



วารสาร การวิจัยการบริหารการพัฒนา

The Journal of Development Administration Research

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 : มกราคม - มีนาคม 2567

Vol. 14 No. 1 : January - March 2024



ISSN: 2730 - 2075 (Online)



วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา

The Journal of Development Administration Research

ปีที่ 14 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มีนาคม 2567)

Vol. 14 No. 1 (January - March 2024)

เจ้าของ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการที่มีคุณภาพของนักศึกษาและบุคลากรทั้งภายในภายนอกสถาบัน
2. เพื่อนำเสนอและพัฒนาศักยภาพและผลงานทางวิชาการ การค้นคว้าและบทความทางวิชาการของคณาจารย์ และนักวิชาการภายนอก
3. เพื่อให้บริการทางสังคมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ

ขอบเขตของวารสาร

1. ขอบเขตของวารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา จะครอบคลุมเนื้อหา ด้านการวิจัย ด้านบริหารธุรกิจ ด้านการจัดการอุตสาหกรรม ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านรัฐประศาสนศาสตร์ ด้านนิติศาสตร์ ด้านบริหาร การศึกษา ด้านจิตวิทยาและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทางการวิจัยการบริหารการพัฒนา
2. เนื้อหาส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของบทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่ส่งมาขอตีพิมพ์จะต้อง ไม่อยู่ในระหว่างการขอตีพิมพ์หรือเคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่มาก่อนในวารสารอื่น ๆ ทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ
3. การส่งบทความวิชาการและบทความวิจัยนั้น สามารถส่งโดยตรงไปที่กองบรรณาธิการวารสารผ่านระบบ online Submission ที่เว็บไซต์ บทความทั้ง 2 ประเภท ซึ่งบทความที่ส่งมานั้นจะถูกส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิใน สาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ทำการประเมินแบบ Double-Blinded Review ก่อนที่จะพิจารณาจัดพิมพ์ในขั้นต่อไป
4. การรับบทความของวารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนาจะเป็นบทความที่มุ่งเน้นสร้างองค์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎีใหม่ ๆ ช่วยขยายองค์ความรู้ในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจและนำไปประยุกต์ใช้ ในทางวิชาการที่กว้าง และมีประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชุตินาฏณ์ ศรีวิบูลย์

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการภายในมหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนสุวิทย์ ทับทิมรักษา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เมฆขำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการภายนอกมหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.วรเดช จันทรศร

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 อุทอนนอก 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 14 ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม 2567 มีวัตถุประสงค์ของการจัดทำวารสารเพื่อเป็นสื่อการแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ผลงานวิจัยและบทความทางวิชาการของอาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และจากการที่วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา ได้รับการรับรองมาตรฐานจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Centre: TCI) ให้อยู่ในกลุ่มที่ 1 ดังนั้น ในการจัดทำวารสารดังกล่าวให้ได้คุณภาพและมาตรฐานตามตัวชี้วัดที่ถูกต้องตามเกณฑ์มาตรฐานที่ทางศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ได้กำหนดไว้ทางกองบรรณาธิการมีกระบวนการจัดทำวารสารตั้งแต่การรับบทความผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขาที่เกี่ยวข้องที่จะพิจารณาบทความแต่ละบทความ ดังปรากฏในหน้าสารบัญ และประกอบไปด้วยบทความทั้งหมด 24 บทความ

กองบรรณาธิการ วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา ขอขอบคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ให้ความสนใจส่งบทความมาลงตีพิมพ์เผยแพร่ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้นต่อไป และขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ให้การสนับสนุนมาโดยตลอด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์

บรรณาธิการ

สารบัญ	
บทนำ	I
บทบรรณาธิการ	III
สารบัญ	IV
ผลกระทบของผลแตกต่างทางภาษีที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100 The Effect of the Book-Tax Differences on the Earning Quality of the Companies Listed in the Stock Exchange of Thailand, SET 100 Group	1
ดารณี เอื้อชนะจิต <i>Daranee Uachanachit</i>	
การจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล Tourism Management of the Tourism Business to Enhance the Level to International Standards	14
สมใจ ตุงกู, มณีกัญญา นากามัทสึ <i>Somjai Tungkoo, Maneekanya Nagamatsu</i>	
กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ Marketing Strategies for the Instant Curry Paste Business in Chiang Mai Province	28
รภัสสรณ์ คงธนจารุอนันต์, ชนิตา พันธุ์มณี, พัชญ์ธน ทวีโชติธนพัชร <i>Raphassorn Kongtanajaruanun, Chanita Panmanee, Pattana Taweechodtanapat</i>	
แนวทางการจัดการนิติบุคคลอาคารชุดต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร Guidelines for Managing Condominium Juristic Persons towards the Satisfaction of Residents in Bangkok	38
ก่อวิท พรหมจักร, พุฒิธร จิรายุส <i>kowit Promajuk, Puttithorn Jirayus</i>	
รูปแบบและกลไกการบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ในการจัดการที่ดินและทรัพยากร โดยชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เหมาะสมกับภูมินิเวศวัฒนธรรมแม่ฮ่องสอน Forms and Mechanisms for Spatial Development Administration in Managing Land and Resources by Community-based Local Administrative Organization suiting Mae Hong Son Ecological and Cultural Landscape	49
ปณิธิ บุญสา <i>Paniti Bunsu</i>	

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร Factors affecting work efficiency of life insurance employees in Bangkok	63
สร้อยญา สุธิธรพงศ์ศรี, ธนกร พงษ์ภู <i>Saranya Suthivorapongsri, Thanakorn Pongphoo</i>	
รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 Causal Relationship Model of Factors Affecting the Success of Community Enterprise Organizations in the Upper Northeast Region 2	75
จิราภรณ์ บุญยั้ง, สุพัตรา ปราณี <i>Jiraporn Boonying, Supatta Pranee</i>	
แนวทางการพัฒนากิจการลูกเสือไทยยุคสังคมปกติใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร Guideline for Thai Scout Management and Development in the New Normal Era Bangkok Metropolitan	86
ไตรรัตน์ ฉัตรแก้ว, ทวี แจ่มจรัส, เจตน์สฤษฎ์ อังศุกาญจนกุล, ปิยวดี จินดาโชติ <i>Tairat Chatkaew, Tawee Jamjumrus, Jetsalid Angsukanjanakul, Piyawadee Jindachot</i>	
ตัวแบบอิสลามโฟเบียในประเทศไทย Model of Islamophobia in Thailand	98
หทัยพันธ์ สุนทรพิพิธ, นิพนธ์ โชะเฮง <i>Hathaipan Soonthornpipit, Nipon Sohng</i>	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงใหม่ Factors Influencing the Development of Livable Cities of Local Administrative Organizations in Chiang Mai Province	112
ธวัช ชัยแก้ว, ทวี แจ่มจรัส, สำเนียง มณีฉาย, ไพรพร แสงจันทร์ <i>Tawach Chikaew, Tawee Jamjumrus, Samnieng Maneechai, Praiaporn Saengchan</i>	
กลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย Strategies for Investors in the Foreign Exchange Industry for the Success of New Investors in Thailand	124
สุมิตร อโรรา, มณีกัญญา นากามัทสึ <i>Sumit Arora, Maneekanya Nakamatsu</i>	

การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่นโดยใช้วัดเป็นฐาน ตามหลักไตรสิกขา ในภาคเหนือตอนบน Development of the Quality of Life of the Elderly in the Local Area by Using Temples as a Base According to the Threefold Principle in the upper Northern Region	138
<i>พระครูสุนทรมหาเจติยานุรักษ์, ณรงค์ศักดิ์ ลุนสำโรง, จรูญศักดิ์ แพ่ง</i> <i>Phrakrusunthonmahachetiyaturak, Narongsak Lunsamrong, Charoonsak Pheang</i>	
การพัฒนาการท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ Tourism Development of Thung Bua Daeng “Bueng Lahan” Chatturat District, Chaiyaphum Province	148
<i>ณัฐกานา พิมพ์เมืองเก่า, โอชัญญา บัวธรรม</i> <i>Nuttika Pimmuangkao, Ochanya Buatham Buatham</i>	
ปัจจัยเชิงสาเหตุของการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของธุรกิจออนไลน์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Causal Factors of Sales Technology Adoption Affecting The Behavior Intentions of The Online Business in Small and Medium Enterprises	163
<i>เบญจพร เชื้อแก้ว, วิชิต อุ๋อัน</i> <i>Benjaporn Cherkeaw, Vichit U-on</i>	
ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดควอนตัมที่ส่งผลต่อสมรรถนะการตลาด ในภาคอุดมศึกษา Casual Factors of Quantum Marketing Strategy Affecting the Marketing Performance in the Higher Education Sector	173
<i>กรกฎ พุกยาภรณ์, วิชิต อุ๋อัน</i> <i>Korakot Pookayaporn, Vichit U-on</i>	
คุณภาพการให้บริการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการด้านการขนส่งสินค้าของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก Service quality and competitive advantage that affect customers' intention to use freight transport services in western Bangkok	185
<i>วงศ์กร อยู่มากร</i> <i>Wongsagorn Yoomark</i>	

บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง Antecedents Influencing the Leadership Development of Field Grade Army Officers	199
คมกริช คชรักษา, ทวี แจ่มจำรัส, นลินี สุรดิษฐ์, พลาณัฐ ปะจายะภักดิ์ Komgrit Kotcharaksa, Tawee Jamjumrus, Nalinee Suradinkura , Palanunt Pajajakrit	
บุพปัจจัยและภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล Antecedent Factors and Images of Telemedicine Services in Bangkok and Its Vicinity	211
ชัชฎา ถิระชัยกุล, ธนพล ก่อฐานะ, ชมภู สายเสมา, บัณฑิต ผังนิรันดร์ Chatchda Thichaikul , Tanapol Kortana, Chompoo Saisama, Bundit Pungnirund	
แบบจำลองประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ ในประเทศไทย Business Performance Model of Butcher Shop Entrepreneur in Thailand	223
ภัทรพงศ์ จันทรเจริญ, สุพัตรา ปราณี, บัณฑิต ผังนิรันดร์ Pattarapong Chancharoen, Supattra Pranee, Bundit Pungnirund	
แบบจำลองนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน Phuket Smart City Innovation Model for Sustainable Development	236
วิโรจน์ ศิริรัตนรักษ์, ธนพล ก่อฐานะ, บัณฑิต ผังนิรันดร์ Virote Siriratanaruk, Tanapol Kortana, Bundit Pungnirund	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์อาหาร สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน The factors influencing the decision to choose food packaging materials for community enterprise groups	248
อมรรัตน์ หมั่นจิตน้อย, กวิน สนิธิเพิ่มพูน Amornrat Muenjitnoy, Kawin Sonthipermpon	
การทดสอบเดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่นในตลาดหลักทรัพย์ไทย Testing the February and April Effects in the Thai Securities Market	266
กัลยานี ภาคออต, ชยงการ ภมรมาศ, คมวุธ วิศวไพศาล Gallayanee Parkatt, Chayongkan Pamornmarst, Komwut Wissawapaisal	

การประศาสน์นโยบายสาธารณะในสมัยรัชกาลที่ 6 กรณีกองเสือป่า Public Policy Administration in the reign of King RamaVI: the case study of Wild Tiger Corps	280
ฐนัตถ์ สุวรรณานนท์, จรัส สุวรรณมาลา, เฉลิมพร เย็นเยือก <i>Thanut Suvarnananda, Charat Suwanmala, Chalernporn Yenyuak</i>	
ประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอนาวัง จังหวัดหนองบัวลำภู The Efficiency of Social Welfare Management for the Quality of the Elderly of Local Government Organizations in Nawang District, Nong Bua Lamphu Province	294
ชาญยุทธ หาญชนะ <i>Chanyut Hanchana</i>	

ผลกระทบของผลแตกต่างทางภาษีที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100

The Effect of the Book-Tax Differences on the Earning Quality of the
Companies Listed in the Stock Exchange of Thailand, SET 100 Group

ดารณี เอื้อชนะจิต

Daranee Uachanachit

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม

School of Accountancy, Sripatum University, Thailand

Corresponding Author, Email: dara.uacha@gmail.com

Received: 2023-9-20; Revised: 2024-1-16; Accepted: 2024-1-19

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาผลกระทบของผลแตกต่างทางภาษี (Book-Tax Differences: BTDs) ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร (2) ศึกษาผลกระทบของผลแตกต่างทางภาษีที่ส่งผลกระทบต่อตัววัดค่าการลงทุน ประกอบด้วย 2 ตัวแปรคือ กำไรสุทธิต่อหุ้น (EPS) และอัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น (PB) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในงบการเงินย้อนหลัง 4 ปี ตั้งแต่ปี 2561 - 2564 กลุ่มตัวอย่างคือบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET100 ที่มีข้อมูลครบถ้วนจำนวน 63 บริษัท ได้ข้อมูลทั้งสิ้น 252 รายบริษัทรายปี ใช้สถิติทางพรรณนาและการวิเคราะห์สมการถดถอยทางพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่าผลแตกต่างทางภาษีส่งผลกระทบทางบวกต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น และผลแตกต่างทางภาษีส่งผลกระทบทางบวกต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่าผลแตกต่างทางภาษีไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร

คำสำคัญ: ผลแตกต่างทางภาษี, คุณภาพกำไร, กำไรสุทธิต่อหุ้น

Abstract

This research aimed to (1) study the effect of book-tax differences on earning quality. (2) To study the effect of book-tax differences on the Value for Investors, it consist of two variables: EPS and PB. This research collected data from the financial statements of the last four years, from 2018 to 2021. The sample is the listed companies in the stock exchange of Thailand SET100 that have complete data 63 companies. There is a data total of 252 firm years. The data were used in descriptive statistics and the multiple regressions analysis.

The research results found that the book tax differences have a positive effect on the earnings per share and the book tax differences have a positive effect on the price-to-book ratio statistically significant. However, the results found that the book tax differences have no effect on earning quality.

Keywords: Book-Tax Differences, Earning Quality, Earning Per Share

บทนำ

การบัญชีภาษีเงินได้มีความซับซ้อนเพราะข้อเท็จจริงที่ว่า ในหลายประเทศ จำนวนรายได้และค่าใช้จ่ายที่รับรู้ในงวดตามวัตถุประสงค์ทางภาษีไม่สอดคล้องกับที่รายงานในงบการเงิน ไม่ว่าจะทำตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป (General Accepted Accounting Principle – GAAP) ของประเทศหรือทำตามหลักมาตรฐานการรายงานทางการเงินสากล (International Financial Reporting Standard – IFRS) (Mackenzie, Chamboko, Coetsee, Colyvas, Njikizana, and Hanekom, 2012) เป็นสาเหตุให้เกิดการบันทึกปรับปรุงสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีและหนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี ซึ่งจะถูกแสดงด้วยจำนวนกระแสเงินสดรับหรือจ่ายของกิจการที่นำเสนอรายงานข้อมูลงบการเงิน จัดเป็นผลประโยชน์ทางภาษีที่เกิดขึ้น หรือภาระทางภาษีที่ต้องชำระซึ่งถูกเรียกว่า “ผลแตกต่างทางภาษี” (Book-Tax Differences: BTDS) (Wech, Kenkel, Higgins and Jones, 2021) ผลแตกต่างทางภาษี เป็นผลแตกต่างระหว่างกำไรทางบัญชีในงบการเงินและกำไรทางภาษี เป็นส่วนเกินของกำไรทางบัญชีในงบการเงินที่มากกว่ากำไรทางภาษี ความแตกต่างทางภาษีเกิดขึ้นจากการที่บริษัทรายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2 ชุด ชุดที่หนึ่งนำเสนอต่อนักลงทุนและผู้สนใจ เป็นการนำเสนอข้อมูลงบการเงินที่เสนอต่อบุคคลภายนอก ชุดที่สองจัดทำขึ้นเพื่อยื่นเสียภาษีต่อกรมสรรพากร เป็นการนำเสนอกำไรทางภาษี ในขณะที่ตัววัดกำไรทั้งสองชุด สะท้อนถึงผลการดำเนินงานที่แสดงกำไรหรือขาดทุนทางเศรษฐกิจของกิจการ (Moore, 2012) การนำเสนองบการเงินอาจโปร่งใสมากขึ้นหากกิจการมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560)

การกำกับดูแลกิจการมีความสำคัญ เป็นเครื่องมือช่วยตรวจสอบการทำงานขององค์กร ทำให้เกิดแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงาน อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายและช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผู้ถือหุ้นนำไปสู่ความมั่นคงก้าวหน้าของธุรกิจในระยะยาวประเทศไทยเล็งเห็นความสำคัญของการสร้างความเชื่อมั่นในตลาดทุน ได้มีการพัฒนาการกำกับดูแลกิจการที่ดีอย่างต่อเนื่องมาตลอด ในส่วนของตลาดหลักทรัพย์ได้เสนอหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี 15 ข้อให้แก่บริษัทจดทะเบียนนำไปเป็นแนวปฏิบัติ ซึ่งแนวปฏิบัติที่ดีของหลักการกำกับดูแลกิจการทั้ง 5 หมวดสำหรับบริษัทจดทะเบียน เป็นไปตามหลักเกณฑ์สากลที่ใช้วัดระดับการกำกับดูแลกิจการ ได้แก่ ขนาดของคณะกรรมการบริษัทวัดจำนวนคณะกรรมการบริษัททั้งหมดจะต้องมีจำนวน 5 - 12 คน จากโครงสร้างองค์กรในแต่ละปี สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระวัดจำนวนของคณะกรรมการอิสระเทียบต่อจำนวนคณะกรรมการบริษัททั้งหมด ต้องมีอย่างน้อยหนึ่งในสามของจำนวนกรรมการทั้งหมดและไม่น้อยกว่า 3 คน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560)

คุณภาพกำไรเป็นตัววัดคุณภาพของบริษัท ซึ่งหมายถึงกำไรที่มีคุณภาพเป็นตัววัดผลการดำเนินงานที่เชื่อถือได้ เป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม เป็นการวัดศักยภาพและจริยธรรมของผู้บริหารด้วยผลสะท้อนของรายงานทางการเงิน จากรายงานผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างระดับความเป็นเจ้าของสถาบันกับการจัดการกำไร (Moore, 2012) กิจการที่มีระดับความเป็นเจ้าของสูง การบริหารงานจะมุ่งเน้นผลประโยชน์เพื่อผู้ถือหุ้นจะมีการตรวจสอบสูง ส่งผลทำให้มีการจัดการกำไรน้อย ตกแต่งกำไรน้อย ความสอดคล้องระหว่างกำไรทางบัญชีกับกำไรทางภาษีหากมีเพิ่มมากขึ้นจะทำให้การให้ข้อมูลกำไรในงบการเงินจะมีคุณภาพมากขึ้น จัดการกำไรน้อยลง ซึ่งตรงข้ามกับการจัดการกำไรที่มีการตกแต่งตัวเลขกำไรในงบการเงินโดยใช้ผลแตกต่างทางภาษี เมื่อความสอดคล้องระหว่างกำไรทางบัญชีกับกำไรทางภาษีลดลงผู้บริหารจะหาโอกาสสร้างผลประโยชน์โดยการรายงานข้อมูลงบการเงินที่แสดงยอดกำไรต่ำเพื่อยื่นเสียภาษีต่อกรมสรรพากร ขณะที่รายงานข้อมูลงบการเงินที่แสดงยอดกำไรสูงเสนอให้แก่ผู้ถือหุ้น นักลงทุนและผู้ใช้ภายนอกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกิจการว่ามีผลประกอบการที่ดี การนำเสนอข้อมูลสองชุดดังกล่าว ถือได้ว่าเป็นการจัดการกำไร (Earning Management) ความสอดคล้องระหว่างกำไรทางบัญชีและกำไรทางภาษีหากมีเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลให้คุณภาพของกำไรจะเพิ่มขึ้น (Hanlon, Maydew and Shevlin, 2008) ตัววัดค่า

การลงทุน (Value for Investors) เป็นเครื่องมือของนักลงทุนที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ มีหลายตัววัด ซึ่งตัววัดที่สำคัญได้แก่ กำไรสุทธิต่อหุ้น Earnings per Share (EPS) บ่งบอกถึงผลกำไรที่ผู้ถือหุ้นจะได้รับเมื่อถือหุ้นหนึ่งหุ้น

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาผลกระทบของผลแตกต่างทางภาษีที่มีต่อคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET100 ซึ่งเป็นดัชนีที่ใช้แสดงระดับราคาหุ้นสามัญ 100 บริษัท โดยคัดเลือกกลุ่มหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าตามราคาตลาดและสภาพคล่องในการซื้อขายสูงสุด 100 อันดับแรก ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลแก่นักลงทุนและผู้ประกอบการเงินรวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องในวิชาชีพบัญชี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของผลแตกต่างทางภาษีที่ส่งผลต่อคุณภาพกำไร
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของผลแตกต่างทางภาษีที่ส่งผลต่อตัววัดค่าการลงทุน 2 ตัวแปรคือ กำไรสุทธิต่อหุ้น และอัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของการกำกับดูแลกิจการประกอบด้วย ขนาดของคณะกรรมการบริษัท และสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระที่ส่งผลต่อคุณภาพกำไรและตัววัดค่าการลงทุน 2 ตัวแปรคือ กำไรสุทธิต่อหุ้นและอัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น

สมมติฐานการวิจัย

- H1: ผลแตกต่างทางภาษีส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร
- H2: ขนาดของคณะกรรมการบริษัทส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร
- H3: สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร
- H4: ผลแตกต่างทางภาษีส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น
- H5: ขนาดของคณะกรรมการบริษัทส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น
- H6: สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น
- H7: ผลแตกต่างทางภาษีส่งผลกระทบต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น
- H8: ขนาดคณะกรรมการบริษัทส่งผลกระทบต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น
- H9: สัดส่วนคณะกรรมการอิสระส่งผลกระทบต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น

การทบทวนวรรณกรรม

ผลแตกต่างทางภาษี (Book-Tax Differences: BTDs)

ผลแตกต่างทางภาษี เกิดจากการรับรู้กำไรทางบัญชีตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป (GAAP) ซึ่งไม่เท่ากับกำไรทางภาษีที่นำไปคำนวณเพื่อยื่นเสียภาษีประจำปี (Wech, Kenkel, Higgins and Jones, 2021) ตัวอย่างรายการที่ส่งผลทำให้เกิดผลแตกต่างทางภาษีชั่วคราว ที่เกิดขึ้นอยู่เป็นประจำ ได้แก่ ค่าเสื่อมราคา เป็นต้น โดยส่วนใหญ่ บริษัทจะแสดงกำไรทางบัญชี อันหมายถึง กำไรที่ได้จากข้อมูลในงบการเงินที่เรียกว่ากำไรทางบัญชี (Book Income) ในจำนวนที่สูง เพื่อแสดงให้เห็นให้ผู้ใช้งบการเงินภายนอกเห็นว่ากิจการมีผลสำเร็จของการประกอบการที่สูง ขณะเดียวกัน บริษัทจะแสดงกำไรทางภาษี (Tax Income) เป็นกำไรทางภาษีเพื่อยื่นต่อกรมสรรพากรในจำนวนที่ต่ำ เพื่อผลประโยชน์ในทางประหยัดภาษี (Heltzer and Shelton,

2011) ผลแตกต่างทางภาษี ถูกวัดด้วยความแตกต่างระหว่างกำไรทางบัญชีก่อนภาษี (Pre-tax book income) และกำไรทางภาษีโดยประมาณ (Estimated taxable income) หากมีค่าเป็นบวก ชี้ให้เห็นว่ากำไรทางบัญชีมากกว่ากำไรทางภาษี (Hanlon, Maydew and Shevlin, 2008) อยู่ในรูปของสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอการตัดบัญชีและหนี้สินภาษีเงินได้รอการตัดบัญชี

การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance)

การบริหารงานโดยมีการกำกับดูแลกิจการ โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ มีรายงานวิจัยพบว่าหากการบริหารงานนั้นไม่มีการกำกับดูแลที่ดี โครงสร้างการจ่ายค่าตอบแทนสำหรับผู้บริหาร การใช้ดุลยพินิจทางการบริหารกำไร จะเป็นไปเพื่อประโยชน์สำหรับการจ่ายค่าตอบแทนแก่ผู้บริหารเพิ่มมากยิ่งขึ้น ค่าตอบแทนที่จ่ายให้อำนาจการทางภาษี เป็นสิ่งจูงใจให้มีการลดค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้ที่จะนำเสนอในงบการเงิน (Armstrong, Blouin and Larcker, 2012)

ความสำคัญของการบริหารงานโดยมีการกำกับดูแลกิจการ ประกอบด้วยการรับประกันได้ว่าข้อมูลทางบัญชีในงบการเงินมีคุณภาพ เพราะการบริหารงานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ย่อมต้องจัดทำงบการเงินที่เชื่อถือได้ โดยมีหลักฐานอันเที่ยงธรรม ทำให้ผลการดำเนินงานของกิจการถูกนำเสนอในรายงานทางการเงินอย่างมีคุณภาพจัดเป็นคุณภาพกำไร (Arcelus, Mitra and Srinivasan, 2005) โครงสร้างการกำกับดูแลกิจการนั้น ถูกวัดด้วยลักษณะของคณะกรรมการบริหาร ได้แก่ ขนาดของคณะกรรมการอำนาจการ โครงสร้างของคณะกรรมการ จำนวนคณะกรรมการบริษัท สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ สัดส่วนของคณะกรรมการภายนอก (Heltzer and Shelton, 2011)

คุณภาพกำไร (Earning Quality: EQ)

กำไรที่มีคุณภาพเพื่อการวัดผลการดำเนินงานที่เชื่อถือได้ เป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม สามารถวัดศักยภาพและจริยธรรมของผู้บริหารจากรายงานทางการเงิน ตัววัดคุณภาพกำไร วัดได้จากกระแสเงินสดในปีก่อนที่รับรู้ภายหลังการรับรู้กำไรในงวดปัจจุบัน ยกตัวอย่างเช่น การรับเงินจากลูกหนี้ กระแสเงินสดที่รับในปีปัจจุบันเป็นการรับรู้กำไรที่รับรู้ในงวดปีปัจจุบัน และการรับรู้กระแสเงินสดในอนาคตเป็นการรับเงินสดหรือจ่ายเงินสดก่อนการรับรู้รายได้และค่าใช้จ่ายในงบกำไรขาดทุน ได้แก่ รายการจ่ายเงินสดสำหรับสินค้าคงคลัง (Dechow and Dichev, 2002)

กำไรสุทธิต่อหุ้น (Earning Per Share: EPS)

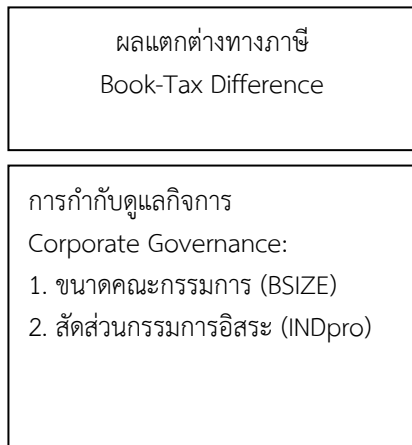
กำไรสุทธิต่อหุ้น เป็นการเฉลี่ยกำไรสุทธิคิดต่อหุ้นโดยการหารกำไรสุทธิวัดด้วยจำนวนหุ้นสามัญ การลงทุนหุ้นในบริษัท นักลงทุนต้องพิจารณากำไรสุทธิต่อหุ้น ควบคู่ไปกับการพิจารณากำไรก่อนหักดอกเบี้ยจ่าย ภาษีเงินได้และค่าเสื่อมราคา เพราะกำไรสุทธิต่อหุ้นเป็นองค์ประกอบที่ใช้คำนวณกำไรและยังเป็นตัวชี้วัดโอกาสในการสร้างกำไรขององค์กรได้ตัวชี้วัดอัตราทางการเงิน โดยใช้องค์ประกอบอย่างรายได้สุทธิกับจำนวนหุ้นที่ชำระแล้วมาหารกัน กำไรสุทธิต่อหุ้นถือเป็นเครื่องมือช่วยให้นักลงทุนคำนวณโอกาสการทำกำไร ส่งผลให้ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนใช้เป็นปัจจัยในการพิจารณาตัดสินใจ นักลงทุนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการประเมินกิจการที่วัดได้จากความสามารถในการทำกำไร เนื่องจากนักลงทุนเชื่อว่า หากกิจการมีความสามารถในการทำกำไรที่ดีย่อมทำให้นักลงทุนได้รับผลตอบแทนที่ดี (เกษศิณี ตั้งอัน, 2565)

การวิจัยผลกระทบของผลแตกต่างทางภาษีที่ส่งผลต่อคุณภาพกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100 ศึกษาตัวแปรอิสระ คือ 1.) ผลแตกต่างทางภาษี และ 2.) การกำกับดูแลกิจการ ประกอบด้วย ขนาดของคณะกรรมการบริษัท และสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ ที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ 1.) คุณภาพกำไร และ 2.) ตัววัดค่าการลงทุน คือ กำไรสุทธิต่อหุ้น และอัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น นำไปสู่กรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1



กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม



H1- H9

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีการซื้อขายหุ้นสูงสุด (SET 100) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีและรายงานประจำปีเฉพาะบริษัทที่มีข้อมูลที่ต้องการศึกษาครบถ้วนทั้ง 4 ปี ในปี 2561 ถึงปี 2564 บริษัทตัวอย่างที่ทำการศึกษารวม 63 บริษัท ได้ข้อมูลทั้งสิ้น 252 รายบริษัทรายปี (firm years)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยการวิเคราะห์สมการถดถอยทางพหุคูณ โดยทดสอบผลกระทบของผลแตกต่างทางภาษีที่ส่งผลต่อคุณภาพกำไร และตัววัดค่าการลงทุนคือ กำไรสุทธิต่อหุ้นและอัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น ซึ่งเขียนเป็นสมการ ได้ดังนี้

สมการที่ 1 ผลแตกต่างทางภาษีและการกำกับดูแลกิจการส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร

$$EQ_{it} = \beta_0 + \beta_1 BTDs_{it} + \beta_2 BSIZE_{it} + \beta_3 INDpro_{it} + \epsilon_1$$

สมการที่ 2 ผลแตกต่างทางภาษีและการกำกับดูแลกิจการส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น

$$EPS_{it} = \beta_0 + \beta_1 BTDs_{it} + \beta_2 BSIZE_{it} + \beta_3 INDpro_{it} + \epsilon_2$$

สมการที่ 3 ผลแตกต่างทางภาษีและการกำกับดูแลกิจการส่งผลกระทบต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้น

ต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น

$$PB_{it} = \beta_0 + \beta_1 BTDs_{it} + \beta_2 BSIZE_{it} + \beta_3 INDpro_{it} + \epsilon_3$$

โดยที่ $BTDs_{it}$ คือ ผลแตกต่างทางภาษีของบริษัท i ในปี t

$BSIZE_{it}$ คือ ขนาดของคณะกรรมการบริษัท i ในปี t

$INDpro_{it}$ คือ สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระบริษัท i ในปี t

EQ_{it} คือ คุณภาพกำไรของบริษัท i ในปี t

EPS_{it} คือ กำไรสุทธิต่อหุ้นของบริษัท i ในปี t

PB_{it} คือ อัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้นของบริษัท i ในปี t

β_0 คือ ค่าคงที่

β_1 คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ

ϵ คือ ค่าความคลาดเคลื่อน

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลผลแตกต่างทางภาษีและการกำกับดูแลกิจการประกอบด้วยขนาดของคณะกรรมการ และสัดส่วนคณะกรรมการอิสระ ส่งผลกระทบทางบวกต่อคุณภาพกำไร ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอย แสดงไว้ในตารางที่ 1 เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามตัวแบบดังนี้

สมการที่ 1 ผลแตกต่างทางภาษี การกำกับดูแลกิจการส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร

$$EQ_{it} = \beta_0 + \beta_1 BTDS_{it} + \beta_2 BSIZE_{it} + \beta_3 INDpro_{it} + \epsilon_1$$

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

จากสมการที่ 1 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ สมมติฐานการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ล่วงหน้าดังนี้

H1: ผลแตกต่างทางภาษีส่งผลกระทบทางบวกต่อคุณภาพกำไร

H2: ขนาดของคณะกรรมการบริษัทส่งผลทางบวกต่อคุณภาพกำไร

H3: สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระส่งผลทางบวกต่อคุณภาพกำไร

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอย คุณภาพกำไร

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม		Collinearity	
	คุณภาพกำไร (EQ)		Tolerance	VIF
ผลแตกต่างทางภาษี (BTDS)	-0.046 (0.470)	H1 Not supported	0.962	1.040
ขนาดของคณะกรรมการบริษัท (BSIZE)	-0.137* (0.062)	H2 Supported	0.733	1.364
สัดส่วนคณะกรรมการอิสระ (IND pro)	-0.080 (0.233)	H3 Not supported	0.872	1.147
R ²	0.196			
Durbin-Watson	2.200			

*p<.10, **p<.05, ***p<.01, ^a Beta coefficients with standardized, Sig. in parenthesis.

จากการวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของผลแตกต่างทางภาษี (BTDS) ขนาดของคณะกรรมการบริษัท (BSIZE) และสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ (IND) พบว่า ค่า VIF น้อยกว่า 10 กล่าวคือ อยู่ระหว่าง 1.040 - 1.413 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรอิสระที่อยู่ในสมการถดถอยทางพหุคูณ จากค่า Durbin - Watson มีค่าเท่ากับ 2.200 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดนี้ไม่มีอัตตะสัมพันธ์ในข้อมูล (Auto correlation) ดังนั้นจึงนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่ตัวแบบสมการการถดถอยตามตารางที่ 1

ในตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอยทางพหุคูณพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R²) เท่ากับ 0.196 แสดงว่าผลแตกต่างทางภาษี และการกำกับดูแลกิจการที่วัดด้วยขนาดของคณะกรรมการบริษัท และสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ สามารถอธิบายผลกระทบต่อนคุณภาพกำไรได้ร้อยละ 19.60 ผลทดสอบสมมติฐานการวิจัยปรากฏดังนี้

สมมติฐาน H1: ผลแตกต่างทางภาษีส่งผลกระทบทางบวกต่อคุณภาพกำไร

ผลแตกต่างทางภาษี จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยคะแนนมาตรฐาน (Beta ของ Standardized coefficients) เท่ากับ 0.046 และค่าสถิติทดสอบ t เท่ากับ -0.723 โดยมีระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบ t (P-Value ของ t) เท่ากับ Sig. = 0.470 > 0.05 แสดงให้เห็นว่าผลแตกต่างทางภาษี ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร



สมมติฐาน H2: ขนาดของคณะกรรมการบริษัท ส่งผลกระทบทางบวกต่อคุณภาพกำไร

ขนาดของคณะกรรมการบริษัท (BSIZE) จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยคะแนนมาตรฐาน (Beta ของ Standardized coefficients) เท่ากับ -1.421 และค่าสถิติทดสอบ t เท่ากับ -1.875 โดยมีระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบ t (P-Value ของ t) เท่ากับ Sig. = 0.062 < 0.10) แสดงให้เห็นว่าขนาดของคณะกรรมการบริษัทส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร (EQ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.10

สมมติฐาน H3: สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระส่งผลกระทบทางบวกต่อคุณภาพกำไร

สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยคะแนนมาตรฐาน (Beta ของ Standardized coefficients) เท่ากับ -0.080 และค่าสถิติทดสอบ t เท่ากับ -1.197 โดยมีระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบ t (P-Value ของ t) เท่ากับ Sig. = 0.233 > 0.05 แสดงให้เห็นว่า สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร

การวิเคราะห์ข้อมูลผลแตกต่างทางภาษีและการกำกับดูแลกิจการส่งผลกระทบทางบวกต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอย แสดงไว้ในตารางที่ 2 เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามตัวแบบดังนี้

สมการที่ 2 ผลแตกต่างทางภาษีและการกำกับดูแลกิจการส่งผลกระทบต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น

$$EPS_{it} = \beta_0 + \beta_1 BTDS_{it} + \beta_2 BSIZE_{it} + \beta_3 INDpro_{it} + \epsilon_2$$

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

จากสมการที่ 2 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ สมมติฐานการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ล่วงหน้าดังนี้

H4: ผลแตกต่างทางภาษีส่งผลกระทบทางบวกต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น

H5: ขนาดของคณะกรรมการบริษัทส่งผลกระทบทางบวกต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น

H6: สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระส่งผลกระทบทางบวกต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอย กำไรสุทธิต่อหุ้น

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม กำไรสุทธิต่อหุ้น (EPS)		Collinearity	
			Tolerance	VIF
ผลแตกต่างทางภาษี (BTDS)	0.113* (0.057)	H4 Supported	0.952	1.051
ขนาดของคณะกรรมการบริษัท (BSIZE)	0.304*** (0.000)	H5 Supported	0.693	1.443
สัดส่วนคณะกรรมการอิสระ (IND pro)	0.223*** (0.000)	H6 Supported	0.842	1.187
R ²	0.472			
Durbin-Watson	1.997			

*p<.10, **p<.05, ***p<.01, ^a Beta coefficients with standardized, Sig. in parenthesis.

จากการวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของผลแตกต่างทางภาษี ขนาดของคณะกรรมการบริษัท และสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ พบว่า ค่า VIF น้อยกว่า 10 กล่าวคือ อยู่ระหว่าง 1.051 - 1.508 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรอิสระที่อยู่ในสมการถดถอยทางพหุคูณ จากค่า Durbin - Watson มีค่าเท่ากับ 1.997 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดนี้ไม่มีอัตสหสัมพันธ์ในข้อมูล (Auto correlation) ดังนั้นจึงนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่ตัวแบบสมการถดถอยตามตารางที่ 2

ในตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอยเชิงพหุคูณพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.472 แสดงว่าผลแตกต่างทางภาษี ขนาดของคณะกรรมการบริษัทและสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ สามารถอธิบายผลกระทบต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น ได้ร้อยละ 47.20 ผลทดสอบสมมติฐานการวิจัยปรากฏดังนี้

สมมติฐาน H4: ผลแตกต่างทางภาษีส่งผลกระทบทางบวกต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยคะแนนมาตรฐาน (Beta ของ Standardized coefficients) เท่ากับ 0.113 และค่าสถิติทดสอบ t เท่ากับ 1.915 โดยมีระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบ t (P-Value ของ t) เท่ากับ Sig. = 0.057 < 0.10 แสดงให้เห็นว่าผลแตกต่างทางภาษีส่งผลกระทบทางบวกต่อกำไรสุทธิต่อหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.10

สมมติฐาน H5: ขนาดของคณะกรรมการบริษัทส่งผลกระทบทางบวกต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยคะแนนมาตรฐาน (Beta ของ Standardized coefficients) เท่ากับ 0.304 และค่าสถิติทดสอบ t เท่ากับ 4.399 โดยมีระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบ t (P-Value ของ t) เท่ากับ Sig. = 0.000 < 0.01) แสดงให้เห็นว่า ขนาดของคณะกรรมการบริษัทส่งผลกระทบทางบวกต่อกำไรสุทธิต่อหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

สมมติฐาน H6: สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระส่งผลกระทบทางบวกต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยคะแนนมาตรฐาน (Beta ของ Standardized coefficients) เท่ากับ 0.223 และค่าสถิติทดสอบ t เท่ากับ 3.562 โดยมีระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบ t (P-Value ของ t) เท่ากับ Sig. = 0.000 < 0.01 แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระส่งผลกระทบทางบวกต่อกำไรสุทธิต่อหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

การวิเคราะห์ข้อมูลผลแตกต่างทางภาษี และการกำกับดูแลกิจการส่งผลกระทบทางบวกต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอย แสดงไว้ในตารางที่ 3 เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามตัวแบบดังนี้

สมการที่ 3 ผลแตกต่างทางภาษีและการกำกับดูแลกิจการส่งผลกระทบต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อหุ้น ต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น

$$PB_{it} = \beta_0 + \beta_1 BTDS_{it} + \beta_2 BSIZE_{it} + \beta_3 INDpro_{it} + \epsilon_3$$

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยทางพหุคูณ

จากสมการที่ 3 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ สมมติฐานการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ล่วงหน้าดังนี้

H7: ผลแตกต่างทางภาษีส่งผลกระทบทางบวกต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น

H8: ขนาดของคณะกรรมการส่งผลกระทบทางบวกต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น

H9: สัดส่วนคณะกรรมการอิสระส่งผลกระทบทางบวกต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยอัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม อัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อ ราคาตามบัญชีต่อหุ้น (PB)		Collinearity	
			Tolerance	VIF
ผลแตกต่างทางภาษี (BTDS)	0.261*** (0.000)	H7 Supported	0.962	1.040

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม		Collinearity	
	อัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น (PB)		Tolerance	VIF
ขนาดของคณะกรรมการบริษัท (BSIZE)	-0.051 (0.454)	H8 Not supported	0.733	1.364
สัดส่วนคณะกรรมการอิสระ (IND pro)	0.070 (0.261)	H9 Not supported	0.872	1.147
R ²	0.422			
Durbin-Watson	1.843			

*p<.10, **p<.05, ***p<.01, ^a Beta coefficients with standardized, Sig. in parenthesis.

จากการวิเคราะห์ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของผลแตกต่างทางภาษี ขนาดของคณะกรรมการบริษัท และสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ พบว่า ค่า VIF น้อยกว่า 10 กล่าวคือ อยู่ระหว่าง 1.040 - 1.413 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรอิสระที่อยู่ในสมการถดถอยทางพหุคูณ จากค่า Durbin - Watson มีค่าเท่ากับ 1.843 แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดนี้ไม่มีอัตสหสัมพันธ์ในข้อมูล (Auto correlation) ดังนั้นจึงนำตัวแปรอิสระทั้งหมดเข้าสู่ตัวแบบสมการถดถอยตามตารางที่ 3

ในตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สมการถดถอยเชิงพหุคูณพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R²) เท่ากับ 0.422 แสดงว่าผลแตกต่างทางภาษี ขนาดของคณะกรรมการบริษัทและสัดส่วนคณะกรรมการอิสระสามารถอธิบายผลกระทบต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น ได้ร้อยละ 42.20 ผลทดสอบสมมติฐานการวิจัยปรากฏดังนี้

สมมติฐาน H7: ผลแตกต่างทางภาษีส่งผลทางบวกต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น

ผลแตกต่างทางภาษี (BTDs) จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยคะแนนมาตรฐาน (Beta ของ Standardized coefficients) เท่ากับ 0.261 และค่าสถิติทดสอบ t เท่ากับ 4.443 โดยมีระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบ t (P-Value ของ t) เท่ากับ Sig. = 0.000 < 0.01 แสดงให้เห็นว่าผลแตกต่างทางภาษีส่งผลกระทบทางบวกต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

สมมติฐาน H8: ขนาดของคณะกรรมการบริษัทส่งผลกระทบทางบวกต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น

ขนาดของคณะกรรมการบริษัท จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยคะแนนมาตรฐาน (Beta ของ Standardized coefficients) เท่ากับ -0.051 และค่าสถิติทดสอบ t เท่ากับ -0.751 โดยมีระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบ t (P-Value ของ t) เท่ากับ Sig. = 0.454 > 0.10 แสดงให้เห็นว่าขนาดของคณะกรรมการบริษัทไม่ส่งผลกระทบต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น

สมมติฐาน H9: สัดส่วนคณะกรรมการอิสระส่งผลกระทบทางบวกต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น

สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยคะแนนมาตรฐาน (Beta ของ Standardized coefficients) เท่ากับ 0.070 และค่าสถิติทดสอบ t เท่ากับ 1.126 โดยมีระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบ t (P-Value ของ t) เท่ากับ Sig. = 0.261 > 0.10 แสดงให้เห็นว่าสัดส่วนคณะกรรมการอิสระไม่ส่งผลกระทบต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่าผลแตกต่างทางภาษีส่งผลกระทบต่อทางบวกต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น บริษัทที่มีผลแตกต่างทางบัญชีและภาษีจำนวนมาก ควรจะมีการปรับปรุงรายการทางบัญชีหรือปรับปรุงทางภาษี หรือปรับปรุงทั้งสองอย่าง (Hanlon and Heitzman, 2010) งานวิจัยก่อนหน้านี้ได้เสนอแนะว่า ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้รูดตัดบัญชีที่มีจำนวนมาก มีความสัมพันธ์กับผลแตกต่างทางบัญชีและภาษี กล่าวคือ ค่าใช้จ่ายภาษีเงินได้รูดตัดบัญชีเกิดจากผลแตกต่างชั่วคราวทางภาษี ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการกำไรก่อนภาษี (Phillips, 2003) ซึ่งผลรายงานจากการศึกษาก่อนหน้านี้ ได้ทำการศึกษถึงการพยากรณ์จากสัญญาณของผลแตกต่างทางบัญชีและภาษี กล่าวคือ ผลแตกต่างทางบัญชีและภาษี ที่เป็นลบ หมายถึงกำไรทางบัญชีน้อยกว่ากำไรทางภาษี จะสร้างคุณภาพกำไรในทางที่ดี โดยสังเกตได้จากบริษัทที่มีการรายงานผลแตกต่างทางบัญชีและภาษีในจำนวนที่มาก จะแสดงถึงบริษัทนั้นรายงานผลกำไรที่ไม่มีคุณภาพ ผลแตกต่างทางบัญชีและภาษี (Book - Tax Differences: BTDS) ยอดรวมที่เป็นบวก (Positive Book - Tax Differences) จะเป็นสัญญาณบอกเตือนถึงภาวะอันตรายทางการเงิน (Mills and Newberry, 2001) และมีรายงานวิจัยที่ใช้ให้เห็นว่ากำไร และสัดส่วนของกำไรตามเกณฑ์คงค้างจะมีจำนวนน้อย เมื่อผลแตกต่างชั่วคราวทางภาษี มีจำนวนมาก (Hanlon, 2005)

ผลการวิจัยพบว่าขนาดของคณะกรรมการบริษัทส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร สอดคล้องกับงานวิจัยอดีตได้ศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการกำกับดูแลกิจการและคุณภาพกำไร ผลการวิจัยพบว่าการกำกับดูแลกิจการมีความสัมพันธ์กับคุณภาพกำไร (Rezaee and Safarzadeh, 2023) สอดคล้องกับ Panjaitan (2017) พบว่าการกำกับดูแลกิจการส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร (สุธาทิพย์ พาโพธิ์, นุชจรี พิเชฐกุล และสังวร จัตุระโท, 2565)

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยทดสอบผลกระทบของผลแตกต่างทางภาษีที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร พบว่าผลแตกต่างทางภาษีไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลแตกต่างทางภาษีและคุณภาพกำไรเปิดเผยว่าอัตราผลแตกต่างทางภาษีไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร (Gberegbe, 2019) และยังสอดคล้องกับ Kimouche (2022) ศึกษาวิจัยโดยทดสอบผลกระทบของภาษีเงินได้รูดการตัดบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร ผลการวิจัยพบว่าไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไรทั้งในด้านความมีอยู่จริงของกำไรและความสามารถในการทำนายผลกำไร และสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตไม่พบความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างผลแตกต่างทางภาษีและคุณภาพกำไร (Huang and Wang, 2013) ผลวิจัยอดีตพบว่าผลแตกต่างทางภาษีไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของกำไร (Panjaitan, 2017)

นอกจากนี้ ผลวิจัยยังพบว่าการกำกับดูแลกิจการวัดด้วยสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร สอดคล้องกับ Istianingsih (2021) พบว่าสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ผลแตกต่างทางภาษีและการกำกับดูแลกิจการวัดด้วยขนาดของคณะกรรมการบริษัทและวัดด้วยสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระส่งผลกระทบต่อทางบวกต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น ในขณะที่ขนาดของคณะกรรมการบริษัทส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร อย่างไรก็ตามผลวิจัยพบว่าผลแตกต่างทางภาษีไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร

สรุป

ผลแตกต่างทางภาษี ขนาดของคณะกรรมการบริษัทและสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระส่งผลกระทบต่อทางบวกต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น ในขณะเดียวกันพบว่าผลแตกต่างทางภาษีส่งผลกระทบต่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น แต่ผลแตกต่างทางภาษีไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพกำไร

สรุปในภาพรวมของบทความ

ในกิจการที่มีการกำกับดูแลที่ดี ผลแตกต่างทางบัญชีและภาษีจะมีจำนวนน้อย ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการทำให้กำไรสุทธิต่อหุ้นสูงขึ้น อธิบายได้ว่ากิจการที่มีการกำกับดูแลที่ดีจะมีการจัดการกำไรน้อย ผลแตกต่างทางบัญชีและภาษีจะมีจำนวนน้อยและกิจการก็จะได้รับความน่าเชื่อถือ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยพบว่าผลแตกต่างทางภาษีส่งผลต่อตัววัดค่าการลงทุนทั้ง 2 ตัวแปรคือ กำไรสุทธิต่อหุ้นและอัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น สภาวิชาชีพบัญชีอาจนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับภาษีเงินได้ในประเด็นของการคำนวณกำไรสุทธิต่อหุ้นและการคำนวณอัตราส่วนราคาตลาดต่อหุ้นต่อราคาตามบัญชีต่อหุ้น

ผลจากการวิจัยพบว่าการกำกับดูแลกิจการประกอบด้วย ขนาดของคณะกรรมการบริษัทและสัดส่วนของคณะกรรมการอิสระส่งผลต่อคุณภาพกำไรและส่งผลกระทบต่อตัววัดค่าการลงทุนคือ กำไรสุทธิต่อหุ้น ดังนั้นสำนักงานคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์อาจนำไปพิจารณาเป็นแนวทางในการจัดคู่มือการลงทุนให้แก่ักลงทุนในประเด็นการพิจารณาการมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีของบริษัทนำไปสู่ความคุ้มค่าต่อการลงทุนในหุ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลแตกต่างทางบัญชีและภาษีเป็นตัวแปรที่น่าสนใจศึกษา เพราะการทำวิจัยในหัวข้อประเด็นนี้ยังมีจำนวนน้อยและประกอบกับการคำนวณผลแตกต่างทางภาษีเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับบริษัท

2. การกำกับดูแลกิจการเป็นประเด็นที่น่าสนใจศึกษาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากในปัจจุบันตลาดหลักทรัพย์ได้ให้ความสำคัญ โดยจัดให้มีการประเมินคุณภาพและให้คำแนะนำการกำกับดูแลกิจการอย่างเป็นระบบ

เอกสารอ้างอิง

- เกษศิณี ตั้งอั้น. (2565). ผลกระทบของการวางแผนภาษีเงินได้นิติบุคคลที่มีผลต่อมูลค่ากิจการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนีหลักทรัพย์ SETCLMV. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 15(1), 84 - 94.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2560). *หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2560*. ค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2565, จาก https://www.sec.or.th/TH/Documents/CompanyHandbooks and Guidelines/CG code 2560_th.pdf
- สัตยา ตันจันทรพงศ์ และ พัทธิยศ เดชศิริ. (2561). ผลกระทบทางสาเหตุระหว่างการวางแผนภาษีกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 38(3), 1-13.
- สุรชาติ พงษ์, นุชจรี พิเชฐกุล และสังวร จัตุระโทก. (2565). การกำกับดูแลกิจการที่มีต่อคุณภาพกำไรในประเทศไทยมาเลเซีย. *วารสารดุซันบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 12(1), 255-268.
- Arcelus, F.J., Mitra D. and Srinivasan, G. (2005). On the incidence of deferred taxes, intangibles and non-linearities in the relationship between Tobin's Q and ROI. *Journal of Economics and Business*, 57,165-185.

- Armstrong, C.S., Blouin, J. L., Larcker, D. F. (2012). The incentives for tax planning. *Journal of Accounting and Economics*, 53, 391-411.
- Dechow, P. M. and Dichev, I. D. (2002). The Quality of Accruals and Earnings: The Role of Accrual Estimation Errors. *The Accounting Review*, 77, 35 - 59.
- Gberegbe, F. B., (2019). Book-Tax Ratio and Earnings Quality of Listed Firms in Nigeria. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 15(5), 249-260.
- Hanlon M. (2005). The persistence and pricing of earnings, accruals, and cashflow when firms have large book-tax differences. *The Accounting Review*, 80,137-166.
- Hanlon, M., Maydew, E.L., Shevlin, T. (2008). An unintended consequence of book-tax conformity: A loss of earnings informativeness. *Journal of Accounting and Economics*, 46, 294-311.
- Hanlon, M. and Heitzman, S. (2010). A review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*, 50, 127-178.
- Heltzer W., Shelton S. W. (2011). *The book-tax divide: Perceptions from the field*. Research in Accounting Regulation, 23: 130-137.
- Huang, D. and Wang, C. (2013). Book-tax differences and earnings quality for the banking industry: evidence from Taiwan. *Pacific Accounting Review*, 25(2), 145-164.
- Istianingsih, (2021). Earnings Quality as a link between Corporate Governance Implementation and Firm Performance. *International Journal of Management Science and Engineering Management*, 16(4), 290-301.
- Kimouche, B. (2022). The Impact of Deferred Tax on Earnings Quality: Evidence from Algerian Companies. *Zagreb International Review of Economics & Business*, 25(1), 155-170.
- Mackenzie, B., Chamboko, R., Coetsee, D., Colyvas, B., Njikizana, T. and Hanekom, B. (2012). *Interpretation and Application of International Financial Reporting Standards*. Hoboken, NJ: Wiley & Sons, Inc.
- Mills, L. and Newberry, K. (2001). The influence of tax and non-tax costs on book-tax reporting differences: public and private firms. *Journal of the American Taxation Association*, 23(1), 1-19.
- Moore, J. A. (2012). *Empirical evidence on the impact of external monitoring on book-tax differences*. *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting*, 28, 254-269.
- Panjaitan, I. (2017). The Effect of Book - Tax Differences and Corporate Governance Disclosure on The Quality of Earnings Using Accounting Conservatism as Moderating Variables. *International Journal of Business Economics and Law*, 13(1), 32-37.
- Phillips, J. (2003). Corporate tax-planning effectiveness: the role of compensation-base incentives. *The Accounting Review*, 78, 847-874.
- Rezaee, Z. and Safarzadeh, M.H. (2023). Corporate governance and earnings quality: the behavioral theory of corporate governance evidence from Iran. *Corporate Governance*, 23(1), 189-218.

Wech, B. A., KenKel, P., Higgins, A. and Jones, R. (2021). Implications of Book versus Tax Based Patronage in Agricultural Cooperatives. *Tca Small Business Cooperative Forum*. 33-38.

การจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล

Tourism Management of the Tourism Business to Enhance the Level to International Standards

สมใจ ตุงกู¹ และ มณีกัญญา นากามัทลี²

Somjai Tungkoo¹ and Maneekanya Nagamatsu²

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

Business Administration, Southeast Asia University, Thailand

Corresponding Author, Email: tungkoonaf@gmail.com¹

Received: 2024-3-21; Revised: 2024-3-28; Accepted: 2024-3-29

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว 6 ด้าน เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต และ 2) แนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตทั้งในประเทศ และผู้เดินทางมาจากต่างประเทศจำนวน 8 โรงแรม ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน สูตรที่ใช้ในการคำนวณ Cochran จำนวน 399 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน การทดสอบค่า t-test และ F-test และสมการถดถอยพหุคูณ การวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน จัดการสนทนากลุ่ม 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 มี 5 ท่านและกลุ่มที่ 2 มี 7 ท่าน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ ที่พักอาศัย รองลงมาอาหาร การสื่อสารความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ และบริการของภาครัฐ ตามลำดับ และ 2) แนวทางการส่งเสริมกิจกรรมโดยสรุปภาครัฐและทุกภาคส่วนจะต้องร่วมกันดำเนินการจัดทำโครงการและแผนงานโดยมอบหมายให้ภาครัฐเป็นเจ้าภาพ ในการขับเคลื่อนให้ภูเก็ตเป็นเมืองอัจฉริยะทั้ง 14 ด้าน คือ (1) การคมนาคม ทางบก เรือ อากาศอัจฉริยะ (2) การบริการภาครัฐอัจฉริยะ (3) ความมั่นคงและความปลอดภัยอัจฉริยะ (4) เทคโนโลยีอัจฉริยะ (5) การจัดผังเมืองอัจฉริยะ (6) การสาธารณสุขและสาธารณสุขการอัจฉริยะ (7) ศูนย์การศึกษาอัจฉริยะ (8) ศูนย์สุขภาพอัจฉริยะ (9) การรักษาทรัพยากรธรรมชาติอัจฉริยะ (10) ศูนย์อาหารนานาชาติและอาหารท้องถิ่นอัจฉริยะ (11) ที่พักอาศัยอัจฉริยะในการให้บริการนักท่องเที่ยว (12) บุคลากรทุกสายอาชีพอัจฉริยะ (13) สิ่งแวดล้อมอัจฉริยะ และ (14) การดำรงชีพอัจฉริยะ

คำสำคัญ: ธุรกิจท่องเที่ยว, โครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต, มาตรฐานสากล

Abstract

This research has the following objectives to study: 1) tourism business management factors in 6 areas to raise the level to international standards, Phuket Province prototype project. 2) to study guidelines for promoting tourism management activities of tourism businesses to raise the level to international standards, Phuket Province prototype project. It is integrative research. Quantitative research the sample population consisted of tourists

staying at hotels in Phuket both domestically and those traveling from abroad, totaling 8 hotels. The exact number is unknown. The formula used to calculate W.G. Cochran was 399 people. The tool used to collect the data was a questionnaire. The statistics used to analyze the data were percentages, means, and standard deviations. Inferential statistics, t-test and F-test, and multiple regression equations. Five experts organized two group discussions, group 1 with 5 people and group 2 with 7 people. Data were analyzed using content analysis and descriptive presentation

It was found that 1) the overall 6 tourism business management factors had a high average level when considering each aspect. It was found that the areas with the highest average values were shelter, followed by food, communication, safety, public relations, government services respectively; and 2) guidelines for promoting activities. In summary, the government sector and all sectors must work together to create projects and plans by assigning the government sector to be the host. In driving Phuket to be a smart city in all 14 aspects, namely (1) intelligent land, sea, and air transportation, (2) smart government services, (3) smart security and safety, (4) smart technology, (5) smart city planning, (6) public utilities. and intelligent public facilities, (7) intelligent education centers, (8) intelligent health centers, (9) intelligent conservation of natural resources, (10) intelligent international and local food centers, (11) intelligent accommodations for providing tourist services, (12) intelligent personnel in all professions, (13) intelligent environmental, and (14) intelligent living

Keywords: Tourism Business, Phuket Prototype Project, International Standards

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2563 ถึงปี พ.ศ. 2565 จากสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เนื่องจากประเทศไทยได้พึ่งพิงตลาดการท่องเที่ยวจากต่างประเทศในระดับสูง หากย้อนไปดูข้อมูลการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2562 รายได้ประมาณ 2 ใน 3 ของประเทศ มาจากตลาดต่างประเทศ และ ประเทศไทยได้มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทย ประมาณ 39.8 ล้านคน มีการสร้างรายได้ประมาณ 3.02 ล้านล้านบาท ในส่วนของนักท่องเที่ยวไทย ที่เดินทางมีประมาณ 172 ล้านคนหรือครึ่ง สร้างรายได้ให้กับประเทศประมาณ 1 ล้านล้านบาท ต่อมาหลังจากเข้าสู่ช่วงยุคโควิด-19 ทำให้คนไทยที่ต้องอยู่บ้านงดการเดินทาง หยุดเชื้อเพื่อชาติ และในส่วนของนักท่องเที่ยวจากต่างชาติไม่สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ส่งผลให้ในปี พ.ศ. 2563 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยทั้งสิ้นเพียง 6.8 ล้านคนเท่านั้น ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเที่ยวในประเทศโดยประมาณ 95-100 ล้านคนหรือครึ่ง ส่งผลทำให้รายได้รวมจากธุรกิจการท่องเที่ยวหดตัวลงเหลือเพียงแค่ 7.5 แสนล้านบาท ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปีพ.ศ. 2563 ลดลงร้อยละ 70 เหลือเพียง 9.1 แสนล้านบาท จากปี พ.ศ. 2562 ที่ 3.02 ล้านล้านบาท ส่วนปีพ.ศ. 2564 เพิ่มขึ้นเป็น 1.24 ล้านล้านบาท แต่ยังคงตัวร้อยละ 59 จากปีพ.ศ.2562 ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวต้องมีการปรับตัว (bangkokbiznews.com, 2563)



ภาพที่ 1 รูปภาพแสดงรายได้ในธุรกิจการท่องเที่ยวลดลง จากปี พ.ศ. 2562
ที่มา: bangkokbiznews.com (2563)

ในการนี้จึงเป็นโอกาสที่ดีที่จะต้องมีการวางแผนพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบในทุก ๆ จังหวัดเพื่อต้อนรับการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งในขณะนี้รัฐบาลได้ให้การสนับสนุนจังหวัดภูเก็ตเป็นโครงการนำร่องในการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ตเนื่องจากจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีเศรษฐกิจระดับต้น ๆ ของประเทศซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก ความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจมาจากธุรกิจการท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง การระบาดของโควิด-19 มีผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตเป็นอย่างมาก จึงมีแผนการพัฒนาก่อให้เกิดภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (Phuket Sandbox) ขึ้นโดยทางจังหวัดภูเก็ตช่วยกันลดความเสี่ยงของการระบาด โดยยึดแนวทางมาตรการป้องกันควบคุมโรคติดเชื้อโควิด-19 (D-M-H-T-T-A) อย่างเคร่งครัด เพื่อไม่ให้เกิดระบาดรุนแรงจนนักท่องเที่ยวไม่กล้าที่จะเดินทางมา ในขณะนี้จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีอัตราการฉีดวัคซีนโควิด-19 สูงที่สุดในประเทศไทย ซึ่งเป็นโครงการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวที่ได้รับวัคซีนครบโดส แล้วสามารถเข้าประเทศไทยได้โดยไม่ต้องกักตัวในห้องพักและสามารถเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตได้อย่างอิสระเสรี ภูเก็ตเป็นจังหวัดแรกในประเทศไทยที่มีการดำเนินการตามแผนของโครงการ "แซนด์บ็อกซ์" และมีความคาดหวังให้โครงการ "ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์" สามารถช่วยให้เศรษฐกิจของจังหวัดภูเก็ตกลับมาฟื้นตัวได้ คาดกันว่าจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาประมาณ 129,000 คน และทำรายได้เข้าประเทศมากกว่า 11,400 ล้านบาท เหนือสิ่งอื่นใด โครงการ "แซนด์บ็อกซ์" ที่ภูเก็ตจะเป็นจังหวัดต้นแบบตามแผนแม่บทให้แก่สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้นำไปเป็นแนวปฏิบัติในไตรมาสต่อไป (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดือนสิงหาคม, 2564) ผลสรุปจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าร่วมโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ ตั้งแต่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2564 จนถึง 14 กันยายน พ.ศ. 2564 มีจำนวนนักท่องเที่ยวสะสม 32,005 คน ยอดการจองห้องพัก จำนวนคืนผู้เข้าพักในโรงแรมมาตรฐาน (SHA PLUS) จำนวน 524,221 คืน และนับตั้งแต่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2564 เป็นต้นไป โครงการ "ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์" ได้ปรับมาตรการโดยมีการเปลี่ยนแปลงจำนวนวันกักตัว สำหรับผู้เดินทางเข้าประเทศ ซึ่งมีผลทำให้ผู้ที่เดินทางเข้าภูเก็ตต้องอยู่ในพื้นที่เพียง 7 วันก่อนเดินทางไปยังจังหวัดอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีการลดจำนวนการตรวจหาเชื้อโควิด-19 เหลือเพียง 2 ครั้ง ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจ



ในการเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดอื่น ๆ ได้ง่ายและมีจำนวนมากขึ้นตามลำดับ (thansettakij.com, 2564)



ภาพที่ 2 รูปภาพแสดงรายละเอียดการเดินทางเข้าภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ ที่มา: เว็บไซต์ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ (2564)
ที่มา: The Bangkok Insight.com (2564)

การปรับตัวของผู้นำในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ภายหลังจากการผ่อนคลายมาตรการจากผลกระทบของโควิด-19 และหลังจากการแถลงการณ์นายกรัฐมนตรี “เปิดรับนักท่องเที่ยวเข้าประเทศโดยไม่ต้องกักตัว” ในวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2564 ซึ่งจะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 จึงเป็นสิ่งสำคัญและน่าสนใจที่จะเตรียมพร้อมเพื่อการฟื้นตัวในระยะต่อไปว่าจะยั่งยืนและขีดความสามารถการรองรับความผันผวนได้มากน้อยแค่ไหนนั้นขึ้นอยู่กับทางเลือกทางเดินที่จะออกจากวิกฤตครั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั่วโลกได้เปลี่ยนไป เพื่อสร้างความพร้อมให้รายรับจากการท่องเที่ยวมีเสถียรภาพมากขึ้นและช่วยรองรับความเสี่ยงในอนาคต อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาต่อยอดเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางการท่องเที่ยวตลอดจนปรับปรุงแผนการรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของฐานรากเศรษฐกิจและการปรับตัวเพื่อรับมือและเป็นการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตให้มีความเป็นมาตรฐานเทียบเท่าระดับสากลต่อไป จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยองค์กรในธุรกิจการท่องเที่ยว 6 ด้านได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การบริการของภาครัฐ ที่พักอาศัย อาหาร ความปลอดภัยและการสื่อสาร เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต

2. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล
2. ปัจจัยด้านการบริการของภาครัฐส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล
3. ปัจจัยด้านที่พักอาศัยส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล
4. ปัจจัยด้านอาหารส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล
5. ปัจจัยด้านความปลอดภัยส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล
6. ปัจจัยด้านการสื่อสารส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล

การทบทวนวรรณกรรม

องค์การสหประชาชาติได้มีการจัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้คำจำกัดความหมายของ การท่องเที่ยวไว้ หมายถึง การเดินทาง (Travel) โดยมีเงื่อนไขอยู่ 3 ประการ คือ

- 1) การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางใด ๆ ที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อค่าสินจ้าง โดยได้มีการวางแผนการเดินทางไว้ก่อน จากสถานที่แห่งหนึ่งไปยังอีกสถานที่แห่งหนึ่ง และมีการใช้ยานพาหนะเพื่อการเดินทางไปเป็นระยะทางที่ไกลหรือระยะทางไกลก็ได้
- 2) จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง การมีจุดหมายปลายทางที่จะไปพักอาศัยอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วจะต้องเดินทางกลับไปในที่อยู่เดิมหรือตามภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไป เยือนและใช้เวลาหนึ่ง ณ.สถานที่นั้น ซึ่ง ณ.สถานที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เพียงพอสำหรับการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวผู้ที่มาเยือน
- 3) ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง การมีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือการหารายได้ โดยมีจุดหมายในการเดินทางอยู่หลายประการด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งจุดหมายก็ได้

ความสำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยว

ทางเศรษฐกิจ ได้แก่ 1) เป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศ 2) ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ 3) ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน 4) ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ 5) ช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตทางเศรษฐกิจ

ทางสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ 1) ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น 2) ช่วยสร้างสรรค์ความเจริญให้แก่สังคม 3) ช่วยอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม 4) ช่วยก่อให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษา 5) ช่วยลดปัญหาความแออัดในเมืองหลวง 6) ช่วยให้เกิดการนำทรัพยากรที่ไร้ค่าในท้องถิ่นมาสร้างมูลค่า

ทางด้านการเมืองได้แก่ 1) ช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคี 2) ช่วยส่งเสริมความมั่นคงและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ (ปรีชา ตรีสุวรรณ, 2557)

“ธุรกิจการท่องเที่ยว” ที่จำกัดความไว้ในพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 มาตรา 4 ให้ความหมาย “ธุรกิจท่องเที่ยว” ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและหมายรวมถึง

1) ธุรกิจนำเที่ยว 2) ธุรกิจโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยว 3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว 4) ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว 5) ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว และ 6) การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน โฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว ในส่วนของสภาพที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ให้ความหมายความหมายว่า “การท่องเที่ยว” ว่าหมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว ภาครัฐ องค์กรเอกชน ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว อันถูกผนวกอยู่ในกิจกรรม หรือกระบวนการในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

Middleton (1994) ได้กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ประกอบด้วย องค์ประกอบที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ มีด้วยกัน 3 องค์ประกอบ คือ

1) สิ่งดึงดูดใจแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สิ่งก่อสร้าง สถานที่ประวัติศาสตร์ สนามกอล์ฟ เป็นต้น รวมถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

2) สิ่งอำนวยความสะดวก(amenities) เช่นโรงแรมร้านอาหารธุรกิจบริการและ

3) ความสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (accessibility of the destination) เช่น การบริการขนส่ง ถนนหนทาง การเดินทางเข้า ออกประเทศ ซึ่งใน 3 องค์ประกอบนี้ ความเห็นว่า องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นปัจจัย หลักที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

Dickman (1996) ได้จัด องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว เป็น องค์ประกอบ 5A คือ 1) สิ่งดึงดูดใจ (attraction) 2) การเดินทางมายัง แหล่งท่องเที่ยว (access) 3) การบริการที่พัก (accommodation) 4) กิจกรรมนันทนาการ (activities) 5) สิ่งอำนวยความสะดวก (destination amenities) ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านขายของ บริษัทบริการ ท่องเที่ยวร้านของที่ระลึก เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการองค์กร

การพัฒนาองค์กร (Organization Development หรือ OD) นิยามการพัฒนาองค์กร หมายถึง การทำแผนเพื่อใช้ดำเนินการเปลี่ยนแปลงองค์การให้เกิดความมีประสิทธิภาพ และให้ความสำคัญด้านความเป็นมนุษย์มากยิ่งขึ้น (More effective and more human) จะเห็นว่ากระบวนการทัศน์ของการพัฒนาองค์กร (OD paradigm) คือการให้ความสำคัญต่อคุณค่าของมนุษย์และความก้าวหน้า ขององค์การควบคู่กันไป เน้นความร่วมมือและกระบวนการมีส่วนร่วม ตลอดจนการมีจิตวิญญาณของการแสวงหา (Spirit of inquiry) กล่าวโดยสรุป ค่านิยมที่ถือเป็นสาระสำคัญเชิงปรัชญาของการพัฒนาองค์กรการบริหารจัดการในฐานะที่เป็นกระบวนการ หรือกระบวนการบริหารจัดการ เกิดได้จากหลายแนวคิด เช่น โพสคอร์ท (POSDCORB) เกิดจากแนวคิดของ ลูเทอร์ กุลลิก (Luther Gulick) และ ลินดอล เออร์วิค (Lyndall Urwick) ประกอบด้วย ขั้นตอนการบริหารจัดการ 7 ประการ ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การจัดการคน (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting)

การพัฒนาและมีการปรับปรุงพัฒนาเครื่องมือการวัดการรับรู้คุณภาพการบริการและทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) พบว่า SERVQUAL สามารถรวมบาง มิติเข้าไว้ด้วยกันภายใต้ชื่อมิติใหม่ Zeithaml (1986) หลักดังนี้

มิติที่ 1 รูปธรรมการบริการ (Tangibility) หมายถึงลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่นสถานที่เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ วัสดุบุคลากรสัญลักษณ์และเอกสารที่ใช้ในการ ติดต่อสื่อสารรวมทั้งสภาพแวดล้อม ที่ผู้ให้บริการตั้งใจนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมเพื่อให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงบริการนั้นได้ชัดเจนขึ้น

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึงความสามารถให้บริการได้ตรง ตามที่ได้แจ้งไว้กับผู้รับบริการ โดยบริการที่ได้รับมีความถูกต้อง เหมาะสม และบริการมีความเสมอต้น เสมอปลายทุกครั้งที่ได้รับบริการซึ่งความสม่ำเสมอนี้ก่อให้เกิดความเชื่อถือและความไว้วางใจจากลูกค้า

มิติที่ 3 การสนองตอบต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึงความพร้อมและความเต็มใจ ให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ทำให้ลูกค้า ได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ความสามารถในการ ให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและให้ความเชื่อมั่นว่า ผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึงความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการแต่ละคน

โดยการวัดทั้ง 5 มิติ นี้ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะเป็นผู้ประเมินและตัดสินคุณภาพการบริการ โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และบริการที่ได้รับรู้

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mix Method) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างประเทศจำนวน 8 โรงแรมได้แก่ 1. โรงแรมโฮมา ภูเก็ต 2. โรงแรมทวินปาล์ม ภูเก็ต 3. โรงแรมแนปปาตอง 4. โรงแรมดุสิต ลาгуน่า ภูเก็ต 5. โรงแรมโฟโต้ ภูเก็ต 6. โรงแรมเดอะซีส กะตะ ภูเก็ต 7. โรงแรมดีวานา พลาซ่าปาดอง และ 8. โรงแรมอลีน ตรู ภูเก็ต

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและที่เดินทางมาจากต่างประเทศที่เข้าพักโรงแรม จำนวน 8 โรงแรม ในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรที่ไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (1953) กำหนดให้ยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย และสอดคล้องกับแนวคิดในการวิจัย โดยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า มีจำนวน 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสำรวจรายการ (Check list) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้สุทธิต่อเดือนเป็นคำถามลักษณะปลายปิดโดยแต่ละข้อให้เลือกคำตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรในธุรกิจการท่องเที่ยว 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการประชาสัมพันธ์ 2) ด้านบริการของภาครัฐ 3) ด้านที่พักอาศัย 4) ด้านอาหาร 5) ด้านความปลอดภัยและ 6) ด้านการสื่อสาร จำนวน 24 ข้อ และส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการการยกระดับสู่มาตรฐานสากล โครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 2) ความยั่งยืนของเศรษฐกิจ ลักษณะของแบบสอบถามผู้วิจัยใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเกิร์ต (Likert's Scale) เลือกตอบตามความคิดเห็นในข้อคำถามซึ่งมีเกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ

การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย และสอดคล้องกับแนวคิดในการวิจัย โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญแบ่งเป็น 2 ส่วนคือสัมภาษณ์เป็นรายท่าน จำนวน 5 ท่าน จัดสนทนากลุ่มคณะกรรมการ จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ คณะกรรมการสมาคมโรงแรมไทยภาคใต้ จำนวน 5 ท่าน และคณะกรรมการสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จำนวน 7 ท่าน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้ นักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมในจังหวัดภูเก็ตทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและที่เดินทางมาจากต่างประเทศจำนวน 8 โรงแรม ได้แก่ โรงแรมโฮมาภูเก็ต โรงแรมทวินปาล์มส์ ภูเก็ต โรงแรมแนป ป่าตอง โรงแรมดุสิต ลาгуน่า ภูเก็ต โรงแรมโฟโต้ ภูเก็ต โรงแรมเดอะซิสส์กะตะ โรงแรมตีวน่า พลาซ่าป่าตอง โรงแรมอลันตรา ภูเก็ต จำนวนโรงแรมละ 50 ชุด

1) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อขออนุญาตเข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

2) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม 400 ฉบับ จากนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและที่เดินทางมาจากต่างประเทศทั้งที่ดำเนินการด้วยตนเองและใช้กูเกิ้ลฟอร์ม (Google Form) และนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติต่อไป

การวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้เชี่ยวชาญและการสนทนากลุ่ม 2 กลุ่ม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1) ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อขออนุญาตเข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งผู้เชี่ยวชาญรายบุคคล 5 ท่านและการจัดกลุ่มสนทนา 2 กลุ่ม

2) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยดำเนินการด้วยตนเอง และนำข้อมูลที่ได้มาเก็บรวบรวมได้ทั้งแบบรายบุคคลและแบบสนทนากลุ่มที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาร่างเป็นแนวทางพัฒนา

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ 1.1) ค่าความถี่ และค่าร้อยละ (Frequency and Percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 1.2) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายการกระจายของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว 6 ด้านและส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล 1.3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้อธิบายการกระจายของข้อมูลที่ได้จาก

แบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว 6 ด้าน และส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรในธุรกิจการท่องเที่ยวสู่มาตรฐานสากล

2. สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ (2.1) การทดสอบที (T-test) ใช้ทดสอบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรสองกลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ ร้อยละ 95 (2.2) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ค่า F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร ตั้งแต่สามกลุ่มขึ้นไป กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยใช้สูตรตามวิธีของ LSD (Least Significant Difference) และ (2.3) วิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 9

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ทั้งที่เป็นรายบุคคล 5 ท่านและสนทนากลุ่มที่ทำการบันทึกไว้เกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการพัฒนารูปแบบการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต นำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสังเคราะห์ นำเสนอผลการวิจัยเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 241 คน ร้อยละ 60.25 เพศหญิง 159 คน ร้อยละ 39.75 อายุต่ำกว่า 20 ปี 194 คน ร้อยละ 48.50 รองลงมาอายุ 31-40 ปี 91 คน ร้อยละ 22.75 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 214 คน ร้อยละ 53.50 รองลงมาปริญญาตรี 170 คน ร้อยละ 42.50 สถานภาพสมรส โสดจำนวน 348 คน ร้อยละ 87.00 รองลงมาสมรส 47 คน ร้อยละ 11.75 อาชีพอิสระจำนวน 208 คน ร้อยละ 52.00 รองลงมาพนักงานเอกชน 166 คน ร้อยละ 41.50 รายได้สุทธิต่อเดือนต่ำกว่า 30,000 บาท จำนวน 32 คน ร้อยละ 58.00 รองลงมา 30,001-50,000 บาท จำนวน 126 คน ร้อยละ 31.50

1. ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว 6 ด้าน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การบริการของภาครัฐ ที่พักอาศัย อาหาร ความปลอดภัยและการสื่อสาร เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว ในภาพรวม

n=399				
ปัจจัยองค์กรในธุรกิจท่องเที่ยว	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ภาพรวมปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว	4.00	0.60	มาก	-
การประชาสัมพันธ์	3.89	0.50	มาก	5
บริการของภาครัฐ	3.80	0.79	มาก	6
ที่พักอาศัย	4.22	0.63	มากที่สุด	1
อาหาร	4.19	0.64	มาก	2
ความปลอดภัย	3.89	0.74	มาก	4
การสื่อสาร	4.03	0.58	มาก	3

จากตารางที่ 1 ภาพรวมปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อยพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ที่พักอาศัย ($\bar{X}$ =4.22) รองลงมาได้แก่อาหารมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.19) การสื่อสารมีค่าเฉลี่ยในระดับ

($\bar{X}$ =4.03) ความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.89) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดได้แก่ บริการของภาครัฐมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.80) ภาพรวมปัจจัยองค์กรในธุรกิจการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.15)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว 6 ด้าน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การบริการของภาครัฐ ที่พักอาศัย อาหาร ความปลอดภัยและการสื่อสาร ส่งผลต่อปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ส่งผลต่อส่งผลการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการบริการของภาครัฐส่งผลต่อส่งผลการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านที่พักอาศัยส่งผลต่อส่งผลการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านอาหารส่งผลต่อส่งผลการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านความปลอดภัยส่งผลต่อส่งผลการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านการสื่อสารส่งผลต่อส่งผลการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล	ยอมรับสมมติฐาน

2. แนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต สรุปผลการวิจัย ดังนี้

การจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวให้จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองอัจฉริยะเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล โดยจะต้องร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ภาคธุรกิจ ภาคเอกชนและภาคประชาชนทั่วทั้งจังหวัด มีวิสัยทัศน์เพื่อพัฒนาจังหวัดภูเก็ตให้เป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวอัจฉริยะเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากล จังหวัดภูเก็ตจะต้องจัดการกระบวนการทัศน์ให้เป็นศูนย์กลางแหล่งท่องเที่ยวอัจฉริยะทุกรูปแบบ ได้แก่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นต้น โดยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ให้เป็นจังหวัดภูเก็ตอัจฉริยะเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลในด้านต่าง ๆ ดังนี้ (1) ด้านการคมนาคม ทางบก เรือ อากาศ อัจฉริยะ (2) ด้านการบริการภาครัฐอัจฉริยะ (3) ด้านความมั่นคงและความปลอดภัยอัจฉริยะ (4) ด้านเทคโนโลยีอัจฉริยะ (5) ด้านการจัดผังเมืองอัจฉริยะ (6) ด้านการสาธารณสุขโรคและสาธารณสุขการอัจฉริยะ (7) ด้านศูนย์การศึกษาอัจฉริยะ (8) ด้านศูนย์สุขภาพอัจฉริยะ (9) ด้านการรักษาทรัพยากรธรรมชาติอัจฉริยะ (10) ด้านศูนย์อาหารนานาชาติและอาหารท้องถิ่นอัจฉริยะ (11) ด้านที่พักอาศัยอัจฉริยะในการให้บริการนักท่องเที่ยว (12) ด้านบุคลากรทุกสายอาชีพอัจฉริยะ (13) ด้านสิ่งแวดล้อมอัจฉริยะ และ (14) ด้านการดำรงชีพอัจฉริยะ

โดยนำกลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้นมาจัดทำเป็นโครงการและแผนการดำเนินงาน ซึ่งภาครัฐจะต้องทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพหลักในการส่งเสริมพัฒนาจังหวัดภูเก็ต ให้เป็นจังหวัดภูเก็ตอัจฉริยะเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลและสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว รวมทั้งภาครัฐต้องส่งเสริมพัฒนาศักยภาพธุรกิจและเสริมสร้างองค์ความรู้ทุกด้าน ด้านงบประมาณจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอต่อการพัฒนาทุกรูปแบบและทุกขั้นตอนอย่างต่อเนื่องและเต็มศักยภาพ ทั้งส่งเสริมให้ความรู้ความเข้าใจในการรู้จักใช้และวิธีการที่ถูกต้องในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีคุณค่าเพื่อให้งคงความเป็นธรรมชาติที่งดงาม และไม่ให้มีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นอยู่โดยไม่ปรับ หรือทำการสร้างในสิ่งที่จะทำลายหรือกระทบทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เดิมให้เกิดความเสียหาย เพราะธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีต้นทุนสูงที่สุดในการลงทุนเนื่องจากทุกอย่างเป็นการสร้างสรรค์จากธรรมชาติ เพียงรู้จักรักษาดังที่ธรรมชาติสร้างสรรค์มาให้เพียงเท่านี้จะสามารถนำรายได้ทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาลให้กับประเทศและคนในท้องถิ่นได้อย่างง่ายดาย

อภิปรายผล

1. ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยว 6 ด้าน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การบริการของภาครัฐ ที่พักอาศัย อาหาร ความปลอดภัยและการสื่อสาร เพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต ภาพรวมปัจจัยองค์กรในธุรกิจการท่องเที่ยว 6 ด้าน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก เมื่อพิจารณาเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) ที่พักอาศัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 2) รองลงมาอาหาร มีค่าเฉลี่ยระดับมาก 3) การสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยระดับมาก 4) ความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยระดับมาก 5) การประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก 6) บริการภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก และ 6) ด้านที่มีค่าน้อยที่สุดได้แก่ บริการภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยระดับมาก ปัจจัยทั้ง 6 ด้าน เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างแนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kotler & Keller (2010) ได้ศึกษาถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ การรับรู้คุณค่าในด้านราคา เวลาที่เสียไปและประโยชน์ที่ได้รับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยวและมีผลต่อประสบการณ์การท่องเที่ยว ความพึงพอใจ ความจงรักภักดีและการแนะนำบอกต่อ องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้กำหนดมาตรฐานบริการสำหรับนักท่องเที่ยวไว้ 6 ประการ คือ ความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย (Safe and Security) สุขอนามัย (Hygiene) การเข้าถึง (Accessibility) ความโปร่งใส (Transparency) ความถูกต้อง (Authenticity) และความสามัคคี (Harmony) และสอดคล้องกับ Zeithaml, Bitner and Gremler (2009) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ประกอบด้วย ปัจจัย 5 ประการ คุณภาพ การบริการ คุณภาพสินค้า ราคา ปัจจัยส่วนบุคคล มีผลสำคัญอย่างยิ่ง

2. แนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานสากลโครงการต้นแบบจังหวัดภูเก็ต จะบรรลุเป้าหมายได้ต่อเมื่อภาครัฐจะต้องให้การสนับสนุนในทุกรูปแบบตามข้อเสนอแนะดังกล่าวข้างต้น สืบเนื่องจากจังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับหนึ่ง หากได้รับการจัดการจากภาครัฐอย่างเต็มรูปแบบ จังหวัดภูเก็ตจะสามารถนำรายได้เข้าสู่ภาครัฐได้เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ภาครัฐจะยังสามารถบริหารจัดการให้จังหวัดภูเก็ตไปใช้ในจังหวัดอื่นได้ ที่อาจมีการปรับเปลี่ยนบ้างตามความเหมาะสมของแต่ละจังหวัด ซึ่งแต่ละจังหวัดในประเทศไทยล้วนมีทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยว ขนบธรรมเนียมประเพณีที่แตกต่างกัน ซึ่งจังหวัดต่าง ๆ สามารถนำเอกลักษณ์ของจังหวัดมาจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและผู้ที่เดินทางมาจากต่างประเทศ แต่หากยังไม่มีกรริเริ่มโครงการต้นแบบเป็นตัวอย่างในการดำเนินการอาจทำให้ประเทศเสียโอกาสในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวจนไม่สามารถมีศักยภาพที่แข่งขันกับนานาชาติได้ ซึ่งจะทำให้ประเทศสูญเสียรายได้จำนวนมาก แต่ลงทุนน้อยจากการเป็นศูนย์กลางแหล่ง

ท่องเที่ยวที่ใช้แต่ทรัพยากรที่ธรรมชาติสร้างสรรค์มาให้ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ นรินทร์ สังข์รักษา สุภาภรณ์ พรหมฤๅษี และธีรังกูร วรบำรุงกุล (2559) ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับความรับร่งของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องการบทบาทของ 5 ส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน นักท่องเที่ยว และสถาบันการศึกษา ซึ่งจะช่วยกันสร้างแรงจูงใจแก่นักท่องเที่ยว ด้านการดูแลสถานที่ท่องเที่ยว สนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ล้วนต้องการผู้บริหารและคนจากทุกฝ่ายส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ควรพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การลงทุนในการปรับปรุงระบบการขนส่ง เช่น สนามบิน ถนน การขนส่งสาธารณะ และสาธารณูปโภค เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งเหล่านี้นี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตและความก้าวหน้าของจังหวัดภูเก็ตและทุกภูมิภาค โดยทั้งภาครัฐและเอกชน ควรให้ความสำคัญดังนี้

1.1) เพื่อการท่องเที่ยว ภูเก็ตเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศไทย เพื่รองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น สิ่งนี้จะช่วยให้ผู้มาเยือนได้รับประสบการณ์การเดินทางที่ราบรื่น และช่วยรักษาชื่อเสียงของภูเก็ตในฐานะสถานที่ท่องเที่ยวชั้นนำ

1.2) เพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ เครือข่ายการขนส่งที่ได้รับการปรับปรุง รวมถึงถนนและท่าเรือ สามารถอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ ส่งเสริมการค้าและการพาณิชย์ในภูมิภาค นอกจากนี้ เขตธุรกิจและเขตธุรกิจที่มีอุปกรณ์ครบครันสามารถดึงดูดการลงทุน สร้างโอกาสในการทำงาน และมีส่วนช่วยต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น

1.3) เพื่อการเชื่อมต่อ การเสริมสร้างการเชื่อมต่อภายในจังหวัดภูเก็ตและส่วนอื่น ๆ ของประเทศไทยถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนาโดยรวม ระบบการคมนาคมที่ได้รับการอัปเดต สามารถลดเวลาการเดินทางสำหรับผู้อยู่อาศัยและผู้มาเยือนได้ ช่วยส่งเสริมความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนระหว่างภูมิภาคต่าง ๆ โดยส่งเสริมการบูรณาการทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ

1.4) เพื่อคุณภาพชีวิต การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในจังหวัดภูเก็ต การเข้าถึงสาธารณูปโภคที่เชื่อถือได้ เช่น น้ำสะอาด ไฟฟ้า และบริการสุขภาพ ถือเป็นพื้นฐานของสภาพแวดล้อมการอยู่อาศัยที่สะดวกสบาย นอกจากนี้ โครงสร้างพื้นฐานที่มีการวางแผนอย่างดีสามารถปรับปรุงพื้นที่สาธารณะ พื้นที่สันทนาการ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการดูแลสุขภาพ ซึ่งมีส่วนทำให้ความเป็นอยู่โดยรวมของชุมชนดีขึ้น

2. ควรนำแนวทางการส่งเสริมกิจกรรมการจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาใช้ เพื่อลดผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่น ซึ่งอาจรวมถึงโปรแกรมการจัดการขยะ โครงการริเริ่มที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการมีส่วนร่วมของชุมชน

3. ความร่วมมือส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ คณะกรรมการการท่องเที่ยว ธุรกิจภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยสร้างแนวทางที่เป็นหนึ่งเดียวในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวและรับประกันความสำเร็จในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อเป็นการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในครั้งต่อไป ควรทำการวิจัยหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ศึกษากลยุทธ์การวางผังเมือง และวิธีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน วิเคราะห์ว่าภูเก็ตสามารถยกระดับระบบขนส่ง สาธารณูปโภค และพื้นที่สาธารณะเพื่อเพิ่มความเป็นอยู่และดึงดูดการลงทุนได้อย่างไร
2. สืบค้นข้อมูลในการดึงดูดธุรกิจระดับโลกและกระจายความหลากหลายทางเศรษฐกิจไปไกลกว่าการท่องเที่ยวได้อย่างไร สืบค้นธุรกิจที่มีศักยภาพที่ภูเก็ตสามารถพัฒนาหรือขยายได้ เช่น เทคโนโลยี การเงิน การศึกษา หรือการดูแลสุขภาพ
3. ตรวจสอบความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ความคิดริเริ่มสีเขียวและแนวปฏิบัติที่ยั่งยืนรวมถึงการจัดการขยะ และประสิทธิภาพการใช้พลังงาน ระบุวิธีที่ภูเก็ตสามารถเข้ามาตรึงที่คล้ายกันเพื่อรักษาความงามตามธรรมชาติ ปกป้องสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
4. สืบค้นการนำเทคโนโลยีเมืองอัจฉริยะมาใช้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล และโซลูชัน IoT ตรวจสอบว่าภูเก็ตสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ ปรับปรุงบริการสาธารณะ และสร้างเมืองที่เชื่อมต่อกันและยั่งยืนได้อย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดือนสิงหาคม 2564*. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2564, จาก <https://www.mots.go.th/news/category/639>
- นรินทร์ สังข์รักษา สุภาภรณ์ พรหมฤๅษี และ อธิษฐ์ วรบำรุงกุล. (2559). รูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ไร้ความริบเร่งของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการทหารคำไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 36(2), 1-19.
- ปรีชา ตรีสุวรรณ. (2557). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คืออะไร สำคัญอย่างไร*. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2567, จาก <https://www.facebook.com/487643448028956/posts/573996916060275/>
- รัฐพล วงศาโรจน์. (2566). *8 เทคโนโลยีตอบโจทย์รูปแบบการท่องเที่ยวยุคใหม่*. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2567, จาก <https://www.nia.or.th/8-Travel-Technologies>
- Bangkokbiznews.com. (2563). *โควิดฉุดรายได้ ‘ท่องเที่ยว’ ดิ่ง ‘กรุงเทพฯ’ เน้นธุรกิจเร่งปรับตัว*. 12 มกราคม 2567, จาก https://www.bangkokbiznews.com/business/897355#google_vignette
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Dickman S. (1996). *Tourism: An Introductory text* (2nd ed.). Australia: Hodder Education.
- Kotler, P. & Keller, K. I. (2010). *Marketing Management*. (12th Ed.). New Delhi: Dorling Kindersley Pvt. Ltd.
- Middleton, V. T. C. (1994). *Marketing in Travel Tourism*. Oxford: Butterworth Heineman.
- Thansettakij.com. (2564). *เปิดโมเดล ‘ภูเก็ต แซนด์บ็อกซ์’ ต่างชาติเที่ยวไม่ต้องกักตัว 1 ก.ค.นี้*. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2564, จาก https://www.thansettakij.com/business/474304#google_vignette
- Thebangkokinsight.com. (2564). *ที่เดียวครบ! คู่มือนักท่องเที่ยว ‘ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์’ ขึ้นตอนเข้า-พัก-ออก จากภูเก็ต*. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2564 จาก <https://www.thebangkokinsight.com/news/business/662007/>
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1998). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Managing Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Marketing*, 18(45), 437–449.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. & Gremler, D. D. (2009). *Service marketing: integrating customer focus across the firm*. (5th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.

กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่

Marketing Strategies for the Instant Curry Paste Business in Chiang Mai Province

รภัสสรณ์ คงธนजारูณันต์¹, ชนิตา พันธุ์มณี² และ พัชณีย์ธน ทวีโชติธนพัชร³
Raphassorn Kongtanajaruanun¹, Chanita Panmanee² and Pattana Taweechothanapat³

^{1,2}คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่

^{1,2}Faculty of Economics, Maejo University, Chiang Mai, Thailand

³คณะผลิตกรรมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เชียงใหม่

³Faculty of Agricultural Production, Maejo University, Chiang Mai, Thailand

Corresponding Author, Email: phassy77@gmail.com¹

Received: 2024-1-11; Revised: 2024-3-28; Accepted: 2024-3-29

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับพฤติกรรมผู้บริโภคของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูป 2) ศึกษาระดับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูป 3) ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับกลยุทธ์ระดับธุรกิจของน้ำพริกแกงสำเร็จรูป และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อกลยุทธ์ทางการตลาดในจังหวัดเชียงใหม่ รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในวิจัย คือ แบบสอบถาม ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.98 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วย ค่าที ค่าเอฟ ด้วยวิธีแอลเอสดี และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันโดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ระดับของพฤติกรรมผู้บริโภคของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ระดับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพสมรส ด้านอาชีพ ด้านภูมิสำเนาปัจจุบัน ด้านรสชาติน้ำพริกแกงสำเร็จรูป และด้านการตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่ต่างกัน มีกลยุทธ์ระดับธุรกิจที่ต่างกัน ส่วนความสัมพันธ์ของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อกลยุทธ์ระดับธุรกิจทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด; พฤติกรรมผู้บริโภค; น้ำพริกแกงสำเร็จรูป

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the level of consumer behavior of the instant curry paste business, 2) to study the marketing strategy level of the instant curry paste business, 3) to compare demographic factors with the business level strategy of instant curry paste, and 4) to study the relationship of consumer behavior to the business level strategy in Chiang Mai. This article is quantitative research and the research instrument was a questionnaire completed by a sampling of 400 consumers, the confidence value was 0.98, and the statistics used in the data analysis were frequency, percentage, average, and standard deviation. Testing hypotheses with T value F value LSD and Pearson correlation coefficients with a statistical significance level of 0.05.

The research results showed that the level of consumer behavior of the instant curry paste business as a whole is very high. The overall level of marketing strategies of the instant

curry paste business is very high. Gender, age, marital status, occupation Current domicile. The taste side of instant curry paste and the purchase decision side are mostly different. There are different business-level strategies. The correlation of consumer behavior to all aspects of business-level strategies, statistically significant at the level of .01

Keywords: Marketing strategies, Consumer Behavior, Instant Curry Paste

บทนำ

น้ำพริกแกง เป็นอาหารพื้นบ้านที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในชุมชนที่อยู่คู่กับวิถีชีวิตของคนไทยมาช้านาน เนื่องจากมีรสชาติถูกปากมีส่วนผสมของเครื่องปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ มีรสชาติจัดจ้าน สี กลิ่นรสต้องตาน่าชิมจึงทำให้น้ำพริกแกงเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่มีการผลิตเพื่อจำหน่ายเป็นจำนวนมากในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ มีส่วนประกอบหลักๆ หลากหลายชนิดที่มีคุณประโยชน์ทางโภชนาการและป้องกันโรคภัยต่าง ๆ ในปัจจุบันน้ำพริกแกงผู้บริโภคจึงมองว่าเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่ผ่านมา อีกทั้งในปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคหันมาใส่ใจอาหารสุขภาพกันมากขึ้น ผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่มีกลุ่มเกษตรกรและกลุ่มอาชีพผู้ผลิตน้ำพริกแกงที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ชนิดของน้ำพริกแกง ได้แก่ น้ำพริกแกงเผ็ด น้ำพริกน้ำเงี้ยว น้ำพริกแกงฮังเล น้ำพริกแกงอ่อม เป็นต้น เนื่องจากกระบวนการผลิตน้ำพริกแกงค่อนข้างยุ่งยากผู้บริโภคส่วนใหญ่ จึงหันมาซื้อน้ำพริกแกงสำเร็จรูปที่วางขายตามท้องตลาด ประกอบกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนไทยเปลี่ยนไปที่ต้องการความเร่งด่วนเร่งรีบมีข้อจำกัดด้านเวลา ดังนั้นจึงมีเวลาในการประกอบอาหารน้อยลง อีกทั้งมีกลุ่มผู้บริโภคคนไทยในต่างแดนหรือต่างประเทศจำนวนมากที่ต้องการบริโภคอาหารไทย ซึ่งน้ำพริกแกงสำเร็จรูปเป็นส่วนประกอบหลักของอาหารไทยที่ขาดไม่ได้ในการประกอบอาหาร จากที่กล่าวมานี้จึงเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ตลาดน้ำพริกแกงสำเร็จรูปมีการเติบโตสูงมาก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี (บุญฤทธิ์ ชูประดิษฐ์, 2560) ปัจจุบันน้ำพริกแกงกึ่งสำเร็จรูปได้รับการพัฒนาเป็นกลุ่มอาชีพ อุตสาหกรรมในครัวเรือน และอุตสาหกรรมขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) รวมทั้งยังเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ขึ้นชื่อในหลายตำบล อีกทั้งในปัจจุบันได้มีการแปลงรูปดัดแปลงน้ำพริกในรูปแบบต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นและเริ่มมีกระบวนการส่งออกของน้ำพริกไปสู่ตลาดโลกผ่านช่องทางออนไลน์ (พงศ์ศิริ แซ่ตัน, 2558) จากการเริ่มเข้ามาของเทคโนโลยีการขายของผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยระบบอีคอมเมิร์ซ ส่งผลให้มีผู้ประกอบการรายใหญ่ รายย่อย ผู้ประกอบการ SME ได้ร่วมเข้ามาสู่การขายน้ำพริกผ่าน ทางบริการออนไลน์ ส่งผลต่อยอดขายของน้ำพริกขยายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยน้ำพริกที่ขายบน แพลตฟอร์มส่วนใหญ่จะยังคงเป็นน้ำพริกที่มีแบรนด์มาอย่างยาวนาน มีชื่อเสียง ส่งผลให้การขายของผู้ประกอบการรายเล็ก ๆ ต่าง ๆ ต้องมีการปรับกลยุทธ์ในการขายสินค้าของตนเอง การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น การพัฒนาน้ำพริกในสูตรต่าง ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างตนเองกับคู่แข่ง การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการปรับกลยุทธ์การทำตลาดของผู้ประกอบการทุกราย สามารถรับรู้ได้จากยอดขายของน้ำพริกที่ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญ และได้รับความนิยมจากผู้บริโภคทั่วไปเป็นอย่างมาก และถึงแม้ว่าราคาน้ำพริกที่จำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์จะมีราคาสูงกว่าน้ำพริกที่วางจำหน่ายในตลาดทั่วไป แต่ก็ยังได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังพบว่าน้ำพริกในตลาดออนไลน์มีรูปแบบของรสชาติที่มีความหลากหลาย และน่าสนใจมากกว่าน้ำพริกในตลาดออฟไลน์ (กระทรวงพาณิชย์, 2564)

ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงสำเร็จรูปให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญของผู้ประกอบการต่อการกำหนดกลยุทธ์ในระดับธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงสำเร็จรูปโดยควรมีจุดแข็งของธุรกิจที่มีความรอบรู้เรื่องน้ำพริก มีช่องทางการจัด

จำหน่ายที่แน่นอน โดยใช้วิธีการตลาดนำการผลิต และให้ความสำคัญด้านการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากองค์กรอาหารและยา สำหรับการจัดจำหน่ายตลาดน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ เริ่มจากช่วงการแพร่ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ส่งผลให้ยอดขายการจัดจำหน่ายน้ำพริกแกงสำเร็จรูปภายในจังหวัดเชียงใหม่ปรับตัวลดลง เนื่องจากมีข้อจำกัดจากมาตรการกระทรวงสาธารณสุข อีกทั้งด้วยสาเหตุหลายประการไม่ว่าจะเป็นประชาชนเริ่มมีการประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้น ส่งผลให้ยอดขายน้ำพริกแกงลดลงอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้ประกอบการน้ำพริกแกงสำเร็จรูปจะต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีลักษณะที่เปลี่ยนไป ด้วยการวางแผนการพัฒนาธุรกิจน้ำพริกแกงให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค (ณัฐวณิชกุล เศรษฐบุราโมทย์ และคณะ, 2559)

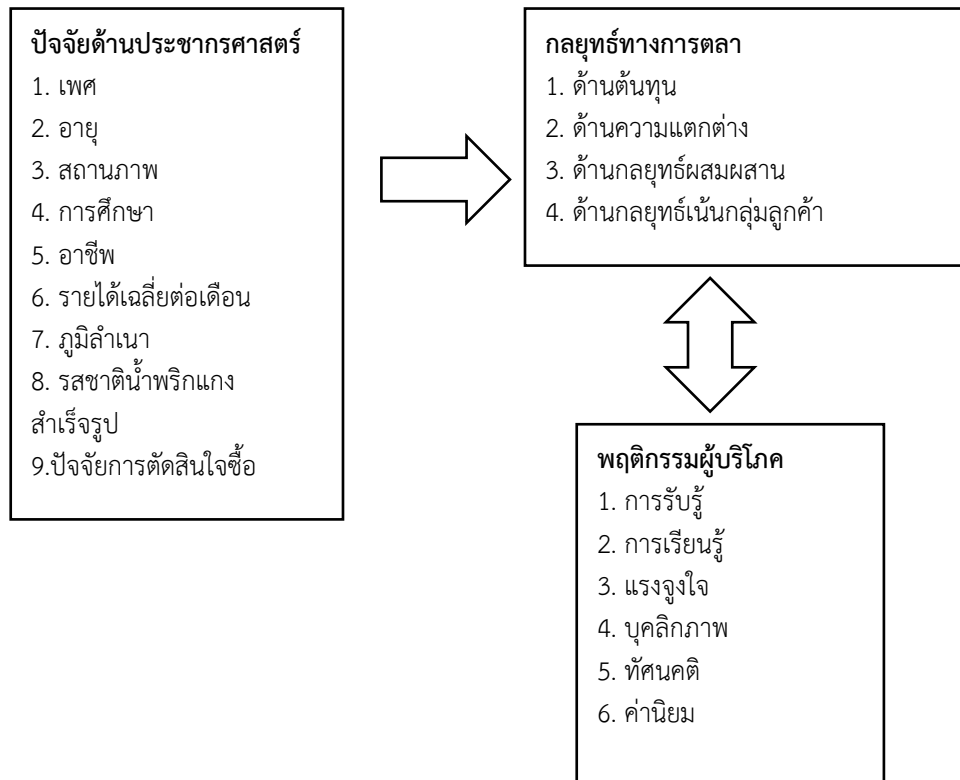
จากข้อมูลดังกล่าวมานั้น แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมผู้บริโภคน้ำพริกแกงสำเร็จรูปที่มีลักษณะที่เปลี่ยนไป ส่งผลให้การทำการตลาดของธุรกิจของผู้ประกอบการน้ำพริกแกงจึงต้องมีการปรับตัวอยู่เสมอ ดังนั้นผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญในการศึกษา กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้เกิดการพัฒนาธุรกิจน้ำพริกให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งเป็นแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมการสร้างอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการน้ำพริกแกงสำเร็จรูปให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาระดับพฤติกรรมผู้บริโภคของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่
2. ศึกษาระดับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่
3. เปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่
4. ศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดการศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ มีประชากรในการวิจัยด้านผู้บริโภค จำนวน 1,789,385 ราย (สำนักทะเบียนกลางเรื่องจำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร ตามหลักฐานทะเบียนราษฎร, 2565) รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคน้ำพริกน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย โดยการคำนวณตามแนวคิดของ ทาโรยามาเน่ (Yamane, 1973) การสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยทดสอบจากผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง 30 ราย และนำมาทดสอบค่าความเชื่อมั่นด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบาค ซึ่งแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.98 แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิภาคปัจจุบัน รสนิยมสำเร็จรูป และปัจจัยการตัดสินใจซื้อ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านแรงจูงใจ ด้านบุคลิกภาพ ด้านทักษะและด้านค่านิยม

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ด้านต้นทุน ด้านความแตกต่าง ด้านกลยุทธ์ผสม และด้านกลยุทธ์เน้นกลุ่มลูกค้า

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ทั้งนี้ตอนที่ 2-3 ข้อคำถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณในการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ตามแบบของ Likert (Likert's Scale)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด กับผู้บริโภคน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่เดือน 1 กันยายน 2566 – 31 ตุลาคม 2566

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการค้นคว้า และการรวบรวมข้อมูลจาก เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เอกสารจากผู้วิจัยท่านอื่นที่ได้ศึกษาไว้ก่อนแล้ว รวมทั้งแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากตำราทางวิชาการ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการแจกแจงค่าความถี่และค่าร้อยละใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับตัวแปรพฤติกรรมผู้บริโภค และกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานใช้ในการแปลความหมาย ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร

3. การทดสอบตามสมมติฐานด้วย One-Way ANOVA: t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล สำหรับใช้วิธีการเปรียบเทียบรายคู่ด้วย LSD (Fisher's least significant different) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อกลยุทธ์ทางการตลาดด้วย Chi-square test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์ระดับธุรกิจของน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

ด้านปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 83.00 อายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.90 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 61.32 ระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 48.00 มีอาชีพเจ้าของกิจการธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 41.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.75 มีภูมิลำเนาปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 48.35 ด้านรสชาติน้ำพริกแกงสำเร็จรูป (น้ำพริกแกงเผ็ด) ร้อยละ 58.32 และปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเนื่องจากรสชาติ คิดเป็นร้อยละ 52.89

1. ระดับพฤติกรรมผู้บริโภคของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาระดับพฤติกรรมผู้บริโภคของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับพฤติกรรมผู้บริโภคของธุรกิจ แสดงดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ระดับพฤติกรรมผู้บริโภคของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ภาพรวม

พฤติกรรมผู้บริโภคของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านการรับรู้	4.05	0.49	มาก
2. ด้านการเรียนรู้	4.01	0.48	มาก
3. ด้านแรงจูงใจ	4.24	0.53	มากที่สุด
4. ด้านบุคลิกภาพ	3.98	0.59	มาก
5. ด้านทัศนคติ	4.02	0.45	มาก
6. ด้านค่านิยม	4.31	0.62	มากที่สุด
ภาพรวม	4.05	0.53	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ระดับพฤติกรรมผู้บริโภคของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$, S.D.=0.53) ผลการวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านค่านิยม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.31$, S.D.=0.62) รองลงมา คือ ด้านแรงจูงใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.24$, S.D.=0.53) รองลงมา คือ ด้านการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$, S.D.=0.48) รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$, S.D.=0.49) รองลงมา คือ ด้านทัศนคติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$, S.D.=0.45) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านบุคลิกภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$, S.D.=0.589) ตามลำดับ

2. ระดับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาระดับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ภาพรวม

กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านต้นทุน	4.32	0.53	มากที่สุด
2. ด้านความแตกต่าง	3.89	0.62	มาก
3. ด้านกลยุทธ์ผสมผสาน	3.87	0.58	มาก
4. ด้านกลยุทธ์เน้นกลุ่มลูกค้า	3.82	0.59	มาก
ภาพรวม	3.98	0.59	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ระดับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$, S.D.=0.59) ผลการวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านต้นทุน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.32$, S.D.=0.53) และ รองลงมา คือ ด้านความแตกต่าง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$, S.D.=0.62) รองลงมา คือ ด้านกลยุทธ์ผสมผสาน (ระหว่างต้นทุนและความแตกต่าง) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$, S.D.=0.58) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านกลยุทธ์การเน้นกลุ่มลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$, S.D.=0.59) ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลกับกลยุทธ์ระดับธุรกิจของน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยส่วนบุคคลกับกลยุทธ์ระดับธุรกิจของน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับกลยุทธ์ระดับธุรกิจของน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ภาพรวม

ด้านประชากรศาสตร์	χ^2	df	p-value
เพศ	26.66	3	0.001*
อายุ	277.90	12	0.017*
สถานภาพ	34.07	12	0.012*
ระดับการศึกษา	12.46	12	0.453
อาชีพ	70.021	15	0.032*
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	17.98	12	0.246
ภูมิลำเนา	25.43	3	0.005*
รสชาติน้ำพริกแกงสำเร็จรูป	133.66	18	0.045*
ปัจจัยการตัดสินใจซื้อ	172.85	6	0.023*

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านสถานภาพ ด้านอาชีพ ด้านภูมิลำเนาปัจจุบัน ด้านรสชาติน้ำพริกแกงสำเร็จรูป และด้านปัจจัยการตัดสินใจซื้อส่งผลต่อกลยุทธ์ระดับธุรกิจของน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ด้านระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่ส่งผลต่อกลยุทธ์ระดับธุรกิจ

4. ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อกลยุทธ์ระดับธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อกลยุทธ์ระดับธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อกลยุทธ์ระดับธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่

ตัวแปร	พฤติกรรมผู้บริโภค	กลยุทธ์ระดับธุรกิจ
พฤติกรรมผู้บริโภค	1.000	0.786**
กลยุทธ์ระดับธุรกิจ	0.786**	1.000

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

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคต่อกลยุทธ์ระดับธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสัมพันธ์ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยพฤติกรรมผู้บริโภคโดยรวม มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ระดับธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงถึงร้อยละ 78.60 ($r=0.786$)

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาสามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1. พฤติกรรมผู้บริโภคของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อด้านค่านิยมและด้านแรงจูงใจสูงที่สุด ถือว่ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ และยังเป็นปัจจัยสืบเนื่องต่อการนำไปสู่การรับรู้ด้วยตราสินค้าของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มช่องทางทางการตลาดได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Huang and Sarigollu (2012) เนื่องจากกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจมีการสร้างตราสินค้าให้เกิดการรับรู้ในบรรจุภัณฑ์ของสินค้าอุปโภคบริโภค ย่อมเป็นการเพิ่มโอกาสการจัดจำหน่าย

สินค้าเกษตรอินทรีย์ในช่องทางการตลาดแต่ละช่องทางไม่เพียงแต่ตลาดภายในประเทศเท่านั้น ยังรวมถึงโอกาสการจำหน่ายในตลาดต่างประเทศอีกด้วย

2. กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาวิจัยการกำหนดกลยุทธ์ด้านการทำตลาดของผู้ประกอบการจำหน่ายน้ำพริกครั้งนี้ สอดคล้องกับวาสนา พวงบุบผา (2554) กลยุทธ์การตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ กรณีศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า House Brand ของบริษัทบีซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) โดยพบว่า กลยุทธ์ในระดับธุรกิจคือกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ อีกทั้งสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางด้านการตลาดที่มากขึ้น ส่งผลทำให้ธุรกิจมีโอกาสในการทำกำไรมากขึ้นด้วย และหากมีการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีในการนำเสนอข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างและมีความโดดเด่นให้สามารถอยู่เหนือคู่แข่งได้เป็นวิธีการสร้างมูลค่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่ช่วยในการบริการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้โดยง่าย

3. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อกลยุทธ์ระดับธุรกิจของน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ต่างกันส่งผลต่อกลยุทธ์ระดับธุรกิจของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน อภิปรายผลผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจซื้อน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ภูมิสำเนา รสชาติ และปัจจัยการซื้อที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกลยุทธ์ระดับของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงสถานภาพสมรสมีครอบครัว ซึ่งต้องการน้ำพริกแกงสำเร็จรูปที่มีรสชาติดีถูกใจตามภูมิสำเนาของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิตาพร สืบอักษร และพัชราวดี ศรีบุญเรือง (2560) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผักและผลไม้สดของผู้บริโภค กรณีศึกษา ร้านโกลเด้น เฟลซ สาขามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ พบว่า เหตุผลการเลือกซื้อคือ คุณภาพและความสดใหม่ ส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลการตัดสินใจในการซื้อผักและผลไม้ของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนา คลายใจ และวันเพ็ญ เจริญตระกูลปิติ (2565) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารแปรรูปทางการเกษตรในเขตอำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโลจิสติกส์มีอยู่ 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านลักษณะองค์ผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านการบริการ และปัจจัยด้านการตอบสนองต่อลูกค้าอย่างรวดเร็ว

4. ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อกลยุทธ์ระดับธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมผู้บริโภคด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านแรงจูงใจ ด้านบุคลิกภาพ ด้านทัศนคติ และด้านค่านิยม มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูปในจังหวัดเชียงใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยพบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคส่งผลต่อการทำธุรกิจเป็นอย่างมาก โดยผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องศึกษาเรียนรู้ความต้องการของผู้ซื้อและผู้บริโภค เพื่อนำมาซึ่งข้อมูลในการวางแผนการกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจให้มีความครอบคลุมและดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งเพื่อนำข้อมูลจากผู้ซื้อและผู้บริโภคมาพัฒนาสูตรน้ำพริกแกงสำเร็จรูปให้มีความพึงพอใจผู้บริโภคให้มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริมาส หมั่นสาย และคณะ (2565) กลยุทธ์ทางการตลาดในมุมมองของ ผู้บริโภคที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดีต่อแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มทอผ้า โดยพบว่า ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์ระดับสูง ได้แก่ ด้านคุณค่าที่ลูกค้าได้รับหลังจากการซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชดา เชิดบุญเมือง และคณะ (2557) ศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับส่วน

ประสบการณ์ตลาดออนไลน์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าซึ่งประกอบด้วย 6P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การรักษาความเป็นส่วนตัว และการให้บริการส่วนบุคคล ปัจจุบัน การศึกษาวิจัยส่วนประสบการณ์ตลาดออนไลน์ทุกปัจจัยมีความเกี่ยวเนื่องกันและมีความสำคัญอย่างมาก ทั้งนี้ยัง สอดรับกับแนวคิดของ David A. Aaker (1991) ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดีต่อแบรนด์ ในการรับรู้คุณภาพ โดยตราสินค้าถูกรับรู้มีความเหนือ กว่าสินค้าและบริการอื่น ๆ มีคุณสมบัติและคุณภาพที่ไม่สามารถจับต้องได้แต่สามารถวัดได้เนื่องจากออกจาก ความรู้สึกโดยรวมนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้และข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อต่อยอดในครั้งต่อไปมีดังนี้
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจธุรกิจน้ำพริกแกงสำเร็จรูป ควรให้ความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรม ด้านค่านิยมและด้านแรงจูงใจของผู้บริโภค ด้วยวิธีการสร้างการรับรู้จดจำผ่านตราสินค้าผลิตภัณฑ์ที่ดึงดูด ความสนใจสู่การเพิ่มช่องทางทางการตลาดทั้งออฟไลน์และออนไลน์ โดยจุดแข็งที่ผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องมี คือ ประสบการณ์ด้านการผลิตและด้านการตลาด อีกทั้งมีทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมออนไลน์ที่ ทันสมัย เพื่อการรวบรวมข้อมูลที่สำคัญและสามารถเจาะกลุ่มตลาดลูกค้าเป้าหมายรายเดิม และเพิ่มจำนวน กลุ่มลูกค้ารายใหม่สู่วิธีการเพิ่มยอดขายของธุรกิจ รวมถึงจะต้องสร้างพันธมิตรการขยายเครือข่ายของธุรกิจ ร่วมด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการควบคู่ไปกับการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคน้ำพริก สำเร็จรูปเพื่อให้เกิดความสอดคล้องระหว่างอุปสงค์ตลาดและอุปทานตลาดของผลิตภัณฑ์น้ำพริกสำเร็จรูป ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพาณิชย์. (2564). *ส่องแนวโน้มตลาดน้ำพริกจีน และโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทย*. ค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2565, จาก https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/756505/756505.pdf&title=756505&cate=762&d=0
- กาญจนา คลายใจ, วันเพ็ญ เจริญตระกูลปิติ. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการในการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารแปรรูปทางการเกษตรในเขตอำเภอสนทราย จังหวัด เชียงใหม่. *วารสารสันติสุขปริทรรศน์*, 3(2), 13-22.
- ณัฐวณิชกุล เศรษฐบุปผาโมทย์, อุบลรัตน์ พรหมพิง, เกียรติศักดิ์ ไชยเลิศ และภูมิพัฒน์ มักได้. (2559). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวพองรสชาติอาหารล้านนา (น้ำพริกอ่อง). *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ กลุ่มระดับชาติ ด้านวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*.
- บุญฤทธิ์ ชูประดิษฐ์. (2560). *การยัดอายุผลิตภัณฑ์พริกแกง และออกแบบบรรจุภัณฑ์* (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์). สถาบันวิจัยและนวัตกรรมอาหาร สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พงศ์ศิริ แซ่ตัน. (2558). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการกรณีศึกษา ร้านไอศกรีม Swensen's สาขา Big C สตุล* (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

- รัชดา เชิดบุญเมือง, จิรภูมิ หลอมประโคน และวิสุทธิ์ กล้าหาญ (2557). ปัจจัยการตลาด และพฤติกรรม การซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารปัญญาวัฒน์*, 5(พิเศษ), 76-88.
- วาสนา พวงบุบผา. (2554). *การศึกษากลยุทธ์การตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ กรณีศึกษา แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้า House Brand ของบริษัท บิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) (การศึกษาค้นคว้าบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศิตาพร สืบอักษร และพัชราวดี ศรีบุญเรือง. (2560). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผักและผลไม้สดของผู้บริโภค กรณีศึกษา ร้านโกลเด้น เฟลช สาขามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ครั้งที่ 55. *การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. 1002-1009.
- สิริมาส หมั่นสาย, ปรัชญา ชูมนาเสียว และกฤษณะ ดาราเรือง. (2565). ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อและความจงรักภักดีต่อแบรนด์ ผลิตภัณฑ์ ชุมชนกลุ่มทอผ้า. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 5(1), 101-112.
- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity*. San Francisco: Free Press.
- Huang, R. & Sarigollu, E. (2012). How Brand Awareness Relates to Market Outcome, Brand Equity and the Marketing Mix. *Journal of Business Research*, 65, 92-99.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.

**แนวทางการจัดการนิติบุคคลอาคารชุดต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัย
ในเขตกรุงเทพมหานคร**
**Guidelines for Managing Condominium Juristic Persons towards the
Satisfaction of Residents in Bangkok**

ก่อวิท พรหมจักร¹ และ พุฒิธร จิรายุส²
Kowit Promajuk¹ and Puttithorn Jirayus²

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
Business Administration, Southeast Asia University, Thailand
Corresponding Author, Email: kowit.pro@outlook.com¹

Received: 2024-3-21; Revised: 2024-3-29; Accepted: 2024-3-30

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการนิติบุคคลอาคารชุดต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในอาคารชุด ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสะอาด ด้านการสื่อสารภายในอาคาร และด้านการบริหารจัดการ เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้พักอาศัยอาคารชุด 306 คน ใช้สูตรตาราง Krejcie และ Morgan เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างคือผู้จัดการอาคารของนิติบุคคลอาคารชุด จำนวน 10 คน จัดสนทนากลุ่ม 3 ครั้งกลุ่มละ 7 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) แนวทางการจัดการนิติบุคคลอาคารชุดต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัย ควรประกอบด้วยหลัก 3 ประการ คือ (1) ต้องบริหารจัดการให้เป็นไปตาม พ.ร.บ. ควบคุมอาคารชุด พ.ศ. 2522 และ กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง (2) ต้องบริหารจัดการด้วยการบริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และ (3) ต้องบริหารจัดการสาธารณูปโภคและปัจจัยที่เอื้ออาศัยต่าง ๆ ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน และพร้อมรับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้ “หลัก 3 สุข” คือสันติสุข สงบสุข ปกติสุข และ 2) ความพึงพอใจต่อการจัดการนิติบุคคลอาคารชุด ภาพรวมทั้ง 5 ด้าน ในระดับมาก ด้านการสื่อสารภายในอาคาร อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือด้านการบริหารจัดการ ในระดับมาก ลำดับสาม ได้แก่ ด้านความสะอาด ในระดับปานกลาง ลำดับที่สี่ ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ในระดับน้อย และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

คำสำคัญ: การบริการจัดการ, นิติบุคคลอาคารชุด, ความพึงพอใจ

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the guidelines for managing condominium juristic persons to the satisfaction of residents in Bangkok.; and 2) to study the satisfaction level of condominium residents, including Safety, Facilities, Cleanliness Communication within the building and management. This is mixed-method, quantitative research with a sample of 306 condominium residents using the Krejcie and Morgan table formula. The tool used was a questionnaire. Statistics used in data analysis include

percentages, means and standard deviations. And qualitative research. The sample group consisted of 10 condominium juristic person managers who held 3 group discussions with 7 people per group. Analyzed the data by content analysis and presented descriptively.

It was found that: 1) the condominium juristic person management guidelines for resident satisfaction should consist of 3 principles: 1) Management must follow the blessings. Condominium Control Act B.E. 1979 and other related laws 2) must be managed with a smile and service mind and 3) public utilities and various supporting factors must be managed to be in ready-to-use condition and ready to accept various situations effectively using the “3 Principles of Happiness” It is Peaceful, Tranquil, Normalcy. And 2) the Satisfaction with the management of the condominium juristic persons in all 5 aspect was at a high level, regarding communication within the building. It is at the highest level, followed by management at a high level. The third is cleanliness, at a moderate level, the fourth is safety, at a low level, and the last is facilities, at the least level.

Keywords: Management Service, Condominium Juristic Persons, Satisfaction

บทนำ

ธุรกิจอาคารชุดหรือคอนโดมิเนียมมีการแข่งขันสูงเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะด้านคุณภาพการให้บริการให้ผู้รับบริการและผู้อาศัยพึงพอใจคุณภาพการบริการจึงเป็นเป้าหมายที่ผู้ประกอบการธุรกิจพยายามที่จะค้นคว้าวิธีการต่าง ๆ ที่จะนำมาปรับใช้ในการให้บริการคุณภาพการบริการที่ดีจะเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จเพื่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้อยู่อาศัย (กุลิสรา เปล่งศรีเกิด และไพโรจน์ เกิดสมุทร, 2560) จากผลการสำรวจความต้องการที่ผู้อยู่อาศัยของประชาชนสอบถามจากผู้เข้าชมงานมหกรรมบ้านและคอนโดมิเนียมครั้งที่ 33 ปี 2558 โดยธนาคารอาคารสงเคราะห์ พบว่า อาคารชุดหรือคอนโดมิเนียมเป็นอสังหาริมทรัพย์ประเภทหนึ่งที่ผู้บริโภคนิยมซื้อร้อยละ 34.0 เป็นรองบ้านเดี่ยวที่มีความต้องการร้อยละ 42.0 และเมื่อเปรียบเทียบจำนวนการโอนกรรมสิทธิ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลปี 2557 และปี 2558 พบว่าอาคารชุดเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.0 จาก 67,311 หน่วย เป็น 71,833 หน่วย มีผลทำให้การโอนกรรมสิทธิ์เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.0 จาก 173,955 หน่วย เป็น 196,497 หน่วย ชุดข้อมูลนี้ ผู้วิจัยชี้ให้เห็นว่าอาคารชุดหรือคอนโดมิเนียมได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นผลมาจากรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไป ค่าครองชีพที่สูงขึ้น และเพื่อการลงทุนในทรัพย์สินที่มีมูลค่าสูงขึ้นในระยะยาวโดยเฉพาะตามแนวเส้นทางรถไฟฟ้า (ธนาคารอาคารสงเคราะห์, 2559)

เหตุผลที่อาคารชุดหรือคอนโดมิเนียมเป็นที่นิยม พบว่ากลุ่ม Generation Y กับกลุ่มบุคคลอื่นมีกระบวนการและปัจจัยในการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมที่ใกล้เคียงกันโดยความต้องการซื้อเกิดจากแรงกระตุ้นภายใน ขั้นตอนการหาข้อมูลและประเมินทางเลือกใช้แหล่งข้อมูลและปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจคล้ายกันโดยพบพฤติกรรมที่แตกต่าง คือ กลุ่มบุคคลอื่นมีอิทธิพลในการตัดสินใจกระบวนการค้นหาข้อมูลจะใช้ระยะเวลาและความละเอียดในการหาข้อมูลที่น้อยกว่ามีการรับรู้ความเสี่ยงในการซื้อที่น้อยกว่ารวมไปถึงเกณฑ์ในการพิจารณาจะมีการนำเกณฑ์ในมุมมองของผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคือ เกณฑ์ด้านความปลอดภัยมาร่วมเป็นเกณฑ์หลักในการพิจารณาด้วยส่วนในขั้นประสบการณ์หลังการเข้าอยู่อาศัยทั้งสองกลุ่มมีพฤติกรรมไม่แตกต่างกัน และพบว่าช่องว่างระหว่างปัจจัยที่ใช้การพิจารณาในช่วงการตัดสินใจซื้อและช่วงพฤติกรรมหลังการเข้าพักอาศัยในด้านคุณภาพการบริหารงานของนิติบุคคล (วิทวัส รุ่งเรืองผล และพิชชา ฉัตรชัยพลรัตน์, 2564)

การนิยมซื้อของผู้บริโภคนั้นเพราะสามารถตอบสนองความต้องการของคนในกรุงเทพมหานครได้ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกด้านคมนาคมความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมถึงพฤติกรรมการทำงานและการใช้ชีวิตที่ต้องแข่งกับเวลาจึงทำให้ประชาชนที่อยู่อาศัยในกรุงเทพมหานครให้ความสนใจที่จะพักอาศัยอยู่คอนโดมิเนียมมากขึ้นทำให้คอนโดมิเนียมมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันกันสูงในขณะที่ผู้บริโภคต้องมีการตัดสินใจเลือกซื้อเพื่อให้ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคการสร้างให้เกิดความภักดีในตราสินค้าความเชื่อมั่นและไว้วางใจในตราสินค้าซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคจะบอกต่อในขณะเดียวกันก็ต้องพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดที่ดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้ (วัชรพงศ์ พงษ์สิทธิ์, 2556)

จากการศึกษาสภาพปัญหาพักอาศัยอาคารชุดหรือคอนโดมิเนียม สรุปความเห็นของผู้วิจัย ดังนี้

1) การบริหารจัดการอาคารชุดหรือคอนโดมิเนียมต้องใช้การบริหารแบบมีส่วนร่วมโดยบุคลากรฝ่ายบริหารจัดการนิติบุคคล หรือเจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นตัวแทนของเจ้าของโครงการ และตัวแทนผู้พักอาศัยในอาคารชุดเพื่อร่วมกันทำงานและดูแลอาคารที่พักอาศัยพร้อมทั้งหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

2) บุคลากรฝ่ายบริหารจัดการนิติบุคคลที่ถือเป็นบุคลากรกลุ่มที่มีความสำคัญเนื่องจากจะทำหน้าที่โดยตรงในการเข้ามาดูแลและบริหารจัดการอาคารชุดให้มีสภาพพร้อมใช้งานและเกิดประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้พักอาศัยในอาคารชุด แม้ว่าแนวทางการบริหารจัดการอาคารชุดจะมีการกำหนดไว้อย่างชัดเจน ตามหมวด 5 นิติบุคคลอาคารชุดแห่งพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ. 2522 (แก้ไขเพิ่มเติม) (ฉบับที่ 4), 2551) กฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขการจดทะเบียนอาคารชุดการออกหนังสือกรรมสิทธิ์ห้องชุดและการจดทะเบียนนิติบุคคลอาคารชุดพ.ศ.2553 ระเบียบกรมที่ดินว่าด้วยอาคารชุด พ.ศ.2554 และพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบในทางอาญาของผู้แทนนิติบุคคล พ.ศ. 2560

3) บุคลากรด้านบริหารเป็นกลุ่มคนที่มีประสบการณ์ตรงในการบริหารจัดการอาคาร เนื่องด้วยการบริหารจัดการนิติบุคคลอาคารชุดต้องใช้องค์ความรู้ที่หลากหลายเช่น ด้านวิศวกรรม กฎหมาย บัญชี การสื่อสาร ฯลฯ ยังไม่มีสถาบันการศึกษาใดผลิตบุคลากรด้านการบริหารจัดการเพื่อตอบสนองความต้องการวิชาชีพด้านบริหารจัดการนิติอย่างแพร่หลาย

4) แนวทางการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้พักอาศัยนั้นยังมีปัญหาและเป็นปัญหาใหญ่เป็นเรื่องที่แต่ละบริษัทต้องดำเนินการบริหารจัดการตามระบบและแนวทางของผู้ประกอบการอาคารชุดเกิดผู้ประกอบการจำนวนมาก มีการแข่งขันกันพัฒนาสิ่งหาเพื่อที่อยู่อาศัยมีผู้ประกอบการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวนมาก

5) ภาคชนบทมีการอพยพเข้ามากรุงเทพมหานครเพื่อประกอบอาชีพ ทำให้ เมืองเจริญเติบโตมากมีความต้องการปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ต้องการที่อยู่อาศัย ทำให้ที่ดินแพง แยกกันใช้ทรัพยากรเกิดปัญหามลพิษ จราจรติดขัด คนต้องการหาที่พักอาศัยใกล้แหล่งทำงาน มีความสะดวก สะอาด ปลอดภัยตอบสนองรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนไป

6) เมื่อผู้ประกอบการสร้างขายและโอนแล้วจะพินาศหน้าทีในการดูแล บำรุงรักษาอาคารไปเพื่อไปสร้างโครงการใหม่ ๆ ต่อไป ทำให้การดูแลอาคารและทรัพย์สินส่วนกลางตกเป็นภาระหน้าที่ของผู้ซื้ออาคารชุดต้องดูแลหรือบำรุงรักษาตนเอง ซึ่งผู้ซื้อจากหลากหลายอาชีพขาดประสบการณ์ตรงในการบำรุงรักษา ทำให้อาคารเกิดการเสื่อมโทรม เกิดความไม่พึงพอใจของผู้พักอาศัย เกิดความไม่ปลอดภัยในการใช้อาคาร เกิดการฟ้องร้องเกิดข้อพิพาทตามมา ทำให้คุณภาพการอยู่อาศัยของผู้พักไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กฎหมายกำหนดไม่เข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้พักอาศัย

7) รัฐบาลให้การส่งเสริมภาคอสังหาริมทรัพย์เพื่อการอยู่อาศัยต่อเนื่อง มีการออกกฎหมายหรือปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องมาโดยตลอดเพื่อให้เกิดการซื้อขาย การขายอย่างสมบูรณ์ ในทางปฏิบัติผู้พักอาศัย ยังต้องขอรับการช่วยเหลือจากภาครัฐราชการหรือหน่วยงานกึ่งราชการเข้ามากำกับและกำหนดมาตรฐานแนวทางไว้อย่างชัดเจน

จากความเห็นและประเด็นสรุปข้อที่ 1-7 ของผู้วิจัย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการจัดการนิติบุคคลอาคารชุดต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยคาดหวังว่าผลการวิจัยครั้งนี้จะนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างแนวทางการจัดการนิติบุคคลอาคารชุดต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการนิติบุคคลอาคารชุดต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในอาคารชุดได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสะอาด ด้านการสื่อสารภายในอาคาร และด้านการบริหารจัดการ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการบริหารจัดการอาคารชุด

ในปี พ.ศ.2511 กระทรวงมหาดไทยได้ส่งเจ้าหน้าที่ไปประชุมสัมมนาเกี่ยวกับอาคารชุดที่ฮาวาย และเมื่อกลับมาแล้วได้รายงานผลการประชุมให้กระทรวงมหาดไทยทราบ พร้อมทั้งเสนอความเห็นไว้ในอนาคตอาจจะมีการสร้างอาคารชุดขึ้นในประเทศไทย จึงควรมีกฎหมายเกี่ยวกับการถือกรรมสิทธิ์บังคับใช้เพื่อให้ประชาชนสามารถซื้อห้องชุดได้โดยมีกรรมสิทธิ์ในแต่ละหน่วยเป็นเอกเทศ ซึ่งกระทรวงมหาดไทยก็เห็นชอบด้วยจึงได้เสนอคณะรัฐมนตรีได้พิจารณาเพื่อขอรับนโยบายในเรื่องนี้ และดำเนินการเรื่อยมาโดยมอบหมายให้การเคหะแห่งชาติเป็นเจ้าของเรื่องและคณะรัฐมนตรีได้แต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาการร่างขึ้นใหม่ จนออกมาเป็นพระราชบัญญัติอาคารชุด พ.ศ.2522 ที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน โดยได้มีการประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 96 ฉบับพิเศษตอนที่ 67 เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2522 และมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 28 ตุลาคม 2522 เป็นต้นไป (Thaicondoonline, 2556)

อาคารชุด หรือห้องชุด

1. อาคารชุด หมายความว่า อาคารที่บุคคลสามารถแยกการถือกรรมสิทธิ์ออกได้เป็นส่วนๆ โดยแต่ละส่วนประกอบด้วยกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลและกรรมสิทธิ์ร่วมในทรัพย์สินกลาง
2. หมายความว่า ห้องชุดและหมายความรวมถึงสิ่งปลูกสร้าง หรือที่ดินที่จัดไว้ให้เป็นของเจ้าของ ห้องชุดแต่ละราย ทรัพย์สินส่วนบุคคลแยกออกเป็น 2 ส่วน คือ
 - 1) ห้องชุดซึ่งเป็นส่วนของห้องชุดที่แยกจากการถือกรรมสิทธิ์ออกให้เป็นส่วนเฉพาะของแต่ละบุคคล ซึ่งใน ห้องชุดนั้นทรัพย์สินบางประเภทจะมีกฎหมายกำหนดไว้ชัดเจนให้เป็นกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคล อาทิเช่น มาตรา 13 วรรคสอง ได้บัญญัติให้พื้นห้อง ผนังกันห้องที่แบ่งระหว่างห้องชุดใด ให้ถือเป็นกรรมสิทธิ์รวมของเจ้าของห้องชุดนั้น เว้นแต่ผนังกันห้องที่ทำหน้าที่รับน้ำหนัก ถือเป็นโครงสร้างเพื่อความมั่นคงและป้องกันกันความเสียหายต่อตัวอาคารชุด ตกเป็นทรัพย์สินกลาง
 - 2) สิ่งปลูกสร้างหรือที่ดินที่จัดไว้ให้เป็นของเจ้าของห้องชุดแต่ละราย เช่น ที่จอดรถที่ดินสำหรับทำสวนหย่อมส่วนของสิ่งปลูกสร้างหรือที่ดินนั้น ไม่จำเป็นต้องอยู่ติดต่อกันเป็นอันเดียวกับห้องชุดอาจแยกไปอยู่อีกส่วน หนึ่งต่างหากก็ได้ ทั้งนี้ตามที่ระบุไว้ในคำขอจดทะเบียนห้องชุด

3. ทรัพย์สินส่วนกลาง หมายถึง ส่วนของอาคารชุดที่มีใช้ห้องชุดที่ดินที่ตั้งอาคารชุดและที่ดินหรือทรัพย์สินอื่นที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกัน เจ้าของร่วมกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนกลาง หมายถึง ส่วนของอาคารชุดที่ไม่ใช่ห้องชุดเพราะถ้าเป็นห้องชุดเป็นกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินส่วนบุคคลที่ดินที่ตั้งอาคารชุดและที่ดินหรือทรัพย์สินอื่นที่มีไว้เพื่อใช้หรือเพื่อประโยชน์ร่วมกันสำหรับเจ้าของร่วม (ประพล สิทธิชัย, 2557)

สรุปอาคารชุด คือ อาคารที่พักอาศัยประเภทหนึ่งที่มีลักษณะแนวตั้งประกอบด้วยห้องชุดพักอาศัยจำนวนมาก ซึ่งเป็นที่นิยมและเหมาะสมกับบริบทความต้องการพักอาศัยและถือครองเป็นเจ้าของกลุ่มคนทำงานในสังคมเมืองและหัวเมืองตามต่างจังหวัดโดยเฉพาะพื้นที่ที่บริเวณที่ความเจริญเข้าถึง พรังพร้อมด้วยสิ่งความอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งส่วนของโครงการและบริบทของสังคมทำให้อาคารชุดได้รับความนิยมมากขึ้นและมีแนวโน้มที่ขยายเติบโตขึ้นในอนาคต

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

เซอร์เมอร์ฮอร์น (Schermerhorn, 1984) ได้แสดงความคิดเห็นไว้ว่า ความพึงพอใจ เป็นระดับหรือขั้นของความรู้สึก ในด้านบวกหรือลบของคนที่มีต่อลักษณะต่าง ๆ ของงาน รวมทั้ง งานที่ได้รับมอบหมาย การจัดระบบงาน และความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

โวลแมน (Wolman, 1973) ความพึงพอใจ (Satisfaction) ตามความหมายของพจนานุกรม ทางด้านพฤติกรรม ได้ให้ความจำกัดความไว้ว่าหมายถึง ความรู้สึกที่ดีมีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Need) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

แนวคิดความพึงพอใจที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็น ทัศนคติที่เป็นนามธรรม เกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่สามารถ มองเห็นรูปร่างได้ นอกจากนี้ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถ ตอบสนองความต้องการให้แก่ บุคคลได้ ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยมและประสบการณ์ของ ตัวบุคคล

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อสร้างความพึงพอใจ

วิไลวรรณ พกนันท (2558: 17-19) กล่าวถึงแนวคิดการบริหารจัดการเพื่อสร้างความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการว่า การจัดระบบการบริการให้มีคุณภาพจำเป็นต้องนึกถึง องค์ประกอบสำคัญ 7 ประการดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักสำคัญ โดยผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะต้องพยายามกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะผู้ใช้บริการจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการมารับบริการและคาดหวังให้มีการตอบสนองความต้องการนั้น หากผู้ให้บริการ (ผู้บริหารการบริการและผู้ที่ปฏิบัติงานบริการ) สามารถรู้เท่าทันหรือรับรู้ ความต้องการของผู้รับบริการและสามารถแสดงพฤติกรรมที่สนองการบริการได้ตรงกันพอดี ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อการบริการดังกล่าว

2. ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation) เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กร หรือธุรกิจบริการใด ๆ ก็มักจะคาดหวังที่จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้อง รับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐานและรู้จักสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรือ อาจเกิดความ ประทับใจขึ้นได้หากการบริการนั้นเกินความคาดหวังที่มีอยู่เป็นที่ยอมรับว่า ผู้รับบริการมักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจ มีประสิทธิภาพแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม

3. ความพร้อมในการบริการ (Readiness) ประสิทธิภาพของการบริการย่อมขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการภายในเวลาและด้วยรูปแบบที่ต้องการ ความต้องการของบุคคลเป็นเรื่องที่

ซับซ้อนและไม่อาจกำหนดตายตัวได้ เพราะความต้องการของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามธรรมชาติทั้งยังแปรเปลี่ยนไปได้ทุกขณะตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หน่วยบริหารหรือธุรกิจบริการจำเป็นต้องตรวจสอบดูแลให้บุคลากร รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ให้มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาในอันที่จะสนองบริการได้อย่างฉับพลันและทันใจ

4. ความมีคุณค่าของการบริการ (Values) คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมาไม่เอาเปรียบลูกค้าด้วยความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบและถูกใจกับบริการที่ได้รับ คุณค่าของการบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับและเกิดความรู้สึกประทับใจ เช่น ลูกค้า เข้าไปในภัตตาคารแห่งหนึ่งพนักงานเสิร์ฟให้การต้อนรับด้วยความสุภาพ รับคำสั่งและนำอาหารมาเสิร์ฟถูกต้อง ไม่ต้องรอนาน อาหารมีรสชาติดี โต๊ะอาหารถูกจัดไว้อย่างสวยงาม ภัตตาคารตกแต่งอย่างทันสมัยไม่แออัดและสะอาดเรียบร้อย หลังจากจ่ายเงินค่าบริการลูกค้าไม่มีความรู้สึกเสียดายเงินที่จ่ายไปและตั้งใจว่าจะกลับมาภัตตาคารนี้อีก เพราะอาหารอร่อยและบริการดีเยี่ยม เหล่านี้แสดงให้เห็นว่าลูกค้าได้รับ คุณค่าจากการบริการอย่าง เต็มเปี่ยม

5. ความสนใจต่อการบริการ (Interest) การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรมหรือการให้บริการเท่าเทียมกันนับเป็นหลักการของการให้บริการที่สำคัญที่สุด ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตามเขาก็ต้องการได้รับบริการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจ ต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการที่เข้ามาติดต่อโดยเสมอภาคกัน การเอาอกเอาใจเฉพาะลูกค้าที่ซื้อสินค้าครั้งละมาก ๆ หรือลูกค้าที่มีฐานะดีแต่งตัวดีโดยไม่เอาใจใส่ต่อลูกค้าอื่น ย่อมทำให้ลูกค้านั้นรับรู้ถึงการปฏิบัติที่แตกต่างกันนี้ และอาจไม่พอใจที่จะมาเป็นลูกค้าอีกต่อไป

6. ความมีไมตรีจิตในการบริการ (Courtesy) การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และท่าทีที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ แสดงถึงอหิชาศัยของความเป็นมิตรและบรรยากาศของการ บริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อการบริการที่ได้ คุณสมบัติของผู้ให้บริการและพฤติกรรมบริการที่ดีจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการให้บริการด้วยไมตรีจิตแก่ลูกค้า

7. ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับ การบริการอย่างเป็นระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจน เนื่องจากการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างคนกับคน การกำหนด “ปรัชญาการบริการ” หรือแผนในการให้บริการและพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ ย่อมแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ ซึ่งเริ่มต้นจากการวิเคราะห์วิจัยความต้องการปฏิบัติตอบสนองและความประทับใจของผู้รับบริการ นำมากำหนดเป้าหมายของการบริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการวิจัยเชิงปริมาณมุ่งศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้พักอาศัยอาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานคร 5 ด้าน และการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้ศึกษาแนวทางการจัดการนิติบุคคลอาคารชุดต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสรุปขั้นตอนดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้จัดการอาคารของนิติบุคคลอาคารชุด จำนวน 10 อาคาร รวมทั้งสิ้น 10 คน โดยวิธีการเลือกการสุ่มตัวอย่างกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนเป็นไปตามคุณสมบัติที่กำหนด เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติภายใต้กรอบของการศึกษาวิจัยซึ่งเป็นบุคคลที่มีคุณสมบัติ ดังนี้ 1) เป็นผู้จัดการอาคารของนิติบุคคลอาคารชุด 2) มีประสบการณ์การบริหารงานมาแล้วไม่ต่ำกว่า 3 ปี และ 3) จัด

สนทนากลุ่มระดับหัวหน้างานและหัวหน้าฝ่ายขึ้นไปทั้ง 10 อาคาร แบ่งกลุ่มย่อยเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 7 คน รวม 21 คน

2. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากร ได้แก่ ผู้พักอาศัยในนิติบุคคลอาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 อาคาร อาคารละ 150 คน รวม 1500 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้พักอาศัยในนิติบุคคลอาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนวิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง Krejcie และ Morgan (1970) ได้จำนวน 306 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ

1.1 ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี เนื้อหาจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา วารสาร บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการจัดการนิติบุคคลอาคารชุดต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างเป็นคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview)

1.2 ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้จัดการอาคารของนิติบุคคลอาคารชุด จำนวน 10 คน จาก 10 อาคาร โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face- to-Face) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Selection Interview) และจัดสนทนากลุ่มจำนวน บุคลากรฝ่ายบริหารจัดการระดับหัวหน้างาน จำนวน 3 กลุ่ม กลุ่มละ 7 คน รวม 21 คน

2. การวิจัยเชิงปริมาณ

2.1 ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี เนื้อหา จากเอกสารทางวิชาการ ตำรา วารสาร บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

2.2 ดำเนินการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสร้างแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้พักอาศัยนิติบุคคลอาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานคร 5 ด้านคือ ด้านความปลอดภัย ด้านความสะอาด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการติดต่อสื่อสารภายในอาคาร และด้านการบริหารจัดการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล 2. จำแนกและจัดระบบข้อมูล เป็นการนำข้อมูลที่ได้นำมาจำแนก และ จัดหมวดหมู่ออกให้เป็นระบบ 3. วิเคราะห์ข้อมูลโดยการ แยกประเภทข้อมูลตามประเด็นคำถาม ตีความ สร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic Induction) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาวิเคราะห์เพื่อหาบทสรุปร่วมกันของเรื่องนั้น 4. สังเคราะห์ข้อมูล โดยการจัดกลุ่มตามประเด็นคำถาม และ 5. นำเสนอข้อมูลเป็นข้อความแบบบรรยาย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean, $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

1. แนวทางการจัดการนิติบุคคลอาคารชุดต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยสรุปได้ว่า 1) จัดลำดับความสำคัญของงานที่ต้องทำก่อนหลัง 2) อบรมเพิ่มทักษะการบริหารจัดการ ให้กับทีมงานทุกภาคส่วน 3) สร้างระบบการทำงาน การตรวจสอบและประเมินผลอย่างเป็นรูปธรรม/ตรวจสอบได้ และ 4) สร้างระบบการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นมาตรฐาน จำแนกออกตามประเด็นการศึกษา พบว่า



ด้านความปลอดภัย

- ให้เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตรวจสอบเข้มงวดกรณีบุคคล(เข้า-ออก) อาคาร/เจ้าหน้าที่ฝ่ายอาคารหมั่นเดินตรวจสอบอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยให้มีสภาพพร้อมใช้งานอย่างสม่ำเสมอ

- นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยจัดการงานด้านความปลอดภัย เช่น ระบบศัลยกรรมระบบ CCTV และระบบสัญญาณแจ้งเตือนต่าง ๆ

ด้านความสะอาด

- เพิ่มความ เข้มงวด กวดขัน ให้พนักงานทำความสะอาด ใส่ใจ และปฏิบัติงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยตามมาตรฐานงานรักษาความสะอาด

- จัดให้มีระบบการรายงานผลการทำงาน การตรวจสอบ และ ประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ

ด้านสิ่งแวดล้อม

- ฝ่ายบริหารจัดการ กำหนดให้มีการ ดูแลและบำรุงรักษาสาธารณูปโภคต่างๆให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ เช่น ลิฟต์ บันไดหนีไฟ สัญญาณเตือนภัย ฯลฯ

- การจัดพื้นที่จอดรถ ต้องดำเนินการให้เป็นไปตามสิทธิของผู้พักอาศัยตามกฎหมายของอาคารชุด ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยแจ้งเตือน พื้นที่จอดรถ และ มอบหมายให้เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยช่วยอำนวยความสะดวกเรื่องจอดรถแก่ผู้พักอาศัย

ด้านการสื่อสารภายในอาคาร

- เจ้าหน้าที่บริหารต้องพูดคุยทำความเข้าใจกับผู้พักอาศัย/ผู้มาติดต่อด้วย อธิบายชี้แจง ไม่ยี้มแย้ม แจ่มใส มีใจบริการ

- ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆของนิติฯ ผ่านช่องทางที่นิติฯจัดให้มีขึ้น เน้นการรณรงค์ขอความร่วมมือให้ปฏิบัติตามกฎหมาย เพื่อให้อยู่อาศัยร่วมกันด้วยดี

2. ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในอาคารชุดได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความสะอาด ด้านการสื่อสารภายในอาคาร และด้านการบริหารจัดการ

ตารางที่ 1 ภาพรวมค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในอาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อการบริหารจัดการอาคารชุดของนิติบุคคล โดยรวมทุกด้าน

ปัจจัย 5 ด้าน	n =306		ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
	$\bar{X}$	S D		
1. ด้านความปลอดภัย	3.90	.93	มาก	2
2. ด้านสิ่งแวดล้อม	3.86	.84	มาก	5
3. ด้านความสะอาด	4.00	.86	มาก	4
4. ด้านการสื่อสารภายในอาคาร	4.48	.90	มากที่สุด	1
5. ด้านการบริหารจัดการ	4.16	.91	มาก	3
รวมเฉลี่ย	4.06	.25	มาก	

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้พักอาศัยห้องชุดในเขตกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการอาคารชุดภาพรวมทั้ง 5 ด้านในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.06) วิเคราะห์ความพึงพอใจเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการสื่อสารภายในอาคาร ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.48) รองลงมา คือด้านการบริหารจัดการในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.06) ลำดับสาม ได้แก่ ด้านความสะอาด ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.00) ลำดับที่

สี่ ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$) และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$)

อภิปรายผล

1. แนวทางการจัดการนิติบุคคลอาคารชุดต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยที่มีต่อโครงการนอกจากสภาพแวดล้อม ท่าเลที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก พื้นฐานต่าง ๆ แล้ว การบริหารจัดการนิติบุคคลอาคารชุดถือเป็นหัวใจหลักในการดำเนินการให้ปัจจัยพื้นฐานเหล่านั้นให้พร้อมสำหรับการบริการต่าง ๆ สอดคล้องกับการศึกษาของพรรณรัตน์ หะวารีรักษ์ (2562) กล่าวถึงกลยุทธ์การพัฒนาอาคารชุดพักอาศัยของบริษัท พุกษา เรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน) คือเน้นการขยายพอร์ทให้เติบโตและยืดหยุ่นตามสภาวะตลาด โดยการสร้างธุรกิจ ผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการปรับตัวตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในแต่ละปี และเน้นการพัฒนาโครงการแบบมิกซ์ยูสทำให้เกิดแบรนด์ที่ให้ความสำคัญกับไลฟ์สไตล์ลูกค้ามากขึ้น เน้นกลยุทธ์เพิ่มมูลค่ากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ และการตลาดแบบออนไลน์โดยที่กลยุทธ์หลักยังคงเป็นเรื่องของการบริหารต้นทุน กลยุทธ์ดังกล่าว มีผลอย่างมากต่อผู้ซื้อที่สามารถตอบโจทย์และเป็นปัจจัยผลักดันที่ทำให้ความต้องการอาคารชุดเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วและกลายเป็นที่อยู่อาศัยรูปแบบใหม่ที่น่าสนใจ และสอดคล้องกับเจริญจิตต์ ผงงวิริยาทร (2559) กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมหรืออาคารชุดมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัย ด้านสถานที่ ส่วนปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม นั้น พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้ว่ารูปแบบการบริหารจัดการอาคารชุดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ผู้พักอาศัยกรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบหรือหลักการสำคัญ 3 ประการ ที่ผู้วิจัยเรียกว่า “หลัก 3 ต้อง” คือ 1) ต้องบริหารจัดการให้เป็นไปตามกฎหมาย 2) ต้องบริหารจัดการด้วยใจการบริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใส (Service Mind) และ 3) ต้องบริหารจัดการสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมถึงปัจจัยที่เอื้อต่อการพักอาศัยให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพและพร้อมรับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ทันการณ์

2. ความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในอาคารชุดในด้านการบริหารจัดการ ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสะอาด และด้านการสื่อสารภายในอาคาร ปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นที่โครงการจัดเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้พักอาศัย ซึ่งมีแตกต่างกันออกไปตามนโยบายของแต่ละโครงการ แต่โดยหลักแล้วต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัย และการตัดสินใจซื้อในที่สุด ดังผลวิจัยของนฤพนธ์ ไชยยศ (2559) กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยที่พักอาศัยแนวตั้งในกรุงเทพมหานคร ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจคือการออกแบบสถาปัตยกรรมสถานที่ตั้งและราคาต่อตารางเมตร นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่าความพึงพอใจ ด้านความต้องการทางกายภาพของผู้อยู่อาศัยเน้นเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ เช่น สวน พิตเนส สระว่ายน้ำ ร้านค้า ร้านอาหารและที่จอดรถ ส่วนตัวทั้งในโครงการคอนโดมิเนียมและในพื้นที่โดยรอบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณิชารัตน์ อัครมณี (2562) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบของลักษณะคอนโดมิเนียมที่ส่งเสริมสุขภาวะในการอยู่อาศัยตามทัศนคติของผู้อยู่อาศัยสามารถจำแนกได้ 8 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) คุณภาพอากาศ (2) ความสะอาด (3) สุขภาพ (4) สภาพแวดล้อม (5) การจัดการชุมชน (6) ความปลอดภัย (7) จิตใจ (8) ลักษณะทางกายภาพ องค์ประกอบเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมความพึงพอใจให้กับผู้พักอาศัยในห้องชุด ซึ่งข้อมูลวิจัยในส่วนนี้จะประโยชน์ต่อผู้ประกอบการรวมถึงภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาคอนโดมิเนียมที่ส่งเสริมสุขภาวะในการอยู่อาศัยต่อไปในอนาคต



สรุป

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้สร้างแนวทางการจัดการนิติบุคคลอาคารชุดต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร “หลัก 3 สุข” คือ สันติสุข สงบสุข ปกติสุข ดังนี้



ภาพที่ 1 แนวทางการจัดการนิติบุคคลอาคารชุดต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

- 1) ผู้บริหารนิติบุคคลอาคารชุดควรจัดทำแผน พัฒนาแนวทางการจัดการนิติบุคคลอาคารชุดให้ตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้พักอาศัย โดยเฉพาะปัจจัยทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสะอาด ด้านการสื่อสารภายในอาคาร ด้วยการสร้างความมั่นใจและเชื่อมั่นในการให้บริการที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจนในทุก ๆ ด้าน
- 2) ผู้บริหารนิติบุคคลอาคารชุดควรต้องเน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้พักอาศัยภายในอาคารชุดโดยอาจจัดตั้ง เจ้าหน้าที่ลูกค้าสัมพันธ์ที่มีจิตบริการคอยรับฟังปัญหาข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะจากผู้พักอาศัยในอาคารชุดเพื่อแก้ปัญหาทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และให้ความสำคัญกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยต้องนำมาทบทวนและปรับปรุงพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นอยู่ตลอดเวลา
- 3) ผู้บริหารนิติบุคคลอาคารชุดควรสร้างระบบการสื่อสารที่สามารถทำให้ผู้พักอาศัยในอาคารชุดมีความเข้าใจที่ถูกต้องและตรงกัน
- 4) ผู้บริหารนิติบุคคลอาคารชุดควรอำนวยความสะดวกและจัดการด้านบริการในทุกด้านให้เต็มรูปแบบตามที่สิทธิ ที่ผู้พักอาศัยพึงมีพึงได้และเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงจุดอ่อน จุดแข็งของงานวิจัยเพื่อการพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้นเพื่อให้ผลของการทำวิจัยมีส่วนในการพัฒนาการบริหารจัดการนิติบุคคลอาคารชุดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้พักอาศัยในห้องชุด สามารถแก้ปัญหาได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการของเจ้าของร่วมและหรือผู้เช่าพักอาศัย
2. ควรมีการศึกษาเจาะลึกในแต่ละประเด็นปัญหาการวิจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในอาคารชุดหรือโครงการพักอาศัยแบบอื่น เพื่อจะได้มีองค์ความรู้ใหม่เพิ่มมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งภาคธุรกิจและส่วนผู้บริโภค

3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการบริหารจัดการอาคารชุดเพื่อสร้างความพึงพอใจของผู้พักอาศัยของโครงการต่าง ๆ ว่ามีจุดแข็ง จุดอ่อน อย่างไร เพื่อสร้างแนวทางที่เป็นสายกลางที่สามารถปรับใช้กับทุกโครงการเพื่อผลประโยชน์แก่ผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- กุลิสรา เปล่งศรีเกิด และ ไพโรจน์ เกิดสมุทร. (2560). คุณภาพการให้บริการของนิติบุคคลอาคารชุดลาซาลพาร์ค อาคาร A สุขุมวิท 105. *วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 3(2), 30-39.
- เจริญจิตต์ ผจงวิริยาพร. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร ของประชากรในกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณิชารัตน์ อัครมณี (2561). โอกาสและข้อจำกัดของการพัฒนาโครงการคอนโดมิเนียมโดยใช้แนวคิดสุขภาวะของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์เคหะพัฒน์ศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนาคารอาคารสงเคราะห์. (2559). *สถานการณ์ตลาดที่อยู่อาศัยปี 2558 และแนวโน้มปี 2559*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- นฤพนธ์ ไชยยศ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัยแนวตั้งในกรุงเทพมหานคร. *การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิตประจำปี 2559*. RSU National Research Conference 2016.
- ปรีชา สามัคคี และคณะ. (2557). การพัฒนาชุดกิจกรรมแนะแนวที่เน้นสื่อประสมเพื่อพัฒนาทักษะชีวิตของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 19 จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์*, 6(2), 14-26.
- ประพล สิทธิชัย. (2557). *นโยบายโครงการจัดสรรที่ดินขนาดเล็กพิเศษ* (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรรณรัตน์ หะรารักษ์. (2562). *กลยุทธ์ในการพัฒนาอาคารชุดพักอาศัย กรณีศึกษาบริษัท พกษาเรียลเอสเตท จำกัด (มหาชน)* (วิทยานิพนธ์เคหะพัฒน์ศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัชรพงศ์ พงษ์สิทธิ์. (2556). *พฤติกรรมและความสัมพันธ์ของปัจจัยการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมกรณีศึกษา คอนโดมิเนียมลุมพินีคอนโดทาวน์โครงการบดินทรเดชา – รามคำแหง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล และพิชชา ฉัตรชัยพลรัตน์. (2564). พฤติกรรมการเลือกซื้อคอนโดมิเนียมของกลุ่มลูกค้า Generation Y. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา*, 3(3), 1 - 26.
- วิไลวรรณ พกนนท์. (2558). *การรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการใช้บริการ เอไอเอส พรีเมียม แอปพลิเคชัน ของผู้ใช้บริการเครือข่ายเอไอเอสในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Schermerhorn, J. (1984). *Management for Productivity*. New York: John Wiley and Sons.
- Wolman, B. B. (1973). *Dictionary of Behavioral Science*. London: Litton Educational.
- Thaicondoonline. (2556). *การบริหารจัดการอาคารชุด*. ค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2565, จาก www.thaicondoonline.com/cm-condo-manage/77-condomanagement.pdf

รูปแบบและกลไกการบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ในการจัดการที่ดินและทรัพยากร
โดยชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เหมาะสมกับภูมินิเวศวัฒนธรรม
แม่ฮ่องสอน

Forms and Mechanisms for Spatial Development Administration in Managing
Land and Resources by Community-based Local Administrative Organization
suiting Mae Hong Son Ecological and Cultural Landscape

ปณิธิ บุญสา

Paniti Bunsu

สาขาวิชาการจัดการชุมชน มหาวิทยาลัยแม่โจ้ - แพร่ เฉลิมพระเกียรติ
Community Management, Maejo University, Phrae Campus, Phrae, Thailand
Corresponding Author, Email: Paniti@mju.ac.th

Received: 2024-1-13; Revised: 2024-3-29; Accepted: 2024-3-30

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1.เพื่อวิเคราะห์บทเรียนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน จังหวัดแม่ฮ่องสอน 2.เพื่อพัฒนารูปแบบและกลไกการบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เหมาะสมกับภูมินิเวศวัฒนธรรมแม่ฮ่องสอน รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แนวคิด นิเวศวัฒนธรรม การพัฒนาเชิงพื้นที่ และการกระจายอำนาจ พื้นที่วิจัย คือ องค์กรบริหารส่วนตำบลแม่สวด เป็นพื้นที่ศึกษา กลุ่มเป้าหมาย คือ คณะทำงานการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน ผู้แทนจากสภาองค์กรชุมชน จำนวน 20 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจงเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) รวบรวมข้อมูลผ่านผู้ให้ข้อมูลหลักคือคณะทำงานการจัดการที่ดินตำบล 2) จัดสนทนากลุ่มย่อยสังเคราะห์บทเรียน พร้อมทั้งสัมภาษณ์ผู้แทนสภาองค์กรชุมชน และ 3) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลไกคู่ขนานในการยกระดับการบริหารจัดการเชิงพื้นที่ และการออกข้อบัญญัติรองรับ 2) รูปแบบการพัฒนาเชิงพื้นที่ คือการบริหารที่เป็นการบูรณาการร่วมระหว่างหน่วยงาน ปัจจัยสำคัญคือระบบฐานข้อมูล GIS และนำไปใช้ในการจัดทำแผนพัฒนาทุกมิติโดยใช้พื้นที่เป็นฐาน รวมทั้งการจัดตั้งองค์กรชุมชนระดับตำบล ในการลดข้อจำกัดทางนโยบาย

ข้อค้นพบสำคัญ คือ การพัฒนาภาคีหุ้นส่วนความร่วมมือในการใช้ประโยชน์ข้อมูล GIS ในการทำแผนพัฒนาภาพรวมการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน และพัฒนาชุมชนต้นแบบเพื่อขยายผลส่วนรูปแบบคือการบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ในลักษณะของกลไกคู่ขนาน

คำสำคัญ: รูปแบบและกลไก, การพัฒนาเชิงพื้นที่, การจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน

Abstract

The purposes of this study are 1) to analyze the lesson on land and resource management by the community of Local Administrative Organization and 2) to develop a form and mechanism for spatial development administration in managing land and resources by the community of Local Administrative Organization suiting Mae Hong Son ecological and cultural

landscape. The qualitative data were analyzed using the concepts of spatial development, cultural landscape, community-based land and resource management, and decentralization as a research framework. The research area is Mae Suat Subdistrict Administrative Organization. The target group was 20 people from the community-based land and resource management working group as well as representatives from the community organization council. This sample was selected using a purposive selection method. The instrument used were: 1) gathering data through the main informant, 2) organizing small group discussions to synthesize lessons learned along with interviewing the community organization council representatives and 3) analyzing data using content information.

The results showed that 1) the community-based land and resource management working group was a parallel mechanism for enhancing spatial management administration. The Sub-district Administrative Organization had issued regulations to support the decentralization policy. 2) Spatial development administration model was a joint integration between organizations in sub-districts and districts. The important factors were a GIS database system and using this database to design the development plans in all dimensions according to area based. Moreover, establishing community organizations supported the sub-district development plan to reduce policy limitation.

These findings have significant implication for the development of cooperative partners in the use of GIS data in planning overall sub-district development on community-based land and resource management. It's also developing model community to expand the results and apply spatial development administration in the form of parallel mechanisms.

Keywords: Form and Mechanism, Spatial Development Administration, Land and Resource Management by Community

บทนำ

กระบวนการทัศน์ของการพัฒนาในสังคมร่วมสมัย ณ ปัจจุบัน โดยเฉพาะมิติของการพัฒนาท้องถิ่น คือการใช้พื้นที่เป็นฐานในการพัฒนา การพัฒนาเชิงพื้นที่นับเป็นบทบาทสำคัญที่เข้ามาเติมเต็มช่องว่างของการพัฒนาโดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่น ฉะนั้นหน่วยของการพัฒนาในระดับพื้นที่ และใกล้ชิดชุมชนท้องถิ่นมากที่สุด ในการบริหารการพัฒนา คือ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น บนเงื่อนไขของการกระจายอำนาจ ฉะนั้นการบริหารจัดการเชิงพื้นที่ หรือ area – based approach คือการบริหารจัดการการพัฒนาโดยมีพื้นที่เป็นฐานพัฒนาและการยกระดับกลไกที่หลากหลายในการบูรณาการ การพัฒนาในรูปแบบของภาคีหุ้นส่วนการพัฒนา (ทรงศักดิ์ ปัญญา, 2566)

การบริหารจัดการพัฒนาเชิงพื้นที่ จำเป็นต้องให้ความสำคัญบนฐานของ “นิเวศวัฒนธรรม” โดยเฉพาะสังคมไทยที่มีความหลากหลายของกลุ่มคน รวมทั้งนัยของสิทธิและการเข้าถึง ขณะที่บริบทที่รัฐไทยเร่งรัดการเติบโตทางเศรษฐกิจ ด้วยโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ที่ทำลายระบบนิเวศและฐานทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน แนวคิดวัฒนธรรมชุมชนจึงเริ่มให้ความสำคัญกับการปกป้องนิเวศธรรมชาติ จนเกิดก่อรูปเป็นแนวคิด “นิเวศวัฒนธรรม” ขึ้นมา โดยการเอาหลักคุณค่านิเวศและวัฒนธรรมมาผสานกัน จากคุณค่า “นิเวศวิทยา” ที่เริ่มปรากฏในขบวนการสิ่งแวดล้อมจากรากหญ้าในระดับสากลเช่น ขบวนการ Chipko

ในอินเดีย ที่กลุ่มผู้หญิงชนพื้นเมืองได้ออบกอดปกป้องป่าจากนายทุน ขบวนการ Rubber tapper โดย Chico Mendes ชาวสวนยางปกป้องป่าในบราซิล และอื่นๆ มาเชื่อมโยงกับการลุกขึ้นสู้ของชุมชนท้องถิ่นในประเทศไทย เช่น การคัดค้านสัมปทานไม้ของชุมชนในภาคเหนือและอีสาน การคัดค้านเขื่อนของชุมชนในทุกภาค ขบวนการทางเลือกต่างๆ ทั้งด้านเกษตรกรรม ความมั่นคงทางอาหาร เป็นต้น นำมาผสานกับแนวคิด “วัฒนธรรม” จากฐานวัฒนธรรมชุมชนที่มีมาแต่เดิม (กฤษฎา บุญชัย 2566)

จากที่กล่าวที่กล่าวมา จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นพื้นที่ ที่มีความหลากหลายทาง “นิเวศวัฒนธรรม” รวมทั้งลักษณะทางกายภาพที่มีลักษณะเป็นพื้นที่ภูเขาสูงสลับซับซ้อน เป็นที่ตั้งของชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ โดยเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์กระเหรี่ยงที่อาศัยอยู่ร้อยละ 80 ของพื้นที่ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้จัดทำดัชนีความก้าวหน้าของคน ปี 2562 ดัชนีย่อยด้านรายได้ ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด คือ รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน สัดส่วนประชากรยากจน ร้อยละของครัวเรือนที่มีหนี้เพื่อการอุปโภคบริโภค และค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาคของรายได้ พบว่า จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีความก้าวหน้าด้านรายได้อยู่ในลำดับที่ 75 ของประเทศและมีสัดส่วนประชากรยากจนมากที่สุดอยู่ในลำดับที่ 77 ของประเทศและจัดอยู่ในกลุ่มจังหวัดที่มีความก้าวหน้าในการพัฒนาคนน้อยที่สุดมีดัชนีความก้าวหน้าของคน (Human Achievement Index – HAI) อยู่ในลำดับที่ 75 ค่าดัชนี 0.5154 เมื่อจำแนกมิติย่อย 8 ด้านพบว่า ดัชนีด้านการศึกษา ค่าดัชนี 0.1959 ด้านรายได้ ค่าดัชนี 0.3808 และด้านการคมนาคมและการสื่อสาร ค่าดัชนี 0.5114 จัดอยู่ในลำดับที่ 75 รองลงมาคือด้านที่อยู่อาศัยและสภาพแวดล้อม ค่าดัชนี 0.8598 อยู่ในลำดับที่ 51 ด้านสุขภาพ ค่าดัชนี 0.5607 อยู่ในลำดับที่ 45 ด้านชีวิตการทำงาน ค่าดัชนี 0.7181 อยู่ในลำดับที่ 35 ด้านชีวิตครอบครัวและชุมชน ค่าดัชนี 0.6556 อยู่ในลำดับที่ 30 ด้านการมีส่วนร่วม ค่าดัชนี 0.5775 อยู่ในลำดับที่ 25 ของประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

บริบทเชิงพื้นที่ของจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีลักษณะเฉพาะหรือเป็นเมืองพิเศษทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นต้นทุนสำคัญทางเศรษฐกิจและสังคม ในขณะเดียวกันเป็นข้อจำกัดในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการของรัฐ ทั้ง ปัญหาความยากจนเรื้อรัง ข้อจำกัดในการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน สภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขาและพื้นที่สูง เป็นอุปสรรคในการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะการคมนาคมและสาธารณูปโภค รวมทั้งพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเขตป่าอนุรักษ์และป่าสงวนแห่งชาติ ทำให้พื้นที่เพื่อการพัฒนาด้านการเกษตร อุตสาหกรรม และที่อยู่อาศัย เป็นไปอย่างจำกัด และที่สำคัญข้อจำกัดด้านที่ดินทำกินยังคงมีความเสี่ยงในการบุกรุกป่าเพื่อขยายพื้นที่เกษตร จำเป็นต้องดูแลอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งปัญหาหมอกควันและไฟป่าที่เกิดขึ้นเป็นประจำทุกปี

อย่างไรก็ตาม ด้วยลักษณะทางภูมินิเวศวัฒนธรรมแม่ฮ่องสอน และการปฏิบัติการในการพัฒนารูปแบบและกลไกการบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยฐานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ถือว่าเป็นระบบการบริหารภายใต้การกระจายอำนาจและยกระดับทางนิเวศวัฒนธรรมบนเงื่อนไขการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน เปิดพื้นที่การทำงานร่วมในลักษณะของภาคีหุ้นส่วนความร่วมมือในการพัฒนา ทั้งระบบ โครงสร้าง การจัดการความสัมพันธ์ที่ท้ายสุดแล้วนำไปสู่การจัดการร่วมโดยพื้นที่เป็นฐาน บทความวิจัยนี้จะนำเสนอผลการศึกษาที่สะท้อนรูปแบบกลไกการบริหารจัดการเชิงพื้นที่ในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เหมาะสมกับภูมินิเวศวัฒนธรรมแม่ฮ่องสอน ที่เป็นบทเรียนจากการปฏิบัติการวิจัยร่วมกับองค์กรบริหารส่วนตำบลแม่สวด อำเภอสะเมิง จังหวัดแม่ฮ่องสอน และการขยายผลในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์บทเรียนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน จังหวัดแม่ฮ่องสอน

2. เพื่อพัฒนารูปแบบและกลไกการบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ในการจัดการที่ดินและทรัพยากร โดยชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เหมาะสมกับภูมินิเวศวัฒนธรรมแม่ฮ่องสอน

การทบทวนวรรณกรรม

นิเวศวัฒนธรรม

นิเวศวัฒนธรรม (Cultural Ecology) หมายถึงพื้นที่เฉพาะซึ่งมนุษย์สร้างบ้านสร้างเมืองขึ้นมาเป็นท้องถิ่นต่าง ๆ แต่ละแห่งย่อมไม่เหมือนกัน นิเวศวัฒนธรรมในแต่ละแห่งนั้นมักเป็นการมองจากคนภายในที่มีต่อสภาพแวดล้อมอย่างละเอียด เห็นความหลากหลายทางชีวภาพ ความหลากหลายทางชาติพันธุ์หลายชุมชนในพื้นที่เดียวกัน จากนั้นมีการกำหนดหรือสร้างเป็นองค์ความรู้ในการดำเนินชีวิต สร้างกติกาการอยู่ร่วมกัน สร้างประเพณี ความเชื่อในพื้นที่เดียวกัน ชีวิตวัฒนธรรม (Way of Life) หรือโครงสร้างที่อยู่ในชีวิตประจำวัน อันเป็นวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนเดียวกัน ซึ่งประกอบไปด้วยโครงสร้างสังคม ความสัมพันธ์ระหว่างกัน เช่น การเป็นเครือญาติ การเป็นกลุ่มทางสังคมต่าง ๆ ดังนั้น การทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงทาง “ภูมิวัฒนธรรม” จึงต้องศึกษาสภาพแวดล้อมในอดีต และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันจากปัจจัยต่าง ๆ ในวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น ๆ รวมทั้งสภาพแวดล้อมในมิติจากภายในและภายนอกที่ชัดเจนและลึกซึ้ง ความสัมพันธ์ในระหว่างมนุษย์ สิ่งแวดล้อมและอำนาจเหนือธรรมชาติ ในโครงสร้างทางสังคมโดยพื้นฐานของมนุษย์ มืองค์ประกอบของความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดการเกี่ยวพันของผู้คนภายในอยู่ 3 ประการ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ และความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ อันทำให้เกิดสำนึกร่วมของการอยู่รวมเป็นกลุ่มภายในพื้นที่ทางวัฒนธรรมเดียวกัน ในภูมิวัฒนธรรมต่าง ๆ นั้น ความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงและเป็นพลวัตเหล่านี้คือ หัวใจสำคัญในการพิจารณาสังคมของมนุษย์ในท้องถิ่นต่าง ๆ โดยเฉพาะความสัมพันธ์กับอำนาจเหนือธรรมชาตินั้น คือสิ่งที่สะท้อนให้เห็นภูมิจักรวาลที่อยู่เบื้องหลังของภูมิวัฒนธรรม และสัญลักษณ์ของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในสังคม และในความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับอำนาจเหนือธรรมชาติ โดยมีสัญลักษณ์เป็นศูนย์กลางของจักรวาลของผู้คนในท้องถิ่นนี้ จะเชื่อมโยงและเกาะเกี่ยวให้คนในท้องถิ่นที่ต่างชุมชนและต่างเผ่าพันธุ์อยู่ร่วมกันในบ้านเมืองเดียวกันได้อย่างราบรื่น นอกจากจะเป็นระบบสัญลักษณ์ที่เป็นศูนย์กลางจักรวาลของท้องถิ่นแล้ว ยังแฝงไว้ด้วยการมีอำนาจเหนือผู้คนที่ดินที่น้ำ สภาพแวดล้อมและทรัพยากรต่าง ๆ ของท้องถิ่นด้วยอำนาจเหนือธรรมชาติเหล่านี้ ทำให้เกิดจารีตประเพณี พิธีกรรม และรูปแบบเชิงสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ทำให้คนร่วมท้องถิ่นเดียวกัน ต้องเชื่อต้องฟังและปฏิบัติตามองค์ประกอบในความสัมพันธ์ทั้งสามประการ ทำให้เห็นและเข้าใจได้ว่า “ภูมิวัฒนธรรมและนิเวศวัฒนธรรม” นั้น มีความหมายลึกกลงไปถึงการเป็นระบบสัญลักษณ์ (Symbol) และภาพพจน์ (Image) ของภูมิจักรวาล (Cosmology) ในการรับรู้ของคนในท้องถิ่น (Perception) ด้วย บ้านเมืองในนิเวศวัฒนธรรมอันหลากหลาย และการสืบทอดความรู้ผ่านระบบสัญลักษณ์ ในสภาพนิเวศตามธรรมชาตินั้นประกอบด้วย แม่น้ำ ลำน้ำใหญ่น้อย หนอง บึง ซึ่งมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล ความเข้าใจเรื่องพลวัตของธรรมชาติแวดล้อมนั้น ทำให้ไม่มีการตัดขาดความสัมพันธ์ในระบบนิเวศจากภูเขาสูงอันเป็นต้นน้ำลำธารไปจนถึงลำห้วยสาขา แม่น้ำ และแหล่งพักน้ำตามหนองบึงที่ไหลหมุนไปตามฤดูกาล การเชื่อมโยงของระบบนิเวศเหล่านี้ทำให้เกิดความสมดุล และรักษาคุณภาพของระบบนิเวศอันหลากหลายที่มีใช้มีเพียง “น้ำ” หรือ “ปลา” แต่คือสิ่งมีชีวิตในธรรมชาติรวมทั้งมนุษย์ด้วย (ศรีศักร วัลลิโภดม 2554)

การพัฒนาเชิงพื้นที่

การพัฒนาเชิงพื้นที่ (Area Based Approach) เป็นเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของประเทศ โดยเน้นการเปลี่ยนแปลงจากฐานราก คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม “คน” เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในระดับครัวเรือน /ชุมชน ก่อนที่ขยายไปสู่การเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างที่ใหญ่

ขึ้น การเปลี่ยนมุมมองการพัฒนามาให้ความสำคัญกับ “การพัฒนาเชิงพื้นที่” ซึ่งถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของกระบวนการผลักดันการพัฒนาประเทศ โดยการพัฒนาหรือส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งตนเองได้ สามารถปรับตัวให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง ใช้ความรู้ในการหาวิธีจัดการหรือแก้ไขปัญหาของตัวเอง คราวเรือน ชุมชน และ ประเทศได้อย่างยั่งยืน (กิตติ สัจจาวัฒนา, 2560)

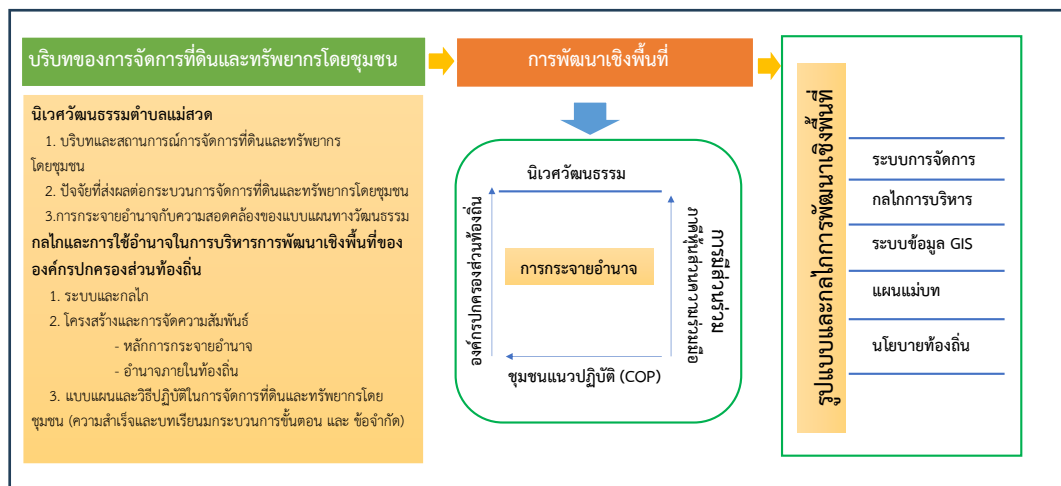
การกระจายอำนาจ

แนวคิดการกระจายอำนาจ ถือว่าเป็นแนวคิดสำคัญในการวิจัยครั้งนี้เนื่องด้วยผู้วิจัยให้ความสำคัญของการวิจัยไปที่ อำนาจของท้องถิ่นในการสร้างรูปธรรมของการพัฒนาเชิงพื้นที่ในการต่อรองอำนาจทางสังคม และเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จบางประการในการใช้พื้นที่ของชุมชนในเสริมพลังการจัดการที่ดินและทรัพยากร โดยชุมชน ฉะนั้นในการตีความและให้ความหมายในการทำหน้าที่ของพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ จึงจำเป็นต้องความเข้าใจในหลักและพัฒนาของการกระจายอำนาจ ดังที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้ในความเป็นมาของกระบวนการกระจายอำนาจในอดีตถึงปัจจุบันในส่วนของบทนำ กล่าวคือ การกระจายอำนาจเป็นคำหรือสิ่งที่คนในสังคมไทยให้ความสนใจและติดตามเป็นอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งภายหลังที่ได้มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 เป็นรัฐธรรมนูญที่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการกระจายอำนาจและการปกครองส่วนท้องถิ่นไว้อย่างชัดเจนที่สุดฉบับหนึ่ง และเป็นผลสืบเนื่องมาถึงรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ทำให้การกระจายอำนาจมีความชัดเจนยิ่งขึ้น ในหมวด 14 การปกครองส่วนท้องถิ่น การกระจายอำนาจจึงเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจมากขึ้นตามลำดับ และมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับการปกครองตนเองในระดับท้องถิ่นหรือในระดับพื้นที่ของไทยกรอบแนวคิดพื้นฐานว่าด้วยการกระจายอำนาจ การกระจายอำนาจ เป็นส่วนหนึ่งของการจัดระเบียบการปกครองของประเทศ มีหลักสำคัญคือ เป็นการโอนอำนาจการปกครองจากส่วนกลางไปให้ประชาชนในท้องถิ่นดำเนินการกันเอง ภายใต้ระเบียบ กฎหมายที่กำหนด หรือที่เรียกว่า การปกครองท้องถิ่นในรูปแบบการปกครองตนเองความหมายของการกระจายอำนาจ (ภิรมย์พร ไชยยนต์, 2557)

เป้าหมายสำคัญในการวิจัยคือการสังเคราะห์ให้เห็นถึงรูปแบบและกลไก การบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เหมาะสมกับภูมินิเวศวัฒนธรรมแม่ฮ่องสอน คือการทำความเข้าใจและตีความให้เห็นถึงมุมมองและข้อถกเถียงในการพัฒนาระบบและกลไกในการลดข้อจำกัดเชิงนโยบายปรับเปลี่ยนวิธีปฏิบัติโดยใช้พื้นที่เป็นฐานในการออกแบบการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน ที่ในอดีตเน้นการเคลื่อนไหวเชิงโครงสร้างแต่ขาดการจัดการข้อมูลเชิงพื้นที่ ที่ต้องครอบคลุมทุกมิติโดยเฉพาะทางสังคมวิทยาที่มีนัยทางนิเวศวัฒนธรรมที่อาศัยการยกระดับกลไกการจัดการทั้งในระดับครัวเรือน ชุมชน และในระดับท้องถิ่นบนฐานของการพัฒนาเชิงพื้นที่และการใช้เงื่อนไขของการกระจายอำนาจในการออกแบบเงื่อนไขการพัฒนาโดยมีรูปธรรมของพื้นที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ดำเนินการในอธิบายเชิงความรู้

โดยสรุปจากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง การทำความเข้าใจนิเวศวัฒนธรรมนับว่ามีนัยสำคัญต่อการนำมาวิเคราะห์และตีความในการออกแบบกระบวนการในการพัฒนารูปแบบเนื่องด้วยการพัฒนารูปแบบต้องสอดคล้องกับลักษณะทางนิเวศวัฒนธรรมที่บ่งบอกถึงการบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่ครอบคลุมในทุกมิติโดยเฉพาะการยกระดับการจัดการเชิงพื้นที่ ที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาไกลภายใต้การจัดการร่วมที่เป็นผลมาจากการทำความเข้าใจในแนวคิดการกระจายอำนาจที่มุ่งให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างเครือข่ายทางสังคมในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย

- คณะกรรมการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนตำบลแม่สวด 15 คน
- ผู้แทนสภาองค์กรชุมชนตำบลแม่สวด 5 คน
- เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน และ เจ้าหน้าที่จากสำนักปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลแม่สวด
- ผู้แทนชุมชนนำร่องการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน (บ้านแม่หาด)

เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ การศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสมบูรณ์ โดยการทำแบบสัมภาษณ์ (Interview method) เน้นการสัมภาษณ์ในเชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้วิจัยใช้แนวทางการเลือกบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีบทบาท (Key Information) ตามรูปแบบที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย (Purposive Sampling) ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับท้องถิ่นและชุมชน พร้อมทั้งจัดเวทีถอดบทเรียนผ่านกระบวนการ AAR (After Action Review) และการจัดทำสนทนากลุ่มย่อย (Focus group discussion – FGD)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การรวบรวมข้อมูลเอกสาร (Data Collection) และการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) เป็นการทบทวนการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก การถอดบทเรียนการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนของ องค์การบริหารส่วนตำบลแม่สวด และ เอกสารการรายงานการประชุมของสภาองค์กรชุมชน รวมทั้งเอกสารบทเรียนความรู้ของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน เอกสารที่เกี่ยวข้องโดยการค้นคว้าจากหนังสือ เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) การรวบรวมข้อมูลวิจัยภาคสนาม (Field Research) เป็นการศึกษาวิจัยภาคสนามลงพื้นที่เก็บข้อมูลผ่านการใช้วิธีการวิจัยในการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) การลงสำรวจพื้นที่ (Field Observation) การสัมภาษณ์ (Interview Method) โดยวิธีการการสัมภาษณ์ในเชิงลึก (In-depth Interview) รวมทั้งการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Groups)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แนวทางในการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดังที่กล่าวไปเบื้องต้นนั้น ดังนั้นภายใต้การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Analyzing Qualitative Data) โดยกระบวนการในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นกระบวนการที่ไม่ได้แยกส่วนออกมาจากกระบวนการเก็บข้อมูล เพื่อทำการวิเคราะห์ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) ทำการวิเคราะห์จากคำถาม ที่ใช้ในการสัมภาษณ์โดยจัดกลุ่มประเด็นสำคัญของคำถามในแต่ละตอนที่ใช้ในการสัมภาษณ์ 2) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการจัดเวทีกลุ่มย่อย และสรุปสาระสำคัญตามขอบเขตเนื้อหาที่กำหนด โดยเฉพาะจากคณะทำงานฯ 3) ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลทั้งหมดตามขอบเขตของเนื้อหา 4) นำข้อมูลที่ตรวจสอบและจัดระบบข้อมูลเป็นหมวดหมู่ทั้งหมดแล้วทำการวิเคราะห์ตามวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

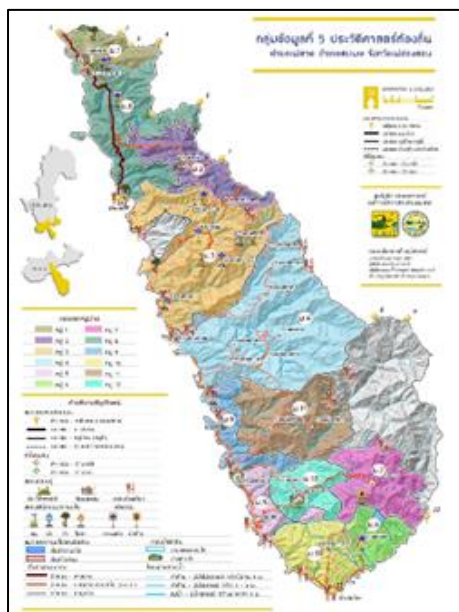
ผลการวิจัย มีด้วยการ 2 ส่วน คือ 1) บทเรียนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีพื้นที่ตำบลนาร่องคือ ตำบลแม่สวด พบว่า พื้นที่ตำบลแม่สวด อำเภอสบเมย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นพื้นที่ที่ประสบปัญหาเรื่องสิทธิที่ทำกินในพื้นที่ป่า ประชากรส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตป่าต้นน้ำชั้น 1 A และเขตพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติแม่เงา (อุทยานเตรียมจัดตั้ง) ได้นำหลักของการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน มาออกแบบเพื่อวางแผนการแก้ปัญหา และยกระดับกลไกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตำบลแม่สวดในการเป็นกลไกกลางเชื่อมประสาน ในการจัดการข้อมูลและพัฒนาเป็นข้อบัญญัติท้องถิ่น ในการจัดตั้งกลไกกลางในรูปแบบของกลไกเชิงสถาบัน ทำหน้าที่เป็นกลไกคู่ขนานในการพัฒนารูปแบบการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนโดยจัดทำข้อบัญญัติท้องถิ่นรองรับในการลดข้อจำกัดหรือช่องว่างของกฎหมาย คือ

1. เน้นการบริหารจัดการเชิงพื้นที่ให้ความสำคัญต่อการบูรณาการพัฒนาของภาคีหุ้นส่วนความร่วมมือ โดยเริ่มจากการจัดการข้อมูล GIS ที่ถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญของการสร้างความเข้าใจ และการเรียนรู้สิทธิของชุมชน รวมไปถึงการพัฒนารูปแบบการใช้ประโยชน์ที่ดิน ผลจากการดำเนินการจัดการข้อมูล GIS มีรายละเอียดดังนี้ พื้นที่ตำบลแม่สวด มีพื้นที่ ประมาณ 350 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 219,318 ไร่ แยกเป็นพื้นที่ใช้ประโยชน์ 101,364 ไร่ พื้นที่ป่าชุมชน 37,561 ไร่ พื้นที่ป่าธรรมชาติ 80,393 ไร่ และมีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 8,017 คน 12 หมู่บ้าน 24 หย่อมบ้านจำแนกเป็น เพศชาย 4,171 คน เพศหญิง 3,981 คน จำนวนเด็ก (อายุ 0-14 ปี) เด็กชาย 1,018 คน เด็กหญิง 913 คน จำนวนผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) เพศชาย 383 คน เพศหญิง 382 คน จำนวนผู้พิการ เพศชาย 120 คน เพศหญิง 100 คน จำนวนผู้ป่วยติดเตียง 42 คน จำนวนครัวเรือน 3,579 ครัวเรือน

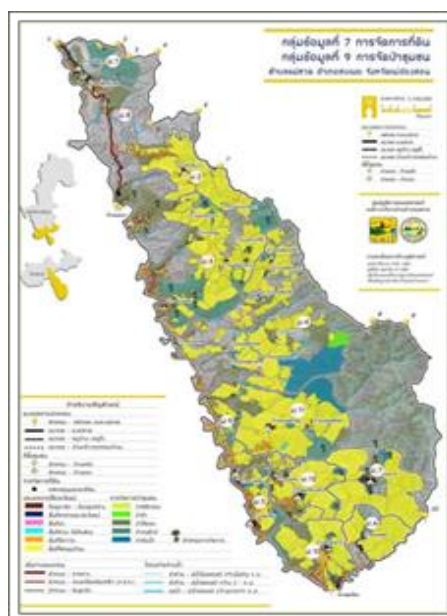
2. สภาพปัญหาในบริบทตำบลแม่สวด คือ ที่อยู่อาศัย ที่ทำกิน พื้นที่สาธารณะ ไม่มีอาณาเขตที่ชัดเจน ไม่เอกสารสิทธิการบุกรุกพื้นที่ป่าเพิ่มขึ้น ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถูกทำลาย ข้อมูลพื้นฐานกระจาย ไม่เป็นปัจจุบัน ทำให้ยากแก่การพัฒนาด้านต่าง ๆ โครงสร้างพื้นฐานและเศรษฐกิจ ไม่สามารถพัฒนาได้ เนื่องจากอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติและอุทยานแห่งชาติ ระบบการส่งต่อผู้ป่วยฉุกเฉิน ไม่สามารถรักษาได้ทันทีเนื่องจากระยะห่างไกล ทำให้ผู้ป่วยเสียชีวิตระหว่างทาง การขึ้นทะเบียนเกษตรกร การได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐตามหลักเกณฑ์ เช่น การชดเชยภัยพิบัติ การพัฒนาพื้นที่เกษตรต้องมีเอกสารสิทธิ

3. จัดทำโครงการศูนย์ข้อมูลข่าวสารและระบบสารสนเทศ GIS ตำบลแม่สวดเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนประกอบด้วย แผนที่รายแปลงหมู่บ้าน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและจัดการที่ดิน การจัดทำแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สิน โดยมีขั้นตอนการดำเนินการจัดตั้งศูนย์ข้อมูล คือ ประชุมวางแผนการ,

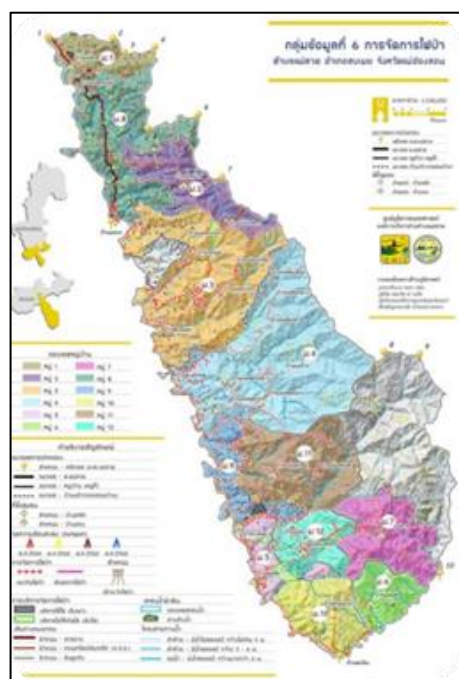
สำรวจจัดเก็บข้อมูลรูปแบบแปลงที่ดิน, สอบทานข้อมูลการดำเนินงาน และ นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์โดยจำแนกข้อมูลในรูปแบบแผนที่และการใช้ประโยชน์ที่ดินดังนี้ ดังแผนภาพ



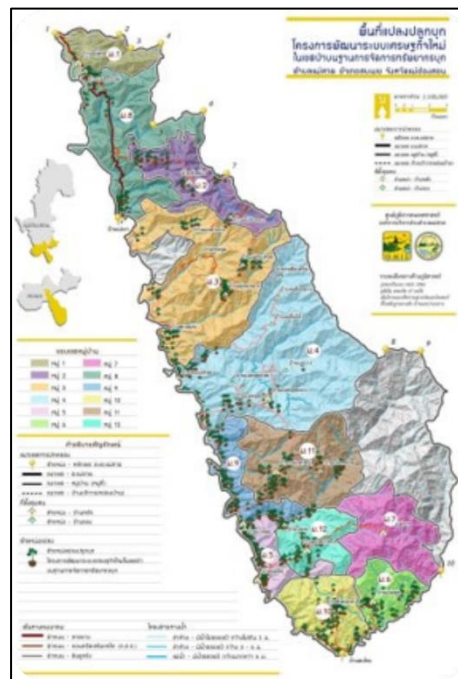
ภาพที่ 2 แผนที่ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น



ภาพที่ 3 แผนที่การจัดการที่ดิน



ภาพที่ 4 แผนที่การจัดการไฟฟ้า



ภาพที่ 5 แผนที่การใช้ประโยชน์

2) พัฒนารูปแบบและกลไกการบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เหมาะสมกับภูมิโนเศวัฒนธรรมแม่ฮ่องสอน พบว่ากระบวนการดำเนินงาน ในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน ขององค์การบริหารส่วนตำบลแม่สวดและนำไปสู่การพัฒนาไกล เชิงสถาบันในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนโดยใช้พื้นที่เป็นฐานก่อให้เกิดรูปแบบและกลไก ประกอบด้วย

1. การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อความเข้าใจในระดับผู้บริหารท้องถิ่น ผ่านการนำเสนอประสบการณ์จากตำบลที่ประสบความสำเร็จมานำเสนอเพื่อเสริมพลังการเรียนรู้ในกลุ่มผู้บริหารในการเติมเต็มข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในการกำหนดข้อบัญญัติท้องถิ่น

2. การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานโดยเฉพาะหน่วยงานในระดับอำเภอเพื่อเป็นตัวกลางในการเสริมพลังอำนาจในการตัดสินใจ เป็นเพิ่มน้ำหนักต่อกระบวนการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน และนำไปสู่การยกระดับเป็นแผนชุมชน และออกเป็นข้อบัญญัติท้องถิ่น

3. ให้สภาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นออกข้อบัญญัติก่อนนำไปสู่การสร้างความสำเร็จ ซึ่งเป็นผลดีต่อการสร้างพื้นที่ทางสังคมร่วมกันระหว่างสภาองค์กรชุมชนและสภาท้องถิ่น เกิดรูปแบบการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนบนการบูรณาการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภายในตำบลและหน่วยงานสนับสนุนโดยสรุป รูปแบบการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนในบริบทของภาพรวม มีรูปแบบดังนี้

3.1. การเปิดพื้นที่ทางสังคมร่วมกับหน่วยงานในระดับชุมชน ตำบล อำเภอ

3.2. การออกข้อบัญญัติท้องถิ่นทั้งในส่วนของกระบวนการและการเปิดเวทีการเรียนรู้ผ่านการพัฒนาหมู่บ้านต้นแบบและขยายผล และนำผลที่ได้จากบ้านต้นแบบพัฒนาเป็นข้อบัญญัติในระดับตำบล

3.3. ใช้ข้อบัญญัติเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้าใจกับชาวบ้านแต่ละชุมชน พร้อมทั้งจัดตั้งกลไกเชิงสถาบันหรือกลไกชุมชน

3.4. กำหนดคณทำงานในระดับหมู่บ้านในการพัฒนาระบบข้อมูล GIS

โดยผลที่เกิดขึ้น นำไปสู่การจัดตั้งข้อบัญญัติท้องถิ่นตำบลแม่สวด ในการพัฒนาเชิงพื้นที่ เรื่องการบริหารจัดการศูนย์ประสานงานการพัฒนาเชิงพื้นที่ในเงาอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2565 มีการจัดตั้งกลไกประกอบด้วย คณะกรรมการบริหารศูนย์ประสานงานเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ในเงาอย่างยั่งยืน มีบทบาทหน้าที่ในการกำกับทิศทางการทำงานของศูนย์ประสานงาน เลขานุการคณะกรรมการ คือ เลขานุการคณะกรรมการศูนย์ประสานงานเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ในเงาอย่างยั่งยืน ในการจัดการข้อมูลติดตามกำกับการทำงานและประสานความร่วมมือ และบริหารจัดการเปิดพื้นที่“การจัดการร่วม” ในการบูรณาการทำงานของหน่วยงานร่วมพัฒนาทั้งด้านบุคลากร วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ อาคารสถานที่ โดยให้กำหนดระเบียบการจัดการร่วมกัน โดยใช้ฐานข้อมูล และ กำหนดเป้าหมายการขับเคลื่อนร่วมกันทั้งฝ่ายท้องที่ ท้องถิ่น ฝ่ายราชการ ฝ่ายวิชาการ องค์กรพัฒนาเอกชน ภาคประชาสังคม ภาคธุรกิจ และชุมชนในการพัฒนาเชิงพื้นที่ ตำบลแม่สวดที่ครอบคลุมพื้นที่ลุ่มน้ำเงา เพื่อการพัฒนาชุมชนทั้งในด้านเศรษฐกิจ ด้านการศึกษาและการเรียนรู้ ที่สอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และศาสตร์พระราชาของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตรและตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ โดยการบริหารจัดการศูนย์ ฯ ควรมุ่งเน้น ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาเพื่อความสมดุลและความยั่งยืนทั้งในด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมบนฐานความมั่นคงทางด้านทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น

อภิปรายผล

รูปแบบและกลไกการบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เหมาะสมกับภูมินิเวศวัฒนธรรมแม่ฮ่องสอน พบว่าปรากฏการณ์ที่สำคัญภายใต้แบบแผนชีวิตในบริบทความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ที่ได้บังชี้นำปัจจัยที่ส่งผลต่อออกแบบการพัฒนาเชิงพื้นที่ในนิเวศวัฒนธรรมชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์รวมทั้งชุมชนเกษตรพื้นที่สูง

1. บทเรียนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จากกรณีตำบลแม่สวด อำเภอสะเมิง ได้นำมาสู่การออกแบบการแก้ไขปัญหา โดยใช้พื้นที่เป็นฐานในการพัฒนารูปแบบ ซึ่งรูปแบบที่ได้คือการยกระดับและพัฒนา

ความร่วมมือบนฐานของการพัฒนาโลกที่ต้องเข้าใจบริบทของพื้นที่ในมิติทางสังคมวิทยา ให้ความสำคัญต่อการเสริมสร้างความมั่นคงในการประกอบอาชีพที่อาศัยที่เป็นทุนภายในชุมชนโดยเฉพาะทุนทางสังคมและทุนทางธรรมชาติ ในการยกระดับทุนทางเศรษฐกิจที่เน้นมิติของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชน ที่เป็นผลมาจากการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนและกลไกผู้นำภายในชุมชน หน่วยงานสนับสนุน และภาคีความร่วมมือในการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยมีหน่วยจัดการพัฒนาคือองค์การบริหารส่วนตำบลหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่นับว่าเป็นกลไกหลักของการพัฒนา ทั้งนี้ปัจจัยเกื้อหนุนคือนโยบายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นและความเข้าใจต่อกลไกทุกระดับภายใต้โครงสร้างการปกครองส่วนท้องถิ่น และขั้นตอนของการกระจายอำนาจ

จากข้างต้นบริบททั้งกายภาพและนิเวศวัฒนธรรม กรณีพื้นที่ตำบลแม่สวด ได้ทำให้เกิดรูปแบบหรือ”โมเดลการพัฒนาเชิงพื้นที่” โดยมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาในการใช้ระบบข้อมูลจากการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนในการเสริมความมั่นคงของทุนทางธรรมชาตินั้นคือการดำรงไว้ซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะลุ่มน้ำเงาะที่เป็นแม่น้ำสายหลักของชุมชนที่อยู่ในเขตตำบลแม่สวด ฉะนั้นการทำความเข้าใจสถานการณ์ของพื้นที่ จึงเป็นนัยสำคัญการกำหนดเป้าหมายทางยุทธศาสตร์เชิงรูปธรรมในการจัดทำยุทธศาสตร์ภาพรวม

2. รูปแบบและกลไกการบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เหมาะสมกับภูมินิเวศวัฒนธรรมแม่ฮ่องสอน ผลของการดำเนินงานได้บ่งชี้ให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในภาวะร่วมสมัยของนิเวศวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงพื้นที่พิเศษทางวัฒนธรรมในการปฏิบัติการการใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างยั่งยืนและลดข้อจำกัดเชิงนโยบายและกฎหมายมีการดำเนินการภายใต้รูปแบบดังนี้

1. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบเชิงพื้นที่ต่อการให้ความหมายของการจัดการเชิงพื้นที่ โดยเฉพาะกลไกของการจัดการใช้ประโยชน์ที่ดินในการพัฒนาคุณภาพชีวิต

2. การกำหนดเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของการแก้ไขปัญหาเชิงพื้นที่ที่มีกลไกเชิงสถาบันที่จัดตั้งภายใต้กฎหมายท้องถิ่น

3. รูปแบบการแก้ไขปัญหาในเชิงพื้นที่โดยเฉพาะพื้นที่พิเศษทางวัฒนธรรมในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน ประกอบด้วย

3.1 การเสริมสร้างความมั่นคงในการประกอบอาชีพ

3.2 การพัฒนาระบบสวัสดิการ

3.3 การจัดการสุขภาพชุมชน

3.4 การจัดการศึกษาที่เป็นธรรม

แต่อย่างไรก็ตาม การพัฒนาโลกการพัฒนาเชิงพื้นที่ในบริบททางนิเวศวัฒนธรรม ย่อมมีความหลากหลายโดยเฉพาะรูปแบบไม่สามารถที่จะกำหนดในรูปแบบเดียวได้ ภายใต้กลไกที่มีอยู่ในระดับพื้นที่ทั้งนี้ต้องสอดคล้องในนิเวศวัฒนธรรมของพื้นที่ ภายใต้นิยามความหมายในบริบทของพื้นที่พิเศษทางวัฒนธรรมจำเป็นต้องมี

1. การจัดความสัมพันธ์ ของกลไก โครงสร้างความเป็นชุมชนในการจัดการทางสังคม ของความเป็นครอบครัว ชุมชน ในภาวะร่วมสมัย บนฐานคิดการกระจายอำนาจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2. การจัดการข้อมูลที่เป็นระบบในฐานะของ ความรู้ ภูมิปัญญา แบบแผนทางวัฒนธรรม ตลอดจนอุดมการณ์ การให้คุณค่าความหมาย ของความเป็นครอบครัว ชุมชน ในภาวะร่วมสมัย ภายใต้ความร่วมมือของกลไกการพัฒนาในทุกภาคส่วน โดยมีข้อมูลพื้นที่เป็นฐาน

3. การออกแบบการจัดการผลิตในระบบเกษตรพื้นที่สูงภายใต้ภูมิปัญญาไร่มุขเวียนในนิเวศของการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจและการเมืองในภาวะร่วมสมัย และการเข้าถึงสิทธิการจัดการโดยชอบธรรมภายใต้กลไกของท้องถิ่น

4. จัดความสัมพันธ์การความเชื่อมโยงของระบบเกษตรพื้นที่สูงในการจัดการผลิตที่ผูกพันและผสมผสานอยู่กับระบบอื่น ๆ ทั้งการจัดการลุ่มน้ำ การจัดการป่า การผลิตทางการเกษตรแบบอื่น ๆ การเลี้ยงสัตว์ การเก็บหาของป่า การรับจ้าง ในความหลายของภูมินิเวศวัฒนธรรม และ

5. ระบบการจัดการผลิตที่เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมในฐานะที่เป็นทางเลือก สำหรับการเสริมสร้างความมั่นคง การช่วยเหลือระหว่างกัน และ การจัดการสุขภาพ ที่ส่งผลต่อการจัดการการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ในบริบทเฉพาะของภูมินิเวศลุ่มน้ำ โดยมีภาคีหุ้นส่วนความร่วมมือเข้ามามีเป็นหุ้นส่วนของการพัฒนามากกว่าการมีส่วนร่วม

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากที่กล่าวมาพบว่าองค์ความรู้สำคัญในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนที่เหมาะสมกับภูมินิเวศวัฒนธรรมภายใต้การพัฒนารูปแบบและกลไกของตำบลแม่สวด คือการใช้พื้นที่เป็นฐานในการกำหนดรูปแบบการพัฒนา และก่อให้เกิดการจัดการร่วมในลักษณะภาคีหุ้นส่วนการพัฒนาที่ต้องเกื้อกูลระหว่างกัน เน้นการพัฒนากลไกการจัดการครัวเรือนให้มีความสามารถในการจัดการตัวเองบนฐานทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งความรู้เดิม โดยเฉพาะการเข้าถึงการใช้ประโยชน์จากฐานทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด การเสริมความสามารถในการวิเคราะห์สภาพของการเปลี่ยนแปลงทางของสภาพทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ที่เป็นปัจจัยสำคัญของการจัดการใช้ประโยชน์ที่ดิน รวมทั้งนโยบายการพัฒนาของภาครัฐ และข้อจำกัดเชิงนโยบาย

ทั้งนี้ยังสำคัญคือการเพิ่มทักษะการจัดการฐานชีวิตครัวเรือน และสร้างเงื่อนไขทางเศรษฐกิจใหม่ ในลักษณะของการพึ่งพาระหว่างครัวเรือน และยกระดับเป็นสถาบันทางสังคมในรูปแบบของเครือข่ายการแลกเปลี่ยนในการจัดความสัมพันธ์การตลาดและระบบการจัดการร่วมในรูปแบบของภาคีหุ้นส่วนการพัฒนาภายในชุมชน บนฐานนิเวศวัฒนธรรมในยุคปัจจุบัน

รูปแบบและกลไกการบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เหมาะสมกับภูมินิเวศวัฒนธรรมแม่ฮ่องสอน จากกรณีของพื้นที่ตำบลแม่สวด ได้มีการออกแบบและการพัฒนากลไกเชิงพื้นที่โดยอาศัยการจัดการข้อมูลนิเวศวัฒนธรรมลุ่มน้ำเป็นฐานในการบริหารจัดการพัฒนาโดยมุ่งผลความสำเร็จ ด้วย 4 เรื่อง คือ

1.การเสริมสร้างความมั่นคงในการจัดการประกอบอาชีพจากการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน หมายถึง กระบวนการจัดการผลิต ตั้งแต่การปลูกที่มีคุณภาพ การแปรรูปผลผลิตทั้งการบริโภคครัวเรือน การจำหน่ายเพื่อให้ครัวเรือนมีรายได้ที่สมดุลกับรายจ่าย การเชื่อมโยงผลผลิตระหว่างครัวเรือนสู่ชุมชนและความเป็นสถาบันทางคม และยกระดับเป็นเครือข่ายระหว่างชุมชนในการจัดการร่วมทุกมิติ โดยเฉพาะการเข้าถึงสิทธิในการจัดการและใช้ประโยชน์ร่วม ทั้งฐานการผลิตในที่ดินที่เป็นธรรม สิทธิในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมบนฐานทางวัฒนธรรม ที่เป็นธรรม

2.การพัฒนาระบบสวัสดิการ หมายถึง การร่วมตัวของคนในชุมชนมาร่วมกันจัดสวัสดิการช่วยเหลือระหว่างกันโดยที่ยึดโยงความสัมพันธ์บนฐานเครือญาติ และจัดตั้งเป็นกองทุนช่วยเหลือบนฐานกิจกรรมของชุมชนทั้งในมิติความสัมพันธ์ทางจารีต และประเพณี การใช้ภูมิปัญญาและทุนทางสังคมเป็นต้นทุนการช่วยเหลือระหว่างกัน และยกระดับให้มีการเข้าถึงสิทธิประโยชน์และการบริการของภาครัฐ โดยการหนุนเสริมจากหน่วยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ต้องมีการเสริมศักยภาพของกลไกภายในชุมชนให้สามารถเชื่อมโยงและบริหารจัดการผ่านพื้นที่ร่วม

3.การจัดการสุขภาพชุมชน หมายถึง การจัดการความเสี่ยงด้านสุขภาพในครัวเรือน ความเสี่ยงในการประกอบอาชีพ การใช้ภูมิปัญญาในการรักษาภายในครัวเรือนและชุมชน และการเข้าถึงระบบสุขภาพชุมชนพื้นฐานภายใต้การบริการของภาครัฐ ลดความเสี่ยงในค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของครัวเรือน โดยอาศัยภูมิปัญญาการแพทย์พื้นบ้าน ก่อนเข้าสู่ระบบบริการของภาครัฐ บนพื้นที่ร่วมกันระหว่างหน่วยบริการระดับปฐมภูมิของภาครัฐและความร่วมมือของชุมชน

4.การจัดการศึกษาที่เป็นธรรม หมายถึง การจัดการศึกษาที่มีกลไกการศึกษาในระดับพื้นที่ทั้งในระดับก่อนวัยเรียน ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา โดยเน้นการจัดการศึกษาบนฐานของท้องถิ่น และจัดการศึกษาในพื้นที่เป็นหลัก โดยสานเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา เน้นปฏิบัติการการศึกษาการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ภายใต้เป้าหมายทั้ง 4 เรื่อง เป็นการจัดการร่วมเชิงพื้นที่ และใช้ระบบข้อมูลเป็นฐาน ฉะนั้นการสร้างเงื่อนไขในการนำไปสู่การพัฒนานโยบายเชิงพื้นที่ในระดับท้องถิ่น ทางองค์การบริหารส่วนตำบลแม่สวด ได้มีการพัฒนากลไกการบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ ในรูปแบบ ศูนย์ประสานงานเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ในเงาอย่างยั่งยืน โดยทางองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นแม่สวดได้มีการออกข้อบัญญัติรองรับศูนย์ฯ ปี 2565 เนื่องด้วยทางสำนักงานองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นตั้งอยู่บริเวณอำเภอสบเมย การให้บริการไม่ทั่วถึง ทำให้ศูนย์ฯ มีบทบาทสำคัญในการเป็น อปต.ส่วนหน้าในการจัดการพัฒนาเชิงพื้นที่

สรุป

จากรูปแบบและกลไกการพัฒนาเชิงพื้นที่ในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน นับว่าเป็นการจัดการแก้ไขปัญหาโดยใช้พื้นที่เป็นฐานในการออกแบบและกำหนดรูปแบบและการพัฒนากลไกให้มีพื้นที่จัดการร่วมที่สอดคล้องกับหลักการของการกระจายอำนาจของท้องถิ่น และใช้ข้อบัญญัติท้องถิ่นเป็นเครื่องมือในการยกระดับผ่านนโยบายในระดับท้องถิ่น ดังนี้

1.การจัดการข้อมูลความรู้ในการยกระดับครัวเรือนที่หลุดพ้น เน้นการจัดการร่วม กันพร้อมๆ กับการเสริมศักยภาพกลไกในระดับครัวเรือน

2.การพัฒนากระบวนการจัดการการเข้าถึงระบบการเงินชุมชน บนฐานของการจัดการอาชีพเชื่อมโยงกับการจัดการเศรษฐกิจภายใน โดยจัดตั้งและพัฒนารูปแบบสถาบันการเงินชุมชนภายใต้ความซับซ้อนของระบบทุนภายในและภายนอก

3.การเปิดพื้นที่ตลาดร่วมระหว่างชุมชน และเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนเป็นผู้จัดการในรูปแบบของธุรกิจสีเขียว ทั้งการจัดการผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรกับตลาดภายนอก

ทำให้เห็นถึงนวัตกรรมเชิงระบบกับการยกระดับจากการปฏิบัติการในการบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ของการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนที่เหมาะสมกับภูมินิเวศวัฒนธรรม ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา การกำหนดรูปแบบการแก้ไขปัญหาเชิงพื้นที่บนความหลากหลายและมีปัจจัยแบบแผนทางวัฒนธรรมเป็นเงื่อนไขสร้างและพัฒนา ทำให้เห็นถึงรูปแบบการแก้ไขปัญหาที่เป็นรูปธรรม การนำเอาความรู้จากภายนอก โดยเฉพาะการพัฒนาฐานเศรษฐกิจจากต้นทุนความหลากหลายทางธรรมชาติ และ ต้นทุนทางสังคม ทำให้เห็นว่าเป็นช่องทางที่นำไปสู่กระบวนการที่ต่อเนื่องในการลดข้อจำกัดในเชิงนโยบายและกฎหมาย บนเงื่อนไขการจัดการภายในชุมชน ฉะนั้น การจัดตั้งศูนย์ประสานงานฯ ต้องยกระดับการจัดการสู่การเป็นหน่วยจัดการพัฒนาเชิงพื้นที่ เป็นนวัตกรรมเชิงระบบ ทำหน้าที่ในการหนุนเสริมให้เกิดชุมชนปฏิบัติการในการจัดการร่วมทั้งในระดับครัวเรือน กลุ่ม/องค์กรชุมชน มีบทบาทร่วมในการแก้ไขปัญหาด้วยตัวเอง และการสานเครือข่ายภายในบนฐานของการใช้พื้นที่เป็นฐานของการจัดการร่วม และเชื่อมโยงการพัฒนาภาคีหุ้นส่วนการพัฒนา

ฉะนั้นการพัฒนานวัตกรรมเชิงระบบการแก้ไขปัญหาความยากจน ต้องเชื่อมโยงในเชิงนโยบายในระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัด ผ่านการพัฒนาต้นทุนเชิงพื้นที่ ในบริบททางนิเวศวัฒนธรรม

ในการพัฒนานวัตกรรมเชิงระบบ ของการพัฒนากลไกเชิงพื้นที่ ที่ผ่านบทเรียนการแก้ไขปัญหาในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน นำมาสู่การกำหนดเป้าหมายของพื้นที่ตำบลแม่สวดในเขตนิเวศวัฒนธรรม (น้ำเงา) กล่าว คือ ชีตความสามารถของกลไกที่เกิดขึ้นมีความสามารถที่จัดการการพัฒนาทั้ง สังคม สิ่งแวดล้อม ที่เอื้อต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรม นั่นคือการนำเข้าสู่การแก้ไขปัญหาและเชื่อมโยงเชิงนโยบาย จำต้องยกระดับสู่การพัฒนาเป็นนวัตกรรมเชิงระบบในการพัฒนาเชิงพื้นที่ คือ

- 1.เอื้ออำนวยให้ในระดับครัวเรือนได้เข้าถึงสิทธิและบริการของภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเสริมความมั่นคงในการใช้ชีวิต
- 2.เพิ่มประเด็นการทำงานหรือวิธีการเพื่อแก้ไขปัญหาหรือเงื่อนไขด้านการเข้าถึงสิทธิและบริการ
- 3.การลดอคติ – ช่องว่าง การเพิ่มโอกาสและศักยภาพ
- 4.สร้างหรือพัฒนาอุปกรณ์/เครื่องมือใหม่ที่เอื้อและเหมาะสม พัฒนาเครื่องมือทางสังคม (Social support) เพื่อเกื้อหนุนกลุ่มคนเปราะบาง ครัวเรือนยากจน รวมถึงคนด้อยโอกาส ในมิติต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

- 1.1 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นกลไกในการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยเฉพาะการพัฒนากระบวนการฐานข้อมูลที่เน้นมิติทางนิเวศวัฒนธรรม
- 1.2 การเป็นพื้นที่กลางขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในการเปิดพื้นที่การจัดการร่วม ต้องทำหน้าที่เป็นหน่วยประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานทั้งภายในและภายนอก และการประสานทรัพยากรที่เกี่ยวข้องในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน
- 1.3 พัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการพัฒนาเชิงพื้นที่ โดยการออกข้อบัญญัติท้องถิ่นในการจัดตั้งกลไกการพัฒนาเชิงพื้นที่ และสร้างเงื่อนไขให้เกิดภาคหุ้นส่วนการพัฒนา และประสานให้เกิดทำงานร่วมในรูปแบบเครือข่ายทางสังคม ในรูปแบบกลไกคู่ขนานกับภาครัฐโดยมีระบบข้อมูลกลางที่ใช้ร่วมกันในการวางแผนการพัฒนาและกลไกการประเมินผลภายในของความสำเร็จและจุดอ่อนของการพัฒนาตามนโยบายของท้องถิ่นในการพัฒนาเชิงพื้นที่

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 การปรับตัวของสภาองค์กรชุมชนที่เหมาะสมในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางนโยบายการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน
- 2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนากลไกการจัดการร่วมและโครงสร้างการบริหารขององค์กรชุมชน โดยใช้พื้นที่เป็นฐานในสถานการณ์ปรับตัวของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- 2.1 รูปแบบการพัฒนากลไกคู่ขนานในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนภายใต้ต้นนโยบายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น
- 2.2 นวัตกรรมเชิงระบบในการยกระดับโครงสร้างการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนเชิงสถาบันโดยใช้พื้นที่เป็นฐาน
- 2.3 รูปแบบของนวัตกรรมเชิงระบบในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนในการลดข้อจำกัดเชิงนโยบายและกฎหมายที่ส่งผลต่อความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ สังคม และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2.4 การเข้าถึงสิทธิอันชอบธรรมในการจัดการใช้ประโยชน์ที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชนภายใต้การจัดการร่วมบนการพัฒนากระบวนฐานข้อมูลในเชิงพื้นที่

2.5 การสร้างหรือพัฒนากระบวนการบริหารการพัฒนาเชิงพื้นที่ด้วยเครื่องมือทางสังคม (Social support) ให้เกื้อหนุนต่อกลุ่มคนที่ได้รับผลกระทบ คนด้อยโอกาส ในมิติต่าง ๆ ในการจัดการที่ดินและทรัพยากรโดยชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา บุญชัย. (2566). นิเวศวัฒนธรรม จามานุษยวิทยานิเวศสู่ขบวนการเคลื่อนไหวสิ่งแวดล้อมไทย. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2566, จาก <https://www.sac.or.th/portal/th/article/detail/517>
- กิตติ สัจจาวัฒนา. (2560). งานวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ รูปแบบงานวิจัยใหม่ที่ท้าทายกระบวนการวิจัยของประเทศไทย (บทความรับเชิญ). ใน ชิตณรงค์ ศิริสถิตกุล (บ.ก.), การวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่. (น.3 -7) นครศรีธรรมราช: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- ทรงศักดิ์ ปัญญา. (2566). การวิจัยเพื่อพัฒนาพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน : ระยะที่ 3 (รายงานผลการวิจัย). วิทยาลัยชุมชนแม่ฮ่องสอน สถาบันวิทยาลัยชุมชน.กองทุนส่งเสริม ววน. และหน่วย บพท.
- ภิรมย์พร ไชยยนต์. (2557). การกระจายอำนาจการปกครองท้องถิ่น: ศักยภาพการปกครองตนเองตามเจตนารมณ์ของประชาชนในระดับจังหวัด (วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศรีศักร วัลลิโภดม. (2554). การศึกษาสังคมไทยผ่าน “ภูมิวัฒนธรรม”. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2566, จาก <https://lek-prapai.org/home/view.php?id=84>
- สำนักงานสภาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติ. (2562). ดัชนีความก้าวหน้าของคน ปี 2562. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สภาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติ.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตใน

กรุงเทพมหานคร

Factors affecting work efficiency of life insurance employees in Bangkok

สร้อยญา สุทธิวรพงศ์ศรี¹ และ ธนกร พงษ์ภู²

Saranya Suthivorapongsri¹ and Thanakorn Pongphoo²

คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

Business Administration Siam Technology College, Thailand

Corresponding Author, Email: thanakornpo@siamtechno.ac.th²

Received: 2024-1-16; Revised: 2024-3-27; Accepted: 2024-3-28

บทคัดย่อ

เมื่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเป็นอย่างมากโดยเป็นกลไกสำคัญต่อการปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานครกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่ายเครื่องมือในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า 1. ระดับความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานครพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านลักษณะของงานมีระดับความเห็นในระดับมากที่สุดและปัจจัยค่าจ้างด้านนโยบายและการบริหารงานมีระดับความเห็นในระดับมากที่สุดและ 2. การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจโดยรวมส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 76.10 และปัจจัยค่าจ้างโดยรวมก็ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานครเช่นเดียวกัน สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 61.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้บริหารสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการการบูรณาการเครื่องมือและนโยบายต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยค่าจ้างมาเป็นแรงเสริมในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน, ปัจจัยแรงจูงใจ, ปัจจัยค่าจ้าง

Abstract

This research has the objective 1. To study the level of opinions of life insurance employees in Bangkok regarding their work efficiency and 2. To study factors affecting the work efficiency of life insurance employees in Bangkok. The research format is quantitative research. The sample group is Life insurance employees in Bangkok, totaling 400 people, 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 results found that: 1. The level of employee opinions regarding the work efficiency of life insurance employees in Bangkok was found to be Motivating factors like work had the highest level of opinion and supporting factors in policy and administration had the highest level of opinion and 2. Hypothesis testing found that overall motivation factors affect the performance of life insurance employees in Bangkok. Work efficiency can be predicted at 76.10 percent, and overall supporting factors also affect the work efficiency of life insurance employees in Bangkok. To predict operational efficiency of 61.50 percent with statistical significance at the 0.05 level, executives can use the information to integrate various appropriate tools and policies with motivation and sustaining factors as reinforcement. To increase the efficiency of work performance of life insurance employees in Bangkok

Keywords: Work Efficiency, Motivation, Hygiene Factors

บทนำ

ณ ปัจจุบัน การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยอ่อนแรงลง ปัจจัยหลักจากการส่งออกที่ติดลบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ขณะที่ผู้ประกอบการไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากสินค้าจีน และการลงทุนภาคเอกชนอาจขยายตัวได้ต่ำกว่าที่ประเมินไว้ นอกจากนี้การใช้จ่ายภาครัฐยังมีแนวโน้มชะลอลง โดยเฉพาะในช่วงไตรมาสที่ 4/2566 (Krungthai Compass, 2023) จากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจที่ผ่านมา นั้น แต่ธุรกิจประกันชีวิตมีแนวโน้มการขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Thaipublica, 2023) ประกอบกับการแข่งขันของธุรกิจประกันชีวิตที่สูงขึ้น เนื่องจากผลกระทบจากการปิดตัวของธุรกิจประกันต่าง ๆ เนื่องจากโควิด-19 ที่ผ่านมา (workpointtoday, 2022) ประกันชีวิตจึงมีการปรับปรุงนโยบายและนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับใช้เพื่อความเร็วในการติดต่อสื่อสารและลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจ เพื่อดึงดูดการขยายฐานลูกค้า และพนักงานฝ่ายต่าง ๆ จึงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ (Lens, Mussche, & Marx, 2022)

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานเป็นอย่างมาก (จรี วรรณ เจริญกุล, 2563) เนื่องจากพนักงานฝ่ายต่าง ๆ เป็นกลไกสำคัญต่อการปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในการปฏิบัติงานที่ดีต้องประกอบไปด้วย ความรู้ ความสามารถ ทักษะการทำงานเฉพาะด้าน อย่างไรก็ตาม ผู้บริหารควรมีบทบาทในการบริหารจัดการบุคลากรให้ปฏิบัติงานที่เหมาะสมกับศักยภาพและทักษะ รวมทั้งจรรยาบรรณวิชาชีพ (นุชา แก้วลิ้ม, อรพรรณ ตูจินดา และดวงใจ ชนะสิทธิ์, 2566) ทรัพยากรมนุษย์เป็นกลไกที่มีคุณค่า บริษัทจึงต้องรักษาและพัฒนาความสามารถของพนักงานเพื่อเป็นการสร้างสภาวะการตอบสนองต่อผลลัพธ์การทำงาน ซึ่งการจูงใจการทำงานให้พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงานด้วยการกำหนดค่าตอบแทน สวัสดิการ ด้วยความยุติธรรม อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่างานที่มีความท้าทายสูงจะได้รับค่าตอบแทนสูง และสวัสดิการที่ดีตามความสามารถ เพื่อโน้มน้าวให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ (พัชสิริ ชมภูคำ และ ณัฐธิดา จักรภีศิริสุข, 2563) ทั้งนี้ การทำงานของพนักงานประกันชีวิตมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน เพื่อสร้างคุณภาพการทำงาน ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เกิดกำลังใจ ความตั้งใจ และการพัฒนาตัวเองในการดำเนินงาน เนื่องจากบริษัทประกันชีวิตมีการปรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ภายในประเทศและกฎหมายสากล ซึ่งเน้นความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นศูนย์กลาง และปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์และวิธีการให้บริการ เพื่อสร้างศักยภาพและความแตกต่างที่น่าสนใจ นอกจากนี้ ธุรกิจประกันชีวิตมีความแตกต่างจากธุรกิจประเภทอื่น ๆ เนื่องจาก

เป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตและทรัพย์สิน รวมทั้งมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นระยะเวลานาน และผู้รับบริการต้องได้รับบริการที่มีคุณภาพและประโยชน์สูงสุด บริษัทจึงให้ความสำคัญกับการทำงานของพนักงานเป็นอย่างมาก เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญในการสร้างรายได้และขยายการเติบโตของธุรกิจ (HREX.asia, 2019)

ปัจจัยค้ำจุน เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มใจ และส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติงานกับบริษัทเป็นระยะเวลานาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกิดจากทัศนคติของผู้บริหารที่เล็งเห็นความสำคัญของทรัพยากรบุคคลที่มีค่าในการสร้างผลประโยชน์ให้กับบริษัท โดยจะดำเนินการผ่านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน เช่น สถานที่ปฏิบัติงานมีอากาศถ่ายเทที่ดี ไม่มีเสียงรบกวนก่อให้เกิดสมาธิในการปฏิบัติงาน การจัดการโครงสร้างองค์กร รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชา และพนักงาน ส่งผลให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างมีความสุข และมีความภักดีและความผูกพันต่อบริษัท สามารถปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมองค์กรและเพื่อนร่วมงานได้เป็นอย่างดี ซึ่งทำให้พนักงานทุ่มเทร่างกายและจิตใจในการปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่นและเป็นไปตามเป้าหมายของบริษัทอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ความกดดัน (สุธิมา เกิดสุข และดวงพร พุทธวงศ์, 2563)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร โดยการใช้แบบสอบถาม มุ่งศึกษารูปแบบองค์ประกอบของแรงจูงใจและปัจจัยค้ำจุน เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการหาแนวทางในการส่งเสริมประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตและเป็นแนวทางที่ใช้ในการศึกษาพัฒนาแนวทางที่ส่งเสริมประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ของบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับประกันชีวิตและบริษัทอื่น ๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานของพนักงานมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานครกับ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีปัจจัยแรงจูงใจ (Motivation) คือ คำที่ได้มาจากภาษาลาตินว่า *movere* ซึ่งหมายถึง การเคลื่อนไหว (move) ดังนั้นสำหรับความหมายของแรงจูงใจได้มีผู้รู้ นิยามไว้ดังนี้

แนวคิดทฤษฎีปัจจัยแรงจูงใจ (Lovell, 1980) หมายถึง การโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความพยายามในการปฏิบัติงานเพื่อตอบสนองความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดทฤษฎีปัจจัยแรงจูงใจ (Domjan, 1996) หมายถึง การกระตุ้นการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ของบุคคลให้เกิดความตั้งใจในการกระทำต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

แนวคิดทฤษฎีปัจจัยแรงจูงใจ (Hanson, 1996) หมายถึง การกระตุ้นให้มีการดำเนินงานจากผู้รับผิดชอบ โดยมีช่องทางและพฤติกรรมที่นำไปสู่เป้าหมาย

แนวคิดทฤษฎีปัจจัยแรงจูงใจ Herzberg, (1959) หมายถึง ปัจจัยที่นำไปสู่ความพึงพอใจและสร้างแรงจูงใจให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย

1. ความรับผิดชอบ หมายถึง พนักงานต้องการงานที่มีขอบเขตความรับผิดชอบที่ชัดเจน พนักงานจะรู้สึกมีคุณค่าและได้รับการยอมรับหากได้รับมอบหมายงานที่มีความรับผิดชอบ (ขนิษฐา สุธาดอนันต์โกคิน และภมร ชันระหัตถ์, 2564)

2. ความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน หมายถึง พนักงานจะรู้สึกมีแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น หากมีโอกาสก้าวหน้าในอาชีพการงาน พนักงานจะรู้สึกมีแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น หากมีโอกาสพัฒนาทักษะและความสามารถของตนเอง (ชุมพล รอดแจ่ม และคณะ, 2564)

3. ลักษณะของงาน หมายถึง ลักษณะของงานเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน พนักงานจะรู้สึกมีแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น (กฤษดา เขียววัฒนสุข และปริญญา ศุภรีเชตร, 2564)

4. ความสำเร็จของงาน หมายถึง ความสำเร็จในงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน พนักงานจะรู้สึกมีแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น หากสามารถประสบความสำเร็จในงานของตนเอง ความสำเร็จในงานอาจหมายถึงการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ การได้รับการยอมรับจากผู้อื่น หรือการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ (Gattiker and Larwood, 1986)

5. การยกย่องนับถือหรือการยอมรับ หมายถึง การได้รับความยอมรับนับถือจากผู้อื่นเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน พนักงานจะรู้สึกมีแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้น หากได้รับการยอมรับจากผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นการได้รับการชมเชย การได้รับการสนับสนุน หรือได้รับการยกย่อง (กฤตภาคิน มิ่งโสภา และณกมล จันทรสม, 2564)

แนวคิดทฤษฎีปัจจัยห้า (Hygiene factors)

ปัจจัยห้า ปัจจัยห้า ไม่ใช่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน แต่ในทางกลับกันปัจจัยนี้หากไม่ครบองค์ประกอบอาจส่งผลต่อความไม่พึงพอใจของพนักงานในการปฏิบัติงาน โดยความเหมาะสมในการตอบสนองหรือระยะเวลามีผลโดยตรงกับการปฏิบัติงาน (อัจจิมา เสนานิवास และ สรัญญ์ อุสินยาง, 2565) อันประกอบด้วย

1. นโยบายและการบริหารงาน หมายถึง นโยบายและการบริหารงานที่ดีจะช่วยสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เอื้อต่อการทำงานและสร้างความพึงพอใจให้กับพนักงาน นโยบายและการบริหารงานที่ดีควรมีความชัดเจน โปร่งใส เป็นธรรม และสอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน (Robbins, Judge, and Soderman, 2013)

2. เงินเดือน เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในงานของพนักงาน เงินเดือนควรมีความเหมาะสมกับตำแหน่งงานและทักษะของพนักงาน เงินเดือนที่สูงจะช่วยให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่าและได้รับการยอมรับจากองค์กร (Herzberg, 1966)

3. การบังคับบัญชา หมายถึง การบังคับบัญชาที่ดีจะช่วยให้พนักงานรู้สึกพึงพอใจในงานและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ หัวหน้างานที่ดีควรเป็นผู้นำที่เข้มแข็งและเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับพนักงาน หัวหน้างานควรมีความยุติธรรม เข้าใจและใส่ใจพนักงาน (Judge et al., 1998)

4. ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานจะช่วยให้พนักงานรู้สึกพึงพอใจในงานและทำงานได้อย่างมีความสุข พนักงานควรมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีความช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน (วิไลยัน สีหะวงษ์, 2566)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน หมายถึง การปฏิบัติงานเพื่อสร้างผลงานหรือผลผลิตที่มีคุณภาพมากกว่าทรัพยากรที่ใช้ไป ซึ่งจะช่วยให้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายและความอยู่รอดขององค์การ (ชัยวุฒิ เทโพธิ์และพงษ์เสถียร เหลืองอลงกต, 2563)

Plowman, and Peterson, (1989) ได้แบ่งองค์ประกอบของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่

(1) ด้านคุณภาพ หมายถึง ระดับความสมบูรณ์ของงาน และความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้อง โดยงานที่มีคุณภาพจะต้องตรงตามมาตรฐาน เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้งาน ปราศจากข้อผิดพลาด และสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้งาน



(2) ด้านปริมาณ หมายถึง ปริมาณงานที่เกิดขึ้นตามระยะเวลาที่กำหนด โดยงานที่มีปริมาณเพียงพอจะต้องเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

(3) ด้านเวลา หมายถึง ระยะเวลาที่ใช้ในการทำงาน โดยงานที่มีเวลาที่เหมาะสมจะต้องไม่ล่าช้าหรือเร็วเกินไปจนเกินไป

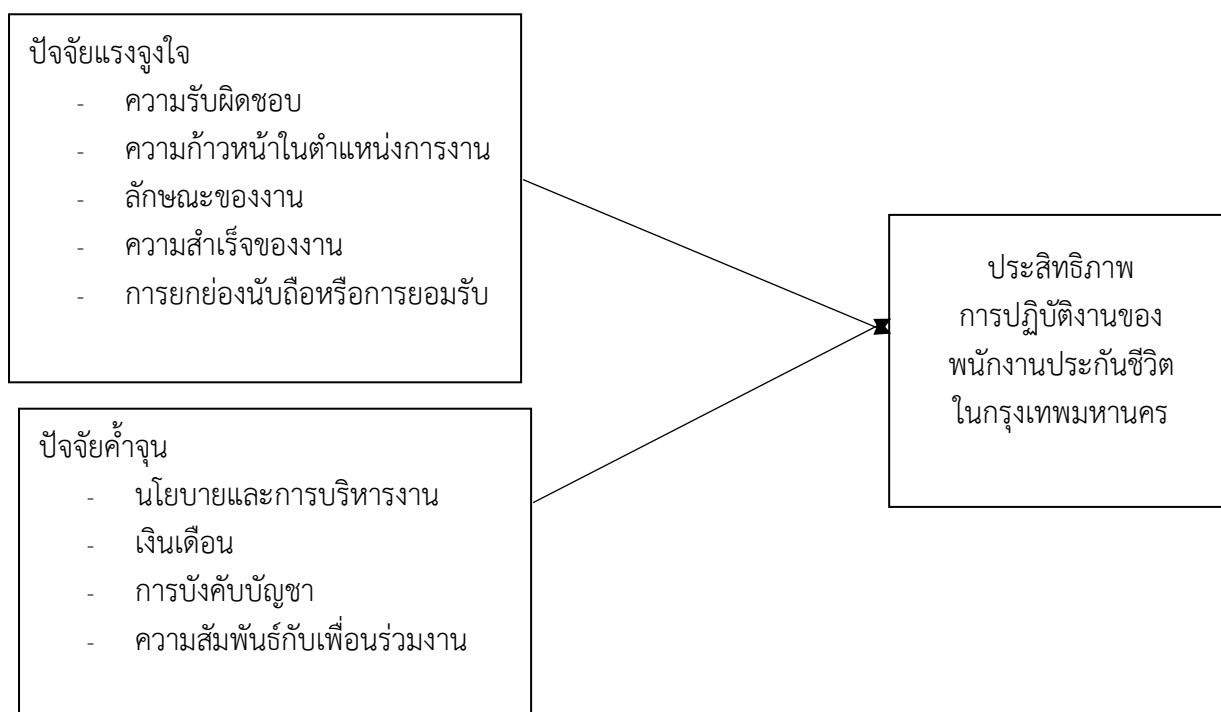
นอกจากนี้ยังควรให้พนักงานเห็นคุณค่าในตนเองจากการที่ใช้ความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างทุ่มเทเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดีและมีคุณภาพสูงสุดภายใต้ระยะเวลาที่องค์กรกำหนด (ลลิตา ปาละกุลและอรนันท์ กลั่นทพฺระ, 2565)

จากการทบทวนวรรณกรรมนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิด และสมมติฐานที่จะใช้ในการทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

- 1.ปัจจัยแรงจูงใจส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร
- 2.ปัจจัยค้ำจุนส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานครทั้งนี้เป็น การศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการ รวบรวมข้อมูลประชากรกลุ่มเป้าหมาย พนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร แล้วนำข้อมูลมา วิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

ประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือพนักงานบริษัทประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานบริษัทประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้สูตรของคอเครน (Cochran, 1977) ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนไว้ที่ 0.5 จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 385 คน เพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาด ผู้วิจัยจึงได้จัดทำแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างเพิ่มขึ้น รวมเป็น 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

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

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจกับปัจจัยค่าจ้าง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทประกันชีวิตและการเลือกใช้บริการของผู้ตอบ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยมี เกณฑ์ในการประเมิน 5 ระดับ

พัฒนาเครื่องมือในการวิจัยผู้วิจัยได้ดำเนินการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบหาความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการศึกษา (Item Objective Congruence: IOC) ได้ค่า 0.83 ซึ่งมากกว่า 0.5 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try - Out) จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มเดียวกับกลุ่มตัวอย่างจริง โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1951) ทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.91 แสดงว่ามาตรวัดนี้มีค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดสูง (Nunnally, 1978) นำแบบสอบถามใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานประกันชีวิตในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จากนั้นดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยรับแบบสอบถามคืนหลังจากผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้วเสร็จแล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะการกระจายตัวของข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อายุการทำงาน ปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยค่าจ้าง โดยนำเสนอเป็นตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ และข้อมูลส่วนบุคคลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็น เพศหญิง จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วงระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 มีสถานภาพโสด จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.70 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 ระดับเงินเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 40,000 บาทขึ้นไป

จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 มีอายุการทำงาน มากกว่า 4 ปีขึ้นไป จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50

1. ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับความตระหนักรู้ของวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจ

ปัจจัยแรงจูงใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความรับผิดชอบ	3.68	0.91	มาก
2. ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน	3.37	0.76	มาก
3. ด้านลักษณะของงาน	3.93	0.79	มาก
4. ด้านความสำเร็จของงาน	3.81	0.89	มาก
5. ด้านการยกย่องนับถือหรือการยอมรับ	3.52	0.98	มาก
รวม	3.66	0.83	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านแรงจูงใจในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.66$, SD = 0.83) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 5 ด้านตามลำดับ คือ ด้านลักษณะของงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.93$, SD = 0.79) ด้านความสำเร็จในงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.81$, SD = 0.89) ด้านความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.68$, SD = 0.91) ด้านการได้รับความยอมรับนับถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.52$, SD = 0.98) ด้านความก้าวหน้าในงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.37$, SD = 0.76)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยค้ำจุน

ปัจจัยค้ำจุน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านนโยบายและการบริหารงาน	3.90	0.77	มาก
2. ด้านเงินเดือน	3.89	0.78	มาก
3. ด้านการบังคับบัญชา	3.66	0.89	มาก
4. ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	3.65	0.91	มาก
รวม	3.77	0.83	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าระดับความคิดเห็นปัจจัยค้ำจุนในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.77$, SD = 0.83) เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้านตามลำดับ คือ ด้านนโยบายและการบริหารงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.90$, SD = 0.77) ด้านเงินเดือน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.89$, SD = 0.78) ด้านการบังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.66$, SD = 0.89) ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.65$, SD = 0.91)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิต

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิต	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านคุณภาพ	4.30	0.70	มาก
2. ด้านปริมาณ	4.12	0.69	มาก
3. ด้านเวลา	3.96	0.77	มาก
รวม	4.12	0.72	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าระดับความคิดเห็นประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.12$, SD = 0.72) เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน

ตามลำดับ คือ ด้านคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$, $SD = 0.70$) ด้านด้านปริมาณ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.12$, $SD = 0.69$) และด้านเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.96$, $SD = 0.70$)

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	b	Std. Error	Beta	t	P-value
ค่าคงที่	2.150	0.158		13.637*	0.00
ปัจจัยแรงจูงใจ	0.540	0.043	0.536	14.015*	0.000

$R = 0.568$, $R^2 = 0.761$, $F = 13.637^*$, $p < 0.05$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานครเท่ากับ 56.8 % สามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานครเท่ากับ 76.1% และตัวแปรอิสระ มีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 หมายความว่าตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยค้ำจุนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	b	Std. Error	Beta	t	P-value
ค่าคงที่	2.164	0.142		15.253	0.000**
ปัจจัยค้ำจุน	0.514	0.037	0.575	12.683*	0.000

$R = 0.509$, $R^2 = 0.615$, $F = 14.376^*$, $p < 0.05$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานครเท่ากับ 50.9 % สามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานครเท่ากับ 61.5% และตัวแปรอิสระ มีค่า P-value น้อยกว่า 0.05 หมายความว่าตัวแปรมีนัยสำคัญทางสถิติต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

1. ความคิดเห็นของพนักงานเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยค้ำจุนมีระดับความเห็นในระดับมาก โดยด้านของปัจจัยแรงจูงใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านลักษณะของงาน เนื่องจากปัจจัยแรงจูงใจด้านลักษณะของงาน ส่งผลต่อสภาพจิตใจของพนักงานในการปฏิบัติงานโดยตรงต่อการมีกำลังใจในการปฏิบัติงานซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอาภาวี เรืองรุ่ง (2566) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลโคกสำโรง อำเภโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี พบว่าปัจจัยแรงจูงใจด้านลักษณะของงาน มีระดับความคิดเห็นที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลโคกสำโรง อำเภโคกสำโรง จังหวัดลพบุรีในระดับมากและด้านของปัจจัยค้ำจุนที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านนโยบายและการบริหารงาน เนื่องจากปัจจัยค้ำจุนด้านนโยบายและการบริหารงานเป็นสิ่งที่พนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานครสามารถรับรู้และส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการทำงานและจะสามารถส่งผลในด้านบวกและตรงข้ามซึ่งสอดคล้อง

กับงานวิจัยของชลิดา ลั่นจี, กนกมณี หอมแก้ว และกัญธิมา อิ่มใจ (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การบริหาร การจัดการที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยคำจูน ด้านด้านนโยบายและการบริหารงานที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในเขต กรุงเทพมหานครในระดับมาก

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร

จากสมมติฐาน ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิต ในกรุงเทพมหานครเท่ากับ 56.8 % สามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการ ปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานครเท่ากับ 76.1 % โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากปัจจัยแรงจูงใจเป็นสิ่งที่ส่งผลทั้งภายในและภายนอกของพนักงาน ไม่ว่าจะเป็น ด้านลักษณะของงาน ด้านความสำเร็จในงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการได้รับความยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้าในงาน ล้วนแต่ส่งผลโดยรวมต่อการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ ปรัชญาภรณ์ แก้วรอด และวนิชย์ ไชยแสง (2566) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีอิทธิพล ต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมการปกครอง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ปัจจัยด้าน แรงจูงใจโดยสามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 87 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากสมมติฐาน ปัจจัยคำจูนที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยคำจูนมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิต ในกรุงเทพมหานครเท่ากับ 50.9 % สามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการ ปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานครเท่ากับ 61.5% โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากปัจจัยคำจูนเป็นสิ่งที่สามารถส่งผลกระทบทั้งในทางบวกและทางลบกับประสิทธิภาพการทำงานทั้งใน ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านเงินเดือน ด้านการบังคับบัญชา ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพัฒน์ มั่งชม, ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ และประสิทธิชัย นราภรณ์ (2565) ที่ได้ ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำและปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ จังหวัดพิษณุโลก พบว่าปัจจัยคำจูนส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. บริษัทประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับการบูรณาการเครื่องมือและนโยบาย ต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยคำจูน ได้แก่ ด้านลักษณะของงานมีขอบเขตอย่างชัดเจน ในหน้าที่ ด้านความสำเร็จในงานควรมีขั้นบันไดความสำเร็จที่สามารถเป็นแรงจูงใจที่เหมาะสม ด้านความ รับผิดชอบควรมีความรับผิดชอบที่เหมาะสมกับหน้าที่ที่ได้รับ ด้านการได้รับความยอมรับนับถือควรมีการให้ ความสำคัญกับความสำเร็จอย่างสม่ำเสมอ และด้านความก้าวหน้าในงาน ควรมีการตั้งกฎอย่างชัดเจนโดยยึด ที่ผลของงานและลูกค้าเป็นหลักมากกว่าความพึงพอใจจากหัวหน้างาน

2. บริษัทประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิต ได้แก่ ด้านนโยบายและการบริหารงาน ควรตั้งเป้าหมายอย่างชัดเจน แต่ไม่บังคับวิธีคิดให้อิสระในการทำงานและประเมินผลเชิงประจักษ์ ด้านเงินเดือน ควรมีความเหมาะสมกับ ความยากง่ายของงานและค่าครองชีพ ด้านการบังคับบัญชา ไม่ควรให้หัวหน้ามีอำนาจมากเกินไปและมีกร

เปิดการประเมินความพึงพอใจตามสายบังคับบัญชา และด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ควรมีกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์เพื่อก่อให้เกิดเครือข่ายและความจงรักภักดีต่อองค์กร

ข้อเสนอแนะเพื่อการการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานครเพื่อทราบถึงสาเหตุในขอบเขตที่กว้างขึ้นและละเอียดมากกว่าเดิม อีกทั้งสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้มาพัฒนาเครื่องมือและนโยบายต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานประกันชีวิตในกรุงเทพมหานคร

2 ควรเพิ่มวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านอื่น ๆ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกทั้งในมุมมองด้านผู้บริหารและพนักงาน

เอกสารอ้างอิง

- กฤตภาคิน มิ่งโสภา และณกมล จันทรสม (2564). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน. *Journal of Management Science Review*, 23(2), 209-222.
- กฤษดา เขียววัฒนสุข และปริญญ์ ศุภรีเชตร (2564). ความสัมพันธ์ของการรับรู้ความสามารถของตนเองและแรงจูงใจในการ ทำงานกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. *Rajapark Journal*, 15(40), 96-110.
- จุรี วรรณเจริญกุล. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน. *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 3(2), 125-138.
- ฉวีสา สุธาดอนันต์โกคิน และภมร ชันชะหัด (2564). ปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 13(1), 23-38.
- ชัยวุฒิ เทโพธิ์ และพงษ์เสถียร เหลืองอลงกต (2563). ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของ พนักงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้าน สมเด็จเจ้าพระยา*, 14(1), 251-265.
- ชลิดา ลั่นจี่, กนกมณี หอมแก้ว และกัญธิมา อิ่มใจ (2564). การบริหารการจัดการที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีในเขตกรุงเทพมหานคร. *Rajapark Journal*, 15(40), 124-134.
- ชุมพล รอดแจ่ม, ปรีชา ปานโนรัมย์, ไพรยา อาสิงสมานันท์ และคณิติน สงโสภา (2564). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผล ต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานอุตสาหกรรมการผลิตกระดาษ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *Journal of Innovation and Management*, 6(2), 143-157.
- ณฐพัฒน์ มั่งชม, ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ และประสิทธิ์ชัย นรากรณ์. (2565). ภาวะผู้นำและปัจจัยที่ส่ง ผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐจังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 6(1), 170-186.
- นุชา แก้วลิ้ม, อรพรรณ ตูจินดา และดวงใจ ชนะสิทธิ์. (2566). คุณลักษณะของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครปฐมเขต 1. *The Journal of Institute of Trainer Monk Development*, 6(1), 172-182.
- ปรัชญาภรณ์ แก้วรอด และวนิชย์ ไชยแสง (2566). ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรมการปกครอง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *Journal of Roi Et Rajabhat University*, 17(2), 188-199.

- พัชสิรี ชมภูคำ และณัฐธิดา จักรภีศิริสุข (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงานและแรงจูงใจ ของคนเจนเนอเรชั่น Y และคนเจนเนอเรชั่น Z. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 42(3), 1-18.
- ลลิตา ปาละกุล และอรนันท กัลณหุประ (2565). ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจสำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์นมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(3), 162-175.
- วิชัยัน สีหะวงษ์. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการคงอยู่ในการปฏิบัติงานของข้าราชการในโรงพยาบาลชุมชนสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเพชรบูรณ์ ปี 2565. *วารสารอนามัยสิ่งแวดล้อมและสุขภาพชุมชน*, 8(1), 48-55.
- สุธิมา เกิดสุข และดวงพร พุทธวงศ์ (2563). ปัจจัยจูงใจปัจจัยค้ำจุนและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*, 18(1), 333-344.
- อัจจิมา เสนานิवास และสร้อยณี อุสैनยาง (2565). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพันของบุคลากร. *วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ*, 2(1), 29-40.
- อาภาวี เรืองรุ่ง. (2566). ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลตำบลโคกสำโรง อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 6(1), 243-254.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd Edition. New York: John Wiley & Sons.
- Domjan, M. (1996). *The Principles of Learning and Behavior Belmont*. California: Thomson Wadsworth.
- Gattiker, U. E. and Larwood, L. (1986). Subjective Career Success: A Study of Managers and Support Personnel. *Journal of Business and Psychology*, 1(2), 78-94.
- Hanson, Mark E. (1996). *Educational Administration and Organizational Behavior*. 4thed. Boston: Allyn and Bacon.
- Herzberg, F. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Wiley & Sons.
- Herzberg, F. (1966). *Work and the Nature of Man*. New York: World Publishing.
- HREX.asia. (2019). *สิ่งสำคัญในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงานคืออะไร*. ค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2022, จาก th.hrnote.asia/orgdevelopment/whyimportantmotivation/
- Judge, T. A., Locke, E. A., Durham, C. C., & Kluger, A. N. (1998). Dispositional effects on job and life satisfaction: The role of core evaluations. *Journal of Applied Psychology*, 83(1), 17-34.
- Krungthai Compass. (2023). *ส่องเศรษฐกิจปลายปี*. ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2023, จาก <https://krungthai.com/th/krungthai-update/news-detail/2645>
- Lens, D., Mussche, N., & Marx, I. (2022). The different faces of international posting: Why do companies use posting of workers?. *European Journal of Industrial Relations*, 28(1), 27-45.
- Lovell, R.B. (1980). *Adult Learning*. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- Nunnally, J. C. (1978). *Educational Measurement and Evaluation*. (2nd ed). New York: McGraw-Hill.
- Plowman, E., & Peterson, C. (1989). *Business organization and management*. Illinois: Irwin.
- Robbins, S. P., Judge, T. A., & Soderman, L. (2013). *Organizational Behavior* (15th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Thaipublica. (2023). *ธุรกิจประกันชีวิตเผยครั้งแรก ปี 2566 เบี้ยประกันภัยรับรวมโต 3.78%*. ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2023, จาก <https://thaipublica.org/2023/07/thai-life-insurance-industry-sees-growth-in-1st-half-premium/>

Workpointtoday. (2022). เซ่นพืษ ‘เจอ-จ่าย-จบ’ บริษัทประกันทยอย ‘เลิกกิจการ’. ค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2022, จาก <https://workpointtoday.com/insurance-companies-close-down/>

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจ
ชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2
Causal Relationship Model of Factors Affecting the Success of Community
Enterprise Organizations in the Upper Northeast Region 2

จิราภรณ์ บุญยั้ง¹ และ สุพัตรา ปราณี²

Jiraporn Boonying¹ and Supatta Pranee²

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

Corresponding Author, Email: jiraporn.bo@ssru.ac.th¹

Received: 2024-3-18; Revised: 2024-3-28; Accepted: 2024-3-29

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2, 2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 และ 3) พัฒนารูปแบบสำหรับเพิ่มความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครพนม จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดสกลนคร จำนวน 440 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการโครงสร้าง การวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนระดับดีเด่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 จำนวน 20 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาวะผู้นำ การบริหารจัดการ การมีส่วนร่วมของชุมชน และความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 2 อยู่ในระดับมาก และวัฒนธรรมองค์กรเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับปานกลาง 2) ภาวะผู้นำ การบริหารจัดการ วัฒนธรรมองค์กรเชิงสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมของชุมชน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) รูปแบบความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 2 ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมีชื่อว่า H2P Model เป็นรูปแบบในการส่งเสริมความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน ส่งผลต่อการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ, การบริหารจัดการ, วัฒนธรรมองค์กรเชิงสร้างสรรค์, การมีส่วนร่วมของชุมชน, ความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชน

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the level of factors affecting the success of community enterprises in the upper northeast region 2, 2) to study the Influence factors affecting the success of community enterprise organizations in the upper northeastern

region 2, and 3) develop a model for increasing the success of community enterprise organizations in the upper northeastern region 2. The research was a mixed method. In quantitative research, the sample was community enterprise entrepreneurs in Nakhon Phanom, Mukdahan, and Sakon Nakhon provinces, totaling 440 samples—probability sampling method. Collect data by using questionnaires. Analyze data with frequencies, percentages, mean, standard deviation, and structural equations model. Qualitative research was conducted using in-depth interviews with 20 chairpersons of the outstanding community enterprise group in the upper northeast region 2. They use purposive sampling and content analysis.

The research results showed that: 1) Leadership level, management services, community engagement, and success of community enterprise organizations in the upper northeastern region 2 is very high, and creative organizational culture is moderate. 2) Leadership, management, creative organizational culture, and community involvement have influenced the success of community enterprises in the upper northeastern region 2 is statistically significant at the level of .05. and 3) the success model of community enterprise organizations in the northeastern group that the researcher has developed is called the H2P Model as a model to promote the capacity of community enterprises to increase their operational potential. This will affect the sustainable income generation for the community.

Keywords: Leadership, Management, Creative Organization Culture, Community Engagement, Community Enterprise Success

บทนำ

ประเทศไทยมีการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการของประชาชนในหลากหลายมิติ และหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างโอกาสและความสามารถของผู้ประกอบการที่สามารถแข่งขันได้ทั้งตลาดภายในและระหว่างประเทศ ซึ่งกลไกหนึ่งในการส่งเสริมและสนับสนุนนั้น คือ การให้ประชาชนในชุมชนรวมตัวเพื่อจัดตั้งกลุ่ม และนำทรัพยากรในชุมชนมาสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายในตลาดลักษณะต่าง ๆ ตามศักยภาพการดำเนินการของคนในชุมชน ทั้งนี้การประกอบการของคนในชุมชนเพื่อประกอบการทางธุรกิจและการขยายตัวอย่างรวดเร็วโดยมีจำนวนของการจดทะเบียนเพื่อการประกอบการและจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องคือ การประกอบการในรูปแบบ “วิสาหกิจชุมชน” (Community Enterprise Promotion Division, Department of Agricultural Extension, 2017)

วิสาหกิจชุมชนเป็นนโยบายภาครัฐที่จะส่งเสริมผลักดัน และให้ความสำคัญในการประกอบกิจการ เพื่อเป็นการสร้างรากฐานให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง สร้างชีวิต ให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สามารถพึ่งพาตนเองได้ และที่สำคัญคือส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเจริญเติบโตที่มั่นคง และยังยืนที่อยู่บนพื้นฐานการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เน้นเอาทรัพยากรที่มีอยู่รอบตัวนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการสนับสนุนพัฒนาขยายฐานการผลิต ทำให้สามารถประเทศพัฒนาตามแนวทางที่ตั้งไว้ รัฐบาลได้นำยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศว่าด้วยการเข้าใจใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเน้นความพอดี พอสมควรแก่ฐานะ ความมีเหตุผลและการมีภูมิคุ้มกันมาเป็นแนวคิดผลักดันการดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาล การเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจให้มีความเข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเพิ่มองค์ความรู้ใหม่ในด้านของการปรับปรุง

ประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริหารจัดการภายในองค์กร (อัจฉราภรณ์ จุฑาผาด และ อินทร์ อินอุ้นโชติ, 2564)

ปัจจุบันการประกอบการของวิสาหกิจชุมชนบางแห่งต้องหยุดกิจการลงเนื่องจากอุปสรรคและปัญหาที่เกิดขึ้นในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งผลจากการศึกษาวิจัยของ รัชณี รูปหล่อ และคณะ (2562) พบว่าไม่สามารถขยายตลาดได้ ไม่สามารถดำเนินงานในรูปแบบของกลุ่มวิสาหกิจได้ ทำให้วิสาหกิจชุมชนอ่อนแอ และมีแนวโน้มการยกเลิกกลุ่ม การก่อตั้งจากคนในชุมชนซึ่งเดิมไม่ได้เน้นการจัดทำในลักษณะการค้าเชิงพาณิชย์แต่เน้นการผลิตใช้ในครัวเรือน เมื่อมีการพัฒนาจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนจึงขาดกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ การดำเนินการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงองค์ประกอบของปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอันเป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการที่จะส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จเป็นกำลังสำคัญที่จะนำพาเศรษฐกิจประเทศไทยให้เข้มแข็ง ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน นอกจากนั้นผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ดีมีประสิทธิภาพประสิทธิผล อีกทั้งยังเป็นรูปแบบสำหรับผู้สนใจการศึกษาในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จะได้สืบค้นและแสวงหาความรู้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2
3. เพื่อสร้างรูปแบบสำหรับเพิ่มความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2

สมมุติฐานของการวิจัย

- สมมุติฐานที่ 1 ตัวแปรภาวะผู้นำมีอิทธิพลต่อตัวแปรความสำเร็จขององค์กร
- สมมุติฐานที่ 2 ตัวแปรภาวะผู้นำมีอิทธิพลต่อตัวแปรวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์
- สมมุติฐานที่ 3 ตัวแปรภาวะผู้นำมีอิทธิพลต่อตัวแปรการมีส่วนร่วมของชุมชน
- สมมุติฐานที่ 4 ตัวแปรการบริหารจัดการมีอิทธิพลต่อตัวแปรวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์
- สมมุติฐานที่ 5 ตัวแปรการบริหารจัดการมีอิทธิพลต่อตัวแปรความสำเร็จขององค์กร
- สมมุติฐานที่ 6 ตัวแปรการบริหารจัดการมีอิทธิพลต่อตัวแปรการมีส่วนร่วมของชุมชน
- สมมุติฐานที่ 7 ตัวแปรวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อตัวแปรความสำเร็จขององค์กร
- สมมุติฐานที่ 8 ตัวแปรการมีส่วนร่วมของชุมชนมีอิทธิพลต่อตัวแปรความสำเร็จขององค์กร

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ภาวะผู้นำ คือ การที่ผู้นำสามารถสร้างให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อดึงเอาแนวคิดเชิงกลยุทธ์ของแต่ละฝ่ายมาหลอมรวมกัน และพัฒนาให้เป็นแนวคิดขององค์กรร่วมกัน ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร ความเป็นผู้นำเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนอย่างมากซึ่งไม่สามารถสรุปได้ทั้งหมด การเป็นผู้นำต้องมีความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ตลอดชีวิตและพัฒนาตนเองในการที่จะได้รับความไว้วางใจความเคารพและการสนับสนุน (Bryant and Finklea, 2022)

การบริหารจัดการ คือ การดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานขององค์การหรือหน่วยงานหรือบุคลากรของหน่วยงานนำมาใช้ในการเปลี่ยนแปลงพัฒนาหรือสร้างความสุขความเจริญก้าวหน้า และความยั่งยืนให้แก่ประชาชน โดยร่วมมือกันทำกิจกรรมให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีขั้นตอนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบครอบคลุมปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมุ่งให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น (Thipwong and Wiruchnipawan, 2018)

วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ คือ วิถีชีวิตที่คนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งยึดถือปฏิบัติสืบทอดกันมาซึ่งกลายเป็นนิสัย และความเคยชิน หากต้องการปรับเปลี่ยนให้เป็นองค์การนวัตกรรมก็มีความจำเป็นอย่างยิ่งต้องสร้างวัฒนธรรมขึ้นใหม่ให้เป็นที่ยอมรับโดยผลของวัฒนธรรมจะออกมาในรูปจริยธรรมที่จะทำให้การดำเนินงานขององค์การก้าวหน้าและส่งผลให้องค์การได้รับความเชื่อถือจากสังคมเพื่อให้ได้รับความเชื่อถือ ภาพพจน์ที่ดีอันนำมาซึ่งชื่อเสียงเกียรติยศและความก้าวหน้าในระยะยาวขององค์กร (สุภาพรณ์ เหล่าศรีรัตน, 2564)

การมีส่วนร่วมของชุมชน คือ กระบวนการที่เปิดโอกาสให้บุคคลหรือคณะบุคคลได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการคิดการวางแผน การแก้ปัญหา การตัดสินใจในทุกขั้นตอนของกระบวนการดำเนินงาน การร่วมวิเคราะห์ปัญหาความต้องการกำหนดแนวทาง การดำเนินการร่วมระดมทรัพยากรทั้งภายในและภายนอกปฏิบัติตามแผนควบคุมติดตามและประเมินผลเพื่อให้เกิดผลสำเร็จในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพบรรลุเป้าหมายโดยคำนึงถึงประโยชน์ขององค์กรเป็นสำคัญ (พิทยพัฒน์ ลุนโน, 2563)

ความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 2 คือ ความสามารถดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดกับสถานะที่มีการแข่งขันสูงทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพเข้าใจถึงแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องมีความสามารถในการบริหารจัดการความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นมีทักษะการบริหารกลยุทธ์ทางการตลาดมีการใช้ทรัพยากรต่างๆอย่างคุ้มค่าและพัฒนาตนเองอย่างเต็มศักยภาพอยู่ตลอดเวลาที่จะนำไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน การใช้ความรู้ความสามารถในบริหารงานให้เกิดประสิทธิภาพภายใต้ข้อจำกัดต่าง ๆ ตามบริบทขององค์กร (Odhiambo et al., 2016)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีการวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยเทคนิคการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา และแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling, SEM) มีรายละเอียด ดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วย ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครพนม จำนวน 1,176 คน จังหวัดมุกดาหาร จำนวน 909 คน และจังหวัดสกลนคร จำนวน 1,748 คน รวมประชากรทั้งสิ้น 3,833 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครพนม จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดสกลนคร มีจำนวนทั้งสิ้น 440 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น (Probability Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือในงานวิจัย เป็นแบบสอบถาม ซึ่งได้ศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษาโดยมีรายละเอียด แบบสอบถามแบ่งเนื้อหาออกเป็น 6 ส่วน คือ



ส่วนที่ 1 เป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพและอาชีพ เป็นต้น เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยหาค่าร้อยละ (Percentage) จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเพื่อสอบถามแนวความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำ จำนวน 30 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเพื่อสอบถามแนวความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเพื่อสอบถามแนวความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 24 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อคำถามเพื่อสอบถามแนวความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 6 ข้อคำถามเพื่อสอบถามแนวความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร จำนวน 16 ข้อ

ส่วนที่ 2-6 ลักษณะข้อคำถามเป็นมาตรประมาณค่าระดับความคิดเห็นทางสถิติ 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert (1961) ได้แก่ มากที่สุดเท่ากับ 5 คะแนน มากเท่ากับ 4 คะแนน ปานกลางเท่ากับ 3 คะแนน น้อยเท่ากับ 2 คะแนน และน้อยที่สุดเท่ากับ 1 คะแนน

นำแบบสอบถามตรวจสอบคุณภาพด้วยการหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) และทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 30 ชุด ทดสอบความเชื่อมั่นทำด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.70 และวิเคราะห์จากค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Factor Loading Score: λ) ค่าความเชื่อถือได้ขององค์ประกอบ (Composite Reliability: ρ_c) และค่าความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variable Extracted: ρ_v) โดยพิจารณาพร้อมกับค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (ρ_c) ควรจะมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .60 ขึ้นไป และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variable Extracted, ρ_v) ควรจะมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .50 ขึ้นไป (Diamantopoulos, Siguaw and Cadogan, 2000) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Factor Loading Score: λ) แสดงเป็นคะแนน มาตรฐาน (Standardize Score) ของตัวแปรแฝง (n = 440)

ตัวแปร	λ	S.E.	t	R ²
ภาวะผู้นำ $\rho_c = 0.91$ $\rho_v = 0.62$	.78	.38	19.24	.62
การบริหารจัดการ $\rho_c = 0.92$ $\rho_v = 0.75$	.86	.26	22.28	.75
วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ $\rho_c = 0.85$ $\rho_v = 0.60$	.76	.40	17.49	.60
การมีส่วนร่วมของชุมชน $\rho_c = 0.91$ $\rho_v = 0.71$	.84	.29	21.21	.71
ความสำเร็จขององค์กร วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 2 $\rho_c = 0.93$ $\rho_v = 0.77$	.88	.23	23.01	.77

การวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ได้จากแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ มีรายละเอียด ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความเป็นจริงของตัวแปรที่ศึกษา ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.การวิเคราะห์โมเดลตามกรอบการวิจัยโดยใช้สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) คือ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนระดับดีเด่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 จำนวน 3 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดนครพนม จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดสกลนคร จำนวน 20 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งมีความรู้ ความสามารถเพียงพอในการให้ข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dep Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ จะนำมาดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหาหรือแก่นสารที่ได้จากการสัมภาษณ์ ทั้งนี้เพื่อเป็นการยืนยันถึงความเหมาะสมในการนำกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งเพื่อให้ได้ข้อมูลนำไปสนับสนุนหรืออภิปรายผลข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณให้มีรายละเอียดลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

1. ระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการแปลผลระดับของตัวแปรที่ศึกษา (n = 440)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ภาวะผู้นำ	3.54	.64	มาก
การบริหารจัดการ	3.75	.60	มาก
วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์	3.33	.71	ปานกลาง
การมีส่วนร่วมของชุมชน	3.67	.61	มาก
ความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 2	3.69	.61	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ภาพรวมของภาวะผู้นำอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 การบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 การมีส่วนร่วมของชุมชนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 2 อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

2. อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 ผลการวิเคราะห์พบว่า แบบจำลองตามสมมติฐานยังไม่มีผลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้อง (Fit Index) ดังนี้ $\chi^2 = 1994.23$ df = 200 p-value = .00000 , $\chi^2 / df = 9.97$, RMSEA = .143, RMR = .033, SRMR = .070, CFI = .95, GFI = .71, AGFI = .63, CN = 61.36 ผู้วิจัยดำเนินการปรับแก้แบบจำลองตามสมมติฐานเพื่อให้มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการยอมให้ค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Θ) ของตัวแปรเชิงประจักษ์จำนวน 11 คู่ให้มีความสัมพันธ์กัน (df ก่อนปรับ เท่ากับ 221 และ df หลังปรับ เท่ากับ 210) จนกระทั่งพบว่าแบบจำลองที่ได้ดำเนินการปรับแก้ (Adjust Model) มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาจาก



ดัชนีความกลมกลืน (Fit Index) ดังนี้ $\chi^2 = 306.46$ df = 155 p-value = .00000, $\chi^2 / df = 1.97$, RMSEA = .048, RMR = .023, SRMR = .046, CFI = .99, GFI = .92, AGFI = .91, CN = 294.17

ตารางที่ 3 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) จากแบบจำลองสมการปรับแก้ (n=440)

ตัวแปรตาม	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรต้น			
			วัฒนธรรมองค์การเชิง สร้างสรรค์ (CROCL)	การมีส่วนร่วมของ ชุมชน (CMPRC)	ภาวะผู้นำ (LEAD)	การบริหารจัดการ (ADMN)
วัฒนธรรมองค์การเชิง สร้างสรรค์ (CROCL)	.58	DE	-	-	.43*(5.88)	.64*(4.17)
		IE	-	-	-	-
		TE	-	-	.43*(5.88)	.64*(4.17)
การมีส่วนร่วมของ ชุมชน (CMPRC)	.87	DE	-	-	.69*(5.48)	.61*(5.57)
		IE	-	-	-	-
		TE	-	-	.69*(5.48)	.61*(5.57)
ความสำเร็จของ องค์กรวิสาหกิจชุมชน ฯ (SUCOG)	.89	DE	.71*(6.07)	.88*(5.40)	.67*(6.97)	.45*(4.75)
		IE	-	-	.29*(3.40)	.36*(3.38)
		TE	.71*(6.07)	.88*(5.40)	.96*(7.44)	.81*(6.88)

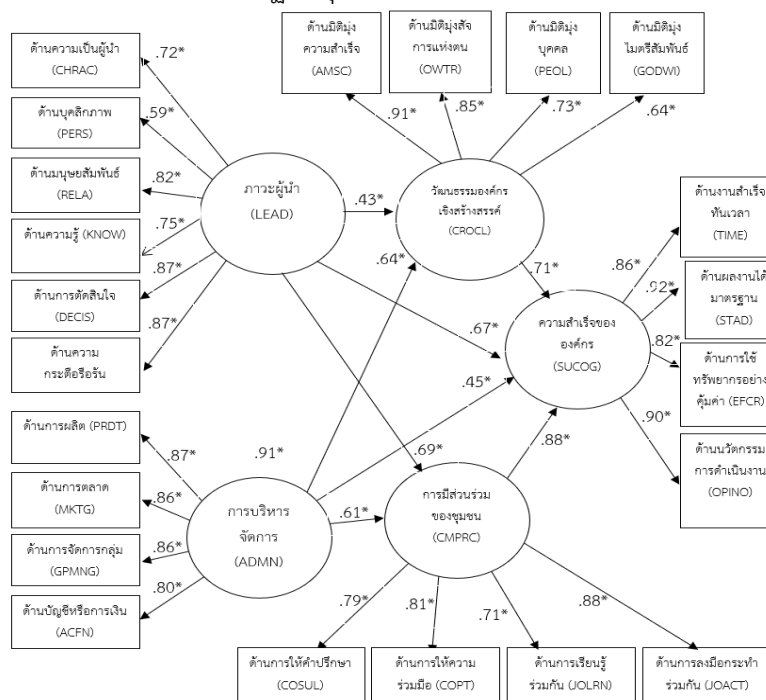
$\chi^2 = 306.46$ df = 155 p-value = .00000, $\chi^2 / df = 1.97$, RMSEA = .048, RMR = .023, SRMR = .046, CFI = .99, GFI = .92, AGFI = .91, CN = 294.17

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ ในวงเล็บ เป็นค่าสถิติทดสอบ t หากมีค่าไม่อยู่ระหว่าง -1.96 ถึง 1.96 แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบสมมติฐาน

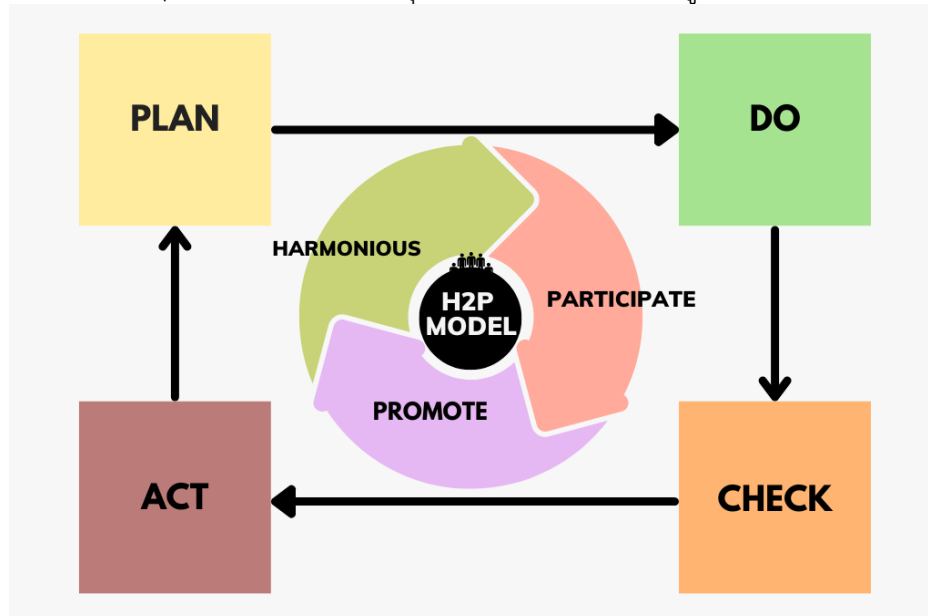
จากผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานทุกข้อ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แบบจำลองสมการโครงสร้างปรับแก้ (Adjusted Model)

3. สร้างรูปแบบสำหรับเพิ่มความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 พบว่า ภาวะผู้นำมีหน้าที่ในการส่งเสริมพลังอำนาจในการทำให้ผู้อื่นทำงานให้สำเร็จ โดยได้รับความเคารพ ความไว้วางใจ ความจงรักภักดี และความร่วมมือด้วยความเต็มใจจากผู้ตามและ

กลุ่มไปพร้อมกัน สร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีระบบการบริหารจัดการที่มีการถ่ายทอดแนวคิดสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม บริหารจัดการกลุ่มโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ทั้งด้านการบริหารจัดการด้านการผลิตที่สอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชนโดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่น และยอมรับเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบริหารจัดการด้านการตลาดโดยจะต้องมีตลาดที่แน่นอน และเพียงพอเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้จะต้องมีการบริหารจัดการด้านบัญชี และการเงินเพื่อให้มีระบบเชื่อมโยงกระบวนการจัดการอย่างมีขั้นตอน ส่งเสริม ให้วิสาหกิจชุมชนบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านกระบวนการในการดำเนินที่มีขั้นตอน ได้แก่ PDCA คือ Plan การวางแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการดำเนินงาน สรุปแนวทางในการดำเนินงานในวิสาหกิจชุมชนร่วมกันสู่ Do คือ การลงมือดำเนินการตามแผนที่ได้กำหนดไว้ โดยจัดทำตามขั้นตอนการปฏิบัติ Check คือ การตรวจสอบการดำเนินงานกับแผนการดำเนินงานสามารถบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ หรือเกิดอุปสรรคใด ๆ ระหว่างการดำเนินงาน เป็นการประเมินเพื่อนำไปสู่ Act คือ แนวทางการแก้ไข พัฒนา ปรับปรุง การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ขึ้นอยู่กับการร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (Participate) การสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของความสัมพันธ์ของสมาชิกในชุมชน (Harmonious) ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน นำไปสู่การสร้างจุดเด่น (Promote) สู่สาธารณะในช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ที่พบเห็นได้รับรู้เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ผลิตขึ้นในวิสาหกิจชุมชน โดยสามารถพัฒนารูปแบบจำลองได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 H2P Model

หมายเหตุ H = Harmonious, P = Participate, P = Promote

อภิปรายผล

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 2 ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ การบริหารจัดการ การมีส่วนร่วมของชุมชน และความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 2 อยู่ในระดับมาก และระดับวัฒนธรรมองค์กรเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับปานกลาง อภิปรายผลได้ว่า การบริหารจัดการมีความสำคัญมากที่สุด มีองค์ประกอบทั้งสิ้น 4 ตัว ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการจัดการกลุ่ม ด้านบัญชีหรือการเงิน รวมถึงปัจจัยด้าน

อื่นรวมถึงกระบวนการจัดการองค์กรหรือกลุ่มเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันของชุมชนในการตัดสินใจ และจัดการทรัพยากร ซึ่งครอบคลุมถึงการจัดการกิจกรรมการผลิตที่สอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนผสมผสานทั้งความรู้ดั้งเดิมและเทคโนโลยีร่วมสมัยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาด เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สิ่งสำคัญคือต้องสร้างตลาดที่มั่นคง และเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของชนพงษ์ อาภรณ์พิศาล (2563) ที่ได้ศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในปัจจุบัน ผลพบว่า รัฐบาลจะต้องให้การสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนในทุกด้าน ทั้งในด้านการส่งเสริมเกี่ยวกับงบประมาณ การส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเข้าไปสนับสนุนให้มี สมาชิกในวิสาหกิจมีความรู้ความสามารถและทักษะในการที่จะประกอบธุรกิจได้เพิ่มมากขึ้น ทั้งในด้านการเพิ่มช่องทางในการกระจายสินค้าการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เหมาะสมกับตลาดและลูกค้ารวมทั้ง การสร้างความเป็นผู้ประกอบการให้กับวิสาหกิจในการรองรับการเติบโตของตลาดและการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

2. อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 อภิปรายผลได้ว่า ภาวะผู้นำ การบริหารจัดการ วัฒนธรรมองค์กร การเชิงสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมของชุมชน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การมีส่วนร่วมของชุมชนมีอิทธิพล ทางตรงต่อความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 2 มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของสัญญา เคนาภูมิ (2559) กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการ ผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันกัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและ รวมตัวกันประกอบกิจการ เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน Obi et al. (2018) การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการพัฒนาเศรษฐกิจ การนำเสนอข้อมูล เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการพัฒนาเศรษฐกิจในระบบเศรษฐกิจแบบ เปลี่ยนผ่าน พบว่าการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่าง การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศ

3. รูปแบบสำหรับเพิ่มความสำเร็จขององค์กรวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 2 อภิปรายผลได้ว่า รูปแบบการดำเนินที่มีขั้นตอน ได้แก่ PDCA คือ Plan, Do, Check and Act มีความสอดคล้องกับการวิจัยของ กัญญา เกสรพิกุล และคณะ (2564) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนา เพื่อเพิ่มพูนการมีส่วนร่วมของชุมชนและแรงสนับสนุนทางสังคมในการส่งเสริมสุขภาวะของผู้สูงอายุที่ พบว่า รูปแบบที่สร้างขึ้นเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน ได้แก่ ภาวะผู้นำภาคีเครือข่าย การประสานงาน และประชาสัมพันธ์ด้วยโซเชียลมีเดีย ทรัพยากรในชุมชน กิจกรรมส่งเสริมสุขภาวะทางร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ และแรงสนับสนุนทางสังคมของญาติ เพื่อน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ในการ ดำเนินกิจกรรม สนับสนุนทรัพยากร และร่วมประเมินผลส่งผลกระทบต่อสุขภาวะผู้สูงอายุในทางที่ดีขึ้น และสอดคล้องกับผลการศึกษาฤทัยภัทร ให้ศิริกุล (2563) ที่ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนสมุนไพรบ้านบัว ตำบลบ้านบัว อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่าปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เผชิญกับปัญหา 3 ประการ ได้แก่ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านการบริหารจัดการกลุ่ม และปัญหาการ ประชาสัมพันธ์ ซึ่งกลุ่มมีองค์ความรู้ในพัฒนาต่อยอดและการบริหารจัดการกลุ่ม 3 ด้าน ได้แก่ ด้านองค์ความรู้ จากการศึกษาดูงาน ด้านองค์ความรู้จากการฝึกอบรม และด้านองค์ความรู้การบริหารจัดการกลุ่ม ทั้งหมดล้วน เป็นศักยภาพที่สำคัญในพัฒนากลุ่มประสบความสำเร็จได้ ผลจากการวิจัยได้ค้นพบแนวทางการบริหารจัดการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน 3 ประการ คือ การมีส่วนร่วมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การเพิ่มช่องทาง

การตลาด และการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปสู่การสร้างผลลัพธ์การบริหารจัดการกลุ่มให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีทั้งสมาชิกและลูกค้าในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรนำปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยรวมสูงสุดต่อความสำเร็จขององค์กร ได้แก่ ภาวะผู้นำ รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมของชุมชน การบริหารจัดการ และวัฒนธรรมองค์กรเชิงสร้างสรรค์ ตามลำดับ เพื่อให้องค์กรสามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้
2. ผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการสร้าง และส่งเสริมการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้เกิดความสามัคคี ร่วมมือร่วมใจกันในการปฏิบัติงานขององค์กรวิสาหกิจชุมชน
3. ผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในภาคการผลิตและบริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน การวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ของวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ เพื่อให้ได้แนวทางการทำงานแบบบูรณาการ และประสบความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

- กัญญา เกสรพิกุล, ปรีชา ดิग्งูตสิทธิ และ วรพล แวงนอก. (2564). รูปแบบการพัฒนาเพื่อเพิ่มพูนการมีส่วนร่วมของชุมชนและแรงงานสนับสนุนทางสังคมในการส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุที่มีความดันโลหิตสูงในอำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(2), 181-196.
- ฤทัยภัทร ใหศรีกุล. (2563). แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรบ้านบัว ตำบลบ้านบัว อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 15(2), 9-23.
- พิทยพัฒน์ ลุนโน. (2563). แนวปฏิบัติที่ดีด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการศึกษาโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก จังหวัดบุรีรัมย์ (วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา). มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- รัชณี รูปหล่อ และคณะ. (2562). แนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนและเจริญเติบโตของวิสาหกิจชุมชน. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, ฉบับพิเศษ* (5). 195-225.
- สัญญา เคนาภูมิ. (2559). *บทวิเคราะห์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง: ความเชื่อมโยงแนวปฏิบัติทฤษฎีอื่น. ว.มร. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 10(2), 69-83.
- สุภาภรณ์ เหล่าศรีรัตน. (2564). แนวทางการพัฒนาความเป็นองค์การนวัตกรรมของศาลยุติธรรมในสังกัดสำนักศาลยุติธรรมประจำภาค 7. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 14(1), 43-60.
- อัจฉราภรณ์ จุฑาผาด และ อินทร์ อินอุ้นโชติ. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลมอนเฟรชฟาร์ม 101 บ้านดอนหาด ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 5(1), 31-45.
- Bryant, J., & Finklea, B. W. (2022). *Fundamentals of media effects*. Long Grove, IL: Waveland Press.
- Community Enterprise Promotion Division, Department of Agricultural Extension. (2017). *Nakhon Ratchasima Provincial Community Enterprise Information*. Bangkok:

Community Enterprise Registration and Information Group, Department of Agricultural Extension.

Diamantopoulos, A., Siguaw, J. A., & Cadogan, J. W. (2000). Export performance: The impact of cross-country export market orientation. In American Marketing Association. *Conference Proceedings*, 11, 177.

Obi, J. et al. (2018). Contribution of small and medium enterprises to economic development: Evidence from a transiting economy. *Data in brief*, 18, 835-839.

Odiambo, G. O., Musuva, R. M., Odiere, M. R., & Mwinzi, P. N. (2016). Experiences and perspectives of community health workers from implementing treatment for schistosomiasis using the community directed intervention strategy in an informal settlement in Kisumu City, western Kenya. *BMC public health*, 16(1), 1-12.

Thipwong, T., & Wiruchnipawan, W. (2018). Administrative Development Guidelines Regarding Public Relations of the Social Security Office in Chaiyaphum Province. *Governance Journal*, 7(2), 568-599.

แนวทางการพัฒนากิจการลูกเสือไทยยุคสังคมปกติใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร

Guideline for Thai Scout Management and Development in the New Normal Era Bangkok Metropolitan

ไตรรัตน์ ฉัตรแก้ว¹, ทวี แจ่มจำรัส², เจตน์สฤษฎิ์ อังศุกาญจนกุล³ และ ปิยวดี จินดาโชติ⁴
Trairat Chatkaew¹, Tawee Jamjumrus², Jetsalid Angsukanjanakul³ and Piyawadee Jindachot⁴

สาขาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Program in Development Administration, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand
Corresponding Author, Email: trairatchatkaew@gmail.com¹

Received: 2024-3-20; Revised: 2024-3-28; Accepted: 2024-3-29

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1) ระดับของการพัฒนากิจการลูกเสือไทย นโยบายภาครัฐ ระบบการจัดองค์กร ระบบการฝึกและการรับรองมาตรฐาน 2) ปัจจัยเชิงสาเหตุของนโยบายภาครัฐ ระบบการจัดองค์กร ระบบการฝึกและการรับรองมาตรฐาน ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนากิจการลูกเสือไทยในยุคสังคมปกติใหม่ และ 3) แนวทางการบริหารและการพัฒนากิจการลูกเสือไทยในยุคสังคมปกติใหม่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณมีกลุ่มตัวอย่างคือ บุคลากรทางการศึกษาที่เป็นผู้กำกับ/รองผู้กำกับลูกเสือ (ผู้อำนวยการโรงเรียน/รองผู้อำนวยการโรงเรียน) ครู-อาจารย์ในสถานศึกษา วิทยากรลูกเสือและเจ้าหน้าที่ลูกเสือ สังกัดสถานศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึก ประกอบด้วย ผู้เกี่ยวข้องกันนโยบายภาครัฐ ระดับกรรมการสภาลูกเสือไทย ผู้บริหารสำนักงานลูกเสือแห่งชาติ ครูและผู้กำกับลูกเสือทุกประเภทลูกเสือ รวมทั้งสิ้น 16 คนและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนากิจการลูกเสือไทยยุคสังคมปกติใหม่ การรับรองมาตรฐาน นโยบายภาครัฐ ระบบการจัดองค์กร และระบบการฝึก มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งหมด 2) การรับรองมาตรฐาน มีอิทธิพลเชิงสาเหตุรวมต่อการพัฒนากิจการลูกเสือไทยในยุคสังคมปกติใหม่ มากที่สุด รองลงมาได้แก่ นโยบายของภาครัฐ ระบบการฝึก และระบบการจัดองค์กร ตามลำดับ และ 3) รูปแบบประกอบด้วย การรับรองมาตรฐาน ที่มีอิทธิพลรวมมากที่สุดเป็นฐานผลักดันอยู่ล่างสุด นโยบายของภาครัฐ และระบบการฝึกอบรม อยู่ตรงกลาง และระบบการจัดองค์กร ส่งเสริมอยู่ในระดับบน

คำสำคัญ: การพัฒนากิจการลูกเสือ, กิจการลูกเสือ, ยุคสังคมปกติใหม่

Abstract

This research has the following objectives: 1) to study the level of development of Thai Scouts, government policy, organizational system Training and certification systems, 2) to study the causal factors of government policy. organizational system training and certification system that influence the development of Thai Scouts in the new normal society and 3) to study the management and development guidelines for Thai Scouts in the new normal society. This research is a combination of quantitative and qualitative research. Quantitative

research has a sample group: Educational personnel who are Superintendent/Deputy Scout Superintendent (School Director/Deputy School Director) Teachers-Professors in educational institutions Scout lecturer and Scout officer Affiliated with educational institutions in Bangkok, a total of 400 samples. Stratified random sampling Use questionnaires to collect data. Data were analyzed using structural equation modeling. For qualitative research Data were collected using in-depth interviews, consisting of people involved in government policy. Thai Scout Council committee level Executive of the National Scout Office. There were 16 teachers and scout directors of all scout types in total and data were analyzed using content analysis.

The results of the research found that 1) development of Thai Scouts in the era of the new normal society. Standard certification, government policy, organizational system and training system It is at the highest level of importance in all, 2) certification of standards has the greatest overall causal influence on the development of Thai Scouts in the new normal society era, followed by government policies, training systems, and organizational management systems, respectively, and 3) model of the guidelines for developing Thai Scouts. It has the appearance of a diagram with standard certification. The one with the most total influence is the driving force at the bottom. Government policy and the training system is in the middle and the organization system Promoted at the top level.

keyword: Thai Scout Management and Development, Thai Scout Management, New Normal

บทนำ

การลูกเสือโลกเป็นขบวนการทางการศึกษาสำหรับเยาวชน มีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างบุคลิกภาพและพัฒนาการทางด้านสังคม ไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง เปิดโอกาสสำหรับคนทั่วไป โดยอยู่บนพื้นฐานของการปฏิบัติตามหลักการสำคัญของการลูกเสือที่ได้กำหนดขึ้น โดยลอร์ด เบเดน เพาเวลล์ (Lord Baden Powell) ผู้ให้กำเนิดลูกเสือโลก และให้ยึดมั่นตามคำสอนของศาสนาที่ตนเคารพนับถือ มีความจงรักภักดีต่อชาติ บ้านเมือง ช่วยสร้างเสริมสันติภาพความเข้าใจอันดีและให้ความร่วมมือ มีความรับผิดชอบในการพัฒนาตนเอง เข้าร่วมในการพัฒนาสังคมด้วยการยกย่องและเคารพในเกียรติของบุคคลอื่น เพื่อความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั่วโลก เป็นวิธีการพัฒนาเยาวชนให้เป็นพลเมืองดี มีความรับผิดชอบบนพื้นฐานคำปฏิญาณตนตามกฎหมายของลูกเสือ เรียนรู้โดยการกระทำด้วยวิธีการระบบหมู่ พัฒนาความก้าวหน้าของบุคคลโดยใช้หลักสูตรและวิชาพิเศษด้วยกิจกรรมในร่มและกลางแจ้ง มีองค์การลูกเสือโลกเป็นองค์การนานาชาติที่มีชื่อองค์การของรัฐบาลได้ มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ สมัชชาลูกเสือโลก คณะกรรมการลูกเสือโลก และสำนักงานลูกเสือโลก โดยเมื่อ พ.ศ.2465 คณะลูกเสือไทยได้สมัครเข้าเป็นสมาชิกของสมัชชาลูกเสือโลก ซึ่งขณะนั้นมีสมาชิกรวมทั้งสิ้น 31 ประเทศ นับเป็นสมาชิกรุ่นแรกหรือสมาชิกผู้ก่อการจัดตั้ง (Foundation Members) สมัชชาลูกเสือโลกขึ้นมา ปัจจุบันการลูกเสือได้เจริญเติบโต และแพร่ขยายไปทั่วโลก มีสมาชิกกว่า 30 ล้านคน ใน 172 ประเทศ โดยมีสำนักงานลูกเสือโลก (World Scout Bureau) ตั้งอยู่ที่กรุงเจนีวาประเทศสวิตเซอร์แลนด์แล้วยังมีสำนักงานลูกเสือภาคพื้นอยู่ในภูมิภาคทั่วโลกอีก 6 แห่งได้แก่ ภูมิภาคพื้นยุโรป ภูมิภาคพื้นยูเรเชีย ภูมิภาคพื้นอินเทอร์อเมริกา ภูมิภาคพื้นอาหรับ ภูมิภาคพื้นแอฟริกา และภูมิภาคพื้นเอเชีย-แปซิฟิก ซึ่งประเทศไทยอยู่ในภาคพื้นนี้ โดยมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่กรุงมนิลา ประเทศฟิลิปปินส์ (สำนักงานลูกเสือแห่งชาติ, 2565)

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวได้พระราชทานกำเนิดลูกเสือไทยขึ้นเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2454 ซึ่งเป็นเวลานานถึง 112 ปี ในปี พ.ศ. 2566 โดยได้มีการนำวิธีการทางการลูกเสือมาใช้พัฒนาเด็กและเยาวชนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ตั้งแต่ชั้นประถมและมัธยม มาต่อเนื่องเป็นเวลายาวนาน การลูกเสือไทยมีสาระสำคัญโดยลักษณะของกิจการลูกเสือ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) ลูกเสือภาคบังคับ (Compulsory) คือลูกเสือในโรงเรียนที่มีอยู่จำนวนทั้งสิ้น 7 ล้านคน ประกอบด้วยลูกเสือสำรอง (ชั้น ป.1-ป.3 อายุระหว่าง 8-11 ปี) ลูกเสือสามัญ (ชั้น ป.4-ป.6 อายุระหว่าง 11-16 ปี) ลูกเสือสามัญรุ่นใหญ่ (ชั้น ม.1-ม.3 อายุระหว่าง 14 -18 ปี) และลูกเสือวิสามัญ (ชั้น ม.4-ม.6 หรือประโยควิชาชีพ (ปวช.) ขึ้นไป 2) ลูกเสืออาสาสมัคร (Voluntary) คือลูกเสือที่อยู่นอกโรงเรียนจำนวนทั้งสิ้น 7.4 ล้านคน ประกอบด้วยลูกเสืออาสาสมัครที่อยู่ในกองลูกเสือนอกโรงเรียน สโมสรลูกเสือ อาสาสมัครลูกเสือ และลูกเสือชุมชน ได้แก่ลูกเสือชาวบ้าน สมาคมสโมสรลูกเสือ จังหวัดที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ ผลการดำเนินกิจการลูกเสือที่ผ่านมา ยังไม่มีความก้าวหน้าและประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากหลายปัจจัยเช่น 1) กิจการลูกเสือไม่มีความโดดเด่น และไม่เป็นที่นิยม 2) หลักสูตรไม่มีการพัฒนาให้มีความทันสมัย และไม่นำหลักสูตรที่ดี ๆ มาปรับใช้ เช่นหลักสูตรของประเทศญี่ปุ่น 3) บุคลากรไม่มีผู้บริหารระดับสูง (CEO) มาบริหารงานแบบเต็มเวลาในส่วนของบุคลากรลูกเสือไม่ได้รับการพัฒนาและไม่มีระบบฐานข้อมูลรองรับ 4) การบริหารทรัพยากรไม่มีการแสดงบัญชีทรัพยากรและงบดุลที่สามารถตรวจสอบได้ ตลอดจนไม่มีการพัฒนาทรัพยากร/สิทธิประโยชน์ของลูกเสือให้เกิดเป็นรายได้ โดยเฉพาะค่ายลูกเสือที่มีอยู่ทั่วประเทศ รวม 133 ค่าย แต่ได้รับการพัฒนาให้สามารถใช้งานได้ดีเพียง 9 แห่ง โดยในจำนวนนี้มีเพียง 5 แห่งเท่านั้นที่สามารถสร้าง บริหารกิจการให้มียาได้เพิ่มขึ้น (สุธรรม พันธุ์ศักดิ์, 2559)

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยถึงปัจจัยสำคัญส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการบริหารและการพัฒนากิจการลูกเสือในประเทศไทยในยุคสังคมปกติใหม่ ซึ่งมีช่องว่างการวิจัยเกี่ยวข้องกับนโยบายภาครัฐ ระบบการจัดองค์การ ระบบการฝึก และการรับรองมาตรฐาน เพราะ กระบวนการเรียนลูกเสือและเนตรนารีของประเทศไทยนั้น มีความจำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้ทันยุคทันสมัยได้อย่างไรบ้าง สังคมแห่งความปกติใหม่มีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยีไปมาก ซึ่งหากไม่มีการเปลี่ยนแปลงวิธีการและมีการพัฒนาให้ทันสมัยแล้ว กิจการลูกเสือและเนตรนารีในประเทศไทยอาจจะสูญสลายไปในอนาคตอันใกล้ และหากมีการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมและวิธีการการเรียนรู้ให้ทันสมัยมากขึ้น น่าสนใจมากขึ้น และมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีขึ้น ก็จะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้ และจะกลับสู่สภาวะแห่งการยอมรับที่ว่า กิจการลูกเสือและเนตรนารีเป็นวิชาที่สำคัญต่อการพัฒนาเยาวชนและคนในชาติให้เป็นคนดี มีความซื่อสัตย์สุจริต และมีความสามัคคีในหมู่คณะได้ และสุดท้ายก็จะยังคงอยู่กับระบบการศึกษาทั้งในระดับเยาวชนและบุคคลทั่วไปของประเทศไทยต่อไปได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของการพัฒนากิจการลูกเสือไทย นโยบายภาครัฐ ระบบการจัดองค์การ ระบบการฝึกและการรับรองมาตรฐาน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของนโยบายภาครัฐ ระบบการจัดองค์การ ระบบการฝึกและการรับรองมาตรฐาน ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนากิจการลูกเสือไทยในยุคสังคมปกติใหม่
3. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารและการพัฒนากิจการลูกเสือไทยในยุคสังคมปกติใหม่

สมมติฐานการวิจัย

1. นโยบายภาครัฐ ระบบการจัดองค์การ ระบบการฝึก และการรับรองมาตรฐาน มีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนากิจการลูกเสือไทยในยุคสังคมปกติใหม่

2. นโยบายภาครัฐ ระบบการจัดองค์การ ระบบการฝึกมือทีพิลทางตรงต่อการพัฒนากิจการลูกเสือไทย
3. นโยบายภาครัฐและระบบการจัดองค์การมือทีพิลทางตรงต่อระบบการฝึก
4. นโยบายภาครัฐมือทีพิลทางตรงต่อระบบการจัดองค์การ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับยุคสังคมปกติใหม่

พัชรภรณ์ ดวงชื่น (2563) กล่าวว่า การระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ หรือ โควิด-19 เริ่มต้นขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 โดยพบครั้งแรกในนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ เมื่อวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกแรกเริ่มคลี่คลายลง ส่งผลให้เกิดคำถามถึงความปกติใหม่หรือ ‘นิวนอร์มอล’ (New Normal) เกี่ยวกับระบบการศึกษา การจัดการศึกษาที่ต้องมีการปรับตัว

พัชรียา แก้วชู (2564) ให้ความหมาย วิถีปกติใหม่ (New Normal) หมายถึง ความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่ หมายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องจากมีบางสิ่งมากระทบจนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คน ในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหวังล่วงหน้าได้ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลัก มาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย

รูปแบบการจัดการเรียนการสอนภายใต้ “ความปกติใหม่”

ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 นี้ จึงทำให้รูปแบบการเรียนการสอนของหลักสูตรมีการเปลี่ยนแปลง ความสำคัญของหลักสูตรคือจะต้องมีการเรียนภาคทฤษฎี ภาคทดลอง และภาคปฏิบัติอย่างเหมาะสม การออกแบบการเรียนรู้ในยุคปกติใหม่ เป็นการออกแบบการเรียนรู้ที่มีลักษณะให้ผู้เรียนได้เป็นผู้กำหนดเป้าหมายการเรียนรู้ วิธีการเรียนรู้ และประเมินตนเอง เพื่อที่จะสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ใน การพัฒนาตนเองได้ ซึ่งแตกต่างจากการออกแบบการเรียนรู้แบบเดิมที่ผู้สอนเป็นผู้กำหนดเป้าหมาย และวิธีการเรียนรู้สำหรับผู้เรียน เป็นการออกแบบการเรียนรู้ลักษณะพาสซีฟ เลิร์นนิ่ง (Passive learning) คือ ผู้เรียนไม่มีความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของการเรียนรู้แม้กิจกรรมการเรียนรู้จะตื่นเต้นและท้าทายเพียงใดก็ตาม (วิชัย วงศ์ใหญ่ และ มาร์ต พัฒผล, 2563)

รูปแบบการเรียนการสอนที่เหมาะสมภายหลังการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 มี 4 รูปแบบ (วันเพ็ญ พุทธานนท์, 2563) ได้แก่ 1) การเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์ รูปแบบนี้เหมาะสมกับรายวิชาที่เปิดสอนใน ภาคทฤษฎี ซึ่งควรเป็นสถาบันการศึกษาที่มีความพร้อมในระบบสารสนเทศ รวมถึงมีสิ่งสนับสนุนการเรียนที่มีประสิทธิภาพและเพียงพอ 2) การเรียนในห้องเรียน รูปแบบดังกล่าวนี้เหมาะสมกับรายวิชาที่เปิดสอนในภาคทฤษฎีและภาคทดลอง ซึ่งมีผู้เรียนจำนวนไม่มากนัก โดยประมาณ 20-30 คนหรือตามขนาดของพื้นที่ห้องเรียน โดยคำนึงถึงมาตรการในการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อโรคอยู่เสมอ ได้แก่ การใส่หน้ากากอนามัย การล้างมือหรือใช้เจลแอลกอฮอล์ล้างมือก่อนเข้าชั้นเรียน การวัดอุณหภูมิผู้เรียน เป็นต้น 3) การเรียนผสมผสานออนไลน์และออฟไลน์ เหมาะสำหรับรายวิชาที่เปิดสอนในภาคทฤษฎี และภาคทดลอง ซึ่งมีผู้เรียนจำนวนมาก แต่ยังไม่พร้อมในการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ทั้งรายวิชา จึงมีการแบ่งผู้เรียนออกเป็นกลุ่ม สลับวันให้มาเรียน และ 4) การเรียน Home School มักใช้ในกลุ่มผู้เรียนที่มีความต้องการพิเศษ ที่มีโรคประจำตัว หรือผู้ที่มีความเสี่ยงหากต้องออกไปเรียนร่วมกับเพื่อนในสถาบันการศึกษา เนื่องจากความกังวลในเรื่องความปลอดภัยจากโรคภัย มลพิษ มลภาวะ รวมถึงภัยคุกคามอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการพัฒนากิจการลูกเสือไทย

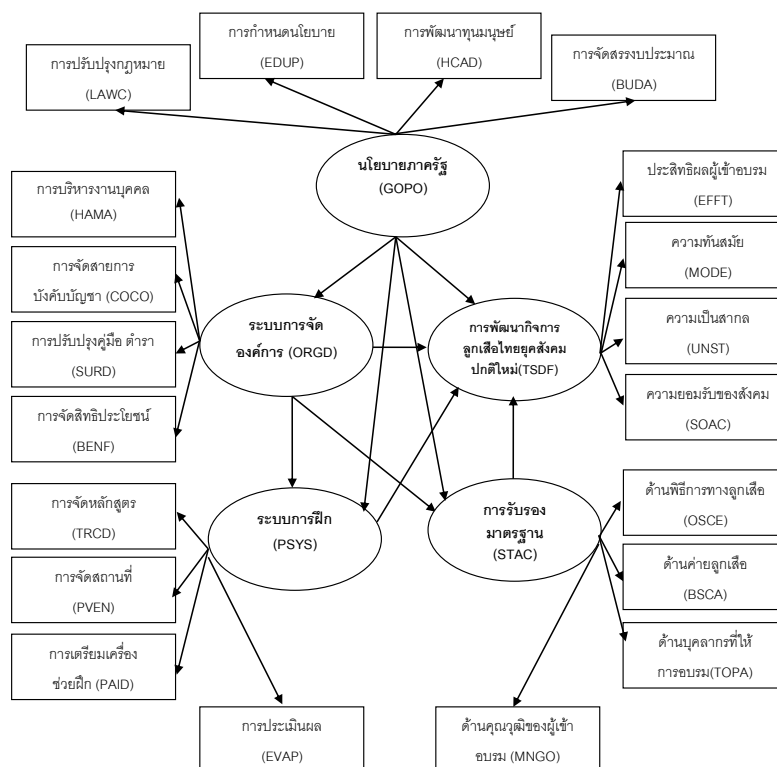
กิจการลูกเสือในประเทศไทยก่อตั้งขึ้นเมื่อพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงสถาปนา คณะลูกเสือและให้ข้อบังคับลักษณะการปกครองลูกเสือเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2454 โดยทรงพระราชทาน

คติพจน์แก่คณะลูกเสือแห่งชาติว่า “เสียชีพอย่าเสียสัตย์” พร้อมกันนี้พระองค์ยังทรงดำรงตำแหน่งสภานายกเป็นพระองค์แรกของสมากรมการกลางจัดการลูกเสือแห่งชาติ และทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระกรมพระยาดำรงราชานุภาพ เป็นผู้ตรวจการใหญ่และอุปนายกของสมากรมการกลางจัดการลูกเสือแห่งชาติ นับว่าประเทศไทยเป็นประเทศแรกในทวีปเอเชียที่มีกิจการลูกเสือ (วิโรจน์ แก้วเรือง, 2545)

พิชัย รัตตกุล (2556) ได้กล่าวว่า กิจกรรมที่ทางโรงเรียนจัดขึ้นสามารถแก้ไขปัญหาของเด็กและเยาวชนที่เกิดจากสภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมโลกในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้ การแก้ไขปัญหาเด็กและเยาวชนมีหลายวิธีและวิธีการทางลูกเสือก็นับเป็นวิธีการหนึ่งที่ทั่วโลกยอมรับว่าสามารถแก้ไขปัญหาเยาวชนได้อย่างดีซึ่งกระทรวงศึกษาธิการมีนโยบายแน่อนที่จะใช้กิจกรรมลูกเสือเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ปัญหาด้านจิตใจของเด็กและเยาวชนไทย

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, (2562) มีนโยบายอย่างแน่วแน่ในการพัฒนากิจการลูกเสือตามมาตรา 8 ของ พ.ร.บ.ลูกเสือแห่งชาติ พ.ศ. 2551 เพื่อพัฒนาลูกเสือทั้งทางกาย สติปัญญา จิตใจ และศีลธรรม ให้เป็นคนดี มีความรับผิดชอบและช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดความสามัคคี และมีความเจริญก้าวหน้า ดังนั้น สพฐ จึงมีมาตรการยกระดับคุณภาพการเรียนการสอน การจัดกิจกรรมลูกเสือในสถานศึกษา โดยสำนักงานลูกเสือ ยุวกาชาด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะต้องร่วมมือกันจัดกิจกรรมให้เป็นไปตามหลักสูตร นำลูกเสือบำเพ็ญประโยชน์ จิตอาสา ช่วยเหลือสังคม สร้างทักษะให้ช่วยเหลือตนเองและผู้อื่นได้ตามพระบรมราโชบายด้านการศึกษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 10 ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารและการพัฒนากิจการลูกเสือไทยในยุคสังคมปกติใหม่ ประกอบด้วย 4 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ 1) นโยบายภาครัฐ 2) การจัดการองค์การ 3) ระบบการฝึก และ 4) การรับรองมาตรฐาน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) มีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2562)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรได้แก่ บุคลากรทางการศึกษา ซึ่งเป็นผู้กำกับลูกเสือ/รองผู้กำกับลูกเสือ (ผู้อำนวยการโรงเรียน/รองผู้อำนวยการโรงเรียน) อาจารย์ในสถานศึกษา วิทยากรลูกเสือ และเจ้าหน้าที่ลูกเสือ ในทุกระดับ มีจำนวน 14,535 คน (สำนักงานการศึกษา กรุงเทพมหานคร, 2564) กลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้เกณฑ์ 20 เท่า ของตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 20 ตัวแปร คือ 20×20 เท่ากับ 400 ตัวอย่าง (Grace, 2008) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) คำนวณแบบสัดส่วนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสำนักงานเขต

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ ผู้เกี่ยวข้องกันโยบายภาครัฐ ระดับกรรมการสภาลูกเสือไทย ผู้บริหารสำนักงานลูกเสือแห่งชาติ ครูและผู้กำกับลูกเสือทุกประเภทลูกเสือ รวมทั้งสิ้น 16 คน โดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

เครื่องมือและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 6 ส่วน ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล กลยุทธ์การบริหารธุรกิจ นโยบายของภาครัฐ การจัดการแรงงาน การบริหารวัสดุและอุปกรณ์ และความสำเร็จของผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีการตรวจสอบความตรง (Validity) ของเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยผ่านเกณฑ์ด้วยค่า 0.50-1.00 ทุกข้อคำถาม หลักจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α - coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.952 -0.976 จึงนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดได้ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive) ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอ้างอิง (Inferential) ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวัดความตรง (Validity) ด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Source of Data) สำหรับความเชื่อมั่น (Reliability) ได้พิจารณาถึงแหล่งข้อมูลว่ามีความน่าเชื่อถือได้ (Credibility) การพึ่งพากับเกณฑ์อื่น ๆ (Dependability) การถ่ายโอนผลการวิจัย (Transferability) และการไม่ลำเอียง (Bias) โดยข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ จะเป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) ที่ได้จากการสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึก นำมาถอดเทปเพื่อให้ได้บทสรุปของข้อคำถามในการสัมภาษณ์

การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Mixed Method) โดยนำผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ค่าอิทธิพลรวม มีค่าน้อยเรียงลำดับที่เป็นจุดอ่อนของการวิจัยเชิงปริมาณ นำไปเป็นหัวข้อสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อเป็นการปิดจุดอ่อนและยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณ ให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

1. ระดับของการพัฒนากิจการลูกเสือไทย นโยบายภาครัฐ ระบบการจัดองค์การ ระบบการฝึกและการรับรองมาตรฐาน

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	$\bar{x}$	SD	ลำดับที่	ระดับ ความสำคัญ
การพัฒนากิจการลูกเสือไทย (TSDF)	4.59	0.35	5	มากที่สุด
นโยบายภาครัฐ (GOPO)	4.67	0.39	2	มากที่สุด
ระบบการจัดการองค์การ (ORGD)	4.66	0.36	3	มากที่สุด
ระบบการฝึก (PSYS)	4.65	0.36	4	มากที่สุด
การรับรองมาตรฐาน (STAC)	4.71	0.40	1	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า การรับรองมาตรฐาน (STAC) มีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.71$) จัดเป็นลำดับ 1 นอกนั้น การนโยบายภาครัฐ (GOPO) ระบบการจัดการองค์การ (ORGD) และระบบการฝึก (PSYS) ก็มีระดับความสำคัญมากที่สุดทั้งหมดเช่นกัน โดยจัดเป็นลำดับ 2,3 และ 4 โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงกันตามลำดับ ($\bar{x} = 4.67, 4.66$ และ 4.65 ส่วนการพัฒนากิจการลูกเสือไทย (TSDF) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.59$)

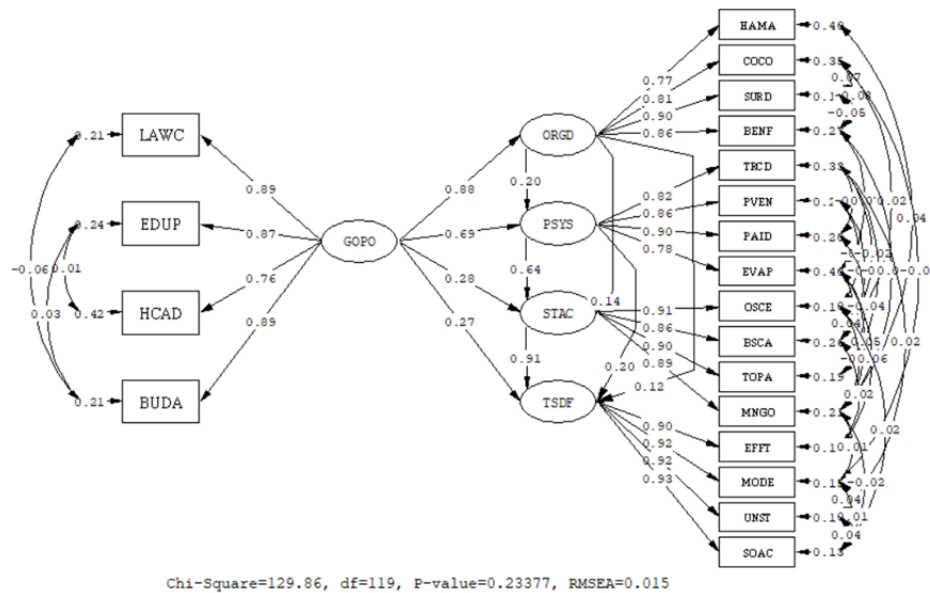
2. ปัจจัยเชิงสาเหตุของนโยบายภาครัฐ ระบบการจัดองค์การ ระบบการฝึกและการรับรองมาตรฐานที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนากิจการลูกเสือไทยในยุคสังคมปกติใหม่

ตารางที่ 2 แสดงค่าการผ่านเกณฑ์มาตรฐานของแบบจำลองทางเลือก

รายการ	ค่าสถิติ	แบบจำลองตาม สมมติฐาน	แบบจำลอง ทางเลือก
1. Chi-square (χ^2)	*ต่ำใกล้ 0	427.18	129.86
	*เท่ากับ df	160	119
Relative Chi-square	ผลหาร(χ^2 / df) < 2.00	2.67	1.09
2. GFI	> 0.90	0.90	0.97
3. AGFI	> 0.90	0.87	0.94
4. RMR	เข้าใกล้ 0.00	0.011	0.006
5. RMSEA	< 0.05	0.064	0.015
6. CFI	*0.00-1.00	0.99	1.00
7. CN	> 200	199.43	478.54

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าของแบบจำลองทางเลือกที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าผ่านเกณฑ์ทุกค่า

ภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์แบบจำลองตามสมการโครงสร้างที่เป็นการจำลองทางเลือกที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลักจากปรับค่าต่าง ๆ ของโมเดลแล้ว



ภาพที่ 2 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์แบบทางเลือก (standardized solution)

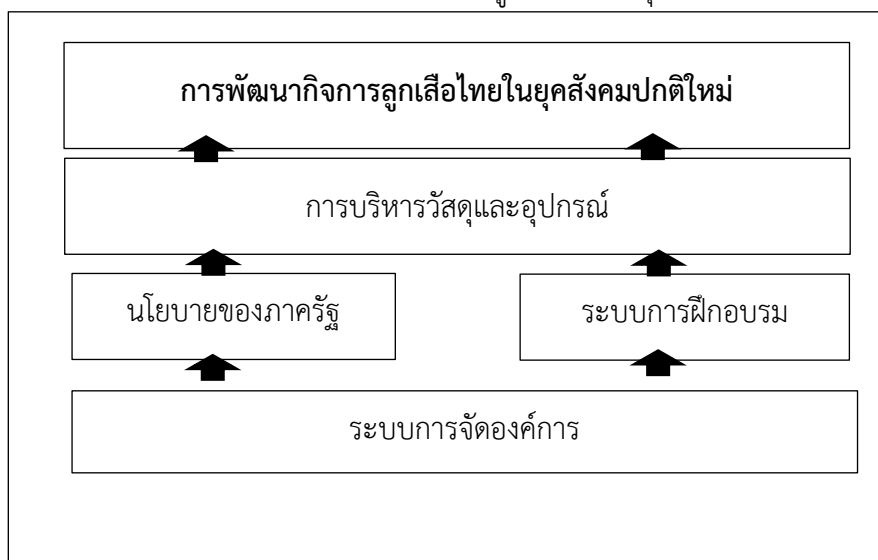
จากภาพที่ 2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรแฝง และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรประจักษ์มีค่าในเชิงบวกทุกตัว ตารางที่ 3 แสดงค่าสถิติ ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (DE) ทางอ้อม (IE) อิทธิพลรวม (TE) ของตัวแปรแฝงจากค่า Beta และ Gamma

ตัวแปรตาม	ความสัมพันธ์	ตัวแปรอิสระ				
		GOPO	ORGD	PSYS	STAC	TSDF
ORGD	DE	0.88**	N/A	N/A	N/A	N/A
	IE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	TE	0.88**	N/A	N/A	N/A	N/A
PSYS	DE	0.69**	0.20*	N/A	N/A	N/A
	IE	0.17*	N/A	N/A	N/A	N/A
	TE	0.86**	0.20*	N/A	N/A	N/A
STAC	DE	0.28**	0.14*	0.64**	N/A	N/A
	IE	0.59**	0.13*	N/A	N/A	N/A
	TE	0.87**	0.27**	0.64**	N/A	N/A
TSDF	DE	0.27**	0.12*	0.20*	0.91**	N/A
	IE	0.60**	0.11*	0.58**	N/A	N/A
	TE	0.87**	0.23**	0.78**	0.91**	N/A

Chi-Square= 129.86, df=119 p-value = 0.134, GFI=0.97, AGFI=0.94, RMR=0.006, RMSEA=0.015, CFI=1.00, CN=478.54

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อการพัฒนากิจการลูกเสือไทย (ORGD) เรียงตามลำดับ 1 คือ การรับรองมาตรฐาน (STAC) มีค่าเฉลี่ย 0.91 ลำดับที่ 2 คือ นโยบายภาครัฐ (GOO) มีค่า 0.87 ลำดับ 3 คือ ระบบการฝึก (PSYS) มีค่า 0.78 และ ลำดับ 4 คือ การจัดการองค์กร (ORGD) มีทั้งหมดที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

3. แนวทางการบริหารและการพัฒนากิจการลูกเสือไทยในยุคสังคมปกติใหม่



ภาพที่ 3 ภาพแผนภูมิเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากิจการลูกเสือไทยในยุคสังคมปกติใหม่

จากภาพที่ 3 พบว่า ภาพแผนภูมิแนวทางการพัฒนากิจการลูกเสือไทยยุคสังคมปกติใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีลักษณะดังแผนภูมิภาพประกอบด้วยการรับรองมาตรฐาน ที่มีอิทธิพลรวมมากที่สุดเป็นฐานผลักดันอยู่ล่างสุด นโยบายของภาครัฐ และระบบการฝึกอบรม อยู่ตรงกลาง และระบบการจัดองค์การส่งเสริมอยู่ในระดับบนด้วย ทั้งนี้ การกำหนดภาพแผนภูมิได้จากอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมจากตัวแปรแฝงทุกตัวที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อกัน

อภิปรายผล

1. การพัฒนากิจการลูกเสือไทย นโยบายภาครัฐ ระบบการจัดองค์การ ระบบการฝึกและการรับรองมาตรฐาน อภิปรายผลว่า การพัฒนากิจการลูกเสือไทยกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิของสภาลูกเสือไทย ควรประชุมอย่างน้อยเดือนละครั้ง เพื่อขับเคลื่อนและพัฒนากิจการลูกเสือไทย มีการจัดสายการบังคับบัญชาที่มีความชัดเจน ปรับปรุงคู่มือและตำราให้มีความทันสมัย และการจัดตั้งสโมสรลูกเสือหรือสมาคมสโมสรลูกเสือต้องเสนอให้สำนักงานลูกเสือแห่งชาติเห็นชอบด้วย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วีรนุช พิสมัย (2563) ที่ได้วิจัยเรื่องการบริหารงานกิจกรรมลูกเสือสามัญรุ่นใหญ่ในโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 21 ผลการศึกษาพบว่า การบริหารงานกิจกรรมลูกเสือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าประสิทธิผลผู้เข้าอบรม ด้านความทันสมัย ด้านความเป็นสากล และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ตามลำดับ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิศัลยา ศักดิ์ศรี (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่องการบริหารกิจการลูกเสือสามัญรุ่นใหญ่ในโรงเรียนมัธยมศึกษาเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าแนวทางในการบริหารกิจกรรมลูกเสือสามัญรุ่นใหญ่ในโรงเรียนให้ประสบความสำเร็จต้องมีระบบการฝึกโดยการจัดหลักสูตร การจัดสถานที่ การเตรียมอุปกรณ์ช่วยฝึก และการประเมินผล

2. การรับรองมาตรฐาน ที่มีอิทธิพลรวมมากที่สุดเป็นฐานผลักดันอยู่ล่างสุด นโยบายของภาครัฐ และระบบการฝึกอบรม อยู่ตรงกลาง และระบบการจัดองค์การ ส่งเสริมอยู่ในระดับบนด้วย ทั้งนี้การกำหนดภาพแผนภูมิได้จากอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมจากตัวแปรแฝงทุกตัวที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สายฟ้า หาสุข (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาแนวทางการบริหารกิจกรรมลูกเสือ เนตรนารี ในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบุรีรัมย์

เขต 4 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญกิจการลูกเสือประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพต้องได้รับการรับรองมาตรฐาน เกี่ยวกับคุณสมบัติผู้เข้าอบรม บุคลากรที่ให้การอบรม การจัดการค่ายลูกเสือ และพิธีการทางลูกเสือ เป็นต้น และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Abdulkadir, Isac & Dobrin, (2021) ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาเยาวชนเกี่ยวกับลูกเสือ ต้องมีการพัฒนามาตรฐาน ต้องมีการให้คำแนะของผู้เข้าอบรม มีบุคลากรที่ให้การอบรม มีค่ายพัฒนา และมีพิธีการมาบรรยาย

3. แนวทางการบริหารและการพัฒนากิจการลูกเสือไทยในยุคสังคมปกติใหม่ ประกอบด้วยระบบการจัดองค์กร นโยบายของภาครัฐ ระบบการฝึกอบรม และการบริหารวัสดุและอุปกรณ์ อภิปรายผลได้ว่าการพัฒนากิจการลูกเสือไทยยุคสังคมปกติใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ต้องให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้นคือ “ระบบการจัดองค์กร” กล่าวคือ กิจการลูกเสือไทยมีการจัดการกับการบริหารงานบุคคล การจัดสายการบังคับบัญชา การปรับปรุงคู่มือ-ตำรา การจัดสิทธิประโยชน์ การให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับระบบการฝึกอบรม โดยกิจการลูกเสือไทยต้องมีการจัดหลักสูตร การจัดสถานที่ การเตรียมเครื่องช่วยฝึก โดยประเด็นสำคัญอย่างยิ่งคือ “นโยบายภาครัฐ” ซึ่งกิจการลูกเสือไทย ต้องมีการปรับปรุงกฎหมาย การกำหนดนโยบาย การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการจัดสรรงบประมาณ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการ “การรับรองมาตรฐาน” กิจการลูกเสือไทยต้องมีคุณสมบัติของผู้เข้าอบรม มีมาตรฐานของบุคลากรที่ให้การอบรม มีมาตรฐานของค่ายลูกเสือ และมีพิธีการลูกเสือ อันจะนำมาซึ่งอธิบายรูปแบบดังกล่าวว่า “แนวทางการพัฒนากิจการลูกเสือไทยยุคสังคมปกติใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชนก เชียงมูล (2563) ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารกิจกรรมลูกเสือของโรงเรียน สังกัดเทศบาลเมือง กำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร ผลการวิจัยพบว่า เพื่อแก้ไขปัญหากิจกรรมลูกเสือในโรงเรียนร่วมกัน ต้องมีระบบการจัดองค์กร ที่ต้องมีการควบคุมเกี่ยวกับการบริหารบุคคล การจัดสายบังคับบัญชา การปรับปรุงตำราและคู่มือ และการจัดการสิทธิประโยชน์ เป็นต้น และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Yakin, Nopianti & Sumarto (2022) ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนากิจกรรมลูกเสือแบบร่วมมือตามนักเรียนที่ต้องมีองค์ประกอบด้วย ประสิทธิภาพผู้เข้าอบรม ด้านความทันสมัย ด้านความเป็นสากล และด้านความรับผิดชอบต่อสังคม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยเพื่อนำไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลกิจการลูกเสือไทย เช่น กระทรวงศึกษาธิการ ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงคู่มือหรือตำราเกี่ยวกับลูกเสือให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง และนำเจ้าหน้าที่จ่ายแจกแก่สถานศึกษาให้เพียงพอ
2. กิจการลูกเสือไทย หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนการจัดกิจกรรมลูกเสือควรมีงบประมาณเพื่อจัดเตรียมเครื่องมือช่วยฝึกที่มีประสิทธิภาพแก่ค่ายลูกเสือทั่วประเทศอย่างเพียงพอ
3. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องมีการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับกิจการลูกเสือไทยให้มีความทันสมัย ความเป็นมาตรฐานสากล จัดตั้งองค์การกำกับดูแลให้เป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับนโยบายของภาครัฐโดยเฉพาะที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนากิจการลูกเสือในยุคสังคมปกติใหม่ในกรุงเทพมหานคร ในประเด็นเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการลูกเสือในโรงเรียนที่เกี่ยวข้องกับการจัดหลักสูตร การจัดการเรียนการสอนเกี่ยวกับลูกเสือในสถาบันการศึกษาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ อาทิเช่น คุณสมบัติของผู้ฝึกอบรม การจัดตั้งหน่วยงานในการกำกับดูแลโดยเฉพาะ เพื่อให้เกิดความสำเร็จในการพัฒนากิจการลูกเสือในยุคสังคมปกติใหม่ในกรุงเทพมหานคร มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชนก เชียงมูล.(2563). แนวทางการพัฒนาการบริหารกิจกรรมลูกเสือของโรงเรียนสังกัดเทศบาลเมืองกำแพงเพชร จังหวัดกำแพงเพชร. เอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ครั้งที่ 3 (229 - 241). กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
- ชนะ ยาคี.(2563). การพัฒนารูปแบบหลักสูตรฝึกอบรมวิชาผู้กำกับลูกเสือสามัญรุ่นใหญ่ ชั้นความรู้เบื้องต้น เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการเป็นผู้กำกับลูกเสือสามัญรุ่นใหญ่ในศตวรรษที่ 21 (วิทยานิพนธ์ดุขฎฐิบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- พัชรภรณ์ ดวงชื่น. (2563). การบริหารจัดการศึกษาับความปกติใหม่หลังวิกฤตโควิด-19. *วารสารศิลปะการจัการ*,4(3), 783-795.
- พัชรียา แก้วชู. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกาท่องเที่ยวแบบ *New Normal* หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิชัย รัตตกุล. (2556). หนังสือพิมพ์ผู้แทน. กรุงเทพฯ: ศิลปะสนองการพิมพ์.
- วันเพ็ญ พุทธานนท์. (2563). *New Normal* การศึกษาไทยกับ 4 รูปแบบใหม่การเรียนรู้. ค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.thebangkokinsight.com/367124/>
- วิชัย วงศ์ใหญ่ และ มารุต พัฒผล. (2563). *New normal* ทางกาเรียนรู้. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิโรจน์ แก้วเรือง. (2546). พระบิดาแห่งลูกเสือไทย“พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว”. กรุงเทพฯ: บ้านแปลน.
- วีรณัฐ พิสมย์. (2563). การบริหารงานกิจกรรมลูกเสือสามัญรุ่นใหญ่ในโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 21. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 8(2), 54-68.
- วิศัลยา ศักดิ์ศรี. (2563). การบริหารกิจการลูกเสือสามัญรุ่นใหญ่ในโรงเรียนมัธยมศึกษาเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร. *วารสารรามคำแหง ฉบับบัณฑิตวิทยาลัย*, 3(1), 97-110.
- สุธรรม พันธุ์ศักดิ์. (2559). แนวทางการพัฒนากิจการลูกเสือไทย. เอกสารประชุมของประธานคณะทำงานศึกษาเพื่อพัฒนาหลักสูตรและกิจการลูกเสือไทย เมื่อ 12 มกราคม 2559 ที่ห้องประชุม MOC กระทรวงศึกษาธิการ. ค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2567, จาก <https://www.ryt9.com/s/govh/2383137>
- สายฟ้า หาสีสุข.(2563). การพัฒนาแนวทางการบริหารกิจการลูกเสือ-เนตรนารี ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเขต 4 (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2562). *การกำหนดนโยบายการพัฒนากิจการลูกเสือ*. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักงานลูกเสือแห่งชาติ.(2565). *เอกสารประชาสัมพันธ์ ค่ายวชิราวุธ อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี*. ค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2567, จาก <https://www.scoutthailand.org/pages/notice-pr.php>
- Abdulkadir, E., Isac, N., & Dobrin, C. (2021). Volunteer's engagement: Factors and methods to increase volunteer's performance and productivity in ngos during covid-19 pandemic (scout organizations as a model). *Bus. Excell. Manag*, 11-26.
- Grace, J. B. (2008). Structural Equation Modeling for Observational Studies. *Journal of Wildlife Management*, 72(1), 14-22.

Yakin, A.A., Nopianti, H., & Sumarto, S. (2022). Inter collaboration Scouting Activities and Learning Outcomes of Sociology-Oriented for Civics Education. *AL-ISHLAH: Journal Pendidikan*, 14(4), 5657-5668.

ตัวแบบอิสลามโฟเบียในประเทศไทย

Model of Islamophobia in Thailand

หทัยพันธ์ สุนทรพิพิธ¹ และ นิพนธ์ โชะเฮง²

Hathaipan Soonthornpipit¹ and Nipon Sohngeng²

คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding Author, Email: hathaipun.so@ssru.ac.th¹

Received: 2023-6-22; Revised: 2024-2-18; Accepted: 2024-3-5

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาตัวแบบสมการโครงสร้างอิสลามโฟเบียในประเทศไทย และ 2) นำเสนอแนวทางการลดกระแสอิสลามโฟเบียในประเทศไทย โดยใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมผสานเชิงพรรณนา และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนชาวไทยพุทธจากพื้นที่ตั้งเครือข่ายจำนวน 510 ตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง การวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนจำนวน 15 คน ด้วยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง และใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ พบว่า 1) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่ออิสลามโฟเบียในประเทศไทย ตัวบ่งชี้มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง .50 ถึง .91 และทุกตัวแปรบ่งชี้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 แสดงว่าตัวบ่งชี้ทุกตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของโมเดลอิสลามโฟเบียในประเทศไทย สมการโครงสร้างของตัวแบบปัจจัยเชิงสาเหตุที่พัฒนาขึ้นพบว่ามีค่าสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีมาก (Chi-square = 35.732, CMIN/df = 1.261, df = 68, p-value = 0.072, GFI = 0.98, CFI = 0.998, NFI = 0.990, RMSEA = 0.023, TLI = 0.996) และ 2) การนำเสนอแนวทางการลดกระแสอิสลามโฟเบียในประเทศไทย ผู้วิจัยพบว่าผลการวิจัยสนับสนุนตามทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษาอย่างชัดเจนว่าการลดกระแสอิสลามโฟเบียในประเทศไทย ควรให้น้ำหนักกับปัจจัยด้านการรับรู้ภัยคุกคามระหว่างกลุ่มมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านความรู้เกี่ยวกับอิสลาม ด้านการติดต่อระหว่างกลุ่ม และด้านความเคร่งศาสนาพุทธ เนื่องจากมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่ออิสลามโฟเบียในประเทศไทย ผลการวิจัยเชิงคุณภาพยังพบว่าปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อโรคกลัวอิสลามในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณในทุกประเด็น

คำสำคัญ: อิสลามโฟเบีย, การติดต่อระหว่างกลุ่ม, ความเคร่งศาสนา, ความรู้เกี่ยวกับอิสลาม, ภัยคุกคามระหว่างกลุ่ม

Abstract

This study aims to 1) Develop the Islamophobia model in Thailand and 2) To present guidelines for reducing Islamophobia in Thailand. The study used an explanatory mixed-method research process, which mainly used quantitative research and qualitative research to support the quantitative research results. This study collected data from 510 Thai Buddhist people from critical areas and analyzed the data using structural equation modeling

techniques. Then, 15 in-depth interviews with community stakeholders were conducted using purposive sampling and content analysis to analyze the data.

The analysis found that: 1) Factors that have a causal relationship with Islamophobia in Thailand, the indicators have component weights ranging from .50 to .91, and each indicator variable has statistical significance at the .001 level, indicating that each indicator is an essential indicator of the Islamophobia model in Thailand. The results of the structural equation analysis of the developed causal factors model were found to be consistent with the empirical data at a very high level (Chi-square = 35.732, CMIN/df = 1.261, df = 68, p-value = 0.072, GFI = 0.98, CFI = 0.998, NFI = 0.990, RMSEA = 0.023, TLI = 0.996). 2) Present guidelines for reducing Islamophobia in Thailand. The researcher found that the research results support the theory that has been studied in reducing Islamophobia in Thailand. The factor of perceived intergroup threats should receive the most weight. Following that is knowledge of Islam. Intergroup contact and religiosity because Islamophobia has both a direct and indirect influence in Thailand.

Keywords: Islamophobia, Intergroup Contact, Religiosity, Knowledge of Islam, Intergroup Threats

บทนำ

ในปัจจุบัน “อิสลามโฟเบีย” (Islamophobia) หรือ “ความหวาดกลัวอิสลาม” รวมถึง การมีอคติ การเลือกปฏิบัติ หรือความเกลียดชังต่อศาสนาอิสลามและชาวมุสลิมนั้น ไม่ได้ถูกจำกัดอยู่แค่ในโลกตะวันตกแต่อย่างใด แต่กลายเป็นปรากฏการณ์และปัญหาที่ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในหลาย ๆ ประเทศในแถบภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อาทิ กระแสอิสลามโฟเบียที่มีต่อชนกลุ่มน้อยชาวมุสลิมโดยเฉพาะชาวโรฮิงญาในเมียนมาที่นำโดยพระสงฆ์ชาตินิยมหัวรุนแรงในปี ค.ศ. 2013 และวิกฤตการณ์ฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ชาวโรฮิงญาในรัฐยะไข่โดยกองทัพเมียนมาในปี ค.ศ. 2016 นำไปสู่การอพยพลี้ภัยของชาวโรฮิงญามากกว่า 700,000 คน ไปยังค่ายผู้ลี้ภัยในบังกลาเทศ

ในกรณีของประเทศไทยที่มีชาวมุสลิมประมาณ 5-6% ของสัดส่วนประชากรนั้น ก็มีเหตุการณ์ที่มีต้นเหตุจากกระแสอิสลามโฟเบียเกิดขึ้นและถูกเปิดเผยต่อสาธารณชนบ่อยครั้งอย่างต่อเนื่อง อาทิ การประท้วงการก่อสร้างมัสยิดที่จังหวัดเชียงราย น่าน บึงกาฬ มุกดาหาร นครพนม สกลนคร และขอนแก่น รวมถึงการต่อต้านการสร้างนิคมอุตสาหกรรมฮาลาลในจังหวัดเชียงใหม่ และการต่อต้านการสร้างอาคารที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นมุสลิมในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยสาเหตุของกระแสอิสลามโฟเบียส่วนใหญ่มาจากการไม่ยอมรับศาสนาอิสลามของชุมชนท้องถิ่น วาทกรรมและการแบ่งขั้วทางการเมือง รวมถึงการนำเสนอภาพเชิงลบ และสร้างภาพเหมารวมเชิงลบเกี่ยวกับชาวมุสลิมโดยสื่อกระแสหลักและกระแสรอง

จากปรากฏการณ์อิสลามโฟเบียที่พบเห็นได้อย่างง่ายดายและมากขึ้นอย่างน่ากังวล นำไปสู่การดำเนินการเพื่อต่อต้านเพื่อลดกระแสการต่อต้านอิสลามจากรัฐบาล ผู้นำประเทศ และองค์การระหว่างประเทศทั่วโลก อาทิ องค์การสหประชาชาติได้ออกมาเรียกร้องให้รัฐบาลประเทศต่าง ๆ ใช้มาตรการที่จำเป็นทั้งหมดต่อสู้กับการเลือกปฏิบัติต่อชาวมุสลิมทั้งทางตรงและทางอ้อม และห้ามการสนับสนุนความเกลียดชังทางศาสนาที่ก่อให้เกิดความรุนแรง การออกมาเรียกร้องของผู้แทนพิเศษของรัฐมนตรีต่างประเทศมาเลเซียที่ต้องการให้อิสลามโฟเบียเป็นความผิดทางอาญาในหลาย ๆ ประเทศ และรวมถึงการที่ประธานาธิบดีเรเจป ทายยิบ

แอร์โดกอัน (Recep Tayyip Erdoğan) ของตุรกี กล่าวประณามอิสลามโฟเบียว่าชาวมุสลิมกำลังต่อสู้กับ “ไวรัส” ของอคติต่ออิสลามควบคู่ไปกับไวรัสโคโรนาที่ร้ายแรงในปัจจุบันอีกด้วย (Doger & Ali, 2023)

จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า อิสลามโฟเบียหรือความหวาดกลัวอิสลามนั้นเป็น “ภัยพิบัติชัดเจน” (Clear and Present Danger) อันอาจเกิดขึ้นได้ทุกขณะ ดังนั้น การศึกษาทำความเข้าใจกับปัญหานี้จึงเป็นเรื่องเร่งด่วนอย่างยิ่ง เนื่องจากกระแสอิสลามโฟเบียที่ได้กระจายตัวอยู่ทั่วทุกภูมิภาคเป็นปรากฏการณ์ที่เป็น “สัญญาณเตือนภัยล่วงหน้า” (Early Warning System) ว่าได้เกิดสภาวะที่ไม่ปกติขึ้นในสังคมไทยในปัจจุบัน และอาจจะมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่ความขัดแย้งระหว่างชาวพุทธและมุสลิมในระดับที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้นดังเช่นที่เกิดขึ้นในประเทศเมียนมาได้ ยิ่งไปกว่านั้น ถึงแม้ว่าอิสลามโฟเบียนั้นจะไม่ใช่อปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นใหม่ แต่การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดนี้ก็ยังมียุ่ค่อนข้างจำกัดในประเทศไทย อีกทั้งงานวิจัยส่วนใหญ่ก็มุ่งเน้นไปที่การศึกษาเกี่ยวกับปรากฏการณ์ในโลกตะวันตก และมีอยู่น้อยมากในบริบทของภูมิภาคเอเชีย ด้วยเหตุนี้ การศึกษาที่มุ่งเน้นการสำรวจ ตรวจสอบ และทำความเข้าใจกับกระแสอิสลามโฟเบียในประเทศไทยจึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก (Kenny, 2021)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น การศึกษาในการพัฒนาตัวแบบอิสลามโฟเบียในประเทศไทยในครั้งนี้ จึงมุ่งเน้นที่จะค้นหาปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่ออิสลามโฟเบีย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและตรวจสอบตัวแบบอิสลามโฟเบีย และนำไปพัฒนาเป็นแนวทางในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม รวมถึงส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างชาวไทยพุทธและมุสลิม เพื่อเป็นการลดกระแสอิสลามโฟเบียในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาตัวแบบสมการโครงสร้างอิสลามโฟเบียในประเทศไทย
2. เพื่อนำเสนอแนวทางการลดกระแสอิสลามโฟเบียในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

อิสลามโฟเบียเป็นคำที่แพร่หลายในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะหลังเหตุการณ์การโจมตีของกลุ่มผู้ก่อการร้ายอัลกออิดะห์ในปี ค.ศ. 2001 อย่างไรก็ตามวาทกรรมนี้เป็นปรากฏการณ์ที่ขาดความหมายและความเข้าใจที่ชัดเจน ทั้งนี้ รายงานของ Runnymede Trust อธิบายว่า “อิสลามโฟเบียคือความเป็นปรปักษ์ต่ออิสลามอย่างไม่มีมูลเหตุ อีกทั้งยังรวมไปถึงผลในทางปฏิบัติของความเป็นปรปักษ์ดังกล่าวในการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อบุคคลและชุมชนมุสลิม และการกีดกันชาวมุสลิมออกจากกิจการทางการเมืองและสังคมกระแสหลัก” (Runnymede Trust, 1997) ในขณะที่องค์การความร่วมมืออิสลาม (Organisation of Islamic Cooperation: OIC) ได้ให้คำจำกัดความอิสลามโฟเบียว่าเป็น “รูปแบบร่วมสมัยของการเหยียดเชื้อชาติและความเกลียดชังชาวต่างชาติที่ได้รับแรงบันดาลใจจากความกลัว ความไม่ไว้วางใจ และความเกลียดชังอิสลามและชาวมุสลิมที่ไม่มีมูลความจริง” (Organisation of Islamic Cooperation, 2008) ยิ่งไปกว่านั้น งานวิจัยของ Lee, S. A., Gibbons, J. A., Thompson, J. M., & Timani, H. S. (2009) ที่พัฒนามาตรวัดอิสลามโฟเบีย (Islamophobia Scale) ได้อธิบายถึงความกลัวที่มีต่อกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งว่าเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับเจตคติที่เป็นอคติ (Prejudicial Attitudes) และพฤติกรรมที่เลือกปฏิบัติ (Discriminatory Behaviors) ดังนั้น อิสลามโฟเบียจึงมีลักษณะเฉพาะของอารมณ์หวาดกลัวและอคติต่อศาสนาอิสลามและพฤติกรรมในการเลือกปฏิบัติต่อชาวมุสลิม ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า อิสลามโฟเบียถือได้ว่าเป็นอคติประเภทหนึ่งที่มีต่อชาวมุสลิมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบด้านความรู้สึกต่อต้านอิสลาม และองค์ประกอบด้านพฤติกรรมต่อต้านมุสลิม

ในขณะเดียวกัน ทฤษฎีการติดต่อระหว่างกลุ่มที่พัฒนาขึ้นโดย Allport (1954) อธิบายว่าการติดต่อระหว่างกลุ่มสามารถลดอคติต่อสมาชิกกลุ่มอื่นได้ ซึ่งสมมติฐานนี้ได้ถูกนำมาใช้ศึกษาเกี่ยวกับปรากฏการณ์อิสลามโฟเบียในโลกตะวันตกอย่างกว้างขวาง โดยการศึกษาจำนวนมากพบว่า ปริมาณ (Quantity) และคุณภาพ (Quality) ของการติดต่อที่มีความสัมพันธ์กับการลดอคติ โดยปริมาณการติดต่อมีความสัมพันธ์กับระดับความถี่ที่บุคคลมีการเผชิญหน้าของสมาชิกระหว่างกลุ่มโดยตรง ในขณะที่คุณภาพการติดต่อสะท้อนถึงขอบเขตของการเผชิญหน้าของสมาชิกระหว่างกลุ่มแบบซึ่งหน้าโดยมีประสบการณ์ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ (Islam & Hewstone, 1993; Kanamori, 2019) ยิ่งไปกว่านั้น มีงานวิจัยที่สำคัญจำนวนมากที่พบว่า การติดต่อกับชาวมุสลิมนั้นมีความเชื่อมโยงอย่างชัดเจนกับทัศนคติต่อรับด้านดีกับชาวมุสลิม (Pickel & Öztürk, 2018; Tausch, Hewstone & Roy, 2009) อีกทั้ง งานวิจัยบางส่วนอธิบายเพิ่มเติมว่า การขยายการติดต่อ (Extended Contact) เป็นตัวทำนายเจตคติระหว่างกลุ่มและช่วยลดอคติได้ เนื่องจากการที่มีเพื่อนนอกกลุ่มหรือเป็นสมาชิกของกลุ่มอื่นจะเพิ่มโอกาสที่คน ๆ หนึ่งจะได้สัมผัสและพบปะกับสมาชิกนอกกลุ่มมากยิ่งขึ้น กลายเป็นการติดต่อเชิงบวกซึ่งมีความสำคัญมากในการปรับปรุงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม (Munniksma, et al., 2013; Pettigrew & Tropp, 2006; Turner et al., 2008) ด้วยเหตุนี้ จึงกล่าวได้ว่าการติดต่อระหว่างกลุ่มมีอิทธิพลเชิงบวกต่ออิสลามโฟเบีย

แนวคิดด้านจิตวิทยาที่อธิบายความขัดแย้งและเชื่อมโยงแรงจูงใจทางศาสนากับอคติ ถูกพัฒนาขึ้นโดย Allport & Ross (1967) และ Alston (1975) โดยได้อธิบายว่า ความเคร่งศาสนา (religiosity หรือ religiousness) นั้นเกี่ยวข้องกับระดับของความสัมพันธ์หรือการยอมรับในการเข้าร่วมปฏิบัติศาสนกิจและกิจกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา รวมไปถึงการยอมรับเลื่อมใสในตัวผู้นำศาสนาของบุคคล ๆ หนึ่ง และได้จำแนกความเคร่งศาสนาไว้สองด้าน คือแรงจูงใจภายใน (Intrinsic) ซึ่งเกี่ยวข้องกับความเชื่อของศาสนาที่มีอิทธิพลต่อความคิด คุณค่า และเป้าหมายของแต่ละบุคคล และแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic) ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับวิธีการที่บุคคลที่ทำหน้าที่หรือแสดงออกตามแนวปฏิบัติของศาสนา รวมไปถึงวิธีการที่ศาสนาชี้นำบุคคลในการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งคนที่มีแรงจูงใจภายในสูงนั้นมีแนวโน้มที่จะมีระดับของอคติที่ต่ำ ในขณะที่คนที่มีระดับแรงจูงใจภายนอกที่สูงจะมีแนวโน้มที่จะมีระดับของอคติที่สูงเช่นกัน (Allport & Ross, 1967)

แนวคิดนี้นำไปสู่สมมติฐานที่กล่าวว่าระดับความเคร่งศาสนาของบุคคลมีอิทธิพลต่ออคติที่มีต่อบุคคลที่มาจากกลุ่มศาสนาที่แตกต่างกัน โดยบุคคลนั้นอาจจะคิดว่าบุคคลที่เป็นสมาชิกของศาสนาอื่นมีความแตกต่างกันมากเกินไปจากกลุ่มของตนเอง เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการปฏิเสธที่จะเรียนรู้ซึ่งกันและกัน นำไปสู่การรับรู้ข้อมูลอย่างไม่เป็นกลางและมองศาสนาอื่นเป็นภัยคุกคามอีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้น งานวิจัยหลายชิ้นพบว่า ผู้นับถือศาสนานิกายรากฐานนิยม (Fundamentalism) นั้นส่วนใหญ่มีความเกี่ยวข้องกับอคติที่มากขึ้นต่อศาสนาอิสลามและชาวมุสลิม โดยเฉพาะชาวมุสลิมที่เป็นชนกลุ่มน้อยในสังคมหรือเป็นผู้อพยพ (Croucher et al., 2014; Yendell & Huber, 2020a; Yendell & Huber, 2020) ด้วยเหตุนี้ จึงกล่าวได้ว่าระดับความเคร่งศาสนาของบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอิสลามโฟเบียอย่างชัดเจน

ในขณะเดียวกัน Novotný & Polonský (2011) ได้อธิบายว่าผู้ที่ไม่ใช่ชาวมุสลิมส่วนใหญ่จะมีความรู้เพียงเล็กน้อยเกี่ยวกับคำสอนของศาสนาอิสลามและวิถีชีวิตของชาวมุสลิม และส่วนมากจะมีเจตคติเชิงลบต่อศาสนาอิสลาม โดยเชื่อว่าศาสนาอิสลามเป็นศาสนาที่มีแนวโน้มในการสนับสนุนความรุนแรงมากกว่าศาสนาอื่น ด้วยเหตุนี้ ตัวแปรความรู้เกี่ยวกับอิสลามจึงเป็นตัวแปรที่สำคัญที่มีอิทธิพลในการทำนายเจตคติที่มีต่อศาสนาอิสลามและชาวมุสลิมได้อย่างดี ทั้งนี้ งานวิจัยของ Mansouri & Vergani (2018) พบว่าปัจจัยความรู้เกี่ยวกับอิสลามเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดระดับของอคติในหลาย ๆ บริบท โดยเฉพาะอคติด้านลบที่มีต่อชาวมุสลิมหรืออิสลามโฟเบีย อย่างไรก็ตาม การศึกษาของ Dunn (2005; 2020) พบว่าอิสลามโฟเบียในปัจจุบันนอกจากที่จะแพร่หลายอยู่ในสังคมแล้ว ยังได้ถูกปรับให้เป็นเรื่องปกติในชีวิตประจำวันโดยสื่อกระแส

หลักอีกด้วย ด้วยสาเหตุนี้เอง การวิจัยในปัจจุบันส่วนใหญ่จึงให้ความสำคัญไปที่ตัวแปรความรู้เกี่ยวกับอิสลามเพิ่มมากขึ้น

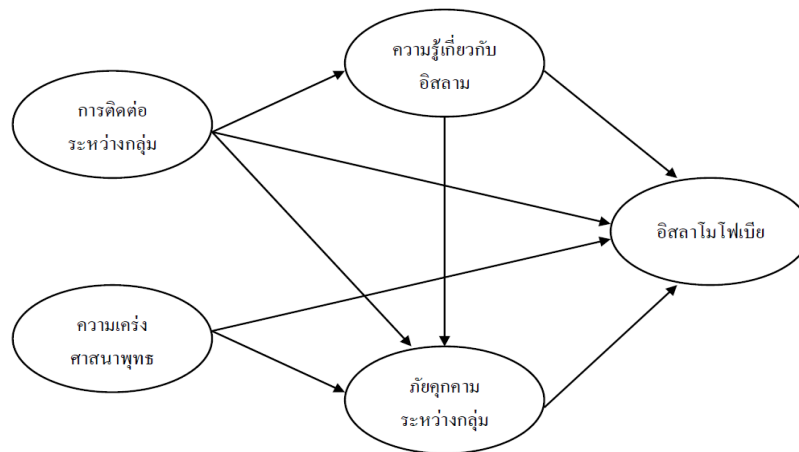
ทั้งนี้ ตัวแปรความรู้เกี่ยวกับอิสลามเป็นตัวแปรที่สำคัญที่มีอิทธิพลในการทำนายเจตคติและอคติได้อย่างดี และมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับทฤษฎีการติดต่อระหว่างกลุ่มและทฤษฎีภัยคุกคามระหว่างกลุ่ม โดยการวิจัยหลายชิ้นพบว่าตัวแปรนี้เป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถลดระดับของอคติได้ในหลากหลายบริบท โดยเฉพาะอคติด้านลบที่มีต่อชาวมุสลิมหรืออิสลามโฝเบีย งานวิจัยของ Dunn (2004) พบว่าถ้าบุคคลมีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดของกลุ่มอื่น บรรทัดฐาน บทบาท และรูปแบบของพฤติกรรม น้อยเพียงใด ก็จะมีแนวโน้มของการถูกมองเป็นภัยคุกคามมากยิ่งขึ้น ในทำนองเดียวกัน งานวิจัยของ O'Donnell, Davis, & Ewart (2017) และ O'Donnell, Ewart, & Alston-Knox (2017) พบว่า การมีความรู้เกี่ยวกับอิสลามหรือชาวมุสลิมน้อยเกินไป จะทำให้เกิดความรู้สึกถูกคุกคามจากศาสนาอิสลามหรือชาวมุสลิมได้ และในทางกลับกัน การที่มีความรู้เกี่ยวกับอิสลามมากขึ้นนั้นมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการรับรู้ภัยคุกคาม ด้วยเหตุนี้ จึงกล่าวได้ว่า ความรู้เกี่ยวกับอิสลามมีอิทธิพลโดยตรงกับอิสลามโฝเบีย

ทฤษฎีภัยคุกคามระหว่างกลุ่มนั้นถูกพัฒนาขึ้นโดย Stephan, Ybarra & Morrison (2009) ซึ่งอธิบายว่ากลุ่มชนต่าง ๆ ส่วนใหญ่อยู่รอดได้ด้วยความสามารถในการรักษาอัตลักษณ์ของกลุ่ม เช่นเดียวกับความสามารถในการปกป้องตนเองจากกลุ่มอื่น หรือผู้ที่เป็นภัยคุกคามต่อวิถีชีวิตของกลุ่มตน จึงอาจนำไปสู่ความเป็นปรปักษ์ระหว่างกลุ่มและอคติต่อกลุ่มอื่น เพราะผู้คนมีแนวโน้มที่จะคาดการณ์ภัยคุกคามจากกลุ่มอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มตน ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้เกิดอคติได้ โดยที่ภัยคุกคามประกอบไปด้วยภัยคุกคามเชิงสัญลักษณ์ หมายถึงการคุกคามต่อศาสนา ค่านิยม ความเชื่อ อุดมการณ์ และโลกทัศน์ของกลุ่ม ภัยคุกคามเชิงประจักษ์ หมายถึงภัยคุกคามต่ออำนาจ ทรัพยากร และความเป็นอยู่ที่ดีของสมาชิกทั้งหมดภายในกลุ่ม และภัยคุกคามความปลอดภัย หมายถึง การรับรู้ถึงภัยคุกคามต่อความปลอดภัยทางกายภาพ ความมั่นคง และสวัสดิภาพของกลุ่ม

ทฤษฎีนี้ได้รับการยอมรับและมีการวิจัยเพิ่มขึ้นมากในช่วงเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา อีกทั้งได้มีการนำไปใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภัยคุกคามระหว่างกลุ่มกับอิสลามโฝเบียระหว่างชาวมุสลิมและผู้ที่ไม่ใช่ชาวมุสลิม โดยงานวิจัยหลายชิ้นพบว่าเมื่อบุคคลมองว่ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งกำลังคุกคามความเป็นอยู่ที่ดีของกลุ่มตนเอง บุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติและพฤติกรรมเชิงลบต่อกลุ่มนั้น ซึ่งในด้านของภัยคุกคามเชิงประจักษ์ ชาวมุสลิมอาจถูกมองว่าเป็นคู่แข่งทางเศรษฐกิจหรือการเมือง ซึ่งนำไปสู่การมองว่าเป็นภัยคุกคามต่อผลประโยชน์ของกลุ่มส่วนใหญ่ ในขณะที่ในด้านของภัยคุกคามเชิงสัญลักษณ์ พบว่าชาวมุสลิมที่มีการปฏิบัติทางศาสนาและประเพณีที่แตกต่าง จึงอาจถูกมองว่าเป็นภัยคุกคามต่อวัฒนธรรมหลักและบรรทัดฐานของสังคม ส่งผลให้เกิดความวิตกกังวลและมองชาวมุสลิมเป็นศัตรู (Tausch et al., 2009) และในด้านภัยคุกคามด้านความปลอดภัยนั้นก็เป็นตัวทำนายอิสลามโฝเบียที่ดีเนื่องจากมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญในบริบทของสังคมที่มีความขัดแย้งกันอย่างรุนแรง (Uenal, 2016) ด้วยเหตุนี้ จึงสามารถกล่าวได้ว่าภัยคุกคามระหว่างกลุ่มมีอิทธิพลทางตรงกับอิสลามโฝเบียอย่างชัดเจน

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้นำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานเชิงอธิบาย (Explanatory Mixed-methods Research)

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนชาวไทยพุทธที่มีอายุ 18 ปี บริบูรณ์ขึ้นไปอาศัยอยู่ในพื้นที่ตึงเครียด (เอกรินทร์ ต่วนศิริ และ อันวาร์ กอมะ, 2562) ในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ของประเทศไทย ในการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจะต้องมีขนาด 10-20 เท่าต่อพารามิเตอร์หรือตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดของตัวแบบที่ทำการศึกษา โดยการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ 16 ตัวแปร จึงต้องใช้กลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 320 คน (Hair et al., 2018; Schumacker & Lomax, 2016) โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามออกไป 550 ชุด แต่ได้กลับมา 510 ชุด และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) ตามสัดส่วนของประชากรในแต่ละจังหวัด จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักของการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเดี่ยว (In-depth Interview) ได้แก่ประชาชน 15 คน จาก 3 จังหวัด แบ่งตามภูมิภาค ตามหลักการ triangulation (Fugard, & Potts, 2015) จาก 5 กลุ่มอาชีพ คือ (1) ผู้รับจ้างทั่วไป (2) ผู้นำชุมชน (3) ข้าราชการ (4) นักวิชาการ และ (5) ผู้ประกอบการ โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีการกำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ยของแบบสอบถาม โดยใช้มาตราไลเกิร์ต (Likert Scale) 7 ระดับ โดยผลการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา พบว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.905 ในขณะที่เครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพคือแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interviews)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (Coefficient of Variation) ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) หลังจากนั้นตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงโดยวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor

Analysis: CFA) เพื่อทดสอบว่าตัวแบบสมการในแต่ละองค์ประกอบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่โดยใช้วิธีการสถิติ KMO และ Bartlett's Test of Sphericity หลังจากนั้นทดสอบตัวแบบอิสลามโอฟีเบียในประเทศไทยด้วยการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (SEM) โดยประเมินความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลประจักษ์ด้วยการพิจารณาจากค่าสถิติวัดระดับความสอดคล้อง ได้แก่ ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีอิงเกณฑ์ (Normed Fit Index: NFI) ดัชนีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) ดัชนีความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker-Lewis (Tucker-Lewis Index: TLI) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-Square: X^2/df) และค่าสหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง (Square Multiple Correlation: R^2) ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และทำการสังเคราะห์ข้อมูล (Synthesis) มาผสมผสานข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อยืนยันตัวแบบอิสลามโอฟีเบียในประเทศไทย

ผลการวิจัย

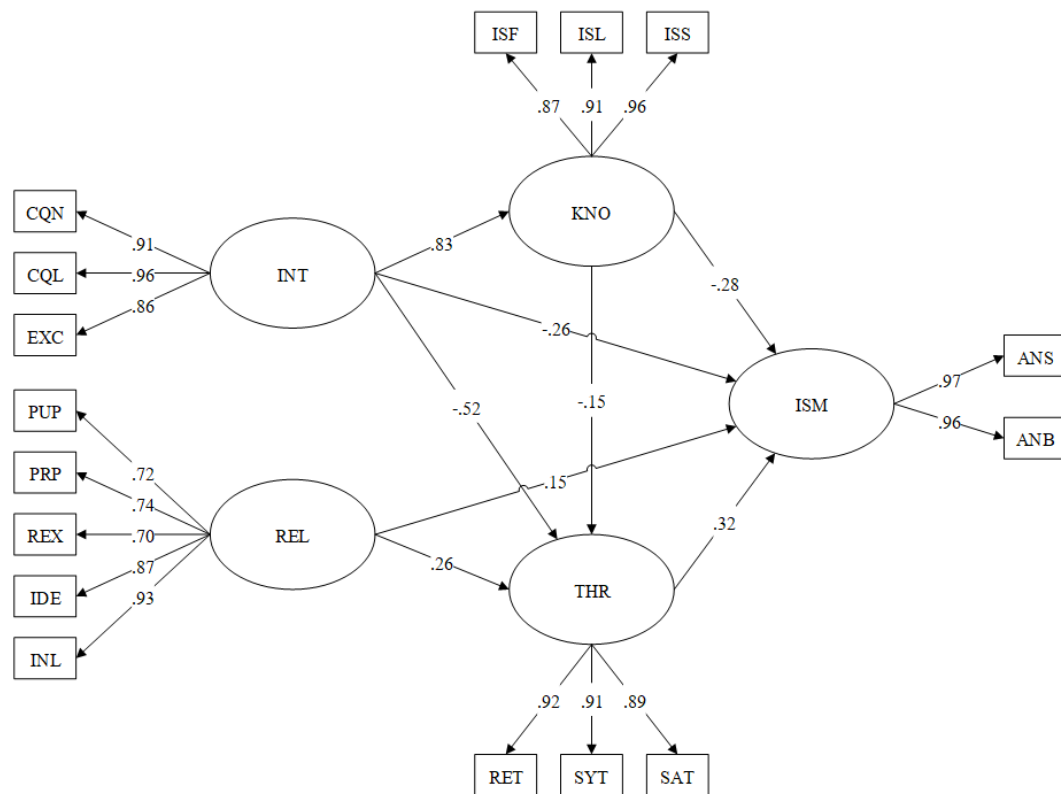
จากวัตถุประสงค์ข้อ 1 ในการพัฒนาตัวแบบสมการโครงสร้างอิสลามโอฟีเบียในประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถอธิบายผลการวิจัยได้ดังนี้

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบสมการโครงสร้าง โดยผลการวิเคราะห์องค์ประกอบรวมทุกตัวแปรแฝงปรากฏว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้พิจารณาได้จากค่า $X^2 = 76.637$, $X^2/df = 1.179$, $df = 65$, $p = .153$, $GFI = .982$, $CFI = .999$, $NFI = .991$, $RMSEA = .019$ และ $TLI = .998$ เมื่อพิจารณาจากการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่า ตัวบ่งชี้มีน้ำหนักองค์ประกอบระหว่าง .50 ถึง .91 และทุกตัวแปรบ่งชี้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 แสดงว่าตัวบ่งชี้ทุกตัวเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของโมเดลอิสลามโอฟีเบียในประเทศไทย

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM)

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างตามแนวคิด ทฤษฎี และสมมติฐาน จนเป็นโมเดลสมมติฐาน (Hypothesized model) จากนั้นทำการปรับโมเดลตามที่โปรแกรมแนะนำจนได้โมเดลที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เรียกว่าโมเดลปรับแก้ (Adjusted model) ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ทุกดัชนี ซึ่งพิจารณาได้จากค่า $X^2 = 85.372$, $X^2/df = 1.261$, $df = 68$, $p = .072$, $GFI = .980$, $CFI = .998$, $NFI = .990$, $RMSEA = .023$ และ $TLI = .996$) และตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของอิสลามโอฟีเบียได้ร้อยละ 81 จึงสรุปได้ว่าตัวแบบที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ทำให้ได้ตัวแบบสมการโครงสร้างที่ปรับปรุงสมบูรณ์แล้วดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงตัวแบบสมการโครงสร้างอิสลามโฝเบียในประเทศไทยที่ปรับปรุงสมบูรณ์แล้ว
การวิเคราะห์ขนาดอิทธิพลของตัวแปรในโมเดลเชิงสาเหตุ

ต่อมาผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปรทั้งหมด ทำให้ได้ค่าอิทธิพลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งทางตรง ทางอ้อมและโดยรวม ผลการวิเคราะห์นำเสนอได้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ขนาดอิทธิพลของตัวแปร

ตัวแปรผล ตัวแปรเหตุ	อิสลามโฝเบีย (ISM)		
	DE	IE	TE
การติดต่อระหว่างกลุ่ม (INT)	-0.261**	-0.444**	-0.705**
ความเคร่งศาสนาพุทธ (REL)	0.155**	0.085**	0.240**
ความรู้เกี่ยวกับอิสลาม (KNO)	-0.284**	-0.048**	-0.332**
ภัยคุกคามระหว่างกลุ่ม (THR)	0.323**	-	0.323**

หมายเหตุ : **p < 0.01

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นของโมเดลปรับแก้ พบว่า อิสลามโฝเบียได้รับอิทธิพลทางตรง (DE) จากภัยคุกคามระหว่างกลุ่มมากที่สุด รองลงมาคือ ความรู้เกี่ยวกับอิสลาม การติดต่อระหว่างกลุ่ม และความเคร่งศาสนาพุทธตามลำดับ ส่วนอิสลามโฝเบียได้รับอิทธิพลทางอ้อม (IE) จากการติดต่อระหว่างกลุ่มมากที่สุด รองลงมาคือ ความเคร่งศาสนาพุทธ และความรู้เกี่ยวกับอิสลามตามลำดับ นอกจากนี้พบว่าอิสลามโฝเบียได้รับอิทธิพลรวม (TE) จากการติดต่อระหว่างกลุ่มมากที่สุด รองลงมาคือความรู้เกี่ยวกับอิสลาม ภัยคุกคามระหว่างกลุ่ม และความเคร่งศาสนาพุทธตามลำดับ

ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่าตัวแปรสำคัญที่จะต้องมุ่งเน้นและดำเนินการมากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ภัยคุกคามระหว่างกลุ่ม ที่ต้องมีการแทรกแซง ป้องกัน ส่งเสริมที่ชัดเจน เช่น การดำเนินปรับเปลี่ยนและสร้างอัตลักษณ์มุสลิมใหม่ การสร้างและจัดระบบพื้นที่กลางชุมชน และการส่งเสริมการจัดทำ

ประวัติศาสตร์ชุมชนร่วมกัน รองลงมาได้แก่ ด้านความรู้เกี่ยวกับอิสลาม เช่น การดำเนินการปรับปรุงหลักสูตร และการจัดการเรียนการสอนเพื่อป้องกันการให้ข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับศาสนาอิสลามและชาวมุสลิมที่ไม่ถูกต้อง และสุดท้ายคือ ด้านการติดต่อระหว่างกลุ่ม เช่น การใช้กระบวนการยุติธรรมทางเลือก การจัดตั้งศูนย์ประสานงานชาวไทยพุทธและมุสลิมในพื้นที่ตึงเครียด และการส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน และเรื่องสุดท้ายคือ ด้านความเคร่งศาสนาพุทธ เช่น การเฝ้าระวังกลุ่มเครือข่ายองค์กรปกป้องพระพุทธศาสนาต่าง ๆ ในการให้ข้อมูลที่บิดเบือนความจริง และการป้องกันองค์กรพุทธชาตินิยมสุดโต่งในการปลุกระดมให้ใช้ความรุนแรงกับชาวมุสลิม

จากวัตถุประสงค์ในการวิจัยข้อที่ 2 การนำเสนอแนวทางการลดกระแสอิสลามโฝเปียในประเทศไทย ผู้วิจัยพบว่าผลการวิจัยสนับสนุนตามทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษาอย่างชัดเจนว่าการลดกระแสอิสลามโฝเปียในประเทศไทย ควรให้น้ำหนักกับปัจจัยด้านการรับรู้ภัยคุกคามระหว่างกลุ่มมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านความรู้เกี่ยวกับอิสลาม ด้านการติดต่อระหว่างกลุ่ม และด้านความเคร่งศาสนาพุทธ เนื่องจากมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่ออิสลามโฝเปียในประเทศไทย

อภิปรายผล

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่าตัวแบบสมการโครงสร้างที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดีมาก และจากผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตัวแปรการติดต่อระหว่างกลุ่ม (intergroup contact) นั้นพบว่ามีอิทธิพลต่ออิสลามโฝเปียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเป็นอิทธิพลเชิงลบ ซึ่งหมายความว่ายิ่งระดับของการติดต่อระหว่างกลุ่มเพิ่มมากขึ้นเท่าใด ก็จะทำให้กระแสอิสลามโฝเปียหรือความหวาดกลัวอิสลามลดลง ผลการทดสอบสมมติฐานนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Abrams et al. (2017); González et al. (2008) และ Gravelle (2021) ที่กล่าวว่าการติดต่อระหว่างกลุ่มทั้งทางตรงและทางอ้อมได้รับการพิสูจน์แล้วว่าเป็นกลไกหลักที่มีประสิทธิภาพในการลดอคติ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pettigrew et al. (2006); Pettigrew et al. (2011); Pickel & Öztürk (2018) และ Turner et al. (2008) ที่สนับสนุนสมมติฐานการติดต่อระหว่างกลุ่มว่าสามารถลดอคติต่อชาวมุสลิม แม้จะต้องเผชิญกับภัยคุกคามที่เป็นรูปธรรม

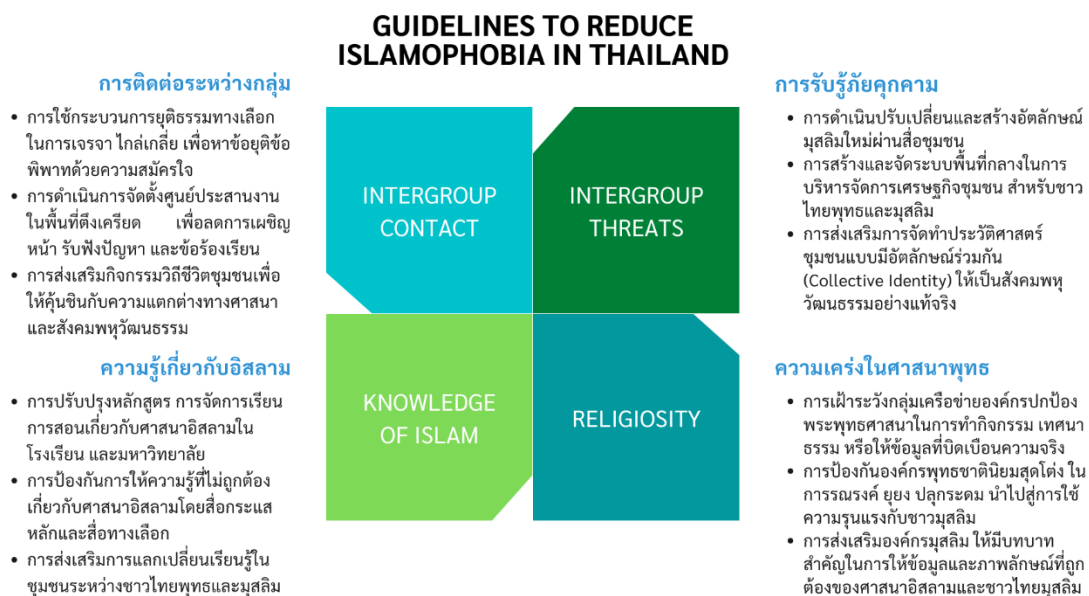
ในขณะที่ตัวแปรความเคร่งศาสนาพุทธ (religiosity) จากการศึกษาค้นคว้าพบว่ามีอิทธิพลต่ออิสลามโฝเปียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นเดียวกัน โดยเป็นอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่ายกระดับความเคร่งศาสนาของบุคคลเพิ่มมากขึ้นเท่าใด ก็จะทำให้กระแสอิสลามโฝเปียหรือความหวาดกลัวอิสลามเพิ่มมากขึ้นด้วยเท่านั้น โดยผลการทดสอบสมมติฐานนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Brambilla et al. (2013); Ciftci (2012); Croucher et al. (2014); Huber & Yendell (2019) และ Yendell & Huber (2020a; 2020b) ที่พบว่าความเคร่งศาสนา นั้น เมื่อประกอบกับมุมมองนิกายรากฐานนิยมที่มีความเคร่งครัด มีความเชื่อมโยงอย่างชัดเจนกับความหวาดกลัวอิสลาม สนับสนุนสมมติฐานที่ว่าความเคร่งศาสนาส่วนบุคคลที่สูงมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเชิงลบต่อศาสนาอิสลามมากขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้น ในการศึกษาค้นคว้าพบว่าตัวแปรความรู้เกี่ยวกับอิสลาม (knowledge of Islam) มีอิทธิพลต่ออิสลามโฝเปียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเป็นอิทธิพลเชิงลบ โดยสามารถอธิบายได้ว่าหากบุคคลมีความรู้เกี่ยวกับศาสนาอิสลามหรือชาวมุสลิมมากเท่าใด ก็จะทำให้กระแสอิสลามโฝเปียหรือความหวาดกลัวอิสลามลดลงนั่นเอง ซึ่งผลวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ciftci (2012); Dunn (2004; 2005); Mansouri & Vergani (2018); (Novotný & Polonský (2011) ; O'Donnell, Davis, & Ewart (2017) และ O'Donnell,



Ewart & Alston-Knox (2017) ที่กล่าวว่า ความรู้ที่มากขึ้นเกี่ยวกับศาสนาอิสลามเชื่อมโยงกับการรับรู้ภัยคุกคามที่น้อยลง และส่งผลให้อคติที่มีต่อชาวมุสลิมลดลงด้วย

สำหรับตัวแปรภัยคุกคามระหว่างกลุ่ม (Intergroup Threats) ผลการวิจัยพบว่ามีอิทธิพลต่ออิสลามโฟเบียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเป็นอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าหากบุคคลมีการรับรู้ถึงภัยคุกคามจากศาสนาอิสลามหรือชาวมุสลิม ไม่ว่าจะเป็นจริงหรือไม่ก็ตาม เพิ่มมากขึ้นเท่าใด ก็จะมีกระแสอิสลามโฟเบียหรือความหวาดกลัวอิสลามเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งผลวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Croucher et al. (2014) ; Makashvili et al. (2018) ; Tahir et al. (2019) และ Uenal (2016a; 2016b) ที่กล่าวว่า การรับรู้ถึงภัยคุกคามระหว่างกลุ่มเกี่ยวข้องกับความหวาดกลัวอิสลาม โดยส่งผลกระทบต่ออคติต่อชาวมุสลิมกับความรู้สึกรู้สึกต่อต้านอิสลาม



ภาพที่ 3 แสดงแผนภาพแนวทางในการลดกระแสอิสลามโฟเบียในประเทศไทย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของการวิจัยในการพัฒนาแนวทางในการลดกระแสอิสลามโฟเบียในประเทศไทยนั้น ผู้วิจัยนำเสนอแผนภาพแนวทางในการลดกระแสอิสลามโฟเบียในประเทศไทย เพื่อใช้ประกอบในการกำหนดแนวทางดำเนินงานที่เน้นย้ำถึงความสำคัญของการดำเนินการเชิงกลยุทธ์ในการลดความหวาดกลัวอิสลาม ดังแสดงในรูปที่ 3 ทั้งนี้ แนวปฏิบัติเหล่านี้จัดทำขึ้นเพื่อให้หน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ โดยเน้นที่ประโยชน์ของการส่งเสริม การแทรกแซง และกลยุทธ์การป้องกัน แนวทางหลักได้แก่

(1) ดำเนินโครงการการศึกษาที่ส่งเสริมเจตคติเชิงบวกและตอบรับต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Multiculturalism)

(2) อำนวยความสะดวกโอกาสในการสร้างโอกาส หรือการเปิดพื้นที่สาธารณะให้เกิดการติดต่อเชิงบวก มีการปฏิสัมพันธ์เชิงบวกเพื่อสร้างและจัดการผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างสมาชิกของกลุ่มชุมชนที่หลากหลาย

(3) การแทรกแซงเพื่อลดทอนขบวนการกีดเซาะบ่อนทำลายศาสนาอิสลาม โดยเฉพาะจากกลุ่มพุทธชาตินิยมหัวรุนแรงในการสร้างวาทกรรมต่อต้านศาสนาอิสลามและชาวมุสลิม และสุดท้าย

(4) มุ่งเน้นไปที่การป้องกันหรือลดการรับรู้เชิงลบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เกิดจากการเล่าเรื่องเกี่ยวกับภัยคุกคามที่ไม่มีมูลหรือเกินจริง ซึ่งเผยแพร่โดยสื่อกระแสหลักและสื่อรอง

โดยมาตรการเหล่านี้มีจุดมุ่งหมายร่วมกันเพื่อแก้ไขและลดความเข้มข้นของความหวาดกลัวอิสลามในประเทศไทย โดยเน้นย้ำถึงแนวทางที่หลากหลายซึ่งรวมถึงการศึกษา การมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงบวก การแทรกแซงเชิงวิพากษ์วิจารณ์ และการแก้ไขการรับรู้ภัยคุกคามที่เกิดจากการเข้าใจผิด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ เช่น หน่วยงานของรัฐ และองค์กรพัฒนาเอกชนที่รับผิดชอบด้านสิทธิมนุษยชน ศาสนา และนโยบายพหุวัฒนธรรม สามารถใช้ผลการวิจัยเพื่อนี้เพื่อพัฒนากลยุทธ์และนโยบายและออกแบบโครงการเพื่อต่อสู้กับความหวาดกลัวอิสลาม โดยมุ่งสร้างความตระหนักรู้ ส่งเสริมความเข้าใจ การไม่แบ่งแยกทางศาสนา และส่งเสริมความอดทนในหมู่ชุมชนศาสนาต่าง ๆ ในประเทศไทย

2. ควรมีการนำผลการวิจัยนี้ไปศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มประชากรที่หลากหลาย ในบริบทของพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศไทย ว่าผลที่ได้มีความเหมือนหรือแตกต่างกับงานวิจัยนี้หรือไม่ และศึกษาเพิ่มเติมในรูปแบบของการวิเคราะห์ด้วยวิธีศึกษาระยะยาว (longitudinal study) เพื่อให้เข้าใจว่าอิสลามโอเพียมีการปรับเปลี่ยนอย่างไรในระยะยาว

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงหรือพัฒนามาตรวัดสำหรับตัวแปรให้มีความเหมาะสมกับบริบทของสังคม เศรษฐกิจ ค่านิยม และวัฒนธรรมของสังคมไทยอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- เอกรินทร์ ต่วนศิริ และ อันวาร์ กอมะ. (2562). ความสัมพันธ์ที่เปราะบางระหว่างชาวพุทธและมุสลิมในสังคมไทย. *วารสารอิสลามศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 10(2), 14-26
- Abrams, D., Van de Vyver, J., Houston, D. M., & Vasiljevic, M. (2017). Does terror defeat contact? Intergroup contact and prejudice toward Muslims before and after the London bombings. *Peace and Conflict: Journal of Peace Psychology*, 23(3), 260-268.
- Allport, G. W. (1954). *The Nature of Prejudice*. Cambridge, MA: Addison-Wesley.
- Allport, G. W., & Ross, J. M. (1967). Personal Religious Orientation and Prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 5, 432-443.
- Alston, J. P. (1975). Three measures of current levels of religiosity. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 14(2), 165-168.
- Brambilla, M., Manzi, C., Regalia, C., & Verkuyten, M. (2013). Religiosity and prejudice: different patterns for two types of religious internalization. *The Journal of Social Psychology*, 153(4), 486-492.
- Ciftci, S. (2012). Islamophobia and threat perceptions: Explaining anti-Muslim sentiment in the West. *Journal of Muslim Minority Affairs*, 32(3), 293-309.
- Croucher, S. M., Galy-Badenas, F., & Ruotsalainen, M. (2014). Host culture acceptance, religiosity, and the threat of Muslim immigration: An integrated threat analysis in Spain. *Journal of Intercultural Communication*, 35, 3.

- Doger, G. K., & Ali, R. (2023, February 3). *Islamophobia should be criminal offense, says Malaysian official*. Retrieved April 27, 2023, from <https://www.aa.com.tr>
- Dunn, K. M. (2004). *Attitudes Towards Islam in Australia. Report for the Australia-Indonesia Institute*. Geography Department, University of New South Wales.
- Dunn, K. M. (2005). Australian public knowledge of Islam. *Studia Islamika*, 12(1), 1-32.
- Dunn, K. M., Sharples, R., Diallo, T., Derbas, A., Vergani, M., McGarty, C., Elias, A. (2020). *Understanding Victorians' Varied Attitudes Towards Muslims*. Sydney: Western Sydney University.
- Fugard, A. J. B., & Potts, H. W. W. (2015). Supporting thinking on sample sizes for thematic analyses: A quantitative tool. *International Journal of Social Research Methodology: Theory & Practice*, 18(6), 669–684.
- González, K. V., Verkuyten, M., Weesie, J., & Poppe, E. (2008). Prejudice towards Muslims in the Netherlands: Testing integrated threat theory. *British Journal of Social Psychology*, 47(4), 667-685.
- Gravelle, T. B. (2021). Explaining Islamophobia in Australia: Partisanship, intergroup contact, and local context. *Australian Journal of Political Science*, 56(2), 132-152.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis* (8thed.). Boston: Cengage.
- Huber, S., & Yendell, A. (2019). Does religiosity matter?: explaining right-wing extremist attitudes and the vote for the Alternative for Germany (AfD). *Religion and society in Central and Eastern Europe*, 12(1), 63–82.
- Islam, M. R., & Hewstone, M. (1993). Dimensions of contact as predictors of intergroup anxiety, perceived out- group variability, and out- group attitude: an integrative model. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 19, 700-710.
- Kanamori, Y. (2019). The effects of intergroup contact on intergroup anxiety and transgender prejudice: An examination using structural equation modeling (Order No. 13903076). *ProQuest Dissertations & Theses Global*. Retrieved from <https://www.proquest.com/dissertations-theses/effects-intergroup-contact-on-anxiety-transgender/docview/2308215328/se-2?accountid=28710>
- Kenny, P. (2021, March 4). *Anti-Muslim hatred at 'epidemic' proportions: UN expert*. Retrieved April 27, 2023, from <https://www.aa.com.tr>
- Lee, S. A., Gibbons, J. A., Thompson, J. M., & Timani, H. S. (2009). The Islamophobia Scale: Instrument development and initial validation. *International Journal for the Psychology of Religion*, 19(2), 92-105.
- Makashvili, A., Vardanashvilia, I., & Javakhishvilia, N. (2018). Testing intergroup threat theory: Realistic and symbolic threats, religiosity and gender as predictors of prejudice. *Europe's Journal of Psychology*, 14(2), 464–484.
- Mansouri, F., & Vergani, M. (2018). Intercultural Contact, Knowledge of Islam, and Prejudice Against Muslims in Australia. *International Journal of Intercultural Relations*, 66, 85-94.

- Munniksma, A., Stark, T. H., Verkuyten, M., Flache, A., & Veenstra, R. (2013). Extended intergroup friendships within social settings: The moderating role of initial outgroup attitudes. *Group Processes & Intergroup Relations*, 16(6), 752–770.
- Novotný, J., & Polonský, F. (2011). The level of knowledge about Islam and perception of Islam among Czech and Slovak university students: Does ignorance determine subjective attitudes? *Sociológia*, 43(6), 674-696.
- O'Donnell, K., Davis, R., & Ewart, J. (2017). Non-Muslim Australians' knowledge of Islam: Identifying and rectifying knowledge deficiencies. *Journal of Muslim Minority Affairs*, 37(1), 41-54.
- O'Donnell, K., Ewart, J., & Alston-Knox, C. (2017). Baseline knowledge of Islam and Muslims: A study of Australian government crisis communication officials. *Salus Journal*, 5(2), 16-35.
- Organisation of Islamic Cooperation. (2008). *1st OIC Observatory Report on Islamophobia*. Saudi Arabia: The OIC Islamophobia Observatory.
- Pettigrew, T. F., & Tropp, L. R. (2006). A Meta-analytic Test of Intergroup Contact Theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 751–783.
- Pettigrew, T. F., Tropp, L. R., Wagner, U., & Christ, O. (2011). Recent advances in intergroup contact theory. *International Journal of Intercultural Relations*, 35(3), 271-280.
- Pickel, G., & Öztürk, C. (2018). Islamophobia without Muslims? The “Contact Hypothesis” as an explanation for anti-Muslim attitudes – Eastern European societies in a comparative perspective. *Journal of Nationalism, Memory & Language Politics*, 12(2), 163-191.
- Runnymede Trust. (1997). *Islamophobia: A Challenge for Us All*. London: Runnymede Trust.
- Stephan, W. G., Ybarra, O., & Morrison, K. R. (2009). Intergroup threat theory. In T. D. Nelson (Ed.), *Handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination* (43-59). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Tahir, H., Kunst, J. R., & Sam, D. L. (2019). Threat, anti-Western hostility and violence among European Muslims: The mediating role of acculturation. *International Journal of Intercultural Relations*, 73, 74-88.
- Tausch, N., Hewstone, M., & Roy, R. (2009). The relationships between contact, status and prejudice: An integrated threat theory analysis of Hindu-Muslim relations in India. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 19(2), 83-94.
- Turner, R., Hewstone, M., Voci, A., & Vonofakou, C. (2008). A test of the extended intergroup contact hypothesis: the mediating role of intergroup anxiety, perceived ingroup and outgroup norms, and inclusion of the outgroup in the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(4), 843-860.
- Uenal, F. (2016a). Disentangling Islamophobia: The differential effects of symbolic, realistic, and terroristic threat perceptions as mediators between social dominance orientation and Islamophobia. *Journal of Social and Political Psychology*, 4(1), 66–90.

- Uenal, F. (2016b). The “Secret Islamization” of Europe: Exploring integrated threat theory for predicting Islamophobic conspiracy stereotypes. *International Journal of Conflict and Violence*, 9(1), 93-108.
- Yendell, A., & Huber, S. (2020a). Negative views of Islam in Switzerland with special regard to religiosity as an explanatory factor. *Journal for Religion, Society and Politics*, 4, 81–103.
- Yendell, A., & Huber, S. (2020b). The relevance of the centrality and content of religiosity for explaining Islamophobia in Switzerland. *Religions*, 11(3), 129.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดเชียงใหม่

Factors Influencing the Development of Livable Cities of Local Administrative Organizations in Chiang Mai Province

รวิช ชัยแก้ว¹, ทวี แจ่มจำรัส², สำเนียง มณีฉาย³, และ ไพรพร แสงจันทร์⁴

Tawach Chikaew¹, Tawee Jamjumrus², Samnieng Maneechai³ and Praiaporn Saengchan⁴

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

Corresponding Author, Email: Tawach.Chi@outlook.co.th

Received: 2023-6-20; Revised: 2024-3-29; Accepted: 2024-3-30

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความสำคัญการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นโยบายของภาครัฐ การเสริมสร้างแรงจูงใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชน 2) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นโยบายของภาครัฐ การเสริมสร้างแรงจูงใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ และ 3) นำเสนอแนวทางการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณมีกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหารขององค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และตำบล ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ตัวอย่าง สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึก ประกอบด้วย นายก อบจ.เชียงใหม่ และเจ้าหน้าที่ นายกเทศบาล นายก อบต. และ ตัวแทนภาคประชาชน รวมทั้งสิ้น 17 คนและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การเสริมสร้างแรงจูงใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชน มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนนโยบายของภาครัฐ และภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก 2) นโยบายของภาครัฐมีอิทธิพลเชิงสาเหตุรวมต่อการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การเสริมสร้างแรงจูงใจ ภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของประชาชน ตามลำดับ และ 3) แนวทางการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีลักษณะเป็นภาพแผนภูมิประกอบด้วย นโยบายของภาครัฐที่มีอิทธิพลรวมมากที่สุด เป็นฐานผลึกดันอยู่ล่างสุด มีการเสริมสร้างแรงจูงใจ และภาวะผู้นำของผู้นำของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อยู่ตรงกลาง และการมีส่วนร่วมของประชาชนช่วยส่งเสริมอยู่ในระดับบน

คำสำคัญ: การพัฒนาเมืองน่าอยู่, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น, เชียงใหม่



Abstract

The objectives of this research are 1) to study the important level of livable city development of local administrative organizations in Chiang Mai Province, Leadership of local administrative organizations, Administrators, Government policy, Motivation enhancement, and public participation 2) to study the causal factors of the leadership of local administrative Organization executives, Government policy, Motivation enhancement, and public participation that influences the development of livable cities of local administrative organizations in Chiang Mai Province, and 3) to present guidelines for the development of livable cities of local administrative organizations in Chiang Mai Province. This research was mixed-method research. Quantitative research has a sample group: executives of local government organizations including provincial administrative organizations, municipalities, and sub-district administrative organizations in Chiang Mai province. The sample size was 400. Stratified random sampling use questionnaires to collect data. Data were analyzed using structural equation modeling. for qualitative research Data were collected using in-depth interviews, with a group of local government organizations, consisting of the president of the Chiang Mai Provincial Administrative Organization and officials, the mayor of the municipality, the president of the sub-district administrative organization, and representatives of the public sector, a total of 17 people, and analyzed the data using content analysis.

The research results found that 1) livable city development of local administrative organizations. Motivation enhancement and public participation It is important at the highest level. As for government policy and the leadership of local administrative organization executives, all are important at a high level. 2) Government policy has the greatest overall causal influence on the development of livable cities of local government organizations in Chiang Mai Province. Followed by: Motivation enhancement Leadership of local government organization executives and public participation, respectively, and 3) obtaining guidelines for developing a livable city of local government organizations in Chiang Mai Province, in the form of a diagram consisting of Government policies that have the most overall influence It is the bottom pushing base. Motivation is strengthened. The leadership of the leaders of local government organizations is in the middle, and public participation helps to help promote it at the upper level as well.

Keywords: Development of Livable Cities, Local Administrative Organizations, Chiang Mai Province

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยประสบปัญหาความอ่อนแอของระบบนิเวศของเมืองต่าง ๆ เป็นผลพวงมาจากการเติบโตของเมืองที่ไร้ระเบียบวินัย และการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดอย่างฟุ่มเฟือย ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญต่อการทำลายสิ่งแวดล้อม จนเกิดสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรมส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนโดยรวม จากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้น การพัฒนาเมือง

แนวใหม่ในเชิงพัฒนาและอุตสาหกรรมควบคู่ไปกับการพัฒนาเมืองให้เป็นที่น่าอยู่ โดยเน้นให้ความสำคัญในการพัฒนาทางในด้านประชากร ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติของชุมชนของแต่ละพื้นที่รวมถึงการพัฒนาสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ทางกายภาพที่สร้างขึ้น (Built Environment) ตลอดถึงทรัพยากรด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นการนำความรู้ดั้งเดิมและวิทยาการสมัยใหม่ให้นำมาประยุกต์ใช้ผสมผสานกัน โดยเฉพาะการให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนกระบวนการฟื้นฟูและพัฒนาทรัพยากรที่เสื่อมโทรมให้ฟื้นคืนกลับมาทดแทนใหม่ จัดให้มีการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมด้วยการเสริมสร้างจิตสำนึกของประชาชนให้รักหวงแหน ดำรงรักษาศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ดั่งงามให้คงอยู่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น แบบยั่งยืน นอกจากนี้ยังให้ท้องถิ่นเข้ามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาเพื่อยกระดับศักยภาพของตนเองช่วยเป็นภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะส่งผลกระทบให้ด้านต่าง ๆ ของสังคมไทยตลอดเวลา ซึ่งการจัดระเบียบใหม่ของสังคมโลกในด้านการค้าและเทคโนโลยีโดยมีกรอบกลยุทธ์เพื่อไปสู่ความเป็นเมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืน (ปรีดี บุณศิริ, 2560)

แนวความคิดการพัฒนาเมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืนมุ่งเน้นที่เป็นองค์รวม ยึดคนเป็นศูนย์กลาง อาศัยความเข้มแข็งของชุมชนเป็นรากฐานในการพัฒนามุ่งให้เกิดความสงบ สะดวก สะอาด ปลอดภัย มีระเบียบวินัย มีเศรษฐกิจฐานรากเข้มแข็ง มีระบบบริหารที่ดี ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี วิถีชีวิตที่ดี มีความสุข สำหรับการทำให้เมืองและชุมชนให้น่าอยู่ที่สำคัญต้องอาศัยพลังการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนอย่างจริงจังและต่อเนื่องเพื่อผลักดันให้เกิดการบริหารจัดการและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เมืองน่าอยู่ ชุมชนน่าอยู่ ที่มุ่งพัฒนาโลกและการบริหารจัดการเมืองและชุมชนอย่างเป็นระบบ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ที่ดีของคนไทย (ศรีนวล วิหครัตน์, 2561) อนึ่งประเทศไทยมีการริเริ่มโครงการและนโยบายการจัดการเมืองน่าอยู่-ชุมชนน่าอยู่ ซึ่งผ่านความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 25 เมษายน พ.ศ. 2543 สอดคล้องกับบทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ในมาตรา 76 ซึ่งกำหนดให้รัฐต้องส่งเสริมสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการกำหนดกรอบนโยบายการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคม รวมทั้งการตรวจสอบการใช้อำนาจอธิปไตยระดับ และรับฟังแนวคิดความต้องการของประชาชนซึ่งอยู่ในแต่ละพื้นที่ได้มีบทบาทเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและรับผลจากการพัฒนาโดยตรง และภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 9 ซึ่งให้ความสำคัญกับการกระจายความเจริญและยกระดับรายได้ของประชาชน และลดการกระจุกตัวของพัฒนาในกรุงเทพ ภาคกลาง และภาคตะวันออกไปสู่ภาคอื่น ๆ ของประเทศ ปรากฏว่าการพัฒนายังไม่สำเร็จเท่าที่ควร ดังนั้นใน (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ได้ให้ความสำคัญกับประเทศไทยต้องมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัยและเติบโตได้อย่างยั่งยืน เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการพึ่งตนเองและการจัดการตนเองเพื่อสร้างสังคมคุณภาพ และยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในเป้าหมาย การใช้ประโยชน์และสร้างการเติบโต บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้สมดุล ภายในขีดความสามารถของระบบนิเวศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

จังหวัดเชียงใหม่ ถือได้ว่ามีเขตเมืองที่จัดเป็นเมืองใหญ่อันดับสองของประเทศไทยรองจากกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2561 กระทรวงวัฒนธรรมมีการผลักดันให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองที่น่าอยู่ที่สุดในโลก ซึ่งรัฐบาลให้ความสำคัญกับการทำงานวัฒนธรรมในท้องถิ่นสู่ประชาชน โดยเน้นย้ำให้มีการนำมรดกทางวัฒนธรรมที่อยู่ในแต่ละภูมิภาค มาสร้างรายได้ ทั้งการท่องเที่ยว สินค้าและบริการ และสร้างสิ่งใหม่เพื่อเป็นต้นทุนในอนาคตซึ่งแต่ละจังหวัดต้องไปค้นหาเอกลักษณ์ของเมืองและสร้างแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อสร้างรายได้สู่ท้องถิ่น และพร้อมรักษาศักยภาพของเมืองเอาไว้ให้ได้ หาทางป้องกันการทำลาย ควบคู่ไปกับการพัฒนาเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ควบคู่กับการเตรียมพร้อมในการผลักดันเป็นเมืองมรดกโลก ทั้งวัดโบราณสถาน สถาปัตยกรรม ศิลปหัตถกรรม ตลอดจนอาหาร วัฒนธรรม ประเพณีที่โดดเด่น และ

ประชาสัมพันธ์ให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองน่าอยู่ที่สุดในโลก และมีการสำรวจและทำแผนปฏิบัติการโดยขับเคลื่อนผ่านภาคประชาสังคมให้เห็นพ้องร่วมกันกับทุกฝ่าย (กระทรวงวัฒนธรรม, 2561)

บทบาทในการทำเมืองให้น่าอยู่ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นองค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล หรือเขตปกครองพิเศษ เช่น กรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา ถือเป็นเสาหลักที่สำคัญที่สุดในการแสดงบทบาททำเมืองให้น่าอยู่ในปัจจุบันและอนาคต เพราะองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบตามกฎหมายที่บัญญัติไว้ในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมในทุก ๆ ด้าน ในขอบเขตการปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสิ้น และสนับสนุนด้วยเงื่อนไขในรัฐธรรมนูญ พระราชบัญญัติเทศบาล พระราชบัญญัติกำหนดระเบียบขั้นตอนกระจายอำนาจ เป็นต้น และนอกจากความรับผิดชอบและหน้าที่ตามกฎหมาย อันเป็นเงื่อนไขสำคัญที่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นเสาหลัก แล้วในแง่ของการเมืองถือว่าผู้บริหารและสภาองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเหล่านี้มีที่มาจากการเลือกตั้งโดยประชาชนในแต่ละเขต เพื่อทำหน้าที่บริหารจัดการเมืองแทนเมืองแทนประชาชนอยู่ตามระบบ (Representative Democracy) จึงมีความชอบธรรมที่จะทำหน้าที่ทำให้เมืองน่าอยู่ดังกล่าว (อรทัย กิกผล, 2559)

จากความสำคัญของเมืองน่าอยู่ข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะของผู้บริหารภายใต้สังกัดขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองมรดกโลก ทั้งวัด โบราณสถาน สถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนอาหาร วัฒนธรรม ประเพณีที่โดดเด่น มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากในแต่ละปี จึงเห็นความสำคัญของการพัฒนาเมืองน่าอยู่หรือชุมชนน่าอยู่ของจังหวัดเชียงใหม่ที่ต้องอาศัยปัจจัยภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น นโยบายของภาครัฐ การเสริมสร้างแรงจูงใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชน จึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ” เพื่อนำข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาในห้องกรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาเมืองน่าอยู่ในเกิดความยั่งยืนในจังหวัดเชียงใหม่มากยิ่งขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น นโยบายของภาครัฐ การเสริมสร้างแรงจูงใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น นโยบายของภาครัฐ การเสริมสร้างแรงจูงใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานการวิจัย

1. ภาวะผู้นำของผู้บริหาร อปท. นโยบายของภาครัฐ การเสริมสร้างแรงจูงใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชน มีอิทธิพลต่อการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่
2. ภาวะผู้นำของผู้บริหาร อปท. นโยบายของภาครัฐ การเสริมสร้างแรงจูงใจ มีอิทธิพลทางตรงต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน
3. ภาวะผู้นำของผู้บริหาร อปท. นโยบายของภาครัฐ มีอิทธิพลทางตรงต่อการเสริมสร้างแรงจูงใจ
4. นโยบายของภาครัฐ มีอิทธิพลทางตรงต่อภาวะผู้นำของผู้บริหาร อปท.

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม (2560) กล่าวถึงเมืองน่าอยู่ว่าเป็นขบวนการที่ทำให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของสุขภาพกาย สุขภาพจิต และสุขภาพสังคมและพร้อมที่จะร่วมกันสรรค์สร้างสภาวะแวดล้อมที่เหมาะสมในการดำเนินชีวิต นิยามของเมืองน่าอยู่ควรมีสิ่งเหล่านี้ คือ 1) การจัดการมลพิษและของเสีย 2) สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน 3) มีสภาพแวดล้อมที่ดี 4) มีความรุ่งเรืองทางวัฒนธรรม 5) มีพื้นที่เพื่อกิจกรรมนันทนาการ 6) มีสุขภาพดี ทั้งกาย วาจาและใจ มีความปลอดภัยในชีวิต ทั้งหมดนี้ต้องเน้นการสร้างเสริมเข้มแข็งให้ชุมชนและองค์กรต้องมีเครือข่ายถึงกัน

ไชยยันต์ กัมปนาทแสนยากร (2561) กล่าวว่า องค์กรอนามัยโลก ได้กำหนดลักษณะของเมืองน่าอยู่ไว้ 11 ประการดังนี้ 1) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและที่อยู่อาศัยสะอาดและปลอดภัย 2) ระบบนิเวศอยู่ในภาวะดุลยภาพและสามารถดำรงอยู่ในดุลยภาพได้อย่างยั่งยืน 3) ชุมชนเข้มแข็งมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันเป็นอย่างดี ไม่มีการเอารัดเอาเปรียบ 4) ชุมชนมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลกำหนดการตัดสินใจในสิ่งที่มีผลต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ของชุมชน 5) ความจำเป็นพื้นฐานต่าง ๆ มีเพียงพอสำหรับทุกคน ได้แก่ อาหาร น้ำสะอาด ที่อยู่อาศัยความปลอดภัย มีรายได้ และมีงานทำ 6) การจัดการมลพิษและของเสีย 7) เศรษฐกิจของเมืองมีความหลากหลายและมีการพัฒนารูปแบบอยู่เสมอ 8) ส่งเสริมให้มีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างเมืองในรูปแบบของปัจเจกชนและกลุ่ม คนโดยผ่านทางมรดกทางวัฒนธรรมและวิถีการดำรงชีวิต 9) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชน 10) ระบบบริการสาธารณสุขและดูแลผู้เจ็บป่วยที่เหมาะสม เข้าถึงบริการได้ทุกคน และ 11) ประชาชนมีสุขภาพดีมาก มีการเจ็บป่วยน้อย

สามารถสรุปได้ว่า กระบวนการพัฒนาเมืองเพื่อให้ประชากรมีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยสร้างผลกระทบต่อระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมให้ น้อยที่สุด มีการวางแผนพัฒนาบนฐานศักยภาพ และความเหมาะสมทางภูมิโนเวศ มีความสามารถในการแข่งขันเชิงเศรษฐกิจบนฐานการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองน่าอยู่ ผู้วิจัยจึงได้พิจารณาการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความจำเป็นประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกต คือ 1) ด้านการจัดการมลพิษและของเสีย 2) ด้านทัศนียภาพของสิ่งแวดล้อม 3) ด้านสถานที่เพื่อสันทนาการ และ 4) ด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น

ความเป็นผู้นำเป็นหน้าที่หนึ่งในหลาย ๆ หน้าที่ของผู้บริหาร ซึ่งความเป็นผู้นำกับ ผู้บริหารจึงแตกต่างกัน ซึ่งบุคคลได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำ ดังนี้

Quinn (2013) ได้ให้ความหมายภาวะผู้นำว่าหมายถึงพฤติกรรมหรือบทบาทการนำที่แสดงออกมาอย่างซับซ้อนหลายแนวทางพร้อมกันที่สามารถนำองค์กรให้เกิดความสำเร็จในการปฏิบัติงานและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับนโยบายของภาครัฐ

David (2019) กล่าวว่า นโยบายของภาครัฐ หมายถึง อำนาจในการจัดสรรค่านิยมของสังคมทั้งหมด และผู้ที่มีอำนาจในการจัดสรร คือ รัฐบาลมีการกำหนดนโยบาย ในการกำหนดกฎหมาย การสนับสนุนงบประมาณ การบังคับใช้กฎหมาย ตลอดจนควบคุมกำกับดูแลโครงการสาธารณะต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการเสริมสร้างแรงจูงใจ

การรักษาวัฒนธรรม การเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจ และการสร้างความสามัคคีในหมู่คณะ เพราะเป็นสิ่งช่วยให้คนไปถึงซึ่งจุดประสงค์ที่มีข้อตกลงกับรางวัลที่ได้รับ (Chruden & Sherman, 1986)

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

Keith (1972) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม หมายถึง การเกี่ยวข้องทางจิตใจและอารมณ์ (mental and emotional involvement) ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม (group situation) ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำให้บรรลุจุดหมายของกลุมนั้นกับทั้งทำให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย

Reeder, (1998) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมในการปะทะสังสรรค์ทางสังคม ซึ่งรวมทั้งการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคลและการมีส่วนร่วมของกลุ่ม

Erwin, (1976) กล่าวถึงการมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการให้บุคคล กลุ่มคนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินการพัฒนา วางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมรับผลประโยชน์ และติดตามประเมินผล

United Nations (1992) ได้อธิบายความหมายของการมีส่วนร่วมว่าเป็นกระบวนการในการพัฒนาการเข้าร่วมอย่างกระตือรือร้นและมีพลังในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) ด้านตัดสินใจเพื่อเป้าหมายของสังคมและการจัดการทรัพยากรเพื่อ ให้บรรลุเป้าหมาย 2) แผนการหรือโครงการต่าง ๆ ด้วยความตั้งใจ

สามารถสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วม เป็นการให้ความสนใจและตกลงที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยความสมัครใจ ในลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อกับกลุ่มคน และระหว่างกลุ่มต่อกับกลุ่ม ซึ่งผลของความเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำบรรลุจุดหมายของกลุมนั้น กับทั้งทำให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าว การมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นพฤติกรรมการร่วมกันของประชาชนในกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ในลักษณะร่วมการคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมลงมือปฏิบัติเพื่อดำเนินกิจกรรมในชุมชน ร่วมติดตามและประเมินผล และการร่วมรับผลประโยชน์ ในอันที่จะมุ่งเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของตนเองหรือสังคม โดยการกระทำผ่านกลุ่มหรือองค์กรด้วยความสมัครใจมิได้ถูกบังคับ

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) มีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 840 คน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564) การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เทคนิคแบบจำลองสมการโครงสร้าง ในการวิเคราะห์ซึ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับเทคนิคนี้ควรมีขนาดใหญ่ เนื่องจากจะมีโอกาสให้ตัวแปรมีการแจกแจงแบบปกติมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดเล็กกว่าโดย Grace (2008) เสนอว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีประมาณ 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ และเนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตทั้งสิ้น 20 ตัวแปร ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 400 ตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling)

2. เชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ 1) กลุ่มองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่และเจ้าหน้าที่ จำนวน 3 คน นายกเทศบาล จำนวน 3 คน นายกองค์การบริหารส่วนตำบล รวมทั้งสิ้น 17 คนโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

เครื่องมือและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 6 ส่วน ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลกลยุทธ์การบริหารธุรกิจ นโยบายของภาครัฐ การจัดการแรงงาน การบริหารวัสดุและอุปกรณ์ และความสำเร็จของ

ผู้ประกอบการรับเหมาก่อสร้างขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีการตรวจสอบความตรง (Validity) ของเครื่องมือ จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยผ่านเกณฑ์ด้วยค่า 0.50-1.00 ทุกข้อคำถาม หลักจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α - coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.952 -0.976 จึงนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดได้ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive) ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอ้างอิง (Inferential) ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวัดความตรง (Validity) ด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Source of Data) สำหรับความเชื่อมั่น (Reliability) ได้พิจารณาถึงแหล่งข้อมูลว่ามีความน่าเชื่อถือได้ (Credibility) การพึ่งพากับเกณฑ์อื่น ๆ (Dependability) การถ่ายโอนผลการวิจัย (Transferability) และการไม่ลำเอียง (Bias) โดยข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ จะเป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) ที่ได้จากการสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึก นำมาถอดเทปเพื่อให้ได้บทสรุปของข้อคำถามในการสัมภาษณ์

3. การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Mixed Method) โดยนำผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ค่าอิทธิพลรวม มีค่าน้อยเรียงลำดับที่เป็นจุดอ่อนของการวิจัยเชิงปริมาณ นำไปเป็นหัวข้อสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อเป็นการปิดจุดอ่อนและยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณ ให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

1. ระดับความสำคัญการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นโยบายของภาครัฐ การเสริมสร้างแรงจูงใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชน

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	$\bar{x}$	SD	ลำดับที่	ระดับ ความสำคัญ
การพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (LCDP)	4.33	0.50	3	มากที่สุด
ภาวะผู้นำของผู้บริหาร (LEAD)	4.06	0.48	2	มาก
นโยบายของภาครัฐ (STPO)	4.18	0.58	4	มาก
การเสริมสร้างแรงจูงใจ (MOTI)	4.22	0.58	5	มากที่สุด
การมีส่วนร่วมของประชาชน (PART)	4.21	0.48	1	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า การพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (LCDP) มีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.33) จัดเป็นลำดับ 1 นอกนั้น การเสริมสร้างแรงจูงใจ (MOTI) การมีส่วนร่วมของประชาชน (PART) โครงการส่งเสริมในการพัฒนา (DEPP) นโยบายของภาครัฐ (STPO) และภาวะผู้นำของผู้บริหาร (LEAD) ก็มีระดับความสำคัญอยู่ระดับมาก และมากที่สุด โดยจัดเป็นลำดับ 2,3,4 และ 5 โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงกันตามลำดับ $\bar{x}$ = 4.22, 4.21, 4.18, และ 4.06

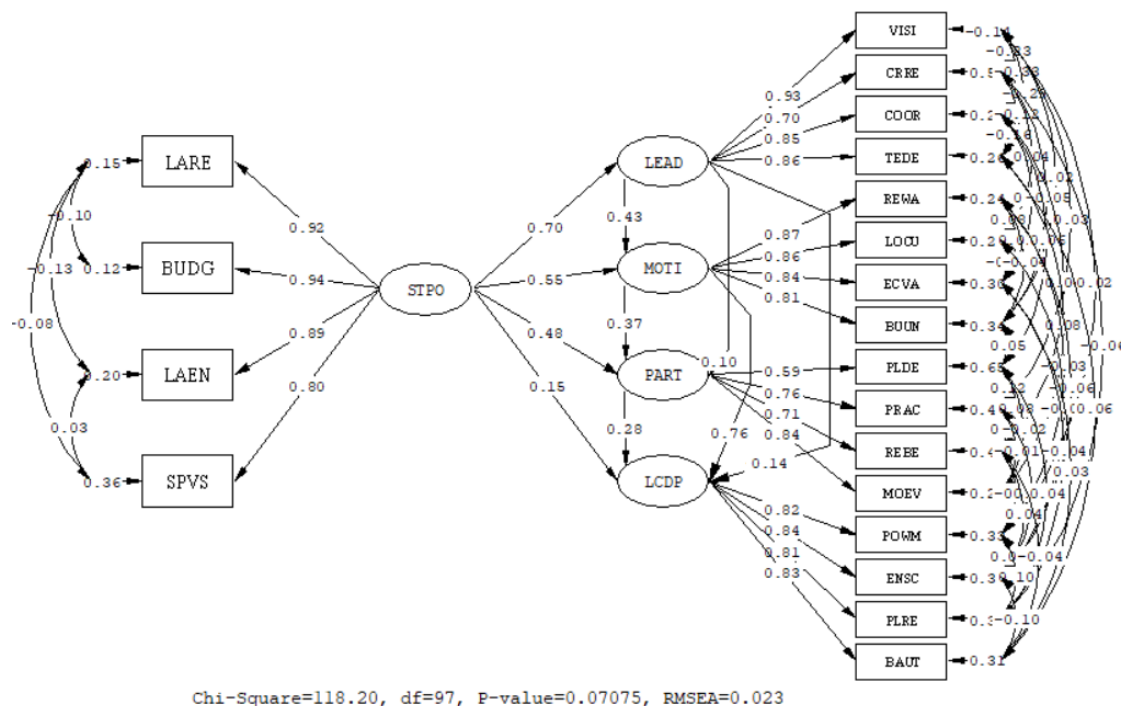
2. ปัจจัยเชิงสาเหตุของภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นโยบายของภาครัฐ การเสริมสร้างแรงจูงใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 2 แสดงค่าการผ่านเกณฑ์มาตรฐานของแบบจำลองทางเลือก

รายการ	ค่าสถิติ	แบบจำลองตาม สมมติฐาน	แบบจำลอง ทางเลือก
1. Chi-square (χ^2)	*ต่ำใกล้ 0 *เท่ากับ df	581.52 160	118.20 97
Relative Chi-square	ผลการ (χ^2 / df) < 2.00	3.63	1.22
2. GFI	> 0.90	0.87	0.97
3. AGFI	> 0.90	0.83	0.94
4. RMR	เข้าใกล้ 0.00	0.014	0.006
5. RMSEA	< 0.05	0.081	0.023
6. CFI	*0.00-1.00	0.98	1.00
7. CN	> 200	138.02	415.86

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าของแบบจำลองทางเลือกที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าผ่านเกณฑ์ทุกค่า

ภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์แบบจำลองตามสมการโครงสร้างที่เป็นการจำลองทางเลือกที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลักจากปรับค่าต่าง ๆ ของโมเดลแล้ว



ภาพที่ 2 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์แบบทางเลือก (standardized solution)

จากภาพที่ 2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรแฝง และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรประจักษ์มีค่าในเชิงบวกทุกตัว

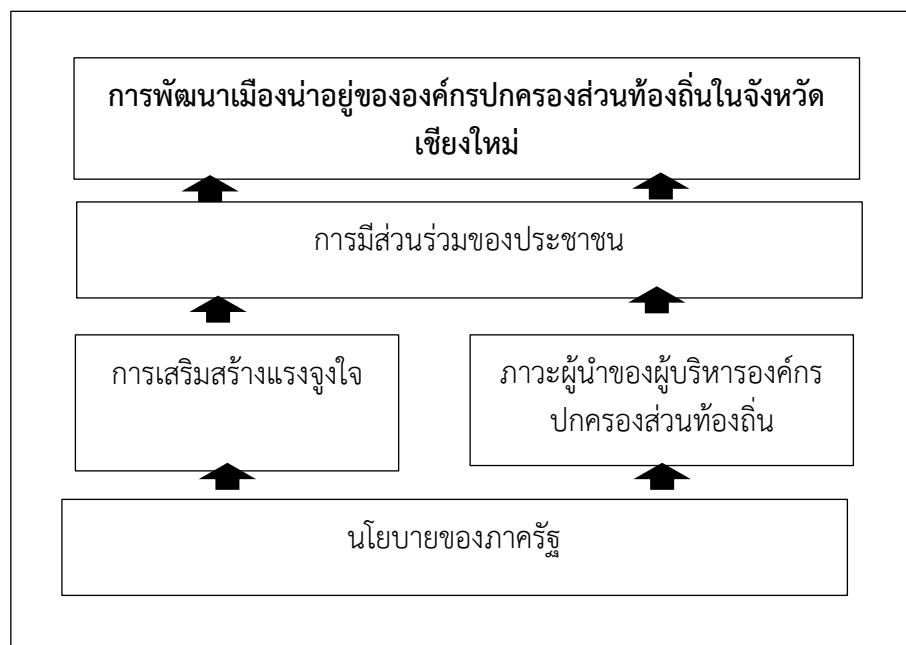
ตารางที่ 3 แสดงค่าสถิติ ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (DE) ทางอ้อม (IE) อิทธิพลรวม (TE) ของตัวแปรแฝงจากค่า Beta และ Gamma

ตัวแปรตาม	ความสัมพันธ์	ตัวแปรอิสระ				
		STPO	LEAD	MOTI	PART	LCDP
LEAD	DE	0.70**	N/A	N/A	N/A	N/A
	IE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	TE	0.70**	N/A	N/A	N/A	N/A
MOTI	DE	0.55**	0.43**	N/A	N/A	N/A
	IE	0.30**	N/A	N/A	N/A	N/A
	TE	0.85**	0.43**	N/A	N/A	N/A
PART	DE	0.48**	0.10*	0.37**	N/A	N/A
	IE	0.39**	0.16**	N/A	N/A	N/A
	TE	0.87**	0.26**	0.37**	N/A	N/A
LCDP	DE	0.15*	0.14*	0.76**	0.28*	N/A
	IE	0.80**	0.40**	0.10*	N/A	N/A
	TE	0.95**	0.54**	0.86**	0.28*	N/A

Chi-Square= 118.20, df=97 p-value = 0.701, GFI=0.97, AGFI=0.94, RMR=0.006, RMSEA=0.023, CFI=1.00, CN=415.86

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อการพัฒนาสภาพเด็กเพื่อชุมชนเข้มแข็งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ (CHCD) เรียงตามลำดับ 1 คือ นโยบายของภาครัฐ (STPO) มีค่า 0.91 ลำดับ 2 คือ โครงการส่งเสริมในการพัฒนา (DEPP) มีค่า 0.89 ลำดับ 3 คือ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร (LEAD) มีค่า 0.51 และลำดับที่ 4 คือการมีส่วนร่วมของภาคสังคม (SOSP) มีค่า 0.22 ทั้งหมดที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

3. นำเสนอแนวทางการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 3 ภาพแผนภูมิแนวทางการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่

จากภาพที่ 3 พบว่า ภาพแผนภูมิทางการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะดังแผนภูมิภาพประกอบด้วยนโยบายของภาครัฐ ที่มีอิทธิพลรวมมากที่สุดเป็นฐานผลักดันอยู่ล่างสุด การเสริมสร้างแรงจูงใจและภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อยู่ตรงกลาง

และการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมอยู่ในระดับบนด้วย ทั้งนี้การกำหนดภาพแผนภูมิได้จากอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมจากตัวแปรแฝงทุกตัวที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อกัน

อภิปรายผล

1. ระดับความสำคัญการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นโยบายของภาครัฐ การเสริมสร้างแรงจูงใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชนพบว่า การพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การเสริมสร้างแรงจูงใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชน อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนนโยบายของภาครัฐ และภาวะผู้นำของผู้บริหาร อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะด้านทัศนียภาพของสิ่งแวดล้อม การจัดการมลพิษและของเสีย สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และสถานที่เพื่อนันทนาการ การพัฒนา ปรับปรุง ลานกิจกรรม เพื่อให้ประชาชน นิสิตนักศึกษา เข้าไปทำกิจกรรมร่วมกัน และการพัฒนาระบบน้ำปะปา เพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้น้ำของประชาชน ในแต่ละชุมชน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พระมหาสมศักดิ์ ธีรวิโส (แหวนคำ) (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาชุมชนเมืองและชนบทสู่ความยั่งยืน ในอำเภอเชียงคำจังหวัดพะเยา ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาชุมชนเมืองและชนบทสู่ความยั่งยืน ในอำเภอเชียงคำจังหวัดพะเยา ควรมุ่งเน้นการจัดการมลพิษและของเสีย ทัศนียภาพของสิ่งแวดล้อม สถานที่เพื่อนันทนาการ และสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และสอดคล้องกับการศึกษาของ Sasanpour (2019) ได้ศึกษาเรื่องโมเดลการพัฒนาเมืองน่าอยู่ ก้าวสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาเมืองน่าอยู่ ก้าวสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการจัดการมลพิษและของเสีย ทัศนียภาพของสิ่งแวดล้อม สถานที่เพื่อนันทนาการ และสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน

2. ปัจจัยเชิงสาเหตุของภาวะผู้นำของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นโยบายของภาครัฐ การเสริมสร้างแรงจูงใจ และการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อการพัฒนาสภาพเด็กเพื่อชุมชนเข้มแข็งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่คือ นโยบายของภาครัฐ ตามด้วย โครงการส่งเสริมในการพัฒนา ภาวะผู้นำของผู้บริหาร และการมีส่วนร่วมของภาคสังคม ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนโยบายของภาครัฐ ซึ่งประกอบด้วย การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบการ การสนับสนุนงบประมาณ การบังคับใช้กฎหมาย การควบคุมกำกับดูแล จะทำให้ส่งผลต่อการพัฒนาสถานที่สาธารณะ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ มงคล สะเทิงรัมย์ (2564) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรบริหารส่วนตำบลหันทนงามอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรบริหารส่วนตำบลหันทนงามอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูควรได้รับการสนับสนุนนโยบายของภาครัฐเกี่ยวกับการปรับปรุงกฎหมายและระเบียบการ การสนับสนุนงบประมาณ การบังคับใช้กฎหมาย และการควบคุมกำกับดูแล และสอดคล้องกับการวิจัยของ Reiner, and Rouse, (2019) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการพึ่งพาของ ภาวะผู้นำ นโยบายภาครัฐ การมีส่วนร่วมของประชาชนและความยั่งยืนของเมืองน่าอยู่ ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำ นโยบายภาครัฐ และการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีอิทธิพลความยั่งยืนของเมืองน่าอยู่ และยังพบว่าหน่วยงานภาครัฐ ควรมีการปรับปรุงกฎหมาย การบังคับใช้กฎหมาย การสนับสนุนงบประมาณ และการควบคุมกำกับดูแล เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

3. แนวทางการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การกำหนดนโยบายของภาครัฐเกี่ยวกับการพัฒนาเมืองน่าอยู่เพิ่มขึ้น ถ้านโยบายของภาครัฐมีการส่งเสริมสนับสนุนต่อไปเรื่อย ๆ ทั้งการปรับปรุงกฎหมายและระเบียบการ การจัดสรรงบประมาณที่เพียงพอในการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองน่าอยู่ การควบคุมกำกับดูแล และบังคับใช้กฎหมายอย่างเด็ดขาดกับผู้กระทำความผิดอันจะส่งผลต่อการพัฒนาสถานที่สาธารณะ ย่อมส่งผลต่อการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กร

ปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของชูลีรัตน์ เจริญพร (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “เมืองน่าอยู่”: แนวคิดเพื่อการพัฒนาชุมชนแบบมีส่วนร่วมกรณีศึกษาชุมชนหลักหก ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชน และของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน องค์กรวิชาชีพในพื้นที่ยังอยู่ในระหว่างการเริ่มต้น ยังต้องการสนับสนุนความต่อเนื่อง รวมทั้งการผลักดันให้มโนนโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพยังต้องเป็นประเด็นร่วมผลักดันของพื้นที่ เพื่อเพิ่มความสามารถของประชาชนในการใช้ชีวิตอย่างมีสุขภาพต่อไป ดังนั้นต้องมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนให้มีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ การลงมือปฏิบัติ การได้รับประโยชน์ และการติดตามประเมินผล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรกำหนดนโยบายในการติดตามโครงการพัฒนาเมืองน่าอยู่อย่างต่อเนื่อง มีการประเมินความสำเร็จของโครงการหรือกิจกรรมพัฒนาเมืองน่าอยู่ ตรวจสอบความโปร่งใสของการใช้งบประมาณในการพัฒนาเมืองน่าอยู่ และต้องติดตามการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ในการพัฒนาเมืองน่าอยู่
2. ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในกำหนดนโยบายการพัฒนาเมืองน่าอยู่ มีการบริหารแบบมีส่วนร่วมทางด้านการพัฒนาเมืองน่าอยู่ ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์กว้างไกลเปิดใจรับสิ่งใหม่ ๆ ทันต่อสถานการณ์อยู่เสมอ มีการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาเมืองน่าอยู่ที่ชัดเจน และควรมีวิสัยทัศน์ในการรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และมีภาวะการตัดสินใจที่ดีมากยิ่งขึ้น
3. ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องส่งเสริมและกำหนดนโยบายในการพัฒนาทัศนียภาพทางสิ่งแวดล้อมครอบคลุมพื้นที่ที่รับผิดชอบ จัดให้เจ้าหน้าที่มีการพัฒนา ปรับปรุงภูมิทัศน์ทางสิ่งแวดล้อมให้ดูสวยงาม รวมทั้งมีการออกแบบทัศนียภาพทางสิ่งแวดล้อมให้มีความร่มรื่น และควรมีการปลูกต้นไม้ ดอกไม้ในเขตพื้นที่รับผิดชอบ เพื่อให้ทัศนียภาพสิ่งแวดล้อมสวยงาม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับนโยบายของภาครัฐโดยเฉพาะที่มีอิทธิพลต่อทางการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ในประเด็นการแก้ไขกฎหมายและระเบียบการเกี่ยวกับการพัฒนาเมืองน่าอยู่
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ อาทิเช่น ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อให้เกิดการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่มากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวัฒนธรรม .(2561). *เชียงใหม่เมืองน่าอยู่*. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม.
- ชูลีรัตน์ เจริญพร. (2560). “เมืองน่าอยู่”: แนวคิดเพื่อการพัฒนาชุมชนแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษาชุมชนหลักหก ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 11(ฉบับพิเศษ), 1-13.
- ไชยยันต์ กัมปนาทแสนยากร. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินโครงการเทศบาลน่าอยู่อย่างยั่งยืน. *วารสารรัฐศาสตรมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 2(10), 19 -35.

- ปรีดี บุณศิริ. (2560). เมืองน่าอยู่. *วารสารคณะสถาปัตยกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 3(10), 9- 25.
- พระมหาสมศักดิ์ อิริวโส (แหวนคำ). (2561). กระบวนการพัฒนาชุมชนเมืองและชนบทสู่ความยั่งยืน ในอำเภอ เชียงคำจังหวัดพะเยา. *วารสารรัฐศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 2(10), 19 -35.
- ไพบูลย์ วัฒนศิริธรรม. (2560). *การบริหารสังคม ศาสตร์แห่งศตวรรษเพื่อสังคมไทยและสังคมโลก*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน.
- มงคล สะเทิงรัมย์. (2564.) การพัฒนาเมืองน่าอยู่ขององค์การบริหารส่วนตำบลหันนางามอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู. *Journal of Roi Kaensarn Academ*, 6(8), 108-120.
- ศรีนวล วิหครัตน์. (2561). การดำเนินการพัฒนาในด้านเมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืนของเทศบาลเมืองพิจิตร อำเภอ เมืองพิจิตร จังหวัดพิจิตร. *วารสารรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 9(2), 12- 22.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). *Health & Wellness Business*. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2567, จาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/k-sme-inspired/Inspired/January%20-%20March%202015.pdf>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13*. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- อรรถัย กักพล. (2559). Urbanization เมื่อ “เมือง” กลายเป็นโจทย์ของการบริหารจัดการท้องถิ่น สมัยใหม่. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า
- Chruden, H. J. & Sherman, A.W. (1968). *Personnel Management* (3rd ed). Cincinnati: South western.
- Davis, k. (1972). *Human Behavior of World – Man Relations and Organization Behavior*. New York: Mc Graw-Hill.
- Erwin, W. (1976). *Participation Management: Concept Theory and Implementation*. Atlanta G.: Georgia State University.
- Quinn. (2003). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework*. New York: Addison Wesley.
- Reeder, W. William. (1998). *Some Aspects of the Informal Social Participation of Farm Families in New York State*. New York: Cornell University.
- Reiner, M., & Rouse, D. (2019). Dependency model: Reliable infrastructure and the resilient, sustainable, and livable city. *Sustainable and Resilient Infrastructure*, 3(3), 103-108.
- Sasanpour, F. (2019). Livable city one step towards sustainable development. *Journal of Contemporary Urban Affairs*, 1(3), 13-17.
- United Nations. (1992). *United nations conference on environment & development: AGENDA 21, held at rio de janerio, Brazil from 3-14 June*. Rio de Janerio: United Nations.

กลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อ
ความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย
Strategies for Investors in the Foreign Exchange Industry for the Success of
New Investors in Thailand

สุมิตร อโรรา¹ และ มณีกัญญา นากามัทสึ²
Sumit Arora¹ and Maneekanya Nakamatsu²

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
Business Administration, Southeast Asia University, Thailand
Corresponding Author, Email: mtamit1979@gmail.com¹

Received: 2024-03-21; Revised: 2024-03-30; Accepted: 2024-03-31

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับของกลยุทธ์ 6 ด้าน ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของนักลงทุนรุ่นใหม่กับ กลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ 3) เพื่อเสนอแนวทางกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มผู้ที่เคยเทรดไม่เกิน 3 เดือน ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนใช้สูตรการคำนวณ W.G. Cochran จำนวน 395 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า T-test, F-test และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 13 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับปัจจัยนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ด้านสังคม รองลงมาได้แก่ด้านบริหารจัดการ ด้านเศรษฐกิจ ด้านทัศนคติ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านเทคนิค 2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย 6 ด้านของนักลงทุนรุ่นใหม่กับกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 3) รัฐบาลควรให้ความสำคัญและเข้ามามีบทบาทอย่างชัดเจนในการส่งเสริมสนับสนุนควบคุมอุตสาหกรรมการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศโดยมีกฎหมายรองรับให้ถูกต้องตามกฎหมายเพื่อควบคุมดูแลอุตสาหกรรมนี้อย่างจริงจังเพราะอุตสาหกรรมนี้หากดำเนินการให้ดีขึ้นจะช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศและทำให้เศรษฐกิจเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

คำสำคัญ: การเทรด, นักลงทุนรุ่นใหม่, อุตสาหกรรมแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศในประเทศไทย

Abstract

This study has the following objectives: 1) to study the levels of strategies in 6 areas of investors in the foreign exchange industry, 2) to study the relationship of new investors with Strategies of investors in the foreign exchange industry, 3) to propose strategic guidelines for the foreign exchange industry for the success of new investors in Thailand. It is mixed-method and Quantitative research. The sample group is people who have traded for no more than 3

months. The exact number is not known. The W.G. Cochran calculation formula was used for a total of 395 people. The tools used to collect data were questionnaires. Statistics used in data analysis were percentages, averages, Standard deviation, T-test, F-test, and correlation analysis using the Pearson correlation coefficient. In qualitative research, thirteen experts analyzed the data through content analysis and presented it descriptively.

The research results found that 1) The overall factors for new generation investors in Thailand had the highest average level. When considering each aspect, it was found that the aspect with the highest average value is social aspect followed by management aspect, economic aspect, attitude aspect, environment aspect and technical aspect. 2) The relationship between the 6 factors of new investors and the strategies of investors in the foreign exchange industry for the success of investors. New investment in Thailand at a significance level of 0.05, and 3) strategic guidelines of investors in the foreign exchange industry for the success of new investors in Thailand. It was found that the government should give importance and play a clear role in promoting, supporting, and controlling the foreign exchange industry by having legal support laws to seriously control and supervise this industry because this industry if operated by providing goods will help generate income for the country and allow the economy to spread.

Keywords: Trading, New investors, Foreign Exchange Industry in Thailand

บทนำ

ธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ภาวะปัจจุบันพบว่าภาวะตลาดเงินบาทเปิดที่ 35.35 อ่อนค่านักบริหารเงินจากธนาคารกรุงศรีอยุธยาเปิดเผยว่าเงินบาทเปิดตลาดที่ 35.35 บาท/ดอลลาร์ อ่อนค่าจากปิดตลาดระดับ 35.28 บาท/ดอลลาร์ สวนกระแสสกุลเงินดอลลาร์ที่อ่อนค่า เนื่องจากตัวเลขดัชนีราคาการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคส่วนบุคคล PCE (Personal Consumption Expenditure) เดือนพฤษภาคม 2565 ของสหรัฐฯออกมาต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้ PCE (Personal Consumption Expenditures) ออกมาต่ำกว่าทำให้ดอลลาร์ยูโรอ่อนค่าและบาทอ่อนค่าด้วย เนื่องจากตลาดยังคงปิดรับความเสี่ยงอยู่เพราะว่าเศรษฐกิจถดถอยในสหรัฐอเมริกา โดยรวม Sentiment ในตลาด ยังออกมาไม่ดีอยู่ ด้านภูมิภาคส่วนใหญ่เปิดมาอ่อนค่าเนื่องจาก Sentiment ในตลาดยังไม่ค่อยดี นักบริหารเงิน กล่าวว่า จากการประเมินกรอบการเคลื่อนไหวของเงินบาทในวันนี้ไว้ที่ 35.20 - 35.45 บาท/ดอลลาร์ โดยต้องติดตามดัชนีภาคการผลิตเดือนมิถุนายนจากสถาบันจัดการด้านอุปทานของสหรัฐฯ (ISM) THAI BAHT FIX 3M อยู่ที่ระดับร้อยละ 0.54 THAI BAHT FIX 6M อยู่ที่ระดับร้อยละ 0.82 ปัจจัยสำคัญ คือเงินเยนอยู่ที่ระดับ 135.81 เยน/ดอลลาร์ จากระดับ 136.25 เยน/ ดอลลาร์ สำหรับเงินยูโรอยู่ที่ระดับ 1.0470 ดอลลาร์/ยูโร อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาท/ดอลลาร์ ถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักระหว่างธนาคารแห่งประเทศไทยอยู่ที่ ระดับ 35.287 บาท/ดอลลาร์ (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2565)

แนวโน้มธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นตามแนวโน้มทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะธุรกิจการค้าระหว่างประเทศในภาคบริการ เช่น การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นประเทศท่องเที่ยวเป้าหมายของชาวต่างชาติอยู่แล้ว จึงทำให้ค่านักท่องเที่ยวต่างชาติจะเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเมื่อพิจารณาตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยแล้ว พบว่ามี

จำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องประกอบกับเศรษฐกิจของประเทศไทยปี 2560 ที่คาดว่าจะเริ่มเติบโตขึ้น โดยเฉพาะภาคส่งออกจะสนับสนุนให้การค้าการลงทุนเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้มีการใช้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการบริการและการใช้จ่ายของชาวต่างชาติในประเทศไทย ดังนั้นจะเห็นแนวโน้มการพัฒนาและปรับปรุงบริการการแลกเปลี่ยนเงินตราให้มีความรวดเร็ว สะดวก โดยนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาช่วยพัฒนาให้บริการดียิ่งขึ้น เมื่อพิจารณาผลประกอบการของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ พบว่า ทั้งรายได้ กำไร และจำนวนผู้ประกอบการมีอัตราการเติบโตที่เด่นชัดจากปัจจัยบวกของตัวชี้วัดข้างต้นซึ่งคาดว่าธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจะมีแนวโน้มการเติบโตต่อเนื่องไปอีกหลายปี (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560)

จากการศึกษาตลาด Forex พบว่า ตลาด Forex มีปัญหาหลักคือ การที่ยังไม่ได้รับการรับรองโดยกฎหมายไทย ซึ่งนักลงทุนรายใหม่หรือนักเทรดรุ่นใหม่ต้องทำการสมัครสมาชิกและเปิดบัญชีเทรด Forex กับโบรกเกอร์ในต่างประเทศเพราะปัจจุบันในประเทศไทยยังไม่มีสถาบันการเงินในไทยที่รองรับอย่างถูกกฎหมาย เนื่องจากมีโอกาที่จะถูกหลอกหรือโบรกเกอร์ไม่มีมาตรฐานของการลงทุนประเภทนี้ (นิภาพันท์ พูนเสถียรทรัพย์, ม.ป.ป) ซึ่งนับได้ว่าเป็นอาชญากรรมทางเศรษฐกิจเลยทีเดียว (วนัสนันท์ กันทะวงศ์, 2563) นอกจากการที่กฎหมายไทยยังไม่รองรับแล้ว Forex ยังมีความเสี่ยงสูงมาก เนื่องจากอัตราการแลกเปลี่ยนมีความอ่อนไหวมากต่อปัจจัยรอบตัว ทำให้ราคามีความผันผวนสูง และหากคาดการณ์ผิดจะทำให้ขาดทุนมหาศาลได้อย่างรวดเร็ว โดยข้อมูลของ Compare Forex Brokers ได้บ่งชี้ว่าร้อยละ 71 ของผู้เทรด Forex ได้เสียเงินให้กับ Forex และ มากกว่าร้อยละ 99 ของนักเทรดไม่สามารถทำกำไรติดต่อกันได้เกิน 4 ไตรมาส

ผู้วิจัยจึงต้องการทำการศึกษากลยุทธ์สู่ความสำเร็จของการลงทุนในอุตสาหกรรมแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย เพื่อหาความต้องการของนักเทรด โดยการศึกษาถึงปัจจัยของนักลงทุนรุ่นใหม่ในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของไทย รวมไปถึงปัจจัยกลยุทธ์สู่ความสำเร็จทางด้านต่างๆ อาทิเช่นด้านการบริหารจัดการ ทักษะคิด สิ่งแวดล้อม เทคนิค สังคม เศรษฐกิจของนักลงทุนรุ่นใหม่ในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของกลยุทธ์ 6 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย การบริหารจัดการ ทักษะคิด สิ่งแวดล้อม เทคนิค สังคม และเศรษฐกิจ กลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของนักลงทุนรุ่นใหม่ กับกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
3. เสนอแนวทางกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการของการลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ต่อกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย
2. กลยุทธ์ด้านทักษะคิดของการลงทุนในอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ต่อกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย

3. กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมของการลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ต่อกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย

4. กลยุทธ์ด้านเทคนิคของการลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ต่อกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย

5. กลยุทธ์ด้านสังคมของการลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ต่อกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย

6. กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจของการลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ต่อกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

Schiffman & Kanuk (1994) กล่าวถึงความหมายของทัศนคติว่า ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงการแสดงความรู้สึภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง แต่ต้องแสดงว่าบุคคล กล่าวถึงอะไรหรือทำอะไร

องค์ประกอบของทัศนคติ

Schiffman & Kanuk (2000) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า เป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ ทำให้มีพฤติกรรมลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง และได้กำหนดองค์ประกอบทัศนคติไว้ 3 ส่วน ดังนี้

1) ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) คือ ความรู้ (Knowledge) ความเชื่อ (Beliefs) การรับรู้ (Perception) อาจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งในส่วนของความเชื่อและการรับรู้จะได้รับจากประสบการณ์และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหลายแหล่งข้อมูล และความรู้จะมีผลกระทบต่อความเชื่อ (Beliefs)

2) ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) จะสะท้อนอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ในเรื่องความชอบและอารมณ์ที่มีต่อสิ่งนั้น ๆ

3) ส่วนของพฤติกรรม (Conative Component หรือ Behavior หรือ Doing) จะสะท้อนถึงแนวโน้มจะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือแนวโน้มการกระทำที่แสดงออกหรือความโน้มเอียงที่จะซื้อสินค้าจากทัศนคติที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติสรุปได้ว่า ทัศนคตินั้นมีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้ออย่างต่อเนื่องนั้น ผู้บริโภคจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ มีการรับรู้ และมีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับสินค้า ซึ่งจะทำให้เกิดความชอบตามมาและจะมีแนวโน้มที่เป็นไปได้ ในการที่จะตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ ดังนั้น จึงอาจกล่าวลักษณะโดยรวม ของทัศนคติที่ทำให้เกิดความเข้าใจทัศนคติให้ดีขึ้น ซึ่งลักษณะของทัศนคติพอสรุปได้ดังนี้ 1) ทัศนคติเป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้ 2) ทัศนคติดีมีลักษณะที่คงทนถาวรยาวนานพอสมควร 3) ทัศนคติมีลักษณะของการประเมินค่าอยู่ในตัว คือ บอกลักษณะดี-ไม่ดี ชอบ-ไม่ชอบ เป็นต้น 4) ทัศนคติทำให้บุคคลที่เป็นเจ้าของพร้อมที่จะตอบสนองต่อที่หมายของทัศนคติ และ 5) ทัศนคติบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคล บุคคลกับสิ่งของและ บุคคลกับสถานการณ์ นั่นคือ ทัศนคติดีมีที่หมายนั่นเอง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัยรุ่น

ชะอีดะห์ เกษา (2558) กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่วุฒิภาวะทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และ สังคม จึงนับว่าเป็นวิกฤติช่วงหนึ่งของชีวิต เนื่องจากเป็นช่วงต่อของวัยเด็กและผู้ใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระยะต้นของวัยจะมีการเปลี่ยนแปลงมากมายเกิดขึ้นจะมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างวัยรุ่นด้วยกันเอง และบุคคลรอบข้าง หากกระบวนการเปลี่ยนแปลงเป็นไปอย่างเหมาะสมโดยการดูแลเอาใจใส่ใกล้ชิดจะช่วยให่วัยรุ่นสามารถปรับตัวได้อย่างเหมาะสมบรรเทาปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นและเป็นทั้งแรงผลักดันและแรงกระตุ้นให้พัฒนาการด้านอื่น ๆ เป็นไปด้วยดี คำจำกัดความคำว่าวัยรุ่น มีความหลากหลายเนื่องจากขึ้นกับความแตกต่างของขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมตลอดจนความแตกต่างทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยา ของวัยรุ่นในแต่ละแห่ง อย่างไรก็ตามองค์กรอนามัยโลกได้กำหนดความหมายกว้าง ๆ ของวัยรุ่นไว้ดังนี้วัยรุ่นหมายถึง ช่วงอายุที่มีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายในลักษณะที่พร้อมจะมีเพศสัมพันธ์ได้ วัยรุ่นเป็นระยะที่มีการพัฒนาทางจิตใจมาจากความเป็นเด็กไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่ วัยรุ่นเป็นระยะที่มีการเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่ต้องพึ่งพาทางเศรษฐกิจไปสู่ภาวะที่ต้องรับผิดชอบและพึ่งพาตนเอง

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัยรุ่น ของ ชะอีดะห์ เกษา (2558) ผู้วิจัยสรุปตัวแปรจากการศึกษา ประกอบด้วย 1) การปรับตัว 2) แรงผลัก-แรงกระตุ้นพัฒนาการ 3) ความแตกต่างของขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม 4) ความแตกต่างทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางสรีรวิทยา 5) สภาพที่ต้องพึ่งพาทางเศรษฐกิจ และ 6) ความรับผิดชอบและพึ่งพาตนเอง

กลยุทธ์สู่ความสำเร็จของการลงทุน

กลยุทธ์สู่ความสำเร็จของการลงทุน ของ NovaBizz (2565) ประกอบด้วย 1) กำหนดวิสัยทัศน์ของชีวิต (Life Vision) การกำหนดเป้าหมายสูงสุดในชีวิต 2) วิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง (SWOT Analysis) 3) กำหนดกลยุทธ์สู่ความสำเร็จ (Critical Success Factors) 4) กำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (Strategic Aim) 5) กำหนดทางเลือก (Strategic Option) 6) กำหนดแผนกลยุทธ์ (Strategic Plan) และ 7) นำไปปฏิบัติตามวงจร PDCA

Clark (2001 อ้างถึงใน ประเวศน์ มหารัตน์สกุล, 2560) กล่าวว่า กลยุทธ์การแข่งขันเกิดขึ้นจากความพยายามในการศึกษาและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและสถานการณ์ในแง่มุมต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดความเจริญเติบโตหรือความล้มเหลวแห่งการดำเนินธุรกิจขององค์การอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการที่องค์การจะสามารถนำความรู้ที่ได้จากการศึกษานำไปใช้ในการกำหนดโอกาสหรือช่องทางต่าง ๆ ในการบริหารงาน และวิเคราะห์ความเสี่ยงใด ๆ ทางการบริหาร และพัฒนาวิธีการที่จะใช้ในการแสวงหาผลประโยชน์และโอกาสที่เปิดกว้างหรือหลบอันตรายต่าง ๆ ที่จะมีขึ้นในอนาคต

การวางแผนกลยุทธ์ของ Thompson, Peteraf, Gamble and Strickland (2012); Clark (2001); Porter (1980) สรุปตัวแปร ประกอบด้วย 1) ผลกำไรการเจริญเติบโตของการขาย หรือการเจริญเติบโตในมูลค่าของผู้ถือหุ้นการบรรลุความสำเร็จ 2) ความอยู่รอดความเจริญเติบโตหรือความล้มเหลว 3) การพัฒนาวิธีการที่จะใช้ในการแสวงหาผลประโยชน์และโอกาสที่เปิดกว้างหรือหลบอันตราย 4) การพัฒนาระดับความสามารถตนเอง 5) การยึดมั่นในเอกลักษณ์และตัวตนของธุรกิจ (Commit to an identity) 6) การทำให้ทฤษฎีกลายเป็นการปฏิบัติ (Translate the strategic into the everyday) 7) การใช้วัฒนธรรมองค์กรให้เกิดประโยชน์ (Put your culture to work) 8) การลดค่าใช้จ่ายเพื่อโตต่อ (Cut costs to grow stronger) 9) การกำหนดอนาคตของตนเอง (Shape your own future)

ตลาดเงินตราต่างประเทศ หรือตลาดปริวรรตเงินตรา (Foreign Exchange Market) ตลาดที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินต่าง ๆ โดยราคาของเงินตราต่างประเทศสกุลหนึ่งเมื่อเทียบกับอีกสกุลหนึ่งจะเรียกว่า "อัตราแลกเปลี่ยน" (Foreign Exchange Rates) เช่น อัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทเทียบกับเงิน

ดอลลาร์ สหรัฐอเมริกา. หรืออัตราแลกเปลี่ยนระหว่าง เงินบาทและเงินหยวน เป็นต้น ซึ่งอัตราแลกเปลี่ยนจะเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปตามอุปสงค์ และอุปทานของเงินตราต่างประเทศในแต่ละช่วงเวลา ปัจจัยสำคัญที่กำหนดอัตราแลกเปลี่ยน ได้แก่ มูลค่าการค้าและกระแสเงินลงทุนระหว่างประเทศ

จำนวน 1,191 ราย

มูลค่าทุน 2,839 ล้านบาท



ภาพที่ 1 ภาพรวมธุรกิจ

ที่มา: DBD, 2560

จากข้อมูลนิติบุคคลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2560) มีธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่ดำเนินการอยู่ทั่วประเทศ 1,191 ราย โดยแบ่งเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด 665 ราย บริษัทจำกัด 523 ราย และห้างหุ้นส่วนสามัญ นิติบุคคล 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.84, 43.91, 0.25 ตามลำดับ มูลค่าทุนจดทะเบียนของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่มีสถานะคงอยู่ มีมูลค่า 2,839 ล้านบาท แบ่งเป็น บริษัทจำกัด มูลค่า 2,059 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 72.54 ห้างหุ้นส่วนจำกัด มูลค่า 777 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 27.36 และห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล มูลค่า 3 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.11

มูลค่าการลงทุนทั้งสิ้น 2,839 ล้านบาท



ภาพที่ 3 สัดส่วนมูลค่าเงินทุนแบ่งตามสัญชาติ

ที่มา: DBD, 2560

การลงทุนตามสัญชาติของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนของคนไทย มูลค่า 2,737 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 96.40 และการลงทุนของต่างชาติ มูลค่า 102 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.59 โดยต่างชาติที่ลงทุนในธุรกิจนี้สูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สิงคโปร์ มูลค่า 2.94 ล้านบาท คิดเป็น

ร้อยละ 0.10 บังคลาเทศ มูลค่า 2.54 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 0.08 และ อินเดีย มูลค่า 2.48 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.08 ตามลำดับ

สรุปได้ว่า ธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตของจำนวนผู้ประกอบการสูงเพื่อรองรับบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศให้กับชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยหรือทำธุรกิจ ซึ่งนับว่ามีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยจะเห็นได้จากการเติบโตของรายได้ที่มีอัตราการเติบโตที่ ร้อยละ 25.0 ต่อเนื่องทุกปี แต่ในส่วนของกำไรสุทธิ ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจมีผลประกอบการที่ดีขึ้นควรมีการปรับปรุงบริการให้มีความรวดเร็วโดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ เช่น Application บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจและใช้บริการเพิ่มขึ้น ตลาด Forex นั้นแต่เดิม ก่อนปี ค.ศ. 1990 เป็นตลาดที่ เฉพาะ เศรษฐี หรือ องค์กรใหญ่ ๆ เท่านั้นที่จะสามารถเข้าทำการเทรดได้ เพราะคุณสมบัติขั้นต่ำ ในการเข้าสู่ตลาด Forex คือ ต้องมีเงินอย่างน้อย 50,000,000 USD และ ที่สำคัญแรกทีเดียว ตลาด Forex นั้นถูกจัดให้ใช้โดยธนาคาร หรือ องค์กรใหญ่ ๆ เท่านั้น แต่ด้วยความก้าวหน้าของระบบ Internet ทำให้เกิด Broker รายย่อยมากมาย ซึ่งช่วยให้เกิดการรองรับการเทรดของนักลงทุนรายย่อย (Chaithong, 2564)

การลงทุนในตลาด Forex เป็นการมีสภาพคล่องสูง เพราะมีคนซื้อและคนขายจำนวนมาก ทำให้ปริมาณการซื้อขายสูงมากเมื่อเทียบกับการลงทุนแบบอื่น เพราะเป็นตลาดการเงินที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก เปิดทำการซื้อขายตลอด 24 ชั่วโมง ยกเว้นวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดราชการ นักลงทุนสามารถทำกำไรได้ทั้งขาขึ้นและขาลง ในหนึ่งคู่สกุลเงินนักลงทุนสามารถเปิดได้ทั้งสถานะซื้อ หรือขาย โดยเปิดสถานะซื้อหากคาดการณ์ว่าราคาจะสูงขึ้น และเปิดสถานะขายหากคาดว่าราคาจะลดลง และใช้เงินลงทุนต่ำ โดยใช้เงินประมาณ 1,000 บาทเริ่มต้นลงทุนได้ จึงทำให้นักลงทุนส่วนใหญ่เริ่มให้ความสนใจในตลาด Forex โดยข้อมูลจาก Compare Forex Brokers ได้ทำการสรุปข้อมูลเกี่ยวกับ Forex ไว้ว่า มีการซื้อขายสูงถึงวันละ 6.6 ล้านล้าน ดอลลาร์ ในปี 2019 ซึ่งนั่นทำให้ Forex เป็นธุรกรรมทางการเงินที่ใหญ่ที่สุดในโลก (Grossbard, 2022)

ใครสามารถที่จะดำเนินกิจกรรมในตลาดเทรดได้บ้าง Who operates in the foreign exchange market?

ธนาคารกลาง (Central banks) ธนาคารกลางนับว่ามีบทบาทอย่างมากในตลาด เนื่องจากเป็นผู้ควบคุมนโยบายทางการเงิน และควบคุมเสถียรภาพทางการเงิน การประกอบกิจการของธนาคารกลางนั้นมีผลกับตลาดฟอร์เร็กซ์โดยตรง

ธนาคารพาณิชย์ (Commercial banks) คือธนาคารหลัก ๆ ที่ประกอบกิจการในระหว่างวัน, ซึ่งธนาคารเหล่านี้มีการเทรดเช่นกัน

บริษัท นานาชาติ (Multinational corporations) มีหลายบริษัท ที่มีการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับสกุลเงิน อาทิเช่น บริษัทนำเข้า และ ส่งออก ที่ทำการค้ากับต่างประเทศ หรือ มีหุ้นส่วนสำนักงานในต่างประเทศ เช่น การจ่ายค่าสินค้า เป็นสกุลเงิน ดอลลาร์สหรัฐ กับประเทศจีน

บริษัททางการเงิน (Financial companies) กลุ่มบริษัททางการเงิน รวมถึง อสังหา, บำเหน็จบำนาญ และ กลุ่มบริษัทเพื่อการลงทุน ที่มีการประกอบกิจการราว ๆ สิบ ถึง หนึ่งร้อยล้าน ซึ่งกลุ่มบริษัทเหล่านี้สามารถที่จะสร้างความเคลื่อนไหวให้ตลาดการเงินได้

โบรกเกอร์ (Brokers – brokers) โบรกเกอร์ จะทำการรับการเทรดของ เหล่าเทรดเดอร์ โดยการรับเพื่อรวบรวมออเดอร์จากการขาย และ การซื้อ ในลักษณะรายย่อยของตลาด โดยมีการบวกผลกำไรจากส่วนต่างที่ประมาณร้อยละ 2 มีโบรกเกอร์มากมาย และ แต่ละโบรกเกอร์จะมี ค่าธรรมเนียมส่วนต่างที่แตกต่างกันตามแต่แพลตฟอร์ม และ นโยบายของโบรกเกอร์

นักเทรดที่มีกำลังการเทรดสูง และรายย่อย (High-frequency traders and retail investors) กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีการเทรดที่ค่อนข้างจะรุนแรง และ เทรดเดอร์ที่มีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์เพื่อการเทรด

ลักษณะเด่นของตลาด Forex

ลักษณะเด่นของตลาด Forex โดย Forex ย่อมาจาก Foreign Exchange เป็นตลาดที่ทำการซื้อขายอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา โดยราคารัสนั้นจะแปรผันตาม demand และ supply ของแต่ละสกุลเงิน ซึ่งทั้งนี้อาจจะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นอัตราดอกเบี้ย อัตราเงินเฟ้อ ราคาน้ำมัน ราคาทองคำ สภาพเศรษฐกิจ สถานการณ์บ้านเมือง เหตุการณ์ทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการประกาศตัวเลขสำคัญ ๆ ของแต่ละประเทศ เช่น อัตราการว่างงาน เป็นต้น เรียกได้ว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรามีความอ่อนไหวต่อปัจจัยรอบข้างค่อนข้างมาก คือ

1. เป็นตลาดการเงินที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก เปิดทำการซื้อขายตลอด 24 ชั่วโมง ยกเว้นวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดราชการ การซื้อขายเริ่มตั้งแต่ตลาดเปิดทำการตอนเช้าในออสเตรเลีย เอเชีย ยุโรปและจนจบวันทำการของอเมริกา
2. มีสภาพคล่องสูง เพราะมีคนซื้อ และคนขายจำนวนมาก ทำให้ปริมาณการซื้อขายสูงมากเมื่อเทียบกับการลงทุนแบบอื่น ๆ
3. มีความเสี่ยงสูง เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรามีความอ่อนไหวมากต่อปัจจัยรอบตัว ซึ่งนับได้ว่าเป็นโอกาสที่จะใช้ทำกำไรได้อย่างรวดเร็ว และในขณะเดียวกัน อาจจะขาดทุนได้อย่างรวดเร็วเช่นกัน
4. ทำกำไรได้ทั้งขาขึ้นและขาลง ในหนึ่งคู่สกุลเงิน นักลงทุนสามารถเปิดได้ทั้งสถานะซื้อ หรือขายโดยเปิดสถานะซื้อหากคาดการณ์ว่าราคาจะสูงขึ้น และเปิดสถานะขายหากคาดว่าราคาจะลดลง
5. ใช้เงินลงทุนต่ำ แต่สามารถสร้างกำไรได้สูงด้วย leverage แต่ในทางตรงข้าม leverage ทำให้ขาดทุนได้สูงมากเช่นกัน
6. ค่าธรรมเนียมการซื้อขายต่ำ เมื่อเทียบกับการลงทุนประเภทอื่น มีหลายโบรกเกอร์ไม่คิดค่าธรรมเนียมการซื้อขาย แต่จะคิดค่าบริการจากส่วนต่างราคา bid / ask หรือที่เรียกว่า spread โดยคู่สกุลเงินที่มีการซื้อขายมากจะมี spread แคบ

ตัวอย่างการซื้อขาย Forex จะแสดงในรูปคู่ของสกุลเงิน ซึ่งในการซื้อขาย Forex จะแสดงในรูปคู่ของสกุลเงิน เช่น EUR/USD = 1.105965 หมายความว่า 1 Euro มีค่าเท่ากับ 1.105965 US Dollars การซื้อ EUR/USD จะหมายถึง การซื้อ EUR และขาย USD และในทางตรงกันข้าม การขาย EUR/USD หมายถึง การซื้อ USD และขาย EUR ตัวอย่างการซื้อขายคู่สกุลเงินที่สำคัญ ๆ ได้แก่ EUR/USD, USD/JPY, GBP/USD, USD/CAD, USD/CHF, AUD/USD and NZD/USD เช่นเดียวกับการลงทุนในหุ้น เมื่อนักลงทุนในตลาด Forex เห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของคู่สกุลเงิน นับเป็นโอกาสในการเข้าทำกำไร เช่น หากคาดการณ์ว่าค่าเงิน EUR จะอ่อนลงเมื่อเทียบกับ USD นักลงทุนอาจจะส่งขาย EUR/USD ณ ราคาปัจจุบัน โดยหากการคาดการณ์ของเราถูกต้อง และราคา EUR/USD ลดลง เราสามารถทำกำไรโดยการปิดสถานะการขาย ซึ่งกำไรที่ได้จะเป็นส่วนต่างของราคา คูณกับจำนวนหน่วยที่ซื้อ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงผสม (Mixed Method) โดยการวิจัยเชิงปริมาณมุ่งศึกษา ระดับความคิดเห็นกลยุทธ์ 6 ด้าน ได้แก่การบริหารจัดการ ทัศนคติ สิ่งแวดล้อม เทคนิค สังคมและเศรษฐกิจของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และระดับความคิดเห็นเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย 4 ด้าน ได้แก่ มีการวางแผน มีการวิเคราะห์ในเชิงกลยุทธ์ นำกลยุทธ์

ไปปฏิบัติเป็นรูปธรรม และควบคุมและประเมินผลงานอย่างต่อเนื่อง และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ 6 ด้านของการลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยกับกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย

ประชากรกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย กลุ่มผู้ที่เคยเทรดไม่เกิน 3 เดือน (New Trade) ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรโดยใช้สูตรการคำนวณของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มนักเทรดในวงการ (Trader) จำนวน 8 คน โดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นนักเทรดที่อยู่ในวงการเทรดและสอบผ่านใบอนุญาตกองทุน My Forex Fund (MFF), กองทุน FTMO กองทุน The Fund Trader(TFT) โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)การสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)โดยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview)

กลุ่มที่ 2 กลุ่มนักเทรดอาชีพ (Guru) จำนวน 5 คนโดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นนักเทรดที่อยู่ในวงการเทรดและมีการจดทะเบียนการค้าเพื่อการเปิดสถาบันเพื่อการสอนเทรดโดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)การสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)โดยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง(Structured Interview)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้รับการออกแบบได้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการวิจัยและสอดคล้องกับแนวคิดในการวิจัยโดยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่ามีจำนวน 3 ตอน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ

แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการด้วยตนเอง ส่วนที่ 2 โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ค่าทางสถิติต่อไป

การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อขอ วัน เวลา นัดหมาย
2. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 13 ฉบับ โดยผู้วิจัยดำเนินการด้วยตนเอง นำแบบการการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ มาถอดเทปตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลสำคัญ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ สถิติเชิงพรรณนาและค่าร้อยละ (Frequency and Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่การทดสอบ T (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Anova) ค่า F-test ทดสอบโดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2553)

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 13 คน เกี่ยวกับแนวทางกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย

ผลการวิจัย

1. ระดับของกลยุทธ์ 6 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย การบริหารจัดการ ทัศนคติ สิ่งแวดล้อม เทคนิค สังคม และเศรษฐกิจ กลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย

n = 395

กลยุทธ์นักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ภาพรวม	4.28	0.49	มากที่สุด	-
การบริหารจัดการ	4.36	0.61	มากที่สุด	2
ทัศนคติ	4.30	0.53	มากที่สุด	4
สิ่งแวดล้อม	4.21	0.58	มากที่สุด	5
เทคนิค	4.10	0.64	มาก	6
สังคม	4.36	0.64	มากที่สุด	1
เศรษฐกิจ	4.35	0.59	มากที่สุด	3

จากตารางที่ 1 พบว่า กลยุทธ์ 6 ด้านของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า ภาพรวมกลยุทธ์ 6 ด้านของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมาด้านสังคม ($\bar{X} = 4.36$) ด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.35$) ด้านทัศนคติ ($\bar{X} = 4.30$) ด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 4.21$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ด้านเทคนิค มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) ตามลำดับ สรุปผลการวิจัยรายด้านดังนี้

2. ความสัมพันธ์ของนักลงทุนรุ่นใหม่ กับกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพรวมกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่มีการวิเคราะห์ในเชิงกลยุทธ์ ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมาควบคุมและประเมินผลงานอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.40$) ลำดับที่ 3 มีการวางแผน ($\bar{X} = 4.31$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติเป็นรูปธรรมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) ตามลำดับ

ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ 6 ด้านของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยต่อกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย 6 ด้าน ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ ด้านทัศนคติ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเทคนิค ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจ ของนักลงทุนรุ่นใหม่ของประเทศไทย มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ต่อกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย	ยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
2.กลยุทธ์ด้านทัศนคติของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ต่อกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย	ยอมรับสมมติฐาน
3.กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ต่อกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย	ยอมรับสมมติฐาน
4.กลยุทธ์ด้านเทคนิคของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ต่อกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย	ยอมรับสมมติฐาน
5.กลยุทธ์ด้านสังคมของนักลงทุนรุ่นใหม่มีความสัมพันธ์ต่อกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย	ยอมรับสมมติฐาน
6.กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ต่อกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย	ยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผล

1. ระดับกลยุทธ์ 6 ด้านของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดได้แก่ ด้านการบริหารจัดการรองลงมาได้แก่ ด้านสังคมด้านเศรษฐกิจ ด้านทัศนคติ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเทคนิค ตามลำดับ และภาพรวมกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านมีการวิเคราะห์ในเชิงกลยุทธ์ ด้านควบคุมและประเมินผลงานอย่างต่อเนื่อง ด้านมีการวางแผนมี และด้านนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับชะอีตะห์ เกศา (2558) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวัยรุ่นกล่าวว่า 1. การปรับตัว 2. แรงผลักดันและแรงกระตุ้นพัฒนาการ 3.ความแตกต่างของชนบทรอบนิยามประเพณีและวัฒนธรรม 4.ความแตกต่างทางสังคมและทางสรีระวิทยา 5.สภาพที่ต้องพึ่งพิงทางเศรษฐกิจ และ 6 ความรับผิดชอบและการพึ่งพาตนเอง และสอดคล้องกับแนวคิดของสุรเดช จงวรรณศิริ (2559) ทัศนคติต่อการลงทุนหุ้น 1. มีลักษณะของนักลงทุนตามระดับความสามารถ 2. ปัจจัยแหล่งข้อมูลที่นักลงทุนให้ความสนใจ 3. ความตั้งใจลงทุนในหลักทรัพย์บริษัท 4. การรับรู้ต่อปัจจัยการบริหารของบริษัท 5. ความคาดหวังของการดำเนินงานของบริษัทหลักทรัพย์ 6. ความตั้งใจลงทุนของหลักทรัพย์ของบริษัท

2. ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ 6 ด้านของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยต่อกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย 6 ด้าน ประกอบด้วยปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ด้านทัศนคติ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเทคนิค ด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจของนักลงทุนรุ่นใหม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

0.01 พบว่ากลยุทธ์สู่ความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ด้านการวิเคราะห์ในเชิงกลยุทธ์นักลงทุนรุ่นใหม่จะสนใจการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ อาจเพราะการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในยุคดิจิทัลมีความสะดวกสบายต่อการค้นหาในทุกรูปแบบรองลงมาได้แก่ ควบคุมและประเมินผลงานอย่างต่อเนื่องอาจเป็นเพราะส่วนใหญ่มีความตระหนักรู้มากขึ้นเกี่ยวกับการลงทุน ว่าเป็นความเสี่ยงจึงให้ความสนใจที่จะควบคุมและประเมินสถานการณ์เพื่อความรอบคอบสอดคล้องกับ Novabizz (2565) ที่ศึกษาแนวทางการบริหารธุรกิจชีวิตสู่ความสำเร็จ พบว่า กลยุทธ์สู่ความสำเร็จของการลงทุน ประกอบด้วย 1) กำหนดวิสัยทัศน์ของชีวิต 2) การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง 3) การกำหนดปัจจัยสู่ความสำเร็จ และ 4) กำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์นำไปปฏิบัติ

3. แนวทางกลยุทธ์ของนักลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพื่อความสำเร็จของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทย พบว่า ธุรกิจการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่มีอยู่ในประเทศไทยควรมีกฎหมายเข้าไปส่งเสริมควบคุมกำกับอย่างชัดเจน เนื่องจากธุรกิจการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศนั้น จากในอดีต หรือแม้กระทั่งปัจจุบัน มีการคดโกง และหลอกลวงกันมากจากช่องว่างที่กฎหมายไม่ยอมรับในเรื่องธุรกิจดังกล่าว ในประเทศไทยล้วนมีความเห็นในทำนองเดียวกัน คือ ควรมีการเข้ามาควบคุมเพื่อปิดช่องว่างในด้านการหลอกลวง เพื่อให้สามารถที่จะตรวจสอบการจัดตั้งการประกอบกิจการ และการมีอยู่จริงของโบรกเกอร์ที่ประกอบการในธุรกิจนี้และอีกทั้งยังล้วนมีความเห็นในด้านการส่งเสริม เพื่อการให้มีความรู้ในด้านธุรกิจการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เพราะนับได้ว่าเป็นธุรกิจที่จะสามารถเติบโต และสร้างอาชีพได้อย่างดี และสามารถที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้ อย่างไรก็ตามสิ่งหนึ่งที่ไม่อาจปฏิเสธได้คือการลงทุนในอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของนักลงทุนรุ่นใหม่ในประเทศไทยนั้นล้วนมีผลกระทบ ไม่ว่าจะเป็นทางบวกหรือทางลบได้ กล่าวคือทางบวก ธุรกิจดังกล่าวมีการลงทุนที่ง่าย ได้ไม่ต้องลงทุนในปริมาณที่สูงมากนัก แต่สามารถทำรายได้ มหาศาล ทางลบการลงทุน โดยไม่มีความรู้ แต่เป็นการลงทุนตามโปรโมชัน ที่ถูกใจ หรือถูกจริต จะทำให้มีความเสียหายเป็นอย่างมาก จนอาจจะทำให้เกิดเหตุการณ์ ถูกฉ้อโกง หรือประสบความล้มเหลวต่อการประกอบการได้รุนแรง ถึงขั้น ล้มละลายเลยทีเดียว และด้วยเหตุนี้ผู้ลงทุนจึงจำต้องมีการศึกษาก่อนลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของศิริพร บุญวรกิจ (2561) ที่ศึกษาเรื่องการจัดการความเสี่ยงกรณีศึกษาธุรกิจปริวรรตเงินตราต่างประเทศในจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ความเสี่ยงของธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ภายในจังหวัดสงขลา ประสบกับความเสี่ยงด้านกลยุทธ์เป็นอันดับแรก ตามมาด้วยความเสี่ยงด้านการเงิน ด้านปฏิบัติการ และด้านสารสนเทศตามลำดับ แนวทางการจัดการความเสี่ยงสามารถทำได้โดย ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้าเพื่อกำหนดราคาขาย รวมทั้งควรมีการติดตามข้อมูลข่าวสารอยู่เสมอ จะช่วยลดผลกระทบจากวิกฤตต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นวิกฤตทางเศรษฐกิจ หรือโรคระบาด ตั้งแต่ระดับประเทศถึงระดับโลก สามารถที่จะประกอบธุรกรรมได้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้

ข้อเสนอแนะ

1. ควรที่จะได้รับการยอมรับ และ มีกฎหมายเข้ามาคุ้มครอง กำกับดูแล สำหรับการประกอบการ เพราะ หากมองในภาพความเป็นจริงแล้ว ธุรกิจทางด้านดิจิทัล นั้น ไม่สามารถที่จะหยุดการเจริญเติบโตระดับโลกได้ ไม่ว่าจะเป็นทางใดก็ตาม แต่หากมีการรั้งไว้ จะทำให้การเจริญเติบโตของคนรุ่นใหม่ที่มีความเห็นที่แตกต่างกันจะทำให้มีการประกอบการที่ไม่ถูกต้อง ซึ่ง ในเรื่องดังกล่าวนี้เอง นอกจากจะทำให้เกิดช่องว่างทางกฎหมายแล้ว จะทำให้มีการเข้ามาประกอบการ ฉ้อโกง และ สร้างความเสียหายอย่างมหาศาลดังที่มีข่าวในประเทศไทย เช่น ข่าวการโกงของ Forex 3D หรือการโกง ของโบรกเกอร์เถื่อนต่าง ๆ ที่มีการระดมทุนและหนีหาย สาบสูญไปนับเป็นการสูญเสียที่ไม่ควรเกิดขึ้นอีกต่อไป

2. การได้รับการยอมรับ และ มีการควบคุม ส่งเสริมกำกับดูแล จากภาครัฐ จะทำให้การขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ มีการเจริญเติบโตเป็นอย่างมาก และ มากกว่า การประกอบการแบบดั้งเดิม ยิ่งไปกว่านั้น จากสภาวะ หรือสถานการณ์ โควิด 19 ที่ผ่านมามีให้เห็นได้อย่างชัดเจนถึงความล้มเหลวทางเศรษฐกิจ การค้า และ การประกอบด้านต่าง ๆ

3. การลงทุนอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เป็นการลงทุนประเภทหนึ่งที่สามารถที่จะประกอบการได้ ด้วยการขับเคลื่อนของตลาดโลก ในทุกสภาวะ ดังนั้น จะไม่มีผลกระทบอย่างใด ย่อมหมายถึง การทำให้นักลงทุนสามารถที่จะประกอบกิจการได้ในทุกสภาวะ ทุกโอกาส และ ทุกเวลา และ ด้วยการดังกล่าวย่อมจะทำให้ประชาชนสามารถที่จะมีเงินชำระภาษี เพื่อการสร้างรายได้ระดับประเทศได้ เป็นอย่างดีทีเดียว

4. เรื่องภาคการศึกษา หากจะมองความเป็นจริงการศึกษา ในยุคปัจจุบัน ที่ติอยู่ แต่ดั้งเดิม จะไม่สามารถที่จะตอบโจทย์ให้กับคนรุ่นใหม่ได้เพราะ การทำมา ค้าขายหรือการประกอบธุรกิจ การมีความรู้ในเรื่อง ธุรกิจ ทางด้าน ดิจิทัล บล็อกเชน หรือ อุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ นั้นสามารถที่จะประกอบการได้ ด้วยการมีความรู้อย่างลึกซึ้งในเรื่องดังกล่าว ซึ่งจะมีผลกระทบต่อการศึกษาในระยะยาว ที่จะทำให้มีปริมาณความต้องการ ที่จะศึกษาในระดับ ปริญญาตรี โท หรือ เอกน้อยลง การสนับสนุน ของ ภาครัฐบาล ในเรื่อง ธุรกิจ ทางด้าน ดิจิทัล บล็อกเชน หรือ อุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่าง ประเทศ จึงนับได้เลยว่า นอกจากจะสนับสนุนการเรียนรู้ในโลกอนาคต ที่ไม่สามารถที่จะหลีกเลี่ยงได้ ยัง ทำให้ ประชาชนได้รับความรู้แบบครบครัน ช่วยในการให้ความรู้ จน สามารถที่จะเท่าทันการตั้งใจประกอบกิจการ ทุจริต และ หลอกลวง จากคนทุจริตได้เป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในภาพรวมของทุกระดับอายุ ในการวิจัยครั้งต่อไป หากมีการเจาะจง ช่วงอายุ จะทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้ ไม่ได้มีการระบุ กรอบของการลงทุนอุตสาหกรรมอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ต่างประเทศ ซึ่งทำให้ค่าความชัด ในความสำเร็จ อาจจะยังไม่ได้อธิบายกับนักลงทุน ในแต่ละระดับที่แตกต่างกัน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป หากมีการระบุ ระยะเวลาของการลงทุนที่มีจำนวนชัดเจน หรือ ใกล้เคียงจะทำให้ผลลัพธ์จากการวิจัย มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น

3. การวิจัยครั้งนี้ไม่ได้รวมถึง บัญชี Demo ซึ่งอาจจะทำให้ นักลงทุนที่นำบัญชี Demo ให้ความสนใจ หรือ แสดงความคิดเห็นในมุมมอง ที่ไม่ชัดเจน เพราะจะไม่สามารถวัดถึงความสำเร็จในรูปแบบ กำไร หรือ ตัวเงินได้ ในการวิจัยครั้งต่อไป หากมีการระบุ ชัดเจน ว่าจะใช้เฉพาะ การลงทุนจริง หรือ เฉพาะ บัญชี Demo จะทำให้ ผลลัพธ์ การวิจัย ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560). *แนวโน้มธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ*. ค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2566, จาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2560/T26/T26_201705.pdf
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2553). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิต.
- ชะอิดะห์ เกศา. (2558). *วัยรุ่นกับความรุนแรงเชิงวัฒนธรรมในอำเภอเมือง จังหวัดสตูล* (วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2565). *แนวโน้มการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ*. ค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2566, จาก <https://www.exim.go.th/getattachment/9ce1d7c5-8275-4262-a611-77.2565.aspx>

- นิภาพันท์ พูนเสถียรทรัพย์. (ม.ป.ป). การลงทุนใน FOREX: ความเสี่ยงและผลตอบแทน. ค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2566, จาก <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/grow-your-wealth/forex.html>
- ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2560). กลยุทธ์การวางแผนและการจัดการ. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.
- วันสันทน์ กันทะวงศ์. (2563). อาชญากรรมเศรษฐกิจ: การหลอกลวงการเก็งกำไรอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 23(1), 133-144.
- สุรเดช จงวรรณศิริ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลงทุนในหลักทรัพย์ของนักลงทุนบุคคล (วิทยานิพนธ์การจัดการดุฎิบัณฑิต). วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ศิริพร บุญวรกิจ. (2561). การจัดการความเสี่ยง กรณีศึกษาธุรกิจปริวรรตเงินตราต่างประเทศในจังหวัดสงขลา. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- Clark, Vicki Clinell Burge. (2001). *Unit Search of Good Governance: Decentralization and Democracy in Ghana*. Illinois: Northern Illinois University.
- Grossbard. (2022). *Forex Statistics*. Retrieved July, 2, 2023 , from <https://www.compareforex brokers.com/forex-trading/statistics/>
- NovaBizz. (2565). การบริหารธุรกิจที่เป็นจุดเริ่มต้นของชีวิต. ค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2566, จาก https://www.novabizz.com/NovaAce/Manage/Entrepreneur_Strategy.htm
- Porter, M. E., (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior*. (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer behavior*. (7th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Thompson, P., Gamble & Strickland III. (2012). *Crafting and executing strategy concept and readings*. New York: McGraw-Hill.

การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่นโดยใช้วัดเป็นฐาน
ตามหลักไตรสิกขา ในภาคเหนือตอนบน

Development of the Quality of Life of the Elderly in the Local Area by Using
Temples as a Base According to the Threefold Principle in the upper
Northern Region

พระครูสุนทรมหาเจติยานุรักษ์¹, ณรงค์ศักดิ์ ลุนสํารอง² และ จรูญศักดิ์ แพ่ง³
Phrakrusunthonmahachetiyaturak¹, Narongsak Lunsamrong² and Charoonsak Pheang³

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตล้านนา
Mahamakut Buddhist University Lanna Campus, Thailand
Corresponding Author, Email: pruehsan.sut@gmail.com¹

Received: 2024-01-19; Revised: 2024-03-30; Accepted: 2024-03-31

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น ในภาคเหนือตอนบน 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น ในภาคเหนือตอนบน 3) เพื่อกำหนดแนวทางปฏิบัติ และประเมินผลการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น โดยใช้วัดเป็นฐาน ตามหลักไตรสิกขาของผู้สูงอายุ ในภาคเหนือตอนบน กลุ่มตัวอย่างได้แก่เจ้าอาวาส พระผู้ปกครองปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประสานงาน ผู้รับผิดชอบกิจกรรมส่งเสริม พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุ อยู่ในเขต 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน รวมทั้งสิ้น 1,200 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบศึกษาเอกสาร สังเกต สัมภาษณ์ สันทนากลุ่ม และแบบสอบถามความคิดเห็น ของผู้รับผิดชอบจัดกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การสังเคราะห์ข้อมูลเอกสาร สังเกต สัมภาษณ์ สันทนากลุ่ม ผู้ทรงคุณวุฒิ และใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และสถิติที่ใช้ได้แก่การหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติทดสอบ t-test

ผลการวิจัยพบว่าการศึกษาระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ มีการดำเนินงานประสานกับ ชมรม สมาคม เครือข่ายโรงเรียนผู้สูงอายุภาคเหนือ มีการดำเนินงานอย่างมีส่วนร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่ได้แก่ กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพร่างกาย อารมณ์ สังคม จิตใจ ส่วนใหญ่ยังขาดครูจิตอาสา ยังไม่มีหลักสูตร และ วิธีการติดตาม ประเมินผลการดำเนินงาน ด้วยเครื่องมือที่ชัดเจน

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ จากการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมพบว่าด้านจุดแข็งอยู่ระดับมากที่สุดคือมีผู้ปกครองปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าอาวาสวัดที่ให้การสนับสนุน จุดอ่อนยังขาดการกำหนด กิจกรรมแก่ผู้สูงอายุในกลุ่มชมรมผู้สูงอายุหมู่บ้านบางหมู่บ้าน ส่วนใหญ่ยังขาดการจัดทำหลักสูตร และการวัดผล ประเมินผลที่เป็นระบบชัดเจน ด้านโอกาสได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรภายนอก และมีเครือข่าย จำนวนมาก ด้านปัญหาอุปสรรคผู้สูงอายุบางส่วนมีสุขภาพที่ไม่สามารถร่วมโครงการได้

การกำหนดแนวทางปฏิบัติ และประเมินผลการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุผลการกำหนดแนวทาง ปฏิบัติการดำเนินงาน ประกอบด้วย 4 แนวทาง ภาพรวม ($\bar{X}$ = 4.20, SD.= .43) สำหรับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ มีดัชนีชี้วัดจำนวน 4 ดัชนี ในภาพรวมมี ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ =4.16, SD.= .42)

คำสำคัญ: การพัฒนาคุณภาพชีวิต, ผู้สูงอายุ, วัดเป็นฐาน, หลักไตรสิกขา

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the quality of life of the elderly in the local area; in the upper northern region 2) to analyze factors related to the quality of life of the elderly in the local area in the upper northern region 3) to determine guidelines and evaluate the results of improving the quality of life of the elderly in the local area Using the measurement as a base According to the threefold principles of the elderly in the upper northern region The sample group included the abbot. Local administrative organization administrators, coordinators, and those responsible for promoting activities Develop the quality of life of the elderly and the elderly in 8 provinces in the upper northern region, totaling 1,200 people. The tools used were document studies, observation, interviews, group discussions, and opinion questionnaires. of those responsible for organizing activities to improve the quality of life of the elderly and the elderly created by the researcher Data were analyzed using document data synthesis, observation, interviews, and group discussions with experts. and use ready-made computer programs And the statistics used include finding frequencies, percentages, averages, and standard deviations. And using t-test statistics.

The research results found that Study of the quality of life of the elderly Work is coordinated with clubs, associations, and networks of schools for the elderly in the northern region. There is participatory work. Most activities include: Activities to promote physical, emotional, social, and mental health mostly lack volunteer teachers. There is no curriculum and method for monitoring and evaluating performance.

with clear tools Factors related to the quality of life of the elderly From the analysis of environmental factors, it was found that the strengths at the highest level were the administrators of local administrative organizations. Abbot of the temple that provides support Weak points include the lack of activities for the elderly in some village elder clubs. Most still lack a clear curriculum and systematic evaluation. In terms of the opportunity to receive budget support from local government organizations, outside organizations and many networks, in terms of obstacles, some elderly people have health problems and are unable to participate in the project.

Setting guidelines and evaluate the development of the quality of life of the elderly. The results of the determination of operational guidelines consist of 4 overall guidelines ($\bar{X}$ = 4.20, SD.= .43). For the quality of life of the elderly, there are 4 indicators. Overall, they are valuable. Average ($\bar{X}$ = 4.16, SD.= .42)

Keywords: Quality Of Life Development, The Elderly, Base Measurement, The Threefold Principle.

บทนำ

ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นบุคคลที่อุทิศตนเพื่อครอบครัว และสังคมมาก่อน โดยการทำงานเพื่อสังคมประสพการณ์ ความรู้ รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม เพื่อนำ

มาถ่ายทอดให้แก่ลูกหลานรุ่นต่อ ๆ ไป ขณะเดียวกันผู้สูงอายุยังเป็นวัยของชีวิตที่จะต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง ทั้งทางด้านสุขภาพ ร่างกาย จิตใจ และสังคมมากกว่าวัยอื่น ๆ (วิจิตร ปรเมปรี, 2550) วัด คือ สถานที่สำหรับประกอบกิจกรรมทางศาสนาของผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ ซึ่งวัดจะเป็นที่รวบรวมคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าต่าง ๆ ไว้มากมาย วัดจะดำรงไว้ซึ่งความเป็นวัด (วัดวัตร-วัฒนธรรม) ได้อย่างถูกต้องจะต้องอาศัยหลักการของพระพุทธศาสนา ที่ประกอบด้วยองค์ 3 ของ ไตรสิกขา คือ 1) สะอาด ด้วยหลักการของพระพุทธศาสนา คือ ศีล 2) สงบ ด้วยหลักการของพระพุทธศาสนา คือ สมาธิ 3) สว่าง ด้วยหลักการของพระพุทธศาสนา คือ ปัญญา (พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต, 2543)

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของผู้วิจัย พบว่า อาศัยอำนาจหน้าที่ของเทศบาล ตามภารกิจราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 แก้ไขถึงฉบับที่ 13 พ.ศ. 2552 มาตรา 50 ภายใต้งบบังคับแห่งกฎหมายเทศบาลตำบล มีหน้าที่ต้องทำในเขตเทศบาล(6) ให้ราษฎรได้รับการศึกษาอบรม(7) ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ และผู้พิการจากภารกิจหน้าที่ดังกล่าวเทศบาลตำบลถือว่าเป็นบทบาทหน้าที่หลักในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาส และครอบครัวของประชาชนในชุมชน พบว่าทุกแห่งมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ กิจกรรมทางด้านประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ และให้ความรู้ ความเข้าใจแก่ผู้สูงอายุ บุคคลในครอบครัว และชุมชน เพราะจุดมุ่งหมายของการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการดูแลผู้สูงอายุให้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ สร้างมนุษยสัมพันธ์ร่วมกัน ลดภาวะโรคซึมเศร้า ส่งเสริมสุขภาพกาย สุขภาพจิตให้ดีขึ้น และยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมองเห็นคุณค่าในตนเองมากยิ่งขึ้น แต่ยังไม่มีการใช้วัดเป็นศูนย์กลางในการจัดกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งกิจกรรมที่จัดยังไม่สอดคล้องกับการพัฒนาด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา ตามหลัก ไตรสิกขาที่ชัดเจน และยังขาดการประเมินผลกิจกรรมต่างๆที่ใช้เครื่องมือวัดที่ชัดเจนอย่างเป็นระบบ

สรุปจากการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ในเบื้องต้น คณะผู้วิจัยเห็นว่าถ้าได้มีการเตรียมรับมือกับปัญหาต่าง ๆ ในด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต ของผู้สูงอายุเสียแต่ล่วงหน้าหรือสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีตามแนวคิด ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระราชทานแก่พสกนิกร ย่อมเป็นการเตรียมการอย่างชาญฉลาด ช่วยให้รัฐไม่ต้องทุ่มงบประมาณจำนวนมหาศาลกับการฟื้นฟู ดูแล รักษาผู้สูงอายุ การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นเรื่องเร่งด่วนที่รัฐควรเร่งรีบในการดำเนินการ หากไม่มีการดำเนินการใด ๆ เพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุของไทย ก็จะมีแนวโน้มที่จะต้องเผชิญกับปัญหาความยากจนของผู้สูงอายุ (วโรทัย โกศลพิศิษฐ์, 2550) สอดคล้องกับงานวิจัยของชาลี ภักดี (2561) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรโรงเรียนผู้สูงอายุโดยใช้หลักไตรสิกขาในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนบน สรุปผลการวิจัย พบว่า การดำเนินงานโรงเรียนผู้สูงอายุ ในด้านโครงสร้างการดำเนินงาน มีแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีโครงการพัฒนาผู้สูงอายุ มีประกาศแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารงาน การดำเนินงานส่วนมากจะใช้หลัก 5 ก. คือกลุ่ม กรรมการ กติกา กิจกรรม และกองทุน มี กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพร่างกาย อารมณ์ สังคม จิตใจของผู้สูงอายุ แต่ส่วนใหญ่ยังขาดครูจิตอาสา ประกอบกับยังไม่มีหลักสูตรที่ชัดเจน และขาดวิธีการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน กิจกรรมตามหลักสูตรด้วยเครื่องมือที่ชัดเจนอีกด้วย ประกอบกับมหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย วิทยาเขตล้านนา มีบุคลากรที่มีความพร้อมในด้านการบริหารวิชาการทางด้านพุทธศาสนา ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าการแก้ปัญหาดังกล่าวควรมีการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่นโดยใช้วัดเป็นฐาน ตามหลักไตรสิกขาในภาคเหนือตอนบน มาพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น ในภาคเหนือตอนบน
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น ในภาคเหนือตอนบน

3. เพื่อกำหนดแนวทางปฏิบัติ และประเมินผลการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น โดยใช้วัดเป็นฐาน ตามหลักไตรสิกขาของผู้สูงอายุ ในภาคเหนือตอนบน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น โดยใช้วัดเป็นฐาน ตามหลักไตรสิกขาของผู้สูงอายุ ในภาคเหนือตอนบน โดยมีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น ในภาคเหนือตอนบน 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น ในภาคเหนือตอนบน 3) กำหนดแนวทางปฏิบัติ และประเมินผลการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น โดยใช้วัดเป็นฐาน ตามหลักไตรสิกขาของผู้สูงอายุ ในภาคเหนือตอนบน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive) จาก ผู้สูงอายุที่อาศัยในจังหวัดเป้าหมายโดยใช้วัด 8 วัดใน 8 จังหวัด ซึ่งเป็นกลุ่มที่ยังไม่มีกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตโดยใช้วัดเป็นฐานที่เป็นระบบชัดเจน ได้แก่ (1) ประชากรกลุ่มเจ้าอาวาส พระ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประสานงาน ผู้รับผิดชอบกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ กลุ่มละ 10 คนรวมทั้งสิ้น 80 คน (2) ประชากรกลุ่มผู้สูงอายุกลุ่มละ 140 คน รวมทั้งสิ้น 1,120 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบศึกษาเอกสาร สังเกต สัมภาษณ์ สนทนากลุ่ม และแบบสอบถามความคิดเห็น ของผู้รับผิดชอบจัดกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ และผู้สูงอายุที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การสังเคราะห์ข้อมูลเอกสาร สังเกต สัมภาษณ์ สนทนากลุ่ม ผู้ทรงคุณวุฒิ และใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และสถิติที่ใช้ได้แก่การหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติทดสอบ t-test

ผลการวิจัย

ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 การศึกษาระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น ในภาคเหนือตอนบน พบว่า การสังเคราะห์การดำเนินงานโรงเรียนผู้สูงอายุ และกลุ่ม ชมรมผู้สูงอายุในเขตภาคเหนือตอนบน ในด้านโครงสร้างการดำเนินงาน มีแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่รับผิดชอบทั้งแผนพัฒนาระยะ 3- 5 ปี มีโครงการพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุ มีประกาศแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารงานมีการดำเนินงานประสานกับสมาคมสภาผู้สูงอายุจังหวัด เครือข่ายโรงเรียนผู้สูงอายุภาคเหนือ มีการดำเนินงานจากการประชุม อย่างมีส่วนร่วมกับผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้อง มีการคัดเลือกผู้เรียนแต่งตั้งคณะทำงาน จัดทำแผนการดำเนินงาน การจัดตั้งโรงเรียนเป็นรูปแบบโครงการ มีการติดตามผลการดำเนินงานภาพรวมของโครงการ ด้านกิจกรรมส่วนใหญ่จะสอดคล้องกัน ได้แก่ กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพร่างกาย อารมณ์ สังคม จิตใจของผู้สูงอายุ กิจกรรมส่งเสริม วัฒนธรรม ภูมิปัญญา การมีรายได้ การดูแลตนเองและการทำประโยชน์เพื่อชุมชน แต่ส่วนใหญ่ยังขาดครูจิตอาสาที่เพียงพอ ประกอบกับยังไม่มีหลักสูตรที่ชัดเจน และขาดวิธีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานกิจกรรมตามหลักสูตรด้วยเครื่องมือที่ชัดเจน

ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น ในภาคเหนือตอนบน พบว่า การวิเคราะห์สภาพจริง (SWOT ANALYSIS) เกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่นโดยใช้วัดเป็นฐานตามหลักไตรสิกขา ในภาคเหนือตอนบนของโรงเรียนผู้สูงอายุ และกิจกรรม กลุ่มชมรมผู้สูงอายุประจำหมู่บ้าน พบว่าด้านจุดแข็งอยู่ระดับมากที่สุดคือมีคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าอาวาสวัดที่ให้การสนับสนุนและเห็นความสำคัญของผู้สูงอายุ มีคณะทำงานบริหารจัดการโรงเรียนผู้สูงอายุ และกลุ่มชมรมผู้สูงอายุที่มุ่งมั่นตั้งใจ มีความรู้ ความสามารถ มีครูจิตอาสาจากหลายหน่วยงาน และองค์กรเข้าร่วมจัดกิจกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ มีการจัดกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อ

พัฒนาทุกด้านทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคมและความรู้ที่จำเป็น มีความสามัคคีและได้รับความร่วมมือกันทุกหมู่บ้าน มีการทำงานประสานกับเครือข่ายโรงเรียนผู้สูงอายุ จังหวัดภาคเหนือ และเครือข่ายโรงเรียนผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย ด้านจุดอ่อน ได้แก่ ยังขาดการกำหนดกิจกรรมแก่ผู้สูงอายุในกลุ่มชมรมผู้สูงอายุหมู่บ้านบางหมู่บ้านที่ชัดเจน ส่วนใหญ่ยังขาดการจัดทำหลักสูตร และการวัดผล ประเมินผลที่เป็นระบบชัดเจน ด้านโอกาสที่ได้รับจากภายนอกได้แก่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรภายนอกสนับสนุนจำนวนมาก มีหน่วยงาน องค์กร กลุ่มคนให้ความร่วมมือร่วมสนับสนุนจำนวนมาก และมีเครือข่ายในการจัดกิจกรรมจำนวนมาก ในด้านปัญหาอุปสรรค มีผู้สูงอายุบางส่วนมีปัญหาสุขภาพไม่สามารถร่วมโครงการได้

ตามวัตถุประสงค์ที่ 3 การกำหนดแนวทางปฏิบัติ และประเมินผลการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น โดยใช้วัดเป็นฐาน ตามหลักไตรสิกขา ในภาคเหนือตอนบน พบว่า การสนทนากลุ่มโดยข้อบ่งชี้ของขั้นตอนของการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น โดยใช้วัดเป็นฐาน ตามหลักไตรสิกขา ในภาคเหนือตอนบน มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติการทำงานในระดับ เจ้าอาวาส พระ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประสานงาน ผู้รับผิดชอบกิจกรรม ประกอบด้วยตัวแปรต้นคือแนวทางปฏิบัติการทำงานจำนวน 4 แนวทาง คือด้านการจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ด้านการดำเนินงานตามแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ด้านจัดให้มีการประเมินติดตามตรวจสอบการดำเนินงานพัฒนาและคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ด้านจัดให้มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ มีผลการดำเนินงานด้านการดำเนินกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ภาพรวม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD.) .43 ส่วนใหญ่คือด้านการจัดทำแผนพัฒนา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD.) .40 ด้านการดำเนินงานตามแผนพัฒนา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD.) .46 ด้านจัดให้มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD.) .35 และด้านจัดให้มีการประเมินติดตามตรวจสอบการดำเนินงาน ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) .51 ตามลำดับ

สำหรับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุมีดัชนีชี้วัดจำนวน 4 ดัชนี คือคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุด้านร่างกาย(ศีล) คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ด้านสังคม(ศีล) คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุด้านอารมณ์ จิตใจ(สมาธิ) และคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุด้านสติปัญญา(ความรู้) มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD.) .42 ส่วนใหญ่คือด้านร่างกาย(ศีล)มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD.) .40 ด้านด้านสังคม(ศีล)มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD.) .44 ด้านสติปัญญา(ความรู้)มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD.) .35 และด้านอารมณ์ จิตใจ(สมาธิ)ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) 3.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD.) .50 ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น ในภาคเหนือตอนบน ผลการดำเนินงานโรงเรียนผู้สูงอายุ และกลุ่ม ชมรมผู้สูงอายุในเขตภาคเหนือตอนบน ในด้านโครงสร้างการดำเนินงาน มีแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่รับผิดชอบทั้งแผนพัฒนาระยะ 3- 5 ปี มีโครงการพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุ มีประกาศแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารงาน มีการดำเนินงานประสานกับสมาคมสภาผู้สูงอายุจังหวัดเครือข่ายโรงเรียนผู้สูงอายุภาคเหนือ มีการดำเนินงานจากการประชาคม อย่างมีส่วนร่วมกับผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้อง มีการคัดเลือกผู้เรียน แต่งตั้งคณะทำงาน จัดทำแผนการดำเนินงาน การจัดตั้งโรงเรียนเป็นรูปแบบโครงการ มีการติดตามผลการดำเนินงานภาพรวมของโครงการ ด้านกิจกรรมส่วนใหญ่จะสอดคล้องกัน ได้แก่ กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพร่างกาย อารมณ์ สังคม จิตใจของผู้สูงอายุ กิจกรรมส่งเสริม วัฒนธรรม ภูมิปัญญา การมีรายได้ การดูแลตนเองและการทำประโยชน์เพื่อชุมชน แต่ส่วนใหญ่ยังขาดครูจิตอาสาที่เพียงพอ ประกอบกับยังไม่มีหลักสูตรที่ชัดเจน และขาดวิธีการติดตาม

ประเมินผลการดำเนินงานกิจกรรมตามหลักสูตรด้วยเครื่องมือที่ชัดเจน สอดคล้องกับ กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, (2562) ระบุว่ากรมการปกครองส่วนท้องถิ่น อาศัยอำนาจหน้าที่ของเทศบาล ตามภารกิจราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 แก้ไขถึงฉบับที่ 13 พ.ศ. 2552 มาตรา 50 ภายใต้บังคับแห่งกฎหมายเทศบาลตำบล มีหน้าที่ต้องทำในเขตเทศบาลคือ(6) ให้ราษฎรได้รับการศึกษาอบรม (7) ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ และผู้พิการจากภารกิจหน้าที่ดังกล่าวเทศบาลตำบลถือว่าเป็นบทบาทหน้าที่หลักในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาส และครอบครัวของประชาชนในชุมชน เนื่องจากว่าทั้งแผนปฏิบัติการด้านผู้สูงอายุ และ ราชบัญญัติเทศบาลให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ ต้องได้รับการซึ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิตจึงมีความสอดคล้องกัน และสอดคล้องกับ ศิริनुช ฉายแสง (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในจังหวัดอำนาจเจริญ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยทางชีวสังคม 5 ตัวแปร กลุ่มปัจจัยนา 6 ตัวแปร กลุ่มปัจจัยเอื้อ 2 ตัวแปร และปัจจัยเสริม 2 ตัวแปร รวม 15 ตัวแปร มีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ 2) ตัวแปรพยากรณ์ที่ดีของคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ มีทั้งหมด 6 ตัวแปร ได้แก่ ความเชื่อความสามารถตนเองในการมีคุณภาพชีวิตที่ดี การได้รับแรงสนับสนุนจากผู้นำชุมชนและชาวบ้าน การรับรู้ประโยชน์ของการมีคุณภาพชีวิตดี อาชีพหลัก และการได้รับแรงสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขและสถานภาพ โดยตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมดนี้สามารถพยากรณ์คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุได้ร้อยละ 54.6 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ .387 ที่เป็นเช่นนี้มาจากข้อค้นพบซึ่งเป็นการนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้สูงอายุมีความสำคัญที่ต้องได้รับการซึ่งส่งเสริมคุณภาพชีวิต ดังนั้นการดำเนินงานโรงเรียนผู้สูงอายุซึ่งถือเป็นยุทธศาสตร์หลักของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 เป็นต้นมา ด้วยการมีแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 3(พ.ศ. 2566 - 2580) เพื่อกำหนดทิศทางนโยบายยุทธศาสตร์และมาตรการต่าง ๆ ที่ใช้ดำเนินการด้านผู้สูงอายุให้ชัดเจนซึ่งทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับความต้องการและการตอบสนองของผู้สูงอายุแต่ละคนอาจแตกต่างกันไปบ้าง ดังนั้นควรที่จะทำความเข้าใจพื้นฐานชีวิตของผู้สูงอายุที่อยู่ในความดูแล

การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น ในภาคเหนือตอนบน พบว่าด้านจุดแข็งอยู่ระดับมากที่สุดคือมีคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าอาวาสวัดที่ให้การสนับสนุนและเห็นความสำคัญของผู้สูงอายุ มีคณะทำงานบริหารจัดการโรงเรียนผู้สูงอายุ และกลุ่มชมรมผู้สูงอายุที่มุ่งมั่นตั้งใจ มีความรู้ ความสามารถ มีครุจิตอาสาจากหลายหน่วยงาน และองค์กรเข้าร่วมจัดกิจกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ มีการจัดกิจกรรมที่หลากหลาย มีการทำงานประสานกับเครือข่ายโรงเรียนผู้สูงอายุ จังหวัดภาคเหนือ และเครือข่ายโรงเรียนผู้สูงอายุแห่งประเทศไทย ด้านจุดอ่อน ได้แก่ ยังขาดการกำหนดกิจกรรมแก่ผู้สูงอายุในกลุ่มชมรมผู้สูงอายุหมู่บ้านบางหมู่บ้านที่ชัดเจน ส่วนใหญ่ยังขาดการจัดทำหลักสูตร และการวัดผลประเมินผลที่เป็นระบบชัดเจน ด้านโอกาสที่ได้รับจากภายนอกได้แก่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรภายนอกสนับสนุนจำนวนมาก มีหน่วยงาน องค์กร กลุ่มคนให้ความร่วมมือร่วมสนับสนุนจำนวนมาก และมีเครือข่ายในการจัดกิจกรรมจำนวนมาก ในด้านปัญหาอุปสรรค มีผู้สูงอายุบางส่วนมีปัญหาสุขภาพไม่สามารถร่วมโครงการได้ สอดคล้องกับองค์การสหประชาชาติได้กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในแต่ละด้านดังต่อไปนี้ (Dupuis et al, 2007) ด้านความมีอิสรภาพของผู้สูงอายุ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการบรรลุในสิ่งที่ต้องการ สอดคล้องกับชัยมงคล ศรีทองแดง (2552) กล่าวว่าสังคมไทยเคารพศรัทธาต่อพระภิกษุมาก เนื่องจากเชื่อว่า พระภิกษุ นั้นเป็นผู้มีความรู้มากกว่าฆราวาส เป็นผู้ทรงศีล ย่อมพูดแต่สิ่งเท็จจริง และเป็นครูบาอาจารย์ ความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนที่มีต่อวัดจึงผูกพันแนบแน่นกับพระภิกษุ เนื่องจากวิถีชีวิตของทุกคนนับแต่เกิดจนตาย ดังนั้น วัดในฐานะที่เป็นศูนย์กลางของชุมชนและของสังคมจึงมีความสำคัญและบทบาทหน้าที่ดังนี้ คือ 1) วัดในฐานะตัวแทนความเจริญและความมั่นคงของแผ่นดิน 2) วัดในฐานะสถาบันผู้สืบทอดศาสนาให้ยั่งยืน 3) วัดในฐานะสถานที่ให้

การศึกษา 4) วัดในฐานะที่พึ่งทางกายและใจของสังคม 5) วัดในฐานะศูนย์รวมของศิลปกรรม สอดคล้องกับ พุทธศาสนิกชน (2542) ได้อธิบายเรื่องไตรสิกขาว่าเป็นขั้นของการปฏิบัติศาสนามีัยเพิ่มเติมจากที่กล่าวมาแล้วสรุปได้ว่า ศีลเป็นการปฏิบัติเพื่อความสงบเรียบร้อย ปราศจากโทษขั้นต้น ๆ ทางกาย วาจา ของตนที่เกี่ยวกับสังคมและส่วนรวม หรือเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ที่จำเป็นแก่การเป็นอยู่ สมานธิ เป็นการบังคับจิตใจของตนเองไว้ให้อยู่ในสภาพที่จะทำประโยชน์ให้มากที่สุด ตามที่ตนต้องการ ส่วนปัญญาหมายถึงการฝึกฝนอบรมทำให้เกิดความเข้าใจให้เห็นแจ้งในสิ่งทั้งหลายตามที่เป็นจริงโดยสมบูรณ์ และสอดคล้องกับสมคิด บางโม (2552) ที่กล่าวว่า การวิเคราะห์สวอต (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อให้ผู้บริหารรู้จักแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่าจะองค์กรได้เดินทางมาถูกทิศและไม่หลงทาง นอกจากนี้ยังบอกได้ว่าองค์กรมีแรงขับไปยังเป้าหมายได้ดีหรือไม่ มั่นใจได้อย่างไรว่าระบบการทำงานเนื่องจากการวิเคราะห์ปัจจัยเกี่ยวกับกับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุมีการวิเคราะห์จากสภาพจริง (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อให้ผู้บริหารรู้จักแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการดำเนินงานในองค์กร ซึ่งในงานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์หาปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพของผู้สูงอายุ ซึ่งเน้นการพัฒนา มนุษย์พื้นฐานทั้งกาย วาจา ความคิด จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา เพราะทุกองค์ประกอบอันมีศีล สมานธิ ปัญญา ซึ่งครอบคลุมมรรคมงคลแปดมีลักษณะผสมผสานกลมกลืนอย่างได้สัดส่วนสมดุลกันสอดคล้องกับชาลี ภักดี (2561) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรโรงเรียนผู้สูงอายุโดยใช้หลักไตรสิกขาในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนบน สรุปผลการวิจัย พบว่าการหาแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรโรงเรียนผู้สูงอายุโดยใช้หลักไตรสิกขาในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนบน พบว่าหลักสูตรโรงเรียนผู้สูงอายุ มีการศึกษาและวิเคราะห์สภาพจริง (SWOT Analysis) ข้อมูลพื้นฐาน เกี่ยวกับสภาพความต้องการของผู้สูงอายุ มีการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วม มีกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุ และความยืดหยุ่นสูง มีการร่างหลักสูตรแต่ยังขาดการตรวจสอบก่อนนำหลักสูตรไปใช้ มีภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ส่วนใหญ่ยังขาดการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรด้วยการถอดบทเรียนการใช้หลักสูตรเพื่อการปรับปรุงพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม และสรุปรายงานผลการใช้หลักสูตรการถอดบทเรียน วิเคราะห์ SWOT เพื่อการนำผลไปจัดทำแผนปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่องต่อไป

การกำหนดแนวทางปฏิบัติ และประเมินผลการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น โดยใช้วัดเป็นฐาน ตามหลักไตรสิกขา ในภาคเหนือตอนบน สรุปผลการสนทนากลุ่มโดยขอขยายของขั้นตอนของการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น โดยใช้วัดเป็นฐาน ตามหลักไตรสิกขา ในภาคเหนือตอนบน มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติการทำงาน ในระดับ เจ้าอาวาส พระ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประสานงาน ผู้รับผิดชอบกิจกรรม ประกอบด้วยตัวแปรต้นคือแนวทางปฏิบัติการทำงาน จำนวน 4 แนวทาง คือด้านการจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ด้านการดำเนินงานตามแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ด้านจัดให้มีการประเมินติดตามตรวจสอบการดำเนินงานพัฒนาและคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ด้านจัดให้มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ มีผลการดำเนินงานด้านการดำเนินกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ สำหรับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุมีดัชนีชี้วัดจำนวน 4 ดัชนี คือคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุด้านร่างกาย(ศีล) คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ด้านสังคม (ศีล) คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุด้านอารมณ์ จิตใจ(สมานธิ) และคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุด้านสติปัญญา(ความรู้) มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ซึ่งในการวิจัยนี้มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติ และประเมินผลการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น โดยใช้วัดเป็นฐาน ตามหลักไตรสิกขา ในภาคเหนือตอนบน ดังนั้นจึงมีขั้นตอนการได้มาของแนวทางปฏิบัติ และแนวทางการประเมินผลพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ คณะผู้วิจัยจึงใช้กระบวนการจัดสนทนากลุ่ม (focus group discussion) เพื่อให้ได้มาซึ่ง แนวทางปฏิบัติ และแนวทางการประเมินผล ซึ่งสอดคล้องกับ โพลเวล (Powell, 1996) ได้กล่าวถึง จุดมุ่งหมายหลักของการจัดสนทนากลุ่มในการวิจัย คือการดึงทัศนคติ ความรู้สึก ความเชื่อ ประสบการณ์ ตลอดจนปฏิกิริยาของผู้ตอบออกมาซึ่งวิธีการอื่นไม่สามารถทำได้ (เช่น การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ตัวต่อตัวหรือการใช้แบบสอบถาม) ซึ่งทัศนคติ

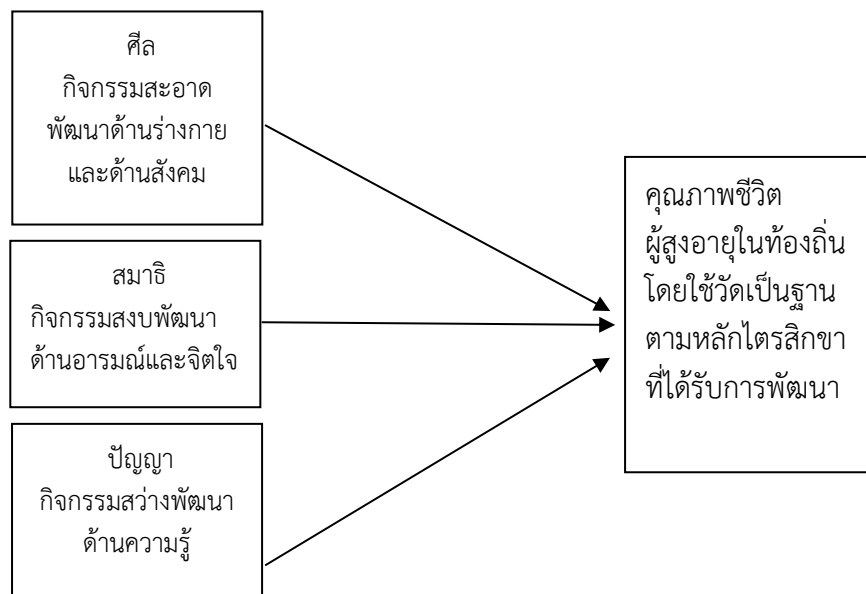
ความรู้สึก ความเชื่อเหล่านี้ในบางส่วนอาจเป็นอิสระจากกลุ่มหรือสิ่งที่สังคมคาดหวัง แต่จะเป็นสิ่งที่เกิดจากการรวมกลุ่มทางสังคมและมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันที่อยู่ในขอบข่ายของการจัดสนทนากลุ่ม เมื่อเปรียบเทียบกับ การสัมภาษณ์รายบุคคล (Individual Interview) ที่ต้องการเพียงทัศนคติ ความรู้สึกและความเชื่อของแต่ละบุคคลเท่านั้น การจัดสนทนากลุ่มเป็นการตั้งมุมมองที่หลากหลายและกระบวนการทางความรู้สึกออกมาในสภาพแวดล้อมของกลุ่มการสัมภาษณ์รายบุคคลเป็นวิธีการที่ง่ายกว่าสำหรับนักวิจัย สอดคล้องกับพระมหาธนทร์ รามางกูร (2547) ได้ศึกษา เรื่องการประยุกต์ใช้และ การยึดมั่นหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ในการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนกุเวียง จังหวัดขอนแก่น พบว่าหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาเป็นเครื่องดำเนินชีวิต และสามารถนำหลักอริยสัจ 4 ซึ่งเป็นหลักพระธรรมที่รวบรวม คำสั่ง คำสอน ทั้งหมดของพระพุทธศาสนา เป็นหัวใจของศาสนาเป็นเครื่องดำเนินชีวิต โดยได้ใช้หลักอริยมรรคมีองค์ 8 เป็นข้อปฏิบัติ ผูกพัน อบรมตนเองให้มีไตรสิกขา คือ ศีล เว้นชั่ว สมาธิ ทำความดีให้ถึงพร้อม ปัญญา ชำระจิตใจให้ผ่องใส ทำให้ชีวิตมีความสุข ความสงบ มีความมั่นคงทั้งทางด้านร่างกาย และ จิตใจการประยุกต์ใช้และการยึดมั่นหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาในการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนกุเวียง ได้มีการนำหลักไตรสิกขา ไปใช้ในวิถีชีวิตคนในชุมชน การพัฒนากาย วาจา และใจของตนให้ยึดมั่นในคุณธรรมแต่ขาดการเรียนรู้หลักธรรมทางศาสนาอย่างลึกซึ้ง และการพัฒนาศักยภาพ ด้านการประกอบอาชีพอย่างเป็นระบบการสร้างเสริมหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา อันนำไปสู่ความมั่นคงของคนในชุมชนนั้น พบว่าผู้นำในชุมชนมีส่วนสำคัญในการสร้างเสริมหลักธรรม ทั้งในรูปการอบรมสั่งสอน จัดโครงการ กิจกรรมด้านศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม การสร้างพิธีกรรมที่พื้นบ้านเป็นแหล่งการเรียนรู้ประจำท้องถิ่นให้กับเด็กนักเรียน เยาวชน และชาวบ้านทั่วไป เนื่องจากการได้มาของแนวทางปฏิบัติ แนวทางการประเมินผลพัฒนาการคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุของการวิจัยครั้งนี้มีการประยุกต์ใช้ และการยึดมั่นหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ในการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิเคราะห์ผลการสนทนากลุ่มโดยขอบข่ายของขั้นตอนของการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น โดยใช้วัดเป็นฐาน ตามหลักไตรสิกขา ในภาคเหนือตอนบน ผู้วิจัยได้นำเสนอ แนวทางทางเลือกในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่น โดยใช้วัดเป็นฐาน ตามหลักไตรสิกขา ในภาคเหนือตอนบน ผู้วิจัยได้นำเสนอองค์ประกอบของกำหนดแนวทางปฏิบัติการดำเนินงานจำนวน 4 องค์ประกอบในระดับ เจ้าอาวาส พระ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประสานงาน ผู้รับผิดชอบกิจกรรม และด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ จำนวน 4 องค์ประกอบในระดับผู้สูงอายุ และสังเคราะห์เป็นกรอบความคิดในการวิจัย ประกอบด้วยตัวแปรต้นคือแนวทางปฏิบัติการดำเนินงาน จำนวน 4 แนวทาง และแต่ละแนวทางมีดัชนีวัดดังรายละเอียดดังนี้ แนวทางปฏิบัติการดำเนินงาน แนวทางที่ 1 คือด้านการจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ มีดัชนีชี้วัดจำนวน 5 ดัชนี แนวทางปฏิบัติการดำเนินงาน แนวทางที่ 2 คือด้านการดำเนินงานตามแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ มีดัชนีชี้วัดจำนวน 5 ดัชนี แนวทางปฏิบัติการดำเนินงาน แนวทางที่ 3 คือด้านจัดให้มีการประเมินติดตามตรวจสอบการดำเนินงานพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ มีดัชนีชี้วัดจำนวน 5 ดัชนี แนวทางปฏิบัติการดำเนินงาน แนวทางที่ 4 คือด้านจัดให้มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ อย่างต่อเนื่องจำนวน 5 ดัชนี

สำหรับตัวแปรตามคือองค์ประกอบคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุมีดัชนีชี้วัดจำนวน 4 ดัชนี องค์ประกอบคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุด้านร่างกาย(ศีล)มีดัชนีชี้วัดจำนวน 5 ดัชนี องค์ประกอบคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ด้านสังคม(ศีล) มีดัชนีชี้วัดจำนวน 5 ดัชนี องค์ประกอบคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุด้านอารมณ์ จิตใจ(สมาธิ) มีดัชนีชี้วัดจำนวน 5 ดัชนี และองค์ประกอบคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุด้านสติปัญญา(ความรู้)มีดัชนีชี้วัดจำนวน 5 ดัชนี

แนวทาง การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่นโดยใช้วัดเป็นฐาน ตามหลักไตรสิกขาในภาคเหนือตอนบน



- 1) ศีล คือ กิจกรรมส่งเสริมความสะอาด ด้วยหลักการของพระพุทธศาสนา ในการพัฒนาด้านร่างกาย ให้สมบูรณ์แข็งแรง และด้านสังคมเป็นคนดีมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- 2) สมาธิ คือ กิจกรรมส่งเสริมความสงบ ด้วยหลักการของพระพุทธศาสนา ในการพัฒนาด้านอารมณ์ และจิตใจ
- 3) ปัญญา คือ กิจกรรมส่งเสริมความสว่าง ด้วยหลักการของพระพุทธศาสนา ในการพัฒนาด้านปัญญา ความรู้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรมีการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่นโดยใช้วัดเป็นฐานตามหลักไตรสิกขา ที่สอดคล้องกับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในชุมชนที่ชัดเจนโดยการวิเคราะห์สภาพจริง (SWOY Analysis) จากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย มากกว่าการประชุมขอความคิดเห็นจากการดำเนินงานของหน่วยงานที่รับผิดชอบ
2. ควรมีการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในท้องถิ่นโดยใช้วัดเป็นฐานตามหลักไตรสิกขา อย่างต่อเนื่อง นอกจากการจัดกิจกรรมให้แก่ผู้สูงอายุ ที่เข้าร่วมโครงการโรงเรียนผู้สูงอายุ หรือ กลุ่ม ชมรมเท่านั้น ควรมีกิจกรรม สำหรับผู้สูงอายุ ที่ติดบ้าน ติดเตียง ให้มากขึ้น
3. การดำเนินงานปฏิบัติด้านการจัดกิจกรรมควรมีการปรับปรุงหลักสูตรและ กระบวนการจัดการจัดกิจกรรม ให้เป็นระบบที่ชัดเจน ผู้ที่เกี่ยวข้องควรการกำกับติดตามการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง และมีการวัดผล ประเมินผลที่ใช้เครื่องมือที่หลากหลายมากขึ้น
4. ควรมีการประสานหน่วยงาน องค์กร บุคคล ที่รับผิดชอบ หรือมีส่วนเกี่ยวข้องด้านการส่งเสริมพัฒนาผู้สูงอายุ เพื่อสร้างเป็นภาคี เครือข่ายให้มากขึ้นเช่น เครือข่ายโรงเรียนผู้สูงอายุภาคเหนือ และแห่ง ประเทศไทย สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัด (พมจ.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ สร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน (กศน.) โรงพยาบาล สำนักงานสาธารณสุข สถานี ตำรวจภูธร สถานศึกษา ภูมิปัญญาท้องถิ่น มูลนิธิ หน่วยงานเอกชน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2562). แผนปฏิบัติการด้านผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566–2569) ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1 พ.ศ. 2562. พิมพ์ครั้งที่ 1. โรงพิมพ์เทพเพ็ญวานิชย์
- ชัยมงคล ศรีทองแดง. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อบทบาทพระสงฆ์ในการพัฒนาชุมชน เขตอำเภอเมือง ร้อยเอ็ด จังหวัด ร้อยเอ็ด (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ชาลี รักดี. (2561). การพัฒนาหลักสูตรโรงเรียนผู้สูงอายุโดยใช้หลักไตรสิกขาในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนบน. กรุงเทพฯ: สถาบันญาณสังวรมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต). (2543). การพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยจิตวิทยาแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สหธรรมิก.
- พุทธทาสภิกขุ. (2542). ธรรมโฆษณ์: ชุมทรัพย์ ทางปัญญา. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.
- พระมหาธนศร รามางกูร. (2547). การประยุกต์ใช้และการยึดมั่นหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ในการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนภูเวียงจังหวัดขอนแก่น (ภาคนิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วโรทัย โกศลพิศิษฐ์กุล. (2550). คุณภาพชีวิต. กรุงเทพฯ: ศิริราช.
- วิจิตรา เปรมปรี. (2550). ความศรัทธาในพุทธศาสนากับการเห็นคุณค่าในตนเองของผู้สูงอายุใน ชมรมผู้สูงอายุ อำเภอวิหารแดง จังหวัดสระบุรี (สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิรินุช ฉายแสง. (2553). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในจังหวัดอำนาจเจริญ (วิทยานิพนธ์ สาขาการส่งเสริมสุขภาพ). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- สมคิด บางโม. (2552). องค์การและการจัดการ, กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- Dupuis, et al. (2007). Aging Research Across Disciplines: A Student-Mentor Partnership Using the United Nation Principles for Older Person. *Educational Gerontology*, 33, 273-292.
- Powell, R.A. (1996). Focus Groups in Mental Health Research: Enhancing the Validity of User and Provider Questionnaires. *International journal of Social Psychology*, 42(3), 193-206.

การพัฒนาการท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ
Tourism Development of Thung Bua Daeng “Bueng Lahan” Chaturat District,
Chaiyaphum Province

ณัฐกานันท์ พิมพเมืองเก่า¹ และ โอชญัญญา บัวธรรม²

Nuttika Pimmuangkao¹ and Ochanya Buatham²

สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Tourism and Hotel Management, Mahasarakham University, Thailand

Corresponding Author, Email: Nuttika.pmk@gmail.com¹

Received: 2023-11-15; Revised: 2024-03-30; Accepted: 2024-03-31

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในทุ่งบัวแดงบึงละหาน เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้มีหน้าที่บริหารจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยตรง จำนวน 15 คน ใช้วิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาในประเด็นสำคัญที่ศึกษา กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า 1) นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และศักยภาพด้านความสามารถในการเข้าถึง ตามลำดับ 2) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจด้านความสามารถในการเข้าถึง ตามลำดับ 3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในทุ่งบัวแดงบึงละหานเรียงลำดับตามด้านที่ต้องพัฒนาเร่งด่วน ประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้ (1) ด้านความสามารถในการเข้าถึง (2) ด้านที่พักแรม (3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (4) ด้านการจัดการและการบริการ (5) ด้านแหล่งท่องเที่ยว และ (6) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การพัฒนาการท่องเที่ยว, ทุ่งบัวแดงบึงละหาน, ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

Abstract

This article was aimed to examine 1) the potentialities of tourism resources. 2) To evaluate the behavior and satisfaction of the tourists on tourism resources, and 3) to propose recommendations for developing tourism in Thung Bua Daeng Bueng Lahan. The research was administered with mixed methodology. The qualitative samples are 15 key informants who are Subdistrict Administrative Organization officers and personnel who directly manage the local tourism development, selected by purposive sampling, and used in-depth semi-structured interviews for content analysis. The quantitative samples are 400 tourists who

visited Thung Bua Daeng, selected by convenience sampling and used questionnaires for data collection. The quantitative research utilized statistical appliances to induce the conclusion as follows: Percentage, Mean, and Standard Deviation.

The research found that: 1) the tourists' opinions on tourism potential were at a moderate level, where the highest average mean score is tourism activities, and tourism accessibility respectively, 2) tourists' satisfaction with tourism destinations was at a moderate level overall, where the highest average mean score is attractions, and accessibility respectively, 3) from the results of the data analysis, the researcher suggested six features that need to be developed, from the most urgent to the least: (1) Accessibilities, (2) Accommodations, (3) Amenities, (4) Ancillary Services, (5) Attractions, and (6) Activities.

Keywords: Tourism Development, Thung Bua Daeng Bueng Lahan, Tourism Potentials, Tourist Behavior, Tourist Satisfaction,

บทนำ

ทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภोजตุรัส จังหวัดชัยภูมิ เป็นทะเลสาบน้ำจืดธรรมชาติที่ใหญ่ที่สุดอันดับ 3 ของประเทศไทย มีเนื้อที่ 18,181 ไร่ บึงแห่งนี้มีระบบนิเวศที่ดีประกอบด้วยทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ ทั้งนี้บึงละหานยังได้รับเลือกให้เข้าอยู่ในทะเบียนรายนามพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระดับนานาชาติของไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) เป็นแหล่งเพาะพันธุ์ของสัตว์น้ำจืดนานาชนิด และยังเป็นที่อยู่อาศัยของนกที่หายากหลายสายพันธุ์ ในอดีตทุ่งบัวแดงเป็นแหล่งน้ำที่ใช้ทำประมงน้ำจืดของชาวบ้าน จนในปัจจุบันได้เริ่มพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้ชาวบ้านมีรายได้เสริมจากการบริการนักท่องเที่ยว โดยมีการขายสินค้าที่หาได้จากภายในท้องถิ่น เช่น ปลาและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาที่หาได้จากบึงละหาน และทำกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง เช่น การล่องเรือชมทุ่งดอกบัวแดงรับจ้างถ่อเรือโดยที่ไม่ใช้เครื่องยนต์เพื่อป้องกันความเสียหายของดอกบัวจากใบพัดเรือ การชมพระอาทิตย์ขึ้นที่บ้านมะเกลือและบ้านหนองหญ้าขาวนก การชมวิถีชีวิตของชาวประมงน้ำจืดที่บ้านหนองคู โดยการจับปลาด้วยแห ตาข่าย อีหล่ง จู้ ตุ่ม ไซกึ่ง ร่วมกิจกรรมส่องนก ชมเกาะ (วิทย์ญู ชำชัยภูมิ, วิมลศิลป์ ประชัยภูมิ และณัฐปราย ชัยสินคุณานนท์, 2561) แวะกราบสักการะเจ้าพ่อหาญคำที่บ้านละหาน และถ่ายรูปบนสะพานไม้หมอนรถไฟเก่าที่ทอดยาวออกไปกลางบึง

การศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญ ในการช่วยค้นหาทรัพยากรและจุดเด่นทางการท่องเที่ยวของทุ่งบัวแดงบึงละหาน ซึ่งจะช่วยให้ทิศทางการพัฒนามีความเหมาะสมตามบริบทของพื้นที่และมีความสอดคล้องต่อความต้องการของชุมชน นอกจากนี้การวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในทุ่งบัวแดงบึงละหาน ยังทำให้ทราบว่ายังมีปัจจัยใดบ้างที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว และมีปัจจัยใดบ้างที่ควรปรับปรุงและแก้ไข พร้อมกันนั้นยังเป็นการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ช่วยสร้างงานสร้างอาชีพ ก่อเกิดความภาคภูมิใจสร้างจิตสำนึกหวงแหน และสามารถดูแลรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวของตนเองในระยะยาว ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้กับทุ่งบัวแดงบึงละหาน และแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ใกล้เคียงได้เป็นอย่างดี (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยภูมิ, 2565)

จากข้อมูลและปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นปัญหาและความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ทุ่งบัวแดงบึงละหาน เพื่อให้บึงละหานสามารถพัฒนาเป็น

แหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดชัยภูมิที่ประสบความสำเร็จ มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และมีการนำเอกลักษณ์ของพื้นที่มาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในพื้นที่แห่งนี้ได้เป็นอย่างดี ตลอดจนส่งผลไปยังประชาชนผู้เดินทางมาท่องเที่ยวได้รับประโยชน์และความพึงพอใจอย่างสูงสุด ทั้งนี้ยังสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับองค์กรที่สนใจ โดยการนำผลการวิจัยไปต่อยอดสร้างองค์ความรู้ใหม่เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้นต่อไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา การพัฒนาการท่องเที่ยวบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มศักยภาพทางการท่องเที่ยวของบึงบัวแดงบึงละหานได้อย่างเหมาะสม ตรงตามบริบทและเอกลักษณ์ของพื้นที่ มีความก้าวหน้าและมั่นคงสืบไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในบึงบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในบึงบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในบึงบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

Buhalis (2000) ได้กล่าวถึง ความหมายขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ประการ หรือเรียกว่า 6As โดยเป็นองค์ประกอบพื้นฐานความต้องการในการเดินทางและเป็นปัจจัยจูงใจที่ผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยว (Damsi and Dac, 2020) ดังนี้ 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และสถาปัตยกรรม สถานที่ท่องเที่ยวมีมรดกอะไรบ้าง มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ มีความงดงามอย่างไร 2) ด้านการเข้าถึง (Accessibilities) คือ ช่องทางการไปถึงแหล่งท่องเที่ยว ระบบคมนาคมขนส่ง สถานีขนส่งผู้โดยสาร และยานพาหนะ เช่น แหล่งท่องเที่ยวมีระบบขนส่งอย่างไร แบบใดบ้าง สภาพเส้นทางเป็นเช่นไร มีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด ระยะทางไกลแค่ไหน 3) ด้านกิจกรรม (Activities) คือ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในขณะที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่นั้น โดยควรมีความสอดคล้องของระยะเวลาการทำการกิจกรรม และระยะเวลาการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ การเตรียมการบริการ สถานที่พำนักสำหรับนักท่องเที่ยว รวมถึงการทำการกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบายจนอยากกลับมาใช้บริการซ้ำ เช่น การดูแลความสะอาดห้องสุขาที่ให้บริการนักท่องเที่ยว ป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอ มีร้านอาหารให้บริการหลากหลายประเภท เป็นต้น 5) ด้านที่พักแรม (Accommodation) เช่น ที่พักแรมเป็นรูปแบบใดบ้าง ราคาและสถานที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายหรือไม่ ที่พักมีความสะดวกสบายและเพียงพอหรือไม่ 6) ด้านการจัดการและการบริการท่องเที่ยว (Ancillary Service) คือ การบริการเสริมเบ็ดเตล็ดในการตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร การส่งสารข้อมูลต่าง ๆ ไว้บริการนักท่องเที่ยว ทัวร์เสริม เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ของ Buhalis (2000) และ Damsi & Dac (2020) เพื่อศึกษาหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวบึงบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ โดยการนำเอาแนวคิดมาประยุกต์ใช้ใน

การหาแนวทางพัฒนาองค์ประกอบขั้นพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ทุ่งบัวแดงบึงละหาน ส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับจังหวัดชัยภูมิต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Kotler (2009) มีการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดคำถามเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเป็นการ ค้นคว้างานวิจัยที่วิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อหรือการเลือกใช้ของผู้บริโภค ซึ่งจะใช้คำถามเข้า มาเป็นส่วนสำคัญในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6W1H (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) อันประกอบด้วย

1) ลูกคากลุ่มใดคือตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) คือ คำถามเพื่อให้รับรู้ถึง ลักษณะของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการ (Occupants) 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพฤติกรรมศาสตร์ ด้านประชากรศาสตร์ ด้านจิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ และด้านภูมิศาสตร์

2) ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What does the consumer buy?) คือ คำถามเพื่อให้รับรู้ข้อมูล เกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังจากตัวสินค้า (Object) ไม่ว่าจะเป็น ความคาดหวังด้านส่วนประกอบของสินค้า หรือคุณสมบัติ (Product component) และข้อได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive differentiation)

3) ทำไมผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ (Why does the consumer buy?) คือ คำถามของการศึกษาข้อมูล เกี่ยวกับจุดประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้ซื้อตัดสินใจเลือกสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทั้ง ทางด้านร่างกายและทางด้านจิตใจ

4) ผู้ใดมีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) คือ คำถามใน การศึกษาข้อมูลความสัมพันธ์ของคนในแต่ละกลุ่ม (Organizations) ซึ่งอาจมีส่วนเกี่ยวข้องต่อการเลือกซื้อของ ผู้บริโภค ได้แก่ ผู้ซื้อ ผู้ริเริ่ม ผู้ใช้ ผู้ตัดสินใจซื้อ และผู้มีอิทธิพล

5) ผู้บริโภคซื้อช่วงเวลาใด (When does the consumer buy?) คือ คำถามเพื่อต้องการศึกษาข้อมูล เกี่ยวกับช่วงเวลาในการที่จะซื้อ (Occasions) ไม่ว่าจะเป็นโอกาสในการซื้อเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ ช่วงฤดูกาล ไหน ช่วงเดือนใดบ้างของปี ช่วงเวลาใดของวัน ช่วงวันใดของเดือน หรือซื้อเนื่องในโอกาสพิเศษ

6) ผู้บริโภคซื้อมาจากแห่งใด (Where does the consumer buy?) คือ คำถามสำหรับการศึกษา เกี่ยวกับช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้ซื้อสามารถหาซื้อได้ อาทิ ร้านสะดวกซื้อห้างสรรพสินค้า หรือร้าน ขายของชำ เป็นต้น

7) ผู้บริโภคเลือกซื้อได้อย่างไร (How does the consumer buy?) คือ คำถามในการศึกษาเกี่ยวกับ กระบวนการของการเลือกที่จะซื้อหรือขั้นตอนการตัดสินใจ (Operations) โดยที่จะมีการทราบถึงปัญหาการ ค้นคว้าศึกษาหารายละเอียดข้อมูลต่าง ๆ การวิเคราะห์เปรียบเทียบตัวเลือก การตัดสินใจที่จะเลือกซื้อ และอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดภายหลังการซื้อเสร็จ

จากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิด เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 6W1H ของ Kotler (2009) ประกอบด้วย 1) นักท่องเที่ยวต้องการอะไร (What?) 2) ทำไมนักท่องเที่ยวจึงตัดสินใจเช่นนี้ (Why?) 3) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who is participates?) 4) นักท่องเที่ยวตัดสินใจเมื่อใด (When?) 5) นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากแหล่งใดบ้าง (Where?) และ 6) นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวได้อย่างไร (How?) ในการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และเสนอแนวทาง ในการพัฒนาการท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน เนื่องจากนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมและความ ต้องการต่อการท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน

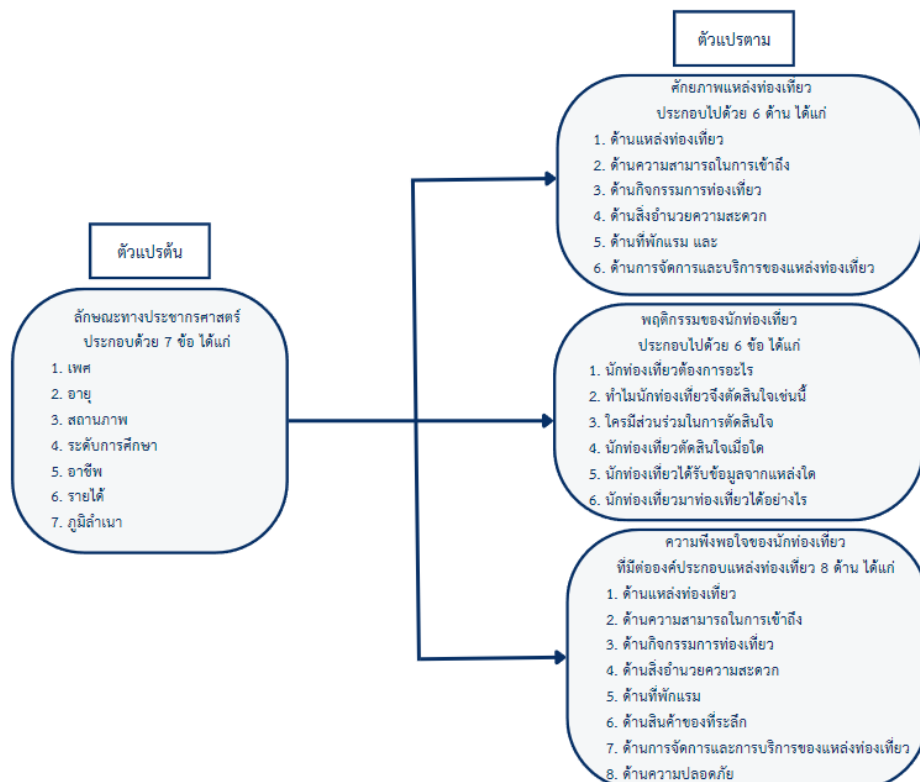
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง รัก หรือ ชอบใจ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) โดยปณัสยา สิริรุ่งโรจน์กนก (2559) ได้มีการอธิบายเกี่ยวกับ ความพึง

พอใจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่คาดหวังไว้ก่อนการเดินทางกับสิ่งที่ได้รับหลังจากเดินทางมาแล้ว ซึ่งเป็นข้อเปรียบเทียบหรือการประเมินความต่างระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ของผู้ท่องเที่ยวในรูปแบบของการกระทำ (Yooshik & Muzaffer, 2005) อย่างไรก็ตามหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังก่อนการมาเที่ยว ก็จะทำให้เกิดผลในทิศทางเป็นเชิงลบหรือเกิดความไม่พึงพอใจ (Kuzak & Rimmington, 2000)

จากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของ Buhalis (2000) และประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทุบับแต่งบึงละหาน 8 ด้าน ดังนี้ 1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) 2. ด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibilities) 3. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) 4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 5. ด้านที่พักแรม (Accommodation) 6. ด้านสินค้าของที่ระลึก (Souvenir) 7. ด้านการจัดการและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) และ 8. ด้านความปลอดภัย (Safety) ซึ่งจากแนวคิดนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นความสำเร็จสูงสุดของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว แนวคิดนี้จะช่วยให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆและนักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมแก่แหล่งท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง ทำให้ได้ข้อมูลเหล่านี้เพื่อมาปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ชื่นชอบและชื่นชม สร้างความสุขและความประทับใจ ควรค่าแก่การมาเยือน ได้รับประสบการณ์ที่ดีกลับไปจนเกิดการบอกต่อและกลับมาซ้ำอีก

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (Buhalis, 2000; Damsi & Dac, 2020) พฤติกรรมของผู้บริโภค 6W1H (Kotler, 2009) และแนวคิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ศึกษา คือ ผู้บริหารหน่วยงานราชการ กลุ่มเอกชน และผู้นำชุมชน ซึ่งเป็นผู้ที่มีหน้าที่หรือมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงในการดูแลและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทุบ่งบับละหาน อำเภोजัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 15 คน ประกอบด้วย 1. นายอำเภอ จัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ 2. หัวหน้าเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงละหาน จังหวัดชัยภูมิ 3. นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกอก อำเภोजัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ 4. นายกองค์การบริหารส่วนตำบลละหาน อำเภोजัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ 5. นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบัวบาน อำเภोजัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ 6. หัวหน้าสำนักปลัดเทศบาลตำบลหนองบัวใหญ่ อำเภोजัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ 7. ตัวแทนหน่วยงานเอกชนห้างร้านหรือเจ้าของธุรกิจในพื้นที่ท่องเที่ยว จำนวน 4 คน 8. ตัวแทนชุมชนเขตตำบลที่ครอบคลุมพื้นที่รอบบึงละหาน 4 ตำบล จำนวน 5 คน

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบึงละหาน อำเภोजัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 9,000 คน (สถิตินักท่องเที่ยวบึงละหาน, 2565) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Purposive sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยเปิดตาราง Krejcie and Morgan (Krejcie and Morgan, 1970)

เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้คือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยใช้คำถามเกี่ยวกับ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) 2) ด้านการเข้าถึง (Accessibilities) 3) ด้านกิจกรรม (Activities) 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 5) ด้านที่พักแรม (Accommodation) 6) ด้านการจัดการและการบริการท่องเที่ยว (Ancillary Service)

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิสำเนา เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close Ended Questionnaire) ลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพของทุบ่งบับละหาน อำเภोजัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ตอนที่ 3 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวทุบ่งบับละหาน เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ลักษณะแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทุบ่งบับละหาน เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด ลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวทุบ่งบับละหาน ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบคำถามได้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ หรือสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาทุบ่งบับละหาน อำเภोजัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการประสานงานผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และดำเนินการดังนี้

1) เตรียมประเด็นและความพร้อมในการสัมภาษณ์ (โดยใช้แบบสัมภาษณ์) 2) ทำการนัดหมาย วัน เวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์แจ้งไปยังผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3) ทำการสัมภาษณ์และบันทึกเสียง 4) ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลที่จะบันทึก 5) การนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการประสานงานกับผู้ดูแลพื้นที่เพื่อขออนุญาตแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการตามลำดับดังต่อไปนี้

1) ดำเนินการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 400 คน 2) นำแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลและความสมบูรณ์ที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถาม ก่อนนำมาวิเคราะห์ทางสถิติ 3) บันทึกหาค่าตอบในแบบสอบถามเพื่อประเมินผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างจากกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพมาตรวจสอบความถูกต้อง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ในประเด็นที่ศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) รวบรวมข้อมูลและจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ 2) ทำการวิเคราะห์รายการกลุ่มจากคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์โดยจัดกลุ่มประเด็นสำคัญของคำถามในแต่ละตอนที่ใช้ในการสัมภาษณ์ 3) พิจารณาความสอดคล้อง ความเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลที่ได้โดยการสรุปและตีความรูปแบบการพรรณนาตามกรอบแนวคิดของการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ และ 4) สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยนำผลการวิจัยเชิงคุณภาพที่สังเคราะห์แล้วมาสรุปและเขียนข้อเสนอแนะที่ได้จากการสัมภาษณ์

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) การวิเคราะห์หาร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายคุณสมบัติและความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัย

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ 1 ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ

1.1 จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ ที่ได้จากการลงพื้นที่และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหานมีสิ่งดึงดูดใจจำนวนมาก แต่ในช่วงฤดูหนาวจะมีพืช เช่น จอกแหนปกคลุมผิวน้ำ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการเกิดของดอกบัว 2) ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) มีถนนสายหลัก 201 ชัยภูมิ-สีคิ้ว อยู่บริเวณไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว แต่ยังขาดงบประมาณในการปรับปรุงถนนทางเข้า ป้ายบอกทาง และบริการรถโดยสารสาธารณะ 3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) มีกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ในปัจจุบันยังต้องจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในการนั่งเรือชมบัว เนื่องจากเรือพายที่ชาวบ้านซัดเองมีขนาดเล็กไม่สามารถต้านลมที่แรงและไม่สามารถออกไปได้ไกล 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) มีสิ่งอำนวยความสะดวกหลายอย่างเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว แต่ที่จอตลอดยังไม่เพียงพอ มีสภาพเป็นดินโคลนและอยู่ไกลจากจุดท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึกน้อยไม่หลากหลาย ชุมนั่งพักไม่เพียงพอ 5) ด้านที่พักแรม (Accommodations) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยวมีน้อย และยังไม่มีการประกอบการลงทุนสร้างที่พัก 6) ด้านการจัดการและบริการของแหล่ง

ท่องเที่ยว (Ancillary Services) มีคณะกรรมการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยคนในชุมชนและมีหน่วยงานรัฐคอยช่วยเหลือ แต่ยังไม่มีการจัดระเบียบโครงสร้างเพื่อใช้ระงับเหตุทางน้ำ แหล่งท่องเที่ยวสามารถพัฒนาได้เพียงบางจุดเนื่องจากต้องพิจารณากฎหมายเขตห้ามล่าและกฎหมายพื้นที่ชุ่มน้ำร่วมด้วย อีกทั้งยังไม่มี การจัดอบรมพัฒนาศักยภาพของบุคลากรผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว

1.2 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 55.30) โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 30.50) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 54.50) ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 48.00) มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานเอกชน (ร้อยละ 30.80) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 25,001 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 51.00) และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ร้อยละ 63.30)

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับศักยภาพของทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ

ศักยภาพของทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ	$\bar{x}$	Std. Dev.	ระดับ ศักยภาพ
ศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน	3.93	0.673	มาก
ศักยภาพด้านสถานที่ท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน	3.78	0.528	มาก
ศักยภาพด้านการจัดการและบริการของทุ่งบัวแดงบึงละหาน	3.45	0.707	มาก
ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของทุ่งบัวแดงบึงละหาน	2.74	0.655	ปานกลาง
ศักยภาพด้านที่พักแรมของทุ่งบัวแดงบึงละหาน	2.50	1.487	น้อย
ศักยภาพด้านความสามารถในการเข้าถึงทุ่งบัวแดงบึงละหาน	2.04	0.763	น้อย

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน ($\bar{X}=3.93$) ศักยภาพด้านสถานที่ท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน ($\bar{X}=3.78$) และศักยภาพด้านการจัดการและบริการของทุ่งบัวแดงบึงละหาน ($\bar{X}=3.45$) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ ศักยภาพด้านความสามารถในการเข้าถึงทุ่งบัวแดงบึงละหาน ($\bar{X}=2.04$)

วัตถุประสงค์ 2 พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า

2.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อทุ่งบัวแดงบึงละหาน พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยส่วนมากเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 87.50) มีเหตุผลที่เลือกมาเพราะแหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่นิยม (ร้อยละ 37.30) โดยคู่รัก/สามี/ภรรยา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว (ร้อยละ 30.80) มักเดินทางมาในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ (ร้อยละ 65.50) โดยส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากเพื่อน/ครอบครัว/ญาติ/คนรู้จัก (ร้อยละ 65.80) และส่วนมากเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 69.80)

2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภोजตุรัส จังหวัดชัยภูมิ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภोजตุรัส จังหวัดชัยภูมิ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภोजตุรัส จังหวัดชัยภูมิ	$\bar{X}$	Std.Dev.	ระดับความพึงพอใจ
ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว	3.93	0.634	มาก
ความพึงพอใจด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.58	0.703	มาก
ความพึงพอใจด้านการจัดการและการบริการ	3.40	0.668	มาก
ความพึงพอใจด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	2.83	0.685	ปานกลาง
ความพึงพอใจด้านที่พักแรม	2.64	1.210	ปานกลาง
ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	2.62	0.714	ปานกลาง
ความพึงพอใจด้านสินค้าของที่ระลึก	2.57	0.752	น้อย
ความพึงพอใจด้านความสามารถในการเข้าถึง	1.77	0.772	น้อยที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.93$) ความพึงพอใจด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.58$) และความพึงพอใจด้านการจัดการและการบริการ ($\bar{X}=3.40$) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่น้อยที่สุด คือ ความพึงพอใจด้านความสามารถในการเข้าถึง ($\bar{X}=1.77$)

วัตถุประสงค์ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภोजตุรัส จังหวัดชัยภูมิ ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปและบริบทของแหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในทุ่งบัวแดงบึงละหานมาวิเคราะห์ร่วมกัน และเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภोजตุรัส จังหวัดชัยภูมิ โดยมีการนำเสนอข้อมูลเรียงลำดับตามศักยภาพด้านที่ควรพัฒนามากที่สุด ดังต่อไปนี้ 3.1) ด้านความสามารถในการเข้าถึง เพิ่มรถรับจ้างสาธารณะปรับปรุงถนนและป้ายบอกทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว 3.2) ด้านที่พักแรม ควรสร้างที่พักแรมในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่ม 3.3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรปรับปรุงที่จอดรถให้เพียงพอและใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงเพิ่มจำนวนร้านอาหารและพัฒนาคุณภาพสินค้าของที่ระลึก 3.4) ด้านการจัดการและการบริการ ควรกำหนดมาตรการในการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และพัฒนาบุคลากรด้านการให้บริการ 3.5) ด้านแหล่งท่องเที่ยว ควรเพิ่มการทำตลาดเชิงกลยุทธ์และการประชาสัมพันธ์ และ 3.6) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรเสริมสร้างกิจกรรมให้มีความหลากหลายน่าสนใจ ตอบรับกับแนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 ในบริบทของศักยภาพด้านการเข้าถึงนั้น พบว่า ถึงแม้ทุ่งบัวแดงบึงละหานจะสามารถเข้าถึงได้จากถนนทางหลวงหมายเลข 201 ถนนชัยภูมิ-สีคิ้ว ใช้เวลาเพียง 10-15 นาทีในการขับรถยนต์เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรัญญา ไชยธารินทร์ และอริยา เผ่าเครื่อง (2561) ศึกษาเรื่องศักยภาพและความพร้อมบริการทางการท่องเที่ยวกว๊านพะเยา จังหวัดพะเยา พบว่าบริการทางการท่องเที่ยวกว๊านพะเยาในด้านการคมนาคมบริการขนส่ง นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวเนื่องจากระยะทางไม่ไกลและมีความปลอดภัย แต่สภาพถนนของทุ่งบัวแดงบึงละหานเป็นทางลูกรังสลับกับ

ถนนคอนกรีต มีป้ายบอกทางเป็นระยะแต่มีจำนวนน้อยตัวอักษรไม่ชัดเจน ไม่มีรถโดยสารหรือรถบริการสาธารณะแก่นักท่องเที่ยว และฤดูฝนจะเดินทางลำบากเนื่องจากน้ำท่วมถนน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีศักดิ์ เถลิมนแสน (2558) พบว่า ศักยภาพด้านการเข้าถึงของทะเลบัวแดงนั้น มีป้ายบอกทางแต่มีจุดที่ห่างกัน และยังไม่ชัดเจน

บริบทของศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมทำไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมทางธรรมชาติ พายเรือชมดอกบัว เดินชมสะพานไม้ และการส่องนก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญนิชา เกียรติทับทิว เลิศนรเศรษฐ์ (2563) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำทุ่งบัวแดง ณ บางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งพบว่า การท่องเที่ยวในตลาดน้ำเน้นกิจกรรมการสัมผัสธรรมชาติของทุ่งดอกบัวแดงอย่างใกล้ชิด เช่น นั่งเรือพายสัมผัสบรรยากาศทุ่งดอกบัวแดง อย่างไรก็ตามถึงแม้กิจกรรมทุ่งบัวแดงบึงละหานจะมีความหลากหลาย ก็ยังคงมีปัญหาเรื่องเรือพายนำเที่ยวมีขนาดเล็ก ไม่สามารถนำออกไปได้ไกล เพราะเรือรับลมและคลื่นแรงไม่ได้

ในส่วนบริบทของศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น พบว่า ภายในแหล่งท่องเที่ยวประสบปัญหาดังนี้ ที่จอดรถอยู่ไกลและมีจำนวนไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึกมีให้เลือกน้อยขาดความแปลกใหม่ ร้านอาหารที่ให้บริการมีน้อย บริเวณที่นั่งพักไม่เพียงพอ รวมทั้งยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ตู้กดเงินสด และร้านสะดวกซื้อ ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรัญญา ไชยทารินทร์ และอริยา เผ่าเครื่อง (2561) ที่พบว่า บริการทางการท่องเที่ยวกว๊านพะเยาในด้านการบริการอาหาร และด้านสินค้ายังไม่มีความพร้อม เนื่องจากยังไม่พบอัตลักษณ์ที่ชัดเจนของสินค้าและบริการภายในแหล่งท่องเที่ยว

ในบริบทของศักยภาพด้านที่พักแรม พบว่า ภายในทุ่งบัวแดงบึงละหานไม่มีโรงแรม มีเพียงพื้นที่กางเต็นท์บริเวณข้างสำนักงานเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงละหาน โฮมสเตย์เอกชนหนึ่งแห่ง และลานกางเต็นท์ไม่ไผ่ริมทุ่งบัวแดงบึงละหาน ซึ่งมีพื้นที่จำกัดและคิดค่าบริการ จากประเด็นดังกล่าวพบว่ามีความสอดคล้องกับ ทวีศักดิ์ เถลิมนแสน (2558) คือ ที่พักแรมเป็นแบบโฮมสเตย์ และไม่มีโรงแรมให้บริการในทะเลบัวแดง แต่ไม่สอดคล้องกันในประเด็นด้านความเพียงพอของสถานที่พักแรม ซึ่งสถานที่พักแรมในทะเลบัวแดงมีเพียงพอกับนักท่องเที่ยว และมีสถานที่ให้นักท่องเที่ยวกางเต็นท์นอนได้โดยไม่เสียค่าบริการ (ทวีศักดิ์ เถลิมนแสน, 2558)

บริบทของศักยภาพด้านการจัดการและบริการของแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการโดยคณะกรรมการแหล่งท่องเที่ยวที่แต่งตั้งจากชุมชนบ้านมะเกลือ ตำบลบ้านกอก มีการตั้งกฎ ระเบียบ และมาตรการป้องกันความปลอดภัย เพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการและมีส่วนร่วมทุกคน

นอกจากนี้ศักยภาพของทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ เมื่อนำมาหาค่าเฉลี่ยจะพบว่า ศักยภาพของทุ่งบัวแดงบึงละหานที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยศักยภาพน้อยที่สุด คือ ด้านที่พักแรม และด้านความสามารถในการเข้าถึง ซึ่งสอดคล้องกับ Wiweka et al. (2019) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหาดบาตู กาปัล (Batu Kapal) พบว่าด้านที่มีศักยภาพสูง คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจความเป็นธรรมชาติอันสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และด้านที่มีศักยภาพต่ำ ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พักที่ไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว

ซึ่งการที่ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในทุ่งบัวแดงบึงละหานมีศักยภาพ 6 ด้าน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนให้ทุ่งบัวแดงบึงละหานเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดชัยภูมิ อีกทั้งท่าเลและสถานที่ตั้งที่อยู่ไม่ไกลจากทางหลวง รวมทั้งสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ยังคงความอุดมสมบูรณ์ มีจุดเด่นที่น่าสนใจ จึงน่าจะส่งผลให้มีศักยภาพครบทุกด้าน เพียงแต่ทุ่งบัวแดงบึงละหานนั้นยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ จึงยังต้องพัฒนาศักยภาพในทุกๆด้านเพิ่มเติม เพื่อให้มีความน่าสนใจมีคุณภาพและมาตรฐานมากยิ่งขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยส่วนมากเดินทางมาเพื่อการพักผ่อน ส่วนใหญ่เลือกมาเพราะแหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่นิยม โดยคู่รัก/สามี/ภรรยา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว มักเดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ โดยส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากเพื่อน/ครอบครัว/ญาติ/คนรู้จัก และเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งเป็นไปตามผลการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำพุบัวแดง ณ บางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และเดินทางโดยรถยนต์ (ธัญนิษา เกียรติทับทิว เลิศนครเศรษฐ์, 2563) จุดมุ่งหมายของนักท่องเที่ยวคือการมาพักผ่อน และท่องเที่ยวกับคนในครอบครัวและเครือญาติ นิยมท่องเที่ยวในวันหยุด โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว นักท่องเที่ยวส่วนมากรู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากเพื่อน แฟน หรือญาติ (จารุวรรณ กมลสินธุ์ และอรรพรรณ เกิดจันทร์, 2564) นอกจากนี้ผลการวิจัย ยังสอดคล้องกับ วลัยจรรยา วิระกุล (2563) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการมาท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวในวันเสาร์อาทิตย์ โดยได้ข้อมูลมาจากเพื่อนหรือคนรู้จัก และส่วนใหญ่มาเพื่อการพักผ่อนและศึกษาหาความรู้ มักใช้รถยนต์ส่วนตัว และมาในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (ฉัตรชัย อินทสังข์ และดุขุฎิ เทียมเทศ บุญมาสูงทรง, 2562)

อย่างไรก็ตาม ในประเด็นเรื่องช่องทางการรู้จักแหล่งท่องเที่ยวพุบัวแดงบึงละหาน ผู้วิจัยได้ค้นพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้จากเพื่อน/ครอบครัว/ญาติ/คนรู้จัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ แหล่งท่องเที่ยวพุบัวแดงยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากพอที่นักท่องเที่ยวจะสามารถรู้จักได้ด้วยตนเองจากช่องทางอื่น ๆ เช่น สื่อมวลชน สื่อออนไลน์ จึงควรได้รับการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น

ในส่วนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวพุบัวแดงบึงละหานนั้น ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการจัดการและบริการอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศัชพล จันทเพชร (2564) ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณค่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านพฤติกรรมและการบริโภคของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติอยู่ในระดับสูง สำหรับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พักแรม และด้านความปลอดภัยของพุบัวแดงบึงละหานอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทา ไชยะโวหาน (2562) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถ้ำนางแอ่น เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สปป.ลาว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวลาวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งการให้บริการ สถานที่ท่องเที่ยว ร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามประเด็นด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่พุบัวแดงบึงละหานควรได้รับการพัฒนามากที่สุด คือ ด้านความสามารถในการเข้าถึง เพราะสภาพถนนเป็นลูกรังมีหลุมบ่อและป้ายบอกทางไม่ชัดเจน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเรียงตามลำดับด้านที่ควรพัฒนามากที่สุด ดังนี้ 1) ด้านความสามารถในการเข้าถึง เพิ่มรถรับจ้างสาธารณะปรับปรุงการขนส่งเพื่อรองรับผู้มาเยือนสถานที่ท่องเที่ยว (ธนกฤต ยอดอุดม และคณะ, 2564) พร้อมกันนั้นควรทำป้ายข้อมูลสำหรับบอกทางที่มีความชัดเจนและถูกต้องติดตั้งเป็นช่วง ๆ (ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์ และคณะ, 2559) 2) ด้านที่พักแรม ควรสร้างที่พักแรมในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่ม (กรกนก เกิดสังข์ และณัฐมน ราชรักษ์, 2560) 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรปรับปรุงพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้มีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อาทิ ด้านห้องน้ำ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการประปาและการไฟฟ้า (นุชนารถ กฤษณมรณย์ และปรีดา นัคร, 2564) จัดหาพื้นที่จอดรถให้เพียงพอและใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงเพิ่มจำนวนร้านอาหารและพัฒนาคุณภาพสินค้าของที่ระลึก 4) ด้านการจัดการและการบริการ ควรกำหนดมาตรการในการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด (ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์ และคณะ, 2559) และพัฒนาบุคลากรด้านการ

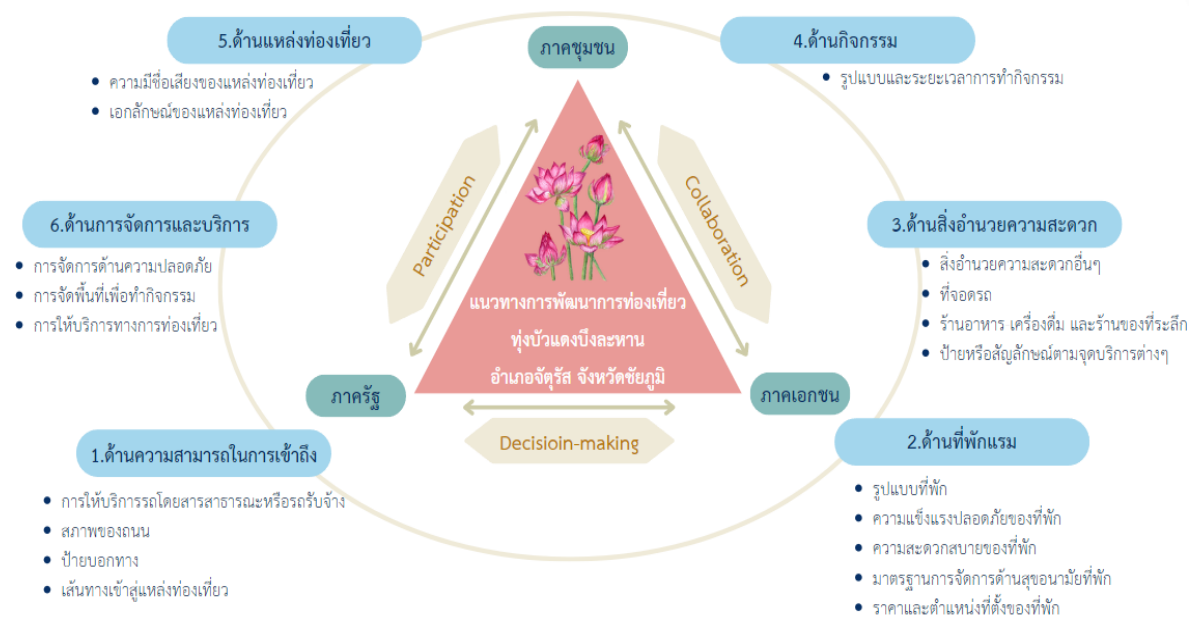


ให้บริการ (นุชนารถ กฤษณมัย และปรีดา นักร, 2564) เน้นการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวและด้านการติดต่อสื่อสารให้แก่ประชาชนในเขตพื้นที่ (กรกนก เกิดสังข์ และณัฐมน ราชรักษ์, 2560) 5) ด้านแหล่งท่องเที่ยว ควรเพิ่มการทำการตลาดเชิงกลยุทธ์และการประชาสัมพันธ์ 6) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรออกแบบกิจกรรมให้มีความน่าสนใจ ควรพัฒนาปรับปรุงสิ่งที่ดึงดูดใจในสถานที่ท่องเที่ยวให้เกิดความหลากหลาย (ณัฐณภรณ์ เอนกนาจินดาวัฒน์, 2561) ตอบรับกับแนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากผลการวิจัยและการอภิปรายผล ผู้วิจัยได้จัดทำโมเดลหรือแผนภาพองค์ความรู้ เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ (Tourism Development Model of Thung Bua Daeng 'Bueng Lahan', Chaiyaphum Province.) ทั้งนี้ภาครัฐ ภาคเอกชน หรือคนในชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำโมเดลนี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยปรับเปลี่ยนให้เกิดความเหมาะสมตามบริบทของพื้นที่และปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ

ภาพที่ 1 แผนภาพแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ



สรุป

จากผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ นำมาสู่แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน โดยมุ่งเน้นให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาเป็นหลักสำคัญในการขับเคลื่อนแนวทาง ดังต่อไปนี้ 1) ภาครัฐและภาคเอกชน ควรมีการวางแผนหรือตัดสินใจร่วมกัน (Decision-making) ในการพัฒนาด้านความสามารถในการเข้าถึงและการพัฒนาด้านที่พักแรม โดยร่วมกันหารือถึงการจัดทำโครงการจัดสรรงบประมาณต่าง ๆ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น 2) ภาคเอกชนและภาคชุมชน ควรร่วมมือกัน (Collaboration) ในการพัฒนาด้านกิจกรรมและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการร่วมกันออกแบบกิจกรรม การพัฒนาคุณภาพสินค้าท้องถิ่น รวมถึงการสร้างสรรคเมนูพื้นถิ่นร่วมกัน เพื่อเพิ่มเสน่ห์ดึงดูดให้กับแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น 3) ภาคชุมชนและภาครัฐ ควรเน้นการมีส่วนร่วม (Participation) โดยเฉพาะการให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาด้านแหล่งท่องเที่ยวและด้านการจัดการและบริการ เพื่อให้ชุมชนรู้สึกถึงการมีส่วนร่วม เกิดความภาคภูมิใจที่เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง เมื่อทุกภาคส่วนพร้อมใจกันผนึกกำลังดำเนินการตาม

บทบาทและหน้าที่ดังกล่าวแล้ว จึงจะนำไปสู่กระบวนการของการพัฒนาการท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน อย่างแท้จริงในหลากหลายมิติ โดยการเร่งปรับปรุงพัฒนาส่วนที่ต้องแก้ไข และส่งเสริมสิ่งที่ดีอยู่ให้มีมาตรฐาน ยิ่งขึ้นไป ส่งผลไปสู่ความสำเร็จของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีคุณภาพ พร้อมกันนั้นยังช่วยสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจในท้องถิ่นให้เจริญยิ่งขึ้นสืบไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ด้านศักยภาพของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ควรเพิ่มจักรยานหรือสามล้อเช่าเพื่อลดการใช้พาหนะและมลภาวะทางอากาศ และจัดตั้งเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ปรับปรุงถนนทางเข้าให้สวยงามน่าดึงดูด สร้างที่พักแรมให้เหมาะกับกลุ่มนักท่องเที่ยว เพิ่มมุมซาร์จแบตเตอรี่ โทรศัพท์ ตู้กดเงินสด ร้านสะดวกซื้อ และกล้องวงจรปิด พัฒนาทักษะบุคลากรในชุมชนให้สามารถจัดระบบการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนทำการตลาดวางกลยุทธ์ให้เหมาะสมตรงกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายและแนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต

1.2. ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง

1.2.1 หน่วยงานอำเภอจตุรัส และองค์การบริหารส่วนตำบลทั้งที่มีพื้นที่ครอบคลุมบึงละหาน ควรจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับคนในชุมชน แล้วนำข้อมูลไปปรับใช้เป็นกรณีศึกษาเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อให้เห็นถึงสภาพการดำเนินงานและสภาพปัญหาเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในหลากหลายมิติ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ครอบคลุมทุกปัญหาครอบคลุมองค์ประกอบการท่องเที่ยว

1.2.2 องค์การบริหารส่วนจังหวัดชัยภูมิและประชาสัมพันธ์จังหวัดชัยภูมิ ควรทำแผนพัฒนาและเพิ่มงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบึงละหาน และควรสร้างเครือข่ายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทุกภาคส่วน เพื่อสร้างความเข้มแข็งของภาคีและมีเป้าหมายร่วมกัน

1.2.3 ผู้นำชุมชน คนในชุมชน วัด โรงเรียน และองค์กรอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน ควรร่วมมือกันพัฒนาตนเองเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ และสร้างจิตสำนึกในการให้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ทุกคนทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2.4 ภาคเอกชนห้างร้าน บริษัทเกี่ยวกับการท่องเที่ยว หรือบุคคลที่สนใจสามารถเอาผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการทำการตลาด จัดโปรแกรมท่องเที่ยว หรือสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นกรณีศึกษาและสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ เพื่อเป็นช่องทางในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจเพิ่มพูนรายได้มากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1) ควรทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาเครื่องมือในการทำการตลาดเชิงกลยุทธ์ เช่น ศึกษาวิจัยการส่งเสริมการตลาดดิจิทัล ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ศึกษากลยุทธ์ทางการท่องเที่ยว ประกอบกับการจัดทำสื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อทราบถึงแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน อีกทั้งยังสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้บูรณาการกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน

2.2) ควรทำการศึกษาวิจัยการพัฒนาศักยภาพและการมีส่วนร่วมชุมชน โดยการทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบบสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group Interview) จัดเวทีแลกเปลี่ยนมุมมองประเด็นปัญหาต่าง ๆ กับชุมชน เพื่อนำองค์ความรู้เชิงลึกที่ได้ไปใช้ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยสามารถรับรู้ถึงความคาดหวัง รับทราบปัญหา และแก้ไขได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีความสามารถในการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และยกระดับทุ่งบัวแดงบึงละหานให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและมีชื่อเสียงต่อไป

2.3) นักวิชาการหรือผู้ที่สนใจทำการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาวิจัยแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะพื้นที่หรือบริบทคล้ายคลึงกันกับแหล่งท่องเที่ยวทุ่งบัวแดงบึงละหาน โดยนำข้อมูลมาเปรียบเทียบ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหาและอุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น โดยจะนำมาซึ่งแนวทางในการพัฒนาทุ่งบัวแดงบึงละหานให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กรกนก เกิดสังข์ และณัฐมน ราชรักษ์. (2560). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงกลยุทธ์ : กรณีศึกษา ตำบลบางโป้ง อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 4(2), 231-250.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). บึงละหาน. ค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2566, จาก <https://thailandtourismdirectory.go.th/>
- คัชพล จันเพชร. (2564). การรับรู้คุณค่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านพฤติกรรมและการบริโภคของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย. *สัปดาห์: วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส.)*, 28(1), 103-115.
- จันทา ไชยะโวหาน. (2562). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถ้ำนางแอ่น เมืองท่าแขก แขวงคำม่วน สปป.ลาว (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- จารุวรรณ กมลสินธุ์ และอรรวรรณ เกิดจันทร์. (2564). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาวัดศรีอุทุมพร ตำบลหนองกรด อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารวิชาการ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(3), 492-503.
- ฉัตรชัย อินทสังข์ และดุขุฎี เทียมเทศ บุญมาสูงทรง. (2562). การศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเชิงชุมชน กลุ่มมิลเลนเนียล: กรณีของบ้านด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 6(1), 1-12.
- ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์. (2561). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทะเลบัวแดง อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 6(3), 1237-1253.
- ทวีศักดิ์ เฉลิมแสน. (2558). ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทะเลบัวแดงชุมชนบ้านเดียม ตำบลเชียงแหว อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 4(2), 72-78.
- ธนกฤต ยอดอุดม และคณะ. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอยพรหมคีรี อำเภอนบพิตำ และอำเภอลิล จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(3), 209-220.
- ธัญนิชา เกียรติทับทิว เลิศนรเศรษฐ์. (2563). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำทุ่งบัวแดง ณ บางเลน จังหวัดนครปฐม. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ*, 7(2), 54-69.
- นุชนารถ กฤษณมย์ และปรีดา นักร. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว กรณีอำเภอนบพิตำ จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 13(1), 128-140.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปณัสยา สิริรุ่งโรจน์กนก. (2559). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (ภาคนิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์
- วิทย์ญญา ขำชัยภูมิ, วิมลศิลป์ ปรงชัยภูมิ และ ณัฐพราย์ ชัยสินคุณานนต์. (2561). ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำของจังหวัดชัยภูมิ. *วารสารวิชาการ มจร บุรีรัมย์*, 3(2), 68-76.
- วรัญญา ไชยทารินทร์ และอริยา เผ่าเครื่อง. (2561). ศักยภาพและความพร้อมบริการทางการท่องเที่ยวถ้ำผาเหือง จังหวัดพะเยา. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 9(5), 390-403.
- วัลย์จรรยา วิระกุล. (2563). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการมาท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 14(1), 191-204.
- ศิรินันท์ พงษ์นรินทร์, โอชัยญา บัวธรรม และชัชญา ยอดสุวรรณ. (2559). แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มช.*, 9(1), 234-259.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยภูมิ. (2565). *สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยภูมิ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย*. ค้นเมื่อ 28 กรกฎาคม 2566, จาก <https://chaiyaphum.cdd.go.th/>
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97-116.
- Damsi, D., & Dac, S.S. (2020). *7 As and Promotion of Senior Tourism From Post-COVID Zero-Tourism to Senior Tourism*. Retrieved July, 28, 2023, from https://www.researchgate.net/publication/347440147_7As_and_Promotion_of_Senior_Tourism_From_Post-COVID_Zero-Tourism_to_Senior_Tourism
- Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. Global Edition: Pearson Education Inc..
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and psychological measurement*, 30(3), 607-610.
- Kuzak, M., & Rimmington, M. (2000). Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of Travel Research*, 38(3), 260-269.
- Wiweka, K., Indrajaya, T., Wachyni, S.S., Adnyana, P.P. & Hanorsian, A.E. (2019). Opportunities and Challenges for the Development of Sustainable tourism Attraction at Batu Kapal Beach, Centra Maluku Lilibooi Village. *Advances in Research*, 19(3), 1-114.
- Yooshik, Y., & Muzaffer, U. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.

ปัจจัยเชิงสาเหตุของการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ
เชิงพฤติกรรมของธุรกิจออนไลน์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
Causal Factors of Sales Technology Adoption Affecting The Behavior
Intentions of The Online Business in Small and Medium Enterprises

เบญจพร เชื้อแก้ว¹ และ วิชิต อุ๋อัน²
Benjaporn Cherkeaw¹ and Vichit U-on²

มหาวิทยาลัยศรีปทุม
Sripatum University, Thailand
Corresponding Author, Email: benjaporn.kkb@gmail.com¹

Received: 2023-8-3; Revised: 2024-3-30; Accepted: 2024-3-31

บทคัดย่อ

การซื้อสินค้าทางเว็บไซต์เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่นิยมมากที่สุดของอินเทอร์เน็ต แต่เหตุผลที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าทางเว็บไซต์ยังไม่ชัดเจน วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการขายสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของธุรกิจออนไลน์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, และ 3) เพื่อสร้างแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุของการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของธุรกิจออนไลน์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ โดยใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบ Krejcie & Morgan (1970) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 ราย และใช้วิธีวิเคราะห์ทางสถิติด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM)

ผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุได้แก่ ระดับการรับรู้คุณค่าในการใช้งานส่งผลต่อการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้, การรับรู้คุณค่าในการใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมผ่านการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้, การเข้าถึงของผู้ใช้งานส่งผลต่อการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้, การเข้าถึงของผู้ใช้งานส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมผ่านการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้, ส่วนอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้, อิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมผ่านการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้, และการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยธุรกิจออนไลน์สามารถระบุการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้ได้ รวมถึงสามารถนำไปใช้ในการเพิ่มความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้ามาซื้อสินค้าออนไลน์ และทำให้ธุรกิจออนไลน์สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่น ๆ

คำสำคัญ: การรับรู้คุณค่าการใช้งาน; การเข้าถึงผู้ใช้งาน; อิทธิพลทางสังคม; เทคโนโลยีการขาย; ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

Abstract

Web shopping is one of the most popular activities on the internet, but the reason why consumers shop online is unclear. The objectives of this study were: 1) to study the causal factors level affecting sales technology adoption and behavior intentions

of the online business in small and medium enterprises, 2) to study the influence of causal factors of sales technology adoption affecting behavior intentions of the online business in small and medium enterprises, and 3) to develop a model the causal factors of sales technology adoption affecting behavior intentions of the online business in small and medium enterprises. A researcher collected data from interviews and online questionnaires with online business entrepreneurs, using the Krejcie & Morgan (1970) and collecting a sample of 384 people and statistics analysis by Structural Equation Model: SEM.

The results of the analysis concluded that perceived value level in use affected sales technology adoption, perceived value in use affected behavior intents through sales technology adoption, user access affected sales tech adoption, user access affected behavior intentions through sales tech adoption, social influence affected sales technology adoption, social influence affected behavior intents through sales technology adoption, and sales technology adoption affected behavior intentions. The online business can identify the use of sales technology. It can also be used to increase the behavior intentions of customers to buy products online and make online businesses able to compete with other entrepreneurs

Keywords: Perceived Value, User Access, Social Influence, Sales Technology, Behavior Intentions

บทนำ

ท่ามกลางสถานการณ์ทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศที่วิกฤต ถึงแม้จะมีสัญญาณการปรับตัวในเชิงบวกมากขึ้น แต่ยังคงมีความเสี่ยงค่อนข้างมาก ธุรกิจที่จะสามารถอยู่รอดจะเป็นธุรกิจที่มีความแข็งแกร่งและสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในภาพรวมได้นั้น ยังคงจะต้องเป็นธุรกิจที่มีพื้นฐานที่มีความแข็งแกร่ง มีความยืดหยุ่นสูง และเป็นธุรกิจที่เข้าข่ายที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐตามยุทธศาสตร์ของประเทศ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2566) ภายใต้สภาพแวดล้อมใหม่ของโลก โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี ส่งผลให้รูปแบบเศรษฐกิจ และขนาดเศรษฐกิจได้เปลี่ยนแปลงไป โดยพบว่าในประเทศที่มีความพร้อมทางด้านดิจิทัลและเทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมต่อกันได้ทั้งระหว่างหน่วยงานของภาครัฐด้วยตนเอง และระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน และมีกำลังคนที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีจะเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจในยุคต่อจากนี้ไปได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

ดังนั้น การศึกษารูปแบบการผลักดันให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีสำหรับการส่งเสริมความรู้ในระดับธุรกิจที่หลากหลายจะเป็นแนวทางสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพดังกล่าว ทั้งนี้ มีแนวคิดทฤษฎีที่สำคัญ อาทิ เช่น แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, 1989) เป็นแบบจำลองที่นำเสนอข้อมูล เกี่ยวกับระบบที่ผู้ใช้งานจะยอมรับการใช้เทคโนโลยี โดยแบบจำลองนี้เสนอว่า เมื่อผู้ใช้งานได้รับ การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ เพื่อปรับตัวให้ทันกับสภาพเศรษฐกิจดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยหนึ่งในกลุ่มเศรษฐกิจดิจิทัล คือ ธุรกิจออนไลน์ ซึ่งการทำธุรกิจออนไลน์เป็นการขายสินค้าหรือบริการบนเว็บไซต์ ดังที่ Schendzielarz, Alavi & Guba (2022) เสนอว่า การซื้อสินค้าทางเว็บไซต์เป็นหนึ่งในกิจกรรมที่นิยมมากที่สุดของอินเทอร์เน็ต แต่เหตุผลที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าทางเว็บไซต์ยังไม่ปรากฏชัดเจน ในประเทศไทยปัจจุบันมีการตื่นตัวต่อการธุรกิจค้าขายเพิ่มมากขึ้น โดยมีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุน อาทิ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกิดความรู้ความเข้าใจ

ในเทคโนโลยีและมีทัศนคติที่ดีในการดำเนินธุรกิจผ่านระบบออนไลน์ โดยฉัตร ฉางชูโต (2011) ได้ให้เหตุผลสำคัญถึงธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทยที่มีการเติบโตได้ช้ากว่าประเทศอื่น ๆ เนื่องจากผู้ประกอบการขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ และผู้บริโภคยังขาดความเชื่อถือ และความไว้วางใจในระบบเทคโนโลยีในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ และยังขาดประสบการณ์ทางออนไลน์ ทัวไปหากลูกค้าพบว่าการใช้บริการในครั้งแรกมีปัญหา ส่วนใหญ่มักจะไม่กลับมาใช้บริการอีก ซึ่งปัญหาที่พบ เกิดจากการที่เว็บไซต์ใช้งานยาก ภาพ และรายละเอียดสินค้าไม่ชัดเจน การส่งสินค้าล่าช้าไม่ตรงเวลา หรือสินค้าที่ส่งหลายรายการไม่มีอยู่ในสต็อก (Nainggolan & Handayani, 2023; Weerawardana et al., 2023) ซึ่งกล่าวได้ว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจจะส่งผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภค โดยเฉพาะธุรกิจออนไลน์ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของธุรกิจออนไลน์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้ได้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

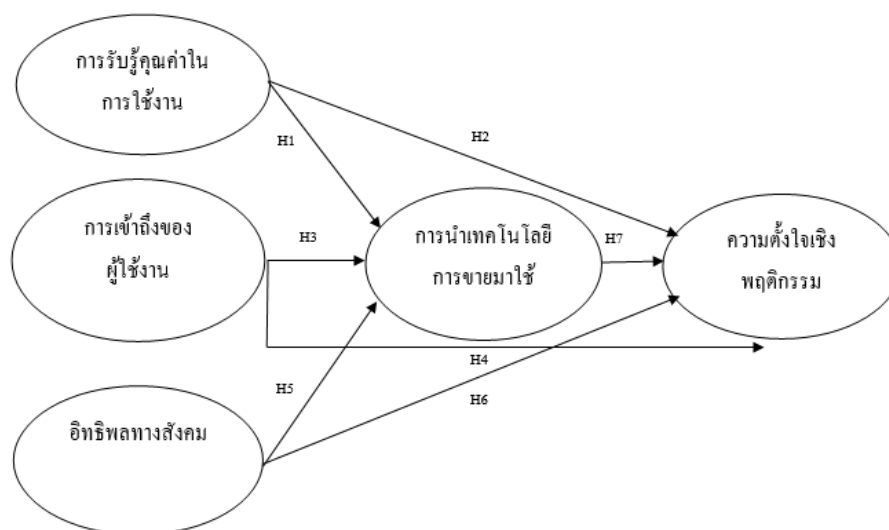
1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการใช้เทคโนโลยี เพื่อการขายสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของธุรกิจออนไลน์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. เพื่อสร้างแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุของการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของธุรกิจออนไลน์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การทบทวนวรรณกรรม

นักวิชาการให้ที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจที่สำคัญ ได้แก่ Klier et al. (2020); Huang et al. (2022); Kundu & Ramdas (2022); Rugasira et al. (2023) ที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีในชุดเครื่องมือและแอปพลิเคชันที่ออกแบบมาเพื่อสนับสนุนและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของตัวแทนขาย เทคโนโลยีการขายส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงการดำเนินการขายหรือระบบอัตโนมัติ และเพิ่มประสิทธิภาพการขาย ซึ่งกล่าวได้ว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญคือ 1) การรับรู้ในคุณค่า (Perceived Value) ของลูกค้าเกี่ยวกับข้อดีหรือความต้องการของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีต่อพวกเขา ซึ่งเมื่อลูกค้าได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง มูลค่าการรับรู้วัดจากราคาที่ประชาชนยินดีจ่ายสำหรับสินค้าหรือบริการ (Lim et al., 2021; Silva et al., 2021; Vasudeva, 2022; Kim et al., 2022) 2) การเข้าถึงของผู้ใช้งาน (User Access) ซึ่งการเข้าถึงประเภทใดก็ตามที่มีการอนุญาต หรือไม่อนุญาตให้ผู้ใช้ดำเนินการในนามของเจ้าของบัญชี ส่งผลต่อการถูกจำกัดในบางส่วนหรือหรือเต็มรูปแบบตามข้อกำหนดของเจ้าของบัญชี ซึ่งกำหนดไว้ ซึ่งอาจมีผลต่อการใช้เทคโนโลยีของผู้ขายที่จัดเตรียมให้กับลูกค้าผ่านรูปแบบต่าง ๆ (Trianisfi et al., 2021; Chang, 2022; Garibyan et al., 2022; Klink, 2022; Zahib et al., 2022) และอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) ซึ่งถือเป็นความพยายามโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทัศนคติ หรือพฤติกรรมของบุคคลอื่น ซึ่งแตกต่างจากการโน้มน้าวใจ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วเป็นความตั้งใจและต้องการการรับรู้ในระดับหนึ่งของเป้าหมาย อิทธิพลทางสังคมอาจเกิดขึ้นโดยไม่ตั้งใจหรือโดยบังเอิญ (Aziz and Metawie, 2022; Baabcha et al., 2022; Guo et al., 2022; Huang et al., 2022; Kalia et al., 2022; Shang et al., 2022; Sood et al., 2022) อันจะนำมาซึ่งความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ที่เป็นการคิด ความตั้งใจที่จะกระทำการใดใด ซึ่งในการศึกษารั้งนี้ เป็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

ที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ในการใช้งาน การเข้าถึงของผู้ใช้งาน และอิทธิพลทางสังคม ที่องค์การมีความตั้งใจที่จะให้เกิดพฤติกรรมดังกล่าวด้วยความยินดี และเต็มใจเพื่อให้ลูกค้าได้กลับมาใช้บริการด้วยความยินดี รวมถึงการนำเทคโนโลยีการขาย (Sale Technology) มาใช้ โดยนักวิชาการที่สำคัญได้คือ Klier et al. (2020), Huang et al. (2022) ได้ให้ความสำคัญถึงการใช้เทคโนโลยีในการขายสินค้าและบริการโดยเฉพาะในวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม โดยถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องตั้งแต่เริ่มดำเนินการขายจนจบกระบวนการ และยังช่วยให้บุคลากรทางการตลาดได้สามารถขยายตลาดออกไปได้อีกด้วย โดยองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นกล่าวได้ว่าเป็นผลให้ผู้ประกอบการให้ตระหนักถึงความสำคัญในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และยังถือเป็นปัจจัยกระตุ้นที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งถ้าผู้ประกอบการได้กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้าและบริการของตนได้อย่างเหมาะสมแล้ว จะยิ่งทำให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมซื้อสินค้าหรือบริการมากขึ้น และจะยังมีแนวโน้มมากขึ้นเมื่อผู้ประกอบการได้เสริมแรงอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดเป็นบรรทัดฐานส่วนตัวของผู้บริโภคในการแสดงออกด้วยความตั้งใจในพฤติกรรมการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เชิงอธิบาย (Explanatory Research) ทั้งนี้ได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรมหรือแนวคิดทฤษฎีเพื่อสร้างแบบจำลองหรือกรอบแนวคิดก่อนที่จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีสำรวจ (Survey) และวิเคราะห์ทางสถิติด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) และดำเนินการสร้างแบบจำลองโดยการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 5 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) ที่เป็นตัวแทนธุรกิจเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าที่มีความพร้อมในการให้ข้อมูล และมีคุณลักษณะเหมาะสมตามที่ระบุไว้ในหัวข้อผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือแล้ววิเคราะห์ผลจากการสัมภาษณ์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสรุปประเด็นเนื้อหา หรือข้อค้นพบเป็นรายชื่อสำหรับการนำมาพิจารณาในการสร้างเครื่องมือแบบสอบถามเชิงปริมาณ โดยนำประเด็นค้นพบมาจัดกลุ่มและคัดแยกตามรายละเอียดที่สอดคล้องและครอบคลุมในประเด็นตัวแปรและองค์ประกอบต่าง ๆ โดยผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าดัชนี Cronbach's alpha เท่ากับ 0.9563

ซึ่งอยู่ในระดับสูง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ กลุ่มธุรกิจออนไลน์ที่จดทะเบียนในรายชื่อของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พ.ศ.2565 จำนวน 532 คน ใช้วิธีคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามแบบ Krejcie & Morgan (1970) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน และใช้การสุ่มตัวอย่างหลายขั้นตอน (Multi-Stage-Sampling) โดยจำแนกกลุ่มอย่างตามประเภทธุรกิจ จากนั้นทำการจัดสรรขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละประเภทแบบสัดส่วน (Proportional Allocation) เนื่องจากจำนวนของธุรกิจออนไลน์ในแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) อย่างเป็นสัดส่วน (บุญเรียง ขจรศิลป์, 2549) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ผลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเพื่อสรุปประเด็นข้อค้นพบ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนด

ผลการวิจัย

1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการขายสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การรับรู้คุณค่าในการใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณค่าในการใช้งานโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาแยกตามรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยพบว่า ด้านแรงจูงใจภายนอก เป็นปัจจัยที่มีคุณค่ากับผู้ใช้ข้อมูลส่วนใหญ่และผู้ให้ข้อมูลยังเสนอว่า ประเด็นด้านรูปลักษณ์ บริการดีเยี่ยม และความเหมาะสมกับงานถือเป็นแนวทางสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพิ่มเติม

การเข้าถึงของผู้ใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าถึงของผู้ใช้งานโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลได้เสนอว่าปัจจัยที่ทำให้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปได้อย่างมีนัยสำคัญคือ ด้านความซับซ้อนของเทคโนโลยีในการใช้งาน และด้านความง่ายของเทคโนโลยีในการใช้งาน อันแสดงถึงความสะดวกในการใช้งานของผู้บริโภค

อิทธิพลทางสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคมโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และผู้ให้ข้อมูลยังเสนอว่า อิทธิพลทางสังคมของผู้นำหรือผู้มีอิทธิพลที่ธุรกิจหรือผู้ประกอบการเลือกใช้ทำให้ผู้บริโภคเกิดการปฏิบัติตามมีผลต่อความตั้งใจของผู้บริโภคเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยด้านการคล้อยตามของผู้บริโภคอันจะเป็นตัวสร้างพฤติกรรมกลุ่ม และการเชื่อฟังของผู้บริโภคที่มีต่อผู้นำหรือผู้มีอิทธิพลที่ผู้ประกอบการได้กำหนดขึ้น

ส่วนการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้ในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้ให้ข้อมูลได้เสนอว่า ความตระหนักรู้หรือการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์ที่ได้รับด้านความยั่งยืน และด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีความสำคัญต่อการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจเช่นกัน ซึ่งความสามารถดังกล่าวที่จะสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคถือเป็นความสามารถขององค์กรที่จำเป็นต้องมีที่สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจขององค์กร

ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในภาพรวม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้ให้ข้อมูลได้เสนอว่า การสร้างความตั้งใจให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคได้แสดงพฤติกรรมเชิงบวกกับสินค้าหรือบริการของธุรกิจ จะต้องมุ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคได้เกิดการเข้ามาเยี่ยมชมซ้ำ ๆ และ สร้างประเด็นสำคัญให้เกิดการบอกต่ออย่างชัดเจน ง่ายและเข้าถึงได้ง่ายเพิ่มเติม อันจะนำมาซึ่งพฤติกรรม การซื้อซ้ำ ซมซ้ำของผู้บริโภคอีกด้วย

2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของธุรกิจออนไลน์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลการศึกษาเมื่อผู้วิจัยได้ปรับโมเดล (Model Modification) ด้วยการปรับพารามิเตอร์ ยินยอมในข้อตกลงเบื้องต้น โดยให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลโดยรวม ทำให้พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือ ค่าดัชนี $\chi^2 = 86.08$, $df = 72$, $\chi^2/df = 1.196$, $p\text{-value} = 0.12317$, $RMSEA = 0.019$, $SRMR = 0.015$, $CFI = 1.00$, $GFI = 0.98$ และ $AGFI = 0.96$ โดยดัชนีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดคือ χ^2/df มีค่าน้อยกว่า 2 ดัชนี $RMSEA$ และ $SRMR$ มีค่าน้อยกว่า 0.05 และดัชนี CFI , GFI , $AGFI$ มีค่ามากกว่า 0.95 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ตัวแบบของแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

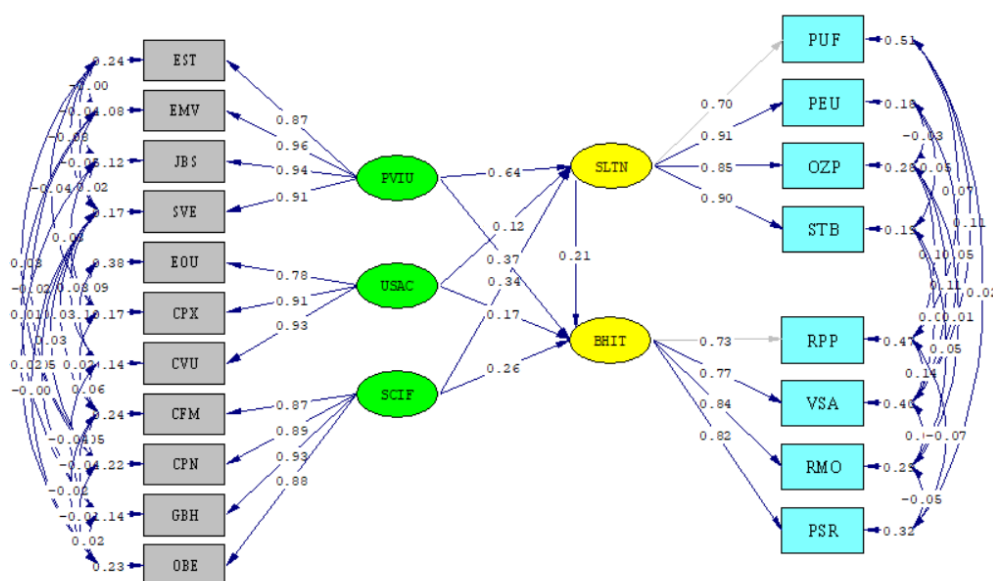
โดยปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าในการใช้งาน (PVIU) , ปัจจัยด้านการเข้าถึงของผู้ใช้งาน (USAC) และปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม (SCIF) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้ (SLTN) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.64, 0.12 และ 0.37 ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าในการใช้งาน (PVIU) , ปัจจัยด้านการเข้าถึงของผู้ใช้งาน (USAC) ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม (SCIF) และการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้ (SLTN) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (BHIT) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.37, 0.17, 0.26 และ 0.21 ตามลำดับ

นอกจากนี้ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าในการใช้งาน (PVIU) การเข้าถึงของผู้ใช้งาน (USAC) และอิทธิพลทางสังคม (SCIF) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (BHIT) โดยผ่านการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้ (SLTN) มีโดยมีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.14, 0.13 และ 0.07 ตามลำดับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

3) เพื่อสร้างแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุของการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของธุรกิจออนไลน์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการศึกษา สามารถสร้างแบบจำลองได้ดังต่อไปนี้



Chi-Square=86.08, df=72, P-value=0.12317, RMSEA=0.019

อภิปรายผล

ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านการรับรู้คุณค่าในการใช้งานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการขายสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถอธิบายได้ว่าองค์กรรับรู้ถึงคุณภาพ ความคุ้มค่า หรือประโยชน์ในการใช้งานของการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้ ซึ่งเป็นการมองเห็นประโยชน์ของเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนั้น ๆ อาจจะทำให้การทำงานขององค์กรรวดเร็วขึ้น เป็นระบบมากขึ้น โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Liu et al. (2021) สํารวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความไว้วางใจของผู้ใช้ชาวจีนที่มีต่อระบบบ้านอัจฉริยะที่เปิดใช้งานเสียง โดยพิจารณาคำแนะนำด้านนโยบาย ความคิดเห็นที่มีอำนาจ และบุคคลที่มีบทบาทอ้างอิงที่สำคัญจะส่งผลต่อการรับรู้ความไว้วางใจและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Sudaryanto et al. (2023) กำหนดผลของความพร้อมด้านเทคโนโลยี ความสามารถทางดิจิทัล การรับรู้ถึงประโยชน์ และความง่ายในการใช้งานต่อการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ของนักศึกษาบัญชี ขณะที่จากการทบทวนวรรณกรรมของ Zhao et al. (2023) สํารวจความหมายแฝงของลักษณะการรับรู้ของไอดอลเสมือนจริง ตัวบ่งชี้มิติ และกลไกที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการยอมรับของผู้บริโภค

ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านการเข้าถึงของผู้ใช้งานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการขายสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถอธิบายได้ว่าความพยายามในการเข้าถึงของผู้ใช้งานโดยมีการสร้างแรงจูงใจให้บุคคลนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในการทำงาน ทำให้เกิดความคาดหวังถึงผลลัพธ์ในการใช้งานและการเข้าถึงของเทคโนโลยี โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Poggi et al. (2014) กล่าวว่า การยอมรับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงอย่างแพร่หลายและการใช้งานสำหรับงานประจำวันทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในความคาดหวังของผู้ใช้ในแง่ของประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ ทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Naqbi and Yassin (2022) กล่าวว่า ความท้าทายที่สำคัญที่สุดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของเทคโนโลยีที่ขึ้นอยู่กับผู้ใช้นั้นเกิดจากการที่เทคโนโลยีได้รับการยอมรับจากสาธารณชน การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความท้าทายในการนำเทคโนโลยีมือถือมาใช้ในอาบูดาบีเอมิเรต ขณะที่จากการทบทวนวรรณกรรมของ Salehi et al. (2023) กล่าวว่า เทคโนโลยีที่ผสมรวมฟังก์ชันการทำงานต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้เข้าถึงบริการต่าง ๆ ได้ในแอปเดียว ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ผู้ใช้มือถือเริ่มสนใจที่จะเข้าถึงบริการต่าง ๆ ด้วยการติดตั้งแอปเดียว

ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านอิทธิพลทางสังคมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการขายสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถอธิบายได้ว่าองค์กรอาจจะรับรู้ข้อมูลใด ๆ โดยการถูกชักจูงหรือเชิญชวนจากผู้บริโภคทำให้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการบริการองค์กรและจะส่งผลให้เกิดการเพิ่มจำนวนของผู้บริโภคที่จะใช้งานและความมั่นคงทางธุรกิจจากการนำเทคโนโลยีมาใช้งาน โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Homburg et al. (2009) นำเสนอแบบจำลองของปัจจัยความพึงพอใจ (การยอมรับในปัจจุบัน) และความภักดี (การยอมรับในอนาคต) และระบบการวัดที่ประกอบด้วยปัจจัยเดียวกัน ทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Schendzielarz et al. (2022) กล่าวว่า แม้ว่าพนักงานขายจะหันมาใช้โซเชียลมีเดียมากขึ้น การวิจัยและฝึกฝนการขายก็ยังพยายามดิ้นรนเพื่อทำความเข้าใจว่าแอปพลิเคชันของสามารถช่วยพนักงานขายหาลูกค้าได้อย่างไร ขณะที่จากการทบทวนวรรณกรรมของ Zhao et al. (2023) กล่าวว่า การวิจัยการตลาดก่อนหน้านี้เกี่ยวกับ eWOM ได้มุ่งเน้นไปที่ผลกระทบของความคิดเห็นโดยรวม (ความชัดเจน) ของการสนทนาออนไลน์ต่อประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า การที่การตระหนักรู้ถึงคุณภาพ ความคุ้มค่า หรือประโยชน์ในการใช้งานของการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้สำหรับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการขาย หรือการตลาดขององค์กร ควรให้ความสำคัญกับเครื่องมือทางเทคโนโลยีในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งแต่ละเครื่องมือ จะมีประโยชน์ของเทคโนโลยีหรือ

นวัตกรรมนั้น ๆ ที่อาจแตกต่างกันไป ผู้เกี่ยวข้องควรแสวงหาเทคโนโลยี รวมถึงเครื่องมือทางการตลาดต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในองค์กร เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพ สร้างคุณค่าการทำงานขององค์กรรวดเร็วขึ้น และสามารถช่วยจัดการดำเนินงานต่าง ๆ ให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น

2. ควรนำแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม เพื่อทำการตรวจสอบโมเดลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป

3. ควรศึกษาปัจจัยที่สำคัญตัวอื่นเพิ่มเติม ที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของการนำเทคโนโลยีการขายมาใช้และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเพิ่มเติม อาทิข้อจำกัดทางการเงิน (Financial Constraints) เพื่อให้ทราบถึงผลกระทบต่อความสามารถในการกู้ยืมของบริษัทเพื่อลงทุนปรับปรุงกำลังการผลิตและเพิ่มผลผลิต การพึ่งพาของลูกค้า (Customer Dependency) เพื่อให้ทราบถึงการพึ่งพาลูกค้าเพื่อสร้างกำไรโดยเฉพาะอย่างยิ่งหากความต้องการจากลูกค้าเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น ความซับซ้อนในการใช้งานของโครงสร้าง (Structure Complexity) เพื่อให้ทราบถึง ความเกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรมระบบพื้นฐานหรือโดยทั่วไป โครงสร้างพื้นฐานที่เปิดใช้งาน และความพร้อมขององค์กร (Organization Readiness) ซึ่งจะทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างคน กระบวนการ ระบบ และการวัดผลงาน ต้องมีการประสานและประสานงานโดยที่การดำเนินการจะไม่ประสบความสำเร็จ

4. ควรศึกษาเชิงคุณภาพในประเด็นด้านพฤติกรรมการซื้อ (Behavior of Purchasing) เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการปรับปรุงและยกระดับความสำคัญในการปฏิบัติงานและเพิ่มศักยภาพขององค์กร และพัฒนาไปสู่ความสำเร็จด้านการคำนึงถึงพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อได้ซึ่งฐานลูกค้าที่สร้างรายได้และกำไรให้กับองค์กร

เอกสารอ้างอิง

ณัฐา ฉางชูโต. (2555). *ระดับความสำคัญของปัจจัยการสื่อสารการตลาดในการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ของผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2566). *เศรษฐกิจไทยปี 2566*. ค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2556, จาก www.kasikornbank.com/th/news/pages/thai-economic-2023.aspx.

Akram, M.W. (2023). Influence of social media on consumer's online purchasing habits during the COVID-19 pandemic in Pakistan. *International Journal of Management Research and Emerging Sciences*, 13(1),197-215.

Davis, F.D. and Davi, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology, *MIS Quarterly*, 13(3), 319-339.

Fatah, Y., Rofiq, A., & Indrawati, N.K. (2023). The effect of trust and perceived value on reuse intention of Linkaja application users mediated by customer satisfaction. *Journal of World Science*, 2 (3), 445-458.

Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R. and Tatham, R. (2006) *Multivariate data analysis*. (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.

Harun, N.B., Jalil, H.A., & Zolkepli, M. (2022). Technological, organizational and environmental factors influencing on user intention towards big data technology adoption in Malaysian educational organization. *Accounting*, 8(4), 403-408.

Hasan, A.A. (2022). Perceived value and behavioral intentions toward dining at Chinese restaurants in Bangladesh: the role of self-direction value and price fairness. *South Asian Journal of Marketing*, 3(2), 116-134.

- omburg, C., Wieseke, J., & Kuehn, C. (2009). Social influence on salespeople's adoption of sales technology: A multilevel analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 38(2), 159-168.
- Israfilzade, K. & Baghirova, S. (2023). Comparing the impact of brand and user-generated video content on online shoppers' purchasing intentions. *Management of Organizations: Systematic Research*, 88(1), 69-84.
- Liu, Y. (2023). *Effects of user experience in live marketing on consumer purchase intention*. Retrieved from <https://bcpublication.org/index.php/BM/article/view/4159>
- Liu, Y., Gan, Y., Song, Y., & Liu, J. (2021). What influences the perceived trust of a voice-enabled smart home system: An empirical study. *Sensors*, 21(6), 2037.
- Mohamed, M. & Rahman, N.A.F.W. (2022). The relationship between service quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions in rail transport industry. *Journal of Tourism Hospitality and Environment Management*, 7(30), 30-38.
- Nainggolan, I. & Handayani, P.W. (2023). Factors affecting individual's behavioral intention to use online capital market investment platforms in Indonesia. *Interdisciplinary Journal of Information*, 18, 1-29.
- Naqbi, A. & Yassin, A.M. (2022). Attributes of mobile technology adoption acceptance from users perspective. *International Journal of Sustainable Construction Engineering and Technology*, 13(2), 220-232
- Nwachukwu, D., Azuonwu, Nwador, C., & Origbo, H. (2023). *Self-service technology adoption and post-purchase intentions of deposit money banks customers in Port Harcourt*. *International Journal of Management Sciences*, 10(1), 175 – 211.
- Nyagadza, B. & Mazuruse, G. (2023). Examining the influence of social media eWOM on consumers' purchase intentions of commercialised indigenous fruits (IFs) products in FMCGs retailers. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 2(3), 100040.
- Poggi, N., Carrera, D., & Gavalda, R. (2014). A methodology for the evaluation of high response time on E-commerce users and sales. *Information Systems Frontiers*, 16(5), 867-885.
- Salehi, S., Miremadi, I., Negati, M.G., & Ghafouri, H. (2023). Fostering the adoption and use of super App technology. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 99, 1-15.
- Schendzielarz, D., Alavi, S., & Guba, J.H. (2022). The impact of salespeople's social media adoption on customer acquisition performance – a contextual perspective. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 42(7), 1-19.
- Sudaryantom, M.R., Hendrawan, M.A., & Andrian, T. (2023). The effect of technology readiness, digital competence, perceived usefulness, and ease of use on accounting students artificial intelligence technology adoption. In *Proceedings of the E3S Web of Conferences*, 388, 9.
- Yang, X. (2023). Consumers' purchase intentions in social commerce: the role of social psychological distance, perceived value, and perceived cognitive effort. *Information Technology and People*, 35(8), 330-348.

- Yeik, K.K., Marc, L.W., Kaur, S., & Soh, K. (2023). How and when social media influencers' intimate self-disclosure fosters purchase intentions: the roles of congruency and parasocial relationships. *Marketing Intelligence & Planning*, 41, 2-3.
- Zhang, s. & Zhang, L. (2023). The influence of brand social interaction on purchase intention: A perspective of social capital. *SAGE Open*, 13(2), 21582440231.
- Zhao, P., Ma, Z., Gill, T., & Ranaweera, C. (2023). Social media sentiment polarization and its impact on product adoption. *Marketing Letters*, 34, 497–512.

ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดควอนตัมที่ส่งผลต่อสมรรถนะการตลาด ในภาคอุดมศึกษา

Casual Factors of Quantum Marketing Strategy Affecting the Marketing Performance in the Higher Education Sector

กรกฎ พุกยาภรณ์¹ และ วิชิต อุ๋อัน²

Korakot Pookayaporn¹ and Vichit U-on²

บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Doctor of Business Administration Program, Graduate College of Management, Sripatum University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: ice.korakot@gmail.com¹

Received: 2023-10-30; Revised: 2024-3-30; Accepted: 2024-3-31

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดควอนตัมและสมรรถนะการตลาดในภาคอุดมศึกษา 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดควอนตัมส่งผลต่อสมรรถนะการตลาดในภาคอุดมศึกษา และ 3) เพื่อสร้างแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดควอนตัมส่งผลต่อสมรรถนะการตลาดในภาคอุดมศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านปัจจัยภายในองค์กร ด้านความต้องการของตลาด และการสื่อสารตราสินค้า ส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดควอนตัมและสมรรถนะการตลาด 2) อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุ ได้แก่ ปัจจัยภายในองค์กร ความต้องการของตลาด การสื่อสารตราสินค้าของกลยุทธ์การตลาดควอนตัมส่งผลต่อสมรรถนะการตลาดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 3) นำผลการศึกษามาสร้างแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุพัฒนาได้ตัวแบบจำลองกลยุทธ์การตลาดควอนตัมที่ส่งผลต่อสมรรถนะการตลาดว่า Quantum Marketing Strategy for Marketing Performance Model (หรือ QMSMP Model) ซึ่งสถานศึกษาประเภทอุดมศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างความตระหนักถึงกระบวนการในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดควอนตัมภายใต้กรอบการทำงานใหม่สำหรับโลกแห่งอนาคต

คำสำคัญ: ปัจจัยภายในองค์กร, กลยุทธ์การตลาดควอนตัม, สมรรถนะการตลาด

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the causal factors affecting quantum marketing strategy and marketing strategy in the higher education sector, 2) to study the causal influence of quantum marketing strategy and marketing strategy in the higher education sector, and 3) to develop a model of the causal factors of quantum marketing strategy affecting the marketing strategy in the higher education sector.

The results of the data analysis revealed that 1) Causal factors related to factors within the organization's market demand and brand communication that affect the quantum marketing strategy and marketing performance 2) the influence of causal factors of quantum

marketing strategies including internal organization factors, market demand, brand communication on marketing performance at statistical significance level and 3) the results of the study were used to create a model of causal factors to developed a quantum marketing strategy model that affects marketing performance, called the quantum marketing strategy for marketing performance model (QMSMP Model). From the results, higher education institutions can be used to raise awareness of the process of formulating quantum marketing strategies within a new framework for the world of the future.

Keywords: Internal Factors, Quantum Marketing Strategy, Marketing Performance

บทนำ

แนวความคิดของการตลาดที่ผ่านช่องทางที่เข้าถึงได้ง่าย เริ่มจากการตลาด 1.0 ที่เน้นการเชื่อมโยง Product Feature และความต้องการของตลาด เป็นยุคแรกเริ่มของ 4 P (Product, Price, Place, Promotion) ส่วนยุคการตลาด 2.0 เป็นยุคของการหลั่งไหลของข้อมูลเพราะเป็นช่วง Information Revolution ที่มีกลยุทธ์เพราะผู้บริโภคมีความรู้และเรียกร้องจากตราสินค้ามากขึ้น ดังนั้น การสร้างความเข้าใจในผู้บริโภคและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เมื่อสู่ยุคของการตลาด 3.0 เน้นการสื่อสารแบบ Interactive เพราะเป็นยุคของการเติบโตของเครือข่ายสังคมออนไลน์ จากนั้นนำไปสู่ยุคของการตลาด 4.0 ซึ่งเป็นการตลาดในยุคดิจิทัลซึ่งเป็นยุคที่ตราสินค้าต้องปรับกลยุทธ์การตลาดเข้ากับโลกใบใหม่ เทคโนโลยีทำให้เกิดความสะดวกสบายและความเชื่อมโยงมากขึ้น รวมถึงการเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างสิ้นเชิง มีการดำเนินการวิจัยโดย อภาภักดิ์ บุญรอด (2562) ที่ได้เสนอว่า หลักการพื้นฐานของการตลาดคือการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมในเวลาที่ต้องการ ผ่านช่องทางที่เข้าถึงได้ง่ายภายใต้ราคาที่ยุติง่าย การดำเนินงานทางการตลาดได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบมาโดยตลอดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยเดิมมุ่งเน้นที่การเชื่อมโยง Product Feature และความต้องการของตลาด เป็นยุคแรกเริ่มของ 4 P's (Product, Price, Place, Promotion) ซึ่งปัจจุบันการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงการดำเนินการทางการตลาดของธุรกิจอยู่ในยุคของการตลาด 4.0 คือการตลาดในยุคดิจิทัลซึ่งเป็นยุคที่แบรนด์ต้องปรับกลยุทธ์การตลาดเข้ากับโลกใบใหม่ เทคโนโลยีทำให้เกิดความสะดวกสบาย และความเชื่อมโยงมากขึ้น รวมถึงการเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างสิ้นเชิง ดิจิทัลไม่ใช่เพียงการสื่อสารและสิ่งที่เปลี่ยนแปลงมุมมองและการดำเนินชีวิตของผู้คน โลกออนไลน์และออนไลน์ผสมผสานเป็นโลกเดียวกัน Consumer Journey สลับไปมาระหว่างสองโลกจนมีความซับซ้อน ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าและบริการจากที่ไหนก็ได้เวลาใดก็ได้ ผ่านทาง Digital Mobile Devices ต่าง ๆ ผู้คนต่างมีกิจกรรมดิจิทัลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่น (Engagement) ทำให้ผู้บริโภคใกล้ชิดกันมากกว่าเดิม มีกิจกรรมร่วมกันมากขึ้นจึงเรียกผู้บริโภคยุคนี้ว่า Connected Consumers เพราะเชื่อมต่อกับออนไลน์ตลอดเวลา ซึ่งจะทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้สามารถรับรู้และเข้าถึงสินค้าและบริการของธุรกิจได้ตลอดเวลาเช่นกัน

การดำเนินงานของสถานศึกษาเป็นอีกองค์การหนึ่งที่ต้องมีการขับเคลื่อนเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อมูลสารสนเทศที่ต้องการสื่อไปถึงกลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์ด้านการสร้างคุณค่า (Value Creation) และ การแปลงคุณค่าให้เป็นมูลค่าให้กับสถานศึกษา หรือเรียกว่าเป็นการสร้างแบรนด์ให้เกิดเป็นคุณค่านิยม ซึ่งสถานศึกษาจะต้องมีข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ที่มีความชัดเจน อาทิ มี Positioning อะไร

คุณค่าอะไรที่สถานศึกษาต้องการให้กับผู้บริโภครและสังคม บทบาทของแบรนด์ของสถานศึกษา เป็นต้น เป็นการเพิ่มเติม value ของผู้บริโภครยุคดิจิทัล ซึ่งหากสถานศึกษาใดสามารถสร้างคุณค่าในผู้บริโภครได้ดีจะเป็นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ

อย่างไรก็ตาม การขับเคลื่อนทางการตลาดของสถานศึกษาต้องดำเนินการควบคู่กับการคำนึงถึงหลักวิชาการจึงมีความแตกต่างจากการขับเคลื่อนตราสินค้าขององค์การเอกชนอย่างชัดเจน เนื่องจากการนำประเด็นทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ในองค์การที่เป็นสถานศึกษาอาจมีข้อจำกัดที่แตกต่างไป ที่ทำให้การขับเคลื่อนทางการตลาดมีข้อจำกัดมากกว่าธุรกิจทั่วไป ซึ่งถือเป็นประเด็นท้าทายสำคัญสำหรับผู้บริหารที่มีความสามารถในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดถือเป็นกลไกหลักที่จะสร้างคุณค่านั้น ๆ ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ จากประเด็นสำคัญดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความสำคัญในการศึกษาเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดควอนตัม ส่งผลต่อสมรรถนะการตลาดในภาคอุดมศึกษา เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่จะนำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดควอนตัม และทราบถึงสมรรถนะของตลาดสำคัญ ของสถานศึกษาอีกด้วย อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจได้นำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดคุณค่าต่อองค์การต่อไป โดยผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดควอนตัมและสมรรถนะการตลาดในภาคอุดมศึกษา
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดควอนตัมส่งผลต่อสมรรถนะการตลาดในภาคอุดมศึกษา
3. เพื่อสร้างแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดควอนตัมส่งผลต่อสมรรถนะการตลาดในภาคอุดมศึกษา

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดควอนตัม ส่งผลต่อสมรรถนะการตลาดในภาคอุดมศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องประกอบการณ์ไปกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา โดยมีนักวิชาการได้นำเสนอแนวคิดสำคัญดังต่อไปนี้

ปัจจัยเชิงสาเหตุ: ปัจจัยภายในองค์การ

การศึกษาเกี่ยวกับหลักการทางการตลาด ของ Kotler (2006) ได้เสนอแนวคิดสำคัญที่ทำให้สามารถรับรู้และเข้าใจถึงปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์การที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย และส่งผลต่อการตัดสินใจดำเนินการใดใดทางการตลาดของผู้บริหารองค์การอีกด้วย ดังนั้น ในการศึกษาเพื่อวางแผนทางการตลาด จึงต้องให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อทั้งทางตรง และ ทางอ้อมต่อการดำเนินงานทางการตลาดขององค์การทั้งในภาพรวม และในระดับย่อยลงมา นอกจากนี้จะต้องทราบถึงปัจจัยแวดล้อมภายในขององค์การแล้ว ผู้บริหารทางการตลาดยังต้องทราบถึงความต้องการของตลาดที่มีต่อสินค้าและบริการ รวมถึงความคาดหวังของตลาดที่มีต่อองค์การ โดยต้องเข้าใจถึงหลักทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการของธุรกิจผ่านช่องทางต่าง ๆ จากการรับรู้ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายนั่นเอง นับเป็นปัจจัยสำคัญและปัจจัยท้าทายสำหรับผู้บริหารทางการตลาดที่จะต้องอาศัยทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญ รวมถึงความสามารถในการพยากรณ์ การเปลี่ยนแปลงแนวโน้มต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตให้ได้อย่างใกล้เคียงเหมาะสมที่สุด ซึ่งการพยากรณ์

ที่ใกล้เคียงจะนำมาซึ่งความสามารถทางการแข่งขัน และ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ในที่สุด การทำความเข้าใจในความต้องการของตลาด จำเป็นต้องใช้ปัจจัยประกอบการวิเคราะห์ที่หลากหลายดังกล่าวข้างต้น อาทิ การทำความเข้าใจในด้านจิตวิทยาของพนักงาน เทคโนโลยีและวัฒนธรรมองค์การที่จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์การประสบความสำเร็จได้ รวมถึงความสามารถในการวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของตลาดได้อย่างถูกต้อง

ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น หากผู้บริหารสามารถรับรู้และทำความเข้าใจในปัจจัยต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม จะนำมาซึ่งแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภคเป้าหมายขององค์การ ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักในการศึกษาครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้มุ่งเน้นการตลาดควอนตัมซึ่งเป็นแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่อันจะทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดได้อย่างมีคุณค่าต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับตลาดควอนตัม

Hart (2021) ได้อภิปรายเกี่ยวกับการตลาดควอนตัมซึ่งทำให้การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลกระจ่างขึ้นและระบุโอกาสที่เกิดขึ้นใหม่ในโลกดิจิทัล ได้มีการพูดคุยถึงวิวัฒนาการของกระบวนการตัดสินใจทางการตลาดต่าง ๆ ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ไปจนถึงจิตวิทยา ไปจนถึงอารมณ์ในการส่งข้อความถึงตราสินค้า สอดคล้องกับข้อเสนอของ Rajamannar (2021) ที่เสนอว่า การตลาดควอนตัมคืออนาคตของการตลาด เป็นนวัตกรรมใหม่ของการตลาดและระบบนิเวศของการตลาด การปลดล็อกคำมั่นสัญญาและพลังของการตลาดในอนาคตจะต้องใช้ความเป็นผู้นำแบบใหม่และจุดมุ่งหมายใหม่สำหรับภารกิจ เฉพาะบริษัทที่สามารถเริ่มต้นภารกิจทางการตลาด กรอบงานกลยุทธ์และแนวทางใหม่ของตนได้เท่านั้นที่จะประสบความสำเร็จในกระบวนการตัดสินใจที่ท้าทาย ซึ่งสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า การตลาดควอนตัมเป็นนวัตกรรมกรรมใหม่ที่มีรูปแบบการดำเนินการเฉพาะตามบริบทของบริษัท เพื่อให้ประสบความสำเร็จในอนาคต โดย McCourt (2022) ที่เสนอถึง การใช้ข้อมูลตลาดสำหรับตัวอย่างที่ครอบคลุมของกองทุนไพรเวทอีควิตีที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อย่างถาวร โดยความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการยืนยันผลลัพธ์ที่มีอยู่ในเอกสารประกอบการไพรเวทอีควิตี และสร้างข้อเท็จจริงเชิงประจักษ์ใหม่สำหรับการลงทุนในไพรเวทอีควิตี ซึ่งแนวคิดการใช้ข้อมูลสำคัญในการดำเนินธุรกิจ นั้น มีนักวิชาการ Pjero et al. (2020) ที่ได้เสนอไว้ว่า ภายใต้สภาพธุรกิจร่วมสมัยที่มีการแข่งขันสูง การเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และแรงกดดันต่อการเติบโตและความสามารถในการทำกำไร การจัดการงบประมาณการตลาดที่ดีขึ้น ได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบริษัทต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับแนวคิดของ Goyal et al. (2022) ที่เสนอความสำคัญของการตรวจสอบผลกระทบของส่วนประกอบหลายประเภทต่อการโปรโมตตราสินค้าและประสิทธิภาพของตลาด โดยข้อกังวลด้านการโฆษณาหลายประการทำให้ตราสินค้าของธุรกิจเกิดผลกระทบเชิงลบ ส่งผลให้ฐานข้อมูลลูกค้าลดลง ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่าการโฆษณาเป็นหนึ่งในเทคนิคที่ทรงพลังที่สุดในการโน้มน้าวความตั้งใจในการซื้อของลูกค้า โดยองค์การหรือหน่วยงานที่สามารถรับรู้ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ชัดเจนมากเท่าใด จะส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมายนั้นได้อย่างมีคุณค่ามากที่สุด

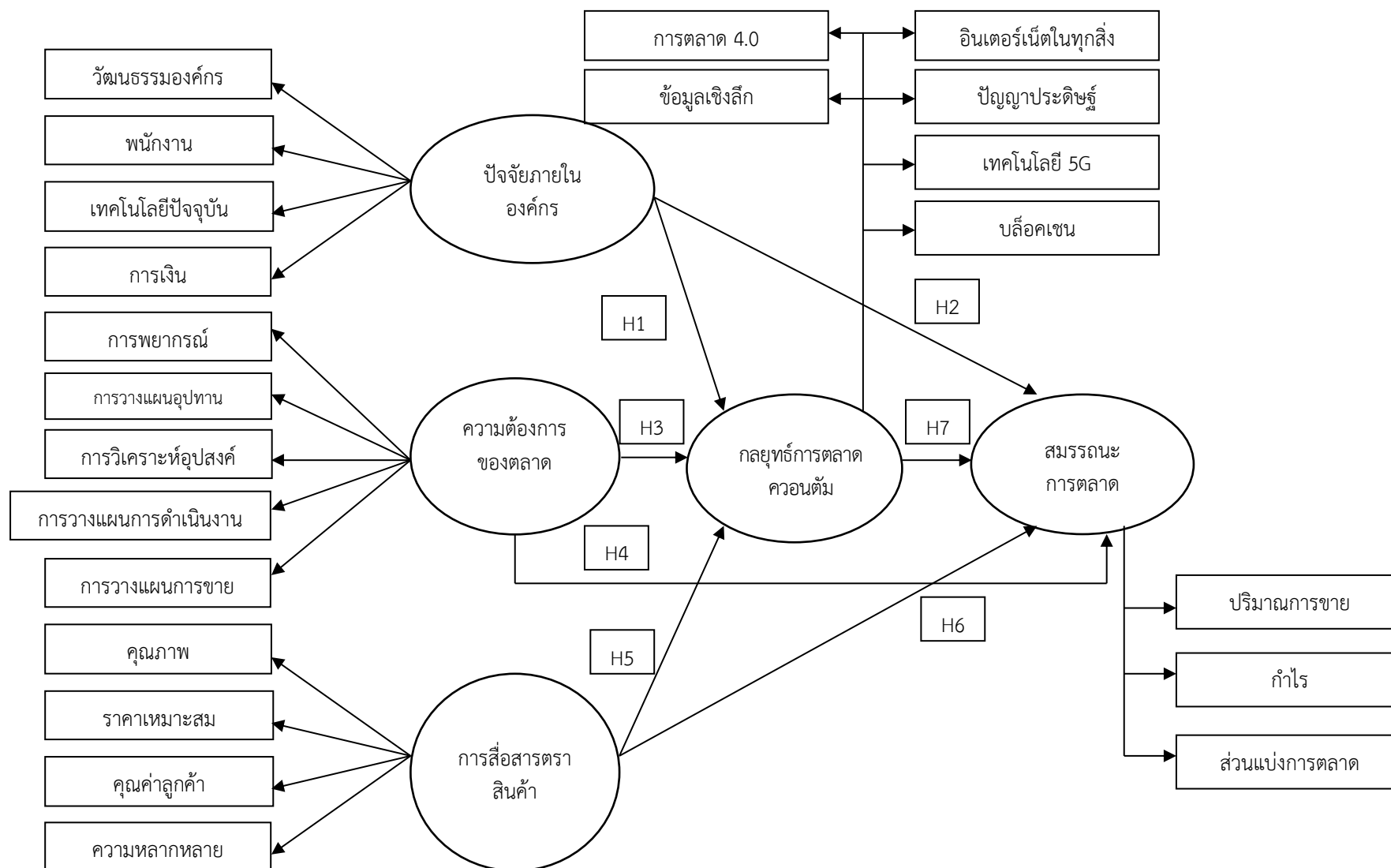
แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะตลาด (Marketing Performance)

การศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะตลาดในประเทศไทย นับเป็นแนวทางการตลาดที่ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการ และ ผู้บริหารทุกระดับที่มีบทบาทหน้าที่ทางการตลาดในองค์การ กล่าวได้ว่าเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการนำองค์ประกอบสำคัญที่เป็นปัจจัยทางการตลาดทั้งภายในและภายนอกองค์การ มาพิจารณาประกอบการวางแผนตามสภาพแวดล้อม ร่วมกับพลังการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคที่เป็นปัจจัยขับเคลื่อนการดำเนินงานขององค์การให้สร้างสรรค์แนวทางใหม่ๆ ในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้เกินความคาดหวังที่ตั้งไว้ โดยต้องให้ความสำคัญตั้งแต่คุณลักษณะของผู้บริโภคทั้งด้าน นิสัย ความต้องการ

แรงจูงใจ ทักษะ ความรู้ เป็นต้น ธุรกิจที่สามารถเข้าถึงและเข้าใจตลาดได้มากที่สุด จะทำให้ธุรกิจนั้นสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับตนเองได้อย่างมีคุณค่า และเป็นปัจจัยเร่งการเติบโตก้าวหน้าของธุรกิจอีกด้วย ดังนั้น การทำความเข้าใจสมรรถนะตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตจะเป็นแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจได้มากยิ่งขึ้นในอนาคตอย่างยั่งยืน

การดำเนินงานทางการตลาดขององค์การสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย พบว่ามีการกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตามเป้าหมายของสถานศึกษามีได้มุ่งหวังผลกำไร แต่มุ่งหวังจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพให้กับผู้เรียนกลุ่มเป้าหมายให้สำเร็จออกไปสร้างคุณประโยชน์ให้กับสังคม และประเทศชาติ ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ จึงมีขอบเขตที่แตกต่างไปจากธุรกิจเอกชนต่าง ๆ ทั้งนี้ในปัจจุบันพบว่าจำนวนสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษามีจำนวนมากให้ผู้เรียนได้เลือกเข้าศึกษาในสถานศึกษาที่ผู้เรียนให้ความสำคัญในปัจจัยต่าง ๆ ตามความต้องการของผู้เรียน ดังนั้น หากสถานศึกษาใดต้องการให้มีผู้เรียนมากขึ้น สถานศึกษานั้น จึงต้องมีการนำเสนอกลยุทธ์ที่แตกต่างหรือกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ได้เกินความคาดหวังของตลาด จึงจะประสบผลสำเร็จในอนาคต ซึ่งเป็นแนวคิดสำคัญให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดควอนตัม ส่งผลต่อสมรรถนะการตลาดในภาคอุดมศึกษา อันจะทำให้ได้สารสนเทศสำคัญประกอบการกำหนดกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป ดังนั้น จากการศึกษาแนวคิดข้างต้น ทำให้ทราบว่า การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับผู้บริโภคนั้น จำเป็นต้องทราบถึงปัจจัยสำคัญทั้งภายในองค์กร และความต้องการตลาด รวมถึงสมรรถนะของตลาด เพื่อนำมาประกอบเป็นแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม สถานศึกษาประเภทอุดมศึกษาสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปพัฒนาการวิจัย อีกทั้งพัฒนาระบบการจัดการตลาดแบบก้าวหน้า ส่งผลให้ส่งเสริมกลยุทธ์การตลาดควอนตัม และปรับเปลี่ยนสมรรถนะการตลาดของสถานศึกษาประเภทอุดมศึกษา และประโยชน์ด้านวิชาการ สำหรับหลายภาคส่วน อาทิเช่น นักวิชาการ นักวิจัย นักศึกษา สามารถนำผลจากการศึกษาเชิงประจักษ์ในครั้งนี้ไปพัฒนาบูรณาการ และการศึกษาต่อยอดทางวิชาการต่อไป โดยผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดการศึกษาดังต่อไปนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าได้ออกแบบการวิจัยเป็นแบบผสมผสานวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากสถาบันอุดมศึกษาเอกชน แยกตามประเภทของต้นสังกัดที่ถือกำเนิด วัตถุประสงค์ของการจัดตั้ง และกลุ่มเป้าหมายผู้เข้าเรียน จัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในสถานศึกษาประเภทอุดมศึกษา จำนวน 440 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเทคนิคสถิติโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling) โดยจากการออกแบบแนวคิดในการวิจัยมีตัวแปรแฝง (Latent Variables) จำนวน 5 ตัวแปร และมีตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) จำนวน 22 ตัวแปร ซึ่งการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีขนาดตั้งแต่ 15 ถึง 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (Hair et al., 2006) จึงจะถือว่าเป็นขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ตัวแปรพหุ ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จำนวนที่มีความเหมาะสมและเพียงพอควรมีจำนวนตั้งแต่ $15 \times 22 = 330$ ถึง $20 \times 22 = 440$

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ สถานศึกษาประเภทอุดมศึกษา จำนวน 4 ราย โดยการเก็บกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 4 ราย ได้แก่ 1) สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 2) สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ 3) สถาบันอุดมศึกษาเอกชน และ 4) สถาบันอุดมศึกษาอิสระ ตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 ถึงมีนาคม 2566

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่

1) การวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม ที่ประกอบด้วย 6 ตอนสำคัญ คือ ตอนที่ 1 เกี่ยวข้องกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลและข้อมูลลักษณะทั่วไปขององค์การของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม; ตอนที่ 2 เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในองค์กร; ตอนที่ 3 เกี่ยวข้องกับความต้องการของตลาด; ตอนที่ 4 เกี่ยวข้องกับการสื่อสารตราสินค้า; ตอนที่ 5 เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตลาดควอนตัม; ตอนที่ 6 เกี่ยวข้องกับสมรรถนะการตลาด โดยผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือและทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้วยสถิติทดสอบคอนบาท อัลฟา ได้ค่า 0.9244 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก สามารถนำไปใช้ประกอบการศึกษาได้

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและนำเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อประเมินค่าสถิติดัชนีความสอดคล้องโดยคำนวณหาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องรายข้อ (IOC) ได้เท่ากับ 0.9591 โดยข้อคำถามจะเป็นข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในองค์กรและหลักการตลาด รวมถึงกลยุทธ์การตลาด เป็นสำคัญ

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ด้วยแบบสอบถาม และเชิงคุณภาพโดยเดินทางไปสัมภาษณ์เชิงลึก ระหว่างเดือนมกราคม 2566 ถึงมีนาคม 2566 โดยวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา รวมถึงวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อพัฒนาตัวแบบที่ได้หลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติอนุมานโดยใช้สถิติการทดสอบสมการโครงสร้างเรียบร้อยแล้ว

ผลการวิจัย

สรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดควอนตัมและสมรรถนะการตลาดในภาคอุดมศึกษา

ผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดควอนตัมและสมรรถนะการตลาดในภาคอุดมศึกษา



ผลการศึกษาด้านปัจจัยภายในองค์กรในภาพรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความเห็นในระดับมาก โดยปัจจัยด้านพนักงาน และด้านวัฒนธรรมองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เทคโนโลยีปัจจุบัน และการเงิน ตามลำดับ

ด้านความต้องการของตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านการพยากรณ์มีความเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การวางแผนการดำเนินงาน การวางแผนการขาย การวิเคราะห์อุปสงค์ และการวางแผนอุปทาน ตามลำดับ

ด้านการสื่อสารตราสินค้า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารตราสินค้าโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยความคิดเห็นด้านความหลากหลายอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ คุณภาพ ราคาเหมาะสม และคุณค่าลูกค้า ตามลำดับ

ด้านกลยุทธ์การตลาดควอนตัม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านข้อมูลเชิงลึกมีความเห็นในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การตลาด 4.0 บล็อกเชน อินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง เทคโนโลยี 5G และปัญญาประดิษฐ์ ตามลำดับ

ด้านสมรรถนะการตลาดพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยความคิดเห็นด้านด้านกำไรอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ปริมาณการขาย และส่วนแบ่งการตลาด ตามลำดับ

สรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดควอนตัมส่งผลต่อสมรรถนะการตลาดในภาคอุดมศึกษา

ผลการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาด พบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุในทุกปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยด้านความต้องการของตลาด และ ปัจจัยด้านการสื่อสารตราสินค้า มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การตลาดควอนตัม (QMS) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.51, 0.71 และ 0.35 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อสมรรถนะการตลาด พบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุในทุกปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยด้านความต้องการของตลาด และปัจจัยด้านการสื่อสารตราสินค้า มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะการตลาดควอนตัม (MPF) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.16, 0.32 และ 0.34 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

นอกจากนี้ ยังพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาดควอนตัม (MPF) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยด้านสมรรถนะการตลาด (MPF) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.17 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ ปัจจัยภายในองค์กร (IEP) ความต้องการของตลาด (MDM) และการสื่อสารตราสินค้า (BCM) ยังมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อสมรรถนะการตลาด (MPF) โดยผ่านกลยุทธ์การตลาดควอนตัม (QMS) มีโดยมีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.09, 0.12 และ 0.07 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3 เพื่อสร้างแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดควอนตัมส่งผลต่อสมรรถนะการตลาดในภาคอุดมศึกษา

จากผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาในเชิงปริมาณตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้นำผลสรุปการสัมภาษณ์มาประกอบการนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบของแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดควอนตัมส่งผลต่อสมรรถนะการตลาดในภาคอุดมศึกษา ได้ได้พัฒนาแบบจำลองที่ได้จากผลการวิเคราะห์เชิงสำรวจและการสังเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้กำหนดชื่อตัวแบบจำลองกลยุทธ์การตลาดควอนตัมที่ส่งผลต่อสมรรถนะการตลาด ว่า Quantum Marketing Strategy for Marketing Performance Model (หรือ QMSMP Model) ดังแสดงได้ต่อไปนี้



ภาพที่ 2 แบบจำลอง Quantum Marketing Strategy for Marketing Performance

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาที่พบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุในทุกปัจจัยส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาด ได้แก่ ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยด้านความต้องการของตลาด และ ปัจจัยด้านการสื่อสารตราสินค้า มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การตลาดควอนตัม (QMS) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.51, 0.71 และ 0.35 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งกล่าวได้ว่า ปัจจัยภายในองค์กร ถือว่าปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้หมายถึง ปัจจัยการตลาดที่องค์กรสามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงให้เป็นไปตามความต้องการ ของธุรกิจได้ เพราะเป็นปัจจัยที่กิจการหรือธุรกิจจัดสรรมาใช้ในการดำเนินกิจการด้านต่าง ๆ ดังนั้น จึงมีผลต่อแบบแผนพื้นฐานหรือแนวทางที่ถูกกำหนดขึ้นสำหรับสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและตลาดเป้าหมาย โดยสอดคล้องกับข้อเสนอของ Hart (2021) ที่ได้เสนอว่าการตลาดควอนตัมเป็นการตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลที่มีความชัดเจนขึ้น กระจำงขึ้นอันจะเป็นแนวทางที่จะบ่งชี้ถึงโอกาสที่เกิดขึ้นใหม่ในโลกดิจิทัลได้ชัดเจนถึง และพบว่าในปัจจุบันองค์กรได้ให้ความสำคัญกับวิวัฒนาการของกระบวนการตัดสินใจต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มการกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับบริบทขององค์กรในอนาคต นอกจากนี้ Rajamannar et al. (2021) ยังได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอกที่ร่วมกันเป็นแนวทางสำคัญประการหนึ่งในการศึกษาถึงผลกระทบของการตลาดควอนตัมต่อวัฒนธรรมและสังคม และการเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้นำหรือผู้บริหารที่ทำหน้าที่ฝ่ายการตลาด ที่จะต้อง

ดำเนินการเชิงรุกเพื่อให้ได้มาซึ่งกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับสภาพปัจจุบันและรองรับการเปลี่ยนในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

ผลการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อสมรรถนะการตลาด พบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุในทุกปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยด้านความต้องการของตลาด และ ปัจจัยด้านการสื่อสารตราสินค้า มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะการตลาดควอนตัม (MPF) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.16, 0.32 และ 0.34 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากผลการทดสอบกล่าวได้ว่า ระดับอิทธิพลอยู่ในระดับค่อนข้างน้อยซึ่งสมรรถนะการตลาดเป็นการแสดงถึงความสามารถของธุรกิจภายใต้สภาพธุรกิจร่วมสมัยที่มีการแข่งขันสูง การเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และแรงกดดันต่อการเติบโตและความสามารถในการทำกำไร การจัดการงบประมาณการตลาดที่ดีขึ้นได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับบริษัทต่าง ๆ (Piero et al., 2020) ดังนั้น หากสถาบันการศึกษาต้องการเพิ่มสมรรถนะการตลาดขององค์กรให้มากขึ้น ผู้บริหารทางการตลาด หรือผู้เกี่ยวข้องจำต้องเน้นการดำเนินงานเชิงรุกในปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ก่อน หรือเปลี่ยนแปลงให้เป็นไปตามความต้องการ ของธุรกิจได้ เพราะเป็นปัจจัยที่กิจการหรือธุรกิจจัดสรรมาใช้ในการดำเนินกิจการด้านต่าง ๆ (Cammarano et al., 2022)

นอกจากนี้ ยังพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาดควอนตัม (MPF) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยด้านสมรรถนะการตลาด มีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.17 และ ปัจจัยภายในองค์กร ความต้องการของตลาด และการสื่อสารตราสินค้า มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อสมรรถนะการตลาด โดยผ่านกลยุทธ์การตลาดควอนตัม มีโดยมีขนาดอิทธิพลทางอ้อมอยู่ในระดับน้อยมาก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งถึงแม้จะมีระดับอิทธิพลน้อย แต่อย่างไรก็ตาม องค์กรต่าง ๆ ก็ควรเน้นให้ความสำคัญกับการศึกษา ค้นคว้าเกี่ยวกับปัจจัยดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์เชิงรุกทางการตลาดขององค์กรให้สอดคล้องกับปัจจัยภายใน และ สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ Rajamannar (2021) ที่เสนอว่า การตลาดควอนตัมคืออนาคตของการตลาด เป็นนวัตกรรมใหม่ของการตลาดและระบบนิเวศของการตลาด เป็นพลังของการตลาดในอนาคตซึ่งจะต้องอาศัยความเป็นผู้นำแบบใหม่และจุดมุ่งหมายใหม่สำหรับภารกิจขององค์กรให้สอดคล้องกับรูปแบบการเปลี่ยนแปลงทั้งของสภาพแวดล้อม และ รูปแบบของนวัตกรรมทางการตลาดที่จะนำมาใช้เสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรให้เข้มแข็งและยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากผลการวิจัย ผลการวิจัยจะได้ข้อค้นพบทางวิชาการเกี่ยวกับการอธิบายถึงปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดควอนตัมที่ส่งผลต่อสมรรถนะการตลาด โดยผลของการวิจัยในครั้งนี้ทำให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ที่ส่งผลกระทบต่อตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การตลาดควอนตัมและสมรรถนะการตลาด ซึ่งสามารถที่จะนำไปพัฒนา และต่อยอดในเชิงวิชาการเพื่อศึกษา และนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงวิชาการในด้านอื่น ๆ ต่อไป รวมถึง จากผลการวิจัย ผลวิจัยทำให้สัมภาษณ์สถานศึกษาประเภทอุดมศึกษา สามารถนำไปใช้ในการปรับกลยุทธ์การตลาดควอนตัม เพื่อระบุปัจจัยภายในองค์กร ประกอบกับความต้องการของตลาด และการสื่อสารตราสินค้าได้ ที่สถานศึกษาประเภทอุดมศึกษาสามารถนำไปสร้างกลยุทธ์การตลาดควอนตัมและสมรรถนะการตลาดที่ดีได้

สรุป

สรุปในภาพรวมของบทความ คือ หากสถานศึกษาประเภทอุดมศึกษานำไปปฏิบัติและปรับปัจจัยภายในองค์กร โดยคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ของปัจจัยภายในองค์กร เช่น องค์กรมีวัฒนธรรมในการทำงาน

อีกทั้งการปรับใช้เทคโนโลยีในยุคดิจิทัล ทำให้พนักงานต้องปฏิบัติตาม รวมถึงงบประมาณในการทำการตลาด ส่งผลต่อการประเมินว่าการส่งเสริมการตลาดเพื่อไปสู่เป้าหมายสามารถดำเนินการได้อย่างไร ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากสถานศึกษาประเภทอุดมศึกษาจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถามออนไลน์ และการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิเคราะห์สรุปว่า ปัจจัยภายในองค์กรส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดควอนตัม, ปัจจัยภายในองค์กรส่งผลต่อสมรรถนะการตลาดผ่านกลยุทธ์การตลาดควอนตัม, ความต้องการของตลาดส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดควอนตัม, ความต้องการของตลาดส่งผลต่อสมรรถนะการตลาดผ่านกลยุทธ์การตลาดควอนตัม, การสื่อสารตราสินค้าส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดควอนตัม, การสื่อสารตราสินค้าส่งผลต่อสมรรถนะการตลาดผ่านกลยุทธ์การตลาดควอนตัม, และกลยุทธ์การตลาดควอนตัมส่งผลต่อสมรรถนะการตลาด ฉะนั้น สถานศึกษาประเภทอุดมศึกษา สามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยไปใช้ในการปรับกลยุทธ์การตลาดควอนตัม เพื่อระบุปัจจัยภายในองค์กร ประกอบกับความต้องการของตลาด และการสื่อสารตราสินค้า ที่สถานศึกษาประเภทอุดมศึกษาสามารถนำไปสร้างกลยุทธ์การตลาดควอนตัมและสมรรถนะการตลาดที่เพิ่มขึ้นได้

ข้อเสนอแนะ

- 1) การวิจัยในครั้งต่อไปควรนำแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดควอนตัมที่ส่งผลต่อสมรรถนะการตลาด เพื่อทำการตรวจสอบโมเดลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป
- 2) การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่สำคัญตัวอื่นเพิ่มเติม ที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดควอนตัมและสมรรถนะการตลาด เนื่องจากยังมีอีกหลายปัจจัยที่ผู้วิจัยยังไม่ได้นำมาศึกษา เช่น ภาคส่วน (Sector) คือ ส่วนหนึ่งของตลาดมวลชนที่สามารถกำหนดเป้าหมายเฉพาะในแคมเปญโฆษณาได้, การแข่งขัน (Competition) คือ การต่อสู้ระหว่างธุรกิจที่ขายสินค้าและบริการที่คล้ายคลึงกันเพื่อบรรลุเป้าหมายด้านรายได้ กำไร และการขยายส่วนแบ่งการตลาด ความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ (Product Complexity) คือ จำนวนผลิตภัณฑ์ จำนวนส่วนประกอบที่ประกอบด้วยหรือวัตถุดิบที่ใช้, กลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) คือ กลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่มีแนวโน้มต้องการสินค้าหรือบริการของคุณมากที่สุด, หรืองบประมาณ (Budget) คือ โครงร่างของต้นทุนที่บริษัทจะใช้เพื่อทำการตลาดผลิตภัณฑ์หรือบริการของตน
- 3) การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเจาะลึก (วิจัยเชิงคุณภาพ) ถึงประเด็นด้านตัวชี้วัดสำหรับการวัดประสิทธิภาพการตลาด เช่น การกำหนดเป้าหมายสำหรับแคมเปญ, การวิเคราะห์เว็บไซต์, หรือผลลัพธ์ทางการเงิน เป็นต้น เพื่อการกลยุทธ์การตลาดควอนตัม (Quantum Marketing Strategy for Marketing Performance) โดยที่การศึกษาการกำหนดเป้าหมายสำหรับแคมเปญ เป็นการมุ่งเน้นไปที่การสร้างการรับรู้ถึงตราสินค้าเพื่อบรรลุถึงการมีส่วนร่วม การรับรู้ถึงตราสินค้า และความเป็นผู้นำทางความคิด หรือการวิเคราะห์เว็บไซต์ เป็นการวิเคราะห์รายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือนของเว็บไซต์ของสถานศึกษาประเภทอุดมศึกษาจากการเพิ่มขึ้นหรือลดลงโดยรวมของการเข้าชม อีกทั้ง ผลตอบแทนการลงทุน เมื่อสถานศึกษาประเภทอุดมศึกษาได้กำหนดการวัดสมรรถนะการตลาดที่ต้องพิจารณาถึงผลตอบแทนการลงทุนจากการตลาดโดยรวม ผลการวิจัยที่ได้มาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงและยกระดับความสำคัญในการปฏิบัติงานและเพิ่มศักยภาพขององค์กร และพัฒนาไปสู่ความสำเร็จด้านการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด ประกอบกับ ผู้มีส่วนได้เสีย สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าหมายของสถานศึกษาประเภทอุดมศึกษา

เอกสารอ้างอิง

อาภาภัทร บุญรอด. (2562). *การตลาดยุคใหม่' และสังคมดิจิทัล*. ค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2565, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/647231>

- Cammarno, A., Varriale, V., Michelino, F., and Caputo, M. (2022). Open and crowd-based platforms: Impact on organizational and market performance. *Sustainability*, 14(4), 2223.
- Goyal, P., Saravanakumar, A.R., and Shinde, S.C. (2022). Impact of brand promotion on market performance. *Journal of Positive School Psychology*, 6(3), 7159-7172.
- Hart, A. (2021). *How quantum marketing drives success with Mastercard's Raja Rajamannar*. Retrieved November 15, 2022, from <https://www.alistdaily.com/strategy/quantum-marketing-mastercards-raja-rajamannar/>
- Kotler, P. (2006). *Marketing Management*. (12th ed). New Jersey: Upper Saddle River
- McCourt, M. (2022). Permanent private equity: Market performance and transactions. *Journal of Financial Research*, 45(2), 339-383.
- Pjero, E., Vrontis, D., and Thrassou, A. (2020). *Measuring marketing and brand communications performance: A developing European country perspective*. Cambridge Scholars Publishing.
- Rajamannar, R. (2021). *The future of marketing is here: Quantum marketing*. Retrieved November 15, 2022, from <https://timesofindia.indiatimes.com/blogs/voices/the-future-of-marketing-is-here-quantum-marketing/>
- Rajamannar, R., Kurnit, P., Lerman, D., Lindsey-Warren, T.M., Truss, M., and Timke, E. (2021). Author Meets Critics: Quantum Marketing: Mastering the New Marketing Mindset for Tomorrow's Consumers. *Advertising & Society Quarterly*, 22(2). 10.1353/asr.2021.0024.

คุณภาพการให้บริการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้
บริการด้านการขนส่งสินค้าของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก
Service quality and competitive advantage that affect customers' intention
to use freight transport services in western Bangkok

วงศ์กร อยู่มากร

Wongsagorn Yoomark

วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

Siam technology college, Thailand

Corresponding Author, E-mail: wongsagorny@siamtechno.ac.th

Received: 2024-1-9; Revised: 2024-3-30; Accepted: 2024-3-31

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณภาพการให้บริการด้านการขนส่งในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก 2) ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการขนส่งในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก 3) ความตั้งใจใช้บริการด้านการขนส่งสินค้าของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก และ 4) คุณภาพการให้บริการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการด้านการขนส่งสินค้าของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือ เขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก จำนวน 400 คน เครื่องมือการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการด้านการขนส่งในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการขนส่งในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3) ความตั้งใจใช้บริการด้านการขนส่งสินค้าของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ 4) คุณภาพการให้บริการและความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการด้านการขนส่งสินค้าของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, ความได้เปรียบทางการแข่งขัน, การขนส่งสินค้า

Abstract

The purpose of this research is to study 1) the quality of transportation services in western Bangkok, 2) the competitive advantage in transportation in western Bangkok, 3) customers' intention to use transportation services in Western Bangkok, and 4) service quality and competitive advantage that affect customers' intention to use freight transport services in Western Bangkok. The research format is quantitative research. The research area is the western Bangkok area. The sample group used in the study is 400 consumers who have used freight transport services in western Bangkok. The research tool is a questionnaire.



Statistics used in data analysis are frequency, percentage, mean, and standard deviation. and multiple regression analysis

The research results found that 1) the quality of transportation services in western Bangkok is high. 2) Competitive advantage in transportation in western Bangkok. Overall, it is at a high level. 3) Intention to use freight transportation services of customers in western Bangkok. Overall, it is at a high level and 4) service quality and competitive advantage affect customers' intention to use freight transport services in western Bangkok. Statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Service Quality, Competitive Advantage, Freight Transport

บทนำ

อุตสาหกรรมโลจิสติกส์หนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ (New S Curve) เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอนาคต ซึ่งประเทศไทยมีข้อได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ โดยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียนและยังเป็นจุดเชื่อมต่อกับอินเดียและจีน นอกจากนี้ยังถือเป็นอุตสาหกรรมสำคัญ ที่เอื้ออำนวยแก่อุตสาหกรรมอื่น ๆ อีกทั้งอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ยังเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ซึ่งถูกบรรจุอยู่ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ในด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันเพื่อยกระดับศักยภาพของประเทศ ซึ่งธุรกิจการให้บริการด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ของประเทศไทยในปัจจุบันจำเป็นต้องอยู่ในภาวะการแข่งขันทางธุรกิจมีความรุนแรงมากขึ้น

ที่ผ่านมาการเติบโตของตลาดขนส่งพัสดุได้รับผลกระทบจากอัตราค่าขนส่งพัสดุที่ปรับลดลง ต่อเนื่องจากการแข่งขันด้านราคาที่รุนแรงจนกลายเป็นสงครามราคา (Price war) ของผู้ประกอบการ ในขณะที่แนวโน้มการลดลงของค่าจัดส่งพัสดุจากการแข่งขันอาจจะค่อนข้างจำกัดเนื่องจากอัตราค่าจัดส่งพัสดุในปัจจุบัน ได้ส่งผลให้ผู้ประกอบการหลายรายเริ่มให้บริการไม่คุ้มทุนแล้ว และมีบางรายที่ยังขาดทุนต่อเนื่องหลายปีหรือแม้กระทั่งปิดกิจการไป ยิ่งไปกว่านั้น ต้นทุนดำเนินการของผู้ประกอบการก็ปรับเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะจากราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น (บุญญภาพ ตันติพิฏก, 2022) ในปี พ.ศ. 2566 นี้ ธุรกิจขนส่งพัสดุจะมีมูลค่าถึง 1.15 แสนล้านบาท เติบโตร้อยละ 18 ตามการเติบโตของตลาด E-Commerce ที่เติบโตราวร้อยละ 11 แต่อาจไม่เติบโตสูงเท่าช่วงที่ผ่านมา โดยคาดว่าลูกค้าในตลาด E-Commerce จะเริ่มถึงจุดอิ่มตัว อีกทั้งมีความเป็นไปได้ที่จะได้ฐานลูกค้าผ่านการขายสินค้าให้ผู้บริโภคโดยตรง (B2C) เพิ่มขึ้น ซึ่งมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 50 จากการที่ผู้ประกอบการทำการค้าระหว่างธุรกิจกับธุรกิจด้วยกัน (B2B) มีการปรับเปลี่ยนการขายสินค้าโดยตรงสู่ผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งนี้ ข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (EDTA) ระบุว่าประเทศไทยมีมูลค่าตลาด E-Commerce กลุ่ม B2C สูงที่สุดในภูมิภาคอาเซียนตลอด 6 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า เช่น การบริการรับ-ส่งสินค้าตามความต้องการ (On-Demand Delivery Service) และการขนส่งแบบควบคุมอุณหภูมิ เป็นต้น หรือการเพิ่มพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อขยายการบริการให้ครบวงจร เช่น ห้างสรรพสินค้าที่มีช่องทางการขายสินค้าออนไลน์ และผู้ประกอบการรายย่อยที่มีการส่งสินค้าเป็นประจำ เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคได้ใช้ช่องทางในการบริการได้หลากหลาย ตอบโจทย์ผู้บริโภคและสร้างผลกำไรให้ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นอีกด้วย (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ธนาคารทหารไทยธนชาติ, 2566)

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษาผลกระทบคุณภาพการให้บริการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการด้านการขนส่งสินค้า ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก ซึ่งการขนส่งถือเป็นส่วนที่สำคัญในการดำเนินงาน เพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการในเชิงลึกของลูกค้าในหลากหลายกลุ่มใน

การเลือกใช้บริการ ทางด้านผู้ประกอบการขนส่งสินค้าจากผู้ขายไปยังผู้ซื้อเป็นช่องทางให้กับผู้ประกอบการขนส่งหรือผู้ที่ต้องการเข้ามาทำธุรกิจนี้ ได้ทราบถึงปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์และการสร้างกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งต่อความพึงพอใจของลูกค้าและนำไปสู่การให้บริการอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ผลที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์เพื่อรองรับการขยายตัวของกลุ่ม ผู้ค้าอีคอมเมิร์ซและออนไลน์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เพิ่มสูงขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการด้านการขนส่งในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก
2. เพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการขนส่งในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก
3. เพื่อความตั้งใจใช้บริการด้านการขนส่งสินค้าของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก
4. เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการด้านการขนส่งสินค้าของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก

สมมติฐานการวิจัย

คุณภาพการให้บริการและความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการด้านการขนส่งสินค้าของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก

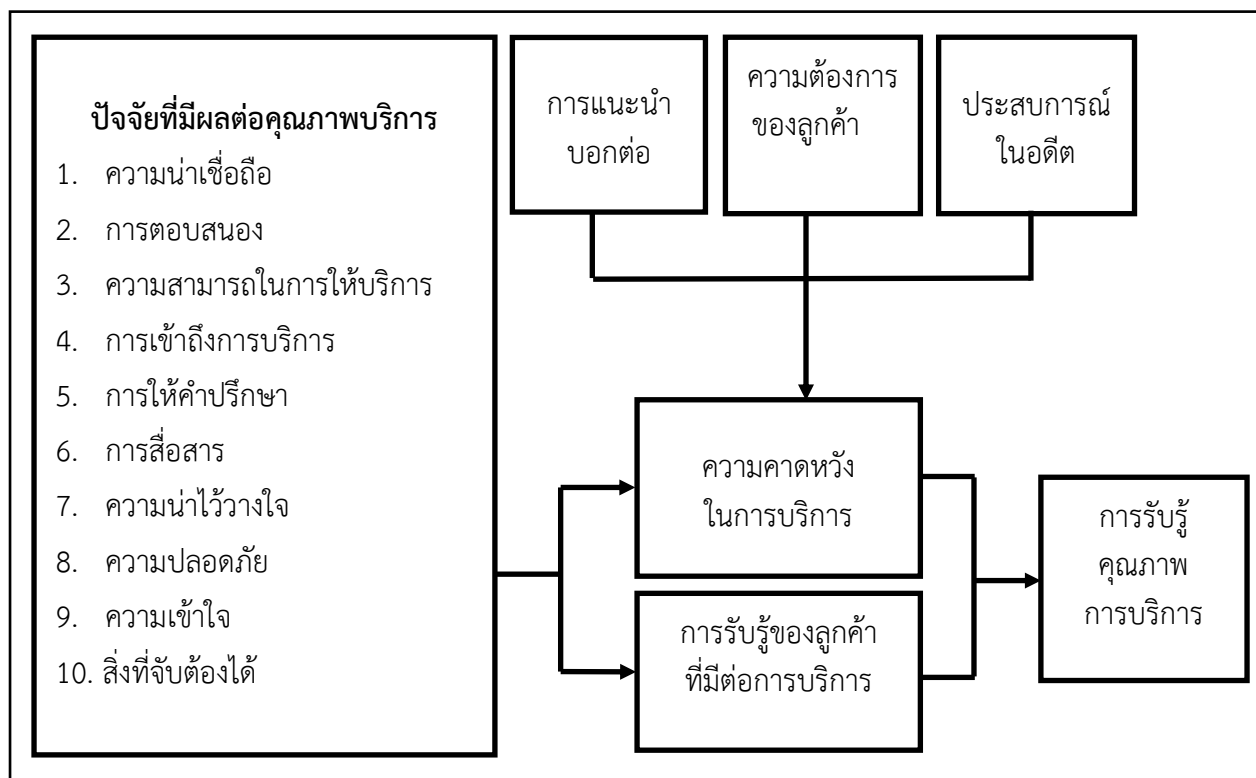
การทบทวนวรรณกรรม

คุณภาพการบริการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการจัดการคุณภาพ การตลาดและการศึกษาเกี่ยวกับองค์การผู้ให้บริการ คุณภาพการบริการมีส่วนช่วยให้องค์การสามารถปรับปรุง ให้งานบริการที่มีอยู่เดิมให้ประสบความสำเร็จมากขึ้น ในการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจโลกและสภาวะความไม่แน่นอนที่อาจจะเกิดขึ้นได้ (Ismail et al., 2016) ซึ่งสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงขึ้น องค์การผู้ให้บริการควรให้ความสนใจในการส่งมอบคุณภาพที่โดดเด่นและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าถือว่าเป็นแรงผลักดันสำคัญในการสร้างความอยู่รอดระยะยาวขององค์การ (Leninkumar, 2016)

ความหมายของคุณภาพการบริการ ที่ผ่านมาในงานวิจัยของนักวิจัยหลากหลายท่านได้ให้ คำนิยามของคุณภาพการบริการ ซึ่ง Parasuraman, et al. (1988) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการว่าเป็นการรับรู้ คุณภาพการบริการเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบความคาดหวังของลูกค้าและผลการปฏิบัติงานจริงที่องค์การธุรกิจผู้ให้บริการได้จัดเตรียมไว้ให้กับลูกค้า ลักษณะการบริการคือ การบริการไม่มีตัวตน ความไม่สม่ำเสมอ และความคงทน รวมถึงไม่สามารถแยกออกได้

จากความหมายของคุณภาพการบริการสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง การประเมินระดับความแตกต่างในการรับรู้ของลูกค้าที่แสดงออกถึงความพึงพอใจและความประทับใจในสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจะได้รับจากการบริการในระดับที่เหนือกว่า

Parasuraman and et al. (1988) ที่ได้ศึกษาการสร้างโมเดลคุณภาพ การบริการ โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ที่เน้นความสำคัญที่จำเป็นเพื่อส่งมอบคุณภาพการบริการระดับสูง หลักฐานทางกายภาพของบริการอื่น ๆ เช่น ใบแจ้งยอดการชำระเงิน บัตรคิวเพื่อรอรับบริการ ซึ่งองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพการบริการทั้ง 10 ตัวแปรมีผลต่อโมเดลคุณภาพการบริการที่แสดงถึงความคาดหวังของลูกค้า ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการส่งผลต่อความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการ
ที่มา: (Parasuraman, Zeithaml, and Berry, 1988)

การศึกษาเชิงคุณภาพที่เน้นทางการบริการอย่างจริงจังเริ่มจากผลงานของ Gronroos (1990) Gronroos เสนอแนวความคิดที่สำคัญเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการที่เรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้” (Perceived Service Quality - PSQ) และคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด (Total Perceived Quality) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกิดจากการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและผลกระทบที่เกิดจากความคาดหวังของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าที่มีต่อการประเมินคุณภาพของสินค้าหลังจากการบริโภคสินค้านั้น

Gronroos อธิบายแนวความคิดเรื่องคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ทั้งหมด โดยกล่าวว่าคุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้จะเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ คุณภาพที่ลูกค้าคาดหวัง (Expected Quality) และคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการของลูกค้า (Experienced Quality) โดยทั่วไปลูกค้าจะทำการประเมินคุณภาพของการบริการจากการเปรียบเทียบคุณภาพที่คาดหวัง (Expected Quality) กับคุณภาพที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้บริการ (Experienced Quality) ว่าคุณภาพทั้งสองประเภะนั้นสอดคล้องกันหรือไม่ ซึ่งเมื่อนำมาพิจารณารวมกันเป็นคุณภาพที่รับรู้ทั้งหมดจะทำให้ได้ผลสรุปเป็นคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้ได้ (PSQ) นั่นเอง

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

ทฤษฎีความได้เปรียบทางการแข่งขันของ Porter (1985) ที่อธิบายถึง ความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นคุณค่าของธุรกิจที่สร้างขึ้นให้สำหรับลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจกับลูกค้า การสร้างตำแหน่งและจุดยืนด้านการตลาดที่เหนือกว่าคู่แข่งรายอื่นในตลาด ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพในการแข่งขันสูงกว่าคู่แข่ง

ในขณะทำงานวิจัยของ Boyer & Lewis (2002) ได้อธิบายว่า การวัดความสำคัญเชิงสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ ต้นทุน ความยืดหยุ่น คุณภาพ และการส่งมอบ ในการศึกษาเป็นการ

ตรวจสอบลำดับความสำคัญของความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยใช้ข้อคำถาม 16 คำถามที่มีมาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert scale) มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวัดความสำคัญเชิงสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน

มิติของความได้เปรียบทางการแข่งขัน	ข้อคำถามที่ใช้ในการวัด
1) ต้นทุน (Cost)	1. การลดสินค้าคงคลัง 2. การเพิ่มกำลังการผลิต 3. ลดต้นทุนการผลิต 4. เพิ่มผลผลิตแรงงาน
2) คุณภาพ (Quality)	5. เสริมให้ผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพสูง 6. การเน้นคุณภาพที่สม่ำเสมอและมีความน่าเชื่อถือ 7. ปรับปรุงและการออกแบบให้สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้าและการใส่ใจในรายละเอียด
3) การส่งมอบ (Delivery)	8. ให้บริการในการจัดส่งอย่างรวดเร็ว 9. การจัดส่งให้ตรงตามเวลาที่กำหนด 10. การลดเวลาในการผลิต
4) ความยืดหยุ่น (Flexibility)	11. การเปลี่ยนแปลงการออกแบบอย่างรวดเร็ว 12. ปรับกำลังการผลิตได้อย่างรวดเร็ว 13. การเปลี่ยนแปลงปริมาณอย่างรวดเร็ว 14. นำเสนอคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย 15. นำเสนอผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบ 16. ปรับส่วนประสมด้านผลิตภัณฑ์

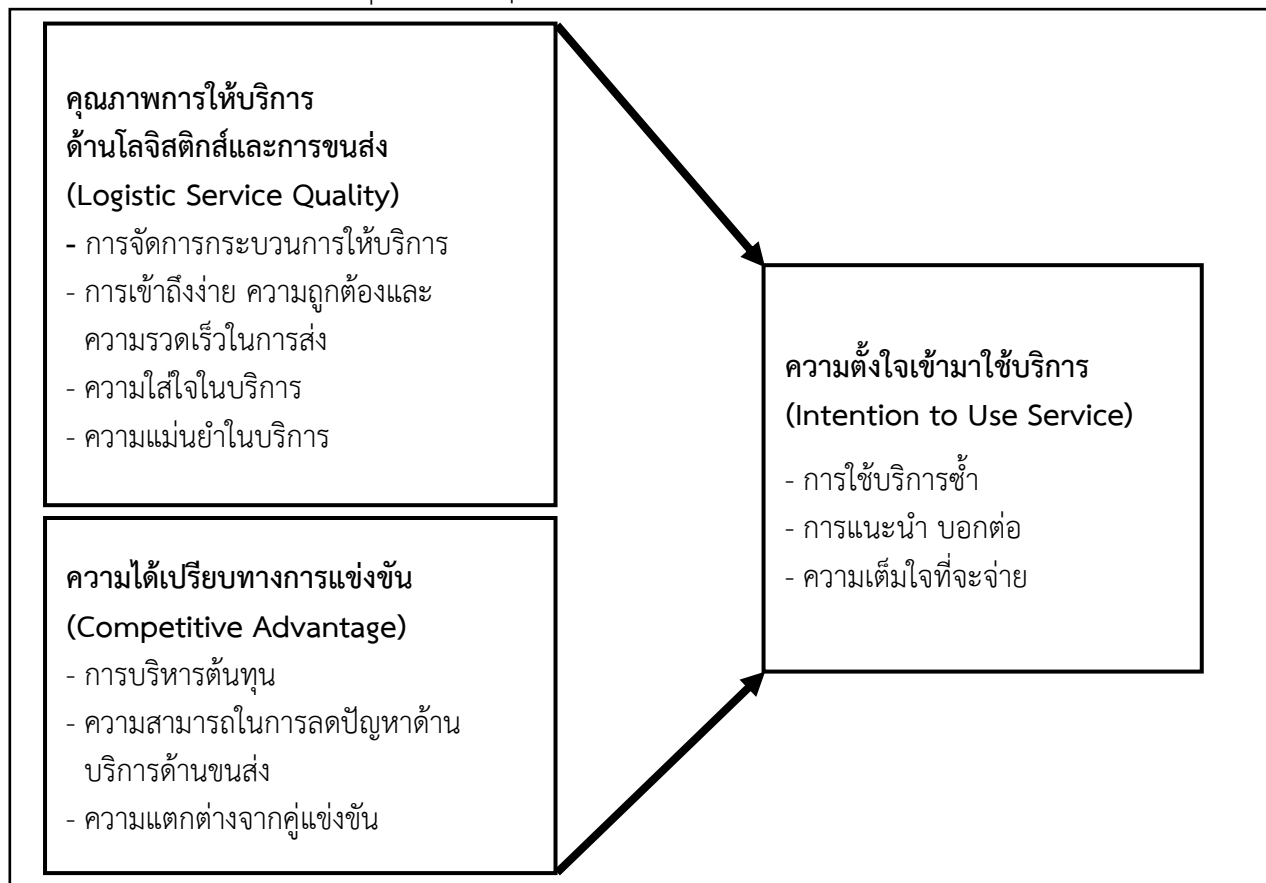
ที่มา: Boyer & Lewis (2002)

แนวคิดความตั้งใจเข้ามาใช้บริการ (Intention to Use Service)

ความตั้งใจในเชิงพฤติกรรม (TBI) ความตั้งใจที่จะพยายามทำพฤติกรรม นั้น ซึ่งเป็นปัจจัยการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคคลได้ทุ่มเท ความพยายามที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น (Ajzen, 1991) โดยความยินดีและเต็มใจที่จะใช้บริการ รูปแบบของการรับรู้เป็นสิ่งที่บอกถึงความเป็นไปได้ในการอธิบายความตั้งใจทางด้านพฤติกรรมทั้งในทางบวกและทางลบ (Zeithaml, 2000, Cao & Chen, 2011)

ความตั้งใจใช้งาน (Intention to use) หมายถึง ความพร้อมหรือความเป็นไปได้ของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมของการใช้งาน (Fishbein & Ajzen, 2010) จากการศึกษาความตั้งใจที่จะพยายามทำพฤติกรรมนั้น ๆ ซึ่งความตั้งใจเป็นปัจจัยการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและเป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคคลได้มีความพยายามจะกระทำพฤติกรรมนั้น ยิ่งบุคคลนั้นมีความตั้งใจแน่วแน่และพยายามมากเพียงใด ความเป็นไปได้ที่บุคคลจะกระทำพฤติกรรมก็มีมากเท่านั้น ส่วนความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) หมายถึง การแสดงถึงการเลือกใช้บริการใดบริการหนึ่งเป็นตัวเลือกแรก ซึ่งสามารถสะท้อนถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคได้ (Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1990) ความตั้งใจซื้อเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับจิตใจที่บ่งบอกถึงแผนการของผู้บริโภคที่จะซื้อตราสินค้าใดสินค้าหนึ่ง ในช่วงเวลาหนึ่งทั้งนี้ความตั้งใจซื้อเกิดขึ้นมาจากทัศนคติที่มีต่อตรา

สินค้าของผู้บริโภคและความมั่นใจของผู้บริโภคในการประเมินตราสินค้าที่ผ่านมา จึงสรุปได้ว่าความตั้งใจหมายถึง ความคิดที่จะกระทำการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งบ่งบอกถึงความเป็นไปได้ของบุคคลที่จะแสดงถึงพฤติกรรมออกมาโดยองค์ประกอบที่สำคัญในตัวบุคคล คือ พื้นฐานของความรู้ ความจำและเจตนาคติ ซึ่งมีส่วนก่อให้เกิดความตั้งใจและผลักดันให้มีพฤติกรรมนั้น ๆ



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากร คือ ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการด้านการขนส่งในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purpose sampling) ด้วยวิธีการเลือกผู้ใช้บริการด้านการขนส่งของบริษัท นิมซีเส่งขนส่ง 1988 จำกัด และ บริษัทในเครือ Nim Express ซึ่งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่ให้บริการการขนส่งในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก ซึ่งการคำนวณกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่เข้ามาใช้บริการด้วยสูตรของคอคแรน (Cochran, 1977) ผู้วิจัยกำหนดโดยการประเมินสัดส่วนของประชากรมีค่าคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยในครั้งนี้จำนวน 384 ตัวอย่าง แต่เพื่อคำนวณแบ่งสัดส่วนจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างง่ายขึ้น ผู้วิจัยเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ จำนวน 400 คน

เครื่องมือในการวิจัย

การศึกษาคูณภาพการให้บริการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการด้านการขนส่งสินค้าของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก ในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire Method) เป็นเครื่องมือในการวิจัยซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 5 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นการสอบถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่/จำนวนครั้งที่ใช้บริการ ประเภทสินค้าที่ส่ง และค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการบริการ การสร้างลักษณะคำถามเป็นลักษณะนามบัญญัติ (Nominal Scale) เป็นการวัดข้อมูลเพื่อจัดแบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่มๆ ตามคุณสมบัติที่กำหนดโดยมีคำตอบให้เลือกหลายคำตอบแต่ผู้ตอบสามารถเลือกตอบเพียงข้อเดียวข้อมูลที่วัดได้ในระดับนี้ใช้สถิติอย่างง่ายในการคำนวณ คือ ค่าร้อยละ โดยในส่วนข้อมูลส่วนที่ 1 ประกอบด้วย จำนวนคำถามทั้งสิ้น 7 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการด้านการขนส่งสินค้าของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก โดยเป็นลักษณะคำถามแบบค่าคะแนนแบ่งค่าคะแนนระดับความความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต (Likert, 1967) แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำถามจำนวน 15 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการขนส่งสินค้าของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก โดยเป็นลักษณะคำถามแบบค่าคะแนนแบ่งค่าคะแนนระดับความความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต (Likert) แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำถามจำนวน 11 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการด้านการขนส่งสินค้าของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก โดยเป็นลักษณะคำถามแบบค่าคะแนนแบ่งค่าคะแนนระดับความความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต (Likert) แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำถามจำนวน 5 ข้อ

โดยมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้ เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักการประเมิน

ระดับความคิดเห็น	ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ
เห็นด้วยมากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน
เห็นด้วยมาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และประสบการณ์เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความถูกต้องในสำนวนภาษาโดยผู้ทรงคุณวุฒิได้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม จำนวน 3 ท่าน โดยดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยแต่ละข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1 ทุกข้อ

และนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลกับลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตกที่ไม่ได้เป็นตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อวัดค่าความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัยด้วยวิธีของครอนบาค (Conbach, 1990) คำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α coefficient หรือ Alpha coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.98

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้อง ผู้วิจัยมีการดำเนินการเก็บข้อมูล ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้พัฒนาและปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์แล้วไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง
2. ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ตอบกลับมา
3. นำผลการตอบแบบสอบถามลงรหัส (Coding) ตรวจสอบผลการบันทึกรหัสวิเคราะห์แบบสอบถาม

สรุปผลการวิจัย เรียบเรียงผลการวิจัย ข้อเสนอแนะในรูปแบบเล่มรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) คือ

1.1 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)

คำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้นเท่ากับ 0.80 นำมาเป็นเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วง ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง

4.21 – 5.00

3.41 – 4.20

2.61 – 3.40

1.81 – 2.60

1.00 – 1.80

ระดับความคิดเห็น

อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย

อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

1.2 ร้อยละ (Percentage)

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

2. สถิติเชิงอนุมานหรือสถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistic) คือ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

ผลการวิจัย

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

จากการศึกษา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่เคยเข้ามาใช้บริการด้านระบบขนส่งสินค้าของบริษัท นิมชีเส่งขนส่ง 1988 จำกัดและบริษัทในเครือ (Nim Express) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 334 คน คิดเป็น ร้อยละ 83.5 มีอายุอยู่ในช่วง 27 – 35 ปี จำนวน 204 คน คิดเป็น ร้อยละ 51 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 239 คน คิดเป็น ร้อยละ 59.75 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 12,000 – 21,499 บาท จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51 มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการ การขนส่งจากการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ จำนวน 203 คน ร้อยละ 50.70 ความถี่ในการใช้บริการด้านขนส่งสินค้า 2-3 ครั้งต่อเดือนและมีค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง 101-500 บาท

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของแต่ละตัวแปรที่ศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของแต่ละตัวแปรที่ศึกษาด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยจากการศึกษา พบว่า ตัวแปรคุณภาพการให้บริการ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความพึงพอใจของลูกค้าและความตั้งใจเข้ามาใช้บริการของลูกค้า ตามตารางที่ 2



ตารางที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของตัวแปรที่ศึกษาโดยภาพรวม

ตัวแปร	Mean	S.D.	ระดับ
คุณภาพการให้บริการ	4.16	0.58	มาก
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	4.24	0.62	มากที่สุด
ความตั้งใจเข้ามาใช้บริการของลูกค้า	4.42	0.71	มากที่สุด

1. คุณภาพการให้บริการ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการขนส่งโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็น ความใส่ใจในการบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 โดยที่ ด้านการจัดการกระบวนการให้บริการ ด้านความมั่นใจและความน่าเชื่อถือ ด้านการเข้าถึงง่าย ความถูกต้อง และความรวดเร็วในการส่ง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 4.14 และ 3.97 ตามลำดับ

2. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับดีมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็น ด้านความแตกต่างจากคู่แข่งด้านขนส่งรายอื่นๆ และความสามารถในการลดปัญหาการให้บริการด้านขนส่ง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และ 4.23 ตามลำดับ และให้ความคิดเห็นด้านการบริหารต้นทุน อยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

3. ความตั้งใจเข้ามาใช้บริการของลูกค้า

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจเข้ามาใช้บริการของลูกค้าด้านการขนส่ง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ การนึกถึงบริษัทขนส่งท่านจะนึกถึงบริษัทแห่งนี้เป็นที่แรก การกลับมาใช้บริการด้านขนส่งกับทางบริษัท แห่งนี้อีกในโอกาสอันใกล้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 4.48 4.47 4.34 และ 4.29 ตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

คุณภาพการให้บริการและความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อความตั้งใจเข้ามาใช้บริการของลูกค้าด้านการขนส่งสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการและความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเข้ามาใช้บริการของลูกค้า มีค่า $F = 22.918$ และ $R^2 = 0.622$ สามารถพยากรณ์ความตั้งใจในการเข้ามาใช้บริการด้านขนส่งคิดเป็นร้อยละ 62.2 โดยคุณภาพการให้บริการ ($\beta = 0.488$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเข้ามาใช้บริการด้านขนส่งระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ($\beta = 0.642$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเข้ามาใช้บริการด้านขนส่ง ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผล

ส่วนที่ 1 อภิปรายระดับความคิดเห็นของตัวแปรในการศึกษา

1. คุณภาพการให้บริการ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการขนส่งโดยรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ทั้งนี้เนื่องจากคุณภาพการให้บริการเป็นความรู้สึกที่ลูกค้ารับรู้ได้ถึง ความใส่ใจในการบริการที่มากกว่า ดังนั้น ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการ จึงอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิกาเงินประสม (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความภักดีต่อตราสินค้า



ของผู้ใช้บริการบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด สาขาตลาดรังสิต พบว่า คุณภาพการบริการของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส(ประเทศไทย) จำกัด อยู่ในระดับมากที่สุด

2. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ทั้งนี้ผู้ให้บริการโลจิสติกส์มีต้นทุนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพกว่าคู่แข่งมากที่สุดเพื่อให้ผลการดำเนินงานที่มีจุดเด่นด้านความสามารถในการทำกำไร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วสุธิดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนนท์ (2561) ที่ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร แล้วพบว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก และเมื่อพิจารณาในรายข้อพบว่า ระดับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว รองลงมาคือ ด้านกลยุทธ์ต้นทุน และด้านการสร้างความแตกต่าง ตามลำดับ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นิตยา สุภาภรณ์ (2564) พบว่า ความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรีซึ่งพบว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่ในระดับมากในด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ตามลำดับ

3. ความตั้งใจเข้ามาใช้บริการของลูกค้า

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจเข้ามาใช้บริการของลูกค้าด้านการขนส่ง โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌอร์ แสงชนินทร์และคณะ (2566) ที่ศึกษาเรื่องความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจขนส่ง โลจิสติกส์ในจังหวัดอุตรดิตถ์ ที่พบว่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความตั้งใจที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ พบว่า ด้านการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ และด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 อภิปรายการทดสอบสมมติฐาน

คุณภาพการให้บริการและความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อความตั้งใจเข้ามาใช้บริการของลูกค้าด้านการขนส่งสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครฝั่งตะวันตก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการและความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเข้ามาใช้บริการของลูกค้า มีค่า $F = 22.918$ และ $R^2 = 0.622$ สามารถพยากรณ์ความตั้งใจในการเข้ามาใช้บริการด้านขนส่งคิดเป็นร้อยละ 62.2 โดยคุณภาพการให้บริการ ($\beta = 0.488$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเข้ามาใช้บริการด้านขนส่งระดับนัยสำคัญที่ 0.05 และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ($\beta = 0.642$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเข้ามาใช้บริการด้านขนส่ง ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน สอดคล้องกับ งานวิจัยของ คหาวุธ เจียมบัว และสันติธร ภูริภักดี (2563) ที่ระบุว่าคุณภาพด้านโลจิสติกส์ส่งผลต่อความจงรักภักดี ของผู้ใช้บริการโลจิสติกส์ เช่นเดียวกับ วิริยา บุญมาเลิศ (2560) ที่ระบุว่า กิจกรรมโลจิสติกส์ โดยเฉพาะการขนส่ง และการกระจายสินค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับ พิมพ์ชนก อรรถวิเวก (2562) ที่ทำการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์ในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการที่ให้บริการขนส่งสินค้าควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมโลจิสติกส์ในทุกด้าน เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของ

ผู้ให้บริการโดยตรง และควรให้ความสำคัญในส่วนของการบริการลูกค้ามากเป็นอันดับหนึ่ง ตามด้วยการให้ความสำคัญในส่วนของการต้นทุนการขนส่ง ความปลอดภัยของตัวสินค้า ระยะเวลาในการขนส่ง ในขณะที่ความสำคัญในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศตามมุมมอง ของผู้ใช้บริการที่เป็นร้านจำหน่ายเสื้อผ้าออนไลน์มองว่ามีความสำคัญในอันดับสุดท้าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วชิรินทร์ แซ่เอ็ง (2557) ที่พบว่า ความพึงพอใจคุณภาพการบริการในเรื่องของการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าและความเอาใจใส่ต่อการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรวิท ชุณหอรัักษ์ (2562) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซ มีทั้งสิ้น 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านการส่งมอบ ด้าน สถานการณ์ทางการเงิน ด้านกำลังการผลิตและสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนปัจจัยด้านราคาไม่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจในการเลือกผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตตินาท นุ่นทอง (2564) ที่ได้ข้อค้นพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ส่งผลต่อความตั้งใจเข้ามาใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ด้านความยืดหยุ่นไม่มีผลต่อความตั้งใจเข้ามาใช้บริการของลูกค้าและสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปภินดา คำมณี (2565) ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการ ภาพลักษณ์ตราสินค้า ความไว้วางใจ และการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสินค้าของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เทพรังสรรค์ ศรีทองอินทร์ (2563) พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้แก่ การสร้างความแตกต่างและการมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการและสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌอร์ แสงชนินทร์และคณะ (2566) ที่ศึกษาเรื่อง ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจขนส่งโลจิสติกส์ในจังหวัดอุดรดิตถ์ ที่พบว่า ด้านการมุ่งเฉพาะส่วน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ส่วนด้านการสร้างความแตกต่าง และด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบายค่าความผันแปรของความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ร้อยละ 55.50 ($R^2 = 0.555$)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. คุณภาพการให้บริการด้านขนส่ง อยู่ในระดับสูง ถ้าต้องการให้ผู้ให้บริการมีความมั่นใจ ควรเพิ่มความน่าเชื่อถือ การเข้าถึงง่าย และความรวดเร็วในการส่งให้มากขึ้น
2. ความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างจากคู่แข่งด้านขนส่งรายอื่น ๆ ดังนั้นต้องให้ความสำคัญด้านการบริหารต้นทุนเพิ่มมากขึ้น
3. ความตั้งใจเข้ามาใช้บริการของลูกค้าอยู่ในระดับสูง ถ้าต้องการให้ผู้บริภคินึกถึงเป็นลำดับแรก ต้องให้ความสำคัญด้านเข้ามาใช้บริการของลูกค้า ให้อยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการของบริษัทฯ ขนส่งอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากในปัจจุบันความภักดีของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา
2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ดังนั้น ควรมีการศึกษาวิจัย ในเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้บริโภคในมุมมองของลูกค้าเพิ่มเติม เพื่อให้การศึกษามีความ ครอบคลุม และสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมทั้งเพื่อให้เกิดการค้นพบปัจจัยใหม่ๆ ที่อาจส่งผลต่อความภักดี ของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าต่อไป



3. การศึกษาในครั้งนี้ไม่ได้เจาะลึกไปศึกษาเปรียบเทียบกับบริษัทอื่น ดังนั้นเพื่อให้การศึกษาในเรื่องนี้มีความชัดเจนและลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น ควรเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่ใช้บริการกับบริษัทอื่น ซึ่งจะทำให้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ชัดเจน และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรวิฑูรย์ ชุณหะวัณ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกผู้ให้บริการขนส่งโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซ. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิตตินาถ นุ่นทองและคณะ. (2564). ปัจจัยคุณภาพการบริการโลจิสติกส์ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการธุรกิจผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 4(3), 42-63.
- คหาวิฑูรย์ เจียมบัวและสันติธร ภูริภักดี. (2563). ผลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า: กรณีศึกษาผู้ให้บริการโลจิสติกส์แบบขนส่งด่วนในประเทศไทย. *วิทยการการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 1(2), 35-60.
- ฐายิกา เงินประสม. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้บริการบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด สาขาตลาดรังสิต. *การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 55, 451-458.
- ณอร แสงชนินทร์, ภาศิริเขตปิยรัตน์และศิริกานดา แหยมคง. (2566). ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธุรกิจขนส่งโลจิสติกส์ในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 5(1), 1-14.
- เทพธิดา ศรทองอินทร์. (2563). ความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ PlayStation ผ่านร้านค้าปลีก ของผู้บริโภคในกลุ่ม Facebook (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นราธิป แนวคำดี ฤกษ์ชัย ทักษะและดวงใจ อังโสภา. (2562). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัทพรอมิส (ประเทศไทย) จำกัด สาขาบางแคพลาซ่า กรุงเทพมหานคร. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*, 6(2), 203-214
- นิตยา สุภาภรณ์. (2564). ความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 7(2), 43-52.
- ปณิดา คำมณี. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งสินค้าของบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด กรณีศึกษา นักศึกษาจากสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดนครปฐม. (วิทยานิพนธ์บริหารมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญญาภรณ์ ตันติปิฎก. (2566). เก้าอี้ติดตลาดขนส่งพัสดุ 2022 : เร่งปรับตัวและขยายสู่ตลาดใหม่ในวันที่มีการแข่งขันยังรุนแรงต่อเนื่อง. ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/8322>
- วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทยสาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 11(1), 2148-2167.
- วิริยา บุญมาเลิศ. 2560. ปัจจัยของกิจกรรมโลจิสติกส์ด้านการขนส่งและกระจายสินค้าที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจบริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- พิมพ์ชนก อรรถวิเวก. (2562). *คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท เคอร์รี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจฐานการทหารไทยอนาคต. (2566). *คาดการณ์เศรษฐกิจไทยปี 2566 โตต่อเนื่อง*. ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/e-commerce-delivery-2566>
- สุทิน ชนะบุญ. (2560). บทที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน. สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยด้านสุขภาพเบื้องต้น. (น.148-160). ขอนแก่น: สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดขอนแก่น.
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. ภาพลักษณ์: ประสาน.
- วัชรินทร์ แซ่เอ็ง (2557) *ความพึงพอใจคุณภาพการบริการในเรื่องของการให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าและความเอาใจใส่ต่อการให้บริการมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้บริการ (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Boyer, K., & Lewis, M. (2002). Competitive Priorities: Investigating the Need for Trade-Offs in Operations Strategy. *Production and Operations Management*, 11, 9-20.
- Cao, C., & Chen, J. (2011). An empirical analysis of the relationship among service quality, customer satisfaction and loyalty of high-speed railway based on structural Equation Model. *Canadian Social Science*, 7(4), 67-73.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed). New York: John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. (1990). *Essentials of Psychological testing*. (5th ed). New York : Harper.
- Fishbein, M., and Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: the reasoned action approach*. New York: Psychology Press.
- Hanif, M., Hafeez, S., & Riaz, A. (2010). *Factors Affecting Customer Satisfaction*. *International Research Journal of Finance and Economics*, (60), 44-52.
- Ismail, A., Zaki, H. O., & Rose, I. R. (2016). Interlink ages between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Malaysia: A Case Study of Armed Forces. *Journal of Marketing*, (18), 36-44.
- Leninkumar, V. (2016). The Effect of Service Quality on Customer Loyalty. *European Journal of Business and Management*, 33(8), 44-49.
- Likert, R. (1967). “*The Method of Constructing and Attitude Scale*,” in *Attitude Theory and Measurement*. New York: Wiley & Son.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Scientific Research Publishing.
- Zeithaml, V.A. (2000). *Service Quality, Profitability, and the Economic Worth of Customers: What we Know and what we Need to Learn*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 67-85.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Press.

บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง

Antecedents Influencing the Leadership Development of Field Grade Army Officers

คมกฤช คชรักษา¹, ทวี แจ่มจำรัส², นลินี สุรดิษฐ์³ และ พลานันท์ ปะจายะกฤตย์⁴
Komgrit Kotcharaksa¹, Tawee Jamjumrus², Nalinee Suradinkura³ and Palanunt Pajajakrit⁴

สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Program in Development Administration, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand
Corresponding Author, E-mail: k.kotcharaksa@gmail.com¹

Received: 2024-3-18; Revised: 2024-3-30; Accepted: 2024-3-31

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับของการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง ด้านคุณลักษณะ ด้านการบริหารจัดการ ด้านพฤติกรรมทางสังคม และด้านการเปลี่ยนแปลง 2) ขนาดอิทธิพลของด้านคุณลักษณะ ด้านการบริหารจัดการ ด้านพฤติกรรมทางสังคม และด้านการเปลี่ยนแปลงตนเอง ที่มีต่อการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง และ 3) แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณมีกลุ่มตัวอย่างคือ นายทหารนักเรียนที่ได้รับการคัดเลือกจากหน่วยต่าง ๆ ทั่วประเทศ และกำลังเข้ารับการศึกษที่วิทยาลัยการทัพบก และโรงเรียนเสนาธิการทหารบก จำนวน 400 ตัวอย่าง สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึก คือ นายทหารชั้นผู้ใหญ่ของกองทัพบก ชั้นนายพล ในตำแหน่งผู้บริหาร นายทหารระดับกลางชั้นยศพันเอก-พันเอก (พิเศษ) และชั้นยศพันตรี-พันโท รวม 16 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระบบการฝึกการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง พฤติกรรมทางสังคม คุณลักษณะ การบริหารจัดการ และ การเปลี่ยนแปลงตนเอง มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 2) การบริหารจัดการมีอิทธิพลเชิงสาเหตุรวมต่อการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง มากที่สุด รองลงมาได้แก่ พฤติกรรมทางสังคม การเปลี่ยนแปลงตนเอง และ คุณลักษณะ ตามลำดับ และ 3) แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง มีลักษณะเป็นภาพแผนภูมิประกอบด้วย การบริหารจัดการ ที่มีอิทธิพลรวมมากที่สุดเป็นฐานผลึกต้นอยู่ล่างสุด พฤติกรรมทางสังคม และการเปลี่ยนแปลงตนเอง อยู่ตรงกลาง และคุณลักษณะ ส่งเสริมอยู่ในระดับบน

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ, นายทหารระดับกลาง, การพัฒนา

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the level of leadership development of field-grade Army officers, characteristics, administrative management skills, social behavior skills, and self-development skills; 2) factors affecting the leadership development of Field Grade Army Officers; and 3) guidelines for developing the leadership of Field-Grade Army Officers. This research is a mixed-method. The quantitative research consisted of 400 samples

of Field-Grade Army Officers across the country with the ranks of major, lieutenant colonel, colonel, and senior colonel, students were selected from various units across the country and were studying at the Army War College and Command and General Staff College. A stratified random sample was used to collect data using a questionnaire. The data was analyzed by structural equation modeling. For the qualitative research, data collection by in-depth interviews consisted of 16 officers from high-ranking officers (general) and field-grade officers and analyzing data with content analysis.

The results showed that 1) leadership development of field-grade Army officers Leadership, social behavior skills, characteristics, administrative management skills, and self-development skills are all at the highest level of importance. 2) Administration management skill has the greatest causal influence on the development of field grade Army officers followed by social behavior skills, self-development skills, and characteristics, respectively, and 3) The guidelines for the leadership development of field grade Army officers are chart-based, consisting of administrative management skill that has the most total influence as the driving base at the bottom. Social behavior and self-development skills in the middle and characteristics are also promoted at the top level. In addition, the leadership development of field-grade Army officers must consist of maintaining Army ideology, military professionalism, morality and, good governance. Research results are useful to other military services; Royal Thai Armed Forces Headquarters, Royal Thai Navy, and Royal Thai Air Force as models and guidelines for effectively developing leadership of the field-grade officers.

keywords: Leadership, Army Officers, Development

บทนำ

เป้าหมายสูงสุดของทุกชาติในโลก ในภูมิภาคทวีปเอเชีย ไม่ว่าประเทศนั้นจะมีระบบการปกครองแบบเสรีประชาธิปไตย หรือปกครองแบบสังคมนิยม ทุกประเทศได้กำหนดไว้ในผลประโยชน์แห่งชาติ (National Interest) คือการมีเอกราชอธิปไตย บูรณภาพแห่งอาณาเขต (วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, 2565) ความสำเร็จขององค์กรใดๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรจากภาครัฐหรือภาคเอกชน เน้นอนว่าสิ่งที่คอยช่วยขับเคลื่อนและผลักดันให้องค์กรเหล่านั้นประสบความสำเร็จได้ ส่วนหนึ่งเป็นผลพวงมาจากการที่องค์กรนั้นมีผู้นำที่ดีและมีคุณภาพ โดยมีภาวะผู้นำอย่างน้อย 3 ด้าน คือ 1) การบริหารงาน 2) บริหารคน และ 3) บริหารการเปลี่ยนแปลง จนสามารถนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จดังที่มุ่งหวังได้ (พัชรา วาณิชชิน, 2560)

การดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดของชาติได้นั้น ต้องมีหน่วยงานรับผิดชอบในการดำเนินการ ซึ่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 หมวด 5 หน้าที่ของรัฐ มาตรา 52 รัฐต้องพิทักษ์รักษาไว้ซึ่งสถาบันพระมหากษัตริย์ เอกราช อธิปไตย บูรณภาพแห่งอาณาเขต และเขตที่ประกาศโดยมีสิทธิอธิปไตย เกียรติภูมิและผลประโยชน์ของชาติ ความมั่นคงของรัฐ และความสงบเรียบร้อยของประชาชนเพื่อประโยชน์แห่งการนี้ (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย, 2560) การรักษาความมั่นคงของรัฐ การดำรงไว้ซึ่งความคงอยู่ และความเป็นเอกราชของประเทศ นับว่าเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ถึงแม้การใช้กำลังอำนาจทางทหารเป็นเครื่องมือในการระงับข้อขัดแย้งจะมีน้อยลง แต่กำลังทหารก็ยังมีภารกิจในด้านการรักษาความมั่นคงภายใน การช่วยพัฒนาประเทศและการช่วยเหลือประชาชน ฯลฯ ปริมาณมากขึ้น เพราะฉะนั้นความพร้อมในการปฏิบัติงานของกำลัง

พลในทุกระดับ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง (กองบัญชาการกองทัพไทย, 2565) กองกำลังทางทหารเป็นองค์การที่เข้มแข็งโดยเฉพาะอย่างยิ่งมีค่านิยมที่เน้นการทหารเรียกกันว่า อำนาจกำลังรบ

การเป็นข้าราชการทหาร ไม่ว่าจะอยู่ในความไม่ปกติ (สงคราม) หรือภาวะปกติ นอกจากจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายบ้านเมืองทุกฉบับเหมือนกับประชาชนทั่วไปแล้ว ยังต้องปฏิบัติตามกฎหมายพิเศษฉบับที่สำคัญที่ใช้เฉพาะในวงการทหารคือ 1) ประมวลกฎหมายอาญาทหาร พ.ศ.2454 และที่แก้ไขเพิ่มเติม 2) พระราชบัญญัติธรรมนูญศาลทหาร พ.ศ.2458 และที่แก้ไขเพิ่มเติม 3) พระราชบัญญัติว่าด้วยวินัยทหาร พ.ศ.2476 และที่แก้ไขเพิ่มเติม 4) พระราชบัญญัติกฎอัยการศึก พ.ศ.2457 และที่แก้ไขเพิ่มเติม 5) พระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการทหาร พ.ศ.2521 และที่แก้ไขเพิ่มเติม 6) พระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ.2551 และที่แก้ไขเพิ่มเติม 7) พระราชบัญญัติการรักษาความมั่นคงภายในราชอาณาจักร พ.ศ.2551 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ถ้าข้าราชการทหารฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตาม จะต้องถูกลงโทษทางวินัยและทางอาญา โดยต้องขึ้นศาลทหาร (กฎหมายความมั่นคง, 2566)

ทหารเป็นผู้ซึ่งได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ถือและใช้อาวุธ เพราะฉะนั้นทหารทุกชั้นยศ จะต้องยึดถืออุดมการณ์ของทหาร ระเบียบวินัยทหาร อย่างเคร่งครัด ด้วยความเป็นธรรมและยึดหลักธรรมาภิบาลในการปฏิบัติของตนตลอดเวลา ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้บังคับหน่วยทหารที่ต้องเป็นผู้นำและมีภาวะผู้นำ (ทวี แจ่มจำรัส, 2560) รวมทั้งครอบครัวด้วย ซึ่งเกี่ยวข้องกับด้านบริหารจัดการ ด้านคุณลักษณะ ด้านพฤติกรรมทางสังคม และด้านการเปลี่ยนแปลงตนเองในหนึ่งด้านหรือหลายด้านรวมกัน ดังนี้

เหตุการณ์ที่ 1 วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2563 เกิดเหตุการณ์ยิงที่สะท้อนความไม่พอใจในการบังคับบัญชาในค่ายทหาร ผู้บังคับบัญชาได้ยิงผู้บังคับบัญชาอื่นและผู้ไม่เกี่ยวข้อง เกิดเสียชีวิต 31 คนในเหตุการณ์เลวร้ายที่สุดในประวัติศาสตร์ไทย (ไอลอว์, 2563)

เหตุการณ์ที่ 2 นายทหารประทวนร้องเรียนการทุจริตในหน่วยงานทหาร และถูกลักษณะให้อับอายจนต้องหนีราชการ แต่ได้รับความช่วยเหลือจากคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ปปช.) (สำนักข่าวอิศรา, 2563)

เหตุการณ์ที่ 3 การป้องกันทุจริตทหารระดับมาตรฐานด้วยการตรวจเลือกทหารกองเกินเข้าประจำการพร้อมกับคณะกรรมการตรวจเลือกที่รับผิดชอบเน้นความซื่อสัตย์และสุจริต (ไทยรัฐ ออนไลน์, 2564)

เหตุการณ์ที่ 4 การถูกทำร้ายร่างกายและละเมิดทางเพศของทหารเกณฑ์ใหม่ในกองทัพไทยเป็นเรื่องที่มีการรายงานและโดยทั่วไปเป็นความลับ (วอยซ์ ออนไลน์, 2563)

เหตุการณ์ที่ 5 ปัญหาความรุนแรงในชายแดนภาคใต้ที่ทำให้เสียชีวิตและบาดเจ็บผู้ต่างด้าวและพลเมืองไทย เจ้าหน้าที่สามารถดำเนินการโดยไม่ผ่านกระบวนการศาล (วจนา วรลยางกูร, 2566)

จากเหตุการณ์ที่ยกตัวอย่าง ที่เกิดขึ้นจริงนั้น การพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลางเพื่อแก้ไขช่องว่างในการวิจัยที่เกิดจากความบกพร่องของผู้นำหรือผู้บังคับบัญชาที่ขาดภาวะผู้นำ เป็นการสร้างความเชื่อมั่นในอุดมการณ์ทหาร ความเป็นทหารอาชีพ ความเป็นธรรมในการใช้อำนาจ และความเชื่อมั่นในหลักธรรมาภิบาล เพื่อประโยชน์ของกองทัพและประเทศชาติในอนาคต (สมยศ ปัญญา, 2561)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง, ด้านคุณลักษณะ, ด้านการบริหารจัดการ, ด้านพฤติกรรมทางสังคม และด้านการเปลี่ยนแปลง
2. เพื่อศึกษาขนาดอิทธิพลของด้านคุณลักษณะ, ด้านการบริหารจัดการ, ด้านพฤติกรรมทางสังคม และด้านการเปลี่ยนแปลงตนเอง ที่มีต่อการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง

สมมติฐานการวิจัย

1. การพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง ได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านคุณลักษณะ, ด้านการบริหารจัดการ, ด้านพฤติกรรมทางสังคม และด้านการเปลี่ยนแปลงตนเอง
2. ด้านการเปลี่ยนแปลงตนเอง ได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านคุณลักษณะ ด้านการบริหารจัดการ และด้านพฤติกรรมทางสังคม
3. ด้านพฤติกรรมทางสังคม ได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านคุณลักษณะ และด้านการบริหารจัดการ
4. ด้านคุณลักษณะ ได้รับอิทธิพลทางตรงจากด้านการบริหารจัดการ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำ คือ ศิลปะในการชักจูงผู้ใต้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มใจ เต็มความสามารถและกระตือรือร้นหรือภาวะผู้นำ คือ ผู้นำเป็นแบบอย่างและมีความสามารถพิเศษ แสดงบทบาทในการสั่งการและออกคำสั่ง ที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่น (ฉายศิลป์ เชี่ยวชาญพิพัฒน์และคณะ, 2557)

ภาวะผู้นำว่า หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งหรือผู้นำพยายามใช้กำลังสมอง กำลังกาย และกำลังใจ เพื่อจูงใจ หรือคลอใจให้ผู้อื่น หรือกลุ่มกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้เป็นไปตามความประสงค์ของตน และเพื่อประโยชน์ส่วนรวม และการจูงใจหรือคลอใจนั้นจะต้องไม่เป็นการบังคับ ตลอดจนต้องได้รับความยินยอมจากผู้ตามหรือกลุ่มด้วย (สมัย จิตต์หมวด, 2557)

ภาวะผู้นำ หมายถึง ความสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อผู้ตามหรือนำผู้ตามไปอย่างสัมฤทธิ์ผลหรือเป็นความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อื่นทำงานอย่างเต็มที่ เพื่อที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ของงานอย่างเหมาะสม (สุพานี สุฤษฏ์วานิช, 2559)

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในองค์กร

วอเรน บี บราวน์ และเดนนิส เจ โมเบอร์ก (Brown and Moberg, 1980) ให้ความหมายของสภาพแวดล้อมไว้ว่า หมายถึงสิ่งของ บุคคล และองค์การอื่น ๆ ที่อยู่ รอบ ๆ องค์กรเป้าหมาย

ลินตัน เค คอลด์เวลล์ (Caldwell, 1965) ให้คำนิยาม สภาพแวดล้อมไว้ว่า หมายถึง แหล่งรวมของปัจจัยทางชีววิทยา กายภาพ จิตวิทยา และสังคม ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ต่อกับคนและสังคม

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการปกครองบังคับบัญชา

การปกครองบังคับบัญชา จะมีความสำคัญกับการใช้อำนาจบังคับบัญชา

คำว่า อำนาจ หรือ Power มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

อำนาจ คือความสามารถที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น (Nelson and Quick, 2006)

อำนาจ คือความสามารถของบุคคลคนหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งเป็นเหตุทำให้บุคคลอีกคนหนึ่งหรืออีกกลุ่มหนึ่งกระทำบางสิ่งบางอย่างไป ซึ่งมีเช่นนั้นจะไม่ทำ (George and Jones, 2005)

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการมีวิสัยทัศน์

วิสัยทัศน์ (Vision) มีความหมายว่า การมองการณ์ไกลในอนาคต (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2550)

วิสัยทัศน์ มีความหมายว่า ภาพที่มองออกไปในอนาคตด้วยความปรารถนา จะไปถึง และเป็แรงผลักดันให้เกิดการกระทำเพื่อไปสู่ภาพนั้น วิสัยทัศน์จึงมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือการคาดการณ์ล่วงหน้า นวัตกรรม และความดีเลิศ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2567)

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการจูงใจและตัดสินใจ (What is Motivation)

คำว่าจูงใจ (Motivation) ได้มีความหมายต่าง ๆ เช่น

การจูงใจ หมายถึง สภาวะภายในของบุคคล ได้รับการกระตุ้นเพื่อผลักดันให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมออกมา โดยมีทิศทางเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่มุ่งหวัง (Goal-Directed Behavior) การจูงใจประกอบด้วย แรงขับ ตัวกระตุ้นความปรารถนาหรือความต้องการอยากได้เป็นจุดเริ่มต้นที่ผลักดันให้เกิดความเคลื่อนไหวภายในร่างกายอย่างมีขั้นตอน นำไปสู่การแสดงพฤติกรรม (Mowen and Minor, 1998)

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับบุคลิกภาพทางกายและใจที่ดี

คำว่า “บุคลิกภาพ” หรือ “Personality” ตามความหมายของคนทั่วไป มักจะหมายถึงลักษณะรูปร่าง หน้าตา ท่าทาง การพูด การวางตัว และลักษณะความเป็นผู้นำ เป็นต้น แต่นักวิชาการและนักจิตวิทยาได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

Greenberg and Baron (2003) หมายถึง รูปแบบของพฤติกรรมที่เป็นเอกลักษณ์และมีลักษณะค่อนข้างมั่นคงถาวร ที่บุคคลแสดงออกเกี่ยวกับความคิดและอารมณ์

George and Jones (2005) หมายถึงรูปแบบวิถีต่าง ๆ ที่ค่อนข้างมั่นคงถาวรที่บุคคลมีความคิด รู้สึก และแสดงพฤติกรรมเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งที่จะอธิบายให้ทราบถึงสาเหตุว่าทำไมบุคคลากรจึงประพฤติปฏิบัติเช่นนั้นในองค์การ รวมทั้งจะอธิบายได้ว่า ทำไมเขาจึงมีทัศนคติ (Attitude) รู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่องานที่เขาทำในองค์การ

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) มีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรได้แก่ นายทหารระดับกลางชั้นยศพันตรี-พันเอก (พิเศษ) ทั่วประเทศรวมจำนวน 11,917 นาย (กรมกำลังพลทหารบก, 2564) กลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 20 ตัวแปร คือ 20X20 เท่ากับ 400 ตัวอย่าง (Grace J.B., 2008) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น Stratified Random Sampling คำนวณแบบสัดส่วนขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสำนักงานเขต

เชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ นายทหารชั้นผู้ใหญ่ชั้นยศนายพลที่เป็นผู้บังคับบัญชา จำนวน 5 นาย นายทหารระดับกลางชั้นยศ พันเอก-พันเอก (พิเศษ) จำนวน 5 นาย และชั้นยศพันตรี-พันโท จำนวน 6 นาย รวม 16 นาย โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

เครื่องมือและการวิเคราะห์ข้อมูล ที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 6 ส่วน ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล การพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง ด้านคุณลักษณะ ด้านการบริหารจัดการ ด้านพฤติกรรมทางสังคม และด้านการเปลี่ยนแปลงตนเอง โดยมีการตรวจสอบความตรง (Validity) ของเครื่องมือ จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยผ่านเกณฑ์ด้วยค่า 0.50-1.00 ทุกข้อคำถาม หลักจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α - coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.952 -0.976 จึงนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดได้

การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวัดความตรง (Validity) ด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Source of Data) สำหรับความเชื่อมั่น (Reliability)

ได้พิจารณาถึงแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือได้ (Credibility) การพึ่งพากับเกณฑ์อื่นๆ (Dependability) การถ่ายโอนผลการวิจัย (Transferability) และการไม่ลำเอียง (Bias) โดยข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์ จะเป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) ที่ได้จากการสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึก นำมาถอดเทปเพื่อให้ได้บทสรุปของข้อคำถามในการสัมภาษณ์

การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Mixed Method) โดยนำผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ค่าอิทธิพลรวม มีค่าน้อยเรียงลำดับที่เป็นจุดอ่อนของการวิจัยเชิงปริมาณ นำไปเป็นหัวข้อสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อเป็นการปิดจุดอ่อนและยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณ ให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอ้างอิง (Inferential) ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก นำมาถอดเทปเพื่อให้ได้บทสรุปของข้อคำถามในการสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา แล้วนำมายืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัย

1. ระดับของการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง, ด้านคุณลักษณะ, ด้านการบริหารจัดการ, ด้านพฤติกรรมทางสังคม และด้านการเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	$\bar{X}$	SD	ลำดับ ที่	ระดับ ความสำคัญ
การพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง (EDLO)	4.58	0.49	1	มากที่สุด
คุณลักษณะ (CHTR)	4.42	0.49	3	มากที่สุด
การบริหารจัดการ (AMSK)	4.39	0.50	4	มากที่สุด
พฤติกรรมทางสังคม (SBSK)	4.47	0.66	2	มากที่สุด
การเปลี่ยนแปลงตนเอง (SDSK)	4.33	0.51	5	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า การพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง (EDLO) มีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58) จัดเป็นลำดับ 1 นอกนั้นพฤติกรรมทางสังคม (SBSK) คุณลักษณะ (CHTR) การบริหารจัดการ (AMSK) และ การเปลี่ยนแปลงตนเอง (SDSK) ก็มีระดับความสำคัญมากที่สุดเหมือนกัน โดยจัดเป็นลำดับ 2,3,4 และ 5 โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงกันตามลำดับ $\bar{X}$ = 4.47, 4.42, .4.39 และ 4.33

2. ขนาดอิทธิพลของด้านคุณลักษณะ, ด้านการบริหารจัดการ, ด้านพฤติกรรมทางสังคม และด้านการเปลี่ยนแปลงตนเอง ที่มีต่อการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง

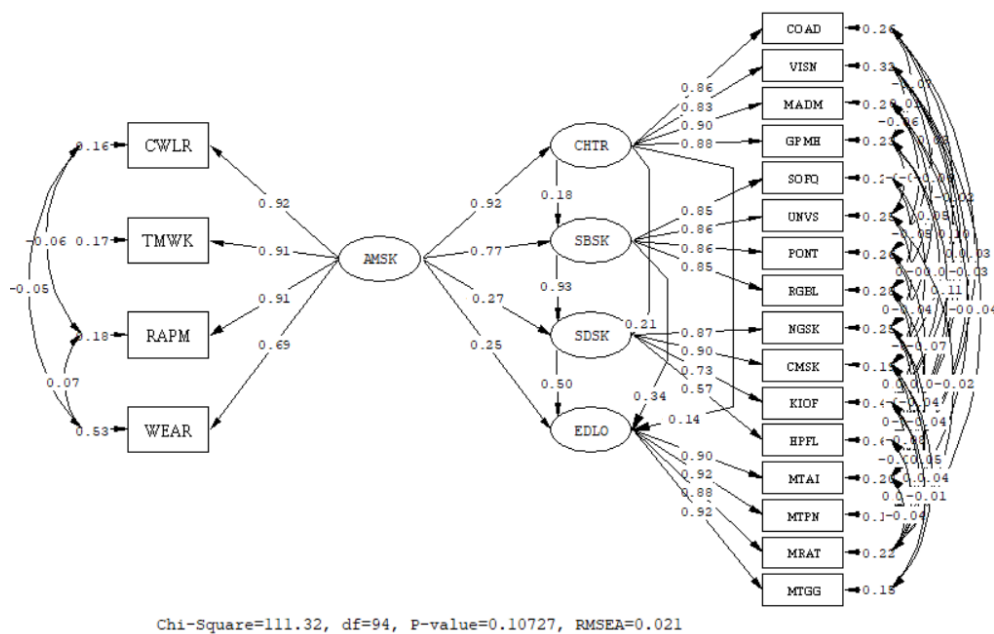


ตารางที่ 2 แสดงค่าการผ่านเกณฑ์มาตรฐานของแบบจำลองทางเลือก

รายการ	ค่าสถิติ	แบบจำลองตาม สมมติฐาน	แบบจำลอง ทางเลือก
1. Chi-square (χ^2)	*ต่ำใกล้ 0	701.72	111.32
	*เท่ากับ df	160	94
Relative Chi-square	ผลการ (χ^2 / df) < 2.00	4.39	1.18
2. GFI	> 0.90	0.85	0.97
3. AGFI	> 0.90	0.80	0.94
4. RMR	เข้าใกล้ 0.00	0.013	0.006
5. RMSEA	< 0.05	0.092	0.021
6. CFI	*0.00-1.00	0.99	1.00
7. CN	> 200	127.13	454.11

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าของแบบจำลองทางเลือกที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าผ่านเกณฑ์ทุกค่า

ภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์แบบจำลองตามสมการโครงสร้างที่เป็นการจำลองทางเลือกที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลักจากปรับค่าต่างๆ ของโมเดลแล้ว



ภาพที่ 2 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์แบบทางเลือก (standardized solution)

จากภาพที่ 2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรแฝง และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรประจักษ์มีค่าในเชิงบวกทุกตัว

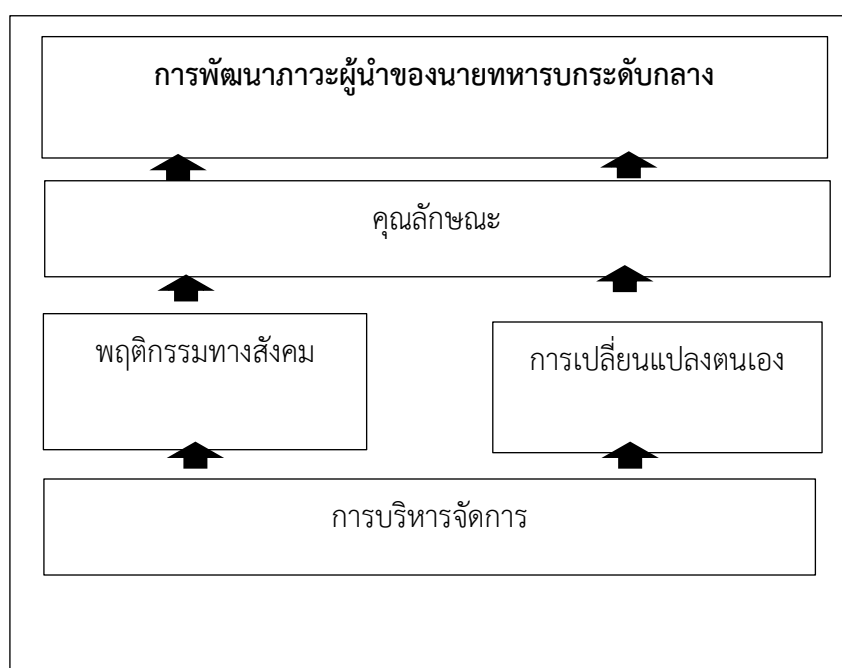
ตารางที่ 3 แสดงค่าสถิติ ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (DE) ทางอ้อม (IE) อิทธิพลรวม (TE) ของตัวแปรแฝงจากค่า Beta และ Gamma

ตัวแปรตาม	ความสัมพันธ์	ตัวแปรอิสระ				
		AMSK	CHTR	SBSK	SDSK	EDLO
CHTR	DE	0.92**	N/A	N/A	N/A	N/A
	IE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	TE	0.92**	N/A	N/A	N/A	N/A
SBSK	DE	0.77**	0.18*	N/A	N/A	N/A
	IE	0.16*	N/A	N/A	N/A	N/A
	TE	0.93**	0.18*	N/A	N/A	N/A
SDSK	DE	0.27*	0.21*	0.93*	N/A	N/A
	IE	0.58**	0.18*	N/A	N/A	N/A
	TE	0.85**	0.39**	0.93*	N/A	N/A
EDLO	DE	0.25*	0.14*	0.34*	0.50**	N/A
	IE	0.61**	0.25**	0.49**	N/A	N/A
	TE	0.86**	0.39**	0.83**	0.50**	N/A

Chi-Square= 111.32, df=94 p-value = 0.107, GFI=0.97, AGFI=0.94, RMR=0.006, RMSEA=0.021, CFI=1.00, CN=454.11

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง (EDLO)เรียงตามลำดับ 1 คือ การบริหารจัดการ (AMSK) มีค่า 0.86 ลำดับ 2 คือ พฤติกรรมทางสังคม (SBSK) มีค่า 0.83 ลำดับ 3 คือ การเปลี่ยนแปลงตนเอง (SDSK) มีค่า 0.50 และลำดับที่ 4 คุณลักษณะ (CHTR) มีค่า 0.39 ทั้งหมดที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

3. แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง



ภาพที่ 3 ภาพแผนภูมิแนวทางทางการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง

จากภาพที่ 3 พบว่า ภาพแผนภูมิแนวแนวทางทางการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง มีลักษณะดังแผนภูมิภาพประกอบด้วยการบริหารจัดการ ที่มีอิทธิพลรวมมากที่สุดเป็นฐานผลักดันอยู่ล่างสุด พฤติกรรมทางสังคม และการเปลี่ยนแปลงตนเอง อยู่ตรงกลาง และคุณลักษณะ ส่งเสริมอยู่ในระดับบนด้วย ทั้งนี้การกำหนดภาพแผนภูมิได้จากอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมจากตัวแปรแฝงทุกตัวที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อกัน

อภิปรายผล

1. การพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง, ด้านคุณลักษณะ, ด้านการบริหารจัดการ, ด้านพฤติกรรมทางสังคม และด้านการเปลี่ยนแปลง ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง มีระดับความสำคัญมากที่สุด จัดเป็นลำดับ 1 นอกนั้นพฤติกรรมทางสังคม คุณลักษณะ (CHTR) การบริหารจัดการ และ การเปลี่ยนแปลงตนเอง ก็มีระดับความสำคัญมากทั้งหมดเช่นกัน โดยจัดเป็นลำดับ 2, 3, 4 และ 5 โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงกันตามลำดับ สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บังคับบัญชามีความยึดมั่นในเกียรติยศและศักดิ์ศรีของทหาร ผู้บังคับบัญชามีความสัตย์ทางวาจา กล้าหาญ และอดทน ใช้อำนาจเมื่อความรู้สึกและอารมณ์ของตนอยู่ในอาการปกติ และสร้างความคุ้มค่าให้เกิดขึ้นเมื่อเทียบกับงบประมาณและเวลาที่เสียไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตน เอื้อบุญญานันท์ (2555) ได้การวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำที่พึงประสงค์ของนายทหารสัญญาบัตรในโรงพยาบาลสังกัดกองทัพบก ผลการวิจัยพบว่า แนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำที่พึงประสงค์ควรเสริมสร้างปัจจัยคุณลักษณะของทหาร ประกอบด้วย ด้านการปกครองบังคับบัญชา ด้านการมีวิสัยทัศน์ ด้านการจงใจและตัดสินใจ และด้านการมีบุคลิกภาพทางกายและใจที่ดี และสอดคล้องกับการวิจัยของ Wong, Bliese & McGurk (2023) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการภาวะผู้นำของข้าราชการทหาร ผลการวิจัยพบว่า แนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำของข้าราชการทหารต้องประกอบไปด้วย ด้านความยึดมั่นในอุดมการณ์ ด้านความเป็นทหารอาชีพ ด้านความเป็นธรรมในการใช้อำนาจ และ ความยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล

2. ขนาดอิทธิพลของด้านคุณลักษณะ, ด้านการบริหารจัดการ, ด้านพฤติกรรมทางสังคม และด้านการเปลี่ยนแปลงตนเอง ที่มีต่อการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง เรียงตามลำดับ 1 คือ การบริหารจัดการ ลำดับ 2 คือ พฤติกรรมทางสังคม ลำดับ 3 คือ การเปลี่ยนแปลงตนเอง และลำดับที่ 4 ด้านคุณลักษณะ ซึ่งได้ผลเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ อธิบายได้ว่า นายทหารไม่ทำตนเป็นผู้มีอิทธิพลและสร้างเครือข่ายผู้มีอิทธิพล มีความเข้าใจพฤติกรรมมนุษย์และการวิเคราะห์ทีม รักษาความมั่นคงสัญญาที่ให้กับผู้ใต้บังคับบัญชา และจัดสรรทรัพยากรให้กำลังพลและครอบครัวตามโอกาสอันควร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิฎิมา ถนิมกาญจน์ นรรัฐ รื่นกวี และเพ็ญพร ปุกหุต (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของผู้นำเชิงปฏิรูป และวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อการลาออกของบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของภาวะผู้นำต้องประกอบไปด้วย ยึดมั่นในอุดมการณ์ ด้านความเป็นทหารอาชีพ ด้านความเป็นธรรมในการใช้อำนาจ และ ความยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล และสอดคล้องกับการวิจัยของ Fry et al. (2011) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อภาวะผู้นำทางจิตวิญญาณของข้าราชการตำรวจ ผลการวิจัยพบว่า การจะทำให้ตำรวจรถไฟได้ต้นปฏิบัติตามกลยุทธ์อันยิ่งใหญ่ของนโยบายระดับชาติที่ระบุไว้ในระบบราชการปฏิรูป และจำเป็นต้องพัฒนาและเร่งการเติบโตขององค์กรที่ต้องอาศัยการบริหารจัดการ ที่ประกอบด้วย การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบการ การทำงานเป็นทีม การให้ทุนให้โทษ และการจัดสวัสดิการ

3. แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารระดับกลาง ต้องให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้นคือ “คุณลักษณะ” กล่าวคือ การที่นายทหารบก

ระดับกลางการได้รับการปกครองครองบังคับบัญชา การมีวิสัยทัศน์ การจูงใจและตัดสินใจ และการมีบุคลิกภาพที่ดี การให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับ “การเปลี่ยนแปลงตนเอง” การที่นายทหารบกระดับกลางมีครอบครัวที่อบอุ่น ความสามารถในการเรียนรู้ในสาขาวิชาอื่น ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร และความสามารถในการเจรจาต่อรอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตินา แสงฉาย (2565) ได้ศึกษาเรื่องผู้นำที่พึงประสงค์ของข้าราชการสำนักงานเขตสวนหลวงกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาผู้นำที่พึงประสงค์ของข้าราชการสำนักงานเขต ต้องอาศัยการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบการทำงานเป็นทีม การให้ทุนให้โทษ และ การจัดสวัสดิการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. นายทหารบกระดับกลางควรมีภาวะผู้นำในการโน้มน้าวและจูงใจผู้บังคับบัญชา ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น หรือผู้ใต้บังคับบัญชาโดยการแสดงความเป็นแบบอย่างที่ดี ทั้งกายและวาจาใจ เพื่อให้เกิดความเชื่อใจ รวมทั้ง การตัดสินใจ
2. นายทหารบกระดับกลางควรมีทักษะในการประสานงาน มีการติดต่อสื่อสารภายในหน่วยงานและระหว่างหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพ มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. นายทหารบกระดับกลางควรมีแบบแผนหรือแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่มีแนวปฏิบัติสากลนิยม ยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการบังคับบัญชาการ
4. นายทหารบกระดับกลางควรปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบการอย่างเคร่งครัดเพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีของผู้ใต้บังคับบัญชา
5. นายทหารบกระดับกลางควรมีความเป็นธรรมในการบังคับบัญชางาน มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในอนาคต

1. การพัฒนาตนเอง สมรรถนะในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารบกระดับกลาง
2. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารบกระดับกลาง เพื่อให้ทราบถึงปัญหาเชิงสาเหตุที่ครอบคลุมที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและนำไปแก้ไขปัญหายั่งยืน
3. แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำของนายทหารในสังกัด เพื่อนำแนวทางไปประยุกต์ใช้ในบุคลากรของกองทัพบกในปัจจุบันให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กองบัญชาการกองทัพบกไทย. (2565). *เอกสารประชาสัมพันธ์แนะนำภารกิจและคู่มือสิทธิประโยชน์กำลังพล (กรมสารบรรณทหาร)*. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2566, จาก <https://dag.rtarf.mi.th/index.php>
- กรมกำลังพลทหารบก. (2564). *สรุปกิจการกำลังพลของกองทัพบก*. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2566, จาก https://dop.rta.mi.th/www/dop_wp/0401.4.1/wp-content/uploads/2023/08/สรุปกิจการกำลังพล-2564_CD-NING.pdf
- กฎหมายความมั่นคง. (2566). *นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ*. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2566, จาก <http://nscr.nesdc.go.th/sp/>
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2567). *ดร.แดน สอนอ่าน: เคล็ดลับปลูกปัญญา เปลี่ยนชีวิตในยุคดิจิทัล*. กรุงเทพฯ: ชัคเชส.

- ฉายศิลป์ เชี่ยวชาญพิพัฒน์ และคณะ.(2557). *การบริหาร.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- ชุดิมา แสงฉาย และปกรณ์ ปรียากร. (2565). ผู้นำที่พึงประสงค์ของข้าราชการสำนักงานเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร. *วารสารปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 1(1), 23-33.
- ปฎิมา ถนิมกาญจน์, นรรัฐ ปรับปรุงกวี และเพ็ญพร ปุกหุด. (2561). อิทธิพลของผู้นำเชิงปฏิรูปและวัฒนาธรรมองค์การที่ส่งผลต่อการลาออกของบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน. *วารสารสมาคมนักวิจัยสาขาวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 23,(2) 89-102.
- พัชรา วาณิชชิน. (2560). *การพัฒนาภาวะผู้นำ: จากทฤษฎีสู่แนวปฏิบัติที่ดีและกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- ไทยรัฐ ออนไลน์. (2564). *การป้องกันทุจริตเกณฑ์ทหาร*. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2566, จาก <https://www.thairath.co.th/tags/ต่อต้านการทุจริต>
- ทวี แจ่มจำรัส. (2560). *บทบาทของนายทหารบก ระดับกลางที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงการเมืองไทย (ดุสิตนิพนธ์ปรัชญาดุสิตบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย. (2560). *คณะวิชาการ (The justice Group.)* กรุงเทพฯ: พิมพ์อักษร.
- รัตนา เอื้อบุญญานันท์. (2555). ภาวะผู้นำที่พึงประสงค์ของนายทหารสัญญาบัตรในโรงพยาบาลสังกัดกองทัพ. *วารสารสหวิทยาการวิจัย ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 1(1), 69-78.
- วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร. (2565). *หลักสูตรป้องกันราชอาณาจักร*. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2566, จาก <https://www.thaindc.org/17899922/หลักสูตรป้องกันราชอาณาจักร>
- วจนา วรลยางกูร. (2566). *หนึ่งปีที่เหลือจากนี้ ขอสังคมไทยมีความทุกข์ร่วมกันกับคนตากใบ*. ค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2567, จาก <https://www.the101.world/19-years-of-tak-bai-incident/>
- วอยซ์ ออนไลน์. (2563). *แอมเนสตี้ อินเตอร์เนชั่นแนล เผยแพร่รายงานการสัมภาษณ์ทหารเกณฑ์ “กองทัพไทย” พบปัญหาการละเมิดสิทธิ ถูกทำร้ายร่างกายและจิตใจ*. ค้นเมื่อ 16 กันยายน 2566, จาก https://www.voicetv.co.th/read/DBrhJyXYA#google_vignette
- สมยศ ปัญญา. (2561) *หลักธรรมาภิบาลกับผู้นำองค์กร*. *วารสารบัณฑิตแสงโคมคำ*, 3(1), 55-69.
- สำนักข่าวอิศรา. (2563). *ความเชื่อมั่นในการตรวจสอบภายในของกองทัพ*. ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2566, จาก <https://www.isranews.org/article/>
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2550). *วิสัยทัศน์ และ ทศนวิสัย*. ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2566, จาก <http://legacy.orst.go.th/?knowledge=วิสัยทัศน์-และ-ทศนวิสัย>
- สมัย จิตต์หมวด.(2557). *พฤติกรรมผู้นำ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุพานี สฤกษ์วานิช. (2559). *พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่: แนวคิดและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไอลอว์. (2563). *องค์กรพัฒนาเอกชนด้านสิทธิมนุษยชน*. ค้นเมื่อ 17 กันยายน 2566, จาก <https://www.ilaw.or.th/about-us>
- Brown, W. B., & Moberg, B. J. (1980). *Organization Theory and Management: A Micro Approach*. New York: John Willey and Sons.
- Fry, L. W., Hannah, S. T., Noel, M., & Walumbwa, F. O. (2011). Impact of spiritual leadership on unit performance [RETRACTED]. *The Leadership Quarterly*, 22, 259–270.
- Greenberg, J. & Baron, R. (2003). *A Behavior in Organizations*. (8thed.). upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Inc.

- George, J. M. & Jones, G. R. (2005). *Understanding and Managing Organizational Behavior* (4th ed.). Upper Saddle River. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Caldwell, L. F. (1965). The Environmental Factor in Development Planning. *Thai Journal of Public Administration*, 1(3), 425.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). *Consumer Behavior*. (5th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall. Inc.
- Nelson, L & Quick, J. C. (2006). *Organization Behavior*. (5th ed.). USA: South - Western. Thomson Corporation.
- Wong, L., Bliese, P., & McGurk, D. (2023). Military leadership: A context specific review. *The Leadership Quarterly*, 14(6), 657-692.

บุพปัจจัยและภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล

Antecedent Factors and Images of Telemedicine Services in Bangkok and Its Vicinity

ชัชฎา ถิระชัยกุล¹, ธนพล ก่อฐานะ², ชมภู สายเสมา³ และบัณฑิต พึ่งนิรันดร์⁴
Chatchda Thichaikul¹, Tanapol Kortana², Chompoo Saisama³ and Bundit Pungnirund⁴

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand
Corresponding Author, E-mail: Virote.sir@gmail.com¹

Received: 2024-3-25; Revised: 2024-3-30; Accepted: 2024-3-31

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับระบบงาน การยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการให้บริการ นวัตกรรมจัดการ และ ภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ศึกษา อิทธิพลของ ระบบงาน การยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการให้บริการ และนวัตกรรมจัดการที่ส่งผลต่อ ภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และ 3) สร้างแบบจำลอง ภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบ ผสมวิธี การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน ขนาดของกลุ่มตัวกำหนดโดยใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง แบบหลายขั้นตอน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้างส่วนการ วิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักคือเจ้าหน้าที่จากกรมการแพทย์กระทรวง สาธารณะสุขที่เกี่ยวข้องกับการบริการแพทย์ทางไกล แพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่ให้บริการแพทย์ทางไกลโรงพยาบาล รัฐบาล แพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่ให้บริการแพทย์ทางไกลโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 13 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ระบบงาน การยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการให้บริการ และนวัตกรรมจัดการมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก 2) ระบบงาน การยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการให้บริการ และ นวัตกรรมจัดการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) แบบจำลองภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ผู้วิจัยพัฒนามีชื่อว่า “MSWTI Model” (M = Management Innovation, S = Service Quality, W = Work System, T = Technology Acceptance, I = Images of Telemedicine Services)

คำสำคัญ: บุพปัจจัย, ภาพลักษณ์, แพทย์ทางไกล

Abstract

The objectives of this research are to 1) study the work system level technology adoption Service Quality Management innovation and image of telemedicine services in Bangkok and surrounding areas. 2) Study the influence of work systems and technology

adoption. Service quality and management innovations that affect the image of telemedicine services in Bangkok and the surrounding areas, and 3) create a model for the image of telemedicine services in Bangkok and the surrounding areas. This research was a mixed method. Quantitative research of the sample group is there were 400 users of telemedicine services in Bangkok and surrounding areas. The group was determined using a criterion of 20 times the observed variables. It uses a multi-step random sampling method. Use questionnaires to collect data. Data were analyzed using structural equation modeling. As for qualitative research, in-depth interviews were used. The main group informants were officials from the Medical Department of the Ministry of Public Health involved in telemedicine services. Specialist doctors providing telemedicine services at government hospitals There were 13 specialist doctors providing telemedicine services in private hospitals.

The research results found that 1) the image of telemedicine services in Bangkok and surrounding areas is important at the highest level. Technology acceptance work system Service quality and management innovation are important at a high level. 2) Work systems, and technology acceptance. Service quality and management innovations that affect the image of telemedicine services in Bangkok and surrounding areas Statistically significant at the .05 level and 3) Model of the image of telemedicine services in Bangkok and surrounding areas. The researcher developed the “MSWTI Model” (M = Management Innovation, S = Service Quality, W = Work System, T = Technology Acceptance, I = Images of Telemedicine Services).

Keywords: Antecedent Factors, Images, Telemedicine

บทนำ

การแพทย์ทางไกล (telemedicine) มีบทบาทสำคัญในการช่วยผู้ป่วยที่อยู่ห่างไกลสามารถเข้าถึงการตรวจรักษา และได้รับการวินิจฉัยจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญได้ทันทั่วทั้งที่ (สมเกียรติ แสงวัฒนาโรจน์, 2563) ซึ่งได้รับบริการดูแลสุขภาพทางไกลโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในการแลกเปลี่ยนที่มีประสิทธิภาพในการวินิจฉัยรักษา ป้องกันโรค รวมถึงการศึกษาอาการบาดเจ็บ การวิจัยและประเมินผล และเพื่อประโยชน์สำหรับทางการศึกษาอย่างต่อเนื่องของบุคลากรทางการแพทย์ (World health Organization, 2012) และระบบแพทย์ทางไกลมีการประยุกต์ใช้ใน 2 ประเภท ดังนี้ (Craig and Patterson, 2015) 1) การจัดเก็บการส่งต่อข้อมูลทางการแพทย์ (store and forward telemedicine or asynchronous) เป็นระบบการแพทย์ทางไกลที่เกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนที่บันทึกไว้ล่วงหน้าระหว่าง 2 คนขึ้นไปในช่วงเวลาที่ต่างกัน เช่น การที่แพทย์หรือผู้เชี่ยวชาญทำการส่งรายละเอียดการรักษาหรือความคิดเป็นเกี่ยวกับการวินิจฉัย และการจัดการที่เหมาะสมด้วยอีเมลส่งไปยังปลายทาง โดยระบบประเภทนี้แพทย์ที่รับข้อมูลไม่สามารถซักประวัติหรือตรวจสอบร่างกายผู้ป่วยได้โดยตรง และ 2) เป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ป่วยกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่สามารถโต้ตอบได้ทันที (real time telemedicine interactive of asynchronous) เช่น การพูดคุยทางโทรศัพท์ การประชุมทางไกล (video conferencing) วิธีการนี้ช่วยให้แพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่อยู่อีกสถานที่หนึ่งสามารถซักประวัติผู้ป่วย สังเกตตรวจร่างกายและประเมินสภาวะทางจิตใจจากโรงพยาบาลที่ขอปรึกษาได้ โดยมีแพทย์ของโรงพยาบาลนั้นอยู่กับผู้ป่วยด้วย เพื่อให้การตรวจร่างกายตามคำแนะนำของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญโดยตรง

สำหรับในประเทศไทยในช่วงสถานการณ์ที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการระบาดของโรคโควิด-19 มีผู้ป่วยอาการหนักจำนวนมากและอยู่ในสถานที่ห่างไกลหรืออยู่ในชนบทที่ต้องการได้รับการรักษาจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญอย่างทันที หรือแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่สามารถติดตามการรักษาผู้ป่วยที่กลับไปอยู่บ้านได้อย่างใกล้ชิด (ไพศาล มณีสว่าง, 2561) กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุขจึงได้เริ่มนำร่อง การให้บริการแพทย์ทางไกล ใน 27 โรงพยาบาล เช่น โรงพยาบาลนพรัตนราชธานี โรงพยาบาลราชวิถี และโรงพยาบาลเลิดสิน เป็นต้น เพื่อให้สามารถวินิจฉัยอาการได้ โดยที่ผู้ป่วยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางมาพบแพทย์หลาย ๆ ชั่วโมงไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายไปกับการเดินทางมาพบแพทย์หรือกรณีแพทย์ผ่าตัด โดยใช้จาวีดีโอติดตามการผ่าตัดคนไข้ได้ ทั้งนี้ไม่ต้องเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเชื่อมต่อระบบโรงพยาบาลกับสถานพยาบาลต่าง ๆ เพื่อให้ผลการวินิจฉัยของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเป็นไปอย่างถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำเป็นต้น (กรมสุขภาพจิต, 2564) ดังนั้นการแพทย์ทางไกล (telemedicine) มาใช้จึงเป็นการนำเอาความก้าวหน้าทางด้านการสื่อสารโทรคมนาคมมาประยุกต์ใช้กับบริการทางการแพทย์ จึงทำให้ผู้ป่วยไม่จำเป็นต้องเดินทางมายังโรงพยาบาล แต่สามารถได้พบเจอกับแพทย์เพื่อตรวจรักษาและให้คำปรึกษาได้ (ธนพร ทองจูด, 2564)

กรุงเทพและปริมณฑล ซึ่งเป็นแหล่งความเจริญทางการแพทย์ ประกอบกับสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ที่ผ่านมามีสถานพยาบาลหลายแห่งได้นำการให้บริการแพทย์ทางไกลมาประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาการบริการในห้วงฉุกเฉิน ผู้ป่วยที่มีอาการหนักและอยู่ในสถานที่ไม่สามารถเดินทางมาโรงพยาบาลอย่างรวดเร็ว หรือผู้ป่วยต้องการได้รับการรักษาจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญอย่างทันที เพื่อวินิจฉัยอาการได้โดยที่ผู้ป่วยไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางมาพบแพทย์และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายไปกับการเดินทางมาพบแพทย์ แต่ผู้ใช้บริการยังไม่ค่อยเชื่อมั่นต่อภาพลักษณ์การให้บริการทางการแพทย์ทางไกลเท่าที่ควร ส่วนใหญ่มุ่งให้ความสำคัญกับการเดินทางไปรักษาที่โรงพยาบาล อีกทั้งโรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่ เก็บค่าใช้บริการแพทย์ทางไกลจะมีค่าใช้จ่ายสูงประมาณ 500 บาทต่อ 15 นาที และผู้ใช้บริการบางส่วนยังไม่เข้าถึงเทคโนโลยีที่ให้บริการแพทย์ทางไกล (ประชาชาติธุรกิจ, 2564)

จากความสำคัญของปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาทางด้านสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของประชาชนที่มีความจำเป็นในการรักษาอย่างเร่งด่วน ที่ต้องพึ่งพาการรักษาผ่านให้การบริการแพทย์ทางไกล “การให้บริการแพทย์ทางไกล” จึงเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับรักษาผู้ป่วยในสถานการณ์ฉุกเฉิน และผู้ป่วยที่ไม่สะดวกเดินทางมาสถานพยาบาลได้ แต่ในปัจจุบันผู้ใช้บริการยังขาดความเชื่อมั่นต่อการให้บริการทางการแพทย์ทางไกล ซึ่งในประเทศไทยยังไม่เป็นที่ยอมรับเท่าที่ควร ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “บุพปัจจัยและภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” เพื่อให้ทราบถึงปัจจัย ระบบงาน การยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการให้บริการ และนวัตกรรมการจัดการอันเป็นปัจจัยที่เสริมสร้างภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของตัวแปรระบบงาน การยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการให้บริการ นวัตกรรมจัดการ และ ภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปร ระบบงาน การยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการให้บริการ และนวัตกรรมจัดการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อสร้างแบบจำลองภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1): นวัตกรรมจัดการส่งผลทางตรงต่อระบบงาน



สมมติฐานที่ 2 (H2): นวัตกรรมการจัดการส่งผลทางตรงต่อคุณภาพการให้บริการ

สมมติฐานที่ 3 (H3): นวัตกรรมการจัดการส่งผลทางตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 4 (H4): ระบบงานส่งผลทางตรงต่อภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 5 (H5): ระบบงานส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 6 (H6): คุณภาพการให้บริการส่งผลทางตรงต่อภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 7 (H7): คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 8 (H8): การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกล

ภาพลักษณ์มีความสำคัญของการองค์กรและหน่วยงานเป็นอย่างมาก เนื่องจากภาพลักษณ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหาร ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและการยอมรับของบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร Hatch et al. (2016) กล่าวว่า ภาพลักษณ์คือความประทับใจโดยรวมของลูกค้าที่มีต่อองค์การตามความรู้สึกและประสบการณ์ของพวกเขา นอกจากนี้ Kotler & Armstrong (2016) มองว่าภาพลักษณ์เป็นปัจจัยเฉพาะของผลิตภัณฑ์บริการที่นำเสนอโดยองค์การ

จากความหมายของภาพลักษณ์ขององค์การที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ทั้งหมดขององค์การ การบริหารงาน ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และภาพลักษณ์ต่อตราสินค้า และภาพลักษณ์เป็นแรงขับเคลื่อนภายในร่างกาย ส่งผ่านออกไปภายนอกร่างกายให้เป็นการกระทำ ภาพลักษณ์เป็นความคิดของคน กลุ่มคน ที่มีต่อสิ่ง ๆ หนึ่ง หรือหลาย ๆ สิ่ง ทั้งเป็นสิ่งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต

แนวคิดของ การแพทย์ทางไกล (telemedicine)

Lin & Yang, (2020) สังเกตเห็นความตั้งใจที่จะใช้การบริการแพทย์ทางไกล (telemedicine) ในให้บริการที่เรียกว่า บริการดูแลผู้ป่วยโรคหอบหืด (Asthma Care Mobile Service: ACMS) ซึ่งติดตามสถานะแบบเรียลไทม์ของผู้ป่วยโรคหอบหืด ในเรื่องนี้การใช้การแพทย์ทางไกล เชิงป้องกัน แจ้งเตือนบุคคลที่เข้าร่วมถึงการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเสื่อมสภาพหรือส่งผลกระทบต่อสภาพของพวกเขาก่อนที่จะเกิดขึ้น

Darkins, William & Cary (2018) อธิบายว่า แนวทางปฏิบัติการแพทย์ทางไกลหรือโทรเวช (telemedicine) และคลินิกออนไลน์“โทรเวช” หรือ “การแพทย์ทางไกล”(Telemedicine) หมายความว่า เป็นการส่งผ่านหรือการสื่อสารเนื้อหาทางการแพทย์แผนปัจจุบันโดยผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมทั้งจากสถานพยาบาลภาครัฐและ/หรือเอกชนจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งโดยอาศัยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้การปรึกษา คำแนะนำ แก่ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม หรือบุคคลอื่นใด เพื่อการดำเนินการทางการแพทย์ในกรอบแห่งความรู้ทางวิชาชีพเวชกรรมตามภาวะวิสัยและพฤติกรรมที่เป็นอยู่ โดยการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูง มีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ให้บริการด้วยค่าใช้จ่ายที่เป็นธรรม และยาและเวชภัณฑ์ที่มีคุณภาพมีมาตรฐาน

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับระบบงาน

Recker & Alter (2018) กล่าวว่า ระบบงาน คือ กรอบของระบบการทำงาน มุ่งเน้นไปที่รูปแบบของระบบงานและการดำเนินงาน หัวใจสำคัญคือ เวลาและการออกแบบธุรกิจที่ไม่ได้กำหนดกระบวนการไว้แน่นอนขึ้นอยู่กับสถานการณ์

ทฤษฎีระบบขององค์การหนึ่งองค์การจะเป็นระบบได้ต้องประกอบไปด้วย ปัจจัย 5 ประการ ได้แก่ 1) ปัจจัยนำเข้า (input) หมายถึง ทรัพยากรหรือสิ่งที่จำเป็นที่ต้องนำเข้าสู่ระบบเพื่อก่อให้เกิดการทำงาน 2) กระบวนการ (process) หมายถึง การแปรรูปปัจจัยนำเข้าหรือทรัพยากรให้เปลี่ยนเป็นผลผลิต 3) ผลผลิต (output) หมายถึงสิ่งที่ต้องการให้เกิดขึ้นตามวัตถุประสงค์ของระบบ 4) ผลย้อนกลับ (feedback) หมายถึง ส่วนที่ส่งผลกระทบต่อระบบ โดยสามารถใช้ เป็นกลไกในการควบคุมการทำงานของระบบให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และ 5) สภาพแวดล้อม (environment) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่อยู่ (Wiener, 2011)

สำหรับทฤษฎีเชิงระบบหรือ system theory เป็นการแก้ปัญหาในสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งองค์การจำเป็นต้องอย่างมากที่จะต้องพิจารณารายละเอียดของแต่ละปัญหาอย่างลึกซึ้ง การมองปัญหาโดยรวม หรือที่เรียกว่า systems view or systems approach และได้มีการขยายความว่า วิธีการเชิงระบบ มีความแตกต่างกับวิธีการเชิงวิเคราะห์ (analytical approach) ให้ตรงกับวิธีการเชิงระบบ ซึ่งเป็นกระบวนการในการแยกแยะจากส่วนร่วมทั้งหมดออกเป็นส่วน ๆ ที่เล็กกว่า เพื่อให้เข้าใจการทำหน้าที่ของส่วนร่วม วิธีการเชิงระบบอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีระบบทั่วไป ซึ่งความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการรวมเอาแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ มารวมกันเข้าเพื่อเป็นการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ (Schoderbek & Kefalas, 1985)

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยีได้รับการพัฒนาโดย Davis (1989) เพื่อพิจารณาถึงสิ่งที่เคยเป็นมาก่อนส่งผลต่อความตั้งใจของผู้คนที่จะยอมรับเทคโนโลยีใหม่ นี่เป็นหนึ่งในแบบจำลองที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและใช้บ่อยที่สุดในการตรวจสอบความตั้งใจที่จะนำเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรมมาใช้ (Kamal and Shafiq, 2020)

จันทรทัชา นาควชิระตระกูลและประภาส ศุภศิริสตัยกุล (2554) ได้ศึกษาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี โดยเป็นการรวบรวมทฤษฎีที่เกี่ยวกับการศึกษาถึงพฤติกรรมมนุษย์ด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกัน โดยผลของการศึกษาพบว่ามนุษย์มีความยอมรับการใช้เทคโนโลยี (มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับอิทธิพลของการให้การสนับสนุนด้านทรัพยากรและความช่วยเหลือ ด้านการให้คำแนะนำการใช้เทคโนโลยีนั้น ๆ (facilitating condition) และอิทธิพลผ่านพฤติกรรมแสดงถึงความตั้งใจที่จะนำเทคโนโลยีไปใช้ (behavior intention) ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน 1) ความคาดหวังด้านประโยชน์ใช้สอย (performance expectancy) 2) ความคาดหวังว่าเทคโนโลยีนั้นจะใช้งานได้ง่าย (effort expectancy) และแรงผลักดันจากสังคมหรือหน่วยงานอื่น (social influence)

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมจัดการ

นวัตกรรมเป็นผลมาจากการประมวลผลข้อมูลและความเชี่ยวชาญที่มุ่งเน้นไปที่บางอย่างหัวข้อ (Ritala and Almpantopoulou, 2018) กระบวนการผลิตความคิดใหม่เพื่อตอบสนองก็เรียก ปัญหาหรืออุปสรรคในการทำงานรูปแบบการนำวิธีการใหม่ ๆ มาใช้ในงานประจำวันและการนำแนวคิดใหม่ไปใช้ (Sudibjo and Prameswari, 2021)

สรุป นวัตกรรมองค์การสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทได้แก่ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ 2) นวัตกรรมทางการตลาดเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีอยู่แล้วให้เข้าถึงผู้บริโภคในกลุ่มใหม่ ในช่องทางใหม่ และ 3) นวัตกรรมกระบวนการซึ่งนับได้ว่าเป็นนวัตกรรมที่มีความสำคัญมากที่สุด โดยนวัตกรรมนี้จะทำให้เกิดการประหยัดต้นทุน เพิ่มความรวดเร็วและคุณภาพของสินค้า ตลอดจนความสำเร็จขององค์การเนื่องจากนวัตกรรมประเภทนี้จะไม่สามารถถูกลอกเลียนได้ง่าย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) มีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2562)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้ใช้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 1,798 คน (กรมการแพทย์, 2565) โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างคือ 20 เท่าของตัวแปรที่ศึกษา การศึกษาครั้งนี้มี 20 ตัวแปร กลุ่มตัวอย่างจึงเท่ากับ 400 คน (Grace, 2008)

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่จากกรมการแพทย์กระทรวงสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับการบริการแพทย์ทางไกล จำนวน 3 ท่าน 2) แพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่ให้บริการแพทย์ทางไกลโรงพยาบาลรัฐบาล จำนวน 5 คน 3) แพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่ให้บริการแพทย์ทางไกลโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 13 คน โดยคัดเลือกแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 6 ส่วน ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล นวัตกรรม การจัดการ ระบบงาน คุณภาพการให้บริการ การยอมรับเทคโนโลยี และภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีการตรวจสอบความตรง (Validity) ของเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยผ่านเกณฑ์ด้วยค่า 0.60-1.00 ทุกข้อคำถาม หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α - coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับทั้งฉบับเท่ากับ 0.981 จึงนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดได้ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive) ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอ้างอิง (Inferential) ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวัดความตรง (Validity) ด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Source of Data) สำหรับความเชื่อมั่น (Reliability) ได้พิจารณาถึงแหล่งข้อมูลว่ามีความน่าเชื่อถือได้ (Credibility) การพึ่งพากับเกณฑ์อื่น ๆ (Dependability) การถ่ายโอนผลการวิจัย (Transferability) และการไม่ลำเอียง (Bias) โดยข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ จะเป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) ที่ได้จากการสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึก นำมาถอดเทปเพื่อให้ได้บทสรุปของข้อคำถามในการสัมภาษณ์

การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Mixed Method) โดยนำผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ค่าอิทธิพลรวม มีค่าน้อยเรียงลำดับที่เป็นจุดอ่อนของการวิจัยเชิงปริมาณ นำไปเป็นหัวข้อสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อเป็นการปิดจุดอ่อนและยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณ ให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอ้างอิง (Inferential) ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ

ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก นำมาถอดเทปเพื่อให้ได้บทสรุปของข้อความในการสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา แล้วนำมายืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัย

1. ระดับของตัวแปรระบบงาน การยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการให้บริการ นวัตกรรมการจัดการ และ ภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	$\bar{x}$	SD	ลำดับที่	การแปลค่า
ภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกล	4.32	0.49	1	มากที่สุด
นวัตกรรมจัดการ	4.19	0.59	4	มาก
การยอมรับเทคโนโลยี	4.20	0.45	2	มาก
ระบบงาน	4.08	0.58	5	มาก
คุณภาพการให้บริการ	4.20	0.57	3	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกล มีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.32$) จัดเป็นลำดับ 1 นอกนั้นการยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการให้บริการ นวัตกรรมจัดการ และระบบงาน มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยจัดเป็นลำดับ 2,3,4 และ 5 โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงกันตามลำดับ $\bar{x} = 4.20, 4.20, 4.19$ และ 4.08

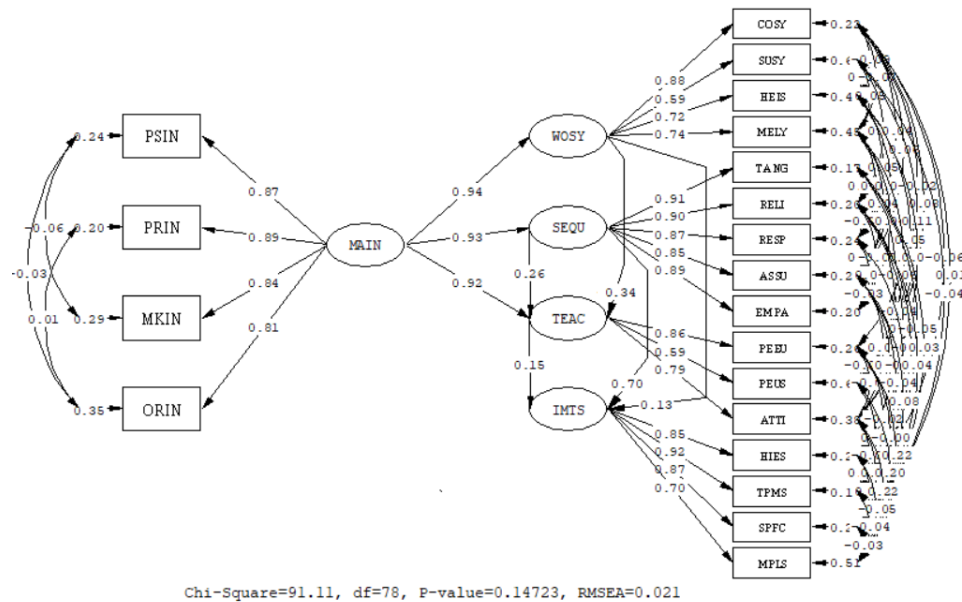
2. อิทธิพลของตัวแปร ระบบงาน การยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการให้บริการ และนวัตกรรมจัดการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 2 แสดงค่าการผ่านเกณฑ์มาตรฐานของแบบจำลองทางเลือก

รายการ	ค่าสถิติ	แบบจำลองตาม สมมติฐาน	แบบจำลอง ทางเลือก
1. Chi-square (χ^2)	*ต่ำใกล้ 0	859.49	91.11
	*เท่ากับ df	162	78
Relative Chi-square	ผลหาร (χ^2 / df) < 2.00	5.31	1.17
2. GFI	> 0.90	0.82	0.98
3. AGFI	> 0.90	0.77	0.94
4. RMR	เข้าใกล้ 0.00	0.020	0.007
5. RMSEA	< 0.05	0.104	0.021
6. CFI	*0.00-1.00	0.98	1.00
7. CN	> 200	97.64	484.99

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าของแบบจำลองทางเลือกที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าผ่านเกณฑ์ทุกค่า

ภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์แบบจำลองตามสมการโครงสร้างที่เป็นการจำลองทางเลือกที่ สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลักจากปรับค่าต่างๆ ของโมเดลแล้ว



ภาพที่ 2 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์แบบทางเลือก (standardized solution)

จากภาพที่ 2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรแฝง และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรประจักษ์มีค่าในเชิงบวกทุกตัว

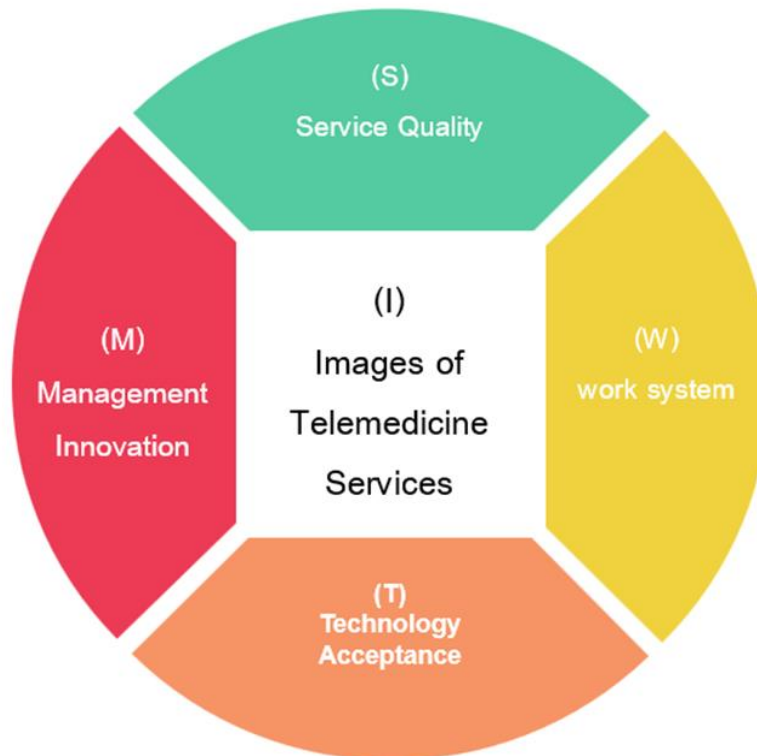
ตารางที่ 3 แสดงค่าสถิติ ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (DE) ทางอ้อม (IE) อิทธิพลรวม (TE) ของตัวแปรแฝงจากค่า Beta และ Gamma

ตัวแปรตาม	ความสัมพันธ์	ตัวแปรอิสระ				
		MAIN	WOSY	SEQU	TEAC	IMTS
WOSY	DE	0.94**	N/A	N/A	N/A	N/A
	IE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	TE	0.94**	N/A	N/A	N/A	N/A
SEQU	DE	0.93**	N/A	N/A	N/A	N/A
	IE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	TE	0.93**	N/A	N/A	N/A	N/A
TEAC	DE	0.92**	0.34*	0.26*	N/A	N/A
	IE	0.08*	N/A	N/A	N/A	N/A
	TE	1.00**	0.34**	0.26*	N/A	N/A
IMTS	DE	N/A	0.13*	0.70**	0.15*	N/A
	IE	0.90**	0.15*	0.14*	N/A	N/A
	TE	0.90**	0.28**	0.84**	0.15*	N/A
Chi-Square= 91.11, df=78 p-value = 0.147, GFI=0.98, AGFI=0.94, RMR=0.007, RMSEA=0.021, CFI=1.00, CN=484.99						



จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เรียงตามลำดับ 1 คือ นวัตกรรมจัดการ (MAIN) มีค่า 0.90 ลำดับ 2 คือ คุณภาพการให้บริการ (SEQU) มีค่า 0.84 ลำดับ 3 คือ ระบบงาน (WOSY) มีค่า 0.28 และลำดับที่ 4 คือ การยอมรับเทคโนโลยี (TEAC) มีค่า 0.15 ทั้งหมดที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.05

3. สร้างแบบจำลองภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



ภาพที่ 3 แบบจำลองภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากภาพที่ 3 พบว่า ได้แบบจำลองสมการโครงสร้างของภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่พัฒนาขึ้นคือ “MSWTI Model” เป็นแบบจำลองให้หน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริมภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกล ที่มุ่งเน้นให้พัฒนาภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลให้มีการบริการที่มีประสิทธิภาพสูง มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ราคาค่าบริการเป็นธรรมกับลูกค้า และยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้มีคุณภาพตามกฎหมายและตามมาตรฐานสากล

อภิปรายผล

1. ระดับของตัวแปรระบบงาน การยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการให้บริการ นวัตกรรมจัดการ และ ภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สรุปว่า ภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกล การยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการให้บริการ นวัตกรรมจัดการ และระบบงาน มีความสำคัญตามลำดับ อธิบายได้ว่า คุณภาพการให้บริการส่งผลต่อภาพลักษณ์ การยอมรับเทคโนโลยี โดยมีเอกสารชี้แจงรายละเอียดที่ชัดเจนในกระบวนการให้บริการ ให้คำแนะนำแก่ผู้ป่วยได้อย่างถูกต้อง แพทย์ผู้เชี่ยวชาญมีความกระตือรือร้น ระบบการให้บริการมีมาตรฐานในการให้บริการแพทย์ทางไกลเป็นที่ยอมรับของผู้ป่วย และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญกับความต้องการเฉพาะของผู้ป่วยแต่ละคน ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจากเห็นผลว่า โรงพยาบาลมีคุณภาพการให้บริการที่ดีมีระบบการให้บริการที่เป็นรูปธรรม สามารถ

ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ส่งผลให้ลูกค้ามีความเชื่อถือไว้วางใจ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Rana, Tandon, and Kumar, (2023) ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของแพทย์ทางไกล ซึ่งจะส่งผลต่อการใช้งานจริงและการพัฒนาที่ยั่งยืน และสอดคล้องกับการวิจัยของ Dayani, Rivai, and Aditya, (2022) ที่ศึกษาเรื่อง The Impact of E-Service Quality and Brand Trust on Repurchase Intention with Customer Satisfaction as Intervening for Telemedicine Application Users ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้ากับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นการแทรกแซงผู้ใช้แอปพลิเคชันแพทย์ทางไกล

2. อิทธิพลของตัวแปร ระบบงาน การยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการให้บริการ และนวัตกรรมการจัดการที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สรุปว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกล ได้แก่ นวัตกรรมจัดการ ลำดับ 2 คือ คุณภาพการให้บริการ ลำดับ 3 คือ ระบบงาน และลำดับที่ 4 คือ การยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อธิบายได้ว่า นวัตกรรมจัดการส่งผลต่อภาพลักษณ์ โดยระบบการให้บริการแพทย์ทางไกลในวัฏจักรในการผลิตภัณท์ยาที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีกระบวนการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว มีการคิดค้นวิธีการทางการตลาดแบบใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ป่วยมากยิ่งขึ้น และระบบการแพทย์ทางไกลช่วยให้โรงพยาบาลมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Li, et al, (2018) ที่ศึกษาเรื่อง From employee-experienced high-involvement work system to innovation: An emergence-based human resource management framework ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมจัดการที่เกี่ยวข้องกับพนักงานที่มีประสพการณ์สูง (HIWS) ส่งผลต่อการเสริมสร้างระบบงานโดยการกระตุ้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์ร่วมกันสำหรับการแลกเปลี่ยนความรู้และการรวมตัว และสอดคล้องกับการวิจัยของ Verfurth, (2021) ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรม ส่งผลต่อการให้บริการทางไกลของเยอรมันสำหรับโรคเบาหวาน

3. แบบจำลองภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สรุปว่า การสร้างแบบจำลองแบบจำลองภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต้องให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้นคือ “การยอมรับเทคโนโลยี” กล่าวคือ ต้องประกอบด้วย การรับรู้ความง่ายในการใช้ระบบ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากระบบ และทัศนคติต่อระบบ การให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับ “ระบบงาน” ที่ประกอบด้วยระบบให้คำปรึกษา ระบบเฝ้าระวัง ระบบข้อมูลสุขภาพ ระบบการเรียนรู้ทางการแพทย์ ให้ความสำคัญอย่างยิ่งคือ “คุณภาพการให้บริการ” ที่ต้องประกอบด้วยความเนรूपธรรมาการให้บริการ การตอบสนองความต้องการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการ “นวัตกรรมจัดการ” ที่ต้องให้ความสำคัญกับ นวัตกรรมผลิตภัณท์หรือบริการ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิภาวัญ วรรณพพรชัย (2564) ได้ศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้ระบบแพทย์ทางไกลเพื่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการระบบการแพทย์ฉุกเฉินทางไกลชนบท พบว่า ผู้ใช้บริการต้องเกิดยอมรับเทคโนโลยีส่งผลทำให้เกิดการพัฒนาาระบบแพทย์ทางไกลเพื่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการระบบการแพทย์ฉุกเฉินทางไกลชนบทได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. โรงพยาบาลไม่ว่าภาครัฐหรือเอกชน ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณท์ เช่น ระบบการแพทย์ทางไกล พัฒนานวัตกรรมการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. โรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชนควรมีการพัฒนาช่องทางระบบงานเกี่ยวกับการให้คำปรึกษา โดยการจัดแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความสามารถคอยให้คำปรึกษาแก่ผู้ป่วย อย่างเป็นระบบ มีการกำหนด ตารางการให้ปรึกษาของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนอย่างเป็นรูปธรรม

3. โรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชนควรมีการดำเนินการให้บริการแพทย์ทางไกลอย่างเป็นรูปธรรม ควรมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการใช้งานอย่างเป็นระบบ มีการจัดทำแผนเพื่อขับเคลื่อนระบบการแพทย์ ทางไกลอย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

4. โรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชนต้องมีการพัฒนาระบบการให้บริการแพทย์ทางไกลให้มีความง่าย ต่อการใช้งานมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ป่วยทุกระดับสามารถเข้าถึงระบบการแพทย์ทางไกลอย่างเสมอภาค

5. โรงพยาบาลภาครัฐและเอกชนควรมีการสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการทางการแพทย์มากยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาระบบการเข้าถึงอย่างเป็นรูปธรรม มีการประชาสัมพันธ์ระบบไปทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และประชาชนทุกระดับสามารถเข้าถึงการบริการแพทย์ทางไกล โรงพยาบาลมีการจัดแพทย์และพยาบาล ผู้เชี่ยวชาญคอยให้ปรึกษาอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับนโยบายของภาครัฐโดยเฉพาะที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการให้บริการแพทย์ ทางไกลการพัฒนาในประเด็นกฎหมายและระเบียบการเกี่ยวกับการกำกับดูแลระบบการแพทย์ทางไกล

2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ อาทิเช่น เทคโนโลยี นวัตกรรมทางการแพทย์เพื่อให้เกิดการ พัฒนาภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากยิ่งขึ้น

3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบภาพลักษณ์การให้บริการแพทย์ทางไกลในกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล

เอกสารอ้างอิง

- จันทร์ทา นาควชิตรตระกูล และประภาส ศฤงศิริสัทยากุล. (2554). การประยุกต์การบำรุงรักษาแบบทวีผลแบบ ทุกคนมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพกระบวนการผลิตสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตฟิล์มโพลี เอสเตอร์ขนาดย่อม. การประชุมวิชาการข่ายงานวิศวกรรมอุตสาหกรรม
- ธนพร ทองจุต. (2564). ปัจจัยของการตรวจรักษาด้วยโทรเวชกรรมที่มีผลต่อทัศนคติและความตั้งใจเลือกใช้ บริการโทรเวชกรรมของผู้บริการของโรงพยาบาลรามธิบดี. *วารสารสุขภาพ*, 20(45), 28 – 39.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2564). *อนาคต Telemedicine หลังวิกฤต COVID-19*. ค้นเมื่อ 20 กันยายน 2565, จาก <https://www.prachachat.net/columns/news-717825>
- ไพศาล มณีสว่าง.(2561). รายงานโครงการพัฒนาต้นแบบของเทคโนโลยีที่ช่วยในการพัฒนาคุณภาพการ ให้บริการทางการแพทย์ฉุกเฉินทางไกลในชนบทโดยผ่านเครือข่ายดิจิทัลความเร็วสูง. ค้นเมื่อ 20 กันยายน 2565, จาก <http://nuradio.nu.ac.th/?p=4096>
- วิภาวณีย์ อรรถนพพรชัย. (2564). การประยุกต์ใช้ระบบแพทย์ทางไกลเพื่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ระบบการแพทย์ฉุกเฉินทางไกลชนบท. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น*, 7(3), 256- 279.
- สมเกียรติ แสงวัฒนาโรจน์. (2563). ปวดท้อง (ที่ต้อง)ร้องหาหมอ. *วารสารหมอชาวบ้าน*, 3(40),30-35.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคณะ (2551). *แบบจำลองสมการโครงสร้าง*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- Darkins, A. W., & Cary, M. A. (2018). *Telemedicine and telehealth: principles, policies, performance, and pitfalls*. New York: Springer Pub.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 13, 319-340.

- Dayani, A., Rivai, A. K., & Aditya, S. (2022). The Impact of E-Service Quality and Brand Trust on Repurchase Intention with Customer Satisfaction as Intervening for Telemedicine Application Users. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 35-56.
- Craig, J. & Patterson, V. (2015). Introduction to the practice of telemedicine. *Journal of Telemedicine and Telecare*, 11(1), 3-9.
- Grace, J. B. (2008). Structural Equation Model. For observational studies. *Journal of Wild life Management*, 72(1), 14-22.
- Hatch, G., Ebert, L. C., Ampanozi, G., Thali, M. J., & Ross, S. (2016). You cannot touch this: touch-free navigation through radiological images. *Surgical innovation*, 19(3), 301-307.
- Kamal, S. A., Shafiq, M., & Kakria, P. (2020). Investigating acceptance of telemedicine services through an extended technology acceptance model (TAM). *Technology in Society*, 60, 101212.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Li, Y. et al. (2018). From employee-experienced high-involvement work system to innovation: An emergence-based human resource management framework. *Academy of Management Journal*, 61(5), 2000-2019.
- Lin, S., Gao, S., & Yang, H. (2020). Nano sensor-based flexible electronic assisted with light fidelity communicating technology for volcanologist-based telemedicine. *ACS nano*, 14(11), 15517-15532.
- Rana, S., Tandon, U., & Kumar, H. (2023). Understanding medical service quality, system quality and information quality of Tele-Health for sustainable development in the Indian context. *Kybernetes*. <https://doi.org/10.1108/K-01-2023-0005>
- Recker, J., & Alter, S. (2018). Using the work system method with freshman information systems students. *Journal of Information Technology Education: Innovations in Practice*, 11(1), 1-24.
- Ritala, P., & Almpantopoulou, A. (2018). In defense of 'eco' in innovation ecosystem. *Technovation*, 60, 39-42.
- Schoderbek, P. P., & Kefalas, A. G. (1985). *Management systems: conceptual considerations*. (3rd ed.). Business Publications.
- Sudibjo, N., & Prameswari, R. K. (2021). The effects of knowledge sharing and person-organization fit on the relationship between transformational leadership on innovative work behavior. *Heliyon*, 7(6), e07334.
- Verfurth, M. (2021). *Analysis of healthcare professionals' acceptance of service innovations in the German telemonitoring market for diabetes*. Member States: Report on the second global survey on eHealth.
- Wiener, M., Matell, M. S. & Cosiott, H. B. (2011). Multiple mechanisms for temporal processing. *Frontiers in integrative neuroscience*, 5(31), 1-3.
- World Health Organization. (2012). *Telemedicine: opportunities and developments in Member States: Report on the second global survey on eHealth*. *Healthc Inform Res*, 18(2), 153-155.

แบบจำลองประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ ในประเทศไทย

Business Performance Model of Butcher Shop Entrepreneur in Thailand

ภัทรพงศ์ จันทรเจริญ¹, สุพัตรา ปราณี² และ บัณฑิต พึ่งนรินทร์³

Pattarapong Chanchaen¹, Supattra Pranee² and Bundit Pungnirund³

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: pattarapongchanchaen@gmail.com¹

Received: 2024-3-25; Revised: 2024-3-30; Accepted: 2024-3-31

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของวิจัยนี้เพื่อ 1) ศึกษาระดับของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ 2) ศึกษาอิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง บรรยากาศองค์กร ความพึงพอใจในงาน ความผูกพัน ต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ 3) พัฒนารูปแบบจำลองประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ จำนวน 420 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการโครงสร้าง การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารหรือผู้จัดการร้านสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป และผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จำนวน 15 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ อยู่ในระดับมากที่สุด 2) การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) รูปแบบประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจของพนักงานจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นโดยมีชื่อว่า TIC ED Model (T = Total quality management, I = Innovation, C = Competitive Advantage, E = Entrepreneurial orientation, D = Dynamic Capability)

คำสำคัญ: แบบจำลองประสิทธิผล, การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ, การบริหารคุณภาพโดยรวม, นวัตกรรม, ความสามารถเชิงพลวัต

Abstract

This research aimed to study 1) the levels of entrepreneurial orientation, total quality management, innovation, dynamic capability, competitive advantage, and business performance, 2) Influence of entrepreneurial orientation, total quality management, innovation, dynamic

capability, and competitive advantage towards business performance, and 3) business performance of the butcher shop entrepreneur model development. This research employed mixed-method techniques and quantitative method; the sample group of this research was 420 entrepreneurs using a proportional stratified random sampling by each region. Data collection referred to a questionnaire and analyzed data by mean, standard deviation and structural equational modeling analysis. In addition, this qualitative research used focus group discussion. Including executives or managers of stores selling meat products with working experience of 5 years or more, and executives of related government agencies, totaling 15 people, in-depth analysis was conducted using content analysis.

The research found that 1) levels of entrepreneurial orientation, total quality management, innovation, dynamic capability, competitive advantage, and business performance were the highest. 2) total quality management, innovation, and competitive advantage significantly influenced the business performance with a significance level of .05, and 3) business performance of the butcher shop entrepreneur in Thailand model developed by the researcher was namely TIC ED Model (T = Total quality management, I = Innovation, C = Competitive advantage, E = Entrepreneurial orientation D = dynamic capability)

Keywords: Business Performance Model, Entrepreneurial Orientation, Total Quality Management, Innovation, Dynamic Capability

บทนำ

หลังจากวิกฤตการณ์การเกิดโรคระบาดโควิด-19 ที่ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคม ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจภาคต่าง ๆ จำเป็นต้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานธุรกิจที่มีการแข่งขัน และต้องการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม ด้านนวัตกรรม ด้านความสามารถเชิงพลวัต และด้านความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น และมีรายได้เติบโตที่ยั่งยืน การประเมินของประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจ พิจารณาจากการทำกำไร การเติบโตของธุรกิจ ความอยู่รอด และความพึงพอใจของลูกค้า วัตถุประสงค์ในการประเมินผลการดำเนินงานธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจปรับปรุงแผนการดำเนินงานธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ และใช้กำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายอย่างยั่งยืน

จากการทบทวนวรรณกรรมระหว่างปี ค.ศ. 2016 - 2022 พบว่านักวิชาการได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับตัวแปรประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจ (Business Performance) ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) นวัตกรรม (Innovation) ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability) และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) โดยพบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และนวัตกรรมมีบทบาทที่สำคัญในการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจขนาดย่อม (Kee & Rahman, 2020) การนำความคิดริเริ่มทางธุรกิจใหม่ ๆ จะช่วยค้นหาโอกาสความเป็นไปได้ในการตอบสนองต่อความท้าทายของตลาดมากขึ้น และนำหน้าคู่แข่งทางธุรกิจ ทำให้ผู้บุกเบิกในการเสนอผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการใหม่ (Rezaei & Ortt,

2018) ความสามารถเชิงพลวัตเป็นปัจจัยในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมหนึ่งได้อย่างรวดเร็วย่อมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจได้ (Ferreira & Coelho, 2020; Correia, Dias, & Teixeira, 2021) การจัดการคุณภาพโดยรวมเป็นแนวทางปรัชญาการจัดการที่แสวงหาวิธีปรับปรุงกระบวนการหรือขั้นตอนการดำเนินงานองค์กรอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนากระบวนการผลิตสินค้า และการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า (Al-Dhaafri, Al-Swidi, & Yusoff, 2016) การจัดการคุณภาพโดยรวม จึงมีบทบาทสำคัญต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจในระยะยาวและต่อเนื่อง (Bhaskar, 2017)

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต และความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ จึงนำไปสู่การวิจัยเพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาปรับใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ในการกำหนดกลยุทธ์ นโยบาย และแนวทางการดำเนินงานธุรกิจ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย และนำไปปรับรูปแบบการดำเนินงานธุรกิจตามเป้าหมายขององค์กรอย่างยั่งยืน และยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ที่สอดคล้องกับทิศทางและความต้องการของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต และความได้เปรียบทางการแข่งขัน และประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย
3. เพื่อพัฒนารูปแบบจำลองประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงต่อการบริหารคุณภาพโดยรวมของธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย (H1)
2. ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถเชิงพลวัตของธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย (H2)
3. ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมของธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย (H3)
4. ปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพโดยรวมมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถเชิงพลวัตของธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย (H4)
5. ปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพโดยรวมมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย (H5)
6. ปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพโดยรวมมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย (H6)
7. ปัจจัยด้านนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถเชิงพลวัตของธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย (H7)

8. ปัจจัยด้านนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย (H8)

9. ปัจจัยด้านนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย (H9)

10. ปัจจัยด้านความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย (H10)

11. ปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย (H11)

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจ (Business Performance) เป็นตัวชี้วัดสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จ และบ่งชี้ให้เห็นศักยภาพในการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างดี และการได้รับการสนับสนุน นักวิชาการให้ความคิดเห็นว่า ประสิทธิภาพผลการดำเนินงานธุรกิจ ซึ่งประเมินผลมาจากการดำเนินงานที่ผ่านมาของธุรกิจในรูปแบบด้านการเงิน คือ การเติบโตของกิจการ การทำกำไร ความอยู่รอดของธุรกิจ เป็นต้น และผลการดำเนินงานธุรกิจที่ไม่ใช้การเงิน ประกอบด้วย เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น ประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมมีทั้งหมด 8 มิติ ประกอบด้วย ประสิทธิภาพ การเติบโต กำไร ขนาด สภาพคล่อง ความสำเร็จ ส่วนแบ่งการตลาด และโครงสร้างของทุน (Murphy et al., 1996) ประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจที่มาใช้ประเมินของผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย ได้แก่ การทำกำไร การเติบโต ความอยู่รอดของธุรกิจ และความพึงพอใจของลูกค้า

2. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

Hoque, (2018) ศึกษาพบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความสามารถทางนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สอดคล้องกับแนวคิด Monteiro, Soares, & Rua, (2017) พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความสามารถทางนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจการส่งออก เช่นเดียวกับ Ali, Hilman, & Gorondutse (2020); Ibarra-Cisneros & Hernandez-Perlines (2020) นอกจากนี้การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจ (Tuan, 2017; Santos, Marques, & Ferreira, 2020)

3. การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) เป็นการบริหารงานโดยทุกคนจะมีส่วนร่วมในพัฒนาการทำงานเพื่อก้าวไปสู่ความเป็นเลิศขององค์กร โดยการใช้ทักษะและความสามารถของตนเองมาปรับปรุงการทำงานในหน้าที่ที่ความรับผิดชอบ และพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของสินค้า หรือการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง มีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ภาวะความเป็นผู้นำ การมุ่งเน้นลูกค้า การอบรมและพัฒนา ข้อมูลและการวิเคราะห์ และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง Hilman et al. (2019) กล่าวว่า ผู้นำต้องปฏิบัติตนให้เป็นต้นแบบที่ดีให้กับพนักงานในองค์กรทุกคน เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์องค์กร และร่วมกำหนดแนวทางยุทธศาสตร์หรือทิศทางที่ชัดเจนให้แก่องค์กร Antunes, Quirós, & Justino (2017) ศึกษาพบว่า การบริหารคุณภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินการขององค์กร สอดคล้องกับแนวคิดของ Sahoo & Yadav (2018) พบว่า การบริหารคุณภาพโดยรวมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินการผลิตและความพึงพอใจของลูกค้า

4. นวัตกรรม (Innovation) เป็นสิ่งใหม่หรือถูกพัฒนาปรับปรุงขึ้นตอนให้แตกต่างจากเดิม แบ่งออกเป็น 4 ประเภท (OECD/Eurostat, 2018) คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมองค์กร Migdadi (2019) ศึกษาพบว่า นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการด้านการจัดการ และด้านการตลาด มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ เช่นเดียวกับ Kafetzopoulos, Psomas and Skalkos (2019) พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ นอกจากนี้งานวิจัยของ Turulja & Bajgoric (2019) ศึกษาพบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ

5. ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability) แบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ (Teece, Pisano, & Shuen, 1997) ได้แก่ การค้นหาโอกาสธุรกิจ (Sensing Capacity) การคว้าโอกาสธุรกิจ (Seizing Capacity) และการปรับเปลี่ยนทรัพยากร (Reconfiguring Capacity) จากการศึกษาพบว่า ความสามารถในการเรียนรู้ (Learning Capability) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการเงิน (Omeke, Ngoboka, Nkote, & Kayongo, 2021) นอกจากนี้งานวิจัยของ Ferreira & Coelho (2020) พบว่า ความสามารถเชิงพลวัตมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และประสิทธิภาพผลการดำเนินงานธุรกิจ และ Correia, Dias, & Teixeira (2021) พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน (การสร้างความแตกต่างและการเป็นผู้นำด้านต้นทุน) มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสามารถเชิงพลวัต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Karman & Savaneviciene (2021) พบว่า การค้นหาโอกาสธุรกิจ และการปรับเปลี่ยนทรัพยากรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนขององค์กร และความสามารถเชิงพลวัตมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจด้านการเงิน และประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร (Zhou et al., 2018)

6. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง และความเป็นผู้นำด้านต้นทุน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจของบริษัท (Correia, Dias, & Teixeira, 2021) มีความสอดคล้องกับงานวิจัย Ferreira & Coelho (2020) พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจของ SME เช่นเดียวกับงานวิจัยอื่นๆ พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน (ความแตกต่างและการเป็นผู้นำด้านต้นทุน) มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ (Rua, França & Fernández, 2018) จากการศึกษาของ Udriyah et al. (2019) พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจประเภทสิ่งทอ นอกจากนี้ความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดย่อม (Kiyabo & Isaga, 2020) เช่นเดียวกับ Abeysekara, Wang and Kuruppuarachchi (2019) พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจเครื่องนุ่งห่ม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ที่เข้าร่วมโครงการเนื้อสัตว์อนามัย กรมปศุสัตว์ในประเทศไทย จำนวน 4,896 แห่ง (ข้อมูล ณ วันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย จำนวน 420 แห่ง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 420 คน เนื่องจากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามครั้งนี้เป็นรูปแบบ

ออนไลน์ ผู้วิจัยเพิ่มจำนวนแบบสอบถาม 60 ฉบับ เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีข้อมูลครบถ้วนในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 ภูมิภาค สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (Stratified Sampling) เฉลี่ยจำนวนกลุ่มตัวอย่างภูมิภาคละ 80 คน พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้นจำนวน 420 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 89.38

เครื่องมือการวิจัย

1. ลักษณะของเครื่องมือในงานวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งได้ศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษาโดยมีรายละเอียด แบบสอบถามแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 ข้อ แบบสอบถามแบบตัวเลือก (Check List)

ตอนที่ 2 สอบถามระดับผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย ลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีข้อคำถามด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 12 ข้อ ข้อคำถามด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม จำนวน 22 ข้อ ข้อคำถามด้านนวัตกรรม จำนวน 15 ข้อ ข้อคำถามด้านความสามารถเชิงพลวัต จำนวน 16 ข้อ ข้อคำถามด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน จำนวน 8 ข้อ และข้อคำถามด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ จำนวน 12 ข้อ

ตอนที่ 3 สอบถามข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับแนวทางการปรับปรุงผลการดำเนินงานธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย ตามปัจจัยที่นำเสนอ

2. นำแบบสอบถามตรวจสอบคุณภาพด้วยการหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ หาความเชื่อมั่น (Reliability) และทดลองใช้ (Try Out) จำนวน 60 ชุด ทดสอบความเชื่อมั่นทำด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.97 และตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้ค่าเท่ากับ $\chi^2 = 86.303$, $df = 67$, $p\text{-value} = 0.056$, $\chi^2 / df = 1.288$, $GFI = 0.981$, $AGFI = 0.935$, $NFI = 0.994$, $RMSEA = 0.026$, $PCLOSE = 0.997$ และวิเคราะห์จากค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Factor Loading Score: λ) ค่าความเชื่อถือได้ขององค์ประกอบ (Composite Reliability: ρ_c) และค่าความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variable Extracted: ρ_v) โดยพิจารณาพร้อมกับค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (ρ_c) ซึ่งควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 ขึ้นไป และค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ (ρ_v) ควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 ขึ้นไป (Fornell & Larcker, 1981)

การวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ได้จากแบบสอบถามมีรายละเอียด ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความเป็นจริงของตัวแปรที่ศึกษา ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. การวิเคราะห์โมเดลตามกรอบการวิจัย สถิติที่ใช้ ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มเป้าหมาย เป็นผู้บริหารหรือผู้จัดการร้านสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป และผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องที่ปฏิบัติงานในตำแหน่งเดิมโดยมีอายุในการปฏิบัติงานตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยใช้เกณฑ์ความอิ่มตัวทางทฤษฎี (Theoretical Saturation) จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ลักษณะข้อคำถามเป็นข้อคำถามปลายเปิด เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการทำสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผ่านระบบออนไลน์ กลุ่มละ 5 ท่าน จำนวน 3 กลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกด้วยการนำข้อมูลทั้งหมด มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

1. ระดับของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ แสดงผลการวิจัยในตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการแปลผลระดับของตัวแปรที่ศึกษา (n = 420)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	4.43	0.60	มากที่สุด
การบริหารคุณภาพโดยรวม	4.41	0.78	มากที่สุด
นวัตกรรม	4.30	0.76	มากที่สุด
ความสามารถเชิงพลวัต	4.43	0.69	มากที่สุด
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	4.29	0.75	มากที่สุด
ประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ	4.28	0.75	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าตัวแปรแฝงที่ทำการศึกษามีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.28 - 4.43 โดยที่ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยด้านความสามารถเชิงพลวัต มีค่าเฉลี่ยเท่ากันและมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยการบริหารคุณภาพโดยรวม ปัจจัยด้านนวัตกรรม ปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน และปัจจัยด้านประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ ตามลำดับ

2. อิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผลการวิเคราะห์ พบว่า แบบจำลองตามสมมติฐาน ยังไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้อง (Fit Index) ดังนี้ $\chi^2 = 1925.977$, $df = 178$, $p\text{-value} = .000$, $\chi^2/df = 10.820$, $GFI = 0.717$, $AGFI = 0.632$, $NFI = 0.871$, $IFI = 0.881$, $CFI = 0.881$, $RMR = 0.025$, $SRMR = 0.049$, $RMSEA = 0.153$, $PCLOSE$ (p-value for test of close fit) = 0.000 และ $CN = 46$ จึงส่งผลทำให้การประมาณค่าพารามิเตอร์ในแบบจำลองสมการโครงสร้าง ไม่มีความน่าเชื่อถือเพียงพอ ผู้วิจัยจึงได้ทำการปรับโมเดลให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของปัจจัยด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ส่งผลต่อปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม ปัจจัยด้านความสามารถเชิงพลวัต ปัจจัยด้านนวัตกรรม ปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน และปัจจัยด้านประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ ในทำนองเดียวกันปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม ส่งผลต่อปัจจัยด้านความสามารถเชิงพลวัต ปัจจัยด้านนวัตกรรม ปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน และปัจจัยด้านประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ ดังภาพที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) จากแบบจำลองสมการปรับแก้ (n = 420)

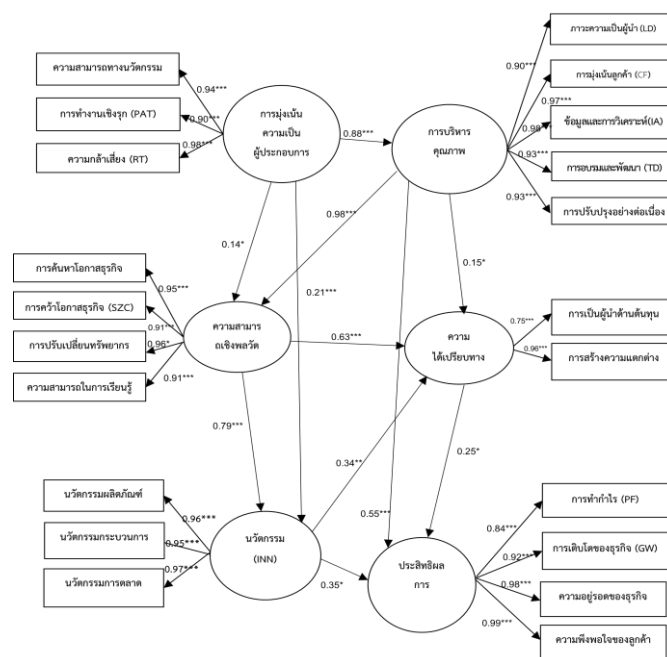
ตัวแปรตาม (Dependent Variable)	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรต้น (Independent Variable)				
			การมุ่งเน้นความ เป็นผู้ประกอบการ (EPO)	การบริหารคุณภาพ โดยรวม (TQM)	ความสามารถเชิง พลวัต (DMC)	นวัตกรรม (INN)	ความได้เปรียบ ทาง การแข่งขัน (CPA)
การบริหารคุณภาพ โดยรวม (TQM)	0.78	ทางตรง	0.88*** (10.29)	-	-	-	-
		ทางอ้อม	-	-	-	-	-
		โดยรวม	0.88*** (10.29)	-	-	-	-
ความสามารถเชิง พลวัต (DMC)	0.92	ทางตรง	0.14* (2.04)	0.98*** (13.46)	-	-	-
		ทางอ้อม	0.67*** (9.94)	-	-	-	-
		โดยรวม	0.81*** (12.09)	0.98*** (13.46)	-	-	-
นวัตกรรม (INN)	0.94	ทางตรง	0.21*** (3.62)	-	0.79*** (15.06)	-	-
		ทางอ้อม	0.64*** (11.60)	0.86*** (12.04)	-	-	-
		โดยรวม	0.85*** (15.41)	0.86*** (12.04)	0.79*** (15.06)	-	-
ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน (CPA)	0.82	ทางตรง	-	0.15* (2.17)	0.63*** (4.71)	0.34** (2.79)	-
		ทางอ้อม	0.75*** (11.10)	0.76*** (9.75)	0.27* (2.05)	-	-
		โดยรวม	0.75*** (11.10)	0.91*** (9.21)	0.89*** (6.85)	0.34** (2.79)	-
ประสิทธิผลการ ดำเนินงานธุรกิจ (BSP)	0.48	ทางตรง	-	0.55*** (3.54)	-	0.35* (2.14)	0.25* (2.14)
		ทางอ้อม	-	0.34*** (3.32)	0.28* (2.15)	0.31* (2.51)	-
		โดยรวม	-	0.89*** (6.13)	0.28* (2.15)	0.66*** (4.28)	0.25* (2.14)

$\chi^2 = 86.303$, df = 67, p-value = 0.056, $\chi^2 / df = 1.288$, RMSEA = 0.026, PCLOSE (p-value for test of close fit) = 0.997, GFI = 0.981, AGFI = 0.935, NFI = 0.994, IFI = 0.999, CFI = 0.999, RMR = 0.007, SRMR = 0.026 และ CN = 423

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (p < .05) *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 (p < .001)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานทุกข้อ ดังภาพที่ 2



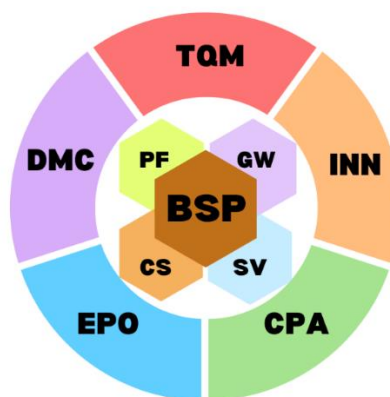
ภาพที่ 2 แบบจำลองสมการโครงสร้างปรับแก้ (Adjusted Model) ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย (n = 420)



3. การพัฒนารูปแบบจำลองประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุ ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต และความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการต้องมีความเชื่อมั่น ถ้าที่จะตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ รวมถึงการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า โดยพิจารณาการปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจตามความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และอาศัยการวิเคราะห์ความสามารถของคู่แข่งในตลาด เพื่อกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความสามารถทางนวัตกรรมหรือมีความสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าและบริการให้ทันสมัย ทำให้สามารถดึงดูดลูกค้าได้อย่างดี การค้นคิดวิธีการใหม่ ๆ ในการปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่องให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ การเติบโต และอยู่รอดได้ จำเป็นต้องกล้าเสี่ยงในการลงทุนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายธุรกิจ และประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์เพื่อความได้เปรียบการแข่งขันด้านสร้างความแตกต่าง และการเป็นผู้นำด้านต้นทุน เพื่อป้องกันไม่ให้คู่แข่งรายใหม่เข้าตลาดได้ง่าย ทั้งนี้ผู้ประกอบการจึงต้องเรียนรู้ มีความสามารถในการค้นหาโอกาสใหม่ ๆ เพื่อตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาระบบการบริหารจัดการให้กระบวนการผลิตเนื้อสัตว์นั้นมีคุณภาพและความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ต้องใช้การบริหารคุณภาพโดยรวม ซึ่งเป็นการบริหารขององค์กรที่มุ่งเน้นคุณภาพซึ่งทุกคนมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพโดยคำนึงถึงลูกค้าเป็นสำคัญ และผู้บริหารองค์กรให้การสนับสนุนในกิจกรรมปรับปรุงขั้นตอนการทำงาน (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2, 6, 11)

โดยการมุ่งเน้นการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ มีนวัตกรรมสร้างสินค้าใหม่ ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียมซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภคได้ รวมถึงการให้บริการลูกค้าในทุกช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ หรือแอปพลิเคชัน จะทำให้มีส่วแบ่งการตลาดสูงขึ้น แต่ช่องทางในร้านจำหน่ายแบบเดิมได้ปรับปรุงให้มีขนาดพื้นที่ให้บริการและรูปแบบที่หลากหลายตามกับความต้องการผู้บริโภค หรือกำลังซื้อของลูกค้า กรณีสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มีความพึงพอใจ ก็ทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน โดยการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจจากการขยายฐานลูกค้า และการสร้างสินค้าใหม่ (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, 8, 10)

ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีความกล้าในการนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ โดยการนำนวัตกรรม การผลิต ปรับปรุงกระบวนการ การส่งเสริมทางการตลาดที่มากขึ้น การเพิ่มความสามารถในการปรับเปลี่ยนทรัพยากรที่มีความเหมาะสม การนำข้อมูลมาวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันสร้างความแตกต่างระหว่างผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย โดยสามารถพัฒนารูปแบบจำลองได้ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 TIC-ED Model

หมายเหตุ

T = Total quality management (TQM)

BSP = Business Performance

I = Innovation (INN)

PF = Profitability

C = Competitive advantage (CPA)

GW = Growth

E = Entrepreneurial Orientation (EPO)

SV = Survival

D = Dynamic Capability (DMC)

CS = Customer satisfaction

อภิปรายผล

1. ระดับของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต และความได้เปรียบทางการแข่งขัน และประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ระดับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต และความได้เปรียบทางการแข่งขัน และประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต และความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นปัจจัยเริ่มต้นในการส่งเสริมให้เกิดประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ทรงศรี ด้านพัฒนาภูมิ (2557) ที่ศึกษาเรื่องประสิทธิผลการดำเนินงานของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ประกอบด้วยองค์กร บุคลากร เทคโนโลยีสารสนเทศ กระบวนการของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ผลสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และประสิทธิผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกของประเทศไทยอยู่ในระดับมากที่สุด การวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกของประเทศไทย

2. อิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต และความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย ผลการวิจัยมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sahoo & Yadav (2018) ที่ศึกษาเรื่อง Total Quality Management in Indian Manufacturing SMEs. Procedia Manufacturing ผลการวิจัยพบว่า การบริหารคุณภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกประสิทธิผลการดำเนินงานด้านการผลิต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kee & Rahman (2020) ที่ศึกษาเรื่อง Entrepreneurial orientation, Innovation and SME performance: A study of SME in Malaysia using PLS-SEM ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ

3. การพัฒนารูปแบบจำลองประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย อภิปรายผลดังนี้ การดำเนินงานธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้ ประเมินจากปัจจัยด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม ซึ่งผู้บริหารระดับสูงสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการพัฒนา ปรับปรุงสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐาน มีการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของลูกค้า โดยมีการอบรมให้ความรู้ในองค์กร เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานให้ถูกต้อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Correia, Dias and Teixeira (2021) ที่ศึกษาเรื่อง Dynamic capabilities and competitive advantages as mediator variables between market orientation and business performance ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความสามารถเชิงพลวัต และปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานธุรกิจ ดังนั้นจากการวิจัย

ในครั้งนี้ จึงสามารถสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ ประกอบด้วยปัจจัยเชิงสาเหตุ ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารคุณภาพโดยรวม นวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน นำไปสู่การพัฒนาในรูปแบบจำลองประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ เพื่อใช้ในการตรวจและประเมินของผลการดำเนินธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ตามเป้าหมายธุรกิจที่กำหนดไว้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปปรับปรุงองค์กรธุรกิจให้สอดคล้องกับนโยบายอาหารปลอดภัย และพัฒนาธุรกิจไปสู่องค์กรที่สามารถในการแข่งขัน เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าการบริหารคุณภาพโดยรวม มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์มากที่สุด
2. ผู้ประกอบการธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ ควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารสำหรับผู้บริโภค โดยมีหน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนแหล่งที่มาของเนื้อสัตว์ที่มีคุณภาพ สะอาด ปลอดภัย คุ่มค่า และมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ภายในประเทศ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยนี้ ไปพัฒนาศักยภาพให้กับผู้ประกอบการธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ในประเทศไทย ตลอดจนนำผลการวิจัยไปศึกษาเชิงละเอียด ในปัจจัยด้านอื่น ๆ เพิ่มเติมที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ เพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงประจักษ์ และเป็นประโยชน์ในประเมินผลการดำเนินธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ทรงศรี ด้านพัฒนาภูมิ. (2557). ประสิทธิภาพการดำเนินงานของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกของประเทศไทย. *วารสารวิชาการVeridian E-Journal*, 7(1), 245-260.
- Abeysekara, N., Wang, H., & Kuruppuarachchi, D. (2019). Effect of supply-chain resilience on firm performance and competitive advantage. *Business Process Management Journal*, 25(7), 1673–1695.
- Ali, G. A., Hilman, H., & Gorondutse, A. H. (2020). Effect of entrepreneurial orientation, market orientation and total quality management on performance. *Benchmarking: An International Journal*, 27(4), 1503–1531.
- Al-Dhaafri, H. S., Al-Swidi, A. K., & Yusoff, R. Z. B. (2016). The mediating role of total quality management between the entrepreneurial orientation and the organizational performance. *The TQM Journal*, 28(1), 89-111.
- Antunes, M. G., Quirós, J. T., & Justino, M.R. F. (2017). The relationship between innovation and total quality management and the innovation effects on organizational performance. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 34(9), 1474–1492.
- Bhaskar, H. L. (2020). Establishing a link among total quality management, market orientation and organizational performance. *The TQM Journal*, 32(6), 1507–1524.

- Correia, R. J., Dias, J. G., & Teixeira, M. S. (2021). Dynamic capabilities and competitive advantages as mediator variables between market orientation and business performance. *Journal of Strategy and Management*, 14(2), 187-206.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). Upper Saddle River: Pearson Education:
- Hilman, H., Ali, G. A., & Gorondutse, A. H. (2019). The relationship between TQM and SMEs' performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(1), 61-84.
- Hoque, A. S. M. M. (2018). Does government support policy moderate the relationship between entrepreneurial orientation and Bangladeshi SME performance? A SEM Approach. *International Journal of Business Economics and Management Studies*, 6(3), 37-59.
- Ibarra-Cisneros, M. A. & Hernandez-Perlines, F. (2020), Entrepreneurial orientation, absorptive capacity and business performance in SMEs. *Measuring Business Excellence*, 24(4), 417-429.
- Kafetzopoulos, D., Psomas, E., & Skalkos, D. (2019). Innovation dimensions and business performance under environmental uncertainty. *European Journal of Innovation Management*, 23(5), 856-876.
- Karman, A. & Savanevičiene, A. (2021). Enhancing dynamic capabilities to improve sustainable competitiveness: insights from research on organisations of the Baltic region. *Baltic Journal of Management*, 16(2), 318-341.
- Kee, D. M. H, & Rahman, N. A. (2020). Entrepreneurial orientation, Innovation and SME performance: A study of SME in Malaysia using PLS-SEM. *Global J. Bus. Soc. Sci. Review*, 8(2), 73 – 80.
- Kiyabo, K., & Isaga, N. (2020). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and personal wealth measures. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 12.
- Migdadi, M. M. (2019). Organizational learning capability, innovation and organizational performance. *European Journal of Innovation Management*, 24(1), 151-172.
- Monteiro, A. P., Soares, A. M., & Rua, O. L. (2017). Linking intangible resources and export performance. *Baltic Journal of Management*, 12(3), 329-347.
- Murphy, G. B., Trailer, J. W., & Hill, R. C. (1996). Measuring performance in entrepreneurship research. *J Busn Res*, 36(1), 15-23
- OECD/Eurostat (2018), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, (4th ed.). The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg, <https://doi.org/10.1787/24132764>.
- Omeke, M., Ngoboka, P., Nkote, I. N. & Kayongo, I. (2021). Dynamic capabilities and enterprise growth: the mediating effect of networking. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(1), 1-15.

- Rezaei, J., & Ortt, R. (2018). Entrepreneurial orientation and firm performance: the mediating role of functional performances. *Management Research Review*, 41(7), 878–900.
- Rua, O., França, A., & Fernández O. R. (2018). Key drivers of SMEs export performance: the mediating effect of competitive advantage. *Journal of Knowledge Management*, 22(2), 257–279.
- Sahoo, S., & Yadav, S. (2018). Total Quality Management in Indian Manufacturing SMEs. *Procedia Manufacturing*, 21, 541–548.
- Santos, G., Marques, C. S., & Ferreira, J. J. M. (2020). Passion and perseverance as two new dimensions of an Individual Entrepreneurial Orientation scale. *Journal of Business Research*, 112, 190–199.
- Teece, D. J., Pisano, G. & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18, 509–533.
- Tuan, L. T. (2017). Under entrepreneurial orientation, how does logistics performance activate customer value co-creation behavior? *The International Journal of Logistics Management*, 28(2), 600–633.
- Turulja, L. & Bajgoric, N. (2019). Innovation, firms' performance and environmental turbulence: is there a moderator or mediator? *European Journal of Innovation Management*, 22(1), 213–232.
- Zhou, S. S., Zhou, A. J., Feng, J., & Jiang, S. (2018). Dynamic capabilities and organizational performance: The mediating role of innovation. *Journal of Management & Organization*, 89, 1–17.

แบบจำลองนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน Phuket Smart City Innovation Model for Sustainable Development

วิโรจน์ ศิริรัตนรักษ์¹, ธนพล ก่อฐานะ² และ บัณฑิต ผังนิรันดร์³
Virote Siriratanaruk¹, Tanapol Kortana² and Bundit Pungnirund³

วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand
Corresponding Author, E-mail: Virote.sir@gmail.com¹

Received: 2024-3-25; Revised: 2024-3-30; Accepted: 2024-3-31

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน นโยบายของภาครัฐ โครงสร้างพื้นฐาน การมีส่วนร่วมของประชาชน และการยอมรับเทคโนโลยี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของ นโยบายของภาครัฐ โครงสร้างพื้นฐาน การมีส่วนร่วมของประชาชน และการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และ 3) เพื่อสร้างแบบจำลองนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณมีกลุ่มตัวอย่างคือ ตัวแทนครัวเรือนในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 380 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้หลักเกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต กลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึก ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการพัฒนาเมืองอัจฉริยะจากกระทรวงพลังงาน เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการพัฒนาเมืองอัจฉริยะจากกระทรวงคมนาคม เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการพัฒนาเมืองอัจฉริยะจากกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เจ้าหน้าที่เกี่ยวกับข้อกำหนดนโยบายการพัฒนาเมืองอัจฉริยะจากจังหวัดภูเก็ต และ ตัวแทนภาคประชาชน รวมทั้งสิ้น 17 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) นวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ต มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนการยอมรับเทคโนโลยี การมีส่วนร่วมของประชาชน นโยบายของภาครัฐ และโครงสร้างพื้นฐาน มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก 2) นโยบายของภาครัฐ มีอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ต มากที่สุด รองลงมาได้แก่โครงสร้างพื้นฐาน การยอมรับเทคโนโลยี และ การมีส่วนร่วมของประชาชน ตามลำดับ และ 3) แบบจำลองที่พัฒนาขึ้นคือ “GIT2P Model” เป็นแบบจำลองให้หน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริม นวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่มุ่งเน้นให้พัฒนาทางสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการภาครัฐ เศรษฐกิจ การเดินทางและการขนส่ง

คำสำคัญ: นวัตกรรม, เมืองอัจฉริยะ, จังหวัดภูเก็ต, การพัฒนาอย่างยั่งยืน

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the level of smart city innovation in Phuket Province for sustainable development; Government policy Infrastructure public

participation and acceptance of technology 2) to study the causal factors of Government policy Infrastructure public participation and acceptance of technology that affect smart city innovation in Phuket Province for sustainable development and 3) to create a model for smart city innovation in Phuket Province for sustainable development This research is a combination of quantitative and qualitative research. Quantitative research has a sample group: Representative households in Phuket Province, totaling 380 people. The sample size was determined using the criterion of 20 times the observed variable. Stratified random sampling Use questionnaires to collect data. Data were analyzed using structural equation modeling. Qualitative data were collected through in-depth interviews, consisting of officials involved in smart city development policy from the Ministry of Energy. Officials involved in smart city development policy from the Ministry of Transport Officials involved with smart city development policy from the Ministry of Digital Economy and Society Officials regarding smart city development policy from Phuket Province and representatives of the public sector, a total of 17 people, and analyzed the data by content analysis.

The results found that 1) smart city innovation in Phuket Province It is important at the highest level. As for technology acceptance public participation Government policy and infrastructure It is important at a high level. 2) Government policy has the greatest overall causal influence on smart city innovation in Phuket Province, followed by infrastructure. Technology acceptance and public participation, respectively, and 3) model was developed the "GIT2P Model" as a model for agencies that support and promote smart city innovation in Phuket Province for sustainable development that focuses on environmental development. Public administration, economy, travel, and transportation.

Keywords: Innovation, Smart City, Phuket, Sustainable Development

บทนำ

เมืองอัจฉริยะ หรือ Smart City เป็นรูปแบบการประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัล หรือข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารในการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการชุมชน เพื่อช่วยในการลดต้นทุน และลดการบริโภคของประชากร โดยยังคงเพิ่มประสิทธิภาพให้ประชาชนสามารถอยู่อาศัยได้ในคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น Smart City เป็นโครงการที่หลาย ๆ เมืองทั่วโลก พยายามพัฒนาให้เข้ากับยุค 4.0 โดยการเอาเทคโนโลยีมาผสานกับการใช้ชีวิตของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นทั้งด้านการขนส่ง การใช้พลังงาน หรือโครงสร้างพื้นฐาน แนวคิด Smart City เกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยี Internet of Things (IoT) ซึ่งเป็นรากฐานในการเชื่อมโยงอุปกรณ์หรือสิ่งของรอบ ๆ ตัวเข้ากับโครงข่ายการสื่อสารแบบอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงการวางผังเมืองที่ชาญฉลาด รองรับการใช้ชีวิตที่สะดวกสบาย เป็นการสร้างเมืองที่จะมีการเติบโตอย่างยั่งยืน เน้นการจัดสมดุลของสิ่งแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และเลือกใช้พลังงานสะอาดจึงช่วยลดปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหามลภาวะทางอากาศ น้ำเสีย ขยะ การระบายน้ำ ช่วยส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ดี คุณภาพอากาศที่ดี พื้นพื้นที่สีเขียว และลดปรากฏการณ์เกาะความร้อน (Heat Island Effect) แม้ว่าประเทศไทยจะยังไม่มี Smart City ที่สมบูรณ์เป็นรูปเป็นร่าง แต่ก็กำลังขับเคลื่อนการพัฒนาพื้นที่เป้าหมายที่คัดเลือกเป็นเมืองอัจฉริยะ

ต้นแบบด้วยกัน 7 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต ขอนแก่น ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา โดยความร่วมมือของ 3 กระทรวง คือ กระทรวงพลังงาน กระทรวงคมนาคม และกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเมืองอัจฉริยะซึ่งมีแนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (Engineering Today, 2020)

คำว่า “เมืองอัจฉริยะ” ไม่ใช่เมืองที่วางไฟเบอร์ออฟติก แล้วใส่เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้าไป ทุกอย่างใช้เทคโนโลยี แต่หมายความว่า เมืองที่ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย และชาญฉลาด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการและการบริหารจัดการเมือง ลดค่าใช้จ่าย และการใช้ทรัพยากรของเมืองและประชากรเป้าหมาย โดยเน้นการออกแบบที่ดี และการมีส่วนร่วม ของภาคธุรกิจและภาคประชาชนในการพัฒนาเมือง ภายใต้แนวคิดการพัฒนาเมืองน่าอยู่ เมืองทันสมัยให้ประชาชนในเมืองมีคุณภาพชีวิตที่ดีมีความสุข อย่างยั่งยืน (Kanoknukulchai, 2019) ความจำเป็นในการพัฒนาเมืองให้เป็นเมืองอัจฉริยะ (เอกชัย สุมาลี และชัยวุฒิ ตันไชย, 2562) ดังนี้ 1) ความจำเป็นของเมืองอัจฉริยะในการแก้ปัญหาเมืองใหญ่ เมืองขนาดกลางและเล็กซึ่งใน แต่ละเมืองจะมีปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขปัญหาที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะมีบางอย่าง เหมือนและแตกต่างกัน ทั้งในเรื่องของขนาด ปริมาณ ประชากร และทรัพยากรที่ไม่เท่ากัน 2) ความจำเป็นและการตอบสนองโจทย์ของสังคมในยุคสารสนเทศ โลกาภิวัตน์ สังคม ดิจิทัลและสังคมผู้สูงวัยและผู้พิการ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสามารถนำมาใช้สนองตอบปัญหาดังกล่าวได้ 3) การตอบสนองต่อความต้องการหลากหลายของสังคมเมืองและสังคมชนบท มีมิติของความหลากหลายทางขนาดพื้นที่และความเจริญในทางทรัพยากรเมือง ดึงดูดทรัพยากรจากนอกเมืองเข้ามาหล่อเลี้ยง เช่น น้ำ อาหาร และ อากาศที่บริสุทธิ์ แต่เมืองเก็บความเจริญ และความรู้ไว้ทำให้การกระจายรายได้ไม่ได้ลงมาถึงชนบทเกิดการอพยพประชากร จากชนบทเข้ามาสู่เมืองมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้เกิดปัญหาของเมืองมากขึ้นเรื่อย ๆ เช่นกัน การกระจาย รายได้ ความเจริญ และความรู้สู่ชนบทจะช่วยลดปัญหาของความหนาแน่นในเมือง 4) ความจำเป็นอย่างเร่งด่วนของการมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นสิ่งจำเป็น

สำหรับประเทศไทย การประกาศนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล (Digital Economy) ที่ จะเน้นการผลักดันเมืองอัจฉริยะ ให้เป็นกลไกที่จะสร้างโอกาสในการขยายตัวของ เศรษฐกิจในระดับพื้นที่ ให้ดีขึ้น (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2560) แต่มีคำถามต่าง ๆ ตามมาว่า การที่จะผลักดันให้มีความสำเร็จและเกิดความยั่งยืนได้เช่นเดียวกับประเทศที่พัฒนาเมือง อัจฉริยะมาแล้ว มืองค์ประกอบอะไรบ้าง วิธีการจะเป็นอย่างไร และควรจะเป็นอย่างไรบ้างจึง จะเหมาะสม และสอดคล้องกับวิถีความเป็นไทย การพัฒนาเมืองอัจฉริยะ ถือเป็นแผนการพัฒนาเมืองที่สำคัญตามยุทธศาสตร์ “Thailand 4.0” เพื่อให้เป็นที่อยู่อาศัยในอนาคต โดยคำนึงถึงมิติเรื่องคุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ตลอดจนถึงความสะดวกสบาย และความปลอดภัย มีการจัดการเรื่องการประหยัดพลังงาน เป็นศูนย์กลางด้านการศึกษา และแหล่งความรู้ ที่สำคัญ มีการใช้เทคโนโลยี ดิจิทัลเพื่อบริหารจัดการทรัพยากร และบริการสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมในอนาคต ตัวอย่างของโครงการนำร่องที่อยู่ระหว่างการดำเนินการก็คือ โครงการภูเก็ต สมาร์ทซิตีของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคมที่ร่วมมือกับภาคเอกชน และโครงการพัฒนาเมืองและนิคมอุตสาหกรรม สู่เมืองอัจฉริยะของกระทรวงพลังงานกับภาคเอกชน เป็นต้น (อารยะ ปรีชาเมตตา, 2560)

จังหวัดภูเก็ตปัจจุบันมีความพร้อมสำหรับการพัฒนาสู่การเป็น “เมืองอัจฉริยะ” (Smart City) มากที่สุด “ภูเก็ต” คงเป็นชื่อที่ถูกนึกถึงเป็นอันดับแรก ๆ ทั้งนี้ ด้วยความเป็นเมืองขนาดเล็กที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงจากการท่องเที่ยวและการลงทุน โดยเฉพาะจากต่างชาติ ประกอบกับการมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นค่อนข้างสมบูรณ์ ใน พ.ศ. 2558 จังหวัดภูเก็ตจึงได้รับคัดเลือกให้เป็นเมืองนำร่อง



แห่งแรกในโครงการพัฒนา Smart City ภายใต้นโยบายการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศด้วยการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลของรัฐบาล ทั้งยังเป็นกลไกสำคัญที่จะรองรับแผนพัฒนาตามแนวทางการขับเคลื่อนประเทศสู่ Thailand 4.0ที่กำลังจะเกิดขึ้น Phuket Smart City หรือ โครงการส่งเสริมพื้นที่พิเศษสำหรับเศรษฐกิจดิจิทัล ถือกำเนิดขึ้นจากการริเริ่มของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ในระยะแรกได้วางเป้าหมายในการพัฒนาเมืองนำอยู่ใน 2 พื้นที่ ได้แก่ เขตเทศบาลเมืองป่าตอง และเขตเทศบาลเมืองภูเก็ต ซึ่งนับเป็นสองพื้นที่ที่มีความเป็นเมืองสูง ทำให้ตลอดหลายปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนปัจจุบัน ภูเก็ตกลายมาเป็นเมืองเล็กที่มีการเติบโตและความเจริญสูงเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศ และติดอันดับเมืองท่องเที่ยวชั้นนำอันดับที่ 15 ของโลก ขณะเดียวกัน ภูเก็ตยังเป็นเมืองที่มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น โครงข่ายด้านการสื่อสารที่ทั่วถึง รวดเร็ว มีความเสถียรสูง อีกทั้งยังเป็นหนึ่งในเมืองที่ถูกกำหนดให้เป็นเมืองอุตสาหกรรมแห่งอนาคตสำหรับธุรกิจเทคโนโลยีขั้นสูง ซึ่งจะช่วยสร้างความแข็งแกร่งด้านอุตสาหกรรมให้เกิดขึ้นได้ทั้งระบบ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2562)

จากความสำคัญของเมืองอัจฉริยะข้างต้นนับได้ว่า เมืองอัจฉริยะ หรือ Smart City เป็นรูปแบบการประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัล หรือข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารในการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการชุมชน เพื่อช่วยในการลดต้นทุน และลดการบริโภคของประชากร ประกอบกับประเทศไทยประสบปัญหาความแออัดทั้งที่อยู่อาศัยและการจราจรที่ติดขัด และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการนำเอานวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงมีความสนใจที่จะศึกษา “แบบจำลองนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน” เพื่อนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

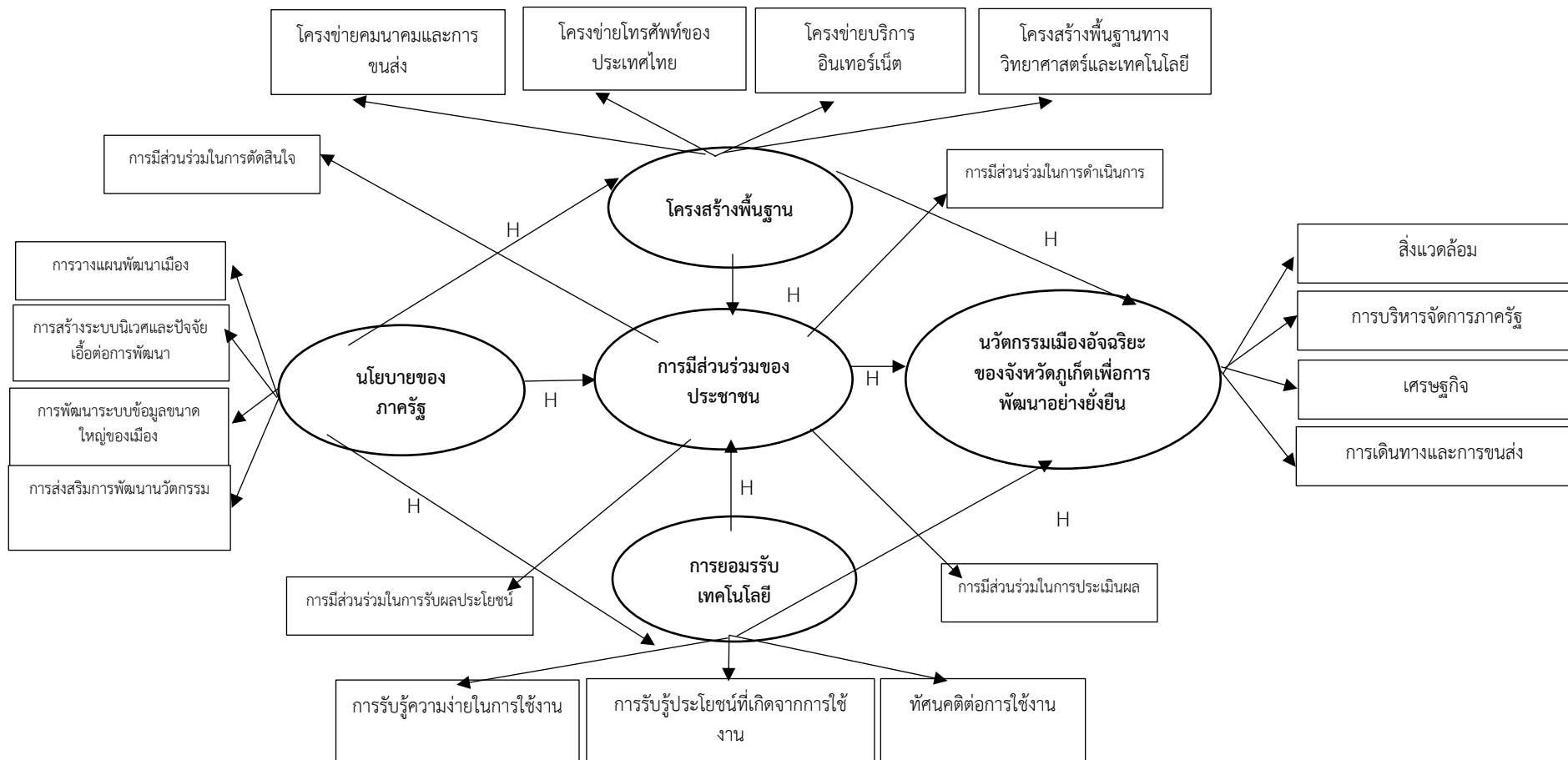
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน นโยบายของภาครัฐ โครงสร้างพื้นฐาน การมีส่วนร่วมของประชาชน และการยอมรับเทคโนโลยี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของ นโยบายของภาครัฐ โครงสร้างพื้นฐาน การมีส่วนร่วมของประชาชน และการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
3. เพื่อสร้างแบบจำลองนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 (H1): นโยบายของภาครัฐส่งผลทางตรงต่อโครงสร้างพื้นฐาน
- สมมติฐานที่ 2 (H2): นโยบายของภาครัฐส่งผลทางตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยี
- สมมติฐานที่ 3 (H3): นโยบายของภาครัฐส่งผลทางตรงต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน
- สมมติฐานที่ 4 (H4): โครงสร้างพื้นฐานส่งผลทางตรงต่อนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- สมมติฐานที่ 5 (H5): โครงสร้างพื้นฐานส่งผลทางตรงต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน
- สมมติฐานที่ 6 (H6): การมีส่วนร่วมของประชาชนส่งผลต่อนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- สมมติฐานที่ 7 (H6): การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- สมมติฐานที่ 8 (H8): การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนปทุมธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) มีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2562)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ตัวแทนครัวเรือนในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 134,156 ครัวเรือน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ เจ้าของ ตัวแทนครัวเรือนในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 380 คน โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างคือ 20 เท่าของตัวแปรที่ศึกษา การศึกษาครั้งนี้มี 19 ตัวแปร กลุ่มตัวอย่างจึงเท่ากับ 380 คน (Grace, 2008)

2. ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการพัฒนาเมืองอัคริยะจากกระทรวงพลังงาน จำนวน 3 คน 2) เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการพัฒนาเมืองอัคริยะจากกระทรวงคมนาคม จำนวน 3 คน 3) เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการพัฒนาเมืองอัคริยะจากกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จำนวน 3 คน 4) เจ้าหน้าที่เกี่ยวกับข้อกบ้นโยบายการพัฒนาเมืองอัคริยะจากจังหวัดภูเก็ต จำนวน 3 คน 5) ตัวแทนภาคประชาชน จำนวน 8 คน รวมทั้งสิ้น 17 คน โดยกำหนดแบบเจาะจง

เครื่องมือและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 6 ส่วน ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล นโยบายของภาครัฐ โครงสร้างพื้นฐาน การยอมรับเทคโนโลยี และนวัตกรรมเมืองอัคริยะของจังหวัดภูเก็ต เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยมีการตรวจสอบความตรง (Validity) ของเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยผ่านเกณฑ์ด้วยค่า 0.60-1.00 ทุกข้อคำถาม หลังจากนั้นนำไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α - coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับทั้งฉบับเท่ากับ 0.977 จึงนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดได้ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive) ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอ้างอิง (Inferential) ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวัดความตรง (Validity) ด้วยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Source of Data) สำหรับความเชื่อมั่น (Reliability) ได้พิจารณาถึงแหล่งข้อมูลว่ามีความน่าเชื่อถือได้ (Credibility) การพึ่งพากับเกณฑ์อื่น ๆ (Dependability) การถ่ายโอนผลการวิจัย (Transferability) และการไม่ลำเอียง (Bias) โดยข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ จะเป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) ที่ได้จากการสังเกต และการสัมภาษณ์เชิงลึก นำมาถอดเทปเพื่อให้ได้บทสรุปของข้อคำถามในการสัมภาษณ์

3. การเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Mixed Method) โดยนำผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ค่าอิทธิพลรวม มีค่าน้อยเรียงลำดับที่เป็นจุดอ่อนของการวิจัยเชิงปริมาณ นำไปเป็นหัวข้อสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อเป็นการปิดจุดอ่อนและยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณ ให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

1. ระดับนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน นโยบายของภาครัฐ โครงสร้างพื้นฐาน การมีส่วนร่วมของประชาชน และการยอมรับเทคโนโลยี

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	$\bar{x}$	SD	ลำดับที่	การแปลค่า
นวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	4.30	0.50	1	มากที่สุด
นโยบายของภาครัฐ	4.13	0.57	4	มาก
โครงสร้างพื้นฐาน	4.05	0.47	5	มาก
การมีส่วนร่วมของประชาชน	4.17	0.45	3	มาก
การยอมรับเทคโนโลยี	4.18	0.58	2	มาก

จากตาราง 1 พบว่า นวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.30$) จัดเป็นลำดับ 1 นอกนั้นการยอมรับเทคโนโลยี การมีส่วนร่วมของประชาชน นโยบายของภาครัฐ และโครงสร้างพื้นฐาน มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยจัดเป็นลำดับ 2,3,4 และ 5 โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงกันตามลำดับ $\bar{x} = 4.18, 4.17, 4.13$ และ 4.05

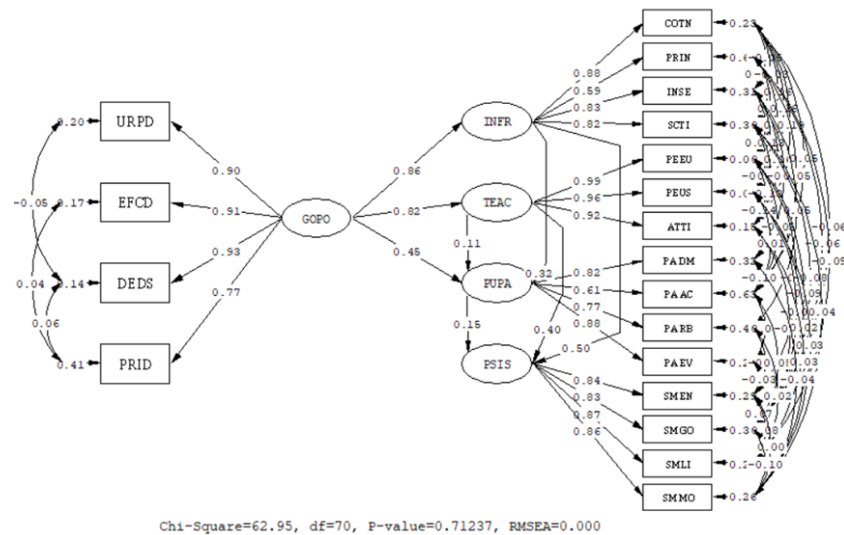
2. ปัจจัยเชิงสาเหตุของ นโยบายของภาครัฐ โครงสร้างพื้นฐาน การมีส่วนร่วมของประชาชน และการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ตาราง 2 แสดงค่าการผ่านเกณฑ์มาตรฐานของแบบจำลองทางเลือก

รายการ	ค่าสถิติ	แบบจำลองตาม สมมติฐาน	แบบจำลอง ทางเลือก
1. Chi-square (χ^2)	*ต่ำใกล้ 0	700.74	62.95
	*เท่ากับ df	144	70
Relative Chi-square	ผลการ (χ^2 / df) < 2.00	4.87	0.90
2. GFI	> 0.90	0.84	0.98
3. AGFI	> 0.90	0.79	0.95
4. RMR	เข้าใกล้ 0.00	0.018	0.006
5. RMSEA	< 0.05	0.101	0.000
6. CFI	*0.00-1.00	0.98	1.00
7. CN	> 200	100.87	594.71

จากตาราง 2 พบว่า ค่าของแบบจำลองทางเลือกที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าผ่านเกณฑ์ทุกค่า

ภาพ 2 แสดงผลการวิเคราะห์แบบจำลองตามสมการโครงสร้างที่เป็นการจำลองทางเลือกที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลักจากปรับค่าต่างๆ ของโมเดลแล้ว



ภาพ 2 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์แบบทางเลือก (standardized solution)

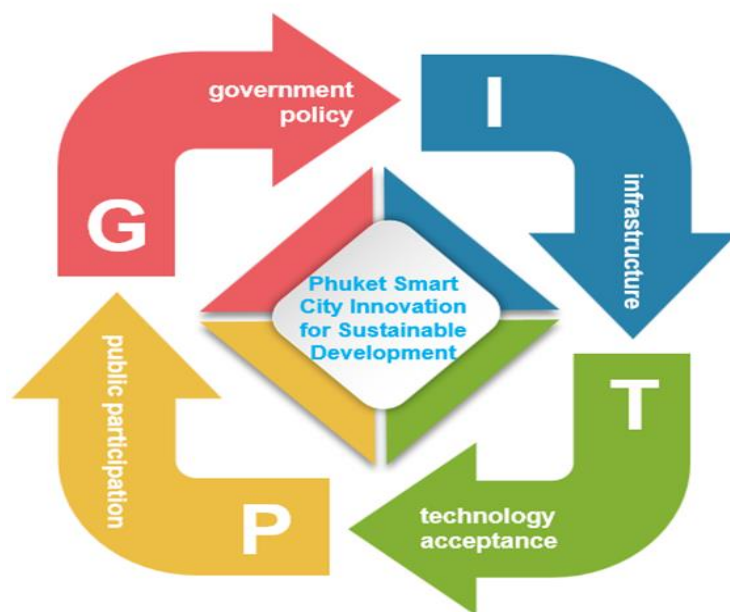
จากภาพ 2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรแฝง และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรประจักษ์มีค่าในเชิงบวกทุกตัว ตาราง 3 แสดงค่าสถิติ ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (DE) ทางอ้อม (IE) อิทธิพลรวม (TE) ของตัวแปรแฝง จากค่า Beta และ Gamma

ตัวแปรตาม	ความสัมพันธ์	ตัวแปรอิสระ				
		GOPO	INFR	TEAC	PUPA	PSIS
INFR	DE	0.86**	N/A	N/A	N/A	N/A
	IE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	TE	0.86**	N/A	N/A	N/A	N/A
TEAC	DE	0.82**	N/A	N/A	N/A	N/A
	IE	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	TE	0.82**	N/A	N/A	N/A	N/A
PUPA	DE	0.45**	0.32**	0.11*	N/A	N/A
	IE	0.37**	N/A	N/A	N/A	N/A
	TE	0.82**	0.32**	0.11*	N/A	N/A
PSIS	DE	N/A	0.50**	0.40**	0.15*	N/A
	IE	0.88**	0.05*	0.04*	N/A	N/A
	TE	0.88**	0.55**	0.44**	0.15*	N/A

Chi-Square= 62.95, df=70 p-value = 0.712, GFI=0.98, AGFI=0.95, RMR=0.006, RMSEA=0.000, CFI=1.00, CN= 594.71

จากตาราง 3 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เรียงตามลำดับ 1 คือ นโยบายของภาครัฐ (GOPO) มีค่า 0.88 ลำดับ 2 คือ โครงสร้างพื้นฐาน (TNFR) มีค่า 0.55 ลำดับ 3 คือ การยอมรับเทคโนโลยี (TEAC) มีค่า 0.44 และลำดับที่ 4 คือการมีส่วนร่วมของประชาชน (PUPA) มีค่า 0.15 ทั้งหมดที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.05

3. แบบจำลองนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน



ภาพ 3 แบบจำลองแบบจำลองนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

จากภาพ 3 พบว่า ได้แบบจำลองสมการโครงสร้างของนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่พัฒนาขึ้นคือ “GIT2P Model” เป็นแบบจำลองให้หน่วยงานที่สนับสนุนส่งเสริม นวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่มุ่งเน้นให้พัฒนาทางสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการภาครัฐ เศรษฐกิจ การเดินทางและการขนส่ง

อภิปรายผล

1. นโยบายของภาครัฐ มีความสัมพันธ์โดยตรงกับโครงสร้างพื้นฐานมากที่สุด รองลงมาคือ ส่งผลทางตรงกับการยอมรับเทคโนโลยี และการมีส่วนร่วมของประชาชน ตามลำดับ และส่งผลทางอ้อมกับ นวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการมีส่วนร่วมของประชาชน ตามลำดับ อธิบายได้ว่า หน่วยงานภาครัฐมีการวางแผนพัฒนาเมือง มีการสร้างระบบนิเวศและเสริมสร้างปัจจัยที่เอื้อต่อการพัฒนา มีการพัฒนาฐานข้อมูลขนาดใหญ่ และมีการส่งเสริมการพัฒนา นวัตกรรม จึงส่งผลต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ประชาชนเกิดการยอมรับเทคโนโลยีและมีส่วนร่วมในเข้าร่วมโครงการ มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Yunus, (2021) ผลการวิจัยพบว่า นโยบายความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐและเอกชนมีประโยชน์ต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานปลายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในรัฐบาล ท้องถิ่น ผลการวิจัยของ Liu, Wu, Zhu, and Hu, (2022) ผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนนโยบายจากรัฐบาล ส่งผลต่อการยอมรับของผู้ใช้โดยอ้อมผ่านปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี

2. โครงสร้างพื้นฐาน มีความสัมพันธ์โดยตรงกับนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ต เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน มากที่สุด รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมของประชาชน และส่งผลทางอ้อมกับนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน อธิบายได้ว่า หน่วยงานภาครัฐมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการคมนาคม ระบบขนส่งสาธารณะในเขตเมืองและระหว่างเมือง มีการบังคับใช้กฎหมาย เกี่ยวกับการจราจรและการคมนาคม มีการบริหารจัดการคมนาคมขนส่ง มีการพัฒนาโครงข่ายโทรศัพท์ และอินเทอร์เน็ตให้ครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัด และมีการส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขันของนักวิจัย ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมของประเทศ จึงส่งผลทำให้เกิดนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของ จังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมของประชาชนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัย

ของ Lazaroïu, and Harrison, (2021) ผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างพื้นฐานที่ตรวจจับอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีการวางแผนที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลในการกำกับดูแลและการจัดการเมืองที่ชาญฉลาดอย่างยั่งยืน

3. การยอมรับเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์โดยตรงกับนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ต เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการมีส่วนร่วมของประชาชน ตามลำดับ และส่งผลทางอ้อมกับนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน อธิบายได้ว่า ประชาชนเกิดการยอมรับเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น เกิดการรับรู้ความง่ายของการเข้าถึงเทคโนโลยี อีกทั้งรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยี และมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้เทคโนโลยีจึงส่งผลทำให้เกิดนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการมีส่วนร่วมของประชาชนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Waqar., Othman, Almujiab, Khan., Alotaibi, & Elhassan, (2023) ผลการวิจัยพบว่า การจัดอุปสรรคในการพัฒนาเมืองอัจฉริยะต้องมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปใช้ในการพัฒนาเมืองอัจฉริยะในมาเลเซีย และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Naidoo and Ramphal, (2018) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีของประชาชนมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งเป็นปัจจัยจัดกลุ่มเป็นปัจจัยการอำนวยความสะดวกในการให้บริการ (SD) เช่น การใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเทศบาลเมือง

4. การมีส่วนร่วมของประชาชน มีความสัมพันธ์โดยตรงกับนวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ต เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน อธิบายได้ว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการเมืองอัจฉริยะร่วมสังเกตการณ์เกี่ยวกับโครงการเมืองอัจฉริยะ รวมทั้งมีข้อคิดเห็นในการฟื้นฟูพัฒนา ได้เข้าร่วมประชาวิจรณ์ในการเลือกโครงการพัฒนาเมืองอัจฉริยะมีส่วนในการสนับสนุนขับเคลื่อนและเข้าร่วมกิจกรรมภาคีเครือข่ายเมืองอัจฉริยะ ได้รับรู้ถึงประโยชน์นวัตกรรมเมืองอัจฉริยะ และมีส่วนร่วมในการติดตามการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ภาครัฐในการดำเนินโครงการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Lebrument, N., Zumbo-Lebrument, C., Rochette, C., & Roulet, T. J. (2021) ผลการวิจัยได้ยืนยันถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อ ประสิทธิภาพทางการเมือง มิติเชิงสร้างสรรค์ของความรู้สึกเป็นเจ้าของ และความพึงพอใจต่อการบริหารราชการส่วนกลางในโครงการเมืองอัจฉริยะมิติ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลในการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ ควรมีจัดทำและพัฒนาระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ให้สามารถเชื่อมต่อกับหน่วยงานต่าง ๆ อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

1.2 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรมีการกำหนดนโยบายในการพัฒนาโครงข่ายคมนาคม และการขนส่งในจังหวัดที่มีความครอบคลุมและเชื่อมโยงทุกเส้นทางมากยิ่งขึ้น

1.3 หน่วยงานที่ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ควรมีการส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่เกิดการเรียนรู้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับเมืองอัจฉริยะมากยิ่งขึ้น โดยการมีจัดฝึกอบรมไปในระดับอำเภอ และตำบล และหมู่บ้านเป็นต้น

1.4 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรมีการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะเพิ่มมากขึ้น โดยมีการประชาสัมพันธ์ไปยังระดับอำเภอ ตำบลและหมู่บ้าน เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้น

1.5 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรมีการส่งเสริมทางด้านเศรษฐกิจในจังหวัดมากยิ่งขึ้น โดยการส่งเสริมให้เกิดการจัดตั้งภาคีเครือข่ายทางด้านเศรษฐกิจทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนร่วมกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับนโยบายของภาครัฐโดยในประเด็นกฎหมายและระเบียบ และยุทธศาสตร์ในการพัฒนานวัตกรรมเมืองอัจฉริยะให้มีความรูปธรรมมากยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ อาทิเช่น นวัตกรรมบริการ การสื่อสารวัฒนธรรม ศักยภาพของความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม การเพื่อให้เกิดการพัฒนา นวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ตมากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนา นวัตกรรมเมืองอัจฉริยะของจังหวัดภูเก็ต

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2560). *การส่งเสริมเมืองอัจฉริยะ*. ค้นเมื่อ 19 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.depa.or.th/th/smart-city-plan/smart-city-office>
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคณะ. (2551). *แบบจำลองสมการโครงสร้าง*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2562). *เมืองอัจฉริยะชายแดนใต้ พร้อมรองรับฐานวิถีชีวิตใหม่" / "เมืองอัจฉริยะชายแดนใต้ ตอบโจทย์ฐานวิถีชีวิตใหม่" "เมืองอัจฉริยะชายแดนใต้ ภาพสะท้อนฐานวิถีชีวิตใหม่*. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- เอกชัย สุมาลี และชัยวุฒิ ตันไชย. (2562). *Smart City เมืองอัจฉริยะ: แนวคิดพื้นฐานและระบบปฏิบัติการสำหรับเมืองในยุคดิจิทัล*. ค้นเมื่อ 21 มิถุนายน 2566, จาก <https://kpilib.com/library/en/books/kpibook-25587/>
- อารยะ ปรีชาเมตตา. (2560). *เมืองอัจฉริยะกับความสามารถในการครอบครองที่อยู่อาศัย*. ค้นเมื่อ 21 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/117301>
- Engineering Today. (2020). *หนูนทางสร้างเมืองอัจฉริยะ*. ค้นเมื่อ 19 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.engineeringtoday.net/engineering-today-magazine-issue-2020/>
- Grace, J. B. (2008). Structural Equation Model. For observational studies. *Journal of Wild life Management*, 72(1), 14-22.
- Kanoknukulchai, W. (2019). Smart city: Opportunities and challenges for engineers. *Prachachat*, (July, 11-14), 17.
- Lazaroiu, G., & Harrison, A. (2021). Internet of things sensing infrastructures and data-driven planning technologies in smart sustainable city governance and management. *Geopolitics, History & International Relations*, 13(2), 23-36.
- Lebrument, N., Zumbo-Lebrument, C., Rochette, C., & Roulet, T. J. (2021). Triggering participation in smart cities: Political efficacy, public administration satisfaction and sense of belonging as drivers of citizens' intention. *Technological Forecasting and Social Change*, 171, 120938.
- Liu, M., Wu, J., Zhu, C., & Hu, K. (2022). Factors Influencing the Acceptance of Robo-Taxi Services in China: An Extended Technology Acceptance Model Analysis. *Journal of Advanced Transportation*, 2022, 1-11.
- Naidoo, C., & Ramphal, R. R. (2018). The factors that affect public participation for effective municipal service delivery: A case of ward committees. *South African Journal of Industrial Engineering*, 29(4), 82-93.

- Yunus, M. (2021). The Policy of Public-Private Partnerships on Development of Tourism Infrastructure Destination and Tourism Service Innovation as Mediating Variable in Sinjai Regency, Indonesia. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(11), 1470-1479.
- Waqar, A., Othman, I., Almujiabah, H., Khan, M. B., Alotaibi, S., & Elhassan, A. A. (2023). Factors influencing adoption of digital twin advanced technologies for smart city development: Evidence from Malaysia. *Buildings*, 13(3), 775.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์อาหาร สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

The factors influencing the decision to choose food packaging materials for
community enterprise groups

อมรรัตน์ หมั่นจิตน้อย¹ และ กวิน สนธิเพิ่มพูน²
Amornrat Muenjitnoy¹ and Kawin Sonthipermpoon²

มหาวิทยาลัยนเรศวร
Naresuan University, Thailand
Corresponding Author, E-mail: amornratm60@nu.ac.th¹

Received: 2023-11-16; Revised: 2024-3-30; Accepted: 2024-3-31

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์อาหาร และ 2) วิเคราะห์หาปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยในการเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์อาหารจากการประยุกต์ใช้กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น รูปแบบการวิจัยเป็นวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด 10 คน ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ 10 คน รวม 20 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยประยุกต์ใช้กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) และเครื่องมือในการคำนวณใช้โปรแกรม Microsoft excel ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์อาหาร คือ ลักษณะกายภาพของผลิตภัณฑ์, ราคาของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์, กลุ่มเป้าหมาย, ลักษณะการนำไปใช้งาน, การขนส่ง และการเก็บรักษาอาหาร 2) ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยในการเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์อาหารจากการประยุกต์ใช้กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น พบว่าน้ำหนักความสำคัญของ 6 ปัจจัย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ลักษณะกายภาพของผลิตภัณฑ์ (แบบของเหลว,แบบกึ่งแข็งกึ่งเหลว,แบบเป็นชิ้นหรือก้อน) น้ำหนัก 0.2041,ราคาของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ (ภาชนะและค่าธรรมเนียม, ต้นทุนการจัดการส่ง,ต้นทุนวัตถุดิบ) น้ำหนัก 0.1879, กลุ่มเป้าหมาย (วัยเด็กเล็ก,วัยเด็กโต,วัยรุ่น,วัยผู้ใหญ่,วัยผู้สูงอายุ) น้ำหนัก 0.1721, ลักษณะการนำไปใช้งาน (สะดวกในการจัดเก็บและพกพา, สามารถนำไปใช้งานง่าย) น้ำหนัก 0.1580, การขนส่ง (สามารถวางซ้อนกันได้, สะดวกต่อการขนส่ง) น้ำหนัก 0.1451 และ การเก็บรักษาอาหาร (สามารถช่วยยืดอายุการเก็บรักษาของอาหาร, สามารถรักษาคุณภาพของอาหาร) น้ำหนัก 0.1332 และองค์ความรู้จากงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้กับผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการรายย่อยนำไปประยุกต์ใช้ปัจจัยหลัก (เกณฑ์หลัก) และปัจจัยย่อย (เกณฑ์ย่อย) ช่วยในการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้รองรับกับการแข่งขันของตลาดในปัจจุบันและเพื่อให้มีความสอดคล้องกับสภาพความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันมากขึ้น

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, บรรจุภัณฑ์อาหาร, วิสาหกิจชุมชน

Abstract

This article aimed to study 1) factor for decisions on food packaging materials and 2) analysis factors (main criteria) and sub-factors (sub-criteria) in the decision making process for selecting food packaging materials using the Analytic Hierarchy Process (AHP). It is quantitative research, by collecting from sample informants are 10 expert who had expertise in marketing and 10 experts who has expertise in food packaging design total 20 experts. The research instruments were questionnaires, data analysis using the Analytic Hierarchy Process (AHP) and calculation instruments were Microsoft excel.

The study results were found as follows: 1) factor for decisions on food packaging materials including physical characteristic of products, cost of packaging structure, target group, uses, transportations and food storage. 2) factors (main criteria) and sub-factors (sub-criteria) in the selection food packaging materials using the Analytic Hierarchy Process (AHP) to evaluate the factor loadings, the 6 criteria were prioritized from the highest to the lowest factor loadings : physical characteristic of products (Liquid, Semiliquid, Piece) weight is 0.2041, cost of packaging structure (Taxes and fees, Delivery cost, Raw materials cost) weight is 0.1879, target group (Young children, Children, Teenagers, Adults, Elders) weight is 0.1721, uses (Easy to store and carry, Easy to use) weight is 0.1580, transportations (Stackable, Convenient for transporting) weight is 0.1451 and storage (Ability to extend shelf life of food, Ability to maintain food quality) weight is 0.1332 and knowledge of from the research, it can serve as a guideline for experts and entrepreneurs to apply key factors (main criteria) and sub-factors (sub-criteria) in the decision making process for selecting packaging materials. This is crucial in the design of product packaging to align with the current market competition and better meet the evolving preferences of customers.

Keywords: Decision, Food Packaging, Community Enterprise

บทนำ

สภาพภาวะโลกร้อน (Global Warming) เป็นปัญหาใหญ่ในประเทศไทยและของโลก ซึ่งในปัจจุบันที่จะต้องตระหนักถึงภาวะโลกร้อนที่เกิดจากการเพิ่มขึ้นของก๊าซที่ปกคลุมชั้นบรรยากาศของโลก ทำให้อุณหภูมิที่เกิดขึ้นภายในโลกสูงขึ้น ส่งผลให้ฤดูกาลทั่วโลกเปลี่ยนไป และอีกหนึ่งสาเหตุที่สำคัญที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อนนั้นคือ เกิดจากการทิ้งขยะทุกประเภทรวมกันโดยไม่มีการแยกประเภทของขยะ ทำให้ขยะที่สามารถนำมาใช้ใหม่ได้ (Reuse) และขยะที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ (Recycle) ถูกทิ้งรวมกับขยะเปียกทั้งหลาย และอาจจะไม่ได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ได้อีก และอีกสิ่งที่สำคัญคือ ขยะที่เป็นสารพิษซึ่งเป็นขยะอันตราย พวกบรรจุภัณฑ์สารเคมี ล้วนเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมมาก ๆ ถ้านำขยะอันตรายมาทิ้งรวมกับขยะอื่น ๆ โดยไม่ทำการแยกขยะสารเคมีออกจะทำให้สารเคมีที่ตกค้างอยู่ในขยะไหลลงสู่พื้นดิน ถ้ามีการทำลายขยะโดยการเผาจะทำให้เกิดเป็นก๊าซพิษลอยขึ้นไปในอากาศ หรือถ้ามีการทำลายขยะโดยการฝังกลบ กระบวนการย่อยสลายจะทำให้เกิดก๊าซพิษลอยขึ้นไปในอากาศ ซึ่งจะเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมและเป็นสาเหตุหนึ่งของภาวะโลกร้อน (ชูสิทธิ์ เทพบุรี และคณะ, 2562) ซึ่งสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่ประชากรเพิ่มขึ้นทุกวันในทุกปีส่งผลให้เกิดปริมาณขยะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ขยะที่เกิดจากบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกที่ใช้ใส่อาหาร เช่น

กล่องโฟมใส่อาหาร ขามโฟมใส่อาหาร ถุงพลาสติกใส่อาหาร ซึ่งในชีวิตประจำวันมีจำนวนปริมาณการใช้มากขึ้น และขยะเหล่านี้ใช้เวลาในการย่อยสลายตามธรรมชาติ ซึ่งขยะที่เกิดขึ้นจากบรรจุภัณฑ์ทำให้เกิดมลพิษ ถึงแม้ว่าก่อนจะเกิดเป็นขยะนั้นบรรจุภัณฑ์มีประโยชน์เพียงเล็กน้อยในช่วงเวลาสั้น ๆ ของถุงพลาสติกและบรรจุภัณฑ์กล่องโฟมต่าง ๆ แต่ทำให้เกิดโทษต่อระบบนิเวศและชีวิตของผู้บริโภคต่อเนื่องและยาวนาน ถุงพลาสติกและบรรจุภัณฑ์ที่ปนเปื้อนในสิ่งแวดล้อมได้ทำให้เกิดปัญหาที่สำคัญ ได้แก่ การเสื่อมโทรมของดิน การเสื่อมคุณภาพของน้ำ เป็นต้นเหตุสำคัญของการเกิดชีวภาพที่เป็นก๊าซเรือนกระจก ทำให้เกิดสารประกอบไฮโดรคาร์บอนที่เป็นสารก่อมะเร็งเมื่อถูกเผา ส่งผลให้เป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิตทั้งในน้ำและบนบก เป็นอันตรายต่อระบบนิเวศ และเป็นต้นเหตุของการเพาะพันธุ์แหล่งแพร่กระจายของพาหะนำโรคร้ายหลายชนิด จึงเป็นเหตุผลให้ผู้บริโภคเลือกร้านค้าที่ตระหนักและคำนึงถึงมลพิษจากขยะและสุขภาพของผู้บริโภคได้ (ชุลีกร เทพบุรี และคณะ, 2562) ดังนั้นผู้บริโภคได้ตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จึงมีส่วนในการลดสถานะโลกร้อนด้วยการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้จากธรรมชาติ (Prachayapipat et al., 2022)

ในปัจจุบันผู้บริโภคหลายประเทศมีการใช้บรรจุภัณฑ์หรือภาชนะบรรจุอาหารที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติแทนบรรจุภัณฑ์แบบโฟม เพื่อลดปัญหาด้านขยะทำให้หลาย ๆ ประเทศเลือกที่จะใช้ภาชนะบรรจุอาหารที่สามารถย่อยสลายได้เพื่อควบคุมปริมาณขยะและมลพิษที่เกิดจากขยะประเภทนี้ ซึ่งบรรจุภัณฑ์หรือภาชนะบรรจุอาหารที่มีการเลือกใช้วัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาตินั้นเป็นการคำนึงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ณธกร อุไรรัตน์, 2560) ซึ่งผู้บริโภคตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น ทำให้เริ่มมีการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต โดยมีการคำนึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ผู้บริโภคสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการลดภาวะโลกร้อน โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกใช้ภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้จะทำให้สามารถลดมลพิษได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งในทางตรงสามารถลดปริมาณขยะในสิ่งแวดล้อมได้ ส่วนในทางอ้อมสามารถลดมลพิษทางอากาศที่เกิดจากการเผาทำลายขยะได้ มลพิษทางน้ำที่เกิดจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการทิ้งขยะไม่เป็นที่ และสิ่งที่สำคัญคือ ผู้บริโภคสามารถเลือกร้านค้าและบริการที่ใส่ใจในเรื่องมลพิษทางขยะและห่วงใยต่อสุขภาพ ผู้ประกอบการรายย่อยเล็งเห็นถึงปัญหาทั้งหมดข้างต้น ผู้ประกอบการรายย่อยหลาย ๆ ร้านค้าจึงหันมาให้ความสำคัญกับการพิจารณาการเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์โดยเปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ย่อยสลายได้ (ชุลีกร เทพบุรี และคณะ, 2562)

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้องมีการประเมินและเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ด้วยเกณฑ์การพิจารณาทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดผลประโยชน์โดยรวมขององค์กรในทางที่ดี จึงจำเป็นต้องหากระบวนการตัดสินใจที่สามารถนำปัจจัยทั้งที่เชิงรูปธรรมและเชิงนามธรรมมาใช้พิจารณา ร่วมกันให้เกิดการเปรียบเทียบอย่างสมเหตุสมผล ซึ่งนั้นเป็นจุดเด่นที่สำคัญของกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับขั้น (Analytical Hierarchy Process : AHP) และ AHP มีกระบวนการที่เลียนแบบกระบวนการคิดของมนุษย์ จึงเหมาะสมต่อการนำไปเป็นเครื่องมือของการตัดสินใจ แม้ว่าวิธีการตัดสินใจสามารถใช้เครื่องมือได้หลากหลาย เช่น Balance Scorecard, SAW (Simple Additive Weighting), TOPPSIS (Technique for Order Performance by Similarity to Ideal Solution) อีกทั้งยังเป็นวิธีการที่ถูกคิดค้นขึ้นมานานกว่า 30 ปี โดยศาสตราจารย์ Thomas Saaty เมื่อ ค.ศ.1977 แต่ AHP ยังได้รับความสนใจและถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวาง ด้วยเหตุที่ได้รับความนิยมว่าเป็นกระบวนการที่ช่วยคลาดความซับซ้อนของปัญหาและสามารถแสดงค่าในเชิงนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้ด้วยแผนภูมิลำดับขั้น และการตัดสินใจเลือกโดย AHP ได้รับการยอมรับว่าเป็นกระบวนการสนับสนุนการตัดสินใจที่มีเหตุผล เพราะได้นำหลักของเหตุผลมาใช้ในการพิจารณา นั่นคือ การคำนึงถึงความเชื่อมโยงกันร่วมกับความสอดคล้องสมเหตุสมผลทั้งในลักษณะของหลักเกณฑ์ที่รูปธรรมและนามธรรมแล้ว ยังได้มีกระบวนการเปรียบเทียบแบบรายคู่ และทำการจัดลำดับความสำคัญ ตลอดจนทำการคำนวณค่าความสอดคล้องสมเหตุสมผลของการวิเคราะห์ ทำให้สามารถทำความเข้าใจ

เข้าใจและใช้งานได้อย่างง่ายด้วยเหตุผลที่เหมือนการเลียนแบบกระบวนการคิดของมนุษย์ จึงถูกประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจที่มีความซับซ้อน (วิฑูรย์ ตันศิริคงคล, 2542) ด้วยเหตุนี้ AHP จึงยังคงเป็นหนึ่งในกระบวนการตัดสินใจแบบหลายหลักเกณฑ์ในการประเมินและคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม (เบญจวรรณ กิ่งแก้ว, 2554)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวกันเพื่อประกอบอาชีพเสริม ซึ่งส่วนใหญ่มีสมาชิกเป็นแม่บ้านในชุมชน และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นการแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งกล้วยเบรคแตกเป็นการแปรรูปมาจากส่วนกล้วยน้ำว้าสุกกำลังดี นำมาทอดกรอบ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนนิยมนำมาเป็นของฝาก และยังเป็นของขึ้นชื่อของหลายจังหวัด เช่น อุตรธานี, พิษณุโลก, สุโขทัย นักท่องเที่ยวที่ซื้อกลับไปกินกล้วยเบรคแตกทำให้เคี้ยวเพลินสุดๆ และที่สำคัญไม่เหม็นหืนเก็บไว้กินได้นาน ซึ่งปัจจุบันกล้วยเบรคแตกมีความต้องการมากในท้องตลาด แต่ยังมีปัญหาในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ที่ยังขาดเอกลักษณ์ ความแปลกใหม่ และไม่สามารถดึงดูดใจผู้บริโภคได้ (ปรารธนา ศิริสาธิต และคณะ, 2562) จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น บทความนี้จะนำเสนอผลการประยุกต์ใช้กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น เพื่อประเมินปัจจัยในการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์อาหารที่เหมาะสมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์อาหาร
2. เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยในการคัดเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์อาหารจากการประยุกต์ใช้กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP)

การทบทวนวรรณกรรม

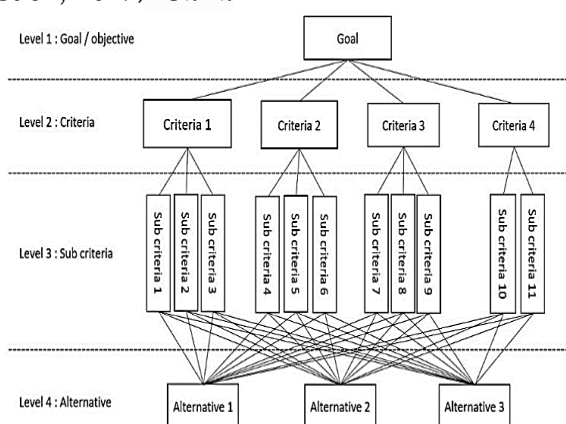
1. การวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น

การวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process : AHP) ถูกคิดค้นโดย Dr.Thomas L. Saaty เพื่อทำการตัดสินใจหาทางเลือกที่ดีที่สุด (Saaty,1980) โดยใช้หลักการตัดสินใจแบบหลายเกณฑ์ (Multi Criteria Decision Making Method) ซึ่ง AHP เป็นกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ สามารถใช้กับการตัดสินใจที่มีความยุ่งยากซับซ้อน กระบวนการของ AHP จะแบ่งปัจจัยออกเป็นลำดับชั้นต่าง ๆ ชั้นบนสุดคือ เป้าหมาย (Goal) ของการตัดสินใจจากกระบวนการเปรียบเทียบ ซึ่งลำดับต่อนั้นจึงกำหนดให้แต่ละลำดับชั้นที่อยู่ถัดมาเป็นเกณฑ์หลัก (Criteria) ตามด้วยเกณฑ์ย่อย (Sub criteria) และสุดท้ายคือ ทางเลือก (Alternatives) จะอยู่ชั้นล่างสุดเป็นโครงสร้างของกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น ดังแสดงในภาพที่ 1 ซึ่ง AHP เป็นการนำเอาความคิดความรู้สึกที่เป็นนามธรรมมาให้น้ำหนัก โดยใช้ตัวเลขแทนค่าให้อยู่ในรูปแบบ สามารถสรุปขั้นตอนการดำเนินการของ AHP ดังแสดงในภาพที่ 2 (วิฑูรย์ ตันศิริคงคล, 2542) และ AHP เป็นกระบวนการตัดสินใจที่มีเหตุผล ใช้กับปัญหาที่ประกอบไปด้วยหลายปัจจัย ซึ่งสามารถใช้วิเคราะห์ปัญหาเพื่อการตัดสินใจ ทั้งปัจจัยเชิงคุณภาพและปัจจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีจับคู่เปรียบเทียบรายละเอียดคู่เพื่อลำดับความสำคัญและน้ำหนักให้กับทางเลือกที่เป็นคำตอบของปัญหา (ศราวุธ ไชยธรรตน์ และ สุนาริน จันทะ, 2555) ในหลักการเปรียบเทียบรายคู่ (Pair wise comparison) ของเกณฑ์ดังตารางที่ 1 ซึ่งค่าความสำคัญในการเปรียบเทียบแปลงมาเป็นตัวเลขระหว่าง 1 ถึง 9 โดยที่ A_{ij} คือ สมาชิกในแถวที่ i หลักที่ j ของเมตริกซ์ หมายถึง ผลการเปรียบเทียบความสำคัญระหว่างปัจจัย A_i และ A_j กำหนดมาตราส่วนในการวิเคราะห์เปรียบเทียบตั้งแต่ 1 ถึง 9 ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 3 ซึ่งหลังจากทราบผลการเปรียบเทียบในแต่ละคู่แล้วจึงคำนวณหาน้ำหนักของแต่ละเกณฑ์ออกมาเป็นตัวเลข เพื่อแสดงให้เห็นความสำคัญของแต่ละเกณฑ์อย่างชัดเจน (วิฑูรย์ ตันศิริคงคล, 2557)

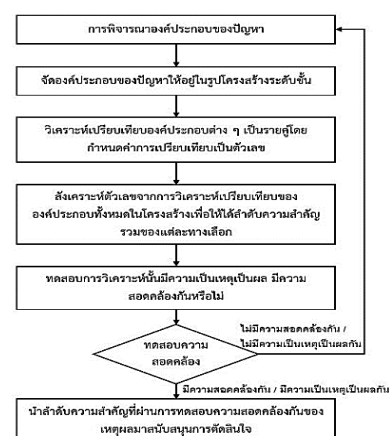
ตารางที่ 1 เมตริกซ์ที่ใช้แสดงการเปรียบเทียบรายคู่

เกณฑ์การตัดสินใจ		ปัจจัย (A_i)			
		A_1	A_2	A_3	A_4
ปัจจัย (A_j)	A_1	A_{11}	A_{21}	A_{31}	A_{41}
	A_2	A_{12}	A_{22}	A_{32}	A_{42}
	A_3	A_{13}	A_{23}	A_{33}	A_{43}
	A_4	A_{14}	A_{24}	A_{34}	A_{44}

AHP เป็นกระบวนการช่วยในการตัดสินใจ ซึ่งอาศัยหลักการของการตัดสินใจแบบพหุเกณฑ์ ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในหลายรูปแบบ เช่น การเลือกทำเลที่ตั้งของคลังน้ำมันเพื่อให้ได้สถานที่ที่เหมาะสมทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์ (ธนวัฒน์ เมธีธัญญรัตน์, 2558) การคัดเลือกโปรแกรม ERP (Enterprise Resource Planning) ที่จะนำมาใช้ในการดำเนินงานของสถานพยาบาล (Czekster et al., 2019) การประเมินและคัดเลือกซัพพลายเออร์ผ้าในธุรกิจผลิตเสื้อผ้าของเด็กที่โรงงานตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (หทัยทิพย์ พนาวงศ์ และคณะ, 2553) การจัดลำดับความสำคัญและการตัดสินใจเลือกกระบวนการตัดเนื้อวัสดุด้วยวิธีใหม่ (Non - Traditional machining processes) เพื่อเพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพของอุตสาหกรรม (Talib and Asjad, 2019) การนำวิธี AHP เพื่อคัดเลือกผู้ขายที่เหมาะสมที่สุดในอุตสาหกรรมเครื่องหนังโดยใช้เกณฑ์พิจารณาซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน (Moktadir et al., 2017) การคัดเลือกทำเลที่ตั้งใหม่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งคลังเก็บดอกกุหลาบในพื้นที่ 4 อำเภอของจังหวัดเชียงราย (มาตุสรุ ข้างขัน และ อภิชาติ โสภางแดง, 2558) การนำกระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้นมาคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่ยั่งยืน (Pishchulov et al., 2019) การศึกษาและประเมินทางเลือกของทำเลที่ตั้งของโรงงานผลิตเชื้อเพลิงชีวมวลจากเหง้ามันสำปะหลังใน 3 อำเภอของจังหวัดพิษณุโลก (วรพจน์ พันธุ์คง และคณะ, 2560) การใช้ AHP ในการประเมินและคัดเลือกซัพพลายเออร์ของตลาดแพชั้นที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งใช้หลักเกณฑ์ในด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน (เช่น ความยืดหยุ่น ต้นทุน และการจัดส่ง) เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์และการสนับสนุนห่วงโซ่อุปทาน (Chan and Chan, 2010) การประยุกต์ใช้ AHP ในการเลือกระบบการจัดการขยะพลาสติกที่ดีที่สุด ซึ่งมีการใช้งานพลาสติกที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และการกำจัดวัสดุพลาสติกที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรงต่อสิ่งแวดล้อม (Balwada et al., 2021) และกระบวนการวิเคราะห์ลำดับชั้นในการเลือกวัสดุสำหรับเส้นใยธรรมชาติที่เหมาะสมที่สุดสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหาร (Salwa et al., 2019) เป็นต้น



ภาพที่ 1 โครงสร้างของกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process)
ที่มา : ดัดแปลงมาจาก Saaty (1980)



ภาพที่ 2 ขั้นตอนกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process)
ที่มา : ดัดแปลงมาจาก วิฑูรย์ ต้นศิริคงคล (2542)

2. หลักการของบรรจุภัณฑ์

ชลธิศ ดาราวงษ์ (2560) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่ไว้เพื่อปกป้องหรือบรรจุผลิตภัณฑ์ แต่ในปัจจุบันมีปัจจัยมากมายที่ผลักดันให้บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญมากขึ้น จนกลายเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญ การเพิ่มขึ้นของคู่แข่งทั้งในด้านของจำนวนและการแข่งขันที่รุนแรง อีกทั้งแรงผลักดันในเรื่องของขนาดและจำนวนหรือลักษณะของชั้นวางในพื้นที่จัดจำหน่าย ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยในงานขายมากขึ้น ซึ่งลักษณะของบรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดดังนี้

2.1 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่หนึ่ง (Primary packaging) หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่มาหุ้มห่อตัวสินค้า เพื่อป้องกันรักษาไม่ให้ตัวสินค้าได้รับความเสียหาย หรือเพื่อความสะดวกในการนำไปใช้งาน

2.2 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง (Secondary packaging) หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่มาห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นที่หนึ่ง เพื่อป้องกันไม่ให้ตัวสินค้าได้รับความเสียหาย อีกทั้งยังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้า ช่วยในการขายสินค้าโดยการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค

2.3 บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping packaging) หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่ในการเก็บรักษาและขนส่งสินค้า

3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็น 2 แบบ คือ การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบกราฟฟิก (ชลธิศ ดาราวงษ์, 2560)

3.1 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การกำหนดลักษณะ รูปร่าง รูปทรง ขนาด ปริมาตร วัสดุที่จะนำมาผลิตและประกอบเป็นภาชนะบรรจุให้เหมาะสมกับหน้าที่การใส่สอย ตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษาและการขนส่ง ซึ่งการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์จะเน้นการป้องกันอันตรายจากภายนอกที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง ได้แก่ อันตรายด้านกายภาพ อันตรายจากภูมิอากาศ อันตรายจากสภาวะทางด้านชีวภาพและอันตรายจากการปนเปื้อน ซึ่งการแก้ไขบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันอันตรายให้กับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายในทำได้โดยการเลือกกระบวนการขนส่งและวัสดุกันกระแทกที่เหมาะสม และใช้ระบบการจัดการที่ดี

3.2 การออกแบบกราฟฟิก หมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะส่วนประกอบภายนอกโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความเข้าใจ โดยให้ผลทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น ให้ผลในการดึงดูดความสนใจ การให้มโนภาพถึงสรรพคุณ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ การกระตุ้นให้เกิดความทรงจำ บุคลิกลักษณะของผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต ด้วยการออกแบบ การจัดวางรูป ตัวอักษร ถ้อยคำโฆษณา เครื่องหมาย และสัญลักษณ์ทางการค้า และอาศัยหลักศิลปะการจัดภาพให้เกิดความประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงามตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

จากหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขั้นตอนของการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์นั้น ส่วนที่สำคัญคือการตัดสินใจเลือกวัสดุที่จะนำมาผลิตบรรจุภัณฑ์ โดยการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ จากทบทวนวรรณกรรมดังแสดงในตารางที่ 2 ซึ่งจากการทบทวนงานวิจัย และตลอดจนศึกษาเอกสารต่าง ๆ นำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิด และสามารถสรุปหลักเกณฑ์ที่ได้ดังแสดงในตารางที่ 2 มาเป็นปัจจัยในการคัดเลือกวัสดุที่ใช้ในการทำโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ คือ ลักษณะกายภาพของผลิตภัณฑ์, ราคาของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์, กลุ่มเป้าหมาย, ลักษณะการนำไปใช้งาน และที่สำคัญทางผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญในการเก็บรักษาอาหารให้มีคุณภาพดีเพื่อให้ลูกค้าได้รับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะไม่มีการปนเปื้อน และการขนส่งอาหารเพื่อส่งมอบให้กับผู้บริโภค จึงนำหลักเกณฑ์ในด้านการขนส่ง และด้านการเก็บรักษาอาหารเข้ามาเพิ่มในปัจจัยในการคัดเลือกวัสดุที่ใช้ในการทำโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีที่ใช้ในการศึกษาเพื่อได้มาซึ่งข้อค้นพบที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ของการศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน โดยแยกเป็นด้านการตลาด 10 คน และ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ขายปลีกต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร

ส่วนที่ 3 ประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ขายปลีกต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร โดยทำการเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยหลักด้านต่าง ๆ แบบรายคู่

ส่วนที่ 4 ประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ขายปลีกต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร โดยทำการเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยย่อยในแต่ละปัจจัยหลักแบบรายคู่

ส่วนที่ 5 ประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ขายปลีกต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร โดยทำการเปรียบเทียบความสำคัญของวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ขายปลีกกับปัจจัยย่อยในแต่ละปัจจัยหลักแบบรายคู่

ส่วนที่ 6 ข้อคิดเห็นอื่นๆ

ตารางที่ 2 ปัจจัยในการคัดเลือกวัสดุที่ใช้ในการทำโครงสร้างบรรจุภัณฑ์จากทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัย	ปี	ปัจจัยด้านวัสดุ				ผู้วิจัย	ปี	ปัจจัยด้านวัสดุ			
		ลักษณะกายภาพของผลิตภัณฑ์	ราคาของวัสดุ	กลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะการใช้งาน			ลักษณะกายภาพของผลิตภัณฑ์	ราคาของวัสดุ	กลุ่มเป้าหมาย	ลักษณะการใช้งาน
นพวรรณ ชีวอารี	2555	✓	✓		✓	อโนทัย เพ็ชรสุวรรณ	2549	✓	✓		
จุฑาภรณ์ เลิศไกร และคณะ	2562	✓	✓		✓	พรวิจิ บุญเลี้ยง	2561	✓	✓		✓
ธนพร สิทธิยศ	2561	✓	✓		✓	อรชา บุรานนท์	2558	✓	✓	✓	✓
เกสวดี เชี่ยวชาญ	2557	✓	✓		✓	รุติวัฒน์ บุรณกุล	2559	✓	✓		✓
เบญจวรรณ กิ่งแก้ว	2554	✓	✓	✓	✓	กฤษฎา ดุพันดง	2561	✓	✓		✓
เจษฎาพล กิตติพัฒน์วิทย์	2557	✓	✓		✓	ปรารธนา ศิริสานต์ และคณะ	2562	✓	✓		✓
รัตนวารี นันทชัยพฤกษ์	2560	✓	✓		✓	วุฒิชัย วิภาทานัง	2564	✓	✓		✓
วชิร วาสนา และคณะ	2555	✓	✓		✓	อัญลักษณ์ ศุภพลธร และคณะ	2565	✓	✓		✓
ณัฐริกา สิงคะสะ	2554	✓	✓	✓	✓	อุลิสรา จันทาวิยง	2563	✓	✓		✓
สุภาพร อภิรัตนานุสรณ์ และกฤตภาส จินาภาค	2556	✓	✓		✓	รตามณี พัลลภชนกนาถ และคณะ	2566	✓	✓		✓
ณธกร อุไรรัตน์	2560	✓	✓		✓	ไสยเพ็ญ เฉิดเจิม และคณะ	2564	✓	✓		✓
ยุรินทร์ มาศิริเชียร	2561	✓	✓		✓	คณิต อยู่สมบุญ และคณะ	2561	✓	✓	✓	✓
ดรณี มุแก้ม	2560	✓	✓		✓	Ageliki et al.	2020	✓	✓		✓
จักรเรศ เมตตะธำรง และคณะ	2564	✓	✓		✓	Vyas	2015	✓	✓		✓
Ruiqi et al.	2021	✓	✓	✓	✓	Hadi et al.	2021	✓	✓		✓



การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งในการจัดทำแบบสอบถามนั้นจะทำการออกแบบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน (ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด, ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และ ผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัย) และทำการประเมินหาความตรงเชิงเนื้อหาโดยพิจารณาจากความสอดคล้องเป็นรายข้อ (IOC :Index of Item Objective Congruence) ซึ่งเป็นแบบสอบถามเพื่อการเปรียบเทียบเกณฑ์หลัก, เกณฑ์ย่อย และทางเลือก โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์แล้วทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 20 คน โดยแยกเป็น ด้านการตลาด 10 คน และ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ 10 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

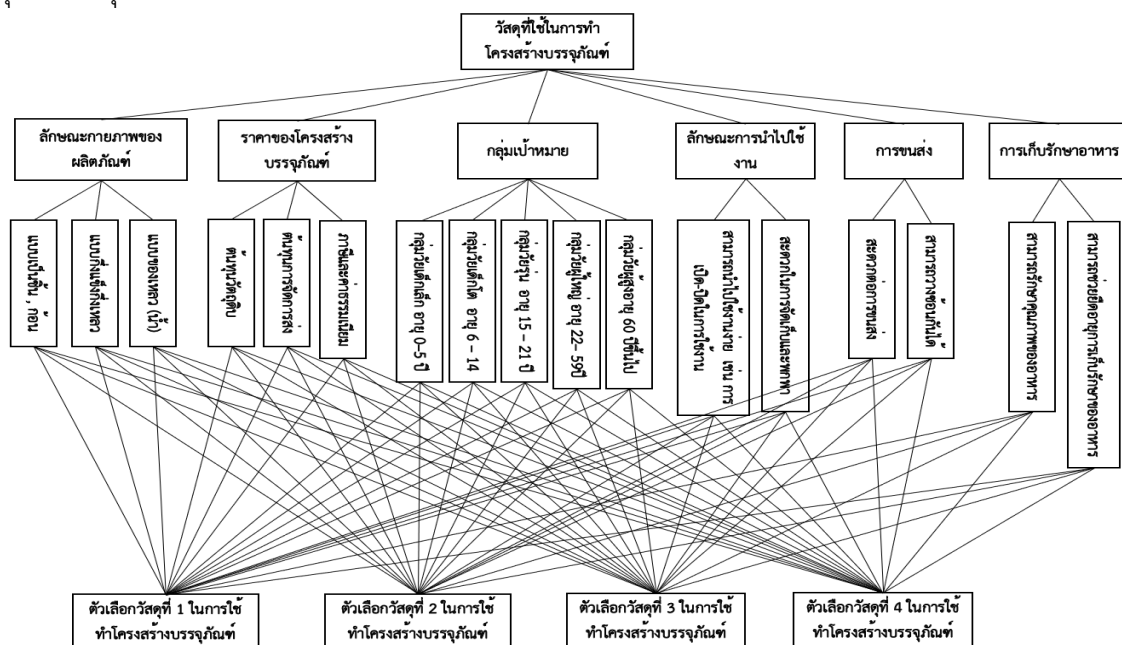
ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการประยุกต์ใช้กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process : AHP) มีขั้นตอนดังนี้

1. ระบุเกณฑ์การประเมินและคัดเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์อาหาร

หลังทำการทบทวนงานวิจัย ตลอดจนศึกษาเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการประเมินปัจจัยในการคัดเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์อาหาร ทำการพิจารณาองค์ประกอบในการตัดสินใจสำหรับงานวิจัยนี้ได้แบ่งกลุ่มเกณฑ์ในการตัดสินใจออกเป็นเกณฑ์หลักและเกณฑ์ย่อย จึงสรุปเกณฑ์เป็นแบบร่างสำหรับกรณีศึกษา และขอปรึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร ซึ่งเป็นตัวแทนจากภาคการศึกษาและผู้ประกอบการในด้านที่ปรึกษาทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นผู้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเกณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับสร้างแผนภูมิลำดับชั้นและการออกแบบแบบสอบถาม

2. สร้างแผนภูมิลำดับชั้น

การสร้างแผนภูมิลำดับชั้น ซึ่งแผนภูมิลำดับชั้นตามกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้นดังแสดงในภาพที่ 1 นำมาสร้างแผนภูมิลำดับชั้นเพื่อการวิเคราะห์และตัดสินใจสำหรับกรณีศึกษานี้มี 4 ชั้น ดังแสดงในภาพที่ 3 โดยมีรายละเอียดดังนี้ ลำดับชั้นที่ 1 เป้าหมาย (Goal) คือประเมินและคัดเลือกเพื่อให้ได้วัสดุของบรรจุภัณฑ์อาหารที่ดีที่สุดสำหรับกรณีศึกษา, ลำดับที่ 2 เกณฑ์หลัก (Criteria) มีทั้งหมด 6 เกณฑ์, ลำดับที่ 3 เกณฑ์ย่อย (Sub Criteria) มีทั้งหมด 17 เกณฑ์ และ ลำดับที่ 4 ทางเลือกในการตัดสินใจ (Alternative) ของวัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม



ภาพที่ 3 แผนภูมิลำดับชั้นในการประเมินปัจจัยในการคัดเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์อาหาร

3. จัดทำแบบสอบถาม

ทำการออกแบบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน (ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด, ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และ ผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัย) และทำการประเมินหาความตรงเชิงเนื้อหาโดยพิจารณาจากความสอดคล้องเป็นรายข้อ (IOC :Index of Item Objective Congruence) ซึ่งเป็นแบบสอบถามเพื่อการเปรียบเทียบเกณฑ์หลัก, เกณฑ์ย่อย และทางเลือก จากการสร้างเมตริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบรายคู่ โดยมีจำนวนครั้งหรือจำนวนคู่ในการเปรียบเทียบจากการคำนวณหาจำนวนครั้งในการวินิจฉัยเปรียบเทียบ (วิฑูรย์ ตันศิริคงคล, 2542) มีดังนี้

จำนวนครั้งในการเปรียบเทียบ = $\frac{n^2-n}{2}$ เมื่อ n = จำนวนปัจจัยที่ถูกนำมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ทั้งนี้สามารถแบ่งระดับของการให้น้ำหนักความสำคัญ (AHP Measurement Scale) เป็น 9 ระดับ (Saaty, 1980) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความหมายของระดับค่าความสำคัญในการเปรียบเทียบรายคู่

ระดับความเข้มข้นของความสำคัญ	ความหมาย	คำอธิบาย
1	สำคัญเท่ากัน	ทั้ง 2 ปัจจัยส่งผลกระทบต่อวัตถุประสงค์อย่างละครึ่งๆ กัน
3	สำคัญกว่าปานกลาง	จากประสบการณ์และการวินิจฉัยแสดงถึงความพึงพอใจในปัจจัยหนึ่งมากกว่าอีกปัจจัยหนึ่งในระดับปานกลาง
5	สำคัญกว่ามาก	จากประสบการณ์และการวินิจฉัยแสดงถึงความพึงพอใจในปัจจัยหนึ่งมากกว่าอีกปัจจัยหนึ่งในระดับมาก
7	สำคัญกว่ามากที่สุด	จากประสบการณ์และการวินิจฉัยแสดงถึงความพึงพอใจในปัจจัยหนึ่งมากกว่าอีกปัจจัยหนึ่งในระดับมากที่สุด
9	สำคัญกว่ามากที่สุด	มีหลักฐานยืนยันความพึงพอใจในปัจจัยหนึ่งมากกว่าอีกปัจจัยหนึ่งในระดับสูงสุดเท่าที่จะเป็นไปได้
2,4,6,8	กรณีประนีประนอมเพื่อลดช่องว่างระหว่างความรู้สึก	บางครั้งในการวินิจฉัยในลักษณะที่กำกวมและไม่อาจหาคำอธิบายที่เป็นคำพูดได้อย่างเหมาะสม

ที่มา: Saaty (1980)

4. การสร้างตารางเมตริกซ์เพื่อการเปรียบเทียบรายคู่

การเปรียบเทียบรายคู่ดังแสดงในตารางที่ 1 ซึ่งในแต่ละระดับขั้นของการพิจารณาผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 ท่าน (โดยแบ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดจำนวน 10 ท่าน และ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์จำนวน 10 ท่าน) เป็นผู้ให้คะแนนความสำคัญตามการวินิจฉัยของตนโดยวิธีการเปรียบเทียบเกณฑ์หรือทางเลือกแบบรายคู่ (Pair wise Comparison) จากชั้นบนลงไปจนถึงชั้นล่าง และโดยทั่วไปมีเมตริกซ์ความสัมพันธ์ จากนั้นทำการคำนวณค่าเฉลี่ยเมตริกซ์การเปรียบเทียบแต่ละคู่ทั้ง 20 ท่าน ด้วยวิธีการคำนวณของตำแหน่ง a_{ij} ได้จากสมการ

$$\overline{a_{ij}} = \sqrt[k]{a_{ij}^1 \times a_{ij}^2 \times \dots \times a_{ij}^k} \quad \text{เมื่อ } k \text{ คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด}$$

ซึ่งผลของการเปรียบเทียบรายคู่แสดงในตารางที่ 4 และได้ค่าเปรียบเทียบแล้วจึงไปคำนวณหาน้ำหนักความสำคัญ (Weight) ของชั้นบนลงล่างจนครบทุกชั้นจนกระทั่งได้คะแนนความสำคัญรวมของทางเลือกและเครื่องมือในการคำนวณใช้โปรแกรม Microsoft excel



$$A = \begin{bmatrix} 1 & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ 1/a_{12} & 1 & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ 1/a_{1n} & 1/a_{2n} & \cdots & 1 \end{bmatrix} \quad \text{เมื่อ } a_{ij} \text{ คือคะแนนเปรียบเทียบรายคู่ของ } i \text{ และ } j$$

ตารางที่ 4 เมตริกซ์การเปรียบเทียบเกณฑ์หลักของวัสดุของบรรจุภัณฑ์

หลักเกณฑ์	C _P	C _C	C _G	C _U	C _T	C _S
C _P	1.0000	1.2876	1.2965	1.2916	1.2965	1.2897
C _C	0.7766	1.0000	1.2943	1.2965	1.2905	1.2957
C _G	0.7713	0.7726	1.0000	1.2924	1.2957	1.2957
C _U	0.7742	0.7713	0.7738	1.0000	1.2924	1.2920
C _T	0.7713	0.7749	0.7718	0.7738	1.0000	1.2928
C _S	0.7754	0.7718	0.7718	0.7740	0.7735	1.0000
รวม	4.8689	5.3783	5.9080	6.4282	6.9486	7.4659

จากตารางที่ 4 แสดงเมตริกซ์การเปรียบเทียบเกณฑ์หลักของวัสดุของบรรจุภัณฑ์ในแต่ละหลักเกณฑ์หลัก ซึ่งหลักเกณฑ์ทางวิศวกรรมมีรายละเอียด ดังนี้ C_P คือ ลักษณะกายภาพของผลิตภัณฑ์, C_C คือ ราคาของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์, C_G คือ กลุ่มเป้าหมาย, C_U คือ ลักษณะการนำไปใช้งาน, C_T คือ การขนส่ง และ C_S คือ การเก็บรักษาอาหาร

5. การจัดลำดับความสำคัญ

ภายหลังจากเปรียบเทียบเกณฑ์แบบรายคู่ ตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ทีละเกณฑ์จนครบทุกเกณฑ์แล้วนั้น ทำการเปรียบเทียบทางเลือก จนกระทั่งได้ค่าน้ำหนัก แล้วจึงจัดเรียงน้ำหนักตามค่าความสำคัญมากที่สุดไปยังค่าที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

การคำนวณน้ำหนักของเกณฑ์การประเมินสำหรับแต่ละแถว จากนั้นการหาค่าน้ำหนักของหลักเกณฑ์ จะทำการนอร์มัลไลเซชันน้ำหนักแต่ละเกณฑ์เนื่องจากองค์ประกอบแต่ละตัวมีสเกลที่แตกต่างกันจึงต้องทำให้อยู่ในสเกลเดียวกัน

6. ทดสอบความสมเหตุสมผลของข้อมูล

ผลที่ได้จากการพิจารณาคะแนนความสำคัญที่ได้จากการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ตามที่ได้ผู้เชี่ยวชาญได้ให้คะแนนนั้น บางครั้งพบว่ามีข้อผิดพลาด (error) เกิดขึ้นในการแสดงความคิดเห็นที่แต่ละคนมีความคิดเห็นต่างกันไปตามพื้นฐานความรู้และประสบการณ์ที่มี และนั่นทำให้ผลที่ได้จากการเปรียบเทียบรายคู่เกิดความไม่สมเหตุสมผล ดังนั้นจึงต้องคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อมูล (Consistency Index : CI)

วิธีการคำนวณค่า CI จะเริ่มต้นด้วยนำผลรวมของค่าวินิจฉัยที่มีอยู่ของแต่ละหลักเกณฑ์ในแนวตั้งของแต่ละแถวมาคูณด้วยผลรวมของค่าเฉลี่ยในแถวแนวนอนของแต่ละแถว แล้วจึงนำผลคูณที่ได้ในแต่ละแถวรวมกัน ซึ่งผลลัพธ์จะเท่ากับจำนวนหลักเกณฑ์ทั้งหมดที่ถูกเปรียบเทียบ และเรียกผลรวมนี้ว่า Eigenvalue สูงสุด ($\lambda_{\max}$)

$$\lambda_{\max} = \sum_{i=0}^n [\sum_{j=0}^n a_{ij} w_j]$$

ทั้งนี้ ถ้าตารางเมตริกซ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกัน ถือว่ามีความเป็นเหตุเป็นผลสมบูรณ์ 100 % ซึ่งค่า $\lambda_{\max}$ จะเท่ากับจำนวนหลักเกณฑ์ที่ถูกนำมาเปรียบเทียบ (n) แต่สำหรับในกรณีที่ตารางเมตริกซ์ไม่มีความสอดคล้องกันแล้ว ค่า $\lambda_{\max}$ มากกว่าจำนวนหลักเกณฑ์ที่นำมาเปรียบเทียบ

$$CI = \frac{(\lambda_{\max} - n)}{(n-1)} \quad \text{เมื่อ } n = \text{จำนวนหลักเกณฑ์}$$

หลังจากที่ได้ค่า CI แล้วจึงคำนวณหาอัตราส่วนความสอดคล้อง (Consistency Ratio : CR) ซึ่งหาได้จาก

$$CR = \frac{CR}{RI} \quad \text{เมื่อ } RI \text{ คือ ดรรชนีค่าสุ่ม (Random Index)}$$

ค่า RI มาจากการสุ่มตัวอย่างจากตารางเมตริกซ์จำนวน 64,000 ตัวอย่าง (Saaty, 1980) โดยที่ค่า RI เป็นค่าที่ขึ้นกับขนาดของเมตริกซ์ตั้งแต่ 1×1 จนถึง 15×15 ผลของ RI ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ตารางเลขสุ่ม (Random Index : RI)

N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
R.I.	0.00	0.00	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49	1.51	1.48	1.56	1.57	1.59

ที่มา: Saaty (1980)

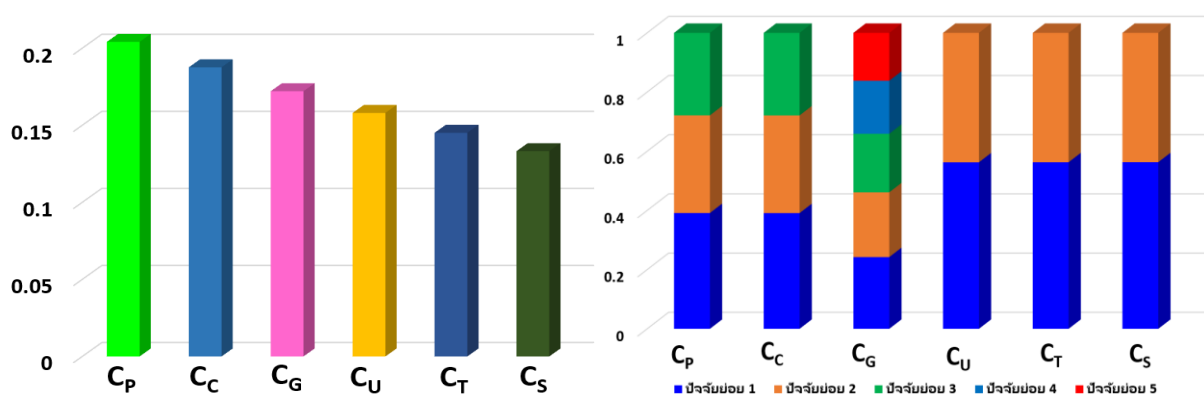
ทั้งนี้การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: CR) ซึ่งค่า CR เป็นการเปรียบเทียบเกณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญ นำไปใช้คำนวณค่า Eigenvector มีความสมเหตุสมผลกันหรือไม่ โดยที่

ถ้า $CR \leq 0.1$ แสดงว่าค่าปัจจัยมีความสอดคล้องกันสามารถนำ Eigenvector ไปใช้เป็นค่าน้ำหนักได้ แต่ถ้า $CR > 0.1$ แสดงว่าค่าปัจจัยไม่มีความสอดคล้องกัน ต้องปรับหรือให้ค่าปัจจัยใหม่ เพื่อคำนวณค่า $CR \leq 0.1$ ถึงจะนำค่า Eigenvector ไปใช้งานได้

ผลการวิจัย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

หลังจากเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผลด้วยกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับขั้น แล้วนำเกณฑ์หลักทั้ง 6 ทำการจัดเรียงน้ำหนักความสำคัญจากมากไปหาน้อยโดยเรียงลำดับดังนี้ ลักษณะกายภาพของผลิตภัณฑ์ ($C_p=0.2041$), ราคาของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ($C_c=0.1876$), กลุ่มเป้าหมาย ($C_g=0.1721$), ลักษณะการนำไปใช้งาน ($C_u=0.1580$), การขนส่ง ($C_t=0.1451$) และ การเก็บรักษาอาหาร ($C_s=0.1331$) ดังแสดงในภาพที่ 4 แสดงสรุปผลน้ำหนักของเกณฑ์หลักทั้ง 6 เกณฑ์ เพื่อประเมินและคัดเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เมื่อทำการทดสอบความสอดคล้องของการเปรียบเทียบได้ค่า CR เท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.10 นั้นความว่ามีความสอดคล้องกันของข้อมูลจึงสามารถทำการเปรียบเทียบระหว่างเกณฑ์และสามารถดำเนินการเปรียบเทียบในลำดับขั้นต่อไปได้



ภาพที่ 4 สรุปผลน้ำหนักของเกณฑ์หลัก
ทั้ง 6 เกณฑ์ของวัสดุของบรรจุภัณฑ์

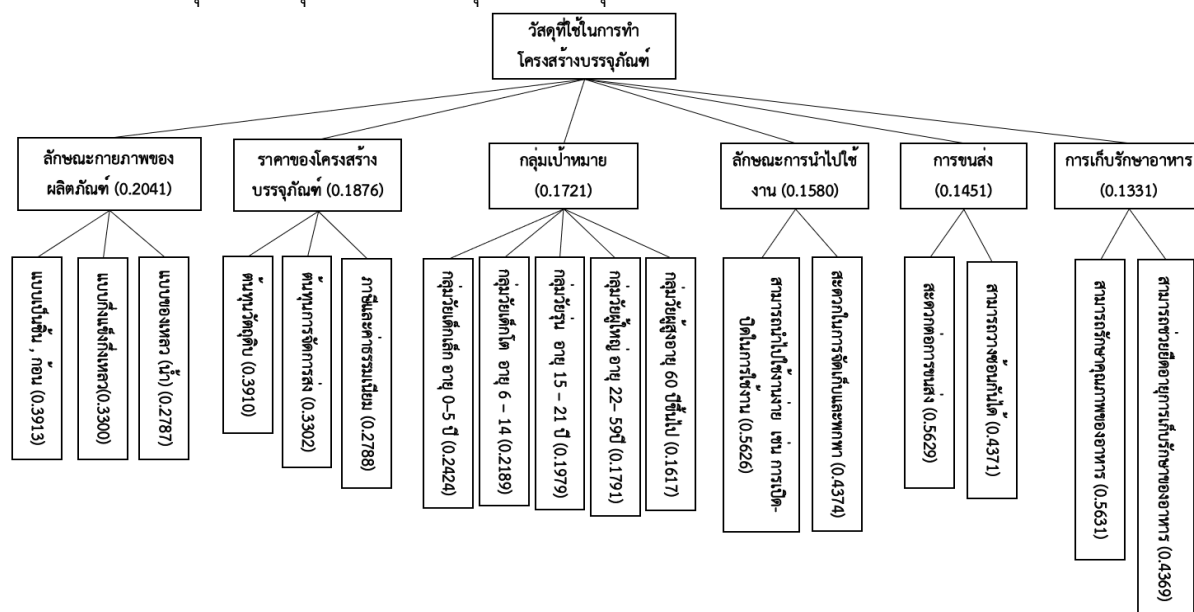
ภาพที่ 5 สรุปผลน้ำหนักแต่ละปัจจัยย่อยของเกณฑ์
หลักทั้ง 6 เกณฑ์ของวัสดุของบรรจุภัณฑ์

จากการวิเคราะห์ผลด้วยกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับขั้น ดังนั้นจากผลการวิจัยสามารถสรุปปัจจัยหลัก (เกณฑ์หลัก) และปัจจัยย่อย (เกณฑ์ย่อย) ในการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจ



ชุมชน โดยเรียงตามลำดับความสำคัญปัจจัยหลัก ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพของผลิตภัณฑ์ (0.2041), ปัจจัยด้านราคาของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ (0.1876), ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย (0.1721), ปัจจัยด้านลักษณะการนำไปใช้งาน (0.1580), ปัจจัยด้านการขนส่ง (0.1451) และ ปัจจัยด้านการเก็บรักษาอาหาร (0.1331)

โดยสามารถสรุปน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยหลัก (เกณฑ์หลัก) และปัจจัยย่อย (เกณฑ์ย่อย) ในการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 สรุปน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยในการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์

อภิปรายผล

จากผลการศึกษานำปัจจัยในการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมาอภิปรายได้ดังนี้

ปัจจัยด้านลักษณะกายภาพของผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งการเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับรูปทรงและขนาดของผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถป้องกันความเสียหายของอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยวัสดุของบรรจุภัณฑ์จะช่วยป้องกันและรับน้ำหนักของอาหาร แล้วยังปรับขนาดให้เหมาะสมกับอาหาร ดังนั้นการพิจารณาปัจจัยด้านลักษณะกายภาพของผลิตภัณฑ์จะช่วยให้สามารถเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในมีความปลอดภัย สอดคล้องกับ วัชรภรณ์ ชัยวรรณ และคณะ (2566) พบว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทางทะเล ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะทางกายภาพเฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ส่งผลให้การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงรูปแบบการผลิต ความสวยงาม การใช้สอย และใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยเลือกใช้วัสดุกระป๋องพลาสติกใสและถุงพลาสติกใส ติดสติ๊กเกอร์ PVC สร้างตราสัญลักษณ์ของสินค้า ฉลากสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูปตอบสนองต่อการจำหน่ายทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ได้ทำให้สอดคล้องกับการจำหน่ายที่หลากหลายรูปแบบและเพิ่มจุดดึงดูดการจำหน่ายที่ดีขึ้น

ปัจจัยด้านราคาของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งการเลือกวัสดุเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อราคาที่สุดของบรรจุภัณฑ์ เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุต่างกันส่งผลให้มีราคาที่แตกต่างกัน วัสดุที่ใช้ในการผลิตโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อความทนทานและคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ซึ่งวัสดุที่มีคุณภาพต่างกันส่งผลให้ราคาที่แตกต่างกัน ดังนั้นการพิจารณาปัจจัยด้านราคาจะช่วยให้สามารถเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับงบประมาณ สอดคล้องกับบอร์ช กระแสอินทร์

และคณะ (2564) พบว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของร้าน Local Legends ที่บรรจุขนมของร้านทั้ง 9 ชนิดที่ลักษณะทางกายภาพมีความแตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับขนาด ลักษณะ และอายุการเก็บรักษาของขนมแต่ละชนิด ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ความแตกต่างของขนาดและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ภายใน ได้กำหนดตัวบรรจุภัณฑ์ภายนอกในรูปแบบที่คล้ายคลึงกันมากเพื่อความสะดวกในการผลิตและการจัดเก็บ ทำให้สามารถควบคุมต้นทุนหรือราคาของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ได้ และประหยัดเนื้อที่ในการจัดเก็บมากที่สุด

ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมายส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายมีความหลากหลาย อาจมีความสนใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่บรรจุด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุที่ได้รับมาตรฐานรับรอง หรือบางกลุ่มอาจเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุที่มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการพิจารณาปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมายจะช่วยให้สามารถเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ สุภาวดี พันธอำพน และศรีสุตา ลีลาสุวัฒน์ (2554) พบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความชอบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะจังหวัด ผลการวิจัยสรุปได้ว่ากลุ่มแม่บ้านในชุมชนนำผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นไปจำหน่ายที่ร้านขายของฝากทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสในการเลือกซื้อ ซึ่งผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย ใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยืดอายุของสินค้าให้เก็บได้นานมากขึ้น

ปัจจัยด้านการขนส่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งการขนส่งเชื่อมโยงกับความปลอดภัยของสินค้า และที่สำคัญน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการขนส่ง การเลือกวัสดุที่มีน้ำหนักเบาและมีความแข็งแรงสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ดังนั้นการพิจารณาปัจจัยด้านการขนส่งจะช่วยเลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม สอดคล้องกับณัฏฐกร อุไรรัตน์ (2560) พบว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีแนวทางเลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และการขนส่ง ยังคำนึงถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอีกด้วย ผลการวิจัยเลือกการพิมพ์ฉลากสินค้าบนกระดาษแล้วทำเป็นแถบคาดรอบบรรจุภัณฑ์ผ้ากระสอบที่ใช้เป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทนทานต่อการขนย้ายและขนส่งตั้งแต่ผู้ผลิตถึงผู้บริโภค

ปัจจัยด้านลักษณะการนำไปใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้ 1.ลักษณะการนำไปใช้งาน: บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ในการปกป้องและบรรจุผลิตภัณฑ์ ช่วยให้เปิด-ปิด 2.ความทนทาน: บรรจุภัณฑ์ทนทานต่อการขนส่งและการเก็บรักษาโดยไม่เสียหาย การออกแบบคำนึงถึงความแข็งแรงของวัสดุ และคุณสมบัติการป้องกันผลิตภัณฑ์ไม่บูบสลาย 3.ความสวยงาม: บรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดสายตาผู้บริโภค สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของแบรนด์ และโดดเด่นบนชั้นวางสินค้า ส่วนปัจจัยด้านการเก็บรักษาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งการเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับอาหารในเก็บรักษาอาหารทำให้สามารถรักษาคุณภาพของอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งวัสดุของบรรจุภัณฑ์จะช่วยป้องกันอาหารจากแสง, ความร้อน, ความชื้น หรือสารเคมีไม่ได้มีการปนเปื้อน และยังสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารให้กับผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมอีกด้วย ดังนั้นการพิจารณาปัจจัยด้านลักษณะการนำไปใช้งานจะช่วยเลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม สอดคล้องกับ ธีระชัย สุขสด (2544) พบว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ตามหลักการดังนี้ หน้าที่ใช้สอย, ความปลอดภัยและแข็งแรง, ความสวยงาม และสอดคล้องกับ ศิริินภา พรหมมาแบน และคณะ (2561) พบว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อใช้บรรจุผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ซึ่งทางกลุ่มเลือกใช้ถุงซิปล็อคเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาสินค้าและสามารถบรรจุได้ปริมาณมาก และยังสอดคล้องกับวัฒน์ พลอยศรี (2562) พบว่า กลุ่มแม่บ้านที่เป็นผู้ผลิตสินค้าและทางผู้บริโภคที่เป็นผู้ซื้อสินค้า มีความต้องการให้บรรจุภัณฑ์สามารถยืดอายุและปกป้องสินค้าไม่ได้รับความเสียหายเมื่ออยู่บนชั้นวางสินค้า มีขนาดกะทัดรัดสามารถหิ้วได้

การเลือกใช้วัสดุของบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและป้องกันการปนเปื้อนของผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งผู้ประกอบการรายย่อยให้ความสำคัญเรื่องความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รูปลักษณ์โดดเด่น ส่งผลทำให้ร้านค้าดูดีช่วยเพิ่มยอดขาย ดังนั้นการพิจารณาเลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมและป้องกันการปนเปื้อนจะช่วยเลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ จีราพัทธ์ แก้วศรีทอง และคณะ (2560) ศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินการออกแบบโดยนำวัสดุประสงค์หลักของวัตถุดิบหรือวัสดุของบรรจุภัณฑ์เป็นตัวตั้งทำให้ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาใหม่มีรูปแบบสวยงาม มีความทันสมัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. จากผลที่ได้ในการศึกษาพบว่า ได้ปัจจัยหลัก (เกณฑ์หลัก) และปัจจัยย่อย (เกณฑ์ย่อย) ที่เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารโดยพิจารณาปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยต่างๆ และนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในอนาคต

2. จากผลที่ได้ในงานวิจัยนี้นำไปใช้เป็นแนวทางให้กับผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการรายย่อยนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์อาหาร ดังนั้นผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการรายย่อยควรนำปัจจัยหลัก (เกณฑ์หลัก) และปัจจัยย่อย (เกณฑ์ย่อย) ช่วยในการตัดสินใจเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ภายใต้การพิจารณาข้อจำกัดในด้านความต้องการของลูกค้าที่มีเกี่ยวกับลักษณะของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ร่วมกับหลักการทางด้านวิศวกรรมของการบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีการวิเคราะห์ข้อจำกัดเพื่อให้รองรับกับสภาพการแข่งขันในตลาดในปัจจุบัน เพื่อให้มีความเหมือนจริงในสถานการณ์ปัจจุบันและมีความสอดคล้องกับสภาพความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับในงานวิจัยในอนาคต อาจพิจารณาเกณฑ์อื่นนอกจากลักษณะกายภาพของผลิตภัณฑ์แล้วเพิ่มเติมเกณฑ์ในเรื่องขนาดของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้เกณฑ์การประเมินและคัดเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับนำไปใช้เป็นแนวทางในการเลือกวัสดุของบรรจุภัณฑ์ในการดำเนินธุรกิจในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา ดุพันดุง. (2561). การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า กลุ่มจักสานไม้ไผ่ บ้านดงเย็น. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 10(1), 127-140.
- เกสวดี เชี่ยวชาญ. (2557). การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าผลผลิตข้าวสารสู่ตลาดผู้บริโภคแบบมีส่วนร่วมนำไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ กรณีศึกษา กลุ่มข้าวชาวนาตะปอนใหญ่ ตำบลตะปอน อำเภอลำลูกเกด จังหวัดจันทบุรี (วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- คณิต อยู่สมบุรณ์ และ ชนัญชิตา อุบลรัตน์. (2561). การออกแบบบรรจุภัณฑ์จากกระบวนการพัฒนาวัสดุทดแทนด้วยฟางข้าวผสมเมล็ดพืช สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ร้านมาสมัวแซลล์ (MAZMOIZELLE). *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 3(2), 55-68.

- จักรเรศ เมตตะธำรง, กนกอร นักบุญ, กรรณิการ์ สมบุญ, ศิริพร สารคล่อง, เตือนรุ่ง สุวรรณโสภา, ชเวง สารคล่อง และ จุฬาสินี แมนสิดิต. (2564). ความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของรสชาติและการบรรจุภัณฑ์ของการแปรรูปเครื่องในโค. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ*, 2(1), 43-54.
- จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง, วิรัชยา อินทะกันท์ และ กุลชญา สิวหงวน. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ กลุ่มศิลปะประดิษฐ์โอท็อป (OTOP) จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 8(2), 163-173.
- จุฑาภรณ์ เลิศไกร, จิราภรณ์ ถมแก้ว และกาญจนา แก้วทอง. (2562). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาหวี จังหวัดสงขลา (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- เจษฎาพล กิตติพัฒน์วิทย์. (2557). การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่*, 15(2), 101-114.
- ชลธิศ ดาราวงษ์. (2560). *การจัดการผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่*. กรุงเทพฯ: ธนาเพรส.
- ชุลีกร เทพบุรี, ธัญญ์ธิดา ศรีคำ, นภัสสร แซ่ลิ่ม, ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และ วทันญ รัศมีทัต. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรายย่อย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 3(1), 50-58.
- ฐิติวัฒน์ บุณกุล. (2559). *ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งสีทองของกลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรบ้านท่าล้อ จังหวัดเชียงใหม่* (ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ณธกร อุไรรัตน์. (2560). การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเจ้าเกษมสาไห้ จังหวัดสระบุรี. *วารสารวิจัยศิลป*, 8(1), 165-202.
- ณัฐิกา สิงคะสะ. (2554). *ศึกษาแนวความคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมของญี่ปุ่น* (วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ดรุณี มุแกม. (2560). การพัฒนารูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์น้ำพริกกุ้งเสียบ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปริง จังหวัดพังงา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 3(2), 69-79.
- ธนพร สิทธิยศ. (2561). *การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ไวน์สตรอร์เบอร์รี่ สวนดอยแก้ว เชียงใหม่* (ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ธนวัฒน์ เมธีธัญญรัตน์. (2558). การเลือกที่ตั้งคลังน้ำมันในประเทศไทยโดยใช้วิธีลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์. *วิศวกรรมลาดกระบัง*, 32(3), 37-42.
- ธัญลักษณ์ ศุภพลธร, เศรษฐชัย ใจอี๊ก, กษิรา กิวงค์กูร และ ธนายุต บัวหลวง. (2565). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์กะละแมโบราณเชียงคำ อำเภอเชียงคำ. ใน *การประชุมสัมมนาวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติเครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 22 “ชีวิตวิถีใหม่ของการศึกษาในสังคมดิจิทัล”* (61-74). นครสวรรค์: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- ธีระชัย สุขสด. (2544). *การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- นพวรรณ ชีวอารี. (2555). *การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมูแปรรูปเพื่อส่งเสริมการขาย กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมูแปรรูปในชุมชนท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม* (ปริญญานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เบญจวรรณ กิ่งแก้ว. (2554). *เทคโนโลยีการบรรจุห่อไม้ฝรั่งและการใช้ Analytical Hierarchy Process (AHP) เป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก* (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ปรารธนา ศิริสาคด์, ณษกาคด์ จูนก, เทยนซัย ซึนบางบ้ำ และ พรณณณึ เทยวบ่านยาง. (2562). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูป ตำบลหนองตุม อำเภอกงไกรลาศ จัังหวดัสุโขทย. *วารสารวษการเทคโนโลยีอุตสาหการและวษการ มหาวทยาลัยราชภัฏพัลลสงคราม*, 1(1), 63-76.
- พรวจึ บุญเล้ง. (2561). *การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลดัภณัฑ์เคบหมูนายแม่ จัังหวดัล่ำปาง* (ปรณณณานพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวทยาลัยแม่โจ้.
- มาธูสร แซ่งซึน และ อภษาคต์ สอภาแดง. (2558). การคดัเลอากทำเลที่ตั้งคล้งเกบดอกหญ้ำ จัังหวดัเชยงราย โดยใช้หลักการคดัสึนใจแบบหลายหลักเกณัฑ์. *วารสารไทยการวษการดำเนนงาน*, 3(2), 1-8.
- ยุณเชพ มาศวึเชยร. (2561). *การพัฒนาผลดัภณัฑ์และบรรจุภัณฑ์เครอื่องแกงโดยการใช้เทคนิคการแปลงหน้าัที่เชยงคณภาพ : กรณัศึกษารองงานเบเครอื่องแกงไต้* (สารณิพนธ์วษการศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวทยาลัยสงขลานครนัทร.
- รตามณั พัลลชนกนาถ, นวพร ฝอยพุกุล, สุรตัณ หงส์ไทย และ เอกซัย ปานมาก. (2566). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวของกลุ่มโรงสัข้าวซุมชนโดยตำบลหม่นวอย อำเภอเมอืง จัังหวดันครราชสัมา. *วารสารมนุษยศาสตรและสังคคศาสตร มหาวทยาลัยอุบลราชธานี*, 14(1), 98-131.
- รตัณวารึ นันท์ซัยพฤกษ. (2560). *การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลดัภณัฑ์เบเกอร์กายไต้ แบนรด์ Amery* (สารณิพนธ์การจัการมหาบัณฑิต). มหาวทยาลัยมหิตล.
- วษร วาสนา และ กัณญา กาศิรพิมาน. (2555). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมง ตำบลหนองแก อำเภอเมอืงอุทยธานี. ใน *การประชุมเสนอมผลงานวษการระดับบัณฑิตศึกษา มหาวทยาลัยสุโขทยธรรมาธิราชครั้ที่ 2* (1-11). นนทบุริ: มหาวทยาลัยสุโขทยธรรมาธิราช.
- วรพจน์ พันธุ์คง, ธรณิ มณัศรึ และ ซวลิต มณัศรึ. (2560). การประกยุกตั้ใช้กระบวนการวษการห้เชยงล่ำดับซึนสำหรับการประกนัทำเลที่ตั้งโรงงานผลดัเชอ์เพลยงซัวมวล. *วษการลาดกระบั้ง*, 34(2), 37-43.
- วษารภณั ซัยวรรณ, เจนจึรา บ.ป.สูงเนน และ อัครณิต บรรเทา. (2023). แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารทางทะเลแปรรูปบนฐานอตัลภณัฑ์วษการวษการของซุมชน. *วารสารวษการเทคโนโลยีการจัการ*, 4(1), 41-65.
- วฒัน พลอยศร. (2562). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลดัภณัฑ์ปลาตากแห้ง กลุ่แม่บ้านตำบลท่าไร่ จัังหวดันครศัรธรรมาช. *วารสารวษการและพัฒนา วไลยอลงกรณั ในพระบรมราชูปถัมภ*, 14(3), 245-254.
- วษุร ตันศิรคกง. (2542). *กระบวนการคดัสึนใจที่ไต้รับความนยมมากที่สดุในโลก*. กรุงเทพฯ: กราฟฟิค แอนด์ปรนัตั้ง.
- วษุร ตันศิรคกง. (2557). *AHP การคดัสึนใจซึนสูงเพอื่ความก้ำวหน้าขององคักรและความอยู่ดีมีสุขของมหาชน*. กรุงเทพฯ: อมรนัทรปรนัตั้งแอนด์พัลลษชัง.
- วฒัซัย วธาทานัง. (2564). การออกแบบตราสัญลัภณัฑ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยม้วนสอดสั้ กลุ่มวษการห้ชุมชนแปรรูปผลดัเกษตรอนัทรยัและพษสมุนไพรรละลุ จัังหวดัสระแก้ว. *วารสารวษการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร มหาวทยาลัยนเรศวร*, 12(2), 148-160.
- ศรารุช ซายงรตัณ และ สุนารน จันทะ. (2555). การกำหนดระดับสึนค้ำคกงล้งสำรองที่เหมะสมสำหรับสึนค้ำประกะภพสังทำ กรณัศึกษาองคักรผลดัประกะตuhn้าต่าง. ใน *การประชุมวษการช่ายงานวษการอุตสาหการประกะจำปี 2555* (346-352). เพชรบุริ: มหาวทยาลัยศรัปทุม.
- ศิรณภา พรอมมาแบน และ ศศัทร ทองเปรมจัตต์. (2561). การพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ผลดัภณัฑ์กล้วยแปรรูปกลุ่สตรีบ้านแม่กัถหลวง. *วารสารราชมงคอลล่านา*, 6(2), 58-72.
- สุภาพร อภัรตานานุสรณั และ กฤตภาส จินาภาค. (2556). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกพร้อมบรโภค. *วารสารวษการและพัฒนา มจร*, 36(4), 451-464.

- สุภาวดี พันธอำพน และ ศรีสุตา ลีลาสุวัฒน์. (2554). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติและระดับนานาชาติ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2554 “อนาคตชนบทไทย : ฐานรากที่มั่นคงเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน”* (336-341). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ไสยเพ็ญ เฉิดเจิม, ภูพิชย์ ทานะ และ แสงเดือน ธรรมวัตร. (2564). การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่. *วารสารเทคโนโลยีอุตสาหกรรม*, 6(1), 28-35.
- หทัยทิพย์ พนาวงศ์, ภูพงษ์ พงษ์เจริญ และ นฤพนธ์ พนาวงศ์. (2553). การประเมินและคัดเลือกซัพพลายเออร์ในธุรกิจผลิตเสื้อผ้าเด็กด้วยกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น. ใน *การประชุมทางวิชาการนเรศวรวิจัย ครั้งที่ 6 นเรศวรวิจัย : วิถีชีวิตยั่งยืนบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง* (1082-1092). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อนันท์ เพ็ชรสุวรรณ. (2549). การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรช กระแสนินทร์, นภาวดี โรจนธรรม และ พรปวีร์ ดิษฐคำเรือง. (2021). การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์เมืองเก่าจังหวัดภูเก็ต. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 34(3), 37-53.
- อรชา บุรานนท์. (2558). *การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับแยมบ้านไม้หอม* (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อุสึฮาร่า จันตาเวียง. (2563). การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมไทย. *วารสารวิจัยเทคโนโลยีนวัตกรรม*, 4(2), 60-69.
- Ageliki, K., Dimitris, F. & Thomas, F. (2020). Investigating food packaging elements from a consumer's perspective. *Foods*, 9(8), 1097-1113.
- Balwada, J., Samaiya, S. & Mishra, R.P. (2021). Packaging Plastic Waste Management for a Circular Economy and Identifying a better Waste Collection System using Analytical Hierarchy Process (AHP). *Procedia CIRP*, 98, 270-275.
- Chan, F. T. S., & Chan, H. K. (2010). An AHP model for selection of suppliers in the fast changing fashion market. *International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 51, 1195-1207.
- Czekster, R. M., Webber, T., Jandrey, A. H., & Marcon, C. A. M. (2019). Selection of enterprise resource planning software using analytic hierarchy process. *Enterprise Information Systems*, 13(6), 895-915.
- Hadi, A., Mahsa, J. O. & Ayda, S. (2021). A review on techniques utilized for design of controlled release food active packaging. *Critical Reviews in food science and nutrition (Taylor & Francis)*, 61(15), 2601-2621.
- Moktadir, A., Rahman, T., & Sultana, R. (2017). Selection of Best Supplier by Using AHP Approach for Managing Risk Factors in Logistics: A Case of Leather Products Industry. *Industrial Engineering & Management*, 6(4), 1-7.

- Phrapratanporn, B., Thanitnan, C., Kochakasettrin, N., Rungsawanpho, D., Aunyawong, W. & Thanitnan, C. (2022). Online Purchase Decision on Consumer Goods in the Context of the Service Value of Third-Party Logistics Service Provider. *Journal of Optoelectronics Laser*, 41(4), 79-84.
- Pishchulov, G., Trautrim, A., Chesney, T., Gold, S. & Schwab, L. (2019). The Voting Analytic Hierarchy Process revisited: A revised method with application to sustainable supplier selection. *International Journal of Production Economics*, 211, 166-179.
- Ruiqi, C., Tang, T. & Marion, M. H. (2021). The impact of food packaging on measured food intake : A systematic review of experimental field and naturalistic studies. *Appetite*, 166, 1-12.
- Saaty, T.L. (1980). *The analytic hierarchy process*. New York : McGraw – Hill.
- Salwa, H. N., Sapuan, S. M., Mastura, M. T. & Zuhri, M. Y. M. (2019). Analytic Hierarchy Process (AHP) - Based Materials Selection System for Natural Fiber as Reinforcement in Biopolymer Composites for Food Packaging. *Bio resources*, 14(4), 10014-10036.
- Talib, F., & Asjad, M. (2019). Prioritisation and selection of non-traditional machining processes and their criteria using analytic hierarchy process approach. *International Journal of Process Management and Benchmarking*, 9(4), 522–546.
- Vyas, H. (2015). Packaging design elements and users perception : A context in fashion branding and communication. *Journal of Applied packaging research*, 7(2), 95-107.

การทดสอบเดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น ในตลาดหลักทรัพย์ไทย

Testing the February and April Effects in the Thai Securities Market

กัลยานี ภาคอัติ¹, ชยงการ ภมรมาศ² และ คมวุธ วิศวไพศาล³
Gallayane Parkatt¹, Chayongkan Pamornmarst² and Komwut Wissawapaisal³

¹สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

¹School of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand

²ภาควิชาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร

²Department of Finance and Banking, Faculty of Business Administration, Mahanakorn University of Technology, Thailand

³สาขาวิชาสารสนเทศการลงทุน วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต

³Department of Investment Informatics, College of Digital Innovation Technology, Rangsit University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: gallayan@gmail.com¹

Received: 2023-9-6; Revised: 2024-3-30; Accepted: 2024-3-31

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ไทย 2) ศึกษาผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในเดือนตุลาคมในตลาดหลักทรัพย์ไทย และ 3) ทดสอบเดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนของหลักทรัพย์สูงกว่าเดือนอื่นในตลาดหลักทรัพย์ไทย โดยศึกษาจากดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และดัชนีตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ สำหรับระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 ถึงเดือนธันวาคม 2565 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสมการถดถอยแบบอนุกรมเวลา

ผลการวิจัยให้ข้อมูลว่า 1) ในภาพรวมการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ไทย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: SET และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ: MAI) เป็นรูปแบบแนวโน้มในระยะสั้น ๆ ทั้งแนวโน้มขึ้นและแนวโน้มลง ที่เรียกว่าการเคลื่อนไหวในรูปแบบออกไปด้านข้าง โดยแนวโน้มขึ้นจะปรากฏในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเมษายน ส่วนแนวโน้มลงจะปรากฏในช่วงเดือนสิงหาคมถึงพฤศจิกายน หรือบางช่วงพบในเดือนมีนาคม 2) เดือนตุลาคมเป็นเดือนที่ให้ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ต่ำที่สุดทั้งใน SET และ MAI ในช่วงระยะเวลาเดือนมกราคม 2550 – ธันวาคม 2565 และเดือนมกราคม 2550 – ธันวาคม 2559 โดยผลตอบแทนประมาณร้อยละ -35.92 ในขณะที่เดือนมีนาคมจะมีผลตอบแทนต่ำที่สุดในช่วงเวลาเดือนมกราคม 2560 – ธันวาคม 2565 ด้วยผลตอบแทนเท่ากับร้อยละ -17.45 ใน SET และ -19.19 ใน MAI และ 3) ปรากฏการณ์เดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่นยังคงมีอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ไทย โดยเฉพาะในช่วงเวลาเดือนมกราคม 2550 – ธันวาคม 2565 และเดือนมกราคม 2550 – ธันวาคม 2559

คำสำคัญ: เดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the movement of stock returns in the Thai Securities Market 2) to study the Friday stock return in the Thai Securities Market and

3) to test the February and April Effects in the Thai Securities Market. This study focused on population, SET Index and MAI Index for the period from January 2007 to December 2022. The descriptive statistic and the time-series regression were employed to analyse the data.

The results reported that; 1) overall the movement pattern of stock returns in the Thai Securities Market, the Stock Exchange of Thailand (SET) and the Market for Alternative Investment (MAI), was trend known as sideways. Generally, uptrend appeared in the period from February to April and downtrend appeared from August to November. However, in some period one could see downtrend in March. 2) October showed the lowest stock return in both SET and MAI, in the period from January 2007 to December 2022 and from January 2007 to December 2016, with the minimum return of -35.92%. Similarly, the lowest stock returns in the period from January 2017 to December 2022 appeared in March, both in SET and MAI, with the minimum return of -17.45% and -19.19% respectively. 3) February Effect and April Effect still exist in the Thai Securities Market, especially in the period from January 2007 to December 2022 and from January 2007 to December 2016.

Keywords: February Effect and April Effect, The Stock Exchange of Thailand, The Market for Alternative Investment

บทนำ

ในปี ค.ศ. 1970 Fama ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความมีประสิทธิภาพของตลาดที่นักวิจัยหรือนักวิชาการเรียกว่า Efficient Market Hypothesis (EMH) ซึ่งตามแนวคิดนี้มองว่าราคาหลักทรัพย์ได้สะท้อนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นไว้แล้ว ดังนั้น ไม่นักลงทุนใดสามารถสร้างกำไรเกินปกติได้ Fama ได้แบ่งความมีประสิทธิภาพของตลาดไว้ 3 ระดับ คือ 1) ตลาดที่มีประสิทธิภาพในระดับต่ำ 2) ตลาดที่มีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง และ 3) ตลาดที่มีประสิทธิภาพในระดับสูง อย่างไรก็ตาม ในสภาวะจริงของตลาดหลักทรัพย์งานวิจัยหลาย ๆ งาน เช่น Mubarak and Fadhli (2020) และ Pradnyaparamita and Rahyuda (2017) ได้ยืนยันว่า ตลาดหลักทรัพย์โดยทั่วไปเป็นตลาดที่ไม่มีประสิทธิภาพ และราคาตลาดของหลักทรัพย์มีความผันผวน มีข้อมูลและปัจจัยหลายปัจจัยมีผลกระทบต่อราคาตลาดของหลักทรัพย์ ซึ่งอาจจะเป็นปัจจัยภายในของตัวบริษัทหรือปัจจัยทางเศรษฐกิจประกอบกับมีแนวคิดที่ว่านักลงทุนได้รับข้อมูลข่าวสารที่ไม่เท่ากัน (Asymmetric Information) เป็นผลให้นักลงทุนบางรายที่สามารถสร้างกำไรเกินปกติจากการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ได้ ที่สำคัญคือ งานวิจัยหลายฉบับได้ยืนยันความไม่มีประสิทธิภาพของตลาด ในมุมมองของการเกิดปรากฏการณ์ของความผิดปกติของตลาด (Market Anomalies) ที่มีผลกระทบต่อผลตอบแทนของหลักทรัพย์ โดยเฉพาะพฤติกรรมทางฤดูกาลของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในลักษณะของ Calendar Effect เช่น Month-of-the-Year Effect, Day-of-the Week Effect, Weekend Effect, Turn-of-the-Year Effect และ Holiday Effect (Agrawal and Tandon, 1994; Srinivasan and Kalaivan, 2012 and Lalitha Kumari and Uthra, 2018)

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยก็เช่นกัน Chan, Khantavit and Thomas, 1996 ได้รายงานว่าเป็นตลาดที่ไม่มีประสิทธิภาพ ในขณะที่ กัลยานี ภาคอัท (2558); พรชนก เป้าจำนงค์ และกัลยานี ภาคอัท (2564) ได้ยืนยันด้วยว่า ตลาดหลักทรัพย์ไทยเป็นตลาดที่ไม่มีประสิทธิภาพ โดยการทดสอบปรากฏการณ์ของพฤติกรรมทางฤดูกาลของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในลักษณะของ Month-of-the-Year Effect และ Day-

of-the Week Effect และรายงานว่าการเดือนกุมภาพันธ์และเดือนเมษายนเป็นเดือนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่นในตลาดหลักทรัพย์ไทย และวันพุธเป็นวันในสัปดาห์ที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าวันอื่นในตลาดหลักทรัพย์ไทย ในทางที่คล้าย ๆ กัน ณัฐวุฒิ เจนวิทยาโรจน์ (2560) ได้ให้ข้อมูลว่าการลงทุนในดัชนี SET SET50 SET100 และ MAI ในช่วงพฤศจิกายนถึงเมษายนให้ผลตอบแทนเฉลี่ยที่สูงกว่าในช่วงพฤษภาคมถึงตุลาคม ซึ่งเป็นการยืนยันว่าตลาดหลักทรัพย์ไทยเป็นตลาดที่ไม่มีประสิทธิภาพ ที่สำคัญคือ ในปี 2565 ดัชนีราคาหลักทรัพย์ทั้ง SET และ MAI รวมทั้งปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นในแต่ละเดือน เหล่านี้เป็นไปได้หรือไม่ที่เดือนใดเดือนหนึ่งจะให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น หรือปรากฏการณ์เดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่นที่เรียกว่า February Effect และ April Effect ยังคงปรากฏอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ไทย หรือเมื่อระยะเวลาที่ทำการวิจัยเปลี่ยนแปลงไปผลของการค้นพบปรากฏการณ์ดังกล่าวอาจเปลี่ยนแปลง

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งทดสอบการมีอยู่ของปรากฏการณ์เดือนของปีที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น โดยเฉพาะเดือนกุมภาพันธ์และเดือนเมษายนในตลาดหลักทรัพย์ไทย ซึ่งมีความแตกต่างและมีจุดเด่นต่างจากงานวิจัยอื่นคือ งานวิจัยจะทดสอบทั้งในช่วงเวลาปกติ ช่วงเวลาที่เผชิญกับความเสี่ยงทางการเมือง และช่วงเวลาที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คือ ตั้งแต่ พ.ศ. 2550 ถึง พ.ศ. 2565 รวม 16 ปี เนื่องจากสถานการณ์ดังกล่าวจะมีผลกระทบต่อการเคลื่อนไหวของดัชนีราคาหลักทรัพย์ นอกจากนั้น ยังเป็นการขยายงานวิจัยของกัลยานี ภาคอิต (2558) โดยใช้ระยะเวลาที่ยาวนานกว่า และเพิ่มการทดสอบในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ รวมทั้งวิเคราะห์ผลตอบแทนของเดือนตุลาคมที่งานวิจัยหลาย ๆ งานได้ให้ข้อมูลว่าเป็นเดือนที่อยู่ในช่วงที่ให้ผลตอบแทนต่ำด้วย

ผลการวิจัยนี้จะเพิ่มหลักฐานเกี่ยวกับ Calendar Effect ในตลาดหลักทรัพย์ไทย และถ้าพบ Month-of-the-Year Effect จะเป็นการยืนยันว่าตลาดหลักทรัพย์ไทยเป็นตลาดที่ไม่มีประสิทธิภาพในช่วงที่ทำการวิจัย ซึ่งนักลงทุนจะนำไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์การลงทุนในหลักทรัพย์ โดยถ้าใช้การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานจะได้ข้อมูลว่าควรลงทุนในหลักทรัพย์อะไร และถ้าใช้การวิเคราะห์ทางเทคนิคจะทราบจังหวะเวลาของการซื้อขายหลักทรัพย์ ซึ่งอาจทำให้นักลงทุนสร้างกำไรเกินปกติได้ ในช่วงระยะเวลาหลังไตรมาสที่ 1 ซึ่งมีการรายงานผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ไทย
2. เพื่อศึกษาผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในเดือนตุลาคมในตลาดหลักทรัพย์ไทย
3. เพื่อทดสอบเดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนของหลักทรัพย์สูงกว่าเดือนอื่นในตลาดหลักทรัพย์ไทย

การทบทวนวรรณกรรม

นับตั้งแต่ ค.ศ. 1942 Wachtel ได้รายงานเกี่ยวกับลักษณะทางฤดูกาลของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นผลให้นักวิจัยในระยะต่อมาให้ความสนใจ และได้ทดสอบการเคลื่อนไหวทางฤดูกาลของผลตอบแทนรายเดือนของหลักทรัพย์มากขึ้นเป็นลำดับ เช่น Rozeff and Kinney (1976) ยืนยันว่ามีปรากฏการณ์ January Effect ที่ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในเดือนมกราคมสูงกว่าเดือนอื่นของปีในตลาดหลักทรัพย์ประเทศสหรัฐอเมริกา Gultekin and Gultekin (1983) และ Agrawal and Tandon (1994) ก็สรุปผลการค้นพบในทำนองเดียวกัน

ในระยะเวลาต่อมามีงานวิจัยเกี่ยวกับการทดสอบเดือนของปีที่ให้ผลตอบแทนของหลักทรัพย์สูงกว่าเดือนอื่นในตลาดหลักทรัพย์ต่าง ๆ ได้เพิ่มมากขึ้น และส่วนใหญ่จะเป็นการทดสอบเกี่ยวกับ January Effect ซึ่งผลการวิจัยที่ปรากฏนั้นมีความแตกต่างกัน บางงานวิจัยค้นพบ January Effect ในขณะที่บางงานวิจัยกลับปรากฏเดือนอื่นที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น เช่น เดือนกุมภาพันธ์ มีนาคม เมษายน พฤษภาคม กรกฎาคม สิงหาคม กันยายน พฤศจิกายน และธันวาคม (Nisar, Asif, and Ali, 2021, Mouselli and Samman, 2016 และ Marrett and Worthington, 2011) ซึ่งคำอธิบายสำหรับปรากฏการณ์เหล่านี้มีความแตกต่างกัน ไม่มีการยืนยันอย่างชัดเจนว่าเกิดจากสาเหตุใด คำอธิบายส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของผลจากระยะเวลาของภาษี เทศกาลสำคัญต่าง ๆ ของประเทศนั้น เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน หรือเทศกาลทางศาสนา โดยเทศกาลเหล่านี้จะมีวันหยุดติดต่อกันหลายวัน นอกจากนั้นอาจเป็นวันหยุดประจำปี วันหยุดสุดสัปดาห์ รอบเวลาของงบประมาณ และอื่น ๆ ที่เป็นสาระสำคัญของแต่ละประเทศเหล่านั้น

การทดสอบความผิดปกติของตลาดหลักทรัพย์ในลักษณะของเดือนใดเดือนหนึ่งที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่นในตลาดหลักทรัพย์ เช่น January Effect หรือทดสอบการคงอยู่ของเดือนใดเดือนหนึ่งที่ให้ผลตอบแทนของหลักทรัพย์สูงกว่าเดือนอื่น ยังคงปรากฏขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในตลาดหลักทรัพย์เกิดใหม่ (Emerging Market) เช่นงานวิจัยของ Mouselli and Al Samman (2016) ที่พบว่า มี May Effect ในตลาดหลักทรัพย์ตามัสกัส และเมื่อเร็ว ๆ นี้ได้มีงานวิจัยหลายงานที่ทดสอบปรากฏการณ์ของ Month-of-the-Year Effect และการคงอยู่ของปรากฏการณ์เหล่านั้นในตลาดหลักทรัพย์ เช่น งานวิจัยของ Aggarwal and Jha (2023) ที่พบว่ายังคงมีลักษณะทางฤดูกาลของ Month-of-the-Year Effect ในตลาดหลักทรัพย์ประเทศอินเดีย มาเลเซีย และเกาหลีใต้ และพบ January Effect รวมทั้ง April และ July Effects ด้วย Irawan, Nugraha, Dismam, and Supriatna, (2022) ยืนยันว่ามีปรากฏการณ์ January Effect ในตลาดหลักทรัพย์ประเทศอินโดนีเซีย ในปี 2017 2018 2019 และ 2022, Nisar, Asif, and Ali (2021) รายงานว่ามีปรากฏการณ์ January Effect และเดือนอื่นๆ คือ April Effect, July Effect, August Effect, September Effect และ November Effect ในตลาดหลักทรัพย์ที่พิจารณา และในเวลาใกล้เคียงกัน Elangovan, Irudayasamy, and Parayitam, (2022) ได้ทดสอบการมีอยู่ของ Month-of-the-Year Effect ในตลาดหลักทรัพย์ประเทศอินเดีย และยืนยันว่ามี March Effect ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา

ในขณะที่นักวิจัยกลุ่มหนึ่งให้ความสนใจเกี่ยวกับ Month-of-the-Year Effect ในตลาดหลักทรัพย์ประเทศต่างๆ นักวิจัยอีกกลุ่มหนึ่งได้ให้ความสนใจถึงช่วงใดของปีที่ให้ผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะมีอัตราสูง และช่วงใดของปีที่ให้ผลตอบแทนของหลักทรัพย์จะมีอัตราต่ำกว่า ดังเช่นงานวิจัยของ Lucey and Zhao (2008), Andrade, Chhaochharia, and Fuerst, (2013) และ Afik and Lahav (2015) ที่อธิบายผลการวิจัยในทำนองเดียวกันคือ ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคมต่ำกว่าช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเมษายน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐวุฒิ เจนวิทยาโรจน์ (2560) ที่รายงานว่าการลงทุนในดัชนี SET50 ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเมษายนให้ผลตอบแทนเฉลี่ยสูงกว่าในช่วงพฤษภาคมถึงตุลาคม ซึ่งการค้นพบเกี่ยวกับพฤติกรรมทางฤดูกาลของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในลักษณะต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นล้วนอิงจากแนวคิดของควมมีประสิทธิภาพของตลาด หรือ Efficient Market Hypothesis (EMH) ของ Fama, 1970 และความผิดปกติของหลักทรัพย์มากกว่าทฤษฎีอื่น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. **ประชากร** การวิจัยนี้ศึกษาจากประชากรคือ ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (ดัชนี SET) และดัชนีตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (ดัชนี MAI) สำหรับระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 ถึงเดือนธันวาคม 2565 รวมระยะเวลา 16 ปี หรือ 192 เดือน ซึ่งครอบคลุมทั้งระยะเวลาดำเนินการ และสถานการณ์

ต่าง ๆ เช่น สถานการณ์ทางการเมือง และสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อันจะมีผลต่อการเคลื่อนไหวของดัชนี SET และดัชนี MAI รวมทั้งสถานะตลาดที่มีทั้งตลาดขาขึ้นและตลาดขาลง

2. เก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิโดยเป็นข้อมูลรายเดือนของดัชนี SET และดัชนี MAI ซึ่งเก็บรวบรวมจากข้อมูลรายวันของดัชนีและนับวันสุดท้ายของเดือนเป็นข้อมูลรายเดือนของดัชนีนั้น ๆ ข้อมูลดังกล่าวทั้งหมดเป็นข้อมูลลักษณะอนุกรมเวลา ซึ่งได้ผ่านการทดสอบความนิ่งของข้อมูลแล้วด้วยวิธี Augmented Dicky Fuller Test

3. คำนวณผลตอบแทนของหลักทรัพย์รายเดือน สำหรับระยะเวลา 192 เดือนจากดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและดัชนีตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ดังสมการที่ (1)

$$R_t = \ln (M_t / M_{t-1}) \times 100 \quad (1)$$

เมื่อ

R_t = ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ณ เวลา t

$\ln$ = การใช้ Log เพื่อลดปัญหาขนาดของข้อมูลดัชนีตลาดหลักทรัพย์ SET และ MAI รวมทั้งเพื่อความต่อเนื่องของข้อมูล

M_t และ M_{t-1} = ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ SET และ MAI สำหรับเดือนที่ t และ $t - 1$

4. สร้างกราฟเส้นของผลตอบแทนของหลักทรัพย์รายเดือนสำหรับระยะเวลา 192 เดือน ทั้งในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เพื่อศึกษาการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์

5. คำนวณค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุด ของผลตอบแทนหลักทรัพย์ในตลาดหลักแห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ สำหรับระยะเวลาเต็ม 192 เดือนตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 ถึงเดือนธันวาคม 2565 และช่วงแบ่งระยะเวลา 2 ช่วงคือ ตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 ถึงเดือนธันวาคม 2559 รวม 120 เดือน และตั้งแต่เดือนมกราคม 2560 ถึงเดือนธันวาคม 2565 รวม 72 เดือน

การแบ่งช่วงระยะเวลาในการคำนวณค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุดของผลตอบแทน และการทดสอบ February and April Effects ก็เพื่อยืนยันผลการวิจัยกับช่วงเวลาเต็มของการวิจัย

6. ใช้สมการถดถอยในลักษณะอนุกรมเวลาเพื่อทดสอบการคงอยู่ ของเดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่นในตลาดหลักทรัพย์ไทย โดยการใช้สมการถดถอยดังกล่าวจะใช้สมการถดถอยที่มีตัวแปรเชิงคุณภาพ และเพื่อขจัดปัญหาอันอาจเกิดขึ้นจากการใช้สมการถดถอยแบบอนุกรมเวลา การวิจัยนี้ได้ใช้ Pearson Correlation เพื่อขจัดปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) และใช้วิธีของ Newy – West เพื่อแก้ไขส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ โดยคำนึงถึงปัญหาของความไม่คงที่ของความแปรปรวนในตัวแปรสุ่มคลาดเคลื่อน (Heteroskedasticity) และความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรสุ่มคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) สมการถดถอยที่นำมาใช้นี้เป็นลักษณะที่นักวิจัยหลายท่านได้ใช้จนถึงปัจจุบัน เช่น Nisar, Asif, and Ali (2021) และ Marrett and Worthington (2011) แสดงได้ดังสมการที่ (2)

$$R_t = \sum \alpha_j D_{jt} + \varepsilon_t \quad (2)$$

เมื่อ

R_t = อัตราผลตอบแทนของหลักทรัพย์รายเดือนในเดือนที่ t

D_{jt} = ตัวแปรหุ่นที่มีค่าเป็น 1 สำหรับเดือนที่ j และมีค่าเป็น 0 ในเดือนอื่นๆ

α_j = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรหุ่น ซึ่งวัดผลตอบแทนของหลักทรัพย์รายเดือนจากเดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม

ε_t = ค่าความคลาดเคลื่อน

สมมติฐานของการทดสอบคือ

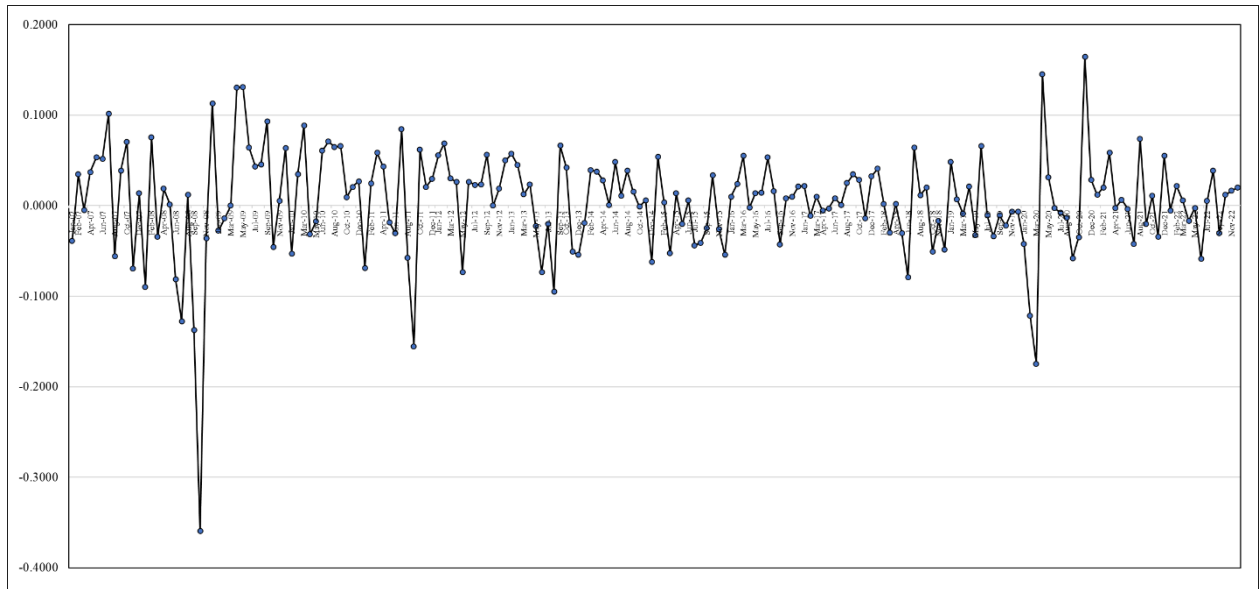
$$H_0 : \alpha_1 = \alpha_2 = \alpha_3 = \alpha_4 = \alpha_5 = \alpha_6 = \alpha_7 = \alpha_8 = \alpha_9 = \alpha_{10} = \alpha_{11} = \alpha_{12} = 0$$

H_1 : อย่างน้อย α หนึ่งตัวไม่เท่ากับ 0

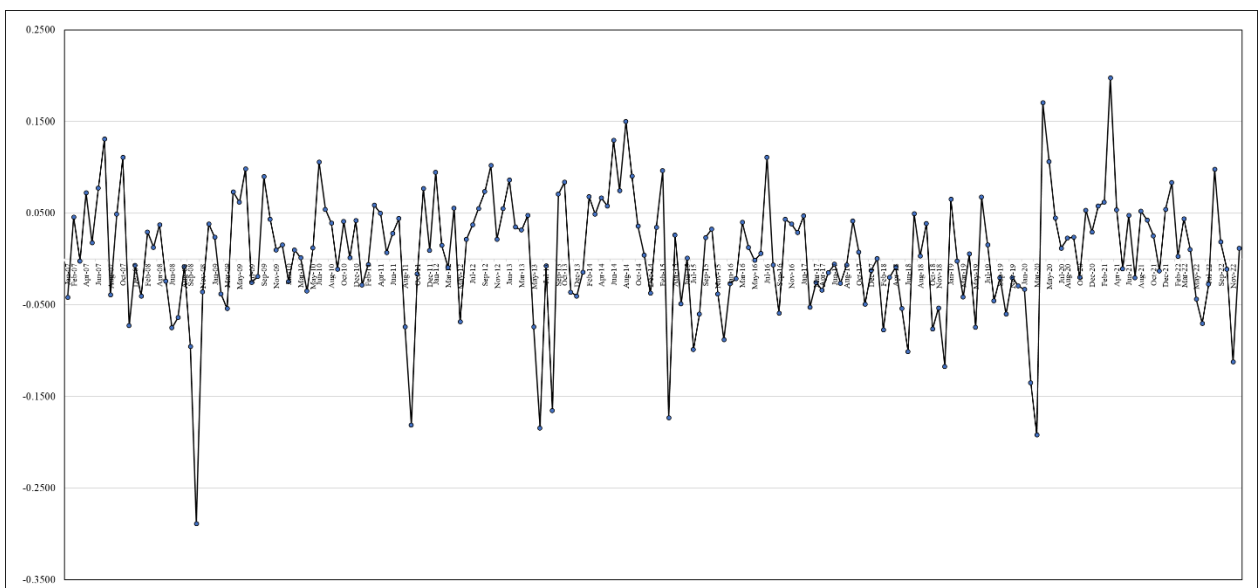
ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ไทย แสดงได้ดังภาพที่ 1 และ 2

ภาพที่ 1 กราฟแสดงผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: เดือนมกราคม 2550 - ธันวาคม 2565



ภาพที่ 2 กราฟแสดงผลตอบแทนของตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ : เดือนมกราคม 2550 - ธันวาคม 2565



ภาพที่ 1 แสดงการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงเดือนมกราคม 2550 ถึงเดือนธันวาคม 2565 ซึ่งอธิบายได้ว่า การเคลื่อนไหวของผลตอบแทนใน SET เป็นรูปแบบแนวโน้มในระยะเวลาดังนั้น ทั้งแนวโน้มขึ้นและแนวโน้มลง หรือเรียกว่า รูปแบบออกไปด้านข้าง (Sideway) โดยในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนกรกฎาคม 2550 มีรูปแบบแนวโน้มขึ้น จากนั้นเป็นรูปแบบออกไปด้านข้าง

และมีแนวโน้มลดลงราวเดือนพฤศจิกายนและเดือนธันวาคม ต่อมาราวเดือนกุมภาพันธ์ 2551 ผลตอบแทนสูงขึ้นและมีแนวโน้มลดลงจนถึงเดือนตุลาคม (เป็นจุดที่ต่ำที่สุด) จากนั้นพบแนวโน้มลงในเดือนมิถุนายนถึงเดือนธันวาคม 2553 เดือนกรกฎาคมถึงเดือนธันวาคม 2556 เดือนกรกฎาคมถึงเดือนตุลาคม 2557 และที่ชัดเจนคือ ช่วงเดือนสิงหาคม 2564 ถึงเดือนธันวาคม 2565 ส่วนแนวโน้มขึ้นไม่ค่อยปรากฏอย่างชัดเจน

ภาพที่ 2 แสดงการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในช่วงเดือนมกราคม 2550 ถึงเดือนธันวาคม 2565 จะเห็นได้ว่าเป็นรูปแบบที่คล้ายคลึงกันกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยคือ แนวโน้มในระยะสั้น ๆ กล่าวคือ จะพบแนวโน้มขึ้นในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนกรกฎาคม 2550 และลงในเดือนพฤศจิกายน จากนั้นพบแนวโน้มขึ้นเล็กน้อยในเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมิถุนายน 2551 เดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน 2552 เดือนเมษายนถึงเดือนกันยายน 2555 เดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนสิงหาคม 2557 และเดือนมีนาคมถึงเดือนกรกฎาคม 2559 ส่วนแนวโน้มลงพบบ้างในช่วงเดือนกันยายน 2560 ถึงเดือนเมษายน 2561 ส่วนช่วงระยะเวลาอื่นการเคลื่อนไหวจะอยู่ในรูปแบบออกไปด้านข้าง

จากการศึกษาการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ สามารถใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในเดือนตุลาคม และการทดสอบการมีอยู่ของเดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่นในตลาดหลักทรัพย์ไทย

2. ผลการศึกษาผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในเดือนตุลาคมในตลาดหลักทรัพย์ไทย แสดงได้ดังตารางที่ 1 และ 2

ตารางที่ 1 สถิติเชิงพรรณนาของผลตอบแทนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: เดือนมกราคม 2550 - ธันวาคม 2565

ระยะเวลา \ ค่าสถิติ	ค่าเฉลี่ย (%)	ค่าสูงสุด (%)	ค่าต่ำสุด (%)
มกราคม 2550 - ธันวาคม 2565	0.47	16.43	-35.92
มกราคม 2550 - ธันวาคม 2559	0.68	13.08	-35.92
มกราคม 2560 - ธันวาคม 2565	0.11	16.43	-17.45

ตารางที่ 2 สถิติเชิงพรรณนาของผลตอบแทนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ: เดือนมกราคม 2550 - ธันวาคม 2565

ระยะเวลา \ ค่าสถิติ	ค่าเฉลี่ย (%)	ค่าสูงสุด (%)	ค่าต่ำสุด (%)
มกราคม 2550 - ธันวาคม 2565	0.58	19.76	-28.89
มกราคม 2550 - ธันวาคม 2559	0.97	14.99	-28.89
มกราคม 2560 - ธันวาคม 2565	0.67	19.76	-19.19

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุด ของผลตอบแทนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งพบว่า ในระยะเวลาเต็มของการวิจัยตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 - ธันวาคม 2565 ผลตอบแทนรายเดือนเฉลี่ยมีค่าร้อยละ 0.47 ในขณะที่ผลตอบแทนรายเดือนสูงสุดและต่ำสุดเท่ากับร้อยละ 16.43 และ -35.92 ตามลำดับ โดยผลตอบแทนสูงสุดคือ เดือนพฤศจิกายน 2563 และผลตอบแทนต่ำสุดที่เดือนตุลาคม 2551 ส่วนช่วงแบ่งระยะเวลาดังตั้งเดือนมกราคม 2550 - ธันวาคม 2559 ผลตอบแทนรายเดือนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 0.68 ในขณะที่ผลตอบแทนรายเดือนสูงสุดและต่ำสุดคือ ร้อยละ 13.08 และ -35.92 โดยผลตอบแทนสูงสุดปรากฏในเดือนพฤษภาคม 2552 และผลตอบแทนต่ำสุดปรากฏในเดือนตุลาคม 2551 สำหรับช่วงระยะเวลาดังตั้งเดือนมกราคม 2560 - ธันวาคม 2565 ผลตอบแทนรายเดือนเฉลี่ยคือ ร้อยละ 0.11 ในขณะที่

ผลตอบแทนสูงสุดคือ ร้อยละ 16.43 พบในเดือนพฤศจิกายน 2563 และผลตอบแทนต่ำสุดเท่ากับร้อยละ -17.45 พบในเดือนมีนาคม 2563

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุด ของผลตอบแทนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งรายงานไว้ในระยะเวลาเต็มของการวิจัยตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 – ธันวาคม 2565 ผลตอบแทนรายเดือนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 0.58 ในขณะที่ผลตอบแทนสูงสุดคือ ร้อยละ 19.76 พบในเดือนมีนาคม 2564 และผลตอบแทนต่ำสุดเท่ากับร้อยละ -28.89 ปรากฏในเดือนตุลาคม 2551 ส่วนช่วงแบ่งระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 – ธันวาคม 2559 ผลตอบแทนรายเดือนเฉลี่ยประมาณร้อยละ 0.97 ในขณะที่ผลตอบแทนรายเดือนสูงสุดเท่ากับร้อยละ 14.99 ปรากฏในเดือนสิงหาคม 2557 และผลตอบแทนต่ำสุดเท่ากับร้อยละ -28.89 พบในเดือนตุลาคม 2551 สำหรับระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2560 - ธันวาคม 2565 ผลตอบแทนรายเดือนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 0.67 ในขณะที่ผลตอบแทนสูงสุดคือ ร้อยละ 19.76 พบในเดือนมีนาคม 2564 และผลตอบแทนต่ำสุดเท่ากับร้อยละ -19.19 ปรากฏในเดือนมีนาคม 2563

จากการศึกษาผลตอบแทนของหลักทรัพย์ทั้งในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ สำหรับระยะเวลาตั้งแต่มกราคม 2550 – ธันวาคม 2565 และช่วงแบ่งระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 – ธันวาคม 2559 และตั้งแต่เดือนมกราคม 2560 – ธันวาคม 2565 จะเห็นได้ว่าเดือนตุลาคม 2551 เป็นเดือนที่ให้ผลตอบแทนต่ำสุด ในช่วงระยะเวลาเต็มของการวิจัย และช่วงแบ่งระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 ถึงเดือนธันวาคม 2565 และตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 – ธันวาคม 2559 ส่วนช่วงแบ่งระยะเวลาเดือนมกราคม 2560 – ธันวาคม 2565 เดือนมีนาคม 2563 เป็นเดือนที่ให้ผลตอบแทนต่ำที่สุด

3. ผลการทดสอบเดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนของหลักทรัพย์สูงกว่าเดือนอื่นในตลาดหลักทรัพย์ไทย การอธิบายผลการทดสอบเดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่นจะอธิบายจากผลของสมการถดถอยของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ดังนี้

3.1 ผลของสมการถดถอยของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แสดงได้ดังตารางที่ 3 - 5

ตารางที่ 3 ผลของสมการถดถอยสำหรับเดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น : เดือนมกราคม 2550 - ธันวาคม 2565

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
JAN	-0.0028	0.0119	-0.2313	0.8173
FEB	0.0158	0.0111	1.4239	0.1562
MAR	0.0032	0.0152	0.2119	0.8324
APR	0.0269	0.0119	2.2569	0.0252*
MAY	0.0011	0.0112	0.0991	0.9211
JUN	0.0010	0.0130	0.0775	0.9383
JUL	0.0129	0.0144	0.8900	0.3746
AUG	0.0033	0.0120	0.2773	0.7818
SEP	-0.0056	0.0175	-0.3172	0.7515
OCT	-0.0147	0.0246	-0.5998	0.5494
NOV	0.0006	0.0129	0.0455	0.9638
DEC	0.0143	0.0122	1.1735	0.2421

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 ผลของสมการถดถอยสำหรับเดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น : เดือนมกราคม 2550 - ธันวาคม 2559

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
JAN	-0.0120	0.0171	-0.7015	0.4845
FEB	0.0335	0.0085	3.9468	0.0001*
MAR	0.0190	0.0138	1.3817	0.1699
APR	0.0287	0.0132	2.1765	0.0317*
MAY	0.0048	0.0173	0.2783	0.7813
JUN	0.0087	0.0170	0.5102	0.6109
JUL	0.0196	0.0218	0.9005	0.3699
AUG	-0.0049	0.0169	-0.2888	0.7733
SEP	-0.0024	0.0274	-0.0877	0.9302
OCT	-0.0180	0.0394	-0.4556	0.6496
NOV	-0.0100	0.0104	-0.9568	0.3408
DEC	0.0148	0.0180	0.8229	0.4124

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 ผลของสมการถดถอยสำหรับเดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น : เดือนมกราคม 2560 - ธันวาคม 2565

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
JAN	0.0126	0.0136	0.9294	0.3564
FEB	-0.0137	0.0222	-0.6179	0.5390
MAR	-0.0231	0.0326	-0.7110	0.4799
APR	0.0239	0.0247	0.9671	0.3374
MAY	-0.0051	0.0097	-0.5195	0.6053
JUN	-0.0117	0.0211	-0.5568	0.5797
JUL	0.0016	0.0143	0.1109	0.9121
AUG	0.0170	0.0156	1.0877	0.2811
SEP	-0.0108	0.0138	-0.7836	0.4363
OCT	-0.0094	0.0127	-0.7386	0.4630
NOV	0.0182	0.0300	0.6061	0.5467
DEC	0.0135	0.0149	0.9099	0.3665

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลของสมการถดถอยตารางที่ 3 และ 4 ให้ข้อมูลว่าปรากฏการณ์เดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น (ร้อยละ 2.69, 3.35 และ 2.87) หรือ February Effect และ April Effect ยังคงมีอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงระยะเวลาเต็มของการวิจัยตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 – ธันวาคม 2565 และช่วงแบ่งระยะเวลาดังแต่เดือนมกราคม 2550 – ธันวาคม 2559 สำหรับช่วงแบ่งระยะเวลาเดือนมกราคม 2560 – ธันวาคม 2565 ตารางที่ 5 รายงานว่าไม่มีปรากฏการณ์เดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น

3.2 ผลของสมการถดถอยของตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แสดงได้ดังตารางที่ 6 – 8

ตารางที่ 6 ผลของสมการถดถอยสำหรับเดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น : เดือนมกราคม 2550 - ธันวาคม 2565

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
JAN	0.0177	0.0124	1.4342	0.1532
FEB	0.0020	0.0146	0.1337	0.8938
MAR	-0.0051	0.0225	-0.2284	0.8196

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
APR	0.0377	0.0124	3.0450	0.0027*
MAY	-0.0095	0.0131	-0.7262	0.4686
JUN	0.0120	0.0210	0.5689	0.5702
JUL	0.0162	0.0153	1.0587	0.2912
AUG	-0.0003	0.0183	-0.0141	0.9888
SEP	0.0122	0.0182	0.6712	0.5030
OCT	0.0033	0.0234	0.1402	0.8887
NOV	-0.0141	0.0121	-1.1622	0.2467
DEC	-0.0030	0.0124	-0.2389	0.8114

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 ผลของสมการถดถอยสำหรับเดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น : เดือนมกราคม 2550 - ธันวาคม 2559

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
JAN	0.0063	0.0162	0.3883	0.6986
FEB	0.0234	0.0129	1.8197	0.0716**
MAR	-0.0045	0.0215	-0.2106	0.8336
APR	0.0406	0.0105	3.8855	0.0002*
MAY	-0.0060	0.0151	-0.4004	0.6896
JUN	0.0208	0.0299	0.6981	0.4866
JUL	0.0257	0.0234	1.1001	0.2737
AUG	-0.0128	0.0266	-0.4816	0.6311
SEP	0.0050	0.0288	0.1733	0.8628
OCT	0.0188	0.0362	0.5190	0.6049
NOV	-0.0031	0.0138	-0.2209	0.8256
DEC	0.0016	0.0142	0.1157	0.9081

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตารางที่ 8 ผลของสมการถดถอยสำหรับเดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น : เดือนมกราคม 2560 - ธันวาคม 2565

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	P-Value
JAN	0.0369	0.0180	2.0492	0.0448*
FEB	-0.0338	0.0283	-1.1956	0.2366
MAR	-0.0062	0.0518	-0.1196	0.9052
APR	0.0329	0.0299	1.1006	0.2755
MAY	-0.0154	0.0262	-0.5864	0.5598
JUN	-0.0028	0.0283	-0.0996	0.9210
JUL	0.0004	0.0125	0.0287	0.9772
AUG	0.0207	0.0203	1.0184	0.3126
SEP	0.0242	0.0098	2.4772	0.0161*
OCT	-0.0225	0.0160	-1.4117	0.1632
NOV	-0.0326	0.0223	-1.4575	0.1502
DEC	-0.0106	0.0245	-0.4335	0.6662

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลของสมการถดถอยตารางที่ 6 และ 7 ให้ข้อมูลว่าปรากฏการณ์เดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น (ร้อยละ 3.77, 2.34 และ 4.06) หรือ February Effect และ April Effect

ยังคงมีอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในช่วงระยะเวลาเต็มของการวิจัยตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 – ธันวาคม 2565 และช่วงแบ่งระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 – ธันวาคม 2559 สำหรับช่วงแบ่งระยะเวลาเดือนมกราคม 2560 – ธันวาคม 2565 ตารางที่ 8 รายงานว่ามีปรากฏการณ์ Month-of-the-Year Effect ที่เดือนมกราคมและกันยายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น (ร้อยละ 3.69 และ 2.42) หรือ January Effect และ September Effect ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

สรุป

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ไทย 2) ศึกษาผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในเดือนตุลาคมในตลาดหลักทรัพย์ไทย และ 3) ทดสอบเดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนของหลักทรัพย์สูงกว่าเดือนอื่นในตลาดหลักทรัพย์ไทย โดยศึกษาจากประชากรคือ ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และดัชนีตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ สำหรับระยะเวลาตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 - ธันวาคม 2565 ผลการวิจัยพบว่า 1) การเคลื่อนไหวของผลตอบแทนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีรูปแบบเป็นแนวโน้มในระยะสั้น ๆ 2) เดือนตุลาคมเป็นเดือนที่ให้ผลตอบแทนต่ำที่สุดสำหรับระยะเวลาที่ทำการวิจัย และ 3) ปรากฏการณ์เดือนกุมภาพันธ์และเมษายนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น หรือ February Effect และ April Effect ยังคงมีอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่พบว่า การเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีรูปแบบเป็นแนวโน้มในระยะสั้นๆ หรือรูปแบบออกไปด้านข้าง (Sideway) ในช่วงระยะเวลาที่ทำการวิจัยตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 - ธันวาคม 2565 เนื่องมาจากข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ต่างๆ และภาวะตลาดหลักทรัพย์ ในขณะนั้น ยังไม่ส่งผลทางบวกมากนักต่อผู้ลงทุนหรือไม่สนใจให้นักลงทุนเข้ามาลงทุน ซึ่งหากวิเคราะห์ตามช่วงเวลาทำการวิจัยจะพบว่า ประเทศไทยเผชิญกับสถานการณ์การเมืองในช่วงปี 2550 2554 2559 2562 และ 2565 ในขณะที่ภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระยะชะลอตัว ดัชนีตลาดหลักทรัพย์มีแนวโน้มลดลงมากกว่าเพิ่มขึ้น มีภัยธรรมชาติเกิดขึ้น มีการปรับเปลี่ยนนโยบายภาครัฐ และต้องเผชิญกับความเสี่ยงภัยจากต่างประเทศ รวมทั้งการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จึงอาจเกิดภาวะไม่แน่นอนสำหรับการลงทุน ดังนั้น นักลงทุนจึงชะลอการลงทุนในหลักทรัพย์

ส่วนผลการวิจัยที่พบว่า เดือนตุลาคมเป็นเดือนที่ให้ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ต่ำสุดทั้งในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Afik and Lahav (2015); Andrade, Chhaochharia and Fuerst (2013) และ Lucey and Zhao (2008) ที่ให้ข้อมูลว่าผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคมต่ำกว่าช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเมษายน ซึ่งจากผลของงานวิจัยนี้เดือนตุลาคมอยู่ในช่วงเดือนสุดท้ายของช่วงเวลาที่ให้ผลตอบแทนต่ำ จึงสอดคล้องกับงานวิจัยดังกล่าว สำหรับคำอธิบายที่เป็นไปได้ของผลการวิจัยนี้อาจเป็นเพราะในช่วงไตรมาสที่ 4 ของแต่ละปี ยังคงได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวในย่อหน้าแรก ประกอบกับยังไม่มีปัจจัยอื่นหรือข้อมูลข่าวสารอื่นที่กระตุ้นให้เกิดการลงทุนเพิ่มมากขึ้น เช่น บริษัทจดทะเบียนยังไม่ชัดเจนเกี่ยวกับนโยบายการจ่ายเงินปันผล การมีโครงการลงทุนและแผนการเงินในปีต่อไป หรือการระดมทุนเพิ่มเพื่อสร้างการเจริญเติบโตให้กับกิจการ เป็นต้น นักลงทุนจึงยังคงชะลอการลงทุนในเดือนนี้ และถ้าช่วงต่อไปมีความชัดเจนในปัจจัยต่าง ๆ มากขึ้น นักลงทุนจะกลับเข้ามาสู่ตลาดเพื่อการลงทุนต่อไป

สำหรับผลการวิจัยที่ยืนยันว่าปรากฏการณ์ February Effect และ April Effect ยังคงมีอยู่ในตลาดหลักทรัพย์ไทย หรือปรากฏการณ์ Month-of-the-Year Effect ยังคงปรากฏในตลาดหลักทรัพย์ไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยาณี ภาควัต (2558) ที่พบ February Effect และ April Effect ในตลาดหลักทรัพย์ไทย Aggarwal and Jha (2023) พบ February Effect, April Effect และ July Effect ในตลาดหลักทรัพย์ประเทศอินโดนีเซีย เกาหลีใต้ และมาเลเซีย, Elangovan, Irudayasamy, and Parayitam, (2022) พบ March Effect ในตลาดหลักทรัพย์ประเทศอินเดีย, Mouselli and Al Samman, (2016) พบ May Effect ในตลาดหลักทรัพย์ตามัสกัส, Thushara and Perera, (2013) อธิบายว่ามีปรากฏการณ์ January Effect ในประเทศศรีลังกา และ Lim, Ng, and Ling, (2010) ที่ยืนยันว่าปรากฏการณ์ Month-of-the-Year Effect ยังคงมีในตลาดหลักทรัพย์ โดยพบ December Effect ในตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทย อินเดีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าในแต่ละเดือนที่พบจะมีเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ เกิดขึ้นที่ทำให้การลงทุนลงทุนในหลักทรัพย์เพิ่มมากขึ้น

สำหรับตลาดหลักทรัพย์ไทยที่พบ February Effect และ April Effect อาจเป็นไปได้ว่าในเดือนกุมภาพันธ์ เป็นเดือนที่ยังอยู่ในช่วงเทศกาลปีใหม่ต่อเนื่องจากเดือนมกราคม และเทศกาลตรุษจีน ประกอบกับเป็นไตรมาสแรกของปี ซึ่งนักลงทุนได้ทราบถึงผลการดำเนินงานของกิจการ นโยบายการจ่ายเงินปันผล และแผนการลงทุนของแต่ละธุรกิจ รวมทั้งหลาย ๆ ธุรกิจมีการจ่ายเงินโบนัสประจำปี จึงเป็นผลให้มีการลงทุนในหลักทรัพย์เพิ่มขึ้น ตลาดหลักทรัพย์ไทยอยู่ในภาวะตลาดกระทิง (Bull Market) มีสภาพคล่องในการซื้อขายสูงขึ้น จึงเป็นไปได้ที่เดือนกุมภาพันธ์เป็นเดือนหนึ่งที่ทำให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น ส่วนเดือนเมษายนที่พบว่าเป็นเดือนหนึ่งที่ทำให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น อาจเป็นไปได้ว่าอยู่ในช่วงของเทศกาลสำคัญของคนไทยคือ เทศกาลสงกรานต์หรือปีใหม่ไทย จะมีวันหยุดฉลองเทศกาลยาว ประชาชนหรือนักลงทุนโดยทั่วไปมีความสุข ประกอบกับผลการดำเนินงานในไตรมาสที่ 1 ของบริษัทจดทะเบียนได้เปิดเผยแล้ว ซึ่งส่วนใหญ่อาจมีผลในทางบวก รวมทั้งนักลงทุนมีความชัดเจนในภาวะเศรษฐกิจ ภาวะตลาดหลักทรัพย์ นโยบายของรัฐ ทั้งการเงิน และการคลัง และสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งน่าจะไปในทางบวก เป็นผลให้มีการลงทุนในหลักทรัพย์เพิ่มมากขึ้น ตลาดหลักทรัพย์ไทยอยู่ในภาวะคึกคัก มูลค่าการซื้อขายหลักทรัพย์เพิ่มมากขึ้น จึงเป็นไปได้ที่เดือนเมษายนเป็นเดือนหนึ่งที่ทำให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่นในปีเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

การอธิบายข้อเสนอแนะจะแยกอธิบายเป็น 2 ประเด็นคือ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย จากผลการวิจัยที่พบว่าการเคลื่อนไหวของผลตอบแทนของหลักทรัพย์เป็นรูปแบบออกไปด้านข้าง (Sideway) เดือนตุลาคมเป็นเดือนที่ให้ผลตอบแทนของหลักทรัพย์ต่ำที่สุด และเดือนกุมภาพันธ์ เดือนเมษายน เป็นเดือนที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทจดทะเบียน และนักลงทุนควรดำเนินการดังนี้

1.1 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทจดทะเบียนควรให้และเปิดเผยข้อมูลที่ชัดเจนแก่ผู้ลงทุน พร้อมทั้งแนะนำกลยุทธ์หรือแนวทางการลงทุนในระยะสั้น ๆ เพื่อลดความเสี่ยงและได้กำไรจากการลงทุนในลักษณะสะสม เช่น กลยุทธ์ Scalping

1.2 บริษัทจดทะเบียนควรจัดทำรายงานทางการเงินให้มีข้อมูลครบถ้วน เนื่องจากมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนทั้งทางบวกและทางลบ และพยายามไม่ให้เกิดลักษณะของผู้ลงทุนรับรู้ข้อมูลข่าวสารไม่เท่าเทียมกัน

1.3 นักลงทุนควรนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับข้อมูลอื่นในการสร้างหรือจัดพอร์ตการลงทุนเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนสูงขึ้นโดยมีความเสี่ยงที่ยอมรับได้ เช่น อาจใช้กลยุทธ์เชิงรุกในเดือนกุมภาพันธ์ หรือ เดือนเมษายน เป็นต้น

1.4 นักลงทุนควรนำลักษณะของผลตอบแทนตามฤดูกาลไปกำหนดกลยุทธ์การลงทุน การจับจังหวะการซื้อขายหลักทรัพย์ เช่น การวางแผนการซื้อขายหลักทรัพย์ในช่วงเดือนตุลาคม และถือไว้ระยะหนึ่งแล้วเริ่มมีการขายตั้งแต่ช่วงเดือนพฤศจิกายนและธันวาคม และลงทุนรอบใหม่เพื่อขายในเดือนกุมภาพันธ์และเมษายน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปมีดังนี้

2.1 นักวิจัย นักวิชาการ หรือผู้สนใจด้านการเงินและการลงทุนในหลักทรัพย์ อาจใช้ผลการวิจัยเป็นฐานในการขยายงานวิจัยใหม่ หรือต่อยอดงานวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับวงวิชาการ เช่น การทดสอบเพื่อค้นหา หรือยืนยันถึงสาเหตุของการเกิดพฤติกรรมทางฤดูกาลของผลตอบแทนของหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ต่าง ๆ

2.2 การวิจัยครั้งต่อไปอาจใช้วิธีการวิจัย หรือตัวแบบทางการเงินหรือตัวแปรที่แตกต่างจากการวิจัยครั้งนี้ เช่น การใช้ ARCH หรือ GARCH แทนการใช้ OLS หรือการเพิ่มตัวแปรควบคุมที่น่าจะส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนในสมการถดถอย เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยานี ภาคออต. (2558). เดือนของปีที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดือนอื่นในตลาดหลักทรัพย์ไทย สิงคโปร์ และ มาเลเซีย. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, มหาวิทยาลัยมหานครเทคโนโลยี, 12 (1), 22-35.
- ณัฐภูมิ เจริญหาโรจน์. (2560). การศึกษา “ช่วงของฤดูกาลที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าช่วงของฤดูกาลอื่น” ใน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ นิติ*, 20, 117-132.
- พรชนก เป้าจามงค์ และกัลยานี ภาคออต (2564). วันในสัปดาห์ที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าวันอื่นในตลาดหลักทรัพย์ไทย. *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8 มหาวิทยาลัยปทุมธานี วันที่ 24 เมษายน 2564*, 221-230.
- Afik, Z., and Lahav, Y., (2015). A Better ‘Autopilot’ than Sell-in-May? 40 years in the US Market. *Journal of Asset Management*, 16, 41-51.
- Aggarwal, K., and Jha, M., (2023). “Stock Returns Seasonality in Emerging Asian Markets”. *Asia-Pacific Financial Markets*, 30, 109–130
- Agrawal, A., and Tandon, K., (1994). Anomalies or Illusions? Evidence from Stock Markets in Eighteen Countries. *Journal of International Money and Finance*, 13 (1), 83-106
- Andrade, S. C., Chhaochharia, V., and Fuerst, M. E., (2013). “Sell in May and Go Away” Just Won’t Go Way. *Financial Analysts Journal*, 69 (4), 94-105.
- Chan, M., Khantavit, A., and Thomas, H., (1996). “Seasonality and Cultural Influence on Four Asian Stock Markets”. *Asian Pacific Journal of Management*, 13, 1-24.
- Elangovan, R., Irudayasamy, F., and Parayitam, S., (2022). Month-of-the-Year Effect: Empirical Evidence from Indian Stock Market, *Asia-Pacific Financial Markets*, 29, 449-476.
- Fama, E., (1970). Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. *The Journal of Finance*, 25(2), 383-417.

- Gultekin, M. N., and Gultekin, N. B., (1983). Stock Market Seasonality. *International Evidence. Journal of Finance Economics*, 12(4), 469-481.
- Irawan, R., Nugraha, N., Dismam, D., and Supriatna, N. (2022). January Effect Analysis, and Stock Risk on Stock Return in Coal Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2017 – 2022. *Journal of Positive School Psychology*, 6(2), 3291 -3298.
- LalithaKumari G., and Uthra, V., (2018). An Analysis of Turn of the Month Effect on S&P BSE Healthcare Index in the Indian Stock Market. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (ijtsrd)*, 2(2), 138-145
- Lim, K., Ng, D., and Ling, C., (2010). “Month-of-the-Year Effects in Asian: A20-Year Study (1990 – 2009)”. *African Journal of Business Management*, 4(7), 1351-1362.
- Lucey, B. M. and Zhao, S., (2008). Halloween or January? Yet Another Puzzle. *International Review of Financial Analysis*, 17(5), 1055-1069
- Marrett, G., and Worthington, A., (2008). An Empirical Note on the Holiday Effect in the Australian Stock Market. *Applied Economics Letters*, 16(17), 1769-1772.
- Mouselli, S., and Al Samman, H., (2016). “An Examination of the Month-of-the-Year Effect at Damascus Securities Exchange”. *International and Journal of Economics and Financial Issues*, 6(2), 573-577.
- Mubarok, F., and Fadhli, M., (2020). “Efficient Market Hypothesis and Forecasting of the Industrial Sector on the Indonesia Stock Exchange”. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(2), 160-168
- Nisar, S., Asif, R., and Ali, A., (2021). Testing the Presence of the January Effect in Developed Economies. *MPRA Paper 112548*, 1-15.
- Pradnyaparamita, N.M.W., and Rahyuda, H., (2017). “Pengujian Anomali Pasar January Effect Pada Perusahaan Lq45 Di Bursa Efek Indonesia”. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(7), 3513-3539.
- Rozeff, M., and Kinney, W., (1976). Capital Markets Seasonality: The Case of Stock Returns. *Journal of Finance Economics*, 3(4), 379-402.
- Srinivasan, P., and Kalaivani, M., (2012). Exchange Rate Volatility and Export Growth in India: An Empirical Investigation. *MPRA Paper 43828*, University Library of Munich, Germany.
- Thushara, S. C., and Perera, P., (2013). The Month-of-the-Year Effect: Empirical Evidence from Colombo Stock Exchange. *Conference: 2nd International Conference on Management of Economics*, 1-6.
- Wachtel, S. B., (1942). Certain Observations on Seasonal Movements in Stock Prices. *Journal of Business*, 15(2), 184-193.

การประศาสน์นโยบายสาธารณะในสมัยรัชกาลที่ 6 กรณีกองเสือป่า Public Policy Administration in the reign of King RamaVI: the case study of Wild Tiger Corps

ธัญต์ สุวรรณานนท์¹, จรัส สุวรรณมาลา² และ เฉลิมพร เย็นเยือก³
Thanut Suvarnananda¹, Charat Suwanmala² and Chalernporn Yenyuak³
สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์และนโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยรังสิต
Institute of Public Administration and Public Policy, Rangsit University, Thailand
Corresponding Author, E-mail: thanut.suv@gmail.com¹

Received: 2023-12-7; Revised: 2024-3-30; Accepted: 2024-3-31

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความเป็นมาของกองเสือป่าในเชิงกระบวนการนโยบายสาธารณะ 2) วิเคราะห์ปัญหา และ อุปสรรค ระหว่างกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ความก้าวหน้าและการก่อตัวของนโยบายใหม่หลังจากที่การดำเนินกิจกรรมกองเสือป่ายุติลง โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) จากแหล่งข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์และผลงานวิจัยจากนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสรุปและวิเคราะห์ประกอบการพรรณนาตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า 1) ความเป็นมาของกองเสือป่าในเชิงกระบวนการนโยบายสาธารณะ เป็นนโยบายสาธารณะที่แปลกใหม่เกิดขึ้นมาเป็นเวลากว่า 100 ปี มีการทดลองนำนโยบายไปปฏิบัติบางส่วนที่เป็นต้นแบบของนโยบายสาธารณะใหม่ที่จริงจังและมีขนาดใหญ่ และ 2) ปัญหาและอุปสรรคเกิดจากการดำเนินงานที่มีความซับซ้อน ผู้กำหนดนโยบายอาจมุ่งเน้นเพียงผลขั้นปลายที่จะเกิดขึ้น โดยระหว่างทางของนโยบายจะมีประเด็นที่เป็นปัญหา และเป็นความท้าทายต่อผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ ดังนั้น เพื่อลดปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกองเสือป่า ผู้บริหารรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ดำเนินการตามนโยบายควรให้ความสำคัญในด้านการเป็นผู้นำ และการจัดองค์การขึ้นมารองรับ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดโอกาสที่จะประสบความสำเร็จและสามารถทำให้ลดปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินนโยบายในการทางการเมืองดำเนินนโยบายในอนาคต

คำสำคัญ: นโยบายสาธารณะ, กองเสือป่า, ผู้นำ

Abstract

The objective of this study was to 1) study the history of the Wild Tiger Corps in terms of the public policy process and 2) analyze problems and obstacles during the policy implementation process, progress, and formation of new policies after the Wild Tiger Corps activities ended. This study was conducted using a qualitative research method by documentary research to gather the data from historical sources and related academic documents for analysis and the discussion of results according to the specified research objectives.

The results revealed that the history of the Wild Tiger Corps in the public policy process is a groundbreaking public policy that has been in place for more than 100 years. There are policy implementation experiments that serve as new models for serious and large

scale, and 2) problems and obstacles arise from the complex operations, policymakers may focus only on the downstream consequences. During the operation of the policy, implementation will be a problematic issue and it is a challenge for policymaker leaders to implement. Moreover, to reduce problems and obstacles in the operations of the Wild Tiger Corps, the executives, and related agencies that implement the policy should give importance to leadership and establish an organization to support operations. That will result in an opportunity for success and reduce problems and obstacles in policy implementation in the future.

Keywords: Public Policy, Wild Tiger Corps, Leader

บทนำ

กองเสือป่า (Wild Tiger) กองกำลังอาสาสมัครพลเรือนกึ่งทหาร เป็นนโยบายสาธารณะที่สถาปนาขึ้นโดยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 เมื่อพุทธศักราช 2454 มีระยะเวลาดำเนินงานภายหลังประกาศเป็นนโยบายยาวนานถึง 14 ปี นับเป็นนโยบายสาธารณะที่มีระยะเวลาดำเนินการยาวนานมากที่สุดนโยบายหนึ่ง ผลของนโยบายนี้ได้ส่งผลกระทบต่อมาถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ กองเสือปายังนับว่าเป็นนโยบายสาธารณะที่แปลกใหม่อย่างมากของสังคมไทยสมัยนั้น ด้วยการรับสมัครข้าราชการและบุคคลพลเรือนเข้ารับการฝึกแบบทหาร มีสังกัดเป็นหมวดหมู่ระดับกรม และกองพลทั่วประเทศ เสือป่าทุกคนต้องผ่านการอบรมศีลธรรมจรรยา และเรียนรู้ประวัติศาสตร์ชาติไทย นโยบายดังกล่าวมีขึ้นเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาของชาติด้านความมั่นคงเป็นเบื้องต้น (จมีนอมรตฤณารักษ์ (แจ่ม สุนทรเวช), 2514) ต่อมาได้ขยายผลให้บรรลุเป้าหมายการสร้างวินัย ความเสียสละอดทน และทำงานร่วมกันเป็นทีมข้าราชการที่มีองค์พระมหากษัตริย์เป็นผู้บริหารสูงสุด ทั้งหมดนี้เป็นการยกระดับเป้าหมายการพัฒนาจากช่วงการสร้างรัฐ (State Building) สู่ยุคการสร้างชาติ (Nation Building) ที่หยั่งรากโดยพระมหากษัตริย์รัชกาลที่ 4 ส่งต่อมาถึงรัชกาลที่ 6 ทำให้ประเทศไทยพ้นจากอิทธิพลของการล่าเมืองขึ้นอย่างสมบูรณ์ โดยเป้าหมายชั้นปลายของนโยบายกองเสือป่านี้คือ การรักษาความเป็นปึกแผ่นและความมั่นคงของชาติ และการพัฒนาความเป็นพลเมือง (Citizenship) ให้เกิดขึ้นกับคนไทย (เทพ บุญตานนท์, 2556)

การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาเรื่องราวของกองเสือป่าในเชิงกระบวนการนโยบายสาธารณะ เนื่องจากนโยบายนี้สามารถมองได้หลายด้าน ตามแต่จะเลือกแง่มุมใดขึ้นมาศึกษา แต่ส่วนมากการศึกษาเรื่องของกองเสือป่า จะถูกตีความไปในทางลบที่ผลของนโยบายทรงริเริ่มนี้ไม่ก่อประโยชน์ ตั้งขึ้นเพื่อเป็นกองกำลังส่วนพระองค์ สร้างปัญหางบประมาณ โดยนับรวมเรื่องตั้งเมืองจำลองดุสิตธานีเข้าไว้ด้วย แม้ว่าสอนโยบายนี้มีกระบวนการที่ซับซ้อน เป็นนโยบายส่วนพระองค์เพื่อมุ่งตอบโจทย์และบรรลุผลระยะยาวของประเทศ ต่างจากนโยบายอื่น ๆ ที่มุ่งแก้ไขปัญหาที่ปรากฏอยู่เป็นรูปธรรม (pain point) นอกจากนี้ การศึกษาค้นคว้าเรื่องราวในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว มักจะเน้นในเชิงตีความประวัติศาสตร์เพื่อทำความเข้าใจพระราชกรณียกิจด้านต่าง ๆ เช่น ด้านอักษรศาสตร์ ด้านการคลังและการงบประมาณ การจัดการกองทัพ การปกครองส่วนภูมิภาค เรื่องราวในราชสำนัก และเหตุการณ์รัฐประหารครั้งแรกที่เรียกว่ากบฏ ร.ศ.130 (เหรียญศรีจันทร์ และเนตร พูนวิวัฒน์, 2519) สาเหตุที่เรื่องราวและนโยบายอื่นในรัชสมัยของพระองค์ไม่ค่อยได้รับความสนใจหยิบยกขึ้นมาศึกษา อาจเป็นเพราะเป็นรัชสมัยที่ถูกขนาบด้วย 2 รัชกาลที่มีเหตุการณ์สำคัญโดดเด่น คือรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ซึ่งประเทศไทยต้องรับมือกับชาติตะวันตก และเหตุการณ์ทรงเปลี่ยนแปลงระบบบริหารราชการแผ่นดินครั้งใหญ่ กับรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระ

พระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 ประเทศไทยได้รับผลพวงจากปัญหายานนอกและภายในอย่างมากส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการปกครองเมื่อ พ.ศ. 2475

การศึกษาครั้งนี้เป็นการใช้กระบวนการนโยบายตอบคำถามหลัก 2 คำถาม คือ (1) ที่มานโยบายและเจตจำนงของการจัดตั้งกองเสือป่า การกำหนดนโยบายการจัดตั้งกองเสือป่า สาธารณประโยชน์ของนโยบาย และกระบวนการพัฒนานโยบาย (2) การจัดองค์กรและกระบวนการดำเนินงานกองเสือป่า ปัญหา อุปสรรค การปรับตัวระหว่างกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ความก้าวหน้าและการก่อตัวของนโยบายใหม่หลังจากที่การดำเนินกิจกรรมกองเสือป่ายุติลงหลังจากพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จสวรรคตแล้ว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นมาของกองเสือป่าในเชิงกระบวนการนโยบายสาธารณะ
2. วิเคราะห์ปัญหา และ อุปสรรค ระหว่างกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ความก้าวหน้าและการก่อตัวของนโยบายใหม่หลังจากที่การดำเนินกิจกรรมกองเสือป่ายุติลง

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

หลักการพื้นฐานของนโยบายกองเสือป่าคือ การสร้างอุดมการณ์รักชาติ ให้ข้าราชการและชาวยุโรปเป็นพลเมืองของชาติ ต้องการให้คนเหล่านั้นมุ่งประโยชน์ของชาติและส่วนรวม เหนือประโยชน์ส่วนตน โดยที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเล็งเห็นว่าบทบาทของพระองค์ในฐานะผู้นำของกองเสือป่าได้เหมาะสมตรงกับทฤษฎีภาวะผู้นำ (Elite theory , Elite model) โดยทรงเป็นผู้นำเชิงจริยธรรมและอุดมการณ์ (Ethical Leadership Theory) นับตั้งแต่การเกิดประเด็นปัญหาหรือประเด็นนโยบาย ไปจนถึงการออกแบบนโยบาย กระบวนการดำเนินนโยบาย ไปจนถึงการสิ้นสุดของนโยบาย กล่าวคือ ในขั้นตอนการเกิดประเด็น-วาระนโยบายอันเป็นที่มาของกิจการเสือป่านั้น มาจากปัญหาและความจำเป็นการสร้างรัฐ-สร้างชาติ ซึ่งเป็นคุณค่าทางสังคมการเมืองในระดับสูงสุดในสังคมหนึ่งๆ ซึ่งผู้นำในระดับประมุขของรัฐเท่านั้นที่รับรู้ เข้าใจ สถานการณ์ และเห็นความสำคัญของประเด็นนี้อย่างเข้าใจอย่างแท้จริง เฉพาะอย่างยิ่งแนวทางการสร้างสยามเป็นรัฐชาติสมัยใหม่นั้น พระมหากษัตริย์สามารถกำหนดเป็นนโยบายสาธารณะได้โดยตรง ซึ่งพบการส่งต่อนโยบายจากองค์พระประมุขของรัฐ 3 พระองค์ ตั้งแต่การเตรียมความพร้อมรับมือจากชาติล่าอาณานิคมในสมัยรัชกาลที่ 4 การปรับตัวขององคตพญาพญาครุฑราชชนนีใหญ่และการแสวงหาแนวร่วมผ่านชาติมหาอำนาจอื่น ๆ ในสมัยรัชกาลที่ 5 และการสร้างความเป็นพลเมืองในสมัยรัชกาลที่ 6 เพื่อเตรียมรับความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นอันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมต่างประเทศ ด้วยการสร้างความเข้มแข็งปึกแผ่น และคุณภาพของพลเมืองซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดของการสร้างชาติ (สนธิ เดชพันธ์, 2527)

การนำทฤษฎีภาวะผู้นำ (Elite theory) มาอธิบายการประศาสน์นโยบายของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เริ่มจากการที่ทรงเป็นประมุขของรัฐจากการสืบทอดมาจากพระมหากษัตริย์พระองค์ก่อน ทรงเล็งเห็นความอ่อนแอของความเป็นชาติที่ซ่อนอยู่ภายใต้การพัฒนาภิไธยที่เริ่มจะเข้มแข็ง พร้อมทั้งสังคมที่เริ่มทันสมัยเปิดกว้าง ทรงเห็นว่าความอ่อนแอดังกล่าวนี้เป็นเหตุให้เกิดความไม่ปรองดองสามัคคีระหว่างคนในชาติ และทำให้กลไกของรัฐอ่อนแอตามไปด้วย ซึ่งในการบริหารราชการแผ่นดิน แม้พระองค์จะเป็นผู้นำที่มีอำนาจเบ็ดเสร็จเด็ดขาด แต่ในการใช้พระราชอำนาจนั้น ด้วยการที่ทรงเป็นนักประชาธิปไตย จึงทรงใช้พระราชอำนาจและเปิดใจรับฟังความคิดเห็นไปพร้อมกัน ซึ่งแทบจะไม่พบว่าทรงหักหาญให้ผู้ที่ปฏิบัติตามนโยบายต้องกระทำให้เป็นไปตามที่มีพระราชประสงค์ แต่จะทรงชี้ทิศทาง พร้อมให้เหตุผลสนับสนุนให้เห็นคล้อยตาม ทรงวางพระองค์ที่เป็นผู้นำทางคุณธรรม จริยธรรม และทรงทำให้เห็นเป็นตัวอย่างในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งแบบการ

สาธิต การทำต้นแบบ และการทดลองนโยบาย (ศุภชัย ยาวะประภาส, 2557) นอกจากนี้ พบว่าสิ่งที่เป็นพระราชนิยามคือ จะทรงซ่อนพระประสงค์ที่แท้จริงเอาไว้ โดยที่จะทรงปูทาง วางแผน และออกแบบไว้ก่อน จากนั้นกระทำให้ไปอย่างเงิบ ๆ จนเกิดเห็นผลขึ้นมา ทรงเปรียบเทียบแนวทางการบริหารนโยบายของพระองค์กับการสร้างอุโมงค์และการวางทางรถไฟที่ไม่มีใครเห็น หรือเห็นแต่ก็ปล่อยให้สงสัยหรือวิพากษ์วิจารณ์ไปจนกระทั่งเห็นผลงานปรากฏออกมา ซึ่งตามทฤษฎีภาวะผู้นำ พระองค์ทรงเป็นผู้นำที่มีจริยธรรม (Ethics Leadership) ที่นอกจากผู้นำจะมีจริยธรรมในตัวเองแล้ว ยังส่งเสริมพฤติกรรมดังกล่าวนี้แก่ผู้คนที่อยู่รอบตัว มีวิธีการสื่อสาร การเสริมกำลัง และการตัดสินใจที่คำนึงถึงคุณธรรมจริยธรรม หรือกล่าวได้ว่าเป็นทั้ง “ผู้มีคุณธรรม” และ “ผู้จัดการด้านศีลธรรม”

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ยังทรงเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) จากการที่ทรงมุ่งเน้นการสื่อสารวิสัยทัศน์ที่สร้างแรงบันดาลใจ และสร้างอุดมคติร่วมกันขององค์กรให้กับผู้ตาม โดยพบว่าในการดำรงบทบาทการนำองค์กรเสียด้วยพระองค์เองนั้น ทรงมีพระราชวินิจฉัยในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และแสวงหาทางออกด้วยพระองค์เอง โดยมักจะพบว่า ทรงยึดมั่นที่จะอยู่ในกรอบของนโยบายใหญ่ แต่ก็พร้อมกระจายพระราชอำนาจให้ระดับพื้นที่ทำงานอย่างค่อยเป็นค่อยไป นอกจากนี้ ในขั้นตอน policy monitoring ทรงมอบพระราชอำนาจให้ผู้ปกครองเลื่อมลุล และข้าราชการบริพารที่ทรงไว้วางพระทัยเข้าไปตรวจสอบปัญหาและเสนอทางแก้ไขเพื่อทรงมีพระราชวินิจฉัย ซึ่งส่วนมากจะเป็นข้อสั่งการเฉพาะเรื่อง และทรงทำความเข้าใจกับสังคมผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ (วรชาติ มีชูบท, 2557)

แนวคิดทฤษฎีอื่น ๆ ที่บ่งชี้การมีภาวะผู้นำยังพบว่า พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเป็นนักบริหารตามทฤษฎี Management Theory ทรงเป็นผู้นำที่โดดเด่น (Hero) ในสังคมที่ปกครองด้วยระบอบสมบูรณาญาสิทธิราช ถึงแม้จะพบอุปสรรคความไม่ราบรื่นในการบริหารราชการแผ่นดินอยู่บ้าง แต่นโยบายกองเสือป่า ก็ประสบผลสำเร็จด้วยตัวแปรหลายประการ ทั้งการบริหารของผู้มีระดับรองลงมา ข้าราชการบริพารที่พร้อมใจกันสนับสนุนการขับเคลื่อนนโยบายตามพระราชประสงค์ การใช้สื่อมวลชนต่าง ๆ และสื่อที่รัฐสนับสนุนสร้างความเข้าใจและการรับรู้ ตลอดจนความร่วมมือของข้าราชการและประชาชนที่เห็นประโยชน์ของการฝึกฝนตามแนวทางของเสือป่า สิ่งทฤษฎีนี้ได้เสนอไว้ และสอดคล้องกับการดำเนินนโยบายกองเสือป่า คือ ผู้นำจะถูกคาดหวัง เพราะจะต้องบริหารสภาวะที่ไม่คงเส้นคงวา มีความเสี่ยงและความเปลี่ยนแปลงที่คาดไม่ถึงตลอดการบริหารและขับเคลื่อนนโยบาย นอกจากนี้ ทฤษฎียังระบุว่า สิ่งสำคัญที่จะทำให้นโยบายประสบผลสำเร็จคือการประสานงาน และแสวงหาความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ซึ่งพระองค์ได้แสดงบทบาทดังกล่าวตลอดระยะเวลาดำเนินนโยบาย (สมบัติ อารังธัญวงศ์, 2541) ส่วนทฤษฎี Ethical Leadership Theory เป็นอีกทฤษฎีหนึ่งที่เสนอว่า ผู้นำที่เน้นการนำองค์กรที่มีหน้าที่ขับเคลื่อนอุดมการณ์หรือจริยธรรมหรือธรรมาภิบาล พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเป็นผู้นำที่มีคุณสมบัติส่วนพระองค์ ในเรื่องการยึดมั่นอุดมการณ์ หลักจริยธรรม ทรงประพฤติปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างเป็นที่ประจักษ์ สามารถเป็นตัวอย่างแบบอย่างของผู้ตามได้

อย่างไรก็ตาม เมื่อได้กล่าวถึงภาวะผู้นำในกระบวนการนโยบายที่ทรงเป็นผู้นำคุณธรรมจริยธรรมแล้ว ส่วนที่อาจจะขาดไปในกระบวนการนโยบายกองเสือป่าคือ พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเล็งกิจกรรมและมาตรการเพื่อสร้างอุดมการณ์ความเสียสละอุทิศตนต่อชาติบ้านเมืองที่ยังไม่หลากหลายเพียงพอ ทำให้ขาดการสร้างแรงจูงใจในระดับที่ลึกซึ้งขึ้นไปคือ “ศรัทธา” และ “ความเชื่อ” ในคุณค่าของความรักชาติและความยินดีสมัครใจที่จะเสียสละประโยชน์ส่วนตัวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมตามอุดมการณ์นั้น ๆ ซึ่งน่าสังเกตว่าแรงจูงใจหลักของคนที่ต้องการสมัครเป็นสมาชิกเสือป่าคือ ต้องการใกล้ชิดองค์พระมหากษัตริย์เพื่อประโยชน์ส่วนตน ไม่ใช่ความศรัทธาในอุดมการณ์เสือป่าซึ่งเป็นจุดอ่อนสำคัญ

นอกจากนี้ ในอีกด้านหนึ่ง หากพิจารณากระบวนการปรับตัวของนโยบายไปตามกาลเวลาของการดำเนินกิจการกองเสือป่าที่ดำเนินงานมายาวนาน คือก่อนเริ่มนโยบาย 7 ปี กับดำเนินนโยบาย 14 ปี สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎี-ตัวแบบนโยบายแบบค่อยเป็นค่อยไป หรือตัวแบบส่วนเพิ่มจากเดิมทีเล็กน้อย (Incremental Model ของชาลส์ ลินด์บลอม) กล่าวคือ ตัวแบบค่อยเป็นค่อยไปมาจากพื้นฐานความคิดว่า นโยบายสาธารณะเป็นสิ่งที่แปรผันจากอดีต มีความต่อเนื่องของกิจกรรมของรัฐบาลในอดีต ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงแบบปรับเปลี่ยนในลักษณะเพิ่มเติมแก้ไขจากสิ่งที่ผ่านมาในอดีต เนื่องจากผู้บริหารจะมีข้อจำกัดด้านเวลา ต้นทุน และข้อมูล ตัวแบบนโยบายแบบค่อยเป็นค่อยไปจึงเป็นกระบวนการเรียนรู้แบบคิดไปทำไป ทดลองและปรับปรุงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา ซึ่งเป็นการดำเนินนโยบายภายใต้ข้อจำกัด และมีทั้งข้อดีและข้อเสียอยู่ในตัวเอง (ชนิดา จิตตรูธะ, 2562)

ก่อนเริ่มประกาศนโยบายกองเสือป่า ซึ่งยังเป็นขั้นตอนกระบวนการจัดทำนโยบายนั้น แนวคิดของชาลส์ ลินด์บลอม (Charls Lindblom) เห็นว่าผู้ออกแบบนโยบายจะมีข้อมูลและความรู้ที่พร้อมอยู่แล้ว แต่ก็จะไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับสิ่งที่ผู้ออกแบบนโยบายยังไม่รู้ การนำนโยบายไปปฏิบัติจึงต้องดำเนินนโยบายในห้วงตันไปช้า ๆ เพราะผู้ออกแบบและจัดทำนโยบายนั้น ๆ เล็งเห็นเพียงจุดที่สิ้นสุดหรือจุดหมายปลายทางของนโยบายเท่านั้น โดยจะเห็นได้ว่าปลายทางของการกำหนดนโยบายจัดตั้งกองเสือป่าที่ทรงวางไว้ คือการสร้างทีมงานขนาดใหญ่ของข้าราชการ ที่มีความสามัคคีกลมเกลียว มุ่งเป้าหมายของการทำงานร่วมกัน ซึ่งผู้ศึกษามองว่าความมุ่งหมายของพระองค์ น่าจะเป็นความคาดหวังให้ข้าราชการและส่วนราชการที่ล้วนเป็นกองเสือป่าแบบต่าง ๆ ทำงานที่มุ่งเป้าหมายเดียวกันแบบเป็นทีมงาน และหุ้นส่วนกันที่จะทำให้ประเทศเกิดความเจริญและพัฒนา (Collaboration) ขณะที่ระยะทางไปถึงเป้าหมาย หรือระหว่างซึ่งจะต้องดำเนินนโยบายไป ทดลองไป แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นไปในเวลาเดียวกัน

นอกจากนี้ เกือบตลอดเวลาประมาณ 14 ปีของการดำเนินนโยบายนั้น กองเสือป่าจะทำหน้าที่เป็นต้นแบบ (Prototype) ของพระราชประสงค์นโยบายการพัฒนาประเทศรูปแบบอื่น ๆ เพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบได้เห็นตัวอย่างจากที่ทรงริเริ่ม ทั้งหมดนี้ไม่ใช่สิ่งที่กำหนดไว้ในขั้นตอนกระบวนการจัดทำและกำหนดนโยบาย แต่จะเห็นได้ว่าขยายตัวไปจากเมื่อแรกตั้งต้นอย่างมาก ซึ่งสะท้อนถึงข้อเสนอของลินด์บลอมที่เน้นย้ำว่า เมื่อเริ่มจัดทำนโยบาย ผู้บริหารจะต้องพิจารณาทางเลือกนโยบายที่ดีที่สุด โดยคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ วิเคราะห์เรื่องราวที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบ และถี่ถ้วน แต่ในทางปฏิบัติ ผู้บริหารมักจะตัดสินใจโดยอาศัยข้อมูลและการวิเคราะห์ที่จำกัด ใช้การวางแผนนโยบายแบบคิดไปทำไปในเวลาเดียวกัน อาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์ และบทเรียนที่ได้รับระหว่างการทดลองนั้นเพื่อนำไปสู่การค้นหาเป้าหมายและวิธีการที่จะเป็นไปได้มากที่สุด ด้วยเหตุนี้ วิธีการที่ทรงเลือกเพื่อแก้ไขข้อบกพร่องของกองเสือป่า จึงมาจากสิ่งที่ทรงได้ตรงจากข้อมูลที่มีผู้ถวายรายงาน และจากประสบการณ์ส่วนพระองค์ เฉพาะอย่างยิ่งในช่วงท้ายของการดำเนินนโยบายกองเสือป่า การขยายตัวของนโยบายจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนงบประมาณและการบริหารจัดการเพื่อความต่อเนื่องของนโยบาย แต่กลับประสบอุปสรรคและข้อจำกัดทั้งสองประการ โดยเฉพาะการที่ผู้กำหนดนโยบายมีความสำคัญที่สุด ทั้งยังเป็นผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีการบริหารจากบนลงไปหาล่าง (Top – Down) จึงทำให้ขาดความต่อเนื่องและยุติการดำเนินนโยบายไปในที่สุด

สำหรับในขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติ จรัส สุวรรณมาลา (2564) ได้ให้ข้อคิดที่สามารถนำไปเปรียบเทียบกระบวนการนโยบายกองเสือป่าของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ว่าพระองค์ทรงเป็นเจ้าของประเด็นวาระนโยบาย (Problem Streamers) และเป็นผู้ผลักดันวาระนโยบาย (Political Streamers) ในคนเดียวกัน เมื่อดำเนินนโยบายไปแล้ว พระองค์ทรงมีสิ่งที่เป็นเครื่องช่วยให้พระราชโบายประสบผลสำเร็จหรือสามารถเดินหน้าไปได้ คือมีหน่วยงานที่มีอำนาจสนับสนุนทุนและงบประมาณ (Financial Streamers) คือกระทรวงพระคลัง และผู้สนับสนุนอื่น ๆ ทั้งทรงใช้ความเป็นผู้นำดึงเงินแผ่นดินมาใช้ได้บางส่วน พร้อมกับ

ทรงริเริ่มการบริจาคเงินสมทบกิจการกองเสือป่า นอกจากนี้การขับเคลื่อนกิจการกองเสือป่าของพระองค์ ทรงมีผู้ที่จะช่วยแก้ปัญหาในด้านต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น (Policy Substance Experts/Authorities) มีทั้งพระบรมวงศานุวงศ์ชั้นสูงที่ทรงแต่งตั้งให้มีตำแหน่งในสายการบังคับบัญชาเสือป่า โดยเฉพาะที่ทรงดูแลเสือป้ามณฑลต่างจังหวัดทั่วประเทศ และที่ทรงช่วยเหลือดูแลเสือป่าในหน่วยราชการระดับกระทรวงหรือสถาบันการศึกษา ซึ่งทำให้แขนงต่าง ๆ ของกองเสือป่าที่แตกออกไปจากส่วนกลางเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ปัญหาที่เกิดขึ้นได้รับการแก้ไขตั้งแต่ในระดับพื้นที่ ส่วนเสนาบดีชั้นผู้ใหญ่ และขุนนางที่ปฏิบัติงานถวายเรื่องเสือป่าซึ่งล้วนแต่มีงานประจำ ในบางครั้งจะช่วยทำหน้าที่วิเคราะห์นโยบาย (Policy Analyst) ให้กับพระองค์

การศึกษากระบวนการนโยบายกองเสือป่าครั้งนี้ ผู้ศึกษายังได้นำแนวคิดการดำเนินนโยบายเชิงทดลอง (Policy Experimentation) มาพิจารณาประกอบอีกด้วย เพื่อที่จะช่วยพิสูจน์ว่าการดำเนินนโยบายกองเสือป่านี้ เมื่อใช้การทดลองนโยบายเข้ามากระบวนการนโยบายแล้ว ได้นำผลจากการทดลองไปสู่การปรับปรุงนโยบายด้วยหรือไม่ ซึ่งพบว่ากิจกรรมการฝึกเสือป่า เป็นการดำเนินนโยบายเชิงทดลองที่ใช้ระยะเวลายาวนานเกินไป กล่าวคือ การฝึกเสือป่าเป็นกลยุทธ์หลักที่สำคัญประการหนึ่งของนโยบายนี้ หลักการของการฝึกเสือป่าคือการสร้างอุดมการณ์รักชาติ ความสามัคคีของหมู่คณะให้เกิดขึ้นในหมู่ข้าราชการ พร้อมทั้งพัฒนาทักษะด้านการทหารให้แก่เหล่าข้าราชการพลเรือนและราษฎรพลเรือนโดยทั่วไป แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้คนในสังคมขณะนั้นมองไม่เห็นหรือมองข้ามแนวคิดเรื่องการสร้างอุดมการณ์รักชาติไป เพราะเป็นเรื่องคุณค่าและนามธรรมสูง คนทั่วไปมองเห็นแต่กิจกรรมการฝึกซ้อมรบและการทดสอบความสามารถในเชิงการทหาร ซึ่งเป็นการดำเนินการแบบซ้ำๆ และต่อเนื่องยาวนาน เสมือนจะไม่มีวันจบสิ้น และไม่เคยได้มีโอกาสใช้ทักษะที่ฝึกมาในการปฏิบัติจริง ลักษณะการดำเนินนโยบายแบบทดลองฝึกปฏิบัติ หรือทดสอบทักษะไปเรื่อย ๆ แบบไม่มีที่สิ้นสุดเช่นนี้ย่อมมีความเสี่ยงต่อการเกิดความเบื่อหน่ายหรืออาการหมดแรง ซึ่งในทฤษฎีการดำเนินนโยบายเชิงทดลองเรียกว่า “the last mile experiment” อันเป็นเหตุสำคัญแห่งความล้มเหลวของการดำเนินนโยบายกองเสือป่า แม้ว่าข้อดีของการทดลองนโยบายคือความคุ้มค่า สามารถป้องกันความผิดพลาดที่มีราคาแพงและป้องกันได้ก็ตาม โดยที่การนำข้าราชการพลเรือนและประชาชนฝึกซ้อมรบนั้น ย่อมต่างจากการนำข้าราชการบริหารและมหาดเล็กเข้ารับการฝึกในช่วงการทดลองนโยบาย 7 ปีแรกก่อนกำหนดนโยบาย และเมื่อประกาศใช้นโยบาย พร้อมกับเริ่มทำการทดลองในส่วนที่ต่อจากการทดลองช่วงแรก พบว่าการซ้อมรบเป็นการทดลองที่ใช้ทรัพยากรที่สิ้นเปลือง เกิดความเสี่ยงทางการบริหาร ทั้งจากการที่กิจกรรมกองเสือป่าได้ขยายตัวไปอย่างมากในตอนท้าย ทำให้ปัญหาเรื่องงบประมาณ ความเหนื่อยล้า หน่วยงานต่อต้านการพัฒนาข้าราชการในระบบรวมหรือเสือป่า เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ทางสื่อมวลชนไทยและต่างประเทศ (พะยอม แก้วกำเนิด และคณะ, 2555)

การจะนำรูปแบบกิจกรรมกองเสือป่าที่สิ้นสุดลงไปพร้อมกับรัชกาลพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวมาปรับใหม่ ซึ่งรัฐบาลในสมัยต่อมาได้ริเริ่มดำเนินการเรื่องกำลังพลอาสาสมัคร และกำลังสำรองในลักษณะที่ใกล้เคียงกัน บทเรียนจากการดำเนินกิจกรรมกองเสือป่าทำให้เห็นว่าควรกำหนดนโยบายเป็นส่วน ๆ หรือเป็นเรื่อง ๆ เพื่อซ่อมแซมปัญหา มากกว่าการนำกลับมากำหนดนโยบายขนาดใหญ่ หรือเปลี่ยนแปลงนโยบายเกือบทั้งหมด โดยตัวอย่างสำคัญคือกรณีการจัดตั้งระบบยุวชนทหาร ซึ่งได้ล้มเหลวไปในที่สุด

แนวคิดเรื่องการจัดองค์กร (Organizing) กรณีของกองเสือป่า เมื่อแรกตั้งกองเสือป่ามีภาพลักษณ์เป็นกิจการอาสาสมัคร เป็นกระบวนการกล่อมเกลாதาสังคม สร้างคนให้มีจิตสำนึกรักชาติบ้านเมือง เมื่อถึงเวลาบ้านเมืองมีภัย เสือป่าแต่ละคน แต่ละกลุ่มสามารถทำหน้าที่ช่วยเหลือบ้านเมืองได้ด้วยตัวเอง ซึ่งตามลักษณะที่มุ่งหมายข้างต้น ในการบริหารจัดการกองเสือป่าจึงควรเป็นหน่วยงานที่มีโครงสร้างแบบกระจายอำนาจ เพราะกองเสือป่าแต่ละสังกัดมีทักษะพื้นฐานและมีความเป็นอิสระในการคิด และดำเนินการของตนเองในแต่ละพื้นที่ ตรงข้ามกับการจัดโครงสร้างกองเสือป่าในช่วงหลังๆ ที่เป็นระบบรวมศูนย์อำนาจแนวดิ่ง มีขนาดเท่ากับระดับ

กองพลของทหารบก บทบาทและการบริหารองค์กรผูกติดอยู่กับระบบราชการ ยึดระเบียบกฎเกณฑ์หลายข้อ ขัดกับหลักการจัดองค์การบริหารตามพันธกิจที่เน้นการกระจายอำนาจซึ่งเป็นเป้าหมายในตอนแรก อย่างไรก็ตาม เเท่าที่ปรากฏหลักฐานและปรากฏการณ์ที่ค้นพบ จะเห็นว่าพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงมีเป้าหมายชั้นปลายคือ การทำให้กองเสือป่าที่พระองค์เริ่มขึ้นนั้น ได้ตั้งขึ้นเป็นหลักฐานมั่นคง ขัดกับแนวทางการตั้งเป็นองค์กรที่กระจายอำนาจ แต่ยังไม่ทันที่จะวางรูปแบบการบริหารจัดการทั้งระบบ คือ การรับสมัคร การบริหารจัดการ และบทบาทที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เป็นภาพการก่อตัวเป็นองค์การอย่างเป็นรูปธรรม พระองค์ได้เสด็จสวรรคตเสียก่อน แต่รูปแบบของเสือป่า และลูกเสือก็ยังปรากฏการนำไปใช้ในเวลาต่อมาอย่างหลากหลายรูปแบบ และวิธีการ เป็นการสะท้อนว่าแนวคิดในลักษณะของกองเสือป่า มีประโยชน์อย่างแท้จริง แต่จะต้องปรับกระบวนการต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความจำเป็น โดยที่มีองค์กรทำหน้าที่รับผิดชอบภายใต้กฎหมายที่ชัดเจนในเรื่องการบริหารจัดการและบทบาทหน้าที่ (พนอม แก้วกำเนิด และคณะ, 2555)

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จากการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) ด้วยการประมวลข้อมูลเรื่องราวจากแหล่งต่าง ๆ นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎีทางรัฐประศาสนศาสตร์ ที่ได้กำหนดไว้ เอกสารที่ศึกษาเน้นเอกสารซึ่งมีที่มาน่าเชื่อถือ ประกอบด้วยเอกสารหายาก และที่มีความหลากหลาย 2 กลุ่ม คือ เอกสารชั้นต้น กับเอกสารชั้นรอง นำเอกสารเหล่านั้นมาตีความ หาความหมาย และการสอบทานความถูกต้องของข้อมูล ดังต่อไปนี้

เอกสารชั้นต้น แบ่งออกเป็น (1) เอกสารทางการ หรือเอกสารต้นฉบับที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกองเสือป่า เช่น กฎหมาย พระราชบัญญัติ พระบรมราชโองการ บันทึกพระราชดำรัส (2) ทศนะของผู้กำหนดนโยบาย ที่กล่าวถึงแนวความคิดในการริเริ่มและการดำเนินนโยบายในรูปแบบพระราชหัตถเลขา บันทึกส่วนพระองค์ พระราชนิพนธ์ เอกสารรวมจดหมายเหตุพระราชกิจรายวัน (3) บันทึกของบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรม เอกสารรวมจดหมายเหตุเสือป่า หนังสือที่ระลึกงานพระราชทานเพลิงศพบุคคลที่เกี่ยวข้องหรืออยู่ในเหตุการณ์ ที่ได้ถูกบันทึกไว้ด้วยตัวเจ้าของประวัติเอง หรือเล่าผ่านบุตรหลานญาติมิตร

เอกสารชั้นรอง ประกอบด้วยเอกสารที่นักวิจัยรุ่นหลัง ๆ ได้ทำการศึกษาวิจัย ตีความจากร່าวร และเอกสารที่ค้นคว้ามาได้ และวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับนโยบายการจัดตั้งกองเสือป่าไว้ เอกสารชั้นรองนี้ จึงมีทั้งเอกสารที่ตีความนโยบายกองเสือป่าไปในทางลบ กับที่มองอย่างเป็นกลาง ตัวอย่างเช่น หนังสือเสือป่าและลูกเสือในประวัติศาสตร์ รัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ของจมีนอมรตฤณารักษ์ (แจ่ม สุนทรเวช, 2517) หนังสือพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวกับการสร้างภาพลักษณ์ทางการทหารของเทพ บุญตานนท์ หนังสือ100 ปี การลูกเสือไทย ของพนอม แก้วกำเนิด และคณะ หนังสือสมเด็จพระมหาธีรราชเจ้า ของวรชาติ มีชูบท วิทยานิพนธ์การใช้จ่ายเงินแผ่นดินในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ.2453-68) เป็นต้น

ผลการวิจัย

1. ความเป็นมาของกองเสือป่าในเชิงกระบวนการนโยบายสาธารณะ นโยบายกองเสือป่า

ระยะเวลา 14 ปี ของการดำเนินนโยบายกองเสือป่านั้น สามารถแบ่งการศึกษากระบวนการนโยบายออกเป็น 3 ช่วงเวลาคือ กิจการกองเสือป่ายุคแรก (ก่อน พ.ศ.2454 จนถึงสิ้นปี พ.ศ.2457) กิจการกองเสือป่า



ยุคที่สอง พ.ศ.2458 ถึง พ.ศ.2468 (ตั้งแต่ปีที่ห้า จนถึงปีที่เสด็จสวรรคต) และกิจการกองเสือป่ายุคหลังจากที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จสวรรคต

กิจการกองเสือป่าในช่วงเวลาแรก มีวาระ และประเด็นนโยบาย (policy agenda) คือ หลังจากการสร้างรัฐสยามให้มีความเป็นรัฐชาติสมัยใหม่ (Building a modern nation state) ที่เข้มแข็ง และเป็นปึกแผ่นพ้นจากการเป็นรัฐแบบโบราณ มีอำนาจอธิปไตยเหนือดินแดนที่เป็นเอกภาพและชัดเจน เพื่อให้รอดพ้นจากการล่าอาณานิคมของชาติตะวันตกในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 เมื่อเข้าสู่รัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ภัยคุกคามจากภายนอกได้ทุเลาลงไปบ้าง แต่ในขณะเดียวกันราษฎรโดยส่วนใหญ่ในสังคมยังไม่มีคุณสมบัติของการเป็น “พลเมือง” ของชาติ เพราะเพิ่งจะผ่านพ้นจากการปลดปล่อยความเป็นทาส ขณะที่ระบบไพร่ก็ได้มีการบริหารจัดการขึ้นใหม่ในรูปแบบของการเกณฑ์ทหาร ขณะที่ข้าราชการ และประชาชนกำลังก้าวตามการเดินหน้าพัฒนาประเทศให้ทันสมัยทั้งจากสภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอก ข้าราชการเป็นชนชั้นนำกลุ่มใหม่ในสังคมสยามยุคนั้นต่างทำงานตามหน้าที่ และแข่งขันกันเพื่อมุ่งเน้นแต่หน่วยงานของตนเองมากกว่าเห็นแก่ส่วนรวมที่จะร่วมกันสร้างชาติบ้านเมือง

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเล็งเห็นความอ่อนแอของความเป็นชาติที่ซ่อนอยู่ภายใต้กลไกรัฐที่เริ่มจะเข้มแข็ง และยังทรงเห็นว่าความอ่อนแอดังกล่าวนี้เป็นเหตุให้เกิดความไม่ปรองดองสามัคคีระหว่างคนในชาติ และทำให้กลไกของรัฐอ่อนแอตามไปด้วย ซึ่งในอนาคตหากมีภัยคุกคามก็จะไม่สามารถรักษาเอกราชอธิปไตยของรัฐเอาไว้ได้ จึงได้กำหนดวาระนโยบายการบริหารประเทศ (policy agenda) ในรัชสมัยของพระองค์ให้เป็นเรื่อง “การสร้างชาติ” เป็นลำดับแรก นโยบายที่สำคัญที่สุดของการสร้างชาติคือกิจการกองเสือป่า ซึ่งทรงเป็นผู้รับผิดชอบในการประกาศนโยบายด้วยพระองค์เองตลอดระยะเวลาการครองสิริราชสมบัติ ด้วยการออกแบบให้มีกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของกำลังคนในระบบราชการ และนอกกระบบราชการ เพื่อเดินหน้าประเทศให้ก้าวหน้าอุปสรรคต่าง ๆ ไปได้ ซึ่งถือเป็นเรื่องใหม่ของสังคมไทยในเวลานั้น และด้วยความยึดมั่นศรัทธา และจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ จึงมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมนี้อย่างพร้อมเพรียงทั้งในส่วนกลางและต่างจังหวัด

เมื่อพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จขึ้นครองสิริราชสมบัติได้ประมาณ 6 เดือน จึงทรงโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้มีกองเสือป่า ซึ่งเป็นการเปิดฉากในสิ่งที่ทรงเตรียมการไว้ส่วนหนึ่งแล้วก่อนการเสด็จขึ้นครองราชย์ ด้วยการฝึกวินัยทหาร และฝึกลาดตระเวนหาข่าวให้กับข้าราชการและมหาดเล็กส่วนพระองค์ระยะเวลา รวม 7 ปี (ที่พระราชวังสราญรมย์ 4 ปี และพระราชวังสนามจันทร์ 3 ปี) และการฝึกวินัยทหารให้กับนักเรียนโรงเรียนมหาดเล็กหลวง เพื่อที่จะเป็น “ต้นแบบ” ของกองเสือป่า และลูกเสือ ตามลำดับ เมื่อทรงตั้งกองเสือป่าขึ้นอย่างเป็นทางการ ขนาดของกองเสือป่าได้ขยายตัวได้รวดเร็วทั้งในส่วนกลางเมืองหลวง และหัวเมืองต่างจังหวัด

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงตั้งเป้าหมายว่าสมาชิกเสือป่าจะเป็นข้าราชการพลเรือนเป็นหลัก พร้อมด้วยประชาชนที่พอมีฐานะไม่เดือดร้อนสนใจมาเป็นเสือป่าร่วมกัน ทั้งนี้ทรงเลือกที่จะไม่นำกองเสือป่าเข้าสู่ระบบกำลังพลสำรองตามแบบของสหรัฐฯ และอังกฤษ ซึ่งเป็นต้นแบบกำลังพลสำรองในสมัยนั้น เพราะทรงเห็นว่าภัยคุกคามของประเทศน่าจะพ้นจากการล่าอาณานิคมในระดับหนึ่งเพียงแต่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด การสร้างพลเมืองมีความจำเป็นเร่งด่วนกว่า ประกอบกับยังไม่แน่ว่านโยบายจัดตั้งกองเสือป่าในช่วงแรกก่อตั้งจะประสบความสำเร็จมากนักน้อยเพียงใด แต่ด้วยศักยภาพจากการฝึกฝนและจำนวนสมาชิกกองเสือป่าทั่วประเทศ ทำให้ในช่วงปลายของการนำนโยบายไปปฏิบัติสามารถประเมินได้ว่าเสือป่าสามารถมีขีดความสามารถที่จะเป็นกำลังสำรองเสริมให้กองทัพตั้งแต่ระดับผู้บังคับหมวดลงมา และการปูพื้นฐานระบบ

กำลังพลสำรองด้วยกองเสือป่าดังกล่าวทำให้ในที่สุดประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีระบบกำลังพลสำรองแบบตะวันตกที่ยังดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน

กองเสือปามีลักษณะเป็นองค์กรอาสาสมัคร สมาชิกเสือป่าเป็นอาสาสมัคร การบริหารจัดการองค์กรเสือป่าในหัวแรกที่เกิดการเสือปายังมีขนาดเล็กและมีกิจกรรมที่ไม่ซับซ้อน โครงการสร้างองค์กรและการบริหารงานของกิจการเสือป่าจึงมีลักษณะเป็นองค์กรแนวราบแบบสมาคม หรือองค์กรทางสังคมทั่วไปที่มีสโมสรเป็นที่รวมตัว ซึ่งในปัจจุบันอาจจัดให้เป็นองค์กรทางสังคมหรือสมาคมประเภทหนึ่ง แต่เมื่อถึงระยะที่สองของการดำเนินงาน (ขั้นที่ 5 ไปแล้ว) กองเสือป่าจะเป็นหน่วยงานอิสระที่มีขนาดเทียบเท่ากองพลของทหารบก โดยกำหนดชั้นยศเสือป่าเพื่อการบังคับบัญชาไว้ด้วย พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงดำรงพระยศนายพลเสือป่า เป็นตำแหน่งสูงสุด หน่วยงานภายในทำหน้าที่อำนวยความสะดวก บริหารทั่วไป งานทะเบียน และรับสมัครสมาชิก

ในหัวเวลาแรก การจัดองค์กรเสือป่า แบ่งเป็นในส่วนกลางและต่างจังหวัด เสือป่าที่เป็นข้าราชการประจำองค์พระมหากษัตริย์ จะจัดตั้งเป็นกองรักษาพระองค์ ฝึกฝนเพื่อสร้างความชำนาญการสงครามนอกแบบตามพระราชนิยม ได้แก่ การขี่ม้า งานช่าง งานการข่าว และลูกเสือ ส่วนกองเสือป่าในต่างจังหวัด การรับสมัครใช้การประชาสัมพันธ์เชิญชวนไปยังเขตการปกครองมณฑล ให้ข้าราชการกรอกแบบฟอร์มและผู้บังคับบัญชาลงนามรับรอง จากนั้นเข้าพิธีสาบานตนและดื่มน้ำพิพัฒน์สัตยา การปกครองกองเสือป่าจังหวัดขึ้นสังกัดกับมณฑล สมาชิกต้องผ่านการฝึกฝนระเบียบวินัยแบบทหาร การเข้ารับการอบรมเทศนาเสือป่า การทำหน้าที่เป็นอาสาสมัครช่วยราชการรักษาความสงบเรียบร้อย ช่วยทางราชการจัดเตรียมการรับเสด็จฯ ในพื้นที่ทุรกันดาร ฝึกซ้อมรบ และเดินทางไกล ทั้งนี้ ข้อจำกัดในการบริหารจัดการของสมาชิกเสือป่าต่างจังหวัดคือการทับซ้อนกันระหว่างสายการบังคับบัญชาเสือป่ากับสายการบังคับบัญชาทางราชการส่วนภูมิภาคที่แทบจะเป็นงานเดียวกัน

ภายใต้โครงสร้างองค์กรเสือป่า คือความเป็นสมาชิก ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกองเสือป่าต้องสมัครเข้ามาเป็นสมาชิกเสียก่อน เมื่อเป็นสมาชิกเสือป่าแล้วทุกคนมีฐานะเป็นเท่าเทียมกัน ไม่นำเอาฐานะตำแหน่งหน้าที่การทำงานมาเกี่ยวข้อง หรือกล่าวได้ว่าต้องถอดหมวก ยศตำแหน่งภายนอก ไม่ละเว้นแม้กระทั่งองค์พระมหากษัตริย์ที่ต้อง “ถอดหมวก” การเป็นพระมหากษัตริย์มาทำหน้าที่เป็นผู้นำองค์กรเสือป่าด้วยเช่นเดียวกัน และต้องใช้ชีวิตแบบเสือป่าเช่นกัน ดังนั้น การฝึกเสือป่า จึงจัดเป็นกิจกรรมการกล่อมเกลாத่างสังคมอย่างหนึ่ง ไม่ใช่อาชีพและไม่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ การสื่อสารกับสมาชิกผ่านสายการบังคับบัญชาและวารสารจดหมายเหตุเสือป่าที่บอกรับเป็นสมาชิก ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างจดหมายข่าว กับหนังสือที่ให้เวียนแจ้งเพื่อทราบไว้ด้วยกัน

กิจการกองเสือป่ายุคที่สอง พ.ศ.2458 ถึง พ.ศ.2468 (ปีที่ห้า ถึงปีที่เสด็จสวรรคต) กระบวนการนโยบายในหัวเวลานี้มุ่งเน้นการพัฒนานโยบาย (Policy Development) การปรับปรุงและแก้ไขปัญหามาจากการดำเนินนโยบาย (Policy Implementation) ในยุคแรกต่อเนื่องมาถึงยุคที่สอง ซึ่งแตกต่างตรงที่เป็นการดำเนินนโยบายท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง สังคม และสถานการณ์ต่างประเทศที่ส่งผลต่อการรักษาความมั่นคง และปัญหาเศรษฐกิจโลกกระทบมาถึงไทย นอกจากนี้ ยังเป็นหัวเวลาที่การจัดสังกัดกรมกองเสือป่าเริ่มอยู่ตัวแล้ว สมาชิกเสือป่าทั่วประเทศจึงต้องเพิ่มความเข้มข้นทางวิชาการและการฝึกฝนแบบสมัยใหม่ การเพิ่มบทบาทหน้าที่รักษาความสงบเรียบร้อยที่เข้มข้นขึ้น เพื่อรักษาความมั่นคงปลอดภัยภายในราชอาณาจักร แต่ก็จะมีปัญหาในเรื่องการหาสมาชิกเพิ่ม (ทำเป้าหมาย) ที่บางครั้งเป็นการมุ่งจำนวน (เชิงปริมาณ) มากเกินไปจนเกิดปัญหาขึ้นในภายหลัง ซึ่งการที่ได้ติดตามการปฏิบัติ (Policy Monitoring) สามารถสร้างความเข้าใจต่อผู้กำหนดนโยบายนำไปสู่การแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นได้ในระดับหนึ่ง

การพัฒนานโยบายที่เป็นรูปธรรม ปรากฏหลังจากที่กองเสือป่าดำเนินงานมาครบ 4 ปี พบว่าการพัฒนากองเสือป่ามีตั้งแต่การขยายไปยังภาคส่วนต่าง ๆ เช่น กองเสือป่าประจำกรมกองของหน่วยราชการ และสถานศึกษา มีบทบาทการทำงานตามแบบ specialist นอกเหนือจากกองเสือป่าในสังกัดแบบทหาร ส่วนการบริหารจัดการกองเสือป่าที่จัดตั้งขึ้นทั่วประเทศแล้ว ในห้วงที่สองนี้ การบริหารได้มุ่งให้ความสำคัญกับการกำหนดชั้นยศ และสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจนมากขึ้น ตามมาด้วยการจัดองค์กรที่จะต้องนำระบบของทหารมาใช้ นอกจากนี้ ยังได้เน้นไปที่การสร้างระบบการศึกษาให้ความรู้ที่เป็นทางการ จากพระราชนิพนธ์เป็นเรื่อง ๆ หรือที่มีพระบรมราโชวาท ในห้วงแรก มาเป็นการจัดทำหลักสูตรการเรียนการสอนให้เสือป่าระดับต่าง ๆ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า การจัดตั้งกองเสือป่า จากยุคแรกที่เป็นการฝึกฝนร่างกาย ระเบียบวินัย และปรับทัศนคติให้ตรงกันแล้ว จะเป็นการเข้าสู่ช่วงการวางรากฐานที่เป็นทางการขึ้น มีการแก้ไขระเบียบการปกครองเสือป่าเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลง และความก้าวหน้าของกิจการของเสือป่าที่ขยายตัวขึ้นตลอดเวลา ในยุคที่สองนี้ กองเสือป่า ได้ถูกยกระดับให้เป็นกองกำลังที่มีอาวุธเป็นของตนเอง จากการระดมเงินบริจาคจนสามารถให้หน่วยตำรวจขอยืมใช้ และการศึกษาพัฒนายุทธวิธีอุปกรณ์เพื่อกิจการกองเสือป่า ที่มีชื่อเสียงคือการออกแบบและทดลองผลิตรถหุ้มเกราะเสือป่า

การพัฒนากองเสือป่าในยุคที่สอง การบริหารจัดการในเรื่องงบประมาณ การส่งกำลังบำรุงในเวลาปกติ และในระหว่างการฝึกหรือซ้อมรบ มีความจำเป็นเพิ่มขึ้นอย่างมาก งบประมาณของเสือป่าในต่างจังหวัดมีอย่างน้อย 2 ทาง คือจากส่วนกลาง (เพื่อการฝึก ซ้อมรบ หรือเดินทางไปร่วมฝึกในต่างพื้นที่) กับจากสมาคมบำรุงกองเสือป่าหรือสมาชิกช่วยการเสือป่า ที่มาช่วยจุนเจือในส่วนที่ไม่เพียงพอหรือการเบิกจ่ายจะล่าช้า

การนำนโยบายกองเสือป่าไปสู่การปฏิบัติประสบปัญหาอย่างไรบ้างนั้น เริ่มจากเรื่องสถานะของเสือป่า เมื่อเริ่มนโยบายได้ถูกมองว่าเป็นคนของพระเจ้าอยู่หัว การบริหารจัดการเรื่องสมาชิก การฝึกที่ผู้ถูกฝึกจะต้องให้ความยอมรับผู้ฝึกสอน ซึ่งเป็นวินัยขั้นต้นที่ยอมรับกันได้ยาก ขณะที่สมาชิกเสือป่าระดับบริหารและผู้ฝึกสอน ได้รับการยกเว้นการเกณฑ์ทหาร จากการที่ทรงเชื่อมั่นว่าเมื่อฝึกฝนเสือป่าให้มีระดับขีดความรู้ตามหลักสูตรที่กำหนดไว้ ทั้งผู้ฝึกสอนกองเสือป่า และการจัดหมวดหมู่ของหน่วยงานในพระองค์ที่มีลักษณะแบบทหาร นอกจากนี้ ในการประลองยุทธหรือซ้อมรบเสือป่า จะมีข้าราชการที่ขออนุญาตต้นสังกัดลาไปร่วมซ้อมรบมีจำนวนมากจากหลายสังกัด บางคนได้รับอนุญาต และไม่ได้รับอนุญาต กลายเป็นประเด็นวิจารณ์ว่าการฝึกเสือป่าส่งผลให้ราชการเสียหาย ปัญหาเหล่านี้ แม้จะเกิดขึ้น และนำไปสู่การแก้ไขปรับปรุงให้ยุติและคลี่คลายลงไป ยกเว้นประเด็นเดียวคือการมองว่าพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเห็นห่างจากกองทัพบกขึ้นเพราะกิจการกองเสือป่า ทั้งนี้ การที่สภาพแวดล้อมและบริบทของสังคมสมัยนั้นเปิดกว้างมากขึ้น มีสื่อมวลชนที่บางส่วนเป็นของต่างชาติ เกิดขึ้นจำนวนมากและหลากหลาย พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงส่งเสริมและสนับสนุนหนังสือพิมพ์บางสำนักและเลือกใช้เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ด้วยพระนามแฝง แต่ก็เพื่อให้คนทั่วไปสามารถโต้ตอบกับพระองค์ได้ ไม่ใช่การสื่อสารทางเดียว เพราะทรงมีแนวพระราชดำริที่ต้องการให้ผู้คนและสังคมยอมรับนโยบาย ด้วยการได้ประจักษ์ถึงความสำคัญ และบทบาทของเสือป่าด้วยการพบเห็น หรือประสบตัวเอง หากไม่เห็นด้วยก็สามารถแสดงความเห็นกับพระองค์ได้

ในห้วงระยะเวลาที่สองนี้ กองเสือป่าได้ขยายบทบาทและภารกิจที่กว้างขวางออกไปเป็นอันมากเมื่อเทียบกับช่วงก่อตั้ง หรือช่วงการกำหนดนโยบาย การขยายบทบาทภารกิจเป็นไปตามประโยชน์ที่กองเสือป่าจะให้บริการสังคม และประชาชนโดยรวม ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปจากการระแวงระวังภัยคุกคามจากการล่าอาณานิคม มาเป็นยุคที่เกิดความเปลี่ยนแปลงของขว้างขว้างในการเมืองโลก ทั้งเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่จีน และญี่ปุ่นจนกระทั่งเกิดสงครามโลกครั้งที่ 1 ซึ่งไทยได้รับผลกระทบทั้งทางความคิดทางการเมืองของคนชั้นนำ ปัญหาคนจีนที่เป็นแรงงานต่างชาติดังกลุ่มใหญ่ และปัญหาทางเศรษฐกิจที่กระทบต่อไทยแทบจะเป็นเวลาเดียวกันกับการสิ้นสุดนโยบาย จึงมีการตีความว่าปัญหาทางเศรษฐกิจของ

ประเทศสมัยนั้นเนื่องเพราะรัฐทุ่มงบประมาณไปกับนโยบายกองเสือป่า การขยายตัวของกองเสือป่าในห้วงเวลานี้ ได้อาศัยหน่วยงานราชการ หรือสถานศึกษาที่มีอยู่เป็นพื้นฐาน ซึ่งทำให้กองเสือป่าได้แบ่งภารกิจออกไปตาม function ของกรมกอง หรือสถาบันการศึกษานั้น ๆ ด้วย ขณะเดียวกัน พระราชประสงค์ที่ต้องการสร้างความเป็นพลเมือง และการทำให้ข้าราชการมีความสมัครสมานสามัคคีกัน ลดพรมแดนระหว่างหน่วยงาน แม้จะไม่มีมีการประเมินไว้เป็นรูปธรรมเพราะเป็นสิ่งที่แฝงอยู่ในนโยบายที่ปรากฏออกมาในรูปแบบกิจกรรมของกองเสือป่า แต่การที่คนไทยตั้งแต่สมัยนั้นมา ยึดมั่นศรัทธาต่อหลักพระพุทธศาสนา มีศีลธรรม รู้จักหน้าที่ของพลเมือง มีความรู้สึกนึกคิดที่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม รู้จักคำว่าเสียสละ ก็น่าจะอนุมานได้ว่ามีที่มาจากพระราชปณิธานนโยบายจัดตั้งกองเสือป่าในครั้งนั้น ส่วนพระราชประสงค์ต่อข้าราชการนั้น การที่ระบอบราชการของไทยให้ความสำคัญกับการให้คนทำงานตามหน้าที่ เน้นความเป็นอาชีพ ตลอดจนการทำงานตามคำสั่ง ขาดเรื่องการปลูกฝังอุดมการณ์หรือค่านิยมให้ข้าราชการเสียสละอุทิศตนให้กับชาติบ้านเมือง อันเป็นปัญหาที่สำคัญที่เกิดขึ้นมาก่อนรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ปัญหานี้ได้ผ่านรัชสมัย และเกิดขึ้นต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันนี้

กิจการกองเสือป่ายุคที่สาม หลังจากที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เสด็จสวรรคต กองเสือป่าหน่วยหลัก หรือกองเสือป่าในพระองค์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ยุติไปโดยปริยาย ส่วนกองเสือป่าอื่น ๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดซึ่งสมาชิกเป็นข้าราชการพลเรือน เมื่อเปลี่ยนรัชกาลก็จำเป็นต้องรอนโยบายจากหน่วยราชการต้นสังกัด ซึ่งห้วงเวลาเปลี่ยนผ่านรัชกาลดังกล่าวประเทศไทยประสบปัญหาสถานะทางการเงิน กิจการกองเสือป่ามีหนี้สินที่สร้างไว้กับกระทรวงการคลังค่อนข้างสูง และเศรษฐกิจโลกหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 ส่งผลกระทบต่อง่ายอย่างมาก กิจการกองเสือป่า จึงขาดการสนับสนุนและยกเลิกไปในที่สุด ตามพระราชบัญญัติทรัพย์สินกองเสือป่าตกเป็นของคณะลูกเสือแห่งชาติ พ.ศ.2482 เมื่อ 27 ตุลาคม 2482 ซึ่งทรัพย์สินทั้งสิ้น รวมตลอดทั้งสินทรัพย์ และหนี้สินเกี่ยวกับทรัพย์สินของกองเสือป่า ให้ตกเป็นของคณะลูกเสือแห่งชาติ

2. สรุปผลการวิเคราะห์ปัญหา และ อุปสรรค ระหว่างกระบวนการนํานโยบายไปปฏิบัติความก้าวหน้า และการก่อตัวของนโยบายใหม่หลังจากที่การดำเนินกิจกรรมกองเสือป่ายุติลง

การก่อตัวของนโยบายใหม่หลังจากที่การดำเนินกิจกรรมกองเสือป่ายุติลงหลังจากพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว สวรรคต ส่วนที่เป็นนามธรรม คือการขยายผลจากเทศนาเสือป่า และตำนานเสือป่า มาตีพิมพ์เผยแพร่เป็นหนังสืออ่านในหลายโอกาส โดยเทศนาเสือป่า ได้ถูกนำมาเรียบเรียงใหม่เป็นแบบเรียนวิชาจรรยา โรงเรียนนายร้อยทหารบก พ.ศ.2470 และแบบเรียนระดับมัธยมปลายที่ได้พัฒนามาเป็นวิชาหน้าที่พลเมืองในเวลาต่อมา ส่วนที่เป็นรูปธรรม เมื่อเข้าสู่รัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว กิจการลูกเสือไทยยังคงมีอยู่ เพราะเป็นระบบที่ผูกติดกับการศึกษาระบบโรงเรียน กับทั้งมีลูกเสือกองพิเศษในโรงเรียนที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงอุปถัมภ์ไว้อีกหลายแห่งที่ไม่ได้ยุติลงไปด้วย ทั้งนี้ รัฐบาลคณะราษฎร หลัง พ.ศ.2475 มีนโยบายฟื้นฟูการฝึกวิชาทหารนิสิต นักศึกษา และนักเรียน เรียกว่ายุวชนทหาร เพื่อเป็นกำลังสำรองระดับนายทหาร และนายสิบให้มีจำนวนตามอัตราของกองทัพ ตามแบบการฝึกนายทหารกองหนุนของสหรัฐฯ และอังกฤษ โดยรัฐบาลกำหนดฝึกลูกเสือกับนักเรียนชั้นมัธยมต้น ฝึกยุวชนทหารให้กับนักเรียนชั้นมัธยมปลายและมหาวิทยาลัย ต่อมาเกิดปัญหาที่เยาวชน ไม่สามารถทำการฝึกแบบทหารจริง ไม่สามารถซ้อมรบร่วมกับทหารด้วยกระสุนจริง ไม่สามารถออกปฏิบัติงานชายแดนคำสั่งของรัฐบาลได้ กรมยุวชนทหารจึงยุบ ส่วนลูกเสือได้ถูกรื้อฟื้นขึ้นมาใหม่ มีคณะลูกเสือแห่งชาติ เป็นองค์กรบริหาร

เมื่อสิ้นสุดการจัดตั้งยุวชนทหาร การจัดกำลังสำรองของประเทศได้ถูกเปลี่ยนไปเป็นการจัดให้มีนักศึกษาวิชาทหาร มีการจัดระบบกำลังพลสำรองของประเทศใหม่ ตามพระราชบัญญัติรับราชการทหาร พ.ศ.2497 และพระราชบัญญัติกำลังพลสำรอง พ.ศ.2558 นอกจากกำลังพลสำรองดังกล่าวแล้ว

กระทรวงมหาดไทยได้จัดตั้งกองอำนวยการรักษาดินแดน ตามพระราชบัญญัติกองอำนวยการรักษาดินแดน พ.ศ. 2497 เพื่อทำหน้าที่เป็นอาสาสมัครพลเรือน แต่มีบทบาทหน้าที่ภายใต้กรอบอัตรากำหนดกำลังพล และการบังคับบัญชาของกระทรวงมหาดไทย แตกต่างจากกองเสือป่าที่ล้วนเป็นอาสาสมัครออกมาจากบ้านเพื่อทำหน้าที่ของเสือป่าตามที่ได้รับมอบหมายหรือเท่าที่มีจิตอาสาต่อสังคม และประเทศชาติ เมื่อเสร็จสิ้นภารกิจก็กลับเป็นประชาชนพลเมืองธรรมดา การทำให้มีระบบกำลังสำรองของชาติจากนโยบายกองเสือป่า ได้ถูกปรับปรุงพัฒนาเป็นนักศึกษาวิชาทหาร หรือ รักษาดินแดน (รด.) ในปัจจุบัน ซึ่งตรงกันที่เป็นกำลังพลสำรอง มีการบรรจุอัตรากำลังแบบอาสาสมัครที่ไม่ได้ผูกมัดกับเรื่องงบประมาณที่รัฐต้องจ่ายค่าตอบแทนให้เป็นรายบุคคล หรือจะต้องมีการตรากฎหมายอื่นใดขึ้นมารองรับในการที่จะบริหารกำลังพลดังกล่าว ทั้งนี้สิ่งที่ขาดไปซึ่งเป็นจุดเด่นของกองเสือป่าคือ การทำให้ ผู้ที่ผ่านการฝึกฝนได้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ ความเป็นหมู่พวกเดียวกัน ซึ่งในการดำเนินกิจกรรมกองเสือป่า ประเด็นนี้เป็นเป้าหมายที่ทรงตั้งพระทัยไว้แต่เชื่อว่าถูกมองข้ามมาตั้งแต่ต้น รวมถึงการให้สังคมได้ร่วมสนับสนุน คนทั่วไปทุกสาขาอาชีพรู้สึกเป็นเจ้าของและสนับสนุนนโยบายนี้

อภิปรายผล

1. ความเป็นมาของกองเสือป่าในเชิงกระบวนการนโยบายสาธารณะ จากผลวิจัยพบว่า กิจกรรมกองเสือป่า ถูกตั้งขึ้นภายใต้เจตจำนง 5 ประการ ประกอบด้วย (1) เจตจำนงที่เกิดขึ้นในระยะแรก และที่ได้พยายามดำเนินไปตลอดรัชสมัย คือการฝึกฝนและพัฒนาข้าราชการในรูปแบบกำลังพลเรือนกึ่งทหาร (2) เจตจำนงที่ปรากฏในระยะปีแรกของการก่อตั้ง และนำมาใช้ในห้วงที่ประเทศไทยประกาศเข้าร่วมสงครามโลกครั้งที่ 1 คือเพื่อสนับสนุนการรักษาความสงบเรียบร้อยในบ้านเมือง (3) เจตจำนงที่แทรกซ้อนขึ้นมาในช่วงปีแรก เพื่อมีกองกำลังทำหน้าที่ถวายความปลอดภัยใกล้ชิดพระองค์ (4) เจตจำนงที่ต้องการให้เกิดผลระยะยาว และตอบสนองปัญหาของกองทัพที่ขาดแคลนกองหนุน และ (5) เจตจำนงที่เป็นความมุ่งหมายทั่วไป คือสร้างความมีระเบียบวินัยของพลเมืองโดยใช้กุศโลบายชาตินิยม ซึ่งการดำเนินนโยบายกองเสือป่าที่ดำเนินการเป็นเวลา 14 ปี และมีการนำมาสานต่อทั้งนามธรรมและรูปธรรมที่พอจะเห็นผลอยู่ในปัจจุบัน เช่น การลูกเสือไทย ระบบกำลังสำรองของกองทัพ หน่วยงานกองอำนวยการรักษาดินแดน การดำเนินกิจกรรมในรูปแบบอาสาสมัครและจิตอาสาที่หลากหลาย และการส่งเสริมเรื่องคุณธรรมจริยธรรมและชาตินิยมทั้งในระบบการศึกษา และนอกระบบการศึกษา

กองเสือป่า เป็นนโยบายสาธารณะที่เกิดขึ้นมาเป็นเวลากว่า 100 ปี เป็นนโยบายที่แปลกใหม่ แม้จะมีการทดลองนโยบายมาก่อนในระดับหนึ่ง แต่ก็เป็นทดลองเพื่อที่จะนำนโยบายไปปฏิบัติบางส่วนที่เป็นต้นแบบของนโยบายสาธารณะใหม่ที่จริงจังและมีขนาดใหญ่กว่า ตลอดจนมีการดำเนินงานที่ซับซ้อนมากขึ้น ผู้กำหนดนโยบายเล็งเห็นได้เพียงผลขึ้นปลายที่จะเกิดขึ้น แต่ในระหว่างทางของนโยบายนั้นมีสิ่งที่เป็นปัญหาและความท้าทายต่อผู้นำนโยบายไปปฏิบัติ โดยที่นโยบายกองเสือป่านั้น ผู้กำหนดนโยบาย เป็นผู้ดำเนินการนำนโยบายไปปฏิบัติด้วยตนเอง ซึ่งทำให้นโยบายกองเสือปาก้าวหน้า และขยายตัวไปได้อย่างรวดเร็ว ผลของนโยบายมีทั้งที่เป็นนามธรรมและรูปธรรมแม้ว่านโยบายนี้จะสิ้นสุดลงไปแล้ว โดยเฉพาะในปัจจุบันความต้องการความร่วมมือจากประชาชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่นเดียวกับกองเสือป่า ยังคงเกิดขึ้นเพื่อรับมือกับภัยคุกคามความมั่นคงในรูปแบบต่าง ๆ ความทันสมัยของสังคมที่ต้องการการอยู่ร่วมกันที่เป็นปกติสุข ซึ่งสะท้อนว่าความรู้สึกเห็นแก่ส่วนรวมได้ถูกบ่มเพาะขึ้นในจิตไทยของคนไทยเสมอมา

2. วิเคราะห์ปัญหา และ อุปสรรค ระหว่างกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ความก้าวหน้าและการก่อตัวของนโยบายใหม่หลังจากที่การดำเนินกิจกรรมกองเสือป่ายุติลง ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินนโยบายสาธารณะ ย่อมอยู่ภายใต้ระบอบการเมืองที่แตกต่างกันไปของแต่ละประเทศ กล่าวโดยรวมคือนโยบายสาธารณะที่เกิดขึ้นในระบอบการเมืองที่ประชาชนมีส่วนร่วม (ประชาธิปไตย) กับนโยบายสาธารณะที่เกิดขึ้นใน

ระบอบการเมืองที่ประชาชนไม่มีส่วนร่วม (อำนาจนิยม) ซึ่งในแต่ละระบอบการเมืองก็จะสะท้อนนโยบายสาธารณะออกมาที่แตกต่างกันไป ซึ่งผลของนโยบายกองเสือป่า นั้น ประสิทธิภาพของการกำหนดนโยบาย และการนำนโยบายไปปฏิบัติอยู่ในระบอบการปกครองแบบอำนาจนิยมที่องค์พระมหากษัตริย์ทรงใช้พระราชอำนาจในการตัดสินพระทัยกำหนดนโยบาย รูปแบบ และวิธีการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยพบว่านโยบายจัดตั้งกองเสือป่า เป็นการมุ่งตอบสนองเป้าหมายความมั่นคงของรัฐ ขณะที่ในด้านหนึ่งนโยบายนี้ได้คำนึงถึงเป้าหมายผลลัพธ์ที่จะได้กับประชาชนเช่นเดียวกัน คือในด้านความเป็นพลเมือง แต่เป็นการใช้ภาวะของความเป็นผู้นำกำหนดรูปแบบและวิธีดำเนินนโยบายโดยตรง ไม่ได้ต้องการฉันทานุมัติจากเสียงส่วนใหญ่ว่าต้องการหรือไม่ต้องการนโยบายที่กำหนดขึ้นนั้น ซึ่งจะแตกต่างไปจากนโยบายที่เกิดขึ้นใน ปัจจุบันที่การกำหนดและดำเนินนโยบายต้องการการมีส่วนร่วมจากผู้เกี่ยวข้อง และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย การประเมินและบริหารความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น

ข้อเสนอแนะ

นโยบายกองเสือป่า อาจเป็นข้อคิดของการจัดทำนโยบายสาธารณะอื่น ๆ ที่ควรคำนึงถึงการทดลองนโยบายเพื่อตรวจสอบความรอบคอบ และคาดการณ์ผลที่จะเกิดขึ้นต่อกระบวนการนโยบายทั้งหมดก่อน โดยเฉพาะนโยบายรัฐที่มีขนาดใหญ่ คาดการณ์ความสำเร็จและมีวิธีการปฏิบัติที่บรรลุผลสำเร็จได้ยาก รวมถึงการนำไปเป็นแนวทางศึกษาข้อดี และข้อเสีย ในกรณีที่ผู้กำหนดนโยบายกับผู้นำการปฏิบัติตามนโยบายเป็นบุคคลเดียวกัน หรือกลุ่มเดียวกัน เฉพาะอย่างยิ่งเป็นตัวอย่างในกรณีที่ผู้นำประเทศซึ่งได้รับการยอมรับจากประชาชน มีความมั่นใจถึงนโยบายสาธารณะที่กำหนดขึ้น และลงมือดำเนินการตามนโยบายนั้นในการเป็นผู้นำ และจัดองค์การขึ้นมารองรับ ซึ่งตัวอย่างจากนโยบายกองเสือป่า จะชี้ให้เห็นว่าโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น และทางออกที่จะทำให้สามารถลดปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินนโยบายเป็นอย่างไรบ้าง รวมถึงผลเสียของการตัดสินใจนโยบายสาธารณะของผู้มีอำนาจ โดยที่ขาดการทดลองปฏิบัติ หรือการคาดการณ์แนวทางการดำเนินนโยบายในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษาเพิ่มเติมจากผู้ดำเนินงานหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในกองกิจการเสือป่า โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลปัญหา อุปสรรคในการปฏิบัติที่เกิดขึ้น
- 2) ควรศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินที่เกี่ยวกับกิจการเสือป่าจากกรณีศึกษาในต่างประเทศ ที่มีบริบทใกล้เคียงกับประเทศไทย เพื่อให้ได้สารสนเทศประกอบการดำเนินงานเกี่ยวกับนโยบายด้านอื่น ๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการฉลองวันพระบรมราชสมภพครบ 8 รอบ และ 100 ปี ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว. (2524). *สารานุกรมพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เล่ม 2 ย – อ*. ไม่ปรากฏสถานที่พิมพ์.
- จรัส สุวรรณมาลา. (2564). *สัมมนาทฤษฎีนโยบายสาธารณะ*. เอกสารบรรยายวิชา PAD 709. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- จมีนอมรคุณรักษ์ (แจ่ม สุนทรเวช). (2514). *เสือป่าและลูกเสือในประวัติศาสตร์ รัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว*. พระนคร: องค์การค้าของคุรุสภา.
- ชนิดา จิตตรุทธะ. (2562). *นโยบายสาธารณะ แนวคิด การวิเคราะห์ และกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- เทพ บุญตานนท์. (2556). พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวกับการสร้างภาพลักษณ์ทางการทหาร (วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรเพ็ญ อันตระกูล. (2517). การใช้จ่ายเงินแผ่นดินในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2453-68) (วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พนอม แก้วกำเนิด และคณะ. (2555). 100 ปี การลูกเสือไทย. กรุงเทพฯ: ศูรสภา.
- พาชื่น สมคำนิง. (2520). ความสำคัญของการศึกษาของพระราชโอรส ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในการปรับปรุงบ้านเมืองตามแบบตะวันตก (วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรชาติ มีชูบท. (2557). สมเด็จพระมหาธีรราชเจ้า. กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์บุ๊ค.
- ศุภชัย ยาวะประภาษ. (2557). นโยบายสาธารณะ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมบัติ อารังธัญวงศ์. (2541). นโยบายสาธารณะ: แนวความคิด การวิเคราะห์ และกระบวนการ. กรุงเทพฯ: โครงการเอกสารและตำรา คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สนธิ เดชนันท์. (2527). แนวพระราชดำริทางการเมืองในพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ศึกษาเฉพาะกรณีการพัฒนาการเมืองโดยกระบวนการปกครองท้องถิ่น (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรดุษฎีบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เหรียญ ศรีจันทร์ และเนตร พูนวิวัฒน์. (2519). กบฏ ร.ศ.130. กรุงเทพฯ: คัมภีร์.
- อาชญาสิทธิ์ ศรีสุวรรณ. (2563). เลือดสีป่า ภาพฉายความขุมนที่มณฑลปัตตานี ในนิยายเรื่งรมย์ ปลายทศวรรษที่ 2460 (ตอนที่ 2). วารสารรัฐสมิแล, 41(3), 87-92.

ประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ
ขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอนาวัง จังหวัดหนองบัวลำภู
The Efficiency of Social Welfare Management for the Quality of the Elderly of
Local Government Organizations in Nawang District, Nong Bua Lamphu Province

ชาญยุทธ หาญชนะ
Chanyut Hanchana

คณะรัฐศาสตร์ วิทยาลัยพิชญบัณฑิต

Faculty of Political Science, Pitchayabundit College, Thailand

Corresponding Author, E-mail: chanyuth@gmail.com

Received: 2024-1-23; Revised: 2024-3-30; Accepted: 2024-3-31

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุ ด้านสุขภาพร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอนาวัง จังหวัดหนองบัวลำภู กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้มีอายุ 60 ปีขึ้นไปในเขตองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอนาวัง จังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 500 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกใช้เครื่องมือในการดำเนินการวิจัย คือ แบบสอบถามทั้งโครงสร้าง และสถิติที่ใช้คือ path analysis ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านจิตใจมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ 2) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลโดยอ้อมต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยส่งผ่านด้านจิตใจ 3) ปัจจัยด้านสัมพันธภาพทางสังคมมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุและมีอิทธิพลโดยอ้อมโดยส่งผ่านด้านจิตใจ 4) ปัจจัยด้านสุขภาพร่างกายมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุและมีอิทธิพลโดยอ้อมโดยส่งผ่านด้านสัมพันธภาพทางสังคมและด้านจิตใจและมีอิทธิพลโดยอ้อมโดยส่งผ่านด้านสัมพันธภาพทางสังคม 5) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านจิตใจ 6) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านสัมพันธภาพทางสังคม 7) ปัจจัยด้านสัมพันธภาพทางสังคมมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านจิตใจ และ 8) ปัจจัยด้านสุขภาพร่างกายมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านสัมพันธภาพทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน โดยผู้วิจัยค้นพบว่า ปัจจัยด้านจิตใจมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านสุขภาพร่างกาย และสัมพันธภาพทางสังคม ตามลำดับ

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อค้นพบที่สามารถนำไปสร้างเป็นแบบจำลองในการบริหารประเทศ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งระดับภูมิภาคและระดับประเทศต่อไป

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพการจัดการ, องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น, ผู้สูงอายุ, ปัจจัยเชิงสาเหตุ, ผลกระทบโดยตรง

Abstract

The purpose of this research is to study the influence of causal factors, physical health, mental health, social relations, and environmental factors that affect the efficiency of social welfare management for the quality of the elderly of local government organizations in Nawang District Nong Bua Lamphu Province. The sample group consisted of people aged 60 years and over in local administrative organizations in Nawang District. Nong Bua Lamphu Province, 500 samples. The researcher has chosen a semi-structured questionnaire to conduct the research. and the statistics used are path analysis, the research results found that 1) Psychological factors have a direct influence on the efficiency of social welfare management in terms of quality of life of the elderly, 2) Environmental factors have an indirect influence on the efficiency of welfare management. social factors in the quality of life of the elderly through the psychological aspect, 3) social relationship factors have a direct influence on the efficiency of social welfare management regarding the quality of life of the elderly and have an indirect influence through the psychological aspect, 4) factors Physical health has a direct influence on the efficiency of social welfare management on the quality of life of the elderly and has an indirect influence through social relationships and mental aspects and has an indirect influence through social relationships, 5) Environmental factors have a direct influence on the mind, 6) Environmental factors have a direct influence on social relationships, 7) Social relationships have a direct influence on the mind, and 8) Physical health factors have a direct influence on the mind. social relations, statistically significant at the level 0.01 which is consistent with the hypothesis, the researcher found that Psychological factors have the most direct influence on the efficiency of social welfare management regarding the quality of life of the elderly, followed by physical health, and social relationships, respectively

From the results of this research, there were findings that can be used to create a model for national administration in order to achieve sustainable development at both the regional and national levels.

Keywords: Management Efficiency; Local Government Organizations; Elderly People; Causal Factors; Direct Effect

บทนำ

โครงสร้างอายุของประชากรโลกและของประเทศต่างๆ กำลังเปลี่ยนไปในทิศทางที่มีอายุสูงขึ้น ในปี 2558 ประชากรโลกมี 7,349 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปประมาณ 901 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 12 ของประชากรทั้งหมด นับได้ว่าประชากรรวมทั่วโลกได้เข้าเกณฑ์ที่เรียกว่าเป็น “สังคมสูงวัย” แล้วในปี 2558 ประเทศไทยมีจำนวน 65.1 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป 11 ล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 16 ของประชากรทั้งหมด ประเด็นสำคัญคือ ขณะนี้ประชากรไทยกำลังสูงวัยขึ้นอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยได้กลายเป็นสังคมสูงวัยมาตั้งแต่ปี 2548 คือมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปสูงถึงร้อยละ 10 (ตามนิยามขององค์การสหประชาชาติ) ประชากรสูงอายุกำลังเพิ่มขึ้นด้วยอัตราที่เร็วมากคือ สูงกว่าร้อยละ 4 ต่อปี ในขณะที่ประชากรรวมเพิ่มขึ้นด้วยอัตราเพียงร้อยละ 0.5 เท่านั้น ตามการคาดประมาณประชากร

ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (Complete Aged Society) คือมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปสูงถึงร้อยละ 20 ในปี 2564 และจะเป็นสังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Super Aged Society) เมื่อมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปสูงถึงร้อยละ 28 ในปี 2574 ซึ่งหมายความว่าสังคมไทยต้องมีการเตรียมการด้านเศรษฐกิจ สังคม และด้านการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ เพื่อรับกับสถานการณ์ดังกล่าวที่เรียกว่าภาวะประชากรสูงอายุ (Population ageing) (National Statistic Office Ministry of Information and Communication Technology, 2023; Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC), 2023)

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของประเทศไทย เป็นผลมาจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านการแพทย์ที่ทันสมัย ทำให้ประชากรมีสุขภาพอนามัยที่ดีประกอบกับความสำเร็จในการวางแผนครอบครัวอันเนื่องมาจากนโยบายรัฐ จึงทำให้อัตราการเกิดอัตราการตายลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้กำลังนำประเทศไทยไปสู่ภาวะประชากรสูงอายุ (Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC), 2023)

โครงสร้างทางประชากรที่มีสัดส่วนของประชากรวัยสูงอายุเพิ่มขึ้น แสดงนัยว่าอายุคาดหมายเฉลี่ยจะมีแนวโน้มสูงขึ้นด้วย ซึ่งการที่ประชากรวัยสูงอายุมีอายุคาดหมายเฉลี่ยที่ยืนยาวขึ้นมิได้หมายความว่าประชากรวัยสูงอายุจะมีสุขภาพอนามัยที่ดีตามไปด้วย หากผู้สูงอายุไม่ได้เตรียมความพร้อมด้านสุขภาพมาก่อน โอกาสของการเจ็บป่วย การเกิดภาวะทุพพลภาพและภาวะพิการก็จะสูงขึ้นด้วย (เกื้อ วงศ์บุญสิน, 2545) คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุเป็นประเด็นที่นักวิจัยและนักวิชาการหลายสาขาให้ความสนใจศึกษาวิจัยมากกว่าทศวรรษนับตั้งแต่ประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งข้อค้นพบจากการศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนดูแลช่วยเหลือให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทั้งนี้เพราะคุณภาพชีวิตเป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนถึงภาพรวมของผู้สูงอายุว่าเป็นอย่างไร ทั้งด้านสุขภาพร่างกายและจิตใจด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม (Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC), 2023)

จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศที่ผ่านมาพบว่า มีนักวิชาการที่ศึกษาแนวคิดและองค์ประกอบของคุณภาพชีวิต โดยแบ่งองค์ประกอบของคุณภาพชีวิตตามมิติต่าง ๆ ตั้งแต่ 4 ด้าน จนถึงมากกว่า 7 ด้าน องค์การอนามัยโลก แบ่งองค์ประกอบของคุณภาพชีวิต 4 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย (Physical domain) ด้านจิตใจ (Psychological domain) ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม (Social relationships domain) และด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental domain) ซึ่งเป็นแบบวัดคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลกชุด 26 ตัวชี้วัด (WHOQOL-BREF) โดยสุวัฒน์ มหัตนิรันดร์กุล และคณะ นำมาแปลเป็นภาษาไทยเรียกว่าคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลกฉบับภาษาไทยชุดย่อ 26 ตัวชี้วัด (WHOQOL-BREF THAI) ลักษณะของแบบวัดคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุเป็นมาตรวัด 5 ระดับ (เกื้อ วงศ์บุญสิน, 2545; Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC), 2023) ผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอนาวัง จังหวัดหนองบัวลำภูมีการจัดสวัสดิการผู้สูงอายุตามสิทธิผู้สูงอายุที่พึงได้รับตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ มีจำนวนผู้สูงอายุอยู่ในความรับผิดชอบ จำนวน 2,745 คน การดำเนินการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุที่ผ่านมา มีปัญหาในเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุไม่ทั่วถึง และไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้สูงอายุได้ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงเป็นการวิจัยเพื่อแสดงให้เห็นแนวทางสำคัญในการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพผู้สูงอายุขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอนาวัง จังหวัดหนองบัวลำภู เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายและแผนต่อไป



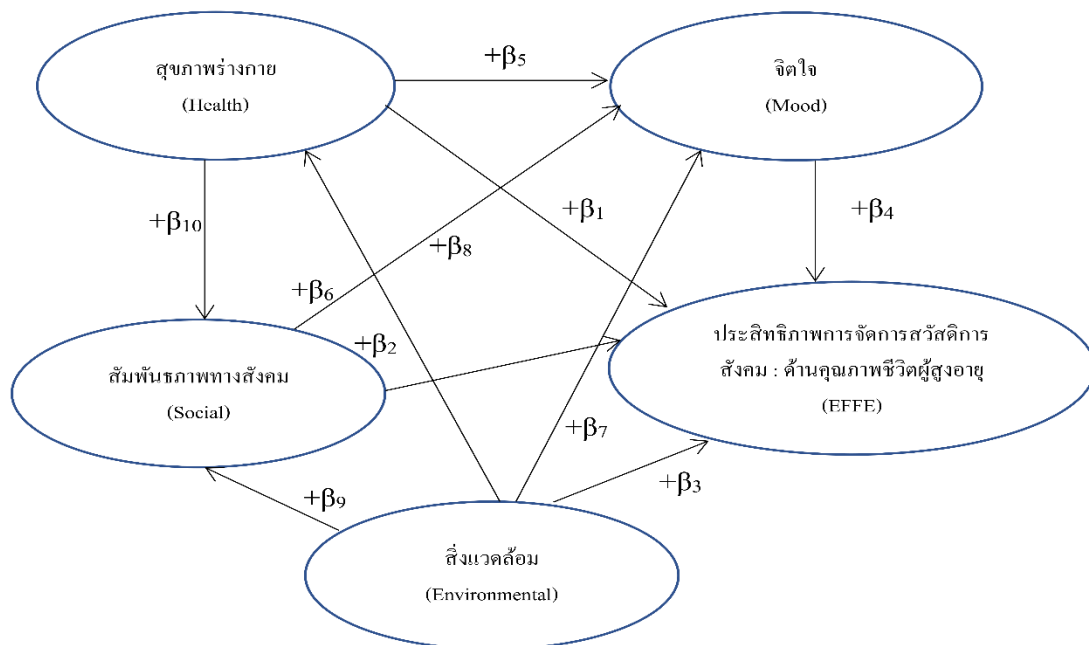
วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุ ด้านสุขภาพร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพผู้สูงอายุ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอนาวัง จังหวัดหนองบัวลำภู

สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านสุขภาพร่างกายมีอิทธิพลทางตรงต่อด้านจิตใจ สัมพันธภาพทางสังคม และด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ
2. ปัจจัยด้านจิตใจมีอิทธิพลทางตรงต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ
3. ปัจจัยด้านสัมพันธภาพทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อด้านจิตใจและด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ
4. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านสุขภาพร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม และด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรสำหรับงานวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้มีอายุ 60 ปีขึ้นไปในเขตองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอนาวัง จังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 2,745 คน ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ตัวแทนเพื่อใช้ในการศึกษาโดยขนาดตัวอย่างที่ต้องการจะเก็บรวบรวมเพื่อนำมาวิเคราะห์นั้น โดยอาศัยแนวคิดของ Leslie

Kish (1965) ซึ่งมีหลักเกณฑ์ไม่ต่ำกว่า 25 เท่าของตัวแปรสังเกต ซึ่งงานวิจัยนี้มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 กลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามแบบกึ่งมีโครงสร้าง การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามตามลำดับดังนี้

ศึกษาหลักการ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำผลการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม โดยขอคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ

กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือ

สร้างเครื่องมือในการวิจัย

เสนอร่างเครื่องมือต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และปรับปรุงคำถามตามคำแนะนำ

นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความตรงทางเนื้อหา (Content Validity) ระหว่างข้อความที่เขียนขึ้นในแบบสอบถามกับนิยามศัพท์ที่กำหนดไว้ และเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาและประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยใช้เกณฑ์ ค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 แสดงว่า ข้อคำถามนั้นใช้ได้ ในการวิจัยครั้งนี้ ข้อคำถามที่ผ่านการประเมิน มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ได้ค่า IOC รวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.89 (Cronbach, 1990)

ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม โดยการนำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 คน แล้วนำผลการทดลองมาใช้คำนวณเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) (Cronbach, 1990) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.96

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเน้นเลือกใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) วิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เป็นการวิเคราะห์เชิงสาเหตุ โดยต้องการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ขนาดของอิทธิพลต่าง ๆ การทดสอบสมมติฐานใช้วิธีการคำนวณโดยใช้โปรแกรม LISREL ซึ่งโปรแกรม LISREL จะคำนวณระดับนัยสำคัญของแต่ละเส้นทาง พร้อมแนะนำเส้นทางที่เหมาะสมให้ด้วย สถิติที่ใช้ดังต่อไปนี้ (Byrne, 2009; Sutthichaimethee and Ariyasajjakorn, 2020)

1) ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square, χ^2) ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานที่ว่าเมทริกซ์ส่วนตกค้าง (Residual Covariance Matrix) มีค่าเท่ากับศูนย์ ถ้าค่า χ^2 มีค่าสูงมาก แสดงว่าเมทริกซ์ส่วนตกค้างมีค่าแตกต่างจากศูนย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ตัวแบบความสัมพันธ์ไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถ้าค่า χ^2 มีค่าต่ำมาก จนเข้าใกล้ศูนย์มากเท่าไร แสดงว่าตัวแบบความสัมพันธ์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากเท่านั้น (P-Value > 0.05) ซึ่งค่า χ^2 มักใช้ควบคู่กับค่าไคสแควร์ความสัมพัทธ์ (Chi-square/Degree of Freedom, χ^2/df)

2) ดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Squared Error of Approximation: RMSEA) ใช้ทดสอบสมมติฐานทางสถิติว่าเมทริกซ์ส่วนตกค้างมีค่าเป็นศูนย์หรือไม่ หากค่า RMSEA ต่ำกว่า 0.05 แสดงว่าเข้ากันได้ดี ถ้าอยู่ระหว่าง 0.05 – 0.08 เรียกว่า พอใช้ และถ้าอยู่ระหว่าง 0.08 – 0.10 แสดงว่า ไม่ค่อยดี และถ้ามากกว่า 0.10 แสดงว่าไม่ดีเลย (Sutthichaimethee, Chatchorfa, & Suyaprom, 2019)



3) ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนตกค้างมาตรฐาน (Standardization Root Mean Squared Residual: SRMR) เป็นดัชนีที่ใช้เปรียบเทียบระดับความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของ 2 ตัวแบบ เฉพาะกรณีที่มีการเปรียบเทียบโดยใช้ข้อมูลชุดเดียวกัน ค่า SRMR ยิ่งเข้าใกล้ศูนย์ แสดงว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โปรแกรม LISREL ให้ค่าสถิติส่วนตกค้าง (Residual) ทั้งที่ปรับมาตรฐานแล้ว และนำเข้าสู่ข้อมูลมาหลายค่า เพื่อช่วยในการระบุได้ว่ามีส่วนตกค้างกี่ค่า และค่าส่วนตกค้างใดที่มีค่าสูงเกินไป

4) ดัชนี Model CAIC (Consistent Akike's Information Criterion: CAIC) เป็นการทดสอบภาพรวมของส่วนตกค้าง ถ้า Model CAIC ให้ค่าที่ต่ำกว่า Saturated CAIC แสดงว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

5) ค่าดัชนีความสอดคล้องสัมพัทธ์ (Relative Fit Index) ใช้ค่า NNFI (Non-normed Fit Index) มีค่าอยู่ระหว่าง 0 และ 1 ตัวแบบจะมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เมื่อค่า NNFI เข้าใกล้ 1 และจะดีที่สุดเมื่อมีค่าเป็น 1

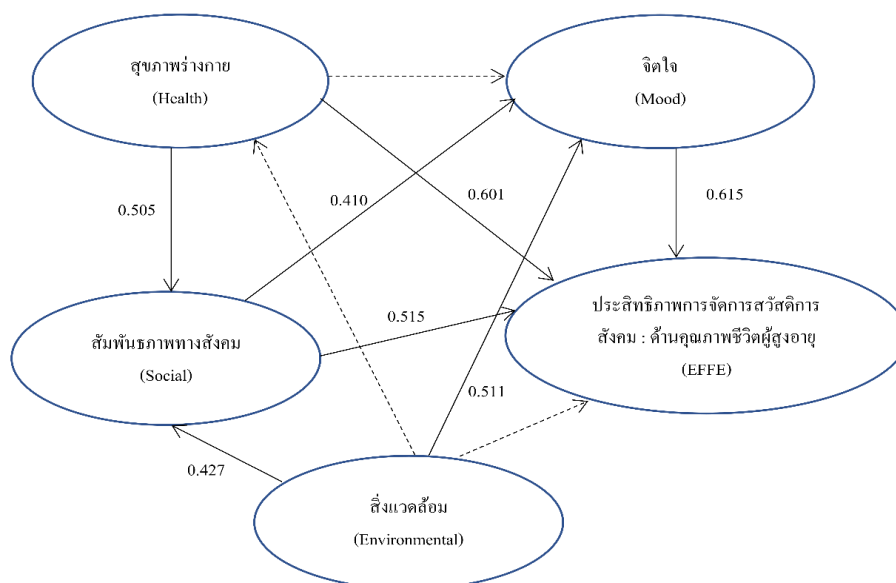
6) ดัชนีเปรียบเทียบความสอดคล้อง (Comparative Fit Index: CFI) เป็นดัชนีเข้าได้เชิงสัมพัทธ์ (Relative Fit Indices) เป็นดัชนีที่ชี้ให้เห็นว่าตัวแบบสามารถเข้ากับข้อมูลได้ดีมากน้อยเพียงใด โดยการเปรียบเทียบกับตัวแบบที่เป็นฐาน (Baseline Model) ซึ่งปกติมักจะเป็นแบบอิสระ (Independence Model) มีค่าอยู่ระหว่าง 0 และ 1 ดัชนี CFI ที่มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เมื่อเปรียบเทียบกับตัวแบบอิสระ

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุ ด้านสุขภาพร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสัมพันธภาพทางสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอनाव จังหวัดหนองบัวลำภู ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ Path Analysis โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป LISREL

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในรูปแบบจำลองสมการโครงสร้าง

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอไว้ดังสมการโครงสร้างดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ

ตารางที่ 1 ค่าสถิติวิเคราะห์อิทธิพลภายในโมเดลสมการโครงสร้างประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคม
ด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอนาวัง จังหวัดหนองบัวลำภู

ตัวแปร	ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ		
	DE	IE	TE
จิตใจ	0.615	-	0.615
สิ่งแวดล้อม	-	0.205	0.205
สัมพันธภาพทางสังคม	0.415	0.112	0.527
สุขภาพร่างกาย	0.601	0.135	0.736

หมายเหตุ : DE หมายถึง อิทธิพลทางตรง (Direct effect), IE หมายถึง อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect), TE หมายถึง อิทธิพลรวม (Total effect)

จากตารางที่ 1 และรูปที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้นที่ปรับแก้แล้ว โดยผู้วิจัยทำการปรับปรุงโมเดลโดยการนำข้อคำถามในแต่ละตัวแปรสังเกตได้มาทดสอบความกลมกลืนของโมเดล สามารถตอบสมมติฐานได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์โครงสร้างปัจจัยด้านจิตใจมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.615

2. ผลการวิเคราะห์โครงสร้างปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลโดยอ้อมต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ โดยส่งผ่านด้านจิตใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.205

3. ผลการวิเคราะห์โครงสร้างปัจจัยด้านสัมพันธภาพทางสังคมมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.415 และมีอิทธิพลโดยอ้อมโดยส่งผ่านด้านจิตใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.112

4. ผลการวิเคราะห์โครงสร้างปัจจัยด้านสุขภาพร่างกายมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.601 และมีอิทธิพลโดยอ้อมโดยส่งผ่านด้านสัมพันธภาพสังคมและด้านจิตใจ และมีอิทธิพลโดยอ้อมโดยส่งผ่านด้านสัมพันธภาพสังคมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.135

5. ผลการวิเคราะห์โครงสร้างปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านจิตใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.511

6. ผลการวิเคราะห์โครงสร้างปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านสัมพันธภาพทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.427

7. ผลการวิเคราะห์โครงสร้างปัจจัยด้านสัมพันธภาพทางสังคมมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านจิตใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.410

8. ผลการวิเคราะห์โครงสร้างปัจจัยด้านสุขภาพร่างกายมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านสัมพันธภาพทางสังคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.505

จากสมมติฐานดังกล่าว พบว่า ปัจจัยด้านจิตใจมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านสุขภาพร่างกาย และสัมพันธภาพทางสังคม ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ซึ่งสามารถสรุปความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยสังเขป ดังต่อไปนี้

สำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ ได้แก่ ปัจจัยด้านจิตใจมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ปัจจัยด้านสัมพันธภาพทางสังคมมีอิทธิพลโดยตรงและมีอิทธิพลโดยอ้อมโดยส่งผ่านด้านจิตใจต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ปัจจัยด้านสุขภาพร่างกายมีอิทธิพลโดยตรง และมีอิทธิพลโดยอ้อมโดยส่งผ่านด้านสัมพันธภาพสังคมและด้านจิตใจ และมีอิทธิพลโดยอ้อมโดยส่งผ่านด้านสัมพันธภาพสังคมต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ นอกจากนี้ สำหรับผลการวิเคราะห์โครงสร้างปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านจิตใจ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านสัมพันธภาพทางสังคม ปัจจัยด้านสัมพันธภาพทางสังคมมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านจิตใจ ปัจจัยด้านสุขภาพร่างกายมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านสัมพันธภาพทางสังคม ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยด้านจิตใจมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านสุขภาพร่างกาย และสัมพันธภาพทางสังคม ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม สำหรับผลการวิเคราะห์ที่มีความไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ และไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อสุขภาพร่างกาย และนอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านสุขภาพร่างกายไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านจิตใจ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังนั้น แนวทางในการบริหารองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างยั่งยืน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพิจารณาอิทธิพลของปัจจัยในแต่ละด้าน และขนาดอิทธิพลของแต่ละด้านให้รอบคอบครบถ้วน เพื่อนำพามาสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainable development) ต่อไป

สำหรับความสอดคล้องของงานวิจัยนี้กับงานวิจัยอื่นๆ ที่ผ่านมา พบว่า ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณลักษณ์ เมียนเกิด (2559); สุปรีญา นุ่นเกลี้ยง, ศิริลักษณ์ คัมภีรานนท์ (2564); Chen et al. (2010) และ Thomopoulou, Thomopoulou, and Koutsouki, (2014) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านปัจจัยด้านจิตใจมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ปัจจัยด้านสัมพันธภาพทางสังคมมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ปัจจัยด้านสุขภาพร่างกายมีอิทธิพลโดยตรงต่อด้านสัมพันธภาพสังคมและต่อด้านประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

ดังนั้นจากข้อค้นพบในงานวิจัยฉบับนี้ ผลของการวิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารภาครัฐทั้งการปกครองส่วนกลาง และการปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อใช้ในการกำหนดนโยบายและแผน ตลอดจนการกำหนดรูปแบบการพัฒนาการบริหารองค์กรการต่าง ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างยั่งยืนต่อไป

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยได้องค์ความรู้จากการวิจัยนี้ คือ ผู้วิจัยได้แบบจำลองการบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศไทย ซึ่งแบบจำลองดังกล่าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับการกำหนดกลยุทธ์และยุทธศาสตร์การบริหารองค์กรภาครัฐต่าง ๆ ทั้งระดับภูมิภาคและระดับประเทศได้ ทั้งนี้แบบจำลองที่ได้ในครั้งนี้สามารถวิเคราะห์ให้เห็นทิศทางของความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุแต่ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการสวัสดิการทางสังคมด้านคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ นอกจากนี้ยังทำให้ทราบขนาดของ

อิทธิพลทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมทำให้ผู้ที่นำแบบจำลองนี้ไปใช้สามารถคาดการณ์หรือทำนายในอนาคตได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการวางแผนนโยบายระยะยาวของประเทศต่อไป

ข้อเสนอแนะ

สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป เห็นควรให้ผู้วิจัยได้นำงานวิจัยนี้ไปใช้ต่อยอดการวิจัยด้วยการทำการวิจัยเชิงผสม (mixed method research) เพื่อให้การนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการกำหนดรูปแบบในการวางแผน และกำหนดยุทธศาสตร์ชาติได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เกื้อ วงศ์บุญสิน. (2545). *ประชากรศาสตร์สาระเพื่อการตัดสินใจเชิงธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณลักษณ์ เมียนเกิด. (2559). *รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่อง ระบบการดูแลทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ*. กรุงเทพฯ: เจ ปรีน.
- สุปรียา นุ่นเกลี้ยงและ ศิริลักษณ์ คัมภีรานนท์. (2562). *ศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้ : ศึกษากรณีเทศบาลตำบลยุโป อำเภอเมือง จังหวัดยะลา* (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- Byrne, B. M. (2009). *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming*. London: Routledge.
- Chen, J., Murayama, S. and Kamibepu, K. (2010). Factors Related to Well-Being Among the Elderly in Urban China Focusing on Multiple Roles. *BioScience Trends*, 4, 61–71.
- Cronbach, L.J. (1990). Coefficient Alpha and The Internal Structure of Tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Kish, L. (1965). *Survey Sampling*. New York: John Wiley and Sons Inc.
- National Statistic Office Ministry of Information and Communication Technology. Retrieved December, 10, 2023, from <http://web.nso.go.th/index.htm>
- Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC). Retrieved December, 7, 2023, from http://www.nesdb.go.th/nesdb_en/more_news.php?cid=154&filename=index
- Sutthichaimethee, P., Ariyasajakorn, D. A (2020), Forecasting Model on Carrying Capacity for Government's Controlling Measure under Environmental Law in Thailand: Adapting Non-recursive Autoregression Based on the Var-X Model. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10, 645-655.
- Sutthichaimethee, P., Chatchorfa, A., Suyaprom, S. (2019), A Forecasting Model for Economic Growth and CO₂ Emission Based on Industry 4.0 Political Policy under the Government Power: Adapting a Second-Order Autoregressive-SEM. *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.*, 5, 69.
- Thomopoulou, I., Thomopoulou, D., and Koutsouki, D. (2014). *The Differences at Quality of Life and Loneliness between Elderly People*. *Biology of Exercise*.



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อาคาร 37 ชั้น 1 เลขที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ถนนอุทองนอก แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
โทรศัพท์: 097-9359356
Email: touch_life@outlook.co.th, journal.dar@gmail.com