การลดลงในบัญชีเจ้าหนี้และค้างจ่าย + การลดลงในภาษีค้างจ่าย + การเพิ่มขึ้นในสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น ๆ + การลดลงหนี้สินหมุนเวียนอื่น ๆ สินทรัพย์รวมถัวเฉลี่ย
NOA	วิธีรายการคงค้างจากดำเนินงานสุทธิ	กำไรก่อนรายการพิเศษ – กระแสเงินสดจาก กิจกรรมดำเนินงาน สินทรัพย์รวมถัวเฉลี่ย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้าและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้จากรายงานทางการเงิน ประกอบไปด้วย งบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ และ งบกระแสเงินสดจากเว็บไซต์ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยบันทึกไว้ใน Microsoft Office Excel เพื่อให้สามารถนำตัวแปรตามที่กำหนดไว้ไปวิเคราะห์ข้อมูลในโปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเบื้องต้น ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักสำหรับการวิจัยตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ทั้งในส่วนของตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยมุ่งเน้นวัดความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดและสภาพคล่องรายการคงค้างของกิจการ โดยที่

ตัวแปรอิสระ คือ กระแสเงินสด ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่ กระแสเงินสดและสภาพคล่อง โดยที่กระแสเงินสด มีตัวแปรย่อย 3 ตัวแปร ได้แก่ กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน (CFO) กระแสเงินสดสุทธิจากการลงทุน (CFI) กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน (CFF) และสภาพคล่อง มีตัวแปรย่อย 4 ตัวแปร ได้แก่ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ โดยทำการสำรวจหลักฐานการมีอยู่จริง ซึ่งได้จากการค้นคว้าจากฐานข้อมูลที่มีการเปิดเผยจากเว็บไซต์ของ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย <https://www.setsmart.com/> ประกอบด้วย

รายงานทางการเงินของที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ในปี พ.ศ. 2562 - พ.ศ. 2565

ตัวแปรตาม คือ รายการคงค้างของกิจการ ซึ่งวัดค่าจากรายการคงค้างของกิจการโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียนและวิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ ซึ่งเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ใช้ในการประเมินผล และสามารถสะท้อนถึงรายการคงค้างของกิจการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคและบริโภค สำหรับการวัดรายการคงค้างของกิจการนั้นมีหลายแนวคิดและเทคนิคมากมาย ซึ่งสามารถวัดได้ทั้งในรูปของข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ หรือแม้กระทั่งการผสมผสานข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อสะท้อนถึงรายการคงค้างจากการดำเนินงานของกิจการ แท้จริงและเป็นฐานข้อมูลที่ช่วยให้วิเคราะห์คุณภาพกำไรของกิจการวัดด้วยรายการคงค้าง ที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นตัวรายการคงค้างตามตัวแบบของ Sloan et al. (1999) ที่ได้รับการยอมรับจากนักวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศสำหรับใช้ในการประเมินรายการคงค้างของกิจการของบริษัทซึ่งจะประกอบด้วย 1) วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน และ 2) วิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปร

ตัวแปร	หน่วย (N)	ค่าต่ำสุด (MINIMUM)	ค่าสูงสุด (MAXIMUM)	ค่าเฉลี่ย (MEAN)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (STD. DEVIATION)
CFO	ล้านบาท	-577.74	1,055.35	161.12	257.82
CFI	ล้านบาท	-1,165.95	1,580.73	-30.95	295.88
CFF	ล้านบาท	-1,330.12	427.92	-126.83	231.22
CR	เท่า	0.99	216.06	7.14	23.92
QR	เท่า	0.22	21.96	2.27	2.89
RT	เท่า	2.49	46.39	7.52	7.27
IT	เท่า	0.25	14.00	2.98	2.26
WCA	ร้อยละ	-0.59	2.15	0.02	0.24
NOA	ร้อยละ	-0.35	0.40	-0.04	0.10

ตัวแปรอิสระมีจำนวน 7 ตัวแปร ประกอบด้วย กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน (CFO) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -577.74 ล้านบาท มีค่าสูงสุดเท่ากับ 1,055.35 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 161.12 ล้านบาท และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 257.82 ล้านบาท กระแสเงินสดสุทธิจากการลงทุน (CFI) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -1,165.95 ล้านบาท มีค่าสูงสุดเท่ากับ 1,580.73 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -30.95 ล้านบาท และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 295.88 ล้านบาท กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน (CFF) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -1,330.12 ล้านบาท มีค่าสูงสุดเท่ากับ 427.92 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ -126.83 ล้านบาท และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 231.22 ล้านบาท อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR)) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.99 เท่า มีค่าสูงสุดเท่ากับ 216.06 เท่า มีค่าเฉลี่ย 7.14 เท่า และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 23.92 เท่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.22 เท่า มีค่าสูงสุดเท่ากับ 21.96 เท่า มีค่าเฉลี่ย

2.27 เท่า และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.89 เท่า อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ (RT) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 2.49 เท่า มีค่าสูงสุดเท่ากับ 46.39 เท่า มีค่าเฉลี่ย 7.52 เท่า และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 7.27 เท่า อัตราการหมุนเวียนของสินค้า (IT) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.25 เท่า มีค่าสูงสุดเท่ากับ 14.00 เท่า มีค่าเฉลี่ย 2.98 เท่า และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.26 เท่า

ตัวแปรตามมีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน (WCA) มีค่าต่ำสุดร้อยละ -0.59 มีค่าสูงสุดร้อยละ 2.15 มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 0.02 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานร้อยละ 0.24 วิธีรายการคงค้างจากดำเนินงานสุทธิ (NOA) มีค่าต่ำสุดร้อยละ 0.35 มีค่าสูงสุดร้อยละ 0.40 มีค่าเฉลี่ยร้อยละ -0.04 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานร้อยละ 0.10

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

ตัวแปรอิสระ	CFO	CFI	CFF	CR	QR	RT	IT
CFO	1						
CFI	-0.238**	1					
CFF	-0.525**	-0.229**	1				
CR	-0.121	0.023	0.082	1			
QR	-0.124	0.064	0.027	0.446**	1		
RT	-0.005	-0.042	0.024	0.076	0.128	1	
IT	0.321**	-0.104	-0.209*	-0.193*	-0.072	-0.149	1

*. มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 **. มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน (CFO) กระแสเงินสดสุทธิจากการลงทุน (CFI) กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน (CFF) อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR) อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ (RT) และ อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ (IT) ไม่มีความสัมพันธ์กันสูง นั่นคือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในช่วงระหว่าง -0.005 ถึง 0.525 ซึ่งน้อยกว่า 0.80 ซึ่งไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงนำตัวแปรอิสระที่กล่าวข้างต้นเข้าสมการถดถอย เพื่อวิเคราะห์การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลกระแสเงินสดมีความสัมพันธ์กับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน

Variable	Coefficients			T	Sig.	Coefficients	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.13	0.24		0.555	0.580		
CFO	4.488	0.00	0.049	0.447	0.655	0.588	1.700
CFI	-5.491	0.00	-0.069	-0.718	0.474	0.770	1.299
CFF	4.732	0.00	0.046	0.424	0.672	0.591	1.693

ค่าสำคัญทางสถิติ $R = 0.010$ (1%) $R^2 = 0.100$ (10%)

ค่า Adjusted R Square = -0.011 (1.1%) ค่า Durbin-Watson = 1.871

$$WCA_{it} = \beta_0 + \beta_1 CFO_{it} + \beta_2 CFI_{it} + \beta_3 CFF_{it} + \varepsilon$$

จากการวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระกับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน (WCA) พบว่ามีค่า VIF น้อยกว่า 10 กล่าวคืออยู่ระหว่าง 1.299 - 1.700 นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรอิสระอยู่ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ไม่มีอัตตะสัมพันธ์ในข้อมูล (Autocorrelation) เนื่องจากค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.871 ดังนั้นจึงนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่ตัวแบบสมการการถดถอย ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์พบว่า ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับร้อยละ 1 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (adjusted R square) มีค่าเท่ากับร้อยละ 1.1 ตัวแบบนี้สามารถอธิบายความเปลี่ยนแปลงของวิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน (WCA) คิดเป็นร้อยละ 1 และมีอำนาจการตัดสินใจ (R square) มีค่าเท่ากับ 0.100 หมายความว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดของตัวแบบนี้สามารถอธิบายความเปลี่ยนแปลงของวิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน (WCA) คิดเป็นร้อยละ 10.00 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน (CFO) กระแสเงินสดสุทธิจากการลงทุน (CFI) และกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน (CFF) ไม่มีความสัมพันธ์กับ วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน (WCA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพคล่องมีความสัมพันธ์กับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน

Variable	Coefficients			T	Sig.	Coefficients	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-0.019	0.043		-0.444	0.658		
CR	0.000	0.001	0.029	0.304	0.761	0.775	1.291
QR	-0.007	0.008	-0.088	-0.937	0.350	0.791	1.264
RT	0.000	0.003	0.006	0.075	0.940	0.964	1.037
IT	0.016	0.009	0.155	1.808	0.073	0.944	1.060

ค่าสำคัญทางสถิติ $R = 0.030$ (3.00%) $R^2 = 0.174$ (17.4%)
 ค่า Adjusted R Square = 0.002 (0.2%) ค่า Durbin-Watson = 1.960

$$WCA_{it} = \beta_0 + \beta_1 CR_{it} + \beta_2 QR_{it} + \beta_3 RT_{it} + \beta_4 IT_{it} + \varepsilon$$

จากการวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระกับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน (WCA) พบว่ามีค่า VIF น้อยกว่า 10 กล่าวคืออยู่ระหว่าง 1.037 - 1.291 นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรอิสระอยู่ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ไม่มีอัตตะสัมพันธ์ในข้อมูล (Autocorrelation) เนื่องจากค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.960 ดังนั้นจึงนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่ตัวแบบสมการการถดถอย ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์พบว่า ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับร้อยละ 3 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (adjusted R square) มีค่าเท่ากับร้อยละ 2 และมีอำนาจการตัดสินใจ (R square) มีค่าเท่ากับ 0.174 หมายความว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดของตัวแบบนี้สามารถอธิบายความเปลี่ยนแปลงของวิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน (WCA) คิดเป็นร้อยละ 17.40 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR) อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) อัตราการ

หมุนเวียนของลูกหนี้ (RT) และอัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ (IT) ไม่มีความสัมพันธ์กับวิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน (WCA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลกระแสเงินสดมีความสัมพันธ์กับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ

Variable	Coefficients			T	Sig.	Coefficients	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-0.020	0.009		-2.247	0.026		
CFO	0.000	0.000	-0.338	-3.286	0.001**	0.588	1.700
CFI	-2.045	0.000	-0.064	-0.708	0.480	0.770	1.299
CFF	2.190	0.000	0.053	0.519	0.605	0.591	1.693

ค่าสำคัญทางสถิติ $R = 0.131$ (13.10%) $R^2 = 0.362$ (36.20%)

ค่า Adjusted R Square = 0.112 (11.20%) ค่า Durbin-Watson = 2.121

*. มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**. นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

$$NOA_{it} = \beta_0 + \beta_1 CFO_{it} + \beta_2 CFI_{it} + \beta_3 CFF_{it} + \varepsilon$$

จากการวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระกับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ (NOA) พบว่ามีค่า VIF น้อยกว่า 10 กล่าวคือ อยู่ระหว่าง 1.299 – 1.700 นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรอิสระอยู่ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ไม่มีอัตราสัมพันธ์ในข้อมูล (Autocorrelation) เนื่องจากค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 2.121 ดังนั้นจึงนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่ตัวแบบสมการการถดถอย ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์พบว่า ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับร้อยละ 13.10 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (adjusted R square) มีค่าเท่ากับร้อยละ 11.20 สามารถอธิบายความเปลี่ยนแปลงของวิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ (NOA) คิดเป็นร้อยละ 13.10 และมีอำนาจการตัดสินใจ (R square) มีค่าเท่ากับ 0.362 หมายความว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดของตัวแบบนี้ สามารถอธิบายความเปลี่ยนแปลงของวิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ (NOA) คิดเป็นร้อยละ 36.20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน (CFO) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับวิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ (NOA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3.1 อย่างไรก็ตามกระแสเงินสดสุทธิจากการลงทุน (CFI) และกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน (CFF) ไม่มีความสัมพันธ์กับวิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ (NOA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพคล่องมีความสัมพันธ์กับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ

Variable	Coefficients			T	Sig.	Coefficients	
	B	SE	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-0.045	0.018		-2.560	0.012		
CR	0.000	0.000	-0.057	-0.595	0.553	0.775	1.291
QR	0.005	0.003	0.143	1.510	0.133	0.791	1.264
RT	-0.001	0.001	-0.040	-0.467	0.641	0.964	1.037
IT	-0.001	0.004	-0.020	-0.233	0.816	0.944	1.060

ค่าสำคัญทางสถิติ $R = 0.017$ (1.70%) $R^2 = 0.130$ (13.00%)
 ค่า Adjusted R Square = -0.011 (1.1%) ค่า Durbin-Watson = 1.886

$$NOA_{it} = \beta_0 + \beta_1 CR_{it} + \beta_2 QR_{it} + \beta_3 RT_{it} + \beta_4 IT_{it} + \varepsilon$$

จากการวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระกับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ (NOA) พบว่ามีค่า VIF น้อยกว่า 10 กล่าวคืออยู่ระหว่าง 1.037 – 1.291 นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรอิสระอยู่ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ไม่มีอัตราสัมพันธ์ในข้อมูล (Autocorrelation) เนื่องจากค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.886 ดังนั้นจึงนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่ตัวแบบสมการการถดถอย ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์พบว่า ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับร้อยละ 1.7 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (adjusted R square) มีค่าเท่ากับร้อยละ 1.1 สามารถอธิบายความเปลี่ยนแปลงของวิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ (NOA) คิดเป็นร้อยละ 1.7 และมีอำนาจการตัดสินใจ (R square) มีค่าเท่ากับ 0.130 หมายความว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดของตัวแบบนี้สามารถอธิบายความเปลี่ยนแปลงของวิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ (NOA) คิดเป็นร้อยละ 13 ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR) อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (QR) อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ (RT) และอัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ (IT) ไม่มีความสัมพันธ์กับวิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ (NOA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสด และสภาพคล่องกับรายการคงค้างของกิจการ กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษิตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระแสเงินสดกับรายการคงค้างของกิจการ ของกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า กระแสเงินสดมีความสัมพันธ์กับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ ของกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับวิธีรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจาก

การดำเนินงานสุทธิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ยูวดี วงศ์แว่น้อย (2563) ศึกษาผลกระทบของกระแสเงินสดและคุณภาพงานสอบบัญชีที่มีผลต่อการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กระแสเงินสด ได้แก่ กิจกรรมการดำเนินงาน กิจกรรมการลงทุน และกิจกรรมการจัดหาเงิน มีผลกระทบทางบวกต่อการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิศมัย โภมลศรี (2561) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน รายการคงค้าง และสินทรัพย์ดำเนินงานสุทธิ กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร ผลการศึกษาพบว่า กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน และ รายการคงค้างมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธิษยา พิสุทธ์จินดา (2556) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินกับรายการคงค้างของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) พบว่า รายการคงค้างมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน และผลการวิจัยของ Collins และ Hribar พบว่า การจัดทำงานแสดงฐานะการเงินเป็นหลักในการวัดรายการคงค้างนั้นก่อให้เกิดความโน้มเอียงในการวัดอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะบริษัทที่มีการควบกิจการหรือซื้อกิจการ ทำให้การดำเนินงานหยุดชะงัก และมีการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะกระแสเงินสดจากการดำเนินงานเป็นตัวแปรอธิบายและอัตราผลตอบแทนของหุ้นเป็นตัวแปรตาม (Collins & Hribar, 1999) ยังมีผลการศึกษาของ Patricia (1994) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างกำไรทางบัญชี กระแสเงินสดจากการดำเนินงานและรายการคงค้างของกิจการ ผลการศึกษาพบว่า กระแสเงินสดจากการดำเนินงานจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่สะท้อนต่อมูลค่ารายการคงค้างของกิจการ เช่นเดียวกับกำไรทางบัญชี กล่าวคือ ถ้ากระแสเงินสดจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้น รายการคงค้างจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีผลงานวิจัยที่นำกระแสเงินสดมาหาความสัมพันธ์กับกำไรในอนาคตจากตัวแบบของ Sloan (1996) คือ Hirshleifer et al. (2004) และ Richardson et al (2006) โดยอยู่ภายใต้สมมติฐานที่ว่า ข้อมูลเกี่ยวกับกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน และรายการคงค้างให้เป็นประโยชน์ในการประเมินความสามารถของกิจการที่จะได้รับเงินสดหรือรายการเทียบเท่าเงินสด อาจเนื่องมาจากกระแสเงินสดและรายการคงค้างเป็นองค์ประกอบของกำไรในปัจจุบัน กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานจะมีความสามารถในการอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงต่อรายการคงค้างได้ดี และส่วนของกระแสเงินสดจากการดำเนินงานยังเป็นกระแสเงินสดที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมหลักที่ก่อให้เกิดรายได้หลักของกิจการเป็นรายได้ที่เกิดขึ้นอย่างแน่นอน (พิศมัย โภมลศรี, 2561)

นอกจากนี้ กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน กระแสเงินสดสุทธิจากการลงทุน กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน ไม่มีความสัมพันธ์กับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน และพบว่า กระแสเงินสดจากการลงทุน และกระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงิน ไม่มีความสัมพันธ์กับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยวัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาของ สุดารัตน์ หอมกลิ่น (2558) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินกับรายการคงค้างของกิจการ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาด

หลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน กำไรจากการดำเนินงาน กำไรต่อหุ้น อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทน ส่วนของผู้ถือหุ้น ตัวแปรตาม ประกอบด้วย รายการคงค้างของกิจการ ผลการศึกษาพบว่า ผลการดำเนินงานทางการเงินของกิจการมีความสัมพันธ์ต่อรายการคงค้างของกิจการบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) คือ กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อรายการคงค้างของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% สอดคล้องกับผลงานวิจัย จิรบุษ สันโดษ (2548) พบว่า ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงลบกับรายการคงค้างของกิจการ กระแสเงินสดจากการดำเนินงานมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับรายการคงค้าง สอดคล้องกับ ศรีัญญา คมขุนทด (2555) และ Park and Ro (2004) อาจเป็นไปได้ว่า คุณภาพกำไรของ บริษัทจดทะเบียนในกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค รับรู้รายได้เร็วเกินไป การเพิ่มกำไรด้วยรายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว และการชะลอรายได้ของงวดปัจจุบันออกไปในงวดหน้า จากการศึกษาของ กมลชนก สกุลเจริญ (2563) พบว่า รูปแบบการตกแต่งบัญชีที่มีผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในกลุ่ม อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ได้แก่ การรับรู้รายได้เร็วเกินไป การบันทึกรายได้ล่วงหน้า การเพิ่มกำไรด้วย รายการที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว และการชะลอรายได้ของงวดปัจจุบันออกไปในงวดหน้า ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบ วิธีการวิเคราะห์คุณภาพกำไรทั้ง 3 วิธี รูปแบบการตกแต่งบัญชีที่พบมากที่สุด คือ การบันทึกรายได้ล่วงหน้า เนื่องจากมีผลกระทบต่อคุณภาพกำไร โดยวิธีคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน วิธีคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ รวม และวิธีรายการคงค้างรวม วิธีการที่นิยมมาใช้ในการตกแต่งบัญชีมากที่สุด ได้แก่ รายการสินทรัพย์และหนี้สินที่แสดงไว้ไม่ตรงกับข้อเท็จจริง และการสร้างมูลค่าหรือราคาของรายการธุรกิจระหว่างกัน รองลงมา ได้แก่ การบันทึกรายได้ที่ไม่เกิดขึ้นจริง

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพคล่องกับรายการคงค้างของกิจการ ของกลุ่มอุตสาหกรรม สินค้าอุปโภคบริโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ไม่มีความสัมพันธ์กับรายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน และวัดค่า โดยใช้วิธีรายการคงค้างจากดำเนินงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษา ของ พิมลวรรณ ตรีพัฒนสิทธิ์ และภัทรณ์ชชา โชติคุณากิตติ (2564) พบว่า อัตราส่วนทางการเงินมีความสัมพันธ์กับรายการคงค้างในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ผลการศึกษาของ Phattanapunyawat (2019) พบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายการคงค้าง แสดงว่าบริษัทในกลุ่มเอ็มเอไอที่มีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนสูงจะมีการรายงานคงค้างจำนวนมาก และผล การศึกษาของ ดิรนนท์ รุ่งสว่าง (2558) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเลือกรูปแบบการตกแต่งตัวเลขทาง บัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) พบว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน รายการคงค้างและขนาดของกิจการส่งผลต่อการเลือกรูปแบบการตกแต่งตัวเลขทางบัญชีในเรื่องการบันทึก ค่าใช้จ่าย การรับรู้รายได้ และการแสดงและเปิดเผยสินทรัพย์หนี้สิน ส่วนรูปแบบการตกแต่งตัวเลขทางบัญชีใน

เรื่องการบันทึกรายจ่ายฝ่ายทุน และการเปลี่ยนแปลงนโยบายการบัญชี ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรที่นำมาใช้ในการวิจัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

กิจการควรให้ความสำคัญและตระหนักถึงกระแสเงินสด และสภาพคล่องที่มีความสัมพันธ์ต่อรายการคงค้างของกิจการ ประกอบด้วย รายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีคงค้างจากเงินทุนหมุนเวียน ได้แก่ อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ รายการคงค้างของกิจการ วัดค่าโดยใช้วิธีรายการคงค้างจากการดำเนินงานสุทธิ ได้แก่ กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน กระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมจัดหาเงิน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราการหมุนเวียนของลูกหนี้ อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงกระแสเงินสดสุทธิและสภาพคล่องเงินทุนหมุนเวียนในด้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่กิจการ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และทำให้มีผลประกอบการที่ดีในระยะยาวซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของกิจการ เป็นไปตามหลักทฤษฎีตลาดที่มีประสิทธิภาพ (Efficient Market Hypothesis) ที่เชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงในราคาหลักทรัพย์จะสอดคล้องกับข่าวสารข้อมูลการเปลี่ยนแปลงในปัจจัยพื้นฐานของกิจการ โดยตลาดที่มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจะเป็นตลาดที่นักลงทุนใช้คาดการณ์ผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ได้ การตกแต่งกำไรโดยการใช้จ่ายรายการคงค้าง ส่งผลให้รายได้หรือค่าใช้จ่ายสามารถเพิ่มขึ้นหรือลดลงชั่วคราว เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ส่งผลให้กำไรของกิจการไม่อยู่ในรูปของกระแสเงินสด ดังนั้นผู้บริหารจึงมักใช้ดุลพินิจในการตั้งรายการคงค้าง เป็นไปตามหลักทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) เนื่องจากกิจการที่มีรายการคงค้างสูงที่เป็นผลจากการเลือกใช้นโยบาย และข้อสมมติต่าง ๆ ของผู้บริหารย่อมหมายความว่าอาจมีการแสดงกำไรตามเกณฑ์คงค้างที่มีความระมัดระวังน้อย ส่งผลให้กิจการมีคุณภาพกำไรต่ำ กิจการที่มีคุณภาพกำไรสูงย่อมมีความเสี่ยงน้อยกว่ากิจการที่มีคุณภาพกำไรต่ำ เนื่องจากกิจการเหล่านี้จะจัดทำตัวเลขกำไรโดยใช้นโยบายบัญชีที่ยึดหลักความระมัดระวัง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นเพียงการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเป็นข้อมูลเบื้องต้นเท่านั้น ดังนั้นควรนำข้อมูลดังกล่าวไปพิจารณาร่วมกับข้อมูลที่ไม่เป็นตัวเงิน เช่น ประวัติและประสบการณ์ของผู้บริหารของบริษัท สภาพแวดล้อมการแข่งขันในธุรกิจของบริษัท เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจได้ดีขึ้น
2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีการศึกษาเฉพาะขอบเขต ซึ่งการวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างกว้างขึ้น เก็บกลุ่มตัวอย่างในอุตสาหกรรมอื่น ๆ หรือประชากรที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใหม่เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับงานวิจัยในครั้งนี้และในอนาคตต่อไป
3. เทคนิคการวิเคราะห์รายการคงค้างมีหลายวิธี ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาจากแบบจำลองของ Kothari et al (2005) และแบบจำลอง Dechow et al (1995) เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับงานวิจัยในครั้งนี้และในอนาคตต่อไป

4. การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มตัวแปรอิสระให้มากขึ้นเพื่อดูความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระอื่น ๆ ที่จะมีผลกับประสิทธิภาพในการดำเนินงานนอกจากตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กมลชนก สกุลเจริญ. (2563). ผลกระทบของการตกแต่งบัญชีและการกำกับดูแลกิจการที่มีต่อคุณภาพกำไรของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศาสตร์*, 17(1), 42-56.
- กุสุมา คำพิทักษ์ และพนารักษ์ ปานมณี. (2560). ความสามารถพยากรณ์ของข้อมูลผลการดำเนินงานในอดีต ในการพยากรณ์กำไรในอนาคต. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*, 57(3), 77-99.
- จิรบุษ สันโตษ. (2548). ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินและรายการคงค้างของกิจการ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปรัชญานิพนธ์มหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดารานาถ พรหมอินทร์. (2560). ความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานและคุณภาพกำไรต่อราคาตลาดหลักทรัพย์ของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี (วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2565). รายชื่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์. ค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2565, จาก <https://www.set.or.th/th/company/companylist.html>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2566). ข้อมูลราคาหลักทรัพย์ย้อนหลัง 5 ปี. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2566, จาก <https://www.setsmart.com>
- ดิรนนท์ รุ่งสว่าง. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกรูปแบบการตกแต่งตัวเลขทางบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET). *วารสารสารสนเทศ*, 14(2), 107- 118.
- ธิตยา พิสุทธิจินดา. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงิน กับรายการคงค้างของบริษัท จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พิมลวรรณ ตรีพัฒนสิทธิ์ และภัทรณัชชา โชติคุณากิตติ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงิน กับรายการคงค้างของบริษัทจดทะเบียนในตลาดทางเลือกการลงทุน (เอ็ม เอ ไอ). *วารสารรัชภาคย์*, 15(41), 126-139.
- พิศมัย โกมลศรี. (2561). ความสัมพันธ์ของกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงาน รายการคงค้าง และสินทรัพย์ ดำเนินงานสุทธิ กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ยุวดี วงศ์แว่น้อย. (2563). ผลกระทบของกระแสเงินสดและคุณภาพงานสอบบัญชีที่มีผลต่อการจัดการกำไร ผ่านรายการคงค้างของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์ และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(8), 175-195.

- สูตรรัตน์ หอมกลิ่น. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานทางการเงินกับรายการคงค้างของกิจการ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI). *วารสารวิจัยและพัฒนา โดยกองการณในพระบรมราชูปถัมภ์*, 10(1), 69-75.
- สุรกิจ คำวงศ์ปิ่น. (2559). *การวิเคราะห์รายงานทางการเงิน แนวทางและกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Hirshleifer, Hou, Teoh, and Zhang (2004). Do investors overvalue firms with bloated balance sheet?. *Journal of Accounting and Economics*, 38, 297-331.
- Collins, W. & Hribar, P. (1999). Earnings-based and accrual-based market anomalies: One effect or two. *Journal of Accounting and Economics*, 29(1), 101-123.
- Dechow, P. M., Sloan, R. G. and Sweeney. A. (1995). Detecting earnings management. *The Accounting Review*, 70, 193-225.
- Kothari, S. P., A. J. and Wasley. C. E. (2005). Performance matched discretionary accrual measures. *Journal of Accounting & Economics*, 39, 163-197.
- Park, Myung Seok and Byung T. Ro. (2004). The effect of firm-industry earnings correlation and announcement timing on firms' accrual decision. *The British Accounting Review*, 36, 269-289.
- Patricia M. Dechow, Amy, P. (1999). Hutton and Richard G. Sloan, An Empirical Assessment of the Residual Income Valuation Model. *Journal of Accounting and Economics, Elsevier*, 26(1-3), 1-34.
- Phattanapunyawat, Y. (2019). *Relationship of Accounting Information with Earnings Quality of the Companies Listed on the Stock Exchange of Thailand (SET Index CLMV)* (Master's Thesis). Dhurakit Pundit University.
- Richardson, S., R. Sloan, M. Soliman, and I.Tuna. (2004). The Implications of Accounting Distortions and Growth for Accruals and Profitability. *The Accounting Review*, 81, 713-743.
- Sloan, R. G. (1996). Do stock prices fully reflect information in accruals and cash flows about future earnings?. *The Accounting Review*, 71, 289-315.



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อาคาร 37 ชั้น 1 เลขที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ถนนอุททองนอก แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
โทรศัพท์: 097-9359356
Email: touch_life@outlook.co.th, journal.dar@gmail.com