



วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ

Journal of Liberal Arts and Service Industry

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2561 Vol. 1 No. 2 May – August 2018

โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

ISSN 2586-9612

กองบรรณาธิการ

บรรณาธิการ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนามัย ดำเนตร	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
กองบรรณาธิการ	อาจารย์ ดร.สุรศักดิ์ บุญประสิทธิ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
	อาจารย์ ดร.เอกฉัตร ต้นศิริ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
	อาจารย์ ดร.ชวิภา สุขเอี่ยม	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
	อาจารย์ ดร.อิสระพงษ์ พลธานี	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
	อาจารย์นุชประวิทย์ ลิขิตศรีณย์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
	อาจารย์ปิยะพงษ์ เลาศรีรัตนชัย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
	อาจารย์ปณณพร บุญรังษี	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
	อาจารย์จันทร์เมธา ศรีรักษา	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
	อาจารย์อริยา พงษ์พานิช	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
	อาจารย์ ดร.อัญชิษฐา ภูอุดม	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
	อาจารย์ ดร.ตฤพล แสงนาค	มหาวิทยาลัยบูรพา
	อาจารย์ ดร.ชนัญญา ดินตะบู่ระ	มหาวิทยาลัยบูรพา
	อาจารย์ ดร.ชมพูนุช พูลทรัพย์ฐาน	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
	อาจารย์ ดร.ชัยภูวนุช โมราศิลป์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
	อาจารย์ ดร.จันทนา ฤทธิสมบูรณ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
	อาจารย์ ดร.สัญญา บริสุทธิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
	อาจารย์ ดร.สาโรจน์ เผ่าวงศากุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
	ดร.ซีพี เลื่อนลอย	บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)
	ดร.ชาญ ลายลักษณ์	บริษัท ดีทีซี เอ็นเตอร์ไพรซ์ จำกัด
	ดร.อัครณ ถนนมณี	สำนักงานการบัญชีกรณีกาและกฎหมาย
ฝ่ายจัดการ	นางสาวชลดา ไรจน์ศิริ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ

(Journal of Liberal Arts and Service Industry)

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2561 Vol. 1 No. 2 May – August 2018

วัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่บทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความทวิภาคีที่มีคุณภาพในศาสตร์ทางด้านอุตสาหกรรมบริการ: การท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคาร ภาษาอังกฤษเพื่ออุตสาหกรรมบริการ ธุรกิจการบิน ธุรกิจประชุม ศิลปศาสตร์ ธุรกิจเรือสำราญ ภาษาและวรรณคดี ภาษาอังกฤษ การแปล ภาษาศาสตร์ประยุกต์ การจัดการ การบัญชี การตลาด รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ ศีลธรรม ศักยภาพมนุษย์ และการพัฒนานวัตกรรม (Routine to Research) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเป็นสื่อกลางในการนำเสนอเพื่อบทความที่มีคุณภาพ และมาตรฐานสูง ที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ หลากหลายสาขาในอนาคต

กำหนดการตีพิมพ์ ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม-เมษายน
ฉบับที่ 2 เดือน พฤษภาคม-สิงหาคม
ฉบับที่ 3 เดือน กันยายน-ธันวาคม

คำชี้แจง

1. บทความที่ได้รับผ่านการพิจารณาล้นกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Peer Review) ที่มีความรู้ความสามารถในสาขาที่บทความนั้นเกี่ยวข้องอย่างน้อยจำนวน 2 ท่าน (Double-Blind Peer Review) ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะไม่ทราบว่าแต่ละฝ่ายเป็นผู้ใด และไม่มีส่วนได้เสียกับผู้ตีพิมพ์บทความนั้น รวมทั้ง บทความทวิภาคีมีการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 1 ท่าน
2. บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นของผู้เขียน **ไม่ใช่**ความคิดเห็นของผู้จัดทำวารสารและไม่ใช่ว่ามีความรับผิดชอบใด ๆ ของกองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์อุตสาหกรรมบริการ

ที่อยู่ โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
เลขที่ 1 หมู่ 6 ตำบลกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 73140
โทร. 0-3435-2285 โทรสาร 0-3435-2385 โทรศัพท์ (ภายใน) 3099 , 3976 , 3977
http://dsil.flas.kps.ku.ac.th/sil_journal/index.php

*บทความที่ได้รับการพิจารณาผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Peer Review) ที่มีความรู้ความสามารถในสาขาที่บทความนั้นเกี่ยวข้องกับอย่างน้อยจำนวน 2 ท่าน (Double-Blind Peer Review) ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะไม่ทราบว่าแต่ละฝ่ายเป็นผู้ใด และไม่มีส่วนได้เสียกับผู้ตีพิมพ์บทความนั้น รวมทั้ง บทความหนึ่งสัปดาห์จะมีการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 1 ท่าน

**บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นของผู้เขียนมิใช่ความคิดเห็นของผู้จัดทำวารสารและไม่ใช่วรรสารรับผิดชอบใด ๆ ของกองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์อุตสาหกรรมบริการ

วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2561 Vol. 1 No. 2 May – August 2018

ISSN 2586-9612



บทบรรณาธิการ

วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการมีนโยบายที่จะตีพิมพ์ปีละ 3 เล่ม โดยเปิดรับบทความจากนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิและนิสิตนักศึกษาทั้งระดับปริญญาตรี โท และเอก ร่วมส่งบทความเข้ามาตีพิมพ์เผยแพร่ บทความในวารสารในประเด็นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการ: การท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคาร ภาษาอังกฤษเพื่ออุตสาหกรรมบริการ ธุรกิจการบิน ธุรกิจประชุม ศิลปศาสตร์ ธุรกิจเรือสำราญ ภาษาและวรรณคดี ภาษาอังกฤษ การแปล ภาษาศาสตร์ประยุกต์ การจัดการ การบัญชี การตลาด รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ ศีลภาสาตร์ ทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนานวัตกรรม (Routine to Research) โดยรับตีพิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ฉบับนี้มีงานวิจัย 5 บทความ ได้แก่ 1) กลวิธีทาง

ภาษาในการให้คำปรึกษาเรื่องความรักในคอลัมน์คนดังนั่งเขียนของดีเจพีอ้อย 2) กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจขนาดย่อมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อขนมไทยจังหวัดนนทบุรีของผู้บริโภค 3) งานวิจัยภูมิทัศน์-สุขภาพมนุษย์และนโยบายเพื่อความยั่งยืน: โครงสร้างทางแนวคิด 4) อัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและสันตนาการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 5) Factors that Affect Online Customer Experience (OCE) Satisfaction and Loyalty in Clothing E-Retail in Thailand Market ซึ่งเป็นบทความที่ทันสมัย และน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง ในนามของกองบรรณาธิการวารสารการบริการและการศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อท่านผู้อ่าน นักวิชาการและผู้สนใจที่ติดตามวารสารของเรา ทำนุ้ขอฝากผู้อ่านทุกท่านหากท่านใดมีความสนใจจะตีพิมพ์บทความวิจัย บทความวิชาการ ติดต่อได้ที่กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนามย์ ดำเนตร

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย / บทความวิชาการ

หน้า

กลวิธีทางภาษาในการให้คำปรึกษาเรื่องความรักในคอลัมน์คนดั่งนั่งเขียนของดีเจพี่อ้อย 1

ณัฐวดี คมประมูล, จริญญา ธรรมโชโต, และ พัทธลิน จินนุ่น

กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจขนาดย่อมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อขนมไทยจังหวัดนนทบุรีของผู้บริโภค..... 12

เจณิภา คงอิม, ชยุตม์ วัฒนา, บุหลันฉาย สมรรถนเรศวร และ สุรพงษ์ วัชรจิตต์

งานวิจัยภูมิทัศน์-สุขภาพมนุษย์และนโยบายเพื่อความยั่งยืน: โครงสร้างทางแนวคิด.....24

พงศกร ศุภกิจไพศาล, จุฬาลักษณ์ วาณิชยาไพสิฐ, และโรเบิร์ต ไทบอด

อัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและสันทนาการที่จัด

ทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.....37

ทาริกา แยมะมั่ง, กฤติกา ตาไฟ, เกวลี พลแก้ว, นันทิกานต์ วิรุญญะ, ยุพาพิน ศิลป์จรชัย

และวายุณ วิทยเบญจางค์

Factors that Affect Online Customer Experience (OCE) Satisfaction and Loyalty in Clothing

E-Retail in Thailand Market.....50

Nutt Pongchalerm, Sirichai Fonseka, and Siriwan Kitcharoen

กลวิธีทางภาษาในการให้คำปรึกษาเรื่องความรักในคอลัมน์คนดั่งนังเขียนของดีเจพีอ้อย

Language strategies used in Love counseling by DJ P'AOY in the column “Khon Dang Nang Khean”

Received 5 January 2018

Revised 15 February 2018

Accepted 22 February 2018

ณัฐวดี คมประมูล,

จริญญา ธรรมโชโต

และ พัทธินันท์ จินนุ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาในการให้คำปรึกษาเรื่องความรัก ในคอลัมน์คนดั่งนังเขียน ของดีเจพีอ้อย โดยรวบรวมข้อมูลจากคอลัมน์คนดั่งนังเขียนที่เผยแพร่ทางเว็บไซต์ www.thairath.co.th จำนวน 178 ฉบับ ผลการศึกษาพบว่า ดีเจพีอ้อยมีวิธีการใช้ภาษาในการให้คำปรึกษา ในคอลัมน์คนดั่งนังเขียน ของดีเจพีอ้อยอย่างหลากหลาย โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลวิธีทางภาษาแบบตรงไปตรงมา ประกอบด้วย การใช้ภาษาแสดงถึงความคิดเห็น การใช้ภาษาเพื่อชี้แนะแนวทางการแก้ไขปัญหา การใช้ภาษาเพื่อแสดงการสั่งสอน การใช้ภาษาเพื่อแสดงการตักเตือน การใช้ภาษาเพื่อชี้ให้เห็นข้อบกพร่อง การใช้ภาษาเพื่อแสดงเงื่อนไข การใช้ภาษาเพื่อแสดงการคาดคะเน การใช้ภาษาเพื่อแสดงการให้กำลังใจ การใช้ภาษาเพื่อแสดงอารมณ์ขัน และ 2) กลวิธีทางภาษาแบบไม่ตรงไปตรงมา ประกอบด้วย การใช้ประโยคคำถามกระตุ้นให้คิด การอ้างถึง การใช้ภาษาเพื่อแสดงการประชดประชัน การใช้อุปมาอุปไมย และการใช้ถ้อยคำที่เป็นสำนวน ผลการศึกษานี้สามารถประยุกต์ใช้ในการให้คำปรึกษาความรักในสถานการณ์อื่น ๆ ได้ รวมถึงยังเป็นประโยชน์ต่อบุคคลทั่วไปที่ประสบปัญหาเรื่องความรักที่จะนำแนวทางการปฏิบัติตนเพื่อแก้ไขปัญหาจากดีเจพีอ้อยไปปรับใช้กับปัญหาของตนเองได้

คำสำคัญ: กลวิธีทางภาษา การให้คำปรึกษา ปัญหาเรื่องความรัก

Abstract

The purpose of this study was to examine the linguistic strategies used in love counseling in “Khon Dang Nang Khean,” a column written by DJ P’Aoy. The data were collected from 178 Khon Dang Nang Khean issues published in www.thairath.co.th. The findings revealed that DJ P’Aoy employed multiple linguistic strategies in the counseling articles which can mainly

be divided into 2 categories: 1) direct strategy which includes giving opinion, advising, lecturing, warning, pointing out problems, laying out conditions, speculating, comforting, and being humorous; and 2) indirect strategy which includes thought-provoking, referencing, being sarcastic, using metaphors, and using idioms. The findings of this study can be applied to love counseling in different circumstances and useful for anyone facing love-related difficulties as they can adopt behavioral strategies and solutions DJ P'Aoy employed to solve the problems of their agendas.

Keywords: linguistic strategies, counseling, love-related issues

บทนำ

ในปัจจุบันผู้คนในสังคมต่างมีปัญหา และเมื่อมีปัญหาที่ย่อมมองหาที่พึ่งพิง สิ่งสำคัญที่คนส่วนใหญ่ขาดไม่ได้ ก็คือ การหาที่ปรึกษาเพื่อที่จะเป็นผู้คอยรับฟังและชี้แนะแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อให้ชีวิตได้ดำเนินต่อไปในสังคมได้เป็นปกติสุข ปัญหาใกล้ตัวอย่างหนึ่งที่อาจส่งผลกระทบรุนแรงต่อสภาวะทางด้านอารมณ์และสภาวะทางด้านจิตใจของคนในสังคม นั่นก็คือ “ปัญหาความรัก” นับเป็นปัญหาที่พบเห็นได้โดยทั่วไปจากคนในสังคม กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ได้ให้ข้อมูลว่า เมื่อประชาชนมีปัญหา ส่วนหนึ่งจะขอคำปรึกษาจากคนใกล้ชิด โดยวิธีการพูดคุยเหมือนระบายความไม่สบายใจ ได้คำปรึกษาแล้วแต่กรณีไป และอีกทางหนึ่ง คือ ขอความช่วยเหลือจากองค์กรต่าง ๆ โดยการสอบถามแนวทางการแก้ปัญหา ด้วยการส่งจดหมายไปถามหรือไปปรึกษาด้วยตนเอง หรือใช้ติดต่อทางโทรศัพท์กับองค์กรที่ให้คำปรึกษาฟรี ประเภทออนไลน์ เช่น ของกรมสุขภาพจิต คลินิกจิตบำบัด ครอบครัวบำบัด สมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย และสมาคมเสริมสร้างครอบครัวให้อบอุ่นและแข็งแรง เป็นต้น จึงเห็นได้ว่า คนสังคมย่อมต้องการที่ปรึกษาที่จะคอยรับฟังและช่วยแก้ไขปัญหให้กับตนได้ (วิชชุดา สกลนันท์, 2553)

การให้คำปรึกษาจึงเป็นการช่วยเหลือผู้ที่มีความเครียดและความวิตกกังวลรูปแบบหนึ่ง ที่อาศัยความสัมพันธ์และการสื่อสารระหว่างผู้ให้คำปรึกษาและผู้ขอรับคำปรึกษา เพื่อให้ผู้ขอรับคำปรึกษาเกิดความเข้าใจตนเอง เข้าใจปัญหา ได้ความรู้และทางเลือกในการแก้ปัญหานั้นอย่างเพียงพอ ส่งผลให้มีสภาพทางอารมณ์และจิตใจที่พร้อมจะคิดและตัดสินใจด้วยตนเอง ดังที่ ศุภวดี บุญดวงศ์ (2542) ได้กล่าวถึงการให้คำปรึกษาไว้ว่า “การให้คำปรึกษาเป็นวิชาชีพชั้นสูงที่มีผู้ให้คำปรึกษาได้รับการฝึกฝนอบรมมาเป็นอย่างดี ใช้ความรู้ ความสามารถ เทคนิควิธีการต่างๆ เพื่อช่วยเหลือผู้รับบริการได้ทำความเข้าใจตนเอง ทั้งด้านความรู้ ความเข้าใจ อารมณ์ความรู้สึก พฤติกรรมของตนรวมไปถึงสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ อันจะนำไปสู่การแก้ไข เปลี่ยนแปลง ปรับปรุง และพัฒนาตนเองให้ใช้ชีวิตอยู่ในสังคมร่วมกับผู้อื่นได้อย่างสันติสุข”

ดีเจพีอ้อย หรือ คุณนภาพร ไตรวิทย์วารีกุล เป็นบุคคลที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นกูรูด้านความรัก ในฐานะผู้ให้คำปรึกษาเรื่องราวรักที่เป็นที่นิยมเป็นอย่างยิ่งของผู้คนในยุคปัจจุบัน ดังเห็นได้จากความนิยมที่เกิดขึ้นกับรายการ “คลับฟรายเดย์” ทำให้ผู้ดำเนินรายการ “พีอ้อยและพีฉอด” ได้รับความไว้วางใจและสามารถสร้างความน่าเชื่อถือจากคนในสังคมได้อย่างกว้างขวาง ทำให้เป็นที่รู้จักของคนในสังคมในภาพของ “พี่สาวผู้เชี่ยวชาญด้านความรัก” และจากการที่สื่อมวลชนหลายแขนงตั้งฉายาให้ “พีอ้อยและพีฉอด” ว่า “ศิราณีหน้าไมค์” “สองกูรูเรื่องรักแห่งยุค” และ “ศิราณีมือ พระกาฬ” (เกศสุตา นาสิเคน, 2557) สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านความรักแห่งยุคได้อย่างชัดเจน ซึ่งการได้รับความนิยมดังกล่าวยังถือเป็นจุดเริ่มต้นของการทำงานในบทบาทผู้เชี่ยวชาญการให้คำปรึกษาปัญหาความรักของ “ดีเจพีอ้อย” ในเวลาต่อมาและต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน คอลัมน์ “คนดั่งนั่งเขียน” ก็เป็นอีกหนึ่งช่องทางหนึ่งที่เปิดโอกาสให้ผู้ประสบปัญหาเรื่องความรัก สามารถขอรับคำปรึกษาจากดีเจพีอ้อยได้โดยตรง ซึ่งคอลัมน์คนดั่งนั่งเขียนนี้เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ (www.thairath.co.th) คอลัมน์คนดั่งนั่งเขียนเปิดโอกาสให้ผู้อ่านทางบ้านสามารถเขียนเรื่องราวปัญหาความรักของตนมาปรึกษาดีเจพีอ้อยได้ โดยใช้ช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ส่งไปที่ talktoceleb@trendvg3.com ซึ่งปัญหาที่ถูกเขียนมานั้น จะได้รับการเขียนตอบโดยดีเจพีอ้อย ในลักษณะของการให้คำปรึกษาอันจะนำไปสู่ทางออกของปัญหานั้น ๆ ได้ คอลัมน์คนดั่งนั่งเขียนของดีเจพีอ้อยจึงได้รับความนิยมเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบัน เห็นได้จากการที่มีผู้อ่านทางบ้านเขียนเรื่องราวความรักของตนมาปรึกษาเป็นจำนวนมากและต่อเนื่องนับตั้งแต่การเผยแพร่ครั้งแรกมาจนถึงปัจจุบัน

ผู้วิจัยเห็นว่า สิ่งที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งที่ทำให้คอลัมน์คนดั่งนั่งเขียนของดีเจพีอ้อยได้รับความนิยม ก็คือ การใช้ภาษาเพื่อแสดงออกถึงการให้คำปรึกษาและเสนอแนะแนวทางการแก้ปัญหาของดีเจพีอ้อย ที่มีการใช้ภาษาในลักษณะที่หลากหลายในกระบวนการให้คำปรึกษา ให้ผู้ขอรับคำปรึกษาคลายจากความทุกข์ใจ และสามารถจัดการกับปัญหาของตนหลังจากเสร็จสิ้นกระบวนการให้คำปรึกษาไปแล้ว ซึ่งดีเจพีอ้อยก็เป็นผู้ที่มีเทคนิคในการใช้ภาษา เพื่อให้กระบวนการสื่อสารในการให้คำปรึกษาเรื่องความรัก ในคอลัมน์คนดั่งนั่งเขียน สัมฤทธิ์ผลเป็นอย่างดี ทั้งการใช้ภาษาเพื่อแสดงความคิดเห็น เพื่อแสดงมุมมองของดีเจพีอ้อยที่มีต่อสถานการณ์นั้น ๆ การใช้ภาษาเพื่อชี้แนะแนวทางการแก้ไขปัญหา เพื่อเป็นการแนะแนวทางให้ผู้ขอรับคำปรึกษาเห็นทางออกและวิธีการจัดการกับปัญหา การใช้ภาษาแสดงการอ้างถึง เพื่อยกมุมมองความรักของผู้อื่นให้ผู้ภาษาขอรับคำปรึกษามองเห็นมุมมองความรักที่หลากหลายขึ้น และยังรวมถึง การใช้ภาษาแสดงการสั่งสอน การใช้ภาษาแสดงการตักเตือน การใช้ภาษาแสดงการให้กำลังใจ ซึ่งกลวิธีการใช้ภาษาของดีเจพีอ้อย มีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากที่ทำให้ผู้ขอรับคำปรึกษาเกิดความไว้วางใจ เชื่อใจ และนำไปสู่การปฏิบัติจริง

ด้วยการใช้ลักษณะภาษาที่มีความโดดเด่นของดีเจพีอ้อย อันส่งผลต่อกระบวนการให้คำปรึกษา นำไปสู่การโน้มน้าวใจให้ผู้ขอรับคำปรึกษาสามารถจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังที่กล่าวมาแล้วนี้ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษากลวิธีทางภาษาในการให้คำปรึกษาเรื่องความรัก ในคอลัมน์คนดั่งนั่งเขียน ของดีเจพีอ้อย โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษากลวิธีทางภาษาในการให้คำปรึกษาเรื่องความรัก ในคอลัมน์คนดั่ง

นั่งเขียน ของดีเจพี่อ้อยโดยอาศัยแนวคิดทางด้านวัจนปฏิบัติศาสตร์มาเป็นแนวทางในการจำแนกประเภทกลวิธีทางภาษา ผลการศึกษาในส่วนนี้จะทำให้เห็นธรรมชาติของภาษาที่ใช้ในบริบทการให้คำปรึกษาที่มีลักษณะหลากหลาย และแตกต่างกันไปตามเหตุการณ์ของปัญหา และยังเป็นการแสดงให้เห็นภาพรวมของการใช้ภาษาในบริบทของการให้คำปรึกษาเรื่องความรักได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์

เพื่อจำแนกประเภทของกลวิธีทางภาษาที่ดีพี่อ้อยใช้ในการให้คำปรึกษาเรื่องความรัก ในคอลัมน์คนดังนั่งเขียนของดีเจพี่อ้อย

ประโยชน์ที่ได้รับ

สามารถนำกลวิธีทางภาษาที่ดีพี่อ้อยใช้ในการให้คำปรึกษาเรื่องความรัก ในคอลัมน์คนดังนั่งเขียนของดีเจพี่อ้อย ไปปรับใช้กับกระบวนการทางภาษาในการให้คำปรึกษาเรื่องความรักเพื่อให้ผู้รับบริการคลายจากความทุกข์ใจได้

บททวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลวิธีทางภาษาในการให้คำปรึกษาเรื่องความรักในคอลัมน์คนดังนั่งเขียนของดีเจพี่อ้อย ใช้หลักการวิเคราะห์เชิงวัจนปฏิบัติศาสตร์ในมิติทางด้านภาษามาสานกับการวิเคราะห์วาทกรรมในมิติทางสังคมจากหลักคิดที่ว่าเมื่อมนุษย์ในสังคมต้องอาศัยการสื่อสารในการดำรงอยู่และสืบทอดวัฒนธรรมตลอดจนการควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกในสังคมผ่านการใช้ภาษาเป็นเครื่องมือ มนุษย์จึงไม่อาจอยู่รอดโดยไม่มีภาษา เพราะภาษาเป็นสิ่งที่หล่อหลอมมนุษย์ไว้ด้วยกันให้เป็นสังคมและใช้ภาษาเพื่อถ่ายทอดประสบการณ์เล่าเรื่องราวและแก้ ปัญหา รวมถึงสื่ออารมณ์ความรู้สึกตลอดจนความขัดแย้งต่าง ๆ ดังนั้น ภาษา สังคมและการสื่อสารจึงผูกโยงเป็นเรื่องเดียวกัน (วิภากร วงศ์ไทย, 2550; ปาจารย์ นิพาสพงษ์, 2554; ขวัญฤทัย สิบพัฒน์กร, สุขุม วสุนธรา โสภิต, และอังคณา ทองพูน พัฒนสร 2557)

การใช้ภาษาเพื่อสื่อสารก็คือการให้ความหมายต่อสรรพสิ่งในสังคมเป็นเครื่องมือที่สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้คนในสังคมมีความสัมพันธ์เกี่ยวของกัน จึงเป็นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจสังคมมนุษย์เช่นกัน ซึ่งการให้นิยามเกี่ยวกับภาษา (กฤษดาวรรณ และจันทิมา, 2549; แวอาชีวะห์ ดาหะยี, 2555; ภัททิรา วิภาภิญโญ, 2588) สอดคล้องกับที่ พูโกด (1972) ได้อธิบายไว้ว่าระบบและกระบวนการในการสร้าง ผลิตภัณฑ์ และความหมาย ให้กับสรรพสิ่งต่างๆ ในสังคมที่ห่อหุ้มเราอยู่ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความจริง อำนาจหรือตัวตนของเราเองก็คือระบบของวาทกรรมวาทกรรม เป็นมากกว่าเรื่องของภาษา คำพูด และการตีความโดยภาคปฏิบัติการของวาทกรรม

(Discursive Practice) จะรวมเอาจารีตปฏิบัติ ความคิดความเชื่อ คุณค่า และสถาบันต่าง ๆ ในสังคมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ ไปด้วย

นอกจากนี้วาทกรรมยังทำหน้าที่สร้างความชอบธรรมให้ตนเองโดยการสถาปนาความเป็นวาทกรรมหลักควบคุมวาทกรรมอื่น (controlling and delimiting discourse) ด้วยการตรึงสิ่งที่สร้างขึ้นให้ดำรงอยู่และเป็นที่ยอมรับของสังคมในวงกว้างโดยใช้กลไกในการวิพากษ์วิจารณ์ชุดวาทกรรมอื่นให้หมดความถูกต้อง ขณะเดียวกันวาทกรรมก็ยังทำหน้าที่แบ่งแยก เกือบกีดกัน (another principle of exclusion) มิให้เอกลักษณ์และความหมายบางอย่างเกิดขึ้นหรือทำให้เอกลักษณ์และความหมายของบางอย่างที่ดำรงอยู่แล้วในสังคมเลื่อนหายไป ไตร่ตรอง ๆ กันด้วยและด้วยแนวคิดข้างต้นนี้ วาทกรรมบนเครื่องมือเพื่อ สื่อสารไปยังสมาชิกในสังคมนั้นจัดเป็นปฏิบัติการทางวาทกรรมที่อาศัยกลไกของการครอบครองอำนาจเพื่อสร้างความชอบธรรมให้การกำกับและควบคุมวิถีปฏิบัติของสมาชิกในสังคมกลายเป็นวาทกรรมที่มีความถูกต้องรูปแบบหนึ่ง (วรพงศ์ ไชยฤกษ์, 2556; สมชาย ชัยจันทร์ และคณะ, 2561)

วาทกรรมวิเคราะห์ (Discourse Analysis) การวิเคราะห์วาทกรรมจัดเป็นการศึกษาสังคมผ่านภาษาแนวทางหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับความหมาย โดยปรากฏในรูปแบบของความคิดหรือกรอบความคิดเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งแสดงออกผ่านการพูดและการเขียนอยู่ในวิถีชีวิตประจำวัน จะแสดงให้เห็นถึงกระบวนการในการมองโลกหรือการจัดการวิธีคิดของผู้คนในแต่ละยุคสมัย มีระบบในการอธิบายหรือบอกเล่าความจริงที่แตกต่างกันไป ดังนั้น ในการกล่าวถึงเรื่องเดียวกันจึงประกอบด้วยวาทกรรมหลายชุดที่เกี่ยวข้องและวาทกรรมแต่ละชุดอาจประกอบไปด้วยการยอมรับหรือปฏิเสธวาทกรรมอีกชุดหนึ่ง (ไชยรัฐ เจริญสินโอฬาร, 2542) วาทกรรมเสมือนการประดิษฐ์กรรมที่ประกอบสร้างขึ้นท่ามกลางความหลากหลายในสังคม เพื่อสื่อแทนบางสิ่งบางอย่าง มีนัยเป็นนามธรรมมาก และ เกี่ยวข้องกับระบบโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมซึ่งจะมีเรื่องของอำนาจและอุดมการณ์แฝงอยู่ ผ่านการใช้ภาษาทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษาผ่านการใช้สื่อเพื่อนำ เสนอและผลิตซ้ำจนสิ่งที่ถูกปนแต่งกลายเป็นความจริง ด้วยเหตุนี้ วาทกรรมที่มีนัยนามธรรมจึงมักอยู่ในรูปของวาทกรรมเชิงสถาบัน หรือวาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคมที่แฝงอุดมการณ์บางอย่าง เช่น วาทกรรมการเมือง วาทกรรมการแพทย์ วาทกรรมเอดส์ วาทกรรมความยากจน เป็นต้น (จันทิมา เอี่ยมมานนท์, 2549) วาทกรรมเป็นตัวแทนทางความคิดผ่านภาษาสัญลักษณ์ (นันทนัย, 2557) อีกทั้ง วาทกรรมเกิดขึ้นเนื่อง เพราะการปฏิพัทธ์ของคนในสังคม ขณะเดียวกันโครงสร้างและระบบทางสังคมก็มีผลต่อวิถีปฏิบัติของคนในสังคมด้วย เท่ากับว่า วาทกรรมส่งผลต่อการกระทำของมนุษย์ด้วยกัน (กฤษดาพรรณ หงส์ลัดารมภ์ และจันทิมา เอี่ยมมานนท์, 2549) และยังส่งผลให้เกิดการวิพากษ์สังคมอีกด้วย จึงต้องศึกษาโดยเชื่อมโยงประสานระหว่างการศึกษาวิเคราะห์ “มิติทางภาษา” และ “มิติทางสังคม” เขาด้วยกันโดยแนวคิดที่สอดคล้องกับแนวทางการวิเคราะห์ดังกล่าว คือ วัจนปฏิบัติศาสตร์ (Pragmatics) (กิตติศักดิ์ เจริญสิทธิประเสริฐ, ธนพร ศรียาภูล, และชยงการ ภมรมาศ., 2554; นันทนา วงษ์ไทย, 2556; วรพงศ์ ไชยฤกษ์ และพัชรินทร์ อนันต์ศิริวัฒน์, 2559)

วาทปฏิบัติศาสตร์ (Pragmatics) เป็นศาสตร์ที่ให้ความสำคัญกับการใช้ภาษาโดยไม่คำนึงว่าการใช้นั้นจะถูกไวยากรณ์หรือไม่ แต่จะมุ่งเน้นศึกษา บทบาทของบริบทในการตีความความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและผู้ใช้ ให้ความสำคัญกับปรากฏการณ์ทางสังคม และเป็นเครื่องมือที่ทำให้เราเข้าใจสังคมได้ดีขึ้นครอบคลุมไปถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ สังคม และวัฒนธรรม (กฤษดาวรรณ และธีรนุช, 2551) และ ยังให้ความสำคัญกับเงื่อนไขที่แอบแฝงทางสังคม เช่น อำนาจและต้นทุนทางวัฒนธรรมที่ส่งผลถึงการกดขี่ทางภาษา (linguistic repression) การให้อำนาจทางภาษาแก่ผู้ที่มีสถานภาพและบทบาททางสังคมที่สูงกว่า เช่น ภาษาระหว่างแพทย์กับคนไข้ อาจารย์กับศิษย์ นักการเมืองกับประชาชน เป็นต้น ซึ่งภาวะการใช้ภาษาในลักษณะนี้ล้วนแสดงให้เห็นถึงอำนาจและอุดมการณ์ในการกดขี่ที่แอบแฝงอยู่ในการใช้ภาษาทั้งสิ้น การศึกษาภาษาในวาทปฏิบัติศาสตร์ประกอบไปด้วยหลักการปรัญญาอย่างมากมายเช่น หลักการทางวาทกรรม (speech act) หลักการความร่วมมือในการสื่อสาร (co-operative principles) หลักความสุภาพ (politeness strategies) เป็นต้น (วิภากร วงศ์ไทย, 2550; ปาจารย์ นิพาสพงษ์, 2554; ขวัญฤทัย สิบพัฒน์กร, สุขุม วสุนธราโศภิต, และอังคณา ทองพูน พัฒนสร 2557)

2.3 กลวิธีทางภาษาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ภาษาที่คนเราเลือกใช้สื่อสารในดับทนั้น นอกจากจะทำหน้าที่สื่อแทนความคิด (ideational representation) และสื่อแทนปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคม (interpersonal representation) แล้ว ยังมีเจตนาและอำนาจในเชิงความคิดบางอย่างแฝงอยู่ด้วย (van Dijk, 1977) การตีความสารในดับทหนึ่งๆ จึงไม่อาจพิจารณาเฉพาะรูปประโยคตามโครงสร้างทางภาษาเพราะในดับทหนึ่งๆ ถ้อยคำที่ปรากฏอยู่ไม่ได้มีเพียงการประกอบขึ้นตามระบบของไวยากรณ์ในภาษาแต่ละภาษาเพื่อสื่อความให้เข้าใจได้เท่านั้น แต่ในดับทยังแสดงถึงความเกี่ยวพันขององค์ประกอบในการสื่อสารอัน หมายถึง บุคคล เหตุการณ์หรือสิ่งที่มีขึ้นหรือเกิดขึ้นแล้วในสังคมซึ่ง ได้รับการสื่อความขึ้นใหม่ในรูปแบบของดับทอันประกอบด้วยคำและถ้อยคำที่ผ่านการเลือกและเรียบเรียงขึ้นอย่างมีระบบตามหลักการของกลุ่มภาษาศาสตร์ระบบ-หน้าที่ (Systemic Functional Linguistics) เพื่อ สื่อความหมายตามหน้าที่หลักของภาษา 3 ประการ ได้แก่ 1) หน้าที่ด้านระหว่างบุคคล (interpersonal) ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่าในกิจกรรมการสื่อสารผานดับทนั้นมีผู้ร่วมสื่อสาร (participants) คือใครบ้างด้วยของทางการสื่อสารอย่างไร 2) หน้าที่ด้านความคิด (ideational) อันเป็นการแสดงจุดมุ่งหมายบางอย่าง เช่น บอกเล่าประสบการณ์ โต้ตอบ เป็นต้น และ 3) หน้าที่ด้านดับท (textual) ซึ่งเป็นการจัดเรียงข้อความภายในดับทเพื่อสื่อสาร ดังนั้น ในดับทหนึ่งจึงเป็นแหล่งรวมของความสัมพันธ์ที่ประกอบไปด้วยผู้ร่วมสื่อสารอันใดแก่ ผู้ส่งสารหรือผู้ผลิตกับผู้รับสารและมีเหตุการณ์หรือกิจกรรมทางสังคมบางอย่างเกิดขึ้นที่จะทำให้มีการนำเสนอความคิดและเรื่องราวต่าง ๆ ได้ รวมถึงมีระบบไวยากรณ์ในภาษาของผู้ร่วมสื่อสารที่จะทำให้ เกิดการจัดเรียงถ้อยคำเพื่อใช้สื่อสารในกิจกรรมต่าง ๆ ทางสังคม การเลือกใช้ภาษาเพื่อสื่อสารในกิจกรรมทางสังคมของคนเรา ผู้พูดจึงต้องพยายามสร้างดับท ภาษาและเลือกใช้รูปภาษาให้สะดวกและเอื้อต่อการสื่อสารเพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของตนเองมากที่สุด (จันทิมา, 2559; สิทธิธรรม อ่องวุฒิวัฒน์, 2559; พิมพ์ดี รุ่งเรืองยิ่ง และ โสภี อุ่นทะยา, 2560; สิทธิธรรม อ่องวุฒิวัฒน์, 2560; สิทธิธรรม อ่องวุฒิวัฒน์, 2561)

ดังนั้น การทำความเข้าใจความหมายและหน้าที่ของสารที่ปรากฏเป็นข้อความในรูปแบบต่าง ๆ ระหว่างกระบวนการในการสื่อสาร นอกจากผู้ร่วมสื่อสาร การทำความเข้าใจความหมายและหน้าที่ของสารด้วยการวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาจึงจัดเป็นกระบวนการที่สำคัญที่จะทำให้ผู้ร่วมสื่อสารสามารถตอบสนองต่อการสื่อสารได้อย่างรู้เท่าทันและเกิดสัมฤทธิ์ผล โดย การวิเคราะห์ตัวบทในการทำหน้าที่ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของบริบทวาทกรรมในสังคมวาประกอบไปด้วยกิจกรรมใดและเกี่ยวข้องกับใคร อย่างไรบ้าง (ภัททิรา วิภาภิญโญ, 2558)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กลวิธีทางภาษาในการให้คำปรึกษาเรื่องความรักในคอลัมน์คนดังนั่งเขียนของดีเจพี่อ้อย” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative approach) ซึ่งมีวิธีวิทยาการวิจัย รวมถึงการวิเคราะห์ผลการวิจัย ดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลจากคอลัมน์คนดังนั่งเขียน ที่เขียนโดยดีเจพี่อ้อย จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ ทางเว็บไซต์ www.thairath.co.th โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ฉบับแรกที่มีการเผยแพร่จนถึงฉบับปัจจุบัน คือ ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2557 จนถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2560 รวมทั้งสิ้น 179 ฉบับ ทั้งนี้ผู้วิจัยคัดเลือกข้อมูลฉบับที่ไม่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาออก 1 ฉบับ ได้แก่ ฉบับวันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2560 เนื่องจากเป็นฉบับที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการไว้อาลัยในหลวงรัชกาลที่ 9 รวมข้อมูลที่น่าวิเคราะห์ทั้งสิ้น 178 ฉบับ (ภัททิรา วิภาภิญโญ, 2558)

2. นำถ้อยคำมาวิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ดีเจพี่อ้อยใช้ในการให้คำปรึกษาเรื่องความรัก ในคอลัมน์คนดังนั่งเขียน ซึ่งจะพิจารณาจากทั้งรูปภาษาและเนื้อความในถ้อยคำ โดยอาศัยแนวคิดทางด้านวาทปฏิบัติศาสตร์มาเป็นแนวทางในการจำแนกประเภทกลวิธีทางภาษา ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้เจตนาที่ปรากฏในถ้อยคำเป็นเกณฑ์ในการแบ่งแต่ละถ้อยคำ กล่าวคือ 1 เจตนา เท่ากับ 1 ถ้อยคำ (ภัททิรา วิภาภิญโญ, 2558)

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาด้านการใช้กลวิธีทางภาษาในการให้คำปรึกษาเรื่องความรัก ในคอลัมน์คนดังนั่งเขียน ของดีเจพี่อ้อย ทำให้เห็นว่า ดีเจพี่อ้อยมีการใช้ภาษาแบบตรงไปตรงมาและไม่ตรงไปตรงมา โดยมีการเลือกใช้ภาษาแบบตรงไปตรงมามากกว่าแบบไม่ตรงไปตรงมา ซึ่งสะท้อนให้เห็นวิธีการใช้ภาษาของดีเจพี่อ้อย ในบริบทการให้คำปรึกษาที่เน้นให้สามารถเข้าใจได้ในทันที โดยที่ผู้ขอรับคำปรึกษาไม่ต้องตีความ นอกจากนี้ ในบริบทการให้คำปรึกษาผ่านสื่อออนไลน์ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ดีเจพี่อ้อยเลือกใช้ภาษาแบบตรงไปตรงมามากกว่าแบบไม่ตรงไปตรงมา ซึ่งการใช้ภาษาในสื่อออนไลน์ ผู้ใช้ภาษามักเลือกใช้ภาษาง่าย ๆ ตรงไปตรงมา เข้าใจได้ทันที เพราะเน้นการสื่อสารแบบโต้ตอบโดยทันที เข้ากับสังคมปัจจุบันที่เร่งรีบ การขอรับคำปรึกษาผ่านสื่อออนไลน์จึงเป็นช่องทางที่ผู้คนสามารถเข้าถึงได้ง่าย และรวดเร็ว ซึ่งการใช้ภาษาแบบตรงไปตรงมา ก็เป็นกระบวนการรับส่งสารที่เอื้อต่อคุณลักษณะของการเลือกใช้สื่อออนไลน์เพื่อขอรับคำปรึกษา ที่ต้องการความเร่งรีบ ที่สามารถสื่อสารได้

เข้าใจในทันที โดยไม่ต้องผ่านการตีความหรือหาความหมายของถ้อยคำ วิธีการเช่นนี้จึงเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อกันในกระบวนการสื่อสาร ระหว่างผู้ให้คำปรึกษาและผู้ขอรับคำปรึกษา

อย่างไรก็ตาม การใช้ภาษาแบบไม่ตรงไปตรงมา ก็ทำหน้าที่ในการสื่อเจตนาในกระบวนการให้คำปรึกษาเช่นกัน การใช้ประโยคคำถามกระตุ้นให้คิด การใช้ภาษาเพื่อแสดงการประชดประชัน การใช้อุปมาอุปไมย และการใช้ถ้อยคำที่เป็นสำนวน ทำหน้าที่แนะนำความให้ผู้ขอรับคำปรึกษาคิดถึงเรื่องราวปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ส่วนกลวิธีการอ้างอิงก็ทำหน้าที่ในการช่วยเสริมให้ผู้ขอรับคำปรึกษามองเห็นถ้อยคำที่ตีเจฟ้อ้อยกล่าวถึงได้อย่างเป็นรูปธรรม

ภาพรวมของการใช้กลวิธีทางภาษาในบริบทการให้คำปรึกษาของตีเจฟ้อ้อย พบว่าเป็นกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อแสดงถึงความคิดเห็น ที่มีความโดดเด่นเป็นอย่างมาก โดยความถี่การปรากฏใช้ที่พบมากที่สุด คือการสื่อเจตนาต่าง ๆ เพื่อแนะนำแนวทางการแก้ปัญหา สั่งสอน แสดงความคิดเห็น บอกเล่า ยืนยัน ปลอบโยน เตือน และตำหนิ เป็นการสะท้อนให้เห็นคุณสมบัติของตีเจฟ้อ้อยในฐานะผู้มีความเชี่ยวชาญด้านความรักและการให้คำปรึกษาได้เป็นอย่างดี ในขณะเดียวกัน

การศึกษาการใช้วัจนกรรมในการให้คำปรึกษาเรื่องความรักของตีเจฟ้อ้อยในคอลัมน์คนดังนั่งเขียน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ตีเจฟ้อ้อยมีการใช้วัจนกรรมในการให้คำปรึกษาในลักษณะ ที่พบมากที่สุด คือ วัจนกรรมคำแนะนำ จำนวน 182 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 22.58 รองลงมา คือ การสั่งสอน จำนวน 170 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 21.09 และพบน้อยที่สุดคือ การชื่นชม จำนวน 1 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 0.12 มีข้อสังเกตว่า วัจนกรรมแนะนำมีความถี่ในการปรากฏใช้มากที่สุดซึ่งแสดงให้เห็นเจตนาหลักของตีเจฟ้อ้อยที่ต้องการแนะนำแนวทางการแก้ไขปัญหา เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ขอรับ คำปรึกษาที่ส่งเรื่องราวของตนมาเพื่อต้องการขอคำแนะนำหรือแนวทางการปฏิบัติตนเพื่อนำไปสู่ทางออกของปัญหาได้อย่างชัดเจน

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงองค์ความรู้เกี่ยวกับวัจนกรรมในบริบทของมุมมองใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม กล่าวคือ ส่วนใหญ่มักมุ่งศึกษาวัจนกรรมใดวัจนกรรมหนึ่งในบริบทการสื่อสารเท่านั้น เช่น ทศนีย์ เมฆถาวรวัฒนา (2541) ศึกษาวัจนกรรมขอโทษ สิทธิธรรม อ่องวุฒิวัฒน์ (2549) ศึกษาวัจนกรรมการตักเตือน นิชาภา เครือเฒ (2552) ศึกษาวัจนกรรมการตำหนิ เป็นต้น ซึ่งผลการศึกษาแสดงให้เห็นเพียงการทำหน้าที่ของวัจนกรรมเพียงวัจนกรรมเดียว การศึกษาครั้งนี้จึงเป็นการแสดงให้เห็นว่า ในกระบวนการสื่อสารที่เป็นบริบทของการให้คำปรึกษา ผู้ให้คำปรึกษามีการใช้วัจนกรรมที่หลากหลายมาทำหน้าที่ร่วมกันเพื่อให้การสื่อสารนั้นบรรลุวัตถุประสงค์และช่วยให้ผู้ขอรับคำปรึกษาสามารถจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้เห็นได้ฉาก

นอกจากนี้ ผลการศึกษาเรื่องวัจนกรรมในการให้คำปรึกษาเรื่องความรัก ในคอลัมน์คนดังนั่งเขียนของตีเจฟ้อ้อย แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการให้คำปรึกษาปัญหาความรักของตีเจฟ้อ้อย ผลการศึกษายังสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ประโยชน์ต่อบุคคลหรือองค์กรที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้คำปรึกษาได้อีกด้วย เช่น นักจิตวิทยา นักสังคมสงเคราะห์ ที่สามารถนำวัจนกรรมการให้คำปรึกษาไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์อื่น ๆ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ เป็นเพียงการศึกษาเพื่อจำแนกประเภทของกลวิธีทางภาษาที่ดีที่ผู้อ้อยใช้ในการให้คำปรึกษาเรื่องความรัก ในคอลัมน์คนตั่งนั่งเขียนของดีเจพี่อ้อยเท่านั้น หากมีการศึกษาลำดับการใช้กลวิธีทางภาษาในการให้คำปรึกษา จะช่วยเติมเต็มงานวิจัยครั้งนี้ได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ จะทำให้เห็นกระบวนการทางภาษาในการให้คำปรึกษาเรื่องความรักที่จะช่วยให้ผู้ขอรับคำปรึกษากลายจากความทุกข์ใจได้ อย่างเป็นลำดับขั้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤษดาวรรณ หงส์ลดาธรรม และจันทิมา เอี่ยมมานนท์. (2549). ภาษา สังคม และวาทกรรม. ในกฤษดาวรรณ หงส์ลดาธรรม และจันทิมา เอี่ยมมานนท์ (บก.). *มองสังคมผ่านวาทกรรม* (น. 10-15). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษดาวรรณ หงส์ลดาธรรม และธีรณัฐ โชคสุวณิช. (2551). *วิจัยปฏิบัติการศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติศักดิ์ เจิมสิทธิประเสริฐ, ธนพร ศรียากุล, และชยงการ ภมรมาศ. (2554). การวิเคราะห์วาทกรรมเชิงประจักษ์ว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างอัตราค่าจ้างขั้นต่ำและการลงทุนภาคเอกชนภายในประเทศ. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 8(2), 13-23.
- เกศสุตา นาสีเคน. (2557). เรื่องเล่าแนว “รักโคก” และกลวิธีการให้คำปรึกษาในพื้นที่สื่อสารมวลชน: กรณีศึกษา *รายการวิทยุคลับฟรายเดย์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขวัญฤทัย สิบพัฒน์กร, สุชุม วสุนธราโศภิต, และอังคณา ทองพูน พัฒนศร. (2557). การถ่ายโอนทางวิจัยปฏิบัติการศาสตร์; กลวิธีการตอบปฏิเสธ; การตอบปฏิเสธ. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences*, 10(2), 213-234.
- จันทิมา เอี่ยมมานนท์. (2549). การศึกษาวาทกรรมเกี่ยวกับผู้ติดเชื้อเอดส์ในสังคมไทยตามแนวปฏิสัมพันธ์วิเคราะห์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2542). ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมในรูปแบบใหม่และนัยเชิงทฤษฎีต่อการพัฒนาประชาธิปไตยในขบวนการประชาสังคมไทย: ความเคลื่อนไหวภาคพลเมือง (รายงานผลการวิจัย), นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นิชาภา เครือเฒ. (2552). การศึกษาวัฒนธรรมการตำหนิในกลุ่มตัวอย่างนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทัศนีย์ เมฆถาวรวัฒนา. (2541). *วัฒนธรรมการขอโทษในภาษาไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทนัย ประสานนาม. (2557). Memory in Culture. *Humanities Journal*, 21(2), 297-307.

- นันทนา วงษ์ไทย. (2556). การวิเคราะห์วาทกรรมความงามในโฆษณาเครื่องสำอางเพื่อความงาม. *วารสารมนุษยศาสตร์*, 20(1), 77-107.
- ปาจารย์ นิพาสพงษ์. (2554). ระดับและรูปแบบความตระหนักเชิงวัฒนธรรมของผู้เรียนภาษาอังกฤษชาวไทยและเจ้าของภาษาชาวอเมริกัน. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 4(1), 704-728.
- พิมพ์ดี รุ่งเรืองยิ่ง และ โสภี อุ่นทะยา. (2560). กลวิธีทางภาษาสื่อวาทกรรมหญิงรักหญิงในนิตยสาร @tom actz. *Journal of Language, Religion and Culture*, 6(1), 59-82.
- ภัททิรา วิภาวิญญู. (2588). กลวิธีทางภาษาที่ปรากฏในบทเพลงของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ. *วารสารศิลปศาสตร์*, 15(2), 145-161.
- วรพงศ์ ไชยฤกษ์, และพัชรินทร์ อนันต์ศิริวัฒน์. (2559). กลวิธีการใช้ภาษาในการสื่ออุดมการณ์ความเป็นชายในนิตยสารจีเอ็ม. *วารสารอินทนิลทักษิณสารมหาวิทยาลัยทักษิณ*, 11(2), 75-96.
- วรพงศ์ ไชยฤกษ์. (2556). วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์: มุมมองใหม่ในการวิจัยทางภาษาไทย. *วารสารอินทนิลทักษิณสารมหาวิทยาลัยทักษิณ*, 8(1), 135-162.
- วิชชุดา สกลนันทน์. (2553). กระบวนการแก้ปัญหาชีวิตในครอบครัวของสตรีไทยตามแนวพุทธ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิภากร วงศ์ไทย. (2550). การวิเคราะห์การสนทนาตามแนวของวัจนปฏิบัติศาสตร์. *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 14(1), 17-31.
- แวอาชีวะ ดาหะยี. (2555). ภาษาควี : ศาสตร์และศิลป์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 7(2), 163-170.
- ศุภาวดี บุญญวงศ์. (2542). เทคนิคเบื้องต้นในการให้ปรึกษา (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- สมชาย ชัยจันทร์ และชนิษฐา นันทบุตร. (2561). วาทกรรมอัตลักษณ์คุณค่าผู้สูงอายุในชุมชน. *วารสารพยาบาลศาสตร์และสุขภาพ*, 41(1), 84-94.
- สิทธิธรรม อ่องวุฒิวัฒน์. (2559). กลวิธีทางภาษาที่ใช้ ในการดักเตือนในภาษาไทยและข้อคำนึงที่เป็นเหตุจูงใจ. *Romphruek Journal*, 34(3), 183-202.
- สิทธิธรรม อ่องวุฒิวัฒน์. (2560). กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการตอบปฏิเสธการขอร้องกับปัจจัยเรื่อง “พรรคพวก” ในสังคมไทย. *Damrong Journal of The Faculty of Archaeology Silpakorn University*, 16(1), 175-200.
- สิทธิธรรม อ่องวุฒิวัฒน์. (2561). กลวิธีทางภาษาที่ใช้ ในการบอกเลิกสัญญา กับปัจจัยเรื่อง “ความอาวุโส” ในสังคมไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 9(3), 249-249.

References

- Foucault, M. (1972). *The Archaeology of Knowledge*. Sheridan, Smith A.M. (trans.). New York: Pantheon Books.
- Van Dijk, T. A. (1977). Semantic macro-structures and knowledge frames in discourse comprehension. *Cognitive processes in comprehension*, 332.

กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจขนาดย่อมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อขนมไทยจังหวัดนนทบุรีของผู้บริโภค

Small Business Marketing Strategies Affecting Consumers Purchase Intention on Thai Desserts in Nonthaburi Province

เจณิภา คงอิม ชยุตม์ วัฒนา บุหลันฉาย สมรรถนเรศวร์

และสุรพงษ์ วัชรจิตต์

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

Received 11 January 2018

Revised 15 February 2018

Accepted 25 February 2018

Janipa Kungim, Chayoot Wana, Bulanchais Smathanares,

and Suraphong Watccharajit

Rajapruck University

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจขนาดย่อมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อขนมไทยจังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภค จำนวน 385 คน การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการการถดถอย พบว่า ผู้บริโภคมีความเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ การตลาดของธุรกิจขนาดย่อมขนมไทยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($X = 3.62$, $S.D. = 0.70$) และกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจขนาดย่อม ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อขนมไทยจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการนำเสนอทาง ภายนอกของร้าน มีค่าอิทธิพลร้อยละ 32.35 และ 14.88 สำหรับความตั้งใจซื้อขนมไทยจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าอิทธิพลร้อยละ 39.81, 19.88 และ 16.32

คำสำคัญ: ธุรกิจขนมไทยขนาดย่อม กลยุทธ์การตลาด ความตั้งใจซื้อ

Abstract

The study consumers' opinion on small business marketing strategies of Thai desserts, and marketing strategies affecting purchase intention for consumption and as a souvenir on Thai desserts in Nonthaburi Province. Quantitative model, sample group of 385 consumers and tools

used for the research were questionnaire. Statistics were mean, standard deviation and multiple regression analysis. The results revealed that the means of consumers' opinion on small business marketing strategies of Thai desserts were at a high level in overall ($X = 3.62$, $S.D. = 0.70$), and small business marketing strategies of Thai desserts in Nonthaburi Province affecting purchase intention for consumption consist of two strategies as per product strategies and physical evidence strategies with percentage value of 32.35 and 14.88 and purchase intention as a souvenir consist of three strategies as per product strategies, channel of distribution strategies and promotion strategies with percentage value of 39.81, 19.88 and 16.32.

Keywords: Desserts Small Business, Marketing Strategies, Purchase Intention

บทนำ

ความหลากหลายทางวัฒนธรรมการบริโภค ส่งผลให้ขนมไทยแบบท้องถิ่นต้องปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย การบริโภคขนมไทยจะแตกต่างกันตามความชื่นชอบในรสชาติ เพื่อใช้ในงานประเพณี และพิธีการ รวมทั้งความตั้งใจซื้อเพื่อการบริโภคหรือเพื่อซื้อเป็นของฝาก ปัจจัยที่กำหนดคุณภาพผลิตภัณฑ์และความสามารถในการแข่งขันของขนมไทย นอกเหนือจากคุณภาพวัตถุดิบ ความประณีต รสชาติอร่อยแล้ว กลยุทธ์การตลาดยังมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยให้เกิดความตั้งใจบริโภคขนมไทยมากขึ้น โดยการเพิ่มช่องทางจำหน่ายให้หลากหลาย การส่งเสริมการขาย และการพัฒนาตราสินค้า เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ขนมไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2556) ธุรกิจขนมไทยขนาดย่อมต้องให้ความสำคัญและเพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดให้สอดคล้องกับยุคสังคมออนไลน์ที่ใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยประยุกต์ใช้แนวคิดการตลาด 4.0 ที่สำคัญ 5 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ 2) ด้านการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดยเชื่อมโยงเครื่องมือการตลาดหลายรูปแบบทั้งแบบขายผ่านหน้าร้าน และขายผ่านออนไลน์ 3) ด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ลูกค้ารู้จักชื่นชอบ และตัดสินใจซื้อ รวมทั้งการใช้แล้วบอกต่อถึงคุณค่าขนมไทย โดยโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสังคมออนไลน์ การส่งเสริมการขาย และการให้ส่วนลด 4) ด้านบริการผ่านสื่อออนไลน์ โดยการแนะนำผลิตภัณฑ์กับลูกค้าโดยตรง การเห็นภาพถ่ายสินค้า การสั่งซื้อสินค้า การชำระเงินค่าสินค้าผ่านคิวอาร์โค้ดและโทรศัพท์มือถือ และ 5) ด้านการนำเสนอทางกายภาพของร้าน การตกแต่งร้านให้สวยงาม สะดวกต่อการให้บริการ พนักงานบริการดี โดยธุรกิจต้องทราบว่า ใครคือลูกค้าเป้าหมาย ลูกค้าต้องการอะไร จะใช้บริการเมื่อใด ใช้บริการที่ไหน ทำไมมาใช้บริการ และ มาใช้บริการอย่างไร (Kotler, Kartajaya, and Setiawan, 2017) นอกจากนี้ ผู้บริโภคจะเกิดความตั้งใจซื้อบริโภคและซื้อฝากต่อเมื่อได้ประเมินปัจจัยต่าง ๆ ของ

ผลิตภัณฑ์และบริการได้ตรงตามความต้องการและความพึงพอใจ ได้แก่ ราคาสินค้า คุณค่า ประโยชน์ใช้สอย การเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และผู้จัดจำหน่าย (Das, 2014)

ในงานวิจัยนี้ ธุรกิจขนาดย่อม คือธุรกิจที่ผลิตและขายขนมไทยจังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน และจำนวนสินทรัพย์ถาวร ไม่เกิน 50 ล้านบาท (กรมสรรพากร, 2560) โดยมุ่งศึกษาในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี ซึ่งมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสินค้าด้านวัฒนธรรมที่สำคัญ คือ ขนมไทยซึ่งมีชื่อเสียงและสืบทอดมรดกวัฒนธรรมของไทยมาช้านาน และยังเป็นแหล่งผลิตขนมไทยที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ รวมทั้งเป็นตลาดการค้าส่งและค้าปลีกภายในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง มีขนมไทยหลากหลายชนิด อาทิ ขนมจ่ามงกุฏ ขนมสัมนี่ ขนมเสน่ห์จันทน์ ขนมทองเอก ฝอยทอง ทองหยิบ ทองหยอด (กระทรวงวัฒนธรรม, 2560) ดังนั้น ผู้วิจัยสนใจศึกษากลยุทธ์การตลาดของธุรกิจขนาดย่อมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อขนมไทยจังหวัดนนทบุรีของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมสามารถประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดดังกล่าวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมการค้าดำเนินธุรกิจ พฤติกรรมการบริโภค และ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจขนาดย่อมของขนมไทย
- 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดของธุรกิจขนาดย่อมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริโภคขนมไทยจังหวัดนนทบุรี
- 3) เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดของธุรกิจขนาดย่อมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อฝากขนมไทยจังหวัดนนทบุรี

ประโยชน์ที่ได้รับ

ด้านผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม สามารถประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดขนมไทยจังหวัดนนทบุรีให้สอดคล้องกับยุคสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และด้านผู้บริโภคสามารถสร้างความพึงพอใจ ความตั้งใจซื้อบริโภคและความตั้งใจซื้อฝากขนมไทยเพิ่มมากขึ้น

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะผู้ประกอบการ ของ McClelland (1973) พบว่าสมรรถนะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่ดีของบุคคล (excellent performer) ระดับความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) และความสามารถ (capability) โดยกล่าวว่า การวัดความสามารถ ทางเขาวนปัญญาและการทดสอบบุคลิกภาพ (personality test) ยังไม่เหมาะสมในการทำนายความสามารถหรือ สมรรถนะของบุคคลได้ เพราะไม่ได้สะท้อนความสามารถที่แท้จริงออกมา สอดคล้องกับแนวคิด Boyatzis (2008) and Grant (1991) ที่พบว่าสมรรถนะมีคุณลักษณะด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อหน้าที่รับผิดชอบ ต้ององค์ประกอบที่สำคัญต่าง ๆ ทั้งความรู้ในงานและทักษะที่เกี่ยวข้อง

ธุรกิจ SMEs จะต้องสามารถนำสมรรถนะของบุคคลในแต่ละตำแหน่งงานทั้งในแนวกว้างและแนวลึกมาใช้ประโยชน์ในการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ได้อย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับ แนวคิดของ Parry (1996) ที่พบว่า สมรรถนะ (competency) เป็นคุณลักษณะที่อยู่ภายในบุคคลที่นำไปสู่สาเหตุที่ให้งานมีประสิทธิภาพ เป็นทักษะไม่ใช่พฤติกรรม เพราะเป็นสิ่งที่กำหนดอยู่ภายในตัวบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ซึ่งการใช้ขีดความสามารถจะทำให้การทำงานขององค์กรประสบความสำเร็จสอดคล้องกับแนวคิดของ McClelland (1999) พบว่าเป็นความสามารถที่ ครอบคลุมถึงคุณลักษณะ (attributes) ที่จำเป็นใน การปฏิบัติงานนั้นให้ประสบความสำเร็จได้ตามมาตรฐาน (satisfaction standard) สะท้อนถึงความชำนาญ ประสบการณ์และคุณสมบัติที่เหมาะสมและเพียงพอในการทำงานนั้นให้สำเร็จที่สามารถสร้างได้ด้วยการฝึกอบรมและพัฒนา (พินิตา วัชรระรังษ, 2560; ศรีณญา อรุณภู่, 2557; รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์, ระพีพรรณ พิริยะกุล, และ นภาพร ชันธนา, 2559; ไพฑูรย์ วชิรวงศ์ภิณู, 2556; กันยาวิร เมธีวราพันธ์, 2556)

ทัศนคติ ค่านิยมที่ เหมาะสมกับสภาวะการณ์จะนำมาใช้เพื่อให้บรรลุ เป้าหมายที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ มากกว่าคู่แข่ง จากแนวคิดของ McClelland (1973) พบว่า สมรรถนะของผู้ประกอบการสามารถจำแนกได้เป็น 5ประเภท

1. สมรรถนะผู้ประกอบการส่วนบุคคล (personal competencies) สมรรถนะที่แต่ละคนมี เป็นความสามารถเฉพาะตัว คนอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้
2. สมรรถนะผู้ประกอบการเฉพาะงาน (job competencies) สมรรถนะของบุคคลกับการทำงานในตำแหน่งหรือบทบาทเฉพาะตัว
3. สมรรถนะผู้ประกอบการของธุรกิจ (firm competencies) ความสามารถพิเศษเฉพาะธุรกิจนั้นเท่านั้น
4. สมรรถนะผู้ประกอบการหลัก (core competencies) ความสามารถสำคัญที่บุคคลต้องมีหรือต้องทำเพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
5. สมรรถนะผู้ประกอบการในงาน (functional competencies) ความสามารถของบุคคลที่มีตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ ตำแหน่งหน้าที่อาจเหมือนแต่ความสามารถตามหน้าที่ต่างกัน (รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์, 2559)

แนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากร

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรในยุคโลกาภิวัตน์ (globalization) ทำให้องค์กรไม่สามารถหยุดนิ่งอยู่กับที่ได้ เพราะหากไม่มีการพัฒนาผลการดำเนินงานขององค์กร (firm performance) องค์กรนั้นจะไม่สามารถต่อสู้กับคู่แข่งและ ในที่สุดก็ไม่สามารถอยู่รอดได้ (Barney, 2001; Grant, 1991) ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องทำให้ธุรกิจของตนเองเกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันสูงสุด (Porter, 1980) จากสภาพการแข่งขัน องค์กรต่าง ๆ ให้ความสนใจกับทรัพยากร (resources) ทั้งทรัพยากรที่มีตัวตน (tangible) ได้แก่ ทรัพยากรบุคคล วัตถุดิบ เครื่องจักร เป็นต้น และ ทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน (intangible) ได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความชำนาญ และชื่อเสียงขององค์กร เป็นต้น (Rumelt, 1984; Wernerfelt, 1984) ทรัพยากร

ขององค์กร คือปัจจัยสำคัญ (กันยาวิร เมธีวราพันธ์, 2556; ไพฑูรย์ วชิรวงศ์ภิญโญ, 2556; ศรันญา อรุณภู, 2557; รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์, 2559; สุดใจ ผ่องแผ้ว และ นุจรี ภาคาสัตย์, 2559; นิรุชา ศิริวิรัชกุล, 2560; พนิดา วัชรรังษ, 2560)

ในการสร้างสมรรถนะขององค์กร องค์กรจะต้องพัฒนาได้ในทุก ๆ ด้าน(Barney,1991; Grant,1991) ผลผสมผสานระหว่าง ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์และกระบวนการทำงานเข้าด้วยกัน ซึ่งองค์กรสามารถใช้ทรัพยากรที่มี ตอบสนองความต้องการของทุกฝ่ายได้อย่างรวดเร็วทันกับเวลาอย่างมีคุณภาพ (Wernerfelt, 1984) เคลื่อนไหวได้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (dynamic capability) (Barney, 2001; Grant, 1991; Porter, 1980) เป็นไปตามแนวคิดของทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource Based View) เป็นทฤษฎีที่ผสมผสานเกี่ยวกับความได้มาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรภายในขอบเขตของการบริหารจัดการที่ดี (Barney, 1991, 2001; Grant, 1991; Penrose, 1959; Wernerfelt, 1984) มีความเชื่อมโยงระหว่างทรัพยากรขององค์กร กับความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนขององค์กร (Barney, 2001; Grant, 2001; Porter, 1980) เน้นถึงความแตกต่างทางด้านทรัพยากรว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้มีผลประกอบการที่ดีกว่าคู่แข่งรายอื่นๆในอุตสาหกรรม (Barney, 1991; Porter, 1980) แต่จะต้องมีวิธีการจัดการที่สามารถประยุกต์ใช้ที่เป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง (Barney, 2001; Grant, 1991; Peteraf, 1993; Prahalad & Hamel, 1990; Wernerfelt, 1984) ซึ่งหมายถึงทรัพยากรทั้งหมดขององค์กรได้แก่ความสามารถขององค์กร กระบวนการทำงานเอกลักษณ์ขององค์กร ข้อมูล สารสนเทศ ประสบการณ์ ความรู้และเทคโนโลยี (Barney, 1991; Grant, 1991; Wernerfelt, 1984; Maijor & Witteloostuijn, 1996) นำมาใช้กำหนดหรือวางแผนงาน เพื่อให้บรรลุผลในสิ่งที่องค์กร ต้องการ (Amit & Schoemaker, 1993; Barney, 2001; Grant, 1991; Porter, 1980; Rumelt, 1984) โดยการพัฒนาทุนมนุษย์ ให้มีความรู้ความสามารถในการที่จะดูแลรักษาและควบคุม กระบวนการผลิต (Sarkis, van Beukering, McKenzie, Hess, Brander, Roelfsema, ... and Bervoets, 2010; Zeng, Meng, Yin, Tam, & Sun, 2010) ของเสียที่ลดน้อยลง (Cherian & Jacob, 2012) เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Renwick, Redman, and Maguire, 2013) ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลาจากสภาพแวดล้อมภายนอก Barney (1991) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรว่า หมายถึง สินทรัพย์ (assets) ความสามารถ (capabilities) กระบวนการในการทำงานขององค์กร (organization process) คุณสมบัติของธุรกิจ(firm attributes) สารสนเทศ (information) ความรู้ (knowledge) การที่ธุรกิจ SMEs จะอยู่รอดและประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อน จะต้องมียปัจจัยที่สำคัญ 3 ด้าน คือ (1) ความสามารถในการครอบครองทรัพยากรที่มีลักษณะเฉพาะหรือลักษณะพิเศษ (2) ความสามารถในการใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ (3) ความสามารถในการยกระดับการทำงานที่ได้มาจากการเรียนรู้แบบไม่หยุดนิ่ง (Barney, 2001; Grant, 1991) เพื่อจะทำให้ผู้ประกอบการนั้นสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (sustainable competitive advantage) (Grant, 1999; Porter, 1980)

โดยทรัพยากรมนุษย์ของผู้ประกอบการถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual capital) และเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างสมรรถนะหลักขององค์กร (organization competency) (Hamel and Prahalad, 1990) ที่ทำให้องค์กรสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่ายอดเยี่ยมจากการรับรู้ของลูกค้า เพื่อความได้เปรียบในระยะยาว (Hamel & Prahalad, 1994) จากแนวคิดข้างต้นจึงทำให้สรุปได้ว่าการมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ (knowledge worker) (Hamel and Prahalad, 1990) และให้ความสำคัญในเรื่องของสมรรถนะ (competency) จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในระยะยาว (Heneman & Ledford, 1998; กันยาวิร เมฆีวราพันธ์, 2556; ไพฑูรย์ วชิรวงศ์ภิญโญ, 2556; ศรีธัญญา อรุณภู, 2557; รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์, 2559; สุดใจ ผ่องแผ้ว และนุจรี ภาคาสัตย์, 2559; นิรุชา ศิริวิรัชกุล, 2560; พนิดา วัชรระรังษ, 2560)

แนวคิดการจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลง

การขับเคลื่อนองค์กรในระยะเปลี่ยนผ่านไปสู่ขีดความสามารถที่จำเป็นต่อการรับมือกับสถานการณ์หรือสภาพการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจให้สอดคล้อง โดยต้องให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ในปัจจุบันผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต่างล้วนจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและความเจริญก้าวหน้าในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและรุนแรง ผู้ประกอบการที่สามารถบริหารจัดการภายใต้การเปลี่ยนแปลงได้ก็จะสามารถปรับตัวให้เท่าทันกับความผันแปรของสภาพแวดล้อมได้ก็จะอยู่รอดและเจริญก้าวหน้าได้อย่างรวดเร็ว (Penrose, 1963) ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโลกอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการได้กำหนดทิศทางของธุรกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Rothwell, Sanders, and Soper, (1998) ได้อธิบายว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นการออกจากสภาวะเดิม (status quo) เพื่อไปสู่เป้าหมายหรือสภาพที่ต้องการหรือวิสัยทัศน์ที่ควรจะเป็น และการจัดการที่สนับสนุนให้องค์กรและบุคลากรสามารถที่จะปรับตัวและตอบรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Arthur, 2005) สอดคล้องกับแนวคิดของ Hervani et al. (2005) พบว่าการจัดการภายใต้ การเปลี่ยนแปลงเป็นการจัดการที่องค์กรจะปรับตัวให้เข้ากับวิทยาการใหม่ ๆ ต่อการ เปลี่ยนแปลงด้านวัฒนธรรม เทคโนโลยีเศรษฐกิจ การเมือง สังคม สภาพแวดล้อมอื่น ๆ ผู้มีส่วนได้เสียและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ Scapens & Robert (1993) กล่าวว่า หากไม่เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลง มักจะก่อให้เกิดแรงต้านทาน (กันยาวิร เมฆีวราพันธ์, 2556; ไพฑูรย์ วชิรวงศ์ภิญโญ, 2556; ศรีธัญญา อรุณภู, 2557; รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์, 2559; สุดใจ ผ่องแผ้ว และ นุจรี ภาคาสัตย์, 2559; นิรุชา ศิริวิรัชกุล, 2560; พนิดา วัชรระรังษ, 2560)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจขนาดย่อมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อขนมไทยจังหวัดนนทบุรีของผู้บริโภค” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative approach) ซึ่งมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง วิธีการเก็บข้อมูล และเครื่องมือ ดังนี้

ประชากรและตัวอย่าง

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้บริโภคขนมไทยที่ผลิตและขายในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบขนาดประชากร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคขนมไทยซึ่งผลิตและขายในจังหวัดนนทบุรี จำนวนทั้งสิ้น 385 คน คำนวณตามสูตรของ Cochran (Cochran, 1977) โดยกำหนดสัดส่วนของประชากรที่มีคุณลักษณะตามที่ต้องการเท่ากับร้อยละ 50 และสัดส่วนความคลาดเคลื่อน เท่ากับ .05 (แวนดาว พรหมเสน, 2554)

วิธีการเก็บข้อมูล

การสุ่มตัวอย่างในแต่ละอำเภอ ทั้งสิ้น 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองนนท์ อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง และอำเภอบางศรีณรงค์ แบ่งเป็นอำเภอละ 77 คนเท่า ๆ กัน รวมทั้งสิ้น 385 คน และสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) เริ่มจากสุ่มวันที่จะลงเก็บข้อมูลภาคสนาม แบ่งเป็น วันธรรมดา 2 วัน และวันหยุด 1 วัน โดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) ได้วันอังคาร วันศุกร์ และวันอาทิตย์ จากนั้นจึงเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่มาซื้อขนมไทยตามร้านค้าต่าง ๆ ด้วยวิธีสุ่มแบบเป็นระบบ (Systematic sampling) โดยสุ่มแจกแบบสอบถามให้ทุก ๆ 3 คนที่เข้ามาซื้อขนมในร้านค้า จนครบตามจำนวนที่กำหนด (แวนดาว พรหมเสน, 2554)

เครื่องมือ

ใช้แบบสอบถามผู้บริโภค มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ตามแบบของ ลิเคิร์ท (Likert) คุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ 1) การหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านแล้วนำมาหาค่า IOC ซึ่งได้ค่าระหว่าง 0.6 - 0.8 ถือว่าเครื่องมือมีความเหมาะสมสามารถนำมาใช้ได้ และ 2) การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ นำแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ไปทดสอบกับผู้ที่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค ซึ่งแบบสอบถามของผู้บริโภค ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.977 และแบบสอบถามของผู้ประกอบการ ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.977 (แวนดาว พรหมเสน, 2554)

สรุปผลการวิจัย

1. กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจขนาดย่อมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริโภค ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์ด้านการนำเสนอทางกายภาพของร้าน

2. กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจขนาดย่อมที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อฝาก ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ขนมไทย กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีงานวิจัยสนับสนุน ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญของธุรกิจขนมไทย ซึ่งต้องสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนารูปลักษณ์ให้สวยงาม บรรจุภัณฑ์สะอาดตา เพิ่ม

คุณค่าทางโภชนาการ เพื่อสามารถรองรับความต้องการกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rubmann, et al., (2015); PNC., (2015) ที่กล่าวถึง ผลิตภัณฑ์และบริการในยุคการตลาด 4.0 ต้องมีนวัตกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจได้ การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนการควบคุมคุณภาพ นอกจากนี้ ผู้บริโภคจะเกิดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ทั้งการซื้อเพื่อบริโภคและเพื่อซื้อฝาก โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) ประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ 2) การใช้งานของผลิตภัณฑ์ และ 3) คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Musa et al., 2015)

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์และบริการผ่านช่องทางการจำหน่ายในสังคมดิจิทัล ช่วยเพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้กับผู้บริโภค ตลอดจนการเพิ่มยอดขายและการขยายตลาด ส่งผลให้ธุรกิจขนมไทยต้องมีการเชื่อมโยงเครื่องมือทางการตลาดหลายรูปแบบเพื่อเพิ่มช่องทางการส่งชื่อขนมไทยได้หลายช่องทางรองรับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Affinity Solution, 2017 ที่กล่าวถึงกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย ขายแบบดั้งเดิมผ่านหน้าร้าน (Offline Marketing) ขายผ่านสื่อดิจิทัล (Digital/ Online Marketing) โดยสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ ไลน์ และโมบายแอปพลิเคชัน รวมทั้ง การขายผ่านอีคอมเมิร์ซ ผ่านหน้าร้านของตัวเอง และผ่านหน้าร้านของแหล่งซื้อขายสินค้าออนไลน์ที่นิยมในตลาด

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ธุรกิจขนมไทยในยุคการแข่งขันสูงและมีสินค้าทดแทนมาก ผู้ประกอบการต้องสร้างกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยการสร้างแบรนด์ของขนมไทยด้วยเรื่องราว (Story) การส่งเสริมการตลาดร่วมกันพันธมิตร การประชาสัมพันธ์และการเข้าร่วมออกงานแสดงสินค้าร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การให้ส่วนลด การให้ทดลองชิมและสินค้าตัวอย่าง เป็นต้น เพื่อให้ขนมไทยให้เป็นที่รู้จักในสังคมออนไลน์และการขายตรงหน้าร้าน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการตลาด 4.0 ของ Kotler, Kartajaya, and Setiawan, (2017) ที่กล่าวถึง เส้นทางการซื้อสินค้าของลูกค้า ที่เรียกว่า “5A” เพื่อช่วยส่งเสริมการตลาดขนมไทย ได้แก่ (1) การทำให้ลูกค้ารู้จักสินค้าขนมไทย (Aware) (2) การทำให้ลูกค้าชื่นชอบสินค้า (Appeal) (3) การทำให้ลูกค้ามีคำถามต่อเกี่ยวกับขนมไทย (Ask) (4) การทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อขนมไทย (Act) และ (5) การใช้แล้วบอกต่อถึงคุณค่าขนมไทย (Advocate)

กลยุทธ์ด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพของร้านธุรกิจขนมไทย โดยตกแต่งอาคารและร้านค้าให้สะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้า พนักงานขายบริการดี การสร้างความพึงพอใจและกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vassileva, (2017) ที่กล่าวถึงธุรกิจต้องทราบ ว่า 1) ใครคือลูกค้าเป้าหมาย 2) ลูกค้าต้องการอะไร เช่น ข้อมูลข่าวสาร การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการบริการ 3) ลูกค้าใช้บริการเมื่อใด เช่น บริการ 24 ชั่วโมงทุกวัน 4) ลูกค้าต้องการใช้บริการที่ไหน เช่น โซเชียลมีเดีย หรือมาใช้บริการที่ร้านค้า 5) ทำไมลูกค้ามาใช้บริการ เช่น ประสบการณ์ส่วนตัว และเปลี่ยนรูปแบบการจูงใจ และ 6) ลูกค้ามาใช้บริการอย่างไร เช่น เก็บข้อมูลผู้เข้าชมเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก และสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้บริการทันที

ข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้ประกอบการ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ขนมไทยให้มีความหลากหลายรองรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์สวยงามและใช้ประโยชน์ได้ การเพิ่มมิติของขนาด สีสัน รูปลักษณ์ขนมไทย การควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและวัสดุที่ใช้ผลิต และการคำนึงถึงคุณภาพชีวิตของผู้บริโภค
2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยขายตรงผ่านหน้าร้าน ตลาดนัด เข้าร่วมงานแสดงสินค้ากับหน่วยงานพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน และที่สำคัญคือการเชื่อมโยงเครื่องมือทางการตลาดหลายรูปแบบผ่านสื่อดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรส่งเสริมการตลาดผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในสังคมออนไลน์ และผ่านหน้าร้านโดยตรง เพื่อเผยแพร่ข้อมูลขนมไทย การรู้จักสินค้า แบนด์สินค้า จนเกิดการซื้อสินค้าและบริการ การใช้แล้วบอกต่อ และการกลับมาใช้ซ้ำหรือซื้อซ้ำอีก
4. ด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพของร้าน ธุรกิจขนมไทยควรเข้าใจความต้องการของลูกค้าในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ลูกค้าเป้าหมายคือใคร ความต้องการลูกค้า ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ การใช้บริการผ่านโซเชียลมีเดียหรือมาใช้บริการที่ร้านค้า เหตุผลที่มาใช้บริการ และมาใช้บริการอย่างไร เพื่อให้ธุรกิจสามารถดึงดูดลูกค้าและเพิ่มความความสะดวกสบายในการใช้บริการ

สำหรับหน่วยงานภาครัฐ

1. สนับสนุนให้ผู้ประกอบการรวมกลุ่มสร้างเครือข่ายธุรกิจขนมไทยในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน ร้านค้าประชารัฐ และร้านธงฟ้าประชารัฐ ตามนโยบายการขับเคลื่อนท้องถิ่น 4.0 เพื่อสร้างกลยุทธ์การตลาดขนมไทย จังหวัดนนทบุรี โดยขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์และออฟไลน์ และ ด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพของร้าน
2. สนับสนุนและพัฒนาองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการขนมไทยอย่างต่อเนื่องในด้านพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการขยายช่องทางการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกรวดเร็ว

เอกสารอ้างอิง

- แววดาว พรหมเสน. (2554). การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ. *RMUTI Journal*, 4(1), 95-102.
- กันยารวี เมธีวราพันธุ์. (2556). ตัวแบบการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจสปา ใน

- เขตกรุงเทพมหานคร. *Academic Journal Phranakhon Rajabhat University*, 4(2), 91-103.
- นิรุชา ศิริวิรัชกุล. (2560). ผลกระทบของความสามารถขององค์กรต่อความมั่นคงการผลิตภัต: บทบาทของความได้เปรียบจากทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*, 37(1), 69-92.
- พนิดา วัชรระรังษ. (2560). สมรรถนะและคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยในเครือข่ายเบญจมมิตร. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajabruk University*, 3(2), 116-126.
- ไพฑูรย์ วชิรวงศ์ภิญโญ. (2556). รูปแบบสมรรถนะผู้บริหารสถานประกอบการนิคมอุตสาหกรรมเขตพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกจังหวัดระยอง. *MUT Journal of Business Administration*, 10(2), 1-16.
- รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์, ระพีพรรณ พิริยะกุล, และนภาพร ชันธนภา. (2559). ผลการดำเนินงานของธุรกิจและสมรรถนะของผู้ประกอบการกับขอบข่ายการแข่งขัน และศักยภาพองค์กร. *Kasem Bundit Journal*, 17(1), 1-21.
- ศรันญา อรุณภู่. (2557). การศึกษาสมรรถนะที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ในธุรกิจการบริการของบริษัท เคาน์เตอร์เซอร์วิส จำกัด. *Panyapiwat Journal*, 5(2), 90-102.
- สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคกลาง สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2556. *การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชน กรณีศึกษาชนบทไทยภาคกลาง*. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคกลาง.
- สุดใจ ผ่องแผ้ว และ นุจรี ภาคาสัตย์. (2559). รูปแบบความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ในประเทศไทย. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 9(3), 1659-1675.
- กรมสรรพากร. 2560. ลักษณะของ SMEs. (Online). สืบค้น 15 สิงหาคม 2560, จาก www.rd.go.th/publish/38056.0.html.
- กระทรวงวัฒนธรรม. 2560. รากวัฒนธรรมอาหาร. (Online). สืบค้น 3 กันยายน 2560, จาก http://www.culture.go.th/culture_th/ewt_dl_link.php?nid=1254.

References

- Affinity Solution. 2017. *Connected Marketing* (Online). Retrieved May 3, 2018, from www.affinity.co.th/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94-4-03-connected-marketing/.
- Amit, R., & Schoemaker, P. J. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic*

- management journal*, 14(1), 33-46.
- Arthur, A. R. (2005). When stress is mental illness: A study of anxiety and depression in employees who use occupational stress counseling schemes. *Stress And Health: Journal Of The International Society For The Investigation of Stress*, 21(4), 273-280.
- Barney, J. B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of management*, 27(6), 643-650.
- Boyatzis, R. E. (2008). Leadership development from a complexity perspective. *Consulting Psychology Journal: Practice and Research*, 60, 298-313.
- Cherian, J., & Jacob, J. (2012). Green marketing: A study of consumers' attitude towards environment friendly products. *Asian social science*, 8(12), 117.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Das, G. 2014. Linkages of retailer awareness, retailer association, retailer perceived quality and retailer loyalty with purchase intention: A study of Indian food retail brands. *Journal of Retailing and Consumer Service*. 21, 284 -292.
- Grant, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. *California management review*, 33(3), 114-135.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1990). The core competence of the corporation. *Harvard business review*, 68(3), 79-91.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (1994). Competing for the future. *Harvard business review*, 72(4), 122-128.
- Heneman, R. L., & Ledford, G. E. (1998). Competency pay for professionals and managers in business: A review and implications for teachers. *Journal of Personnel Evaluation in Education*, 12(2), 103-121.
- Hervani, A. A., Helms, M. M., & Sarkis, J. (2005). Performance measurement for green supply chain management. *Benchmarking: An international journal*, 12(4), 330-353.
- Kotler, P., Kartajaya, H, and Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*. Hoboken, New Jersey: John Wiley& Sons, Inc..
- Maijor, S., & Witteloostuijn, A. V. (1996). An empirical test of the resource-based theory: strategic regulation in the Dutch audit industry. *Strategic Management Journal*, 17(7), 549-569.
- McClelland, D. C. (1999). Identifying competencies with behavioral-event interviews.

- Psychological Science*, 9(5), 331-339.
- McClelland, D.C. (1973). Testing for competence rather than for "intelligence". *American psychologist*, 28(1), 1.
- Musa, H. et al. (2015). *The Intention in Purchasing Online from Product Attributes*. The 3rd International Conference On Technology Management And Technopreneurship, At Universiti Teknikal Malaysia Melaka, August 2015.
- Parry, S. B. (1996). The quest for competencies. *Training*, 33(7), 48.
- Penrose, R. (1963). Asymptotic properties of fields and space-times. *Physical Review Letters*, 10(2), 66.
- Porter, M. F. (1980). An algorithm for suffix stripping. *Program*, 14(3), 130-137.
- Renwick, D. W., Redman, T., & Maguire, S. (2013). Green human resource management: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 15(1), 1-14.
- Rothwell, W. J., Sanders, E. S., & Soper, J. G. (1998). *ASTD models for workplace learning and performance: Roles, competencies, and outputs*. American Society for Training and Development.
- Rubmann, M. et al. (2015). *Industry 4.0 The Future of Productivity and Growth in Manufacturing Industries*. Boston: The Boston Consulting Group (BCG).
- Rumelt, R. P. (1984). Towards a strategic theory of the firm. *Competitive strategic management*, 26(3), 556-570.
- Sarkis, S., van Beukering, P. J., McKenzie, E., Hess, S., Brander, L., Roelfsema, M., ... & Bervoets, T. (2010). *Total economic value of Bermuda's coral reefs: valuation of ecosystem services*. Technical report. Department of Conservation Services, Bermuda Government, (www.conservation.bm), 199pp.
- Scapens, R. W., & Roberts, J. (1993). Accounting and control: a case study of resistance to accounting change. *Management accounting research*, 4(1), 1-32.
- Vassileva, B. 2017. Marketing 4.0: How Technologies Transform Marketing Organization. *Obuda University e- Bulletin*, 7(1): 47-56.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic management journal*, 5(2), 171-180.
- Zeng, S. X., Meng, X. H., Yin, H. T., Tam, C. M., & Sun, L. (2010). Impact of cleaner production on

business performance. *Journal of Cleaner Production*, 18(10-11), 975-983.

งานวิจัยภูมิทัศน์-สุขภาพมนุษย์และนโยบายเพื่อความยั่งยืน: โครงสร้างทางแนวคิด

Landscape-Human Health Research & Sustainability Policies: A Conceptual Framework

Received 17 January 2018

Revised 24 February 2018

Accepted 27 February 2018

พงศกร ศุภกิจไพศาล¹,

จุฬาลักษณ์ วาณิชยาไพสิฐ¹ และโรเบิร์ต ไดบอล์²

¹คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

²คณะสิ่งแวดล้อมและสังคมเพนเนอเรีย มหาวิทยาลัยประจำชาติออสเตรเลีย

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือการจัดสร้างโครงสร้างทางแนวคิดที่เชื่อมโยงระหว่างนโยบายการออกแบบและงานวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างภูมิทัศน์ต่อสุขภาพ โดยใช้วิธีวิจัยคือ การก่อโครงสร้างทางแนวคิดแบบพหุวิทยาการเพื่อผสมผสานความรู้ในศาสตร์ด้านภูมิสถาปัตยกรรม จิตวิทยาสิ่งแวดล้อม และนิเวศวิทยามนุษย์ ผ่านการวิเคราะห์โดยระบบสะท้อนกลับ ผลของการวิจัย ถึงความสนใจมาที่ระบบความสัมพันธ์ระหว่างภูมิทัศน์และสุขภาพมนุษย์ผ่านทางโครงสร้างแบบวงจรสะท้อนกลับ ระหว่างนโยบาย การออกแบบ สุขภาพ และความเชื่อ บทความฉบับนี้ช่วยสร้างโครงสร้างที่จะเป็นประโยชน์ต่อนักจิตวิทยาทางสิ่งแวดล้อม ภูมิสถาปนิก และนักผังเมือง ที่จะสามารถร่วมกันสร้างเมืองและภูมิทัศน์ที่ยั่งยืนได้สืบต่อไป นักวิจัยควรพัฒนาหลักฐานเชิงประจักษ์ขึ้นต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกรณีศึกษา งานวิจัยผ่านการออกแบบ หรือการประเมินหลังเข้าอยู่อาศัย ซึ่งจะช่วยให้แนวคิดนี้หนักแน่นยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: นิเวศวิทยามนุษย์ จิตวิทยาภูมิสถาปัตยกรรม ภูมิทัศน์และสุขภาพมนุษย์ การออกแบบเพื่อความยั่งยืน

Abstract

This research aimed to provide a conceptual framework that revealed the links between design policies and landscape-human health research by using the multidisciplinary framework discussion as a research method and applying feedback-guided analysis between landscape architecture, environmental psychology, and human ecology. The result drew attention to the systemic relationships between landscape and human health as a feedback loop between policies, designs, health, and believes. This paper contributed a mechanism by which scholars

such as environmental psychologists, landscape architects, and urban planners can collaborate to design sustainable cities and landscapes in the future. Scholars should develop more evidence, such as case studies, design researches, and Post-Occupancy Evaluations (POE) which will refine the idea further.

Keywords: Human Ecology, Environmental Psychology, Landscape and Human Health, Sustainable Design

บทนำ

การใช้สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์ ในชีวิตประจำวัน มนุษย์ได้รับผลประโยชน์จากการบริการที่มองไม่เห็นและไม่มีค่าใช้จ่ายอันเกิดจากระบบนิเวศที่สมบูรณ์ ซึ่งระบบนิเวศเหล่านี้เป็นแหล่งสร้างอาหาร เช่น ปลาในท้องทะเล หรือแมลงที่ผสมเกสร สร้างอากาศและน้ำที่สะอาดให้แก่เรา นอกจากนี้ หลักฐานจำนวนมากยังบ่งชี้ว่าระบบนิเวศอาจมีผลโดยตรง ให้เรามีสุขภาพกายและจิตที่ดี (Carpenter et al., 2009; Coutts & Hahn, 2015; Suppakittpaisarn, Jiang, & Sullivan, 2017) ในปัจจุบัน สภาวะของระบบนิเวศต่าง ๆ ทั่วโลกกำลังเสื่อมถอยอย่างรวดเร็ว (Board, 2005; Meehl et al., 2007) เป็นความเสี่ยงที่อันตรายต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนทั่วโลก เพราะฉะนั้นเราจึงต้องสร้างเมืองรวมถึงภูมิทัศน์ที่ยั่งยืน ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดผลกระทบจากพฤติกรรมทำลายสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ และรักษาผลกระทบจากมนุษย์เพื่อรักษาระบบนิเวศต่าง ๆ

การสร้าง ออกแบบ และปรับปรุงเมืองให้มีความยั่งยืนและดีต่อสิ่งแวดล้อม จะต้องใช้ความร่วมมือกันระหว่างนักวางผังเมือง สถาปนิก ภูมิสถาปนิก วิศวกร และประชาชน (Corburn, 2009; Srinivasan, O'Fallon, & Dearth, 2003) เราต้องอาศัยนักผังเมืองเพื่อยืนยันเสนอข้อกฎหมายที่เอื้อต่อการออกแบบที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมและลดช่องว่างการทำลายสิ่งแวดล้อม นักออกแบบเพื่อออกแบบเมืองและภูมิทัศน์โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และประชาชนที่จะสนับสนุนนักผังเมืองและนักออกแบบอย่างเข้าใจ (Nassauer, 2004; 2011) การตัดสินใจเพื่อออกแบบเมืองและภูมิทัศน์ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและดีต่อสุขภาพมนุษย์ จะต้องอาศัยข้อมูลที่เชื่อมโยงและครอบคลุมหลายศาสตร์เข้าด้วยกันทั้งด้านวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม สังคม การออกแบบ และสุขภาพมนุษย์ (Srinivasan, O'Fallon, and Dearth, 2003) ทั้งนี้ นักวิชาการจะต้องสร้างความรู้ใหม่ ๆ เพื่อจูงใจนักผังเมืองและผู้มีอำนาจตัดสินใจว่า เมืองรวมถึงภูมิทัศน์ที่ดีต่อระบบนิเวศและมีความยั่งยืนนั้น จะสามารถส่งผลดีต่อประชาชนและสังคมได้ (Dyball & Newell, 2014; Fischer et al., 2012) ดังนั้น การตัดสินใจพิจารณาปัญหาสุขภาพของมนุษย์แยกจากการวางผังเมืองเพื่อสิ่งแวดล้อม หรือการพยายามวางผังเมืองเพื่อสิ่งแวดล้อมโดยไม่ใส่ใจต่อผลกระทบต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ของมนุษย์ จะเกิดผลสำเร็จได้ยาก เราจึงมีความจำเป็นที่จะต้องหาหนทางที่จะผสมผสานองค์ความรู้ของทั้งสองศาสตร์นี้เข้าด้วยกัน

การผสานสองศาสตร์เข้าด้วยกันนี้ได้มีการเริ่มขึ้นและได้รับการยอมรับจากทั่วโลกโดยองค์กร the Planetary Health Initiative ซึ่งมีนิยามคือ “สุขภาพของอารยธรรมมนุษย์และระบบธรรมชาติที่พึ่งพากันอยู่” (Whitmee et al., 2015) ในด้านการออกแบบเมืองและภูมิทัศน์ the Planetary Health ได้แสดงว่า “การวางผังและวางแผนเมืองที่ดีต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมจะสามารถเพิ่มความยืดหยุ่นต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ลดผลกระทบทางลบจากสภาพแวดล้อม และเสริมสร้างสุขภาพของมนุษย์” (Whitmee et al., 2015)

ผลการศึกษาเชิงประจักษ์จำนวนมาก ได้แสดงความเชื่อมโยงระหว่างภูมิทัศน์ที่ดีและสุขภาพกายและจิตของมนุษย์ การทดลองแบบต่าง ๆ พบว่ามนุษย์คลายความเครียด (Jiang, Chang, & Sullivan, 2014; Van den Berg, Koole, & van der Wulp, 2003) และความโกรธ (Kweon, Ulrich, Walker, & Tassinary, 2008) จากการมองเห็นหรือพักผ่อนในธรรมชาติ มีความดันเลือดในระดับที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น (Pilotti, Klein, Golem, Piepenbrink, & Kaplan, 2015) และปล่อยฮอร์โมนที่ทำให้เกิดผลเสียจากความเครียดน้อยลง (Gidlow, Randall, Gillman, Smith, & Jones, 2016; Roe et al., 2013; C. W. Thompson et al., 2012) นอกจากนี้ยังพบว่าสมองจะมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้นหลังจากการเดินในสวนสาธารณะ การศึกษาในระยะยาวพบว่าผู้ที่อยู่ใกล้ชุมชนที่มีต้นไม้มากจะมีสุขภาพโดยรวม ดูอ่อนเยาว์ลงกว่าอายุจริง 7-9 ปี (Kardan et al., 2015) มีความเสี่ยงต่อโรคซึมเศร้า (Taylor, Wheeler, White, Economou, & Osborne, 2015) โรคหัวใจ-โรคปอด (Donovan, Michael, Gatzolis, Prestemon, & Whitsel, 2015) มะเร็งผิวหนัง (Astell-Burt, Feng, & Kolt, 2013) ที่น้อยลง มีความเสี่ยงโรคอ้วนน้อยลง (Miller, 2011; Wolch et al., 2011) และมีพฤติกรรมทางสังคมที่ดีขึ้น (Kuo & Sullivan, 2001a, 2001b; Matsuoka & Sullivan, 2011) เยาวชน นักเรียนและนักศึกษาที่ได้อยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติอยู่เสมอ มีพัฒนาการทางสมอง (Dadvand et al., 2015) พฤติกรรมและผลการเรียนที่ดีขึ้น (Matsuoka, 2010)

การศึกษาและการเชื่อมโยงเหล่านี้ ได้ส่งผลทางกายภาพมาอย่างต่อเนื่อง โดยทำให้มหาวิทยาลัย โรงเรียน สถานพยาบาล และสถานคนชราหลายแห่ง มีการออกแบบเพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว (Jansen & von Sadowsky, 2004; Lau & Yang, 2009; Matsunaga et al., 2009; Moore, 2007) มีการใช้งานวิจัยด้านนี้ประกอบการตัดสินใจในการสร้างสวนสาธารณะและพื้นที่สีเขียวในชุมชนเมืองทั้งในอดีตและปัจจุบัน (USEPA, 2015) การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ทำให้เกิดเมืองรวมถึงภูมิทัศน์ที่ยั่งยืนที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน ยังมีช่องว่างด้านความรู้จำนวนมากที่ทำให้การนำความรู้เรื่องภูมิทัศน์และสุขภาพมนุษย์ไปใช้ไม่ได้เต็มที่ ประชากรและผู้มีอำนาจตัดสินใจจำนวนมากมองว่าหลักฐานที่มีอยู่ไม่เหมาะสม หรือไม่จำเพาะเจาะจงเพียงพอในการออกแบบเมืองและภูมิทัศน์ (Nassauer, 2004; I. Thompson, 2000) หรือเข้าใจว่าการที่สิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องดีต่อมนุษย์นั้นเป็นเรื่องที่เข้าใจกันอย่างกว้างขวางแล้ว ทั้งที่ยังมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนอยู่มากระหว่างประชาชนทั่วไปและผู้เชี่ยวชาญ ด้านภูมิทัศน์และสุขภาพมนุษย์ (Lindland, Fond, Haydon, & Kendall-Taylor, 2015; Suppakittpaisarn, Larsen, & Sullivan, 2016) เราจึงจำเป็นต้องสื่อสารความสำคัญของการศึกษาเชิงประจักษ์

เกี่ยวกับภูมิทัศน์และสุขภาพมนุษย์ในการสร้างเมืองรวมถึงภูมิทัศน์ที่ยั่งยืนที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากนโยบายและการตัดสินใจในการวางผังเมืองส่วนใหญ่ มักเกิดจากการพิจารณาในระบบปิดที่แยกแต่ละหัวข้อโดยไม่มีการนำมาบูรณาการกัน (Dyball & Newell, 2014) เนื่องจากมันอาจเป็นไปได้ยาก ที่ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจจะสามารถพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ อย่างถี่ถ้วน แต่การตัดสินใจที่แยกกันนี้ อาจทำให้เกิดภาวะที่ยากต่อการตัดสินใจในการตัดสินใจที่ซับซ้อน (Complexity dilemma) เช่นที่บรรยายในหนังสือ Understanding Human Ecology ของ Dyball & Newell (2014) ดังนี้

1. ระบบสะท้อนกลับ เป็นระบบที่องค์ประกอบต่าง ๆ มีปฏิสัมพันธ์ในทางขัดแย้งต่อพฤติกรรมของกันและกัน
2. พฤติกรรมต่าง ในระบบ เกิดการเชื่อมโยงกันขององค์ประกอบในระบบ
3. เราไม่สามารถเข้าใจพฤติกรรมของระบบโดยการทำความเข้าใจองค์ประกอบของระบบทีละตัว
4. แต่เมื่อเราพยายามทำความเข้าใจของระบบ เราจะเกิดความสับสนในระบบ และจะมุ่งเป้าไปถึงระบบเล็กและพลาตส่วนสำคัญต่าง ๆ ในระบบ หลังจากนั้นจะทอดทิ้งการคิดเชิงระบบไปโดยสิ้นเชิง
5. ดังนั้น เราจะต้องใช้การวิเคราะห์โดยอิงระบบสะท้อนกลับ (feedback guided analysis) เพื่อช่วยแก้ไขภาวะที่ยากต่อการตัดสินใจ ในการตัดสินใจที่ซับซ้อน (Dyball & Newell, 2014)

ดังนั้นเป้าหมายของงานวิจัยชิ้นนี้ คือการแสดงโครงสร้างทางแนวคิดที่ดึงดูดเด่นไปที่กระบวนการสะท้อนกลับที่เกิดขึ้นระหว่างการออกแบบและออกกฎวางผัง สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์ และสภาวะแวดล้อมของชุมชนเมืองผ่านการวิเคราะห์โดยระบบสะท้อนกลับ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาโครงสร้างทางแนวคิดที่ดึงดูดเด่นไปที่กระบวนการสะท้อนกลับที่เกิดขึ้นระหว่างการออกแบบและออกกฎวางผัง สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์ เพื่อวางมโนทัศน์ให้กับนักสถาปตย์ ในการวางผังเมือง

ประโยชน์ที่ได้รับ

เพื่อเป็นแนวคิดในการวางผังเมืองสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์ และสภาวะแวดล้อมของชุมชนเมือง

บททวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภูมิทัศน์วัฒนธรรม

“ภูมิทัศน์วัฒนธรรม” นั้นแปลตรงตัวมาจากคำในภาษาอังกฤษคือคำว่า “Cultural Landscape” ซึ่ง Carl Sauer นักภูมิศาสตร์ชาวอเมริกันเป็นผู้ริเริ่มและพัฒนาแนวคิดนี้ในปี 1925 ในบทความชื่อ The

Morphology of Landscape ซึ่งคำดังกล่าวประกอบจากคำว่า Cultural แปลว่า วัฒนธรรม และ Landscape นั้น แปลว่า “ภูมิทัศน์” จึงรวมกันเป็น Cultural Landscape หรือ ภูมิทัศน์วัฒนธรรม นอกจากนั้น “ภูมิ” ซึ่งหมายถึงแผ่นดิน หรือ พื้นแผ่นดิน และ คำว่า “ทัศน์” หมายถึงการเห็น เมื่อรวมกันจะได้คำว่า “ภูมิทัศน์” ซึ่งแปลว่า การรับรู้สภาพภูมิประเทศและสภาพแวดล้อมที่กำหนดขึ้น และคำว่าวัฒนธรรม มีความหมายว่าสิ่งที่มนุษย์คิดขึ้น สร้าง และประดิษฐ์ขึ้นเพื่อใช้ในการดำรงอยู่ สืบทอด รวมถึงพัฒนาสังคม แสดงถึงความเจริญงอกงามของมนุษย์ รวมถึงเป็นประโยชน์ด้านกายภาพ และจินตภาพ เช่น การบริโภค การใช้สอย ส่วนประโยชน์ทางใจนั้น เช่น การชื่นชมสิ่งที่สวยงาม นอกจากนั้น คำว่า “วัฒนธรรม” ยังสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นรูปธรรม คือ สิ่งที่จับต้องได้ เช่น บ้านเรือน อาคาร รูปเคารพ งานศิลปะ กิจกรรมของมนุษย์ และส่วนที่เป็น “นามธรรม” เช่น คติความเชื่อ ภาษา วรรณคดี การเมือง ศาสนา เป็นต้น นอกจากความหมายที่กล่าวมาแล้ว คำว่าวัฒนธรรมยังหมายถึงระเบียบ ปฏิบัติ ความเชื่อ ศิลปะ ผลผลิตของความคิด และการกระทำตามค่านิยมต่าง ๆ อีกด้วย หากสรุปจาก ความหมายของคำประกอบต่าง ๆ แล้ว คำว่า “ภูมิทัศน์วัฒนธรรม” นั้น น่าจะหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่าง ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม อันเป็นค่านิยมหรือความเข้าใจตรงกัน โดยได้กระทำต่อสภาพแวดล้อมหรือ ภูมิประเทศ เพื่อสร้างความเจริญงอกงามและสังคมของมนุษย์ (Phungsunthon, 2006)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว อาจสรุปได้ว่า ภูมิทัศน์วัฒนธรรมนั้นเกิดจาก การกระทำของมนุษย์ที่ปรากฏ ร่องรอยลงบนภูมิทัศน์ ทั้งที่ตั้งใจ และไม่ตั้งใจ ซึ่งเป็นผลจากทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม รวมถึงด้านกายภาพ และได้รับการพัฒนาผ่านกาลเวลาจนปรากฏเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ กลายเป็นคุณค่า เป็นสิ่งที่ต้อง คำนึงถึงในการบริหารจัดการ และเป็นแบบอย่างในการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั่นเอง นอกจากนั้น สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้กล่าวไว้ว่า ภูมิทัศน์วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ มีคุณค่าสามารถบอกเล่าถึงเอกลักษณ์ ของสังคมหรือชุมชน และสะท้อนถึงพัฒนาการที่ดำรงอยู่ของสังคมนั้น ๆ หากไม่ได้รับการจัดการที่มีความเหมาะสมสอดคล้องก็อาจถูกทำลายลงด้วยสาเหตุต่าง ๆ ทั้งโดยธรรมชาติและมีมือของมนุษย์เอง เพราะภูมิทัศน์วัฒนธรรมมีลักษณะคล้ายกับทรัพยากรธรรมชาติอื่น ๆ ซึ่งมีโอกาสสูงที่จะถูกทำลายหรือ ทำให้เสื่อมสภาพ ดังนั้นจึงควรมีการแสวงหาแนวทางจัดการที่มีความเหมาะสม (सरค์ เวสสุนทรเทพ และชัยสิทธิ์ ด้านกิตติกุล, 2557)

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้ขั้นตอนการก่อโครงสร้างทางแนวคิดแบบพหุวิทยาการระหว่างศาสตร์ด้านภูมิสถาปัตยกรรม จิตวิทยา สิ่งแวดล้อม และนิเวศวิทยามนุษย์ ผ่านการวิเคราะห์โดยระบบสะท้อนกลับ การก่อโครงสร้างทางความคิดแบบพหุวิทยาการ (Multi-disciplinary Conceptual Framework Development) เป็นวิธีการวิจัยที่ใช้พัฒนาความรู้ศาสตร์ใหม่ ๆ ที่ต้องอาศัยการบูรณาการระหว่างศาสตร์ที่มีอยู่แล้ว (Jabareen, 2009) และถือเป็นวิธีการวิจัยแบบพรรณาประเภททุติยภูมิ (Secondary Description Research) (Deming & Swaffield, 2011) เช่น การสร้าง

โครงสร้างทางแนวคิดที่ใช้ภูมิศาสตร์และสถิติภูมิศาสตร์เพื่อออกแบบภูมิสถาปัตยกรรม (Gu, Deal, & Larsen, 2018) การพัฒนาแนวคิดการผสมผสานขั้นตอนเชิงปริมาณและคุณภาพเพื่อประเมินผลทางการศึกษา (Greene, Caracelli, & Graham, 1989) เป็นต้น การศึกษาในครั้งนี้ ใช้ขั้นตอนที่ดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Jabareen (2009) โดยใช้นักวิจัย 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านผังเมือง จิตวิทยานิเวศ และภูมิสถาปัตยกรรม มาพัฒนาโครงสร้างทางแนวคิดโดยผ่านขั้นตอนต่อไปนี้ 1) เรียบเรียงแหล่งข้อมูลจากการตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติตามด้านที่ตนชำนาญ ที่ตีพิมพ์ตั้งแต่ปี 2000 2) การจัดกลุ่มข้อมูล 3) การจัดการแนวคิด 4) การแบ่งแยกแนวคิดและร้อยเรียงใหม่ 5) การนำแนวคิดมาประกอบกันเป็นโครงสร้าง 6) การสังเคราะห์โครงสร้าง และการตีความเพื่อให้ปรับใช้ได้ในโลกแห่งความจริง โดยมีการบันทึกและรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ผ่านบันทึกการประชุม และการแลกเปลี่ยนทางอิเล็กทรอนิกส์

สรุปผลการวิจัย

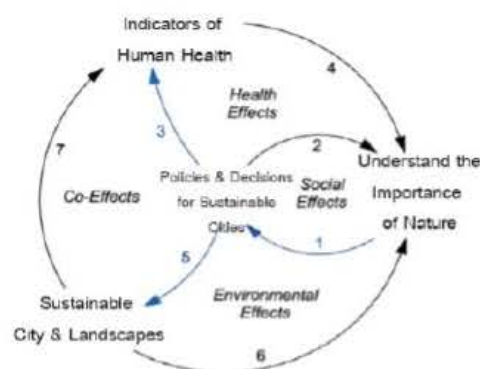
ผลของการอภิปรายและการวิเคราะห์คือโครงสร้างทางแนวคิดที่คำนึงถึงระบบสะท้อนกลับระหว่างนักวิชาการในศาสตร์ต่าง ๆ นั้นเริ่มจากการพิจารณาโครงสร้างและการจัดกลุ่มแนวคิด โดยตัวอย่างในการจัดการทางแนวคิด สามารถอธิบายโดยสังเขปพร้อมทั้งยกตัวอย่างแหล่งอ้างอิงได้ ดังนี้

ภูมิสถาปนิก : การออกแบบภูมิทัศน์และเมือง นำไปสู่สุขภาพที่ดีได้ (Coutts & Hahn, 2015; Kardan et al., 2015)

นักวางผังเมือง: นโยบายที่ดี จะทำให้ภูมิทัศน์และเมืองมีการออกแบบได้อย่างดีต่อสุขภาพมนุษย์ (Dunn, 2010)

นักจิตวิทยานิเวศ: มนุษย์ที่มีสุขภาพจิตดีจะช่วยดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (Jones, Davis, & Bradford, 2013; Nassauer, 2011)

หลังจากนำแนวคิดมาแบ่งแยกและร้อยเรียงใหม่ พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างเมืองและภูมิทัศน์ที่ยั่งยืน สุขภาพมนุษย์ และนโยบายต่าง ๆ สรุปเป็นผังภาพได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิทัศน์ที่ยั่งยืนที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม สุขภาพมนุษย์ และการตัดสินใจทางนโยบาย

จากผังอธิบายและยกตัวอย่างอ้างอิงบางส่วนได้ว่าการเชื่อมโยงระหว่างความสำคัญของธรรมชาติ ไปสู่นโยบายและการออกแบบ (1) เป็นเชิงบวก กล่าวคือ ยิ่งประชากรเข้าใจความสำคัญของธรรมชาติและใส่ใจกับธรรมชาติ ก็ยิ่งมีโอกาสจะเกิดนโยบายและการออกแบบที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (Felson, Bradford, & Terway, 2013; Nassauer, 2011) (2) ก็เป็นเชิงบวกเช่นกัน เมื่อนโยบายและการออกแบบเมืองและภูมิทัศน์ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมสร้างขึ้น ได้ผล ประชาชนและผู้มีอำนาจตัดสินใจจะมีความเชื่อว่าการออกแบบและสิ่งแวดล้อมมีผลต่อกันมากขึ้น (Kaplan & Kaplan, 2011)

การเชื่อมโยงระหว่างนโยบายเพื่อสิ่งแวดล้อมต่อสุขภาพ (3) นั้น เป็นเชิงบวกก็จริง แต่ยังขาดความแข็งแกร่งอยู่มาก เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับความเชื่อที่ว่าเทคโนโลยีการแพทย์ทำให้สุขภาพดีขึ้น อย่างไรก็ตามการออกแบบเพื่อคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมนั้น อาจนำไปสู่การป้องกันโรคผ่านทางคุณภาพของระบบนิเวศได้ (Dunn, 2010) ทางด้านการเชื่อมโยงระหว่างสุขภาพมนุษย์ (หลังการออกแบบ) ต่อความเชื่อว่าคุณภาพชีวิตที่ดีมีผลดีต่อสุขภาพมนุษย์ (4) นั้น ก็เป็นเชิงบวกอีกเช่นกัน โดยเมื่อมนุษย์อยู่ในเมืองและภูมิทัศน์ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม ก็ย่อมจะมีความเชื่อว่าสภาพแวดล้อมที่ดีต่อระบบนิเวศจะทำให้มนุษย์มีสุขภาพที่ดีขึ้น (ซึ่งเรียกว่า Biosensitive Ethos) (Suppakittpaisarn, Jiang, & Sullivan., 2017) ในการเชื่อมโยงที่ (5) หรือการเชื่อมโยงระหว่างนโยบายผังเมืองที่ดีจะส่งผลให้เกิดเมืองและภูมิทัศน์ที่ดีต่อระบบนิเวศนั้น เป็นเชิงบวกมีความแข็งแกร่งอย่างยิ่ง เมื่อมีกฎหมายผังเมืองที่ดี ก็จะทำให้มีเมืองรวมถึงภูมิทัศน์ที่ดีต่อสภาพแวดล้อมมากขึ้น (Mabelis & Maksymiuk, 2009; Ward Thompson & Travlou, 2007) การเชื่อมโยงที่ (6) ซึ่งเชื่อมระหว่างเมืองและภูมิทัศน์ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมและความเชื่อใน重要性ของสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศนั้น ตามทฤษฎีแล้วเป็นเชิงบวก แต่ยังขาดความแข็งแกร่งอยู่มาก แม้ว่าผู้คนจะอยากให้สิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ดีขึ้น แต่การรักษาเมืองและภูมิทัศน์ให้ดีต่อสิ่งแวดล้อมต้องมีค่าใช้จ่าย เวลา และองค์ความรู้ ทำให้ต้องแข่งขันกับความจำเป็นอย่างอื่น ซึ่งบางครั้งผู้สื่อสารด้านการออกแบบเมืองและภูมิทัศน์ไม่ได้คาดคิดถึงความจำเป็นเหล่านี้ (Minsker et al., 2015; Rivera et al., 2013) สุดท้าย การเชื่อมโยงที่ (7) เป็นเชิงบวก มีหลักฐานเชิงประจักษ์มากมายที่สนับสนุนความเชื่อมโยงนี้ ดังที่กล่าวไปในการตรวจเอกสาร (Suppakittpaisarn, Jiang, & Sullivan., 2017) การเชื่อมโยงนี้และการเชื่อมโยงที่ (4) เป็นการเชื่อมโยงที่แข็งแกร่งที่สุด และอาจเป็นใจกลางในการพัฒนาเพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงอย่างอื่น ๆ แม้ว่าจะถูกแรงกระทำจากภายนอกเพื่อต่อต้านวงจร (เช่น การออกแบบนโยบายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจโดยไม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม) การเชื่อมโยงนี้ยังเป็นข้อโต้แย้งที่สำคัญ การที่ประชาชนและผู้มีอำนาจตัดสินใจเข้าใจว่าระบบนิเวศที่เลวร้ายลงมีผลกระทบต่อสุขภาพมนุษย์ จะแสดงให้เห็นถึงราคาที่แท้จริงของสิ่งแวดล้อม และอาจสามารถนำมาใช้เพื่อสร้างนโยบายเพื่อสิ่งแวดล้อมต่อไป

จากผังภาพ แสดงให้เห็นว่าวงจรผลสะท้อนกลับนี้อาจเป็นจริงได้ เมื่อมีการขับเคลื่อนปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง แม้ว่าการขับเคลื่อนปัจจัยดังกล่าวอาจทำให้เกิดการต่อต้าน แต่หากมีการผลักดันให้เกิดแล้ว ผลอื่น ๆ อาจเกิดตามมา มนุษย์มีแนวโน้มที่จะผลักดันด้านสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น เมื่อมีความรักในสภาพแวดล้อม และรู้ว่า

สภาพแวดล้อมนั้นส่งผลดีต่อตนเอง ซึ่งอยู่ภายใต้แนวคิดของวัฒนธรรมยั่งยืน (Cultural Sustainability) (Green, Shuster, Rhea, Garmestani, & Thurston, 2012; Nassauer, 1997)

บทความฉบับนี้ช่วยสร้างโครงสร้างทางแนวคิดเพื่อเอื้อประโยชน์ให้นักผังเมือง นักภูมิสถาปนิก และประชาชน สามารถเห็นความสำคัญของการใช้หลักฐานเชิงประจักษ์ ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเมืองและภูมิทัศน์ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมกับสุขภาพมนุษย์ ในอนาคต นักวิจัยควรพิจารณาการพัฒนาหลักฐานเชิงประจักษ์ขึ้นต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงหลักฐานเชิงประจักษ์ทางปริมาณให้ออกมาเป็นปัจจัยที่สามารถนำไปใช้ออกแบบได้ ไม่ว่าจะเป็นกรณีศึกษา งานวิจัยผ่านการออกแบบ หรือการประเมินหลังเข้าอยู่อาศัย ซึ่งจะช่วยให้แนวคิดนี้หนักแน่นมากขึ้น จึงควรสื่อสารหลักฐานเชิงประจักษ์ระหว่างมนุษย์และสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

การสร้าง ออกแบบ และปรับปรุงเมืองให้มีความยั่งยืนและดีต่อสิ่งแวดล้อม จะต้องใช้ความร่วมมือกันระหว่างนักวางผังเมือง สถาปนิก ภูมิสถาปนิก วิศวกร และประชาชน ผลการศึกษาเชิงประจักษ์จำนวนมาก ได้แสดงความเชื่อมโยงระหว่างภูมิทัศน์ที่ดีและสุขภาพกายและจิตของมนุษย์ แต่ในขณะเดียวกัน ยังมีช่องว่างทางความรู้จำนวนมากที่ทำให้การนำความรู้เรื่องภูมิทัศน์และสุขภาพมนุษย์ไปใช้ไม่ได้เต็มที่ งานวิจัยชิ้นนี้ประกอบโครงสร้างทางแนวคิดที่ดึงดูดเด่นไปที่กระบวนการสะท้อนกลับที่เกิดขึ้นระหว่างการออกแบบและออกกฎผังสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์ และสภาวะแวดล้อมของชุมชนเมืองผ่านการวิเคราะห์โดยระบบสะท้อนกลับ ซึ่งช่วยสร้างโครงสร้างทางแนวคิดเพื่อใช้หลักฐานเชิงประจักษ์ ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเมืองและภูมิทัศน์ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมกับสุขภาพมนุษย์เป็นการขับเคลื่อนนโยบายและการออกแบบเมืองและภูมิทัศน์ที่ดีต่อระบบนิเวศทั่วโลกต่อไป

เอกสารอ้างอิง

สรรค์ เวสสุนทรเทพ และชัยสิทธิ์ ด่านกิตติกุล. (2557). แนวโน้มการศึกษาภูมิทัศน์วัฒนธรรมในประเทศไทย. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences*, 10(3), 143-164.

References

- Astell-Burt, T., Feng, X., & Kolt, G. S. (2013). Neighbourhood green space and the odds of having skin cancer: multilevel evidence of survey data from 267 072 Australians. *Journal of epidemiology and community health*, jech-2013-203043.
- Phungsunthon, W. (2006). *Guidelines The management of Cultural Landscapes*. Bangkok: Amarinprinting and publishing.

- Board, M. A. (2005). *Millennium ecosystem assessment*. Washington, DC: New Island, 13.
- Carpenter, S. R., Mooney, H. A., Agard, J., Capistrano, D., DeFries, R. S., Díaz, S., . . . Pereira, H. M. (2009). *Science for managing ecosystem services: Beyond the Millennium Ecosystem Assessment*. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(5), 1305-1312.
- Corburn, J. (2009). *Toward the healthy city: people, places, and the politics of urban Planning*. Cambridge: Mit Press.
- Coutts, C., & Hahn, M. (2015). Green Infrastructure, Ecosystem Services, and Human Health. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 12(8), 9768-9798. doi:10.3390/ijerph120809768.
- Dadvand, P., Nieuwenhuijsen, M. J., Esnaola, M., Forns, J., Basagaña, X., Alvarez-Pedrerol, M., . . . Su, J. (2015). Green spaces and cognitive development in primary schoolchildren. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(26), 7937-7942.
- Deming, M. E., & Swaffield, S. (2011). *Landscape architectural research: Inquiry, strategy, design*. Champaign, IL: John Wiley & Sons.
- Donovan, G. H., Michael, Y. L., Gatzolis, D., Prestemon, J. P., & Whitsel, E. A. (2015). Is tree loss associated with cardiovascular-disease risk in the Women's Health Initiative? A natural experiment. *Health & place*, 36, 1-7.
- Dunn, A. D. (2010). Siting green infrastructure: legal and policy solutions to alleviate urban poverty and promote healthy communities. *BC Envtl. Aff. L. Rev.*, 37, 41.
- Dyball, R., & Newell, B. (2014). *Understanding human ecology: a systems approach to Sustainability*. United Kingdom: Routledge.
- Eisenman, T. S. (2013). Frederick Law Olmsted, green infrastructure, and the evolving city. *Journal of Planning History*, 12(4), 287-311.
- Felson, A. J., Bradford, M. A., & Terway, T. M. (2013). Promoting earth stewardship through urban design experiments. *Frontiers in Ecology and the Environment*, 11(7), 6.
- Fischer, J., Dyball, R., Fazey, I., Gross, C., Dovers, S., Ehrlich, P. R., . . . Borden, R. J. (2012). Human behavior and sustainability. *Frontiers in Ecology and the Environment*, 10(3), 153-160.
- Gidlow, C. J., Randall, J., Gillman, J., Smith, G. R., & Jones, M. V. (2016). Natural environments and chronic stress measured by hair cortisol. *Landscape and urban planning*, 148, 61-67.

- Green, O. O., Shuster, W. D., Rhea, L. K., Garmestani, A. S., & Thurston, H. W. (2012). Identification and induction of human, social, and cultural capitals through an experimental approach to stormwater management. *Sustainability*, 4(8), 1669-1682.
- Greene, J. C., Caracelli, V. J., & Graham, W. F. (1989). Toward a conceptual framework for mixed-method evaluation designs. *Educational evaluation and policy analysis*, 11(3), 255-274.
- Gu, Y., Deal, B., & Larsen, L. (2018). Geode sign Processes and Ecological Systems Thinking in a Coupled Human-Environment Context: An Integrated Framework for Landscape Architecture. *Sustainability*, 10(9), 3306.
- Jabareen, Y. (2009). Building a conceptual framework: philosophy, definitions, and procedure. *International Journal of qualitative methods*, 8(4), 49-62.
- Jansen, D. A., & von Sadowsky, V. (2004). Restorative activities of community-dwelling elders Western. *Journal of Nursing Research*, 26(4), 19.
- Jiang, B., Chang, C.-Y., & Sullivan, W. C. (2014). A dose of nature: Tree cover, stress reduction, and gender differences. *Landscape and urban planning*, 132, 26-36.
- Jones, R. E., Davis, K. L., & Bradford, J. (2013). The Value of Trees Factors Influencing Homeowner Support or Protecting Local Urban Trees. *Environment & behavior*, 45(6), 26.
- Kaplan, R., & Kaplan, S. (2011). Anthropogenic/anthropogenerous: Creating environments that help people create better environments. *Landscape and urban planning*, 100, 350-352. doi:10.1016/j.landurbplan.2011.01.016.
- Kardan, O., Gozdyra, P., Misic, B., Moola, F., Palmer, L. J., Paus, T., & Berman, M. G. (2015). Neighborhood greenspace and health in a large urban center. *Scientific reports*, 5.
- Kuo, F. E., & Sullivan, W. C. (2001a). Aggression and violence in the inner city: effects of environment via mental fatigue. *Environment & behavior*, 33(4), 543-571.
- Kuo, F. E., & Sullivan, W. C. (2001b). Environment and crime in the inner city does vegetation reduce crime?. *Environment and Behavior*, 33(3), 343-367.
- Kweon, B.-S., Ulrich, R. S., Walker, V. D., & Tassinary, L. G. (2008). Anger and stress: The role of landscape posters in an office setting. *Environment and Behavior*, 40(3), 355-381.
- Lau, S. S., & Yang, F. (2009). Introducing Healing Gardens into a Compact University Campus: Design Natural Space to Create Healthy and Sustainable Campus. *Landscape Research*, 34(1), 26.

- Lindland, E., Fond, M., Haydon, A., & Kendall-Taylor, N. (2015). *Nature Doesn't Pay My Bills. Mapping the Gaps Between Expert and Public Understandings of Urban Nature and Health*. A FrameWorks Research Report on behalf of the TKF Foundation Washington DC: FrameWorks Institute.
- Mabelis, A. A., & Maksymiuk, G. (2009). Public participation in green urban policy: two strategies compared. *International Journal of Biodiversity Science & Management*, 5(2), 63-75.
- Matsunaga, K., Park, B.-J., Ohno, N., Takechi, A., Kata, C., Usuki, M., . . . Miyazaki, Y. (2009). Effects of Rooftop Forest-like Field on Elderly People Requiring Care - Using sensory evaluation. *Journal of the Japanese Society of Balneology Climatology and Physical Medicine*, 72(4), 256-264.
- Matsuoka, R. H. (2010). Student performance and high school landscapes: Examining the links. *Landscape and urban planning*, 97, 273-282. doi:10.1016/j.landurbplan.2010.06.011.
- Matsuoka, R., & Sullivan, W. C. (2011). Urban nature Human psychological and community health. *Routledge Handbook of Urban Ecology*, 408-423.
- Meehl, G. A., Stocker, T. F., Collins, W. D., Friedlingstein, P., Gaye, T., Gregory, J. M., . . . Noda, A. (2007). *Global climate projections*.
- Miller, D. P. (2011). Associations between the home and school environments and child body mass index. *Social Science & Medicine*, 72(5), 677-684.
- Minsker, B., Baldwin, L., Crittenden, J., Kabbes, K., Karamouz, M., Lansey, K., . . . Parker, J. (2015). Progress and Recommendations for Advancing Performance-Based Sustainable and Resilient Infrastructure Design. *Journal of Water Resources Planning and Management*, A4015006.
- Moore, K. D. (2007). Restorative dementia gardens: exploring how design may ameliorate attention fatigue. *Journal of Housing for the Elderly*, 21(1-2), 73-88.
- Nassauer, J. I. (1997). *Cultural sustainability: aligning aesthetics and ecology*. Island Press.
- Nassauer, J. I. (2004). Monitoring the success of metropolitan wetland restorations: Cultural sustainability and ecological function. *Wetlands*, 24(4), 9.
- Nassauer, J. I. (2011). Care and stewardship: From home to planet. *Landscape and urban planning*, 100(4), 321-323.
- Pilotti, M., Klein, E., Golem, D., Piepenbrink, E., & Kaplan, K. (2015). Is viewing a nature video after

- work restorative? Effects on blood pressure, task performance, and long-term memory. *Environment and Behavior*, 47(9), 947-969.
- Rivera, S., Minsker, B., Lee, J., McHenry, K., Schmidh, A., Sullivan, W. C., . . . Whitton, M. (2013). *A New Framework for Crowd-Sourced Green Infrastructure Design*. University of Illinois.
- Roe, J. J., Thompson, C. W., Aspinall, P. A., Brewer, M. J., Duff, E. I., Miller, D., . . . Clow, A. (2013). Green space and stress: Evidence from cortisol measures in deprived urban communities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 10(9), 4086-4103.
- Srinivasan, S., O'Fallon, L. R., & Dearry, A. (2003). Creating healthy communities, healthy homes, healthy people: initiating a research agenda on the built environment and public health. *American journal of public health*, 93(9), 1446-1450.
- Suppakittpaisarn, P., Jiang, X., & Sullivan, W. C. (2017). *Green Infrastructure, Green Stormwater Infrastructure, and Human Health: A Review*. Current Landscape Ecology Reports, 1-15.
- Suppakittpaisarn, P., Larsen, L., & Sullivan, W. C. (2016). *How Different Do Designers and Laypeople Prefer Green Stormwater Infrastructure?*. Paper presented at the Environmental Design Research Association Raleigh, NC.
- Taylor, M. S., Wheeler, B. W., White, M. P., Economou, T., & Osborne, N. J. (2015). Research note: urban street tree density and antidepressant prescription rates—a cross-sectional study in London, UK. *Landscape and urban planning*, 136, 174-179.
- Thompson, C. W., Roe, J., Aspinall, P., Mitchell, R., Clow, A., & Miller, D. (2012). More green space is linked to less stress in deprived communities: Evidence from salivary cortisol patterns. *Landscape and urban planning*, 105(3), 221-229.
- Thompson, I. (2000). Aesthetic, social and ecological values in landscape architecture: a discourse analysis. *Ethics, Place & Environment*, 3(3), 269-287.
- USEPA. (2015, 11/02/2015). What is Green Infrastructure? Retrieved from <https://www.epa.gov/green-infrastructure/what-green-infrastructure>.
- Van den Berg, A. E., Koole, S. L., & van der Wulp, N. Y. (2003). Environmental preference and restoration: (How) are they related? *Journal of Environmental Psychology*, 23(2), 135-146.
- Ward Thompson, C., & Travlou, P. (2007). *Open space : people space / edited by Catharine Ward Thompson and Penny Travlou*. London, New York : Taylor and Francis, 2007.

- Whitmee, S., Haines, A., Beyrer, C., Boltz, F., Capon, A. G., de Souza Dias, B. F., . . . Head, P. (2015). Safeguarding human health in the Anthropocene epoch: report of The Rockefeller Foundation–Lancet Commission on planetary health. *The Lancet*, 386(10007), 1973-2028.
- Wolch, J., Jerrett, M., Reynolds, K., McConnell, R., Chang, R., Dahmann, N., . . . Berhane, K. (2011). Childhood obesity and proximity to urban parks and recreational resources: a longitudinal cohort study. *Health & place*, 17(1), 207-214.

อัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและสันทนาการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Financial Ratios that Influencing Dividend Yield of the Tourism and Leisure Group Listed in the Stock Exchange of Thailand

ทาริกา แยมะมัง

กฤติกา ตาไฟ เกวลี พลแก้ว นันทิกานต์ วิรุณญะ

ยุพาพิน ศิลป์ขจรชัย และวาโยน วิทยเบญจงค์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Tarika Yamkamang,

Krittika Tafhai, Keawalee Phonkaew, Nantikan Wirunya,

Yupapin Sinkajonchai and Wayoon Witayabenjang

Kasetsart University

Received 23 January 2018

Revised 28 February 2018

Accepted 9 March 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและสันทนาการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ขอบเขตของการวิจัยในครั้งนี้คือการศึกษาค้นคว้าอัตราส่วนทางการเงิน ได้แก่ อัตราส่วนวัดสภาพคล่อง อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน อัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน และอัตราเงินปันผลตอบแทนของกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและสันทนาการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งหมดจำนวน 11 บริษัทซึ่งศึกษาในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2555-2559 โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า อัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทน ได้แก่ อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย และอัตราการจ่ายเงินปันผล อัตราส่วนทางการเงินที่ไม่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทน ได้แก่ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ระยะเวลาสั้นเฉลี่ยในการเรียกเก็บหนี้ อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้า อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม

คำสำคัญ: อัตราส่วนทางการเงิน, อัตราเงินปันผล, ตลาดหลักทรัพย์

ABSTRACT

This researched investigates for studying financial ratios that influencing dividend yield of the tourism and leisure group listed in the stock exchange of Thailand. The scope of this research is to study the financial ratios data, namely Liquidity Ratio, Profitability Ratio, Efficiency Ratio, Leverage Ratio and Dividend Yield of 11 companies of the tourism and leisure group listed in the stock exchange of Thailand. The period of this study is between the years 2012 to 2016. The statistics used to analyze data include Descriptive Statistic, and Simple Regression Analysis. The result of the research found that Quick Ratio, Gross Profit Margin, Operating Profit Margin, Net Profit Margin, Total Asset Turnover Ratio, Debt to Equity ratio, Interest coverage Ratio and Dividend Payout Ratio have effect to Dividend Yield. Current Ratio, Account Receivable Turnover, Average Collection Period, Inventory Turnover, Inventory Turnover Period, Return on Equity and Return on Assets haven't affected to Dividend Yield.

Keywords: Financial ratios, Dividend yield, Stock exchange

บทนำ

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นสถาบันที่มีความสำคัญในตลาดทุน จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นศูนย์กลางการซื้อขายหลักทรัพย์จดทะเบียนระหว่างผู้ระดมทุนและนักลงทุน ซึ่งในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้มีการจัดแบ่งหลักทรัพย์ตามกลุ่มหมวดหมู่อุตสาหกรรมไว้ทั้งหมด 8 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน กลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี โดยในแต่ละกลุ่มได้มีการแบ่งเป็นกลุ่มย่อย ๆ อีกเช่น กลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ได้แบ่งออกเป็น 6 กลุ่มย่อยคือ กลุ่มพาณิชย์ กลุ่มการแพทย์ กลุ่มสื่อและสิ่งพิมพ์ กลุ่มบริการเฉพาะกิจ กลุ่มการท่องเที่ยวและสันทนาการ และกลุ่มขนส่งและโลจิสติกส์

โดยในปัจจุบันกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม ของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เพราะเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน รัฐบาลไทยจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ รัฐบาลจึงมีการสนับสนุนและผลักดันกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ โดยการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติและยุทธศาสตร์

การท่องเที่ยวต่าง ๆ ออกมา ส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวมีการเติบโตของตลาดทุนสูงขึ้น ทำให้สามารถดึงดูดนักลงทุนเข้ามาลงทุนทั้งนักลงทุนสถาบันและรายย่อยที่ต้องการผลตอบแทนในรูปเงินปันผล กำไรจากการขายหลักทรัพย์ หรือผลประโยชน์อื่นจากการถือครองหลักทรัพย์

อย่างไรก็ตามการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เพื่อให้ได้อัตราเงินปันผลตอบแทนตามที่ต้องการ ผู้ลงทุนจำเป็นต้องมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผลประกอบการของบริษัท โดยพิจารณาจากปัจจัยในหลาย ๆ ส่วน ซึ่งการวิเคราะห์งบการเงินถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพิจารณาโดยจะอาศัยงบการเงินทั้งในปัจจุบันและอดีตของบริษัทเพื่อประเมินถึงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของบริษัท และมีการใช้อัตราส่วนทางการเงินมาเป็นเครื่องมือช่วยในการเปรียบเทียบรายการต่าง ๆ ในงบการเงิน

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและสันทนาการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากอัตราส่วนทางการเงินเป็นปัจจัยที่อยู่ภายใต้การควบคุมและเกี่ยวเนื่องกับการดำเนินงานของกิจการ ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทที่มีการจ่ายเงินปันผลในอัตราที่สูงได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการลงทุนและปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการจ่ายเงินปันผลแก่นักลงทุนในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและสันทนาการและกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากฎเกณฑ์ในการคัดกรองบริษัทจดทะเบียน และวางแผนการพัฒนาความก้าวหน้าของตลาดทุนไทย

ทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางการเงิน ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก คือ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องผลการวิจัยอิทธิพลระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางการเงิน และกรอบแนวคิดการวิจัย

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดโครงสร้างทางการเงินแต่ละทฤษฎีต่างมีข้อกำหนดและบริบทในการประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกันไป ในการวิจัยนี้ได้ใช้ทฤษฎีตัวแทนและทฤษฎีการจัดหาตามลำดับเป็นแนวทางในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดโครงสร้างทางการเงิน และผลของโครงสร้างทางการเงินต่อมูลค่ากิจการ ดังนี้ (สุภาวลัย วงศ์ใหญ่, เนตรดาว ชัยเขต, และดวงกมล นีรพัฒน์กุล, 2560; อาษาคณ สุวรรณพฤษ, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, และนิรนาท แก้วประเสริฐ ระฆังทอง, 2557)

ทฤษฎีตัวแทน เสนอว่า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ถือหุ้นและผู้จัดการที่เกิดจากการแบ่งแยกระหว่างความเป็นเจ้าของและการควบคุมกิจการ โดยผู้จัดการทำหน้าที่เป็นตัวแทนของเจ้าของกิจการและต้องบริหารกิจการโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้เป็นเจ้าของกิจการเป็นหลัก แต่เป้าหมายในการดำเนินงานของผู้จัดการอาจไม่สอดคล้องกับเป้าหมายของเจ้าของกิจการเสมอไป ในบางครั้งผู้จัดการอาจบริหารกิจการเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัวส่งผลให้เจ้าของกิจการจำเป็นต้องทางบวกต่อมูลค่ากิจการ) ด้วยการลดกระแสเงินสดอิสระที่ผู้จัดการสามารถ

นำไปใช้เพื่อตอบสนองเป้าหมายหรือผลประโยชน์ของตนเอง ส่วนคุณลักษณะกิจการที่มีผลต่อโครงสร้างทางการเงินตามทฤษฎีตัวแทน เสนอว่า ผลการดำเนินงาน สินทรัพย์มีตัวตนและสภาพคล่องมีอิทธิพลทางบวกต่อการมีหนี้สิน แต่ความเสี่ยงมีอิทธิพลทางลบต่อการมีหนี้สินเนื่องจากกิจการที่มีผลการดำเนินงานและสภาพคล่องสูงจะมีกระแสเงินสดอิสระมาก การมีหนี้สินจะช่วยลดกระแสเงินสดอิสระ และช่วยเป็นกลไกในการกำกับดูแลกิจการ ส่งผลให้ผู้จัดการเลือกลงทุนในโครงการที่ช่วยให้มูลค่าของกิจการสูงขึ้น แทนการลงทุนเพื่อตอบสนองเป้าหมายส่วนตัว สำหรับสินทรัพย์มีตัวตนนั้น สามารถลดปัญหาตัวแทนระหว่างเจ้าของและเจ้าหนี้เนื่องจากสินทรัพย์มีตัวตนสามารถใช้เป็นหลักประกันได้ เจ้าหนี้จึงเรียกร้องผลตอบแทนจากการให้กู้เงินน้อยลง แต่กิจการที่มีความเสี่ยงทางธุรกิจสูง ไม่ควรเพิ่มความเสี่ยงทางการเงินด้วยการก่อหนี้เพิ่มขึ้นอีก (Jensen & Meckling, 1976; Tudose, 2012) สร้างกลไกในการกำกับดูแลกิจการ เพื่อจูงใจและกำกับให้ผู้จัดการบริหารกิจการเพื่อเพิ่มมูลค่าของกิจการ ทำให้เกิดต้นทุนตัวแทนที่ประกอบด้วยต้นทุนในการจูงใจผู้จัดการให้ดำเนินงานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กิจการ ต้นทุนกำกับดูแลและตรวจสอบการทำงานของผู้จัดการ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้จัดการบริหารกิจการเพื่อประโยชน์ส่วนตัว ดังนั้น การมีหนี้สินจึงช่วยลดต้นทุนตัวแทน (โครงสร้างทางการเงินที่มีหนี้สินมีผล (สุภาวลัย วงศ์ใหญ่, เนตรดาว ชัยเขต, และดวงกมล นีรพัฒน์กุล, 2560; อาษาณ์ สุวรรณพฤกษ์, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, และนิรนาท แก้วประเสริฐ ระฆังทอง, 2557)

ทฤษฎีการจัดหาตามลำดับ เสนอว่ากิจการมีลำดับของการจัดหาเงินทุน โดยเมื่อกิจการมีความต้องการใช้เงินทุน กิจการจะใช้แหล่งเงินทุนภายในกิจการจากกำไรสะสมก่อน หากกำไรสะสมของกิจการมีไม่เพียงพอ กิจการจึงจะระดมทุนด้วยการก่อหนี้สิน และระดมเงินทุนจากส่วนของเจ้าของเพิ่มเป็นลำดับสุดท้าย เนื่องจากการใช้เงินทุนภายในจากกำไรสะสมในการลงทุนโครงการต่าง ๆ ถือว่ามีต้นทุนในการระดมเงินทุนต่ำที่สุดและใช้เวลาในการดำเนินงานสั้นที่สุด แต่การระดมเงินทุนจากภายนอกจะมีต้นทุนระดมเงินทุนสูงกว่าและใช้เวลาดำเนินการนานกว่าการระดมเงินทุนจากภายในกิจการ ทั้งนี้การระดมเงินทุนด้วยการออกหุ้นสามัญใหม่จะมีต้นทุนสูงกว่าและใช้เวลาดำเนินการนานกว่าการระดมเงินทุนจากเจ้าหนี้ ดังนั้นโครงสร้างทางการเงินที่มีหนี้สินจึงมีผลทางบวกต่อมูลค่ากิจการ ส่วนคุณลักษณะของกิจการที่มีผลต่อการกำหนดโครงสร้างทางการเงิน ทฤษฎีการจัดหาตามลำดับ เสนอว่า ผลการดำเนินงานสภาพคล่องและความเสี่ยงมีอิทธิพลทางลบต่อการมีหนี้สิน ส่วนสินทรัพย์มีตัวตนมีอิทธิพลทางบวกต่อการมีหนี้สิน เนื่องจากกิจการที่มีกำไรหรือสภาพคล่องสูง จะมีแหล่งเงินทุนภายในกิจการเพียงพอต่อการลงทุน ส่งผลให้ก่อหนี้ลดลง ส่วนกิจการที่มีความเสี่ยงทางธุรกิจสูง มีโอกาสที่จะประสบปัญหาทางการเงินสูง จึงไม่ควรเพิ่มความเสี่ยงด้วยการก่อหนี้เพิ่มอีก แต่สินทรัพย์มีตัวตนสามารถใช้เป็นหลักประกันได้ จึงช่วยให้กิจการมีความสามารถในการก่อหนี้เพิ่มขึ้นได้ (Myers, 1984; Tudose, 2012)

อิทธิพลระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางการเงินถึงแม้ว่าแต่ละทฤษฎีจะมีข้อสรุปว่าคุณลักษณะเฉพาะของกิจการมีอิทธิพลต่อโครงสร้างทางการเงิน และโครงสร้างทางการเงินมีอิทธิพลต่อมูลค่ากิจการ แต่จากการทบทวนบทความวิจัยที่ศึกษาอิทธิพลระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางการเงินที่

ตีพิมพ์ระหว่างปี พ.ศ. 2553 - พ.ศ. 2558 พบว่า ผลการวิจัยพบอิทธิพลระหว่างตัวแปรมีทั้งในทิศทางบวก ลบและไม่มีอิทธิพล ทั้งนี้ สรุปผลการทบทวนบทความวิจัยประกอบด้วยอิทธิพลของผลการดำเนินงาน สิ้นทรัพย์มีตัวตน สภาพคล่อง และความเสี่ยงต่อโครงสร้างทางการเงิน และอิทธิพลของโครงสร้างทางการเงินต่อมูลค่ากิจการ ดังนี้

อิทธิพลของผลการดำเนินงานต่อโครงสร้างทางการเงิน งานวิจัยกลุ่มแรกสรุปว่าผลการดำเนินงานมีผลบวกต่อโครงสร้างทางการเงินตามข้อเสนอของทฤษฎีตัวแทน ซึ่งการศึกษากิจการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของสหรัฐอเมริกา (Dang, Kim, & Shin, 2014; Pornsiti, Pandej, & Yixin, 2012) และธุรกิจขนาดย่อมของนิวซีแลนด์ (Wellalage & Locke, 2015) พบว่าผลการดำเนินงานมีผลบวกต่อหนี้สินรวม นอกจากนี้ การศึกษากิจการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของไนจีเรีย ก็พบว่า ผลการดำเนินงานส่งผลบวกต่อหนี้สินระยะสั้น (Oino & Ukaegbu, 2015) แต่การวิจัยส่วนใหญ่สรุปว่า ผลการดำเนินงานมีผลลบต่อโครงสร้างทางการเงินตามข้อเสนอของทฤษฎีการจัดหาตามลำดับ โดยการศึกษากิจการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใน 36 ประเทศ (Arosa, Richie, & Schuhmann, 2014) และในไต้หวัน (Yang, Lee, Gu, & Lee, 2010) พบว่า ผลการดำเนินงานส่งผลลบต่อหนี้สินระยะยาว ส่วนการศึกษาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน 7 ประเทศของทวีปยุโรป พบว่า ผลการดำเนินงานมีผลต่อหนี้สินระยะสั้นและระยะยาว (Mateev, Poutziouris, & Ivanov, 2013) อีกทั้งการศึกษากิจการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของสหรัฐอเมริกา (Danis, Rettl, & Whited, 2014) มาเลเซีย (Ebrahim, Girma, Shah, & Williams, 2014) ไนจีเรีย (Ukaegbu & Oino, 2014) จีนและไต้หวัน (Liang, Fang Li, & Song, 2014) ก็พบว่าผลการดำเนินงานส่งผลลบต่อหนี้สินรวม ทั้งนี้ บางงานวิจัยยังพบว่าผลการดำเนินงานส่งผลลบต่อทั้ง หนี้สินระยะสั้น ระยะยาวและหนี้สินรวมอีกด้วย (Alipour, Mohammadi, & Derakhshan, 2015; Handoo & Sharma, 2014; Lemma & Negash, 2014) อย่างไรก็ตาม การศึกษา กิจการในอุตสาหกรรมเกษตรของสาธารณรัฐเช็ก พบว่าผลการดำเนินงานไม่มีผลต่อหนี้สินระยะสั้น ระยะยาว และหนี้สินรวม (Aulová & Hlavsa, 2013) ส่วนการศึกษากิจการที่จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์ใน 19 ประเทศ (Fauver & McDonald, 2015) และใน 7 ประเทศที่นับถือศาสนาอิสลามและ 9 ประเทศ ที่นับถือศาสนาอื่น ๆ (Gunn & Shackman, 2014)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัยคือการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)
2. ขอบเขตการวิจัยคืออัตราส่วนทางการเงิน ได้แก่ อัตราส่วนวัดสภาพคล่อง อัตราส่วนแสดงความสามารถในการทำกำไร อัตราส่วนแสดงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และอัตราส่วนวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (ณัฐชรัตน์ สิ้นรุชัย และณัฐกานต์ แหวนเพชร, 2559)

3. ประชากรที่เลือกใช้ในการวิจัย ได้แก่ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในหมวดธุรกิจการท่องเที่ยวและสันทนาการจำนวนทั้งหมด 11 บริษัท โดยใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2555 – 2559 (ณัฐชรัตน์ สีนุชชัย และณัฐกานต์ แหวนเพชร, 2559)

4. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน ได้แก่ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาถัวเฉลี่ยในการเรียกเก็บหนี้ อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้า อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย อัตราการจ่ายเงินปันผล และอัตราเงินปันผลตอบแทน (ณัฐชรัตน์ สีนุชชัย และณัฐกานต์ แหวนเพชร, 2559)

5. มาตรฐานในการวิจัยครั้งนี้ คือ มาตรฐานอัตราส่วน (Ratio Scale) ได้แก่ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ ระยะเวลาถัวเฉลี่ยในการเรียกเก็บหนี้ อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้า อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย อัตราการจ่ายเงินปันผล และอัตราเงินปันผลตอบแทน (ณัฐชรัตน์ สีนุชชัย และณัฐกานต์ แหวนเพชร, 2559)

6. วิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การรวบรวมจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลงบการเงินประจำปี หมายเหตุประกอบงบการเงินและแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีของบริษัทจำนวนประชากรทั้งหมด 11 บริษัท ในปี พ.ศ. 2555 - 2559 โดยได้รวบรวมข้อมูลผ่านทาง market.sec.or.th (ณัฐชรัตน์ สีนุชชัย และณัฐกานต์ แหวนเพชร, 2559)

7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบลักษณะโดยทั่วไปของตัวแปรที่เก็บรวบรวมได้ จะนำเสนอด้วยค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ของแต่ละตัวแปร และ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอนุมานในการวิจัย จะใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ (X) และตัวแปรตาม (Y) สมการถดถอยอยู่ในรูปเส้นตรง (ณัฐชรัตน์ สีนุชชัย และณัฐกานต์ แหวนเพชร, 2559)

8. การวิเคราะห์ข้อมูล เริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงบการเงินจากกลุ่มประชากรทั้ง 11 บริษัท ในช่วงปี พ.ศ. 2555 – 2559 นำข้อมูลที่ได้จากงบการเงินมาคำนวณหาอัตราส่วนทางการเงินแล้วนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปคำนวณสถิติ และนำค่าของอัตราส่วนทางการเงินนั้นมาทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย ใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปมาช่วยในการ

คำนวณ ค่าทางสถิติ สุดท้ายคือ นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ดังกล่าวมาอธิบาย (ณัฐชรัตน์ สันธชัย และณัฐกานต์ แหวนเพชร, 2559)

ผลการทดลองและวิจารณ์

1. การศึกษาอัตราเงินปันผลตอบแทนของกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและสันทนาการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้ง 11 บริษัท พบผลลัพธ์จากการศึกษาดังนี้

(1) ในปี 2555 พบว่าอัตราเงินปันผลตอบแทนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.3400 ค่าสูงสุดเท่ากับ 3.33 เป็นข้อมูลของบริษัทโอเอชทีแอล จำกัด (มหาชน) และค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.00 เป็นข้อมูลของบริษัท ดี เอราวัณ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัทแกรนด์แอสเสท โอเทลส์แอนด์พรอพเพอร์ตี้ จำกัด(มหาชน) และบริษัท แมนดารินโอเทล จำกัด (มหาชน) เนื่องจากบางบริษัทมีขาดทุนสุทธิจากการดำเนินงาน จึงไม่ได้มีการประกาศจ่ายเงินปันผลในปีนั้น ๆ

(2) ในปี 2556 พบว่าอัตราเงินปันผลตอบแทนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.7055 ค่าสูงสุดเท่ากับ 6.25 เป็นข้อมูลของบริษัทแซงกรี-ลา โอเทล จำกัด (มหาชน) และค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.00 เป็นข้อมูลของบริษัท แกรนด์แอสเสท โอเทลส์แอนด์พรอพเพอร์ตี้ จำกัด(มหาชน) และบริษัท แมนดารินโอเทล จำกัด (มหาชน) เนื่องจากบางบริษัทมีขาดทุนสุทธิจากการดำเนินงาน จึงไม่ได้มีการประกาศจ่ายเงินปันผลในปีนั้น ๆ

(3) ในปี 2557 พบว่าอัตราเงินปันผลตอบแทน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.4582 ค่าสูงสุดเท่ากับ 4.49 เป็นข้อมูลของบริษัทเอเชียโอเทล จำกัด (มหาชน) และค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.00 เป็นข้อมูลของบริษัท แมนดารินโอเทล จำกัด (มหาชน) เนื่องจากบางบริษัทมีขาดทุนสุทธิจากการดำเนินงาน จึงไม่ได้มีการประกาศจ่ายเงินปันผลในปีนั้น ๆ

(4) ในปี 2558 พบว่าอัตราเงินปันผลตอบแทน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.1291 ค่าสูงสุดเท่ากับ 4.20 เป็นข้อมูลของบริษัทเอเชียโอเทล จำกัด (มหาชน)และค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.00 เป็นข้อมูลของบริษัท แกรนด์แอสเสท โอเทลส์แอนด์พรอพเพอร์ตี้ จำกัด(มหาชน) บริษัท แมนดารินโอเทล จำกัด (มหาชน) และ บริษัทโรงแรมรอยัล ออคิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เนื่องจากบางบริษัทมีขาดทุนสุทธิจากการดำเนินงาน จึงไม่ได้มีการประกาศจ่ายเงินปันผลในปีนั้น ๆ

(5) ในปี 2559 พบว่าอัตราเงินปันผลตอบแทนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.1327 ค่าสูงสุดเท่ากับ 3.13 เป็นข้อมูลของบริษัทแซงกรี-ลา โอเทล จำกัด (มหาชน) และค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.00 เป็นข้อมูลของบริษัท แกรนด์แอสเสท โอเทลส์แอนด์พรอพเพอร์ตี้ จำกัด(มหาชน) บริษัท แมนดารินโอเทล จำกัด (มหาชน) และ บริษัท โรงแรมรอยัล ออคิต (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) เนื่องจากบางบริษัทมีขาดทุนสุทธิจากการดำเนินงาน จึงไม่ได้มีการประกาศจ่ายเงินปันผลในปีนั้น ๆ

2. การศึกษาอัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและ
สันทนาการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสำหรับการทดสอบความมีผลของตัวแปรด้วยการ
วิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) พบผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 จากการศึกษาจะพบว่าอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนไม่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทน
เนื่องจากให้ค่า Sig. ที่ 0.085 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นสมมติฐานนี้ยอมรับ H_0 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ
แก้วมณี อุทัยรัมย์ และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ (2557) ที่ได้ทำการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทาง
การเงินทั้ง 20 อัตราส่วน กับผลตอบแทนที่คาดหวังของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 จากการศึกษาจะพบว่าอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วมีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทน
เนื่องจากให้ค่า Sig. ที่ 0.027 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอยู่ใน
ระดับต่ำ เนื่องจาก R Square ที่ 0.298 ดังนั้นสมมติฐานนี้ยอมรับ H_1 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของแก้วมณี
อุทัยรัมย์ และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงิน
ทั้ง 20 อัตราส่วนกับผลตอบแทนที่คาดหวังของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม
อุตสาหกรรมเทคโนโลยี

สมมติฐานที่ 3 จากการศึกษาจะพบว่าอัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ไม่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทน
เนื่องจากให้ค่า Sig. ที่ 0.912 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นสมมติฐานนี้ยอมรับ H_0 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ
แก้วมณี อุทัยรัมย์ และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทาง
การเงินทั้ง 20 อัตราส่วน กับผลตอบแทนที่คาดหวังของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 4 จากการศึกษาจะพบว่าระยะเวลาถัวเฉลี่ยในการเรียกเก็บหนี้ไม่มีผลต่ออัตราเงินปัน
ผลตอบแทนเนื่องจากให้ค่า Sig. ที่ 0.193 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นสมมติฐานนี้ยอมรับ H_0 ผลตอบแทน ซึ่ง
สอดคล้องกับงานวิจัยของแก้วมณี อุทัยรัมย์ และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์
ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินทั้ง 20 อัตราส่วน กับผลตอบแทนที่คาดหวังของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาด
หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 5 จากการศึกษาจะพบว่าอัตรากำไรสุทธิของสินค้าคงเหลือไม่มีผลต่ออัตราเงินปัน
ผลตอบแทนเนื่องจากให้ค่า Sig. ที่ 0.236 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นสมมติฐานนี้ยอมรับ H_0 ซึ่งสอดคล้องกับ
งานวิจัยของแก้วมณี อุทัยรัมย์ และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่าง
อัตราส่วนทางการเงินทั้ง 20 อัตราส่วน กับผลตอบแทนที่คาดหวังของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 6 จากการศึกษาจะพบว่าระยะเวลาในการจำหน่าย (ขาย) สินค้าไม่มีผลต่ออัตราเงินปัน
ผลตอบแทนเนื่องจากให้ค่า Sig. ที่ 0.295 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 ดังนั้นสมมติฐานนี้ยอมรับ H_0 ซึ่งไม่สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ แก้วมณี อุทิมรัมย์ และกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ (2557) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินทั้ง 20 อัตราส่วน กับผลตอบแทนที่คาดหวังของบริษัทที่จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 7 จากการศึกษาจะพบว่าอัตรากำไรขั้นต้นมีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนเนื่องจากให้ค่า Sig. ที่ 0.000 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.05 อัตรากำไรขั้นต้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจาก R Square ที่ 0.233 ดังนั้นสมมติฐานนี้ยอมรับ H1 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กลุสกา เสกตระกูล (2556) กล่าวคือ ในภาพรวมทั้งหมดของกลุ่ม Profitability Ratios อัตราส่วนที่สูงขึ้นของกลุ่มนี้ หมายถึง ความสามารถในการทำกำไรของกิจการจะสูงขึ้น และมีโอกาสจะได้เงินปันผลตอบแทนกลับมา

สมมติฐานที่ 8 จากการศึกษาจะพบว่าอัตรากำไรจากการดำเนินงานมีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนเนื่องจากให้ค่า Sig. ที่ 0.047 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.05 อัตรากำไรจากการดำเนินงานมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจาก R Square ที่ 0.073 ดังนั้นสมมติฐานนี้ยอมรับ H1 สอดคล้องกับแนวคิดของกลุสกา เสกตระกูล (2556) กล่าวคือ ในภาพรวมทั้งหมดของกลุ่ม Profitability Ratios อัตราส่วนที่สูงขึ้นของกลุ่มนี้ หมายถึง ความสามารถในการทำกำไรของกิจการจะสูงขึ้น และมีโอกาสจะได้เงินปันผลตอบแทนกลับมา

สมมติฐานที่ 9 จากการศึกษาจะพบว่าอัตราภาษีมีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนเนื่องจากให้ค่า Sig. ที่ 0.040 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.05 สมการมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากค่า R Square ที่ 0.077 ดังนั้นสมมติฐานนี้ยอมรับ H1 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แก้วมณี อุทิมรัมย์ และกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ (2557) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินทั้ง 20 อัตราส่วน กับผลตอบแทนที่คาดหวังของบริษัทที่จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 10 จากการศึกษาจะพบว่าอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นไม่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนเนื่องจากให้ค่า Sig. ที่ 0.380 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 ดังนั้นสมมติฐานนี้ยอมรับ H0 ซึ่ง ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เขมณัฐสิดา โชติสินธิ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับการจ่ายเงินปันผลสำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET100

สมมติฐานที่ 11 จากการศึกษาจะพบว่าอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมไม่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนเนื่องจากให้ค่า Sig. ที่ 0.617 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 ดังนั้นสมมติฐานนี้ยอมรับ H0 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรติขา อินทาบัจ (2559) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการจ่ายเงินปันผลและศึกษาปัจจัยที่กำหนดการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 50 บริษัท ระหว่างปีพ.ศ. 2553-2558

สมมติฐานที่ 12 จากการศึกษาจะพบว่าอัตรากำไรรวมของสินทรัพย์รวมมีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนเนื่องจากให้ค่า Sig. ที่ 0.001 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.05 อัตราการกำไรรวมของสินทรัพย์รวมมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจาก R Square ที่ 0.181 ดังนั้น สมมติฐานนี้ยอมรับ H1 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ แก้วมณี อุทิมรัมย์ และกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ (2557) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินทั้ง 20 อัตราส่วน กับผลตอบแทนที่คาดหวังของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 13 จากการศึกษาจะพบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนมีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนเนื่องจากให้ค่า Sig. ที่ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 อัตราส่วนหนี้สินต่อทุนมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอยู่ในระดับต่ำเนื่องจากค่า R Square ที่ 0.200 ดังนั้นสมมติฐานนี้ยอมรับ H1 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเชมณัฐลีดา โชตินลินทิพย์ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับการจ่ายเงินปันผลสำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET100

สมมติฐานที่ 14 จากการศึกษาจะพบว่าความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยมีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนเนื่องจากให้ค่า Sig. ที่ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากค่า R Square ที่ 0.141 ดังนั้นสมมติฐานนี้ยอมรับ H1 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กฤษฏา เสกตระกูล (2556) กล่าวคือ อัตราส่วนวัดความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยเป็นการวัดว่าบริษัทมีความสามารถในการจ่ายค่าใช้จ่ายทางการเงินมากน้อยเพียงใด

สมมติฐานที่ 15 จากการศึกษาจะพบว่าอัตราการจ่ายเงินปันผลมีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนเนื่องจากให้ค่า Sig. ที่ 0.049 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 อัตราการจ่ายเงินปันผลมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอยู่ในระดับต่ำเนื่องจากค่า R Square ที่ 0.071 ดังนั้นสมมติฐานนี้ยอมรับ H1 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เพชร ชุมทรัพย์ (2544) กล่าวคือ หากกำไรของบริษัทสูงขึ้นมีผลทำให้เงินปันผลและราคาหุ้นสูงขึ้นด้วย

สรุปผลและเสนอแนะ

จากการศึกษาอัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและสันทนาการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า อัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทน ได้แก่ อัตราส่วนทุนหมุนเวียนเร็ว อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรจากการดำเนินงาน อัตรากำไรสุทธิ อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย และอัตราการจ่ายเงินปันผล อัตราส่วนทางการเงินที่ไม่มีผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทน ได้แก่ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ระยะเวลาล่วงเลยในการเรียกเก็บหนี้ อัตราการหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้า อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งนี้

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัทที่มีการจ่ายเงินปันผลในอัตราที่สูงได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมสำหรับผู้สนใจลงทุนในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการลงทุนและปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการจ่ายเงินปันผลแก่นักลงทุนในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและสันทนาการและกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ
3. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนานักฎเกณฑ์ในการคัดกรองบริษัทจดทะเบียน และวางแผนการพัฒนาความก้าวหน้าของตลาดทุนไทย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ในการทำวิจัยครั้งต่อไปอาจนำปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้มาทำการศึกษาร่วมด้วย เช่น ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา เสกตระกูล. (2556). การวิเคราะห์งบการเงิน (Online). สืบค้น 24 ธันวาคม 2560. จาก <https://www.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/AttachFile1472551305959.pdf>.
- แก้วมณี อุทัยมัย และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินทิ. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับผลตอบแทนที่คาดหวังของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- เขมณัฐลิตา โชตินสินทิพย์. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับการจ่ายเงินปันผล สำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET100 (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฐรัตน์ สินธุชัย และณัฐกานต์ แหวนเพชร. (2559). ประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มธุรกิจการแพทย์และธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์. *EAU Heritage Journal Social Science and Humanities*, 6(2), 111-120.
- เพชร ชุมทรัพย์. (2544). *หลักการลงทุน*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภาวลัย วงศ์ใหญ่, เนตรดาว ชัยเขต, และดวงกมล นีรพัฒน์กุล. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างเงินทุนกับมูลค่าบริษัทกรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี*, 1(3), 1-17.
- อรทิชา อินทาบัจ. (2559). พฤติกรรมการจ่ายเงินปันผลและศึกษาปัจจัยที่กำหนดการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อาษาณ์ สุวรรณพฤกษ์, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, และนิรนาท แก้วประเสริฐ ระฆังทอง. (2557). อิทธิพลของกระแสเงินสดอิสระ มูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์ และมูลค่าเพิ่มทางการตลาดที่ส่งผลต่อราคาของหลักทรัพย์ การศึกษาเชิงประจักษ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET 100. *WMS Journal of Management Walailak University*, 3(2), 57-65.

References

- Alipour, M., Mohammadi, M. F. S., & Derakhshan, H. (2015). Determinants of capital structure: an empirical study of firms in Iran. *International Journal of Law and Management*, 57(1), 53-83.
- Arosa, C. M. V., Richie, N., & Schuhmann, P. W. (2014). The impact of culture on market timing in capital structure choices. *Research in International Business and Finance*, 31, 178-192.
- Aulová, R., & Hlavsá, T. (2013). Capital Structure of Agricultural Businesses and its Determinants. *Agris On-Line Papers in Economics & Informatics*, 5(2), 23-36.
- Dang, V. A., Kim, M., & Shin, Y. (2014). Asymmetric adjustment toward optimal capital structure: Evidence from a crisis. *International Review of Financial Analysis*, 33, 226-242.
- Danis, A., Rettl, D. A., & Whited, T. M. (2014). Refinancing, profitability, and capital structure. *Journal of Financial Economics*, 114(3), 424-443.
- Ebrahim, M. S., Girma, S., Shah, M. E., & Williams, J. (2014). Dynamic capital structure and political patronage: The case of Malaysia. *International Review of Financial Analysis*, 31, 117-128.
- Fang, L., Gong, J., Wang, Y., Liu, R., Li, Z., Wang, Z., ... & Ting, J. P. Y. (2014). MICAVB expression is inhibited by unfolded protein response and associated with poor prognosis in human hepatocellular carcinoma. *Journal of Experimental & Clinical Cancer Research*, 33(1), 76.
- Fauver, L., & McDonald, M. B. (2015). Culture, agency costs, and governance: International evidence on capital structure. *Pacific-Basin Finance Journal*, 34, 1-23.
- Gunn, T., & Shackman, J. (2014). A comparative analysis of the implications of the Islamic religion on corporate capital structures of firms in emerging market countries. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 7(3), 277-287.
- Handoo, A., & Sharma, K. (2014). A study on determinants of capital structure in India. *IIMB Management review*, 26(3), 170-182.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. F. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Lemma, T. T., & Negash, M. (2014). Determinants of the adjustment speed of capital structure. *Journal of Applied Accounting Research*, 15(1), 64-99.

- Mateev, M., Poutziouris, P., & Ivanov, K. (2013). On the determinants of SME capital structure in Central and Eastern Europe: A dynamic panel analysis. *Research in International Business and Finance*, 27(1), 28-51.
- Oino, I., & Ukaegbu, B. (2014). The determinants of capital structure: A comparison of financial and non-financial firms in a regulated developing country–Nigeria. *African Journal of Economic and Management Studies*, 5(3), 341-368.
- Oino, I., & Ukaegbu, B. (2015). The impact of profitability on capital structure and speed of adjustment: An empirical examination of selected firms in Nigerian Stock Exchange. *Research in International Business and Finance*, 35, 111-121.
- Pornsit, J., Pandej, C., & Yixin, L. (2012). Capital structure, CEO dominance, and corporate performance. *Journal of financial services research : JFSR*, 42(3), 139-158.
- Tudose, M. B. (2012). Corporate finance theories. Challenges and trajectories. *Management & Marketing*, 7(2), 277.
- Wellalage, N. H., & Locke, S. (2015). Impact of ownership structure on capital structure of New Zealand unlisted firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(1), 127-142.
- Yang, C. C., Lee, C. F., Gu, Y. X., & Lee, Y. W. (2010). Co-determination of capital structure and stock returns—A LISREL approach: An empirical test of Taiwan stock markets. *The quarterly review of economics and finance*, 50(2), 222-233.

Factors that Affect Online Customer Experience (OCE) Satisfaction and Loyalty in Clothing E-Retail in Thailand Market

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าสำหรับร้านค้าเสื้อผ้าออนไลน์ในตลาดประเทศไทย

Received 31 January 2018

Revised 8 March 2018

Accepted 19 March 2018

Nutt Pongchalerm,

Sirichai Fonseka

and Siriwan Kitcharoen

Assumption University

Abstract

Recently, Thai consumer behaviors have been changing in everyday following society, materialism as well as social value. The finding indicates that online trading has a tendency to be grown up dramatically. Thai people would spend time through E-retail channel for trading and even updating the trends. Definitely, buying decision making process are significant method used by marketers to identify and track the decision making process of a customer's perception and even a journey from start to finish. However, journey from start to finish. However, there are several factors that affect Online Customer Experience and their impact on satisfaction, even the influence of gender on the OCE satisfaction-loyalty chain.

OCE dimensions are drawn from the literature and adapted by using two samples (35 online researches and 361 offline) of experienced toward online shoppers in Thailand. Six factors are revealed subject to Psychological dimension. This impacts loyalty either directly or indirectly through satisfaction. The relationship among two OCE factors and satisfaction (e-distrust, e-negative beliefs) are moderated by gender observations.

The research results would be limited to the factors linked to OCE explored within the clothing e-retail context in Thailand. Clothing e-retailers have expressed concern with six factors which are influenced on satisfaction-loyalty chain to drive business sustenance. Besides, their OCE strategies should be in line with the gender-based differences highlighted by the study.

Keywords: Online Customer Experience, Satisfaction, E-Retail

บทคัดย่อ

ปัจจุบันนี้การเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยในชีวิตประจำวัน ผลการวิจัยพบว่าการซื้อขายแบบออนไลน์มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างมาก คนไทยจะใช้เวลาผ่านช่องทางการค้าปลีกทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการซื้อขายและแม้แต่การอัปเดตเทรน เน้นอนการตัดสินใจซื้อเป็นวิธีสำคัญที่นักการตลาดใช้ในการระบุและติดตามกระบวนการตัดสินใจของการรับรู้ของลูกค้าและแม้แต่การเดินทางตั้งแต่ต้นจนจบ อย่างไรก็ตามมีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อประสบการณ์การทำงานของลูกค้าออนไลน์และผลกระทบต่อความพึงพอใจแม้กระทั่งอิทธิพลของเพศในส่วนความภักดีร้านค้าเสื้อผ้าออนไลน์

ข้อมูลความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าสำหรับร้านค้าเสื้อผ้าออนไลน์ในตลาดประเทศไทยถูกดึงออกมาจากวรรณคดีและปรับเปลี่ยนโดยใช้ตัวอย่างสองกลุ่ม (งานวิจัยออนไลน์ 35 และ 361 แบบออฟไลน์) ที่มีประสบการณ์กับผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ในประเทศไทย หกปัจจัยถูกเปิดเผยขึ้นอยู่กับมิติทางจิตวิทยา สิ่งนี้ส่งผลต่อความภักดีทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านความพึงพอใจ ความสัมพันธ์ระหว่างสองปัจจัย (e-distrust, e-negative beliefs) มีการกลั่นกรองโดยการสังเกตการณ์เรื่องเพศ

ผลการวิจัยจะจำกัดเฉพาะปัจจัยที่เชื่อมโยงกับร้านค้าเสื้อผ้าออนไลน์ในตลาดประเทศไทย ที่สำรวจในบริบทของร้านค้าปลีกเสื้อผ้าในประเทศไทย ร้านค้าปลีกเสื้อผ้าอิเล็กทรอนิกส์ได้แสดงความกังวลเกี่ยวกับหกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อห่วงโซ่ความพึงพอใจและความภักดีในการผลักดันการยังชีพของธุรกิจ นอกจากนี้ กลยุทธ์ OCE ของพวกเขาควรจะสอดคล้องกับความแตกต่างทางเพศที่เน้นโดยการศึกษา

คำสำคัญ: ประสบการณ์ลูกค้าออนไลน์, ความพึงพอใจ, คำปลีกอิเล็กทรอนิกส์

Introduction

The role of customer experience in driving key business outcomes have been highlighted by researchers, such as customer satisfaction and loyalty in the retail purchase context (Gentile, Chiara, Nicola Spiller, and Giuliano Noci, 2007; Tynan and McKechnie, 2009; Verhoef, Lemon, Parasuraman, Roggeveen, Tsiros, & Schlesinger, 2009; Palmer, 2010). There are several characteristics such as the level of interactivity, two-way communication, flexibility to showcase product option and richness of customer behavior data, influence the online shopping experience. The conceptualization of the dimension of Online Customer Experience has been explored by numerous researchers. The impact of OCE dimension on key business outcomes following customer satisfaction and loyalty is led to a research gap, due to a dearth of studies and economically advanced countries like the USA and the UK. These concepts are not fully emphasized on the effects of economic, technological and cultural differences that impact to the

level of online shopping. OCE studies should be focused on only one kind of products. Customer experience dimensions are needed the specified product because some attitudes such as perceived risk may be different across products. The clothing is well known as a leading e-retail category purchased online at least once by 58% of online shoppers across the world as of 2016.

The purpose of this research is to conduct the influence of OCE on key business results like satisfaction and loyalty, it adds on to the existed literature on OCE whereas the gender does not affect the quality, satisfaction and loyalty chain. A retail research is conducted by 29 countries have shown the comparative relation to other section, the most likely category to be purchased is clothing with 28% of the global shoppers purchasing online in the last year. Clothing e-retail's market in the last few years has enormously growth and forecasted to be continuing rapidly.

The research is arranged as follows: section 2 draws on literature review to explore 6 factors subject to OCE in clothing e-retail on satisfaction and loyalty. Section 3 is the details of research framework and methodology. Section 4 provides the results and discussion of the research. Section 5 discusses the limitations and suggestions of OCE toward satisfaction and loyalty in the future.

Literature review

Theoretical foundation Technology Acceptance Model or TAM (Davis, 1989) is broadly applied by previous studies to derive the theoretical research model in technology acceptance for past decade. TAM is often integrated to other theories like Diffusion of Innovation or DOI (Roger, 2003) in order to explain the effect on mobile payment service adoption (Augsburg and Hedman, 2014; Morosan, 2016; Pham and Ho, 2015; Phonthanakitithaworn, Sellitto, & Fong, 2016). Additional factors such as trust, security, and cost are also included into the research model to gain more accurate prediction (Dahlberg et al. 2015; Pham and Ho, 2015; Phonthanakitithaworn, Sellitto, & Fong, 2016).

2.2 Proximity and remote mobile payment

Mobile payment technology could be categorized broadly into two main modes i.e. remote payment and proximity payment. Remote payment (off-store or in-app payment) is a payment method that a customer has no need to stand in the retail shop or point of purchase like face-to-face to make payment. The payment is instead conducted by online drawing funds from customer's electronic money account, credit card account, or bank account to merchant account

electronically over secure internet connection. Proximity payment (in-store payment) requires a customer to present physical evidence like plastic card or mobile phone at the point-of-sale in retail shop. Any customer who wants to pay with proximity method needs to hold the card or mobile device at a short-range in front of the reader terminal for making payment transaction.

2.3 Contactless mobile payment

Contactless mobile payment is one of proximity payment methods. The relevant technology can be the radio frequency technology such as Near Field Communication (NFC) or Radio Frequency Identification (RFID), and by the visualization technology like Barcode or QR Code to conduct payment transaction at the Point-of-sale (POS) terminal (Bank of Thailand, 2013). Purchasing in retailer store by using contactless mobile payment is just to tap or bring a smartphone screen close to reader. Once the communication is triggered, the transaction is transmitted securely under encryption technology to complete the payment (Cocosila and Trabelsi, 2016). Thus this study shall define contactless mobile payment to “A payment method by using mobile device with radio or visual communication technology to utilize in a variety of payments for goods and services in the near distance at point-of-sale terminal without physical touching”.

2.4 Prior research in contactless mobile payment context

The aspects of mobile payment technology were examined in several contexts, for instance, the adoption of mobile ticket payment in public transport (Di Pietro et al., 2015), the acceptance of mobile credit card on smartphone with NFC-enabled, NFC-based mobile payment (Pham and Ho, 2015), and mobile payment technology adoption (Phonthanakitithaworn, Sellitto, and Fong, 2016, Oliveira et al., 2016). The theoretical model of TAM and DOI were most adopted as based theories. According to critical review of Dahlberg (2015), 23 studies since 2007 reported that perceived ease of use is an important adoption factor for mobile payment services, but some studies did not find the significant relationship even though those are in the same mobile payment context (Pham and Ho, 2015). It is probably because traditional mobile payment services are not easy to use due to limited screen size and physical keyboards of smartphone. However cheaper, faster processing and wider screen. Hence several inconsistent suggestions in previous studies require to have further observes for better understanding in determinant factors on behavioral intention towards individual’s adoption of contactless mobile payment.

Research Methodology

The online shoppers were interviewed to determine their experiences across dimensions of purchasing clothing online including their beliefs, views and opinions about online clothing purchase. The questionnaires were converted into three parts, screening questions, demographic information and five-point Likert scale questions (1 = strongly disagree to 5 = strongly agree). Moreover, to reduce common-method bias, the order of the items in the questionnaire was merged. The research results can be also determined by employing Multiple Linear Regression technique.

Population and Sample

Regarding to this research, the customer who use online channel for E-Retail in Thailand Market are focused as the research population. The sample size can be determined by applying the confidence level or risk level that is equal to 95 percent and the level of precision or sampling error is 5 percent as the formula of Cochran (1977).

Estimating sample size technique

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

Where n is sample size

e is level of precision of 0.05

Z is the statistic for level of confidence Z=1.96

Therefore,

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 400$$

From the formula of Cochran (1977), the sample size can be 400 respondents approximately. For this research, the sampling frame included online clothing shoppers lived in Thailand, specified from a mix of online user (gender, age, status, occupation, education and income). Furthermore, to request basic information from the respondents, they were provided the web-based questionnaire found responses relating to purchasing and demographics factors. Moreover, the offline questionnaires were also printed out then using non-probability sampling technique as convenience sampling approach to the respondents. After validating the sample by

two screening questions, 396 respondents were finally qualified to appropriately carry on the study.

This research is used multiple linear regression and simple linear regression for statistical tools to analyze the 8 factors and it is divided into 2 groups and comes up with 13 hypotheses, according to the defined conceptual framework. The first group is psychological dimension which are 6 factors: E-distrust (ED), E-negative beliefs (NB), E-self inefficacy (ES), E-Logistic ease (L), E-convenience (E) and E-enjoyment (ENJ). This group is represented the relationship between psychological dimensions and satisfaction on people who have experienced in purchasing clothing online. The second group is the connection between psychological dimensions and loyalty. The only remaining analysis is satisfaction positive impacts on loyalty.

Conclusion

The aim and significance of this research is to evaluate the behavioral of 396 Thai respondents on Loyalty in Clothing E-Retail. Due to the increasing of Thai population and Thailand is a developed country so the consumer behavior must be changed follow by the innovation of purchasing in the present. The specific context had been limited by this study, an emerging market scenario such as Thailand. In the year which the studies can explore diverse product categories and country's contexts. Furthermore, application of mobile platform for shopping has been dramatically increased, especially among the millennials.

Recommendation

The owner of clothing E-retail shop should have well preparation toward four terms as Innovation, Consumer Behavior, Strategic Management and Operation Management. For the Innovation term, the owner should learn/how to use technology to serve customer's desire and expectation. Also, learning to think outside the box for creating the new trend and being more sustainable. For Operation Management term, the owner should concentrate on cost of inventory and well forecast in customer demands as well as customer order. However, well plan in utility capability ensures utilities will be essential, having the proper infrastructure in place to match supply with anticipated demand especially given the amount of time and effort required to get new investments approved. In term of Strategic Management, the owners should set priorities, focus energy and resources, strengthen operations, learn how to develop and execute strategies to

gain competitive advantage and improve your position in the marketplace. For Consumer Behavior, the owner should know customer awareness, problem, kind of goods as well as the various factors which motivate a consumer towards online shopping. To improve the provided services to the customers to get a good reputation and gain their trust and the trust of the future customers.

Reference

- Augsburg, C., & Hedman, J. (2014, August). Value added services and adoption of mobile payments. *In Proceedings of the Sixteenth International Conference on Electronic Commerce*, (pp. 27-32).
- Calandra, T., & Roger, T. (2003). Macrophage migration inhibitory factor: a regulator of innate immunity. *Nature reviews immunology*, 3(10), 791-800.
- Cochran, W. G. (1977), Sampling Techniques, Third Edition, New York: John Wiley & Sons.
- Cocosila, M., & Trabelsi, H. (2016). An integrated value-risk investigation of contactless mobile payments adoption. *Electronic Commerce Research and Applications*, 20, 159-170.
- Dahlberg, T., Guo, J., & Ondrus, J. (2015). A critical review of mobile payment research. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(5), 265-284.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Di Pietro, L., Mugion, R. G., Mattia, G., Renzi, M. F., & Toni, M. (2015). The integrated model on mobile payment acceptance (IMMPA): An empirical application to public transport. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 56, 463-479.
- Morosan, C. (2016). An empirical examination of US travelers' intentions to use biometric e-gates in airports. *Journal of Air Transport Management*, 55, 120-128.
- Oliveira, J. A., Oliveira, O. J., Ometto, A. R., Ferraudo, A. S., & Salgado, M. H. (2016). Environmental Management System ISO 14001 factors for promoting the adoption of Cleaner Production practices. *Journal of Cleaner Production*, 133, 1384-1394.
- Palmer, A. (2010). Customer experience management: a critical review of an emerging idea. *Journal of Services marketing*, 24/3, 196–208.
- Pham, T. T. T., & Ho, J. C. (2015). The effects of product-related, personal-related factors and attractiveness of alternatives on consumer adoption of NFC-based mobile payments.

- Technology in Society*, 43, 159-172.
- Phonthanukitithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. W. (2016). An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 8(1), 37-54.
- Tynan, C., & McKechnie, S. (2009). Experience marketing: a review and reassessment. *Journal of marketing management*, 25(5-6), 501-517.
- Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., & Schlesinger, L. A. (2009). Customer experience creation: Determinants, dynamics and management strategies. *Journal of retailing*, 85(1), 31-41.

จริยธรรมในการตีพิมพ์บทความวิชาการ

วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการมีความประสงค์ให้การตีพิมพ์วารสารเป็นไปอย่างมีคุณภาพ ถูกต้อง และเป็นที่ยอมรับ ตามหลักจริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานในวารสารวิชาการ (Publication Ethics) สอดคล้องกับมาตรฐานการตีพิมพ์นานาชาติ และจริยธรรมในการตีพิมพ์บทความตามข้อกำหนดของ Committee on Publication Ethics (COPE) จึงได้กำหนดจริยธรรมของการตีพิมพ์ ดังนี้

สำหรับผู้เขียน(Authors)

1. ผู้เขียนจะต้องรับรองว่าผลงานที่ส่งเข้ารับการพิจารณาตีพิมพ์ เป็นผลงานใหม่ ไม่มีการคัดลอก ไม่เคยตีพิมพ์ที่ใดมาก่อน หากวารสารตรวจสอบพบการกระทำดังกล่าว จะถูกขึ้นบัญชีดำและไม่อนุญาตให้ตีพิมพ์ในวารสารอีกต่อไป
2. ผู้เขียนต้องรับรองว่าผลงานวิจัยหรือผลงานวิชาการ ที่ส่งเข้ารับการพิจารณาตีพิมพ์ เป็นผลงานของผู้เขียน และผู้เขียนร่วมตามชื่อที่ปรากฏไว้จริง
3. ผู้เขียนต้องอ้างอิงผลงานวิชาการของผู้อื่นให้ครบถ้วนและระบุไว้ในเอกสารอ้างอิงตามหลักเกณฑ์ของวารสาร หากมีการนำข้อความมาใช้ในผลงานของตนเอง รวมถึงรูปแบบการอ้างอิงต้องถูกต้อง และไม่ใช้การคัดลอกผลงาน
4. ผู้เขียนต้องรับรองว่าผลงานที่ส่งเข้ารับการพิจารณา เป็นรายงานข้อมูลและผลการวิจัยที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัยจริง และรับผิดชอบต่อความคิดเห็นหรือข้อสรุปในบทความที่นำมาตีพิมพ์
5. หากเป็นบทความวิจัยที่ได้รับทุนการสนับสนุน ผู้เขียนต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนการทำงานวิจัยของท่านในบทความ เช่นในกิตติกรรมประกาศ หรือที่หนึ่งในใดในบทความนั้น หรือต้องระบุผลประโยชน์ทับซ้อนอย่างชัดเจน (ถ้ามี)
6. หากทางวารสารตรวจสอบพบการคัดลอกผลงานไม่ว่ากรณีใดก็ตาม ทางวารสารขอสงวนสิทธิ์ไม่รับพิจารณาบุคคลผู้นั้นตลอดไป

สำหรับกองบรรณาธิการ (Editors)

1. กองบรรณาธิการวารสารจะไม่รับตีพิมพ์ผลงานที่ได้ตีพิมพ์ที่อื่นมาก่อน หรืออยู่ในระหว่างพิจารณาจากวารสารหรือแหล่งสิ่งพิมพ์อื่น
2. กองบรรณาธิการวารสารมีระบบการตรวจสอบการตีพิมพ์ซ้ำ/ซ้ำซ้อน (Duplications/Plagiarism) อย่างเคร่งครัด โดยระบบ เช่น อักษรวิสุทธิ์ ระบบค้นหาออนไลน์ (GOOGLE) Turnitin เพื่อให้แน่ใจว่าบทความที่จะตีพิมพ์ไม่มีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น ทั้งนี้ หากตรวจพบกองบรรณาธิการจะหยุดดำเนินการและปฏิเสธการตีพิมพ์ผลงานพร้อมขึ้นบัญชีดำในทันที

3. กองบรรณาธิการวารสารพิจารณาและกลั่นกรองคุณภาพขั้นต้นว่าบทความมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร และเมื่อได้รับให้เข้าพิจารณาแล้ว ต้องผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่

4. กองบรรณาธิการวารสารต้องตัดสินใจโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ โดยคำแนะนำในการแก้ไขและผลการพิจารณา อย่างน้อย 1 ท่านต้องให้ผ่านถึงจะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์

5. กองบรรณาธิการวารสารจะไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียนและผู้ประเมินบทความ ไม่ว่ากรณีใด ๆ

6. กองบรรณาธิการวารสารจะต้องไม่กระทำการใด ๆ อันจะเป็นผลให้ผลประโยชน์ขัดกัน (conflict of interest) เช่น หัวหน้ากองบรรณาธิการตีพิมพ์ในวารสารเอง กองบรรณาธิการตีพิมพ์ในวารสาร โดยมีส่วนเกี่ยวข้องในการพิจารณาผลงาน ไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนใดๆ กับผู้เขียน ผู้ประเมินบทความ และบุคคลอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องรักษามาตรฐาน รวมถึง พัฒนาวารสารให้มีคุณภาพและมีความทันสมัยอยู่เสมอ

สำหรับผู้ประเมินบทความ (Reviewers)

1. วารสารจะแต่งตั้งให้ผู้ประเมินที่มีความเชี่ยวชาญ ให้การประเมินด้วยความรู้ ความเชี่ยวชาญ และปฏิบัติตามกระบวนการประเมิน ปราศจากอคติและความคิดเห็นส่วนตัวมาร่วมเป็นเกณฑ์ในการประเมินบทความ รวมทั้งต้องประเมินบทความภายในระยะเวลาที่วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการกำหนด ทั้งนี้ หากผู้ประเมินท่านใดไม่อ่านหรือพิจารณาผลงานล่าช้า วารสารขอสงวนสิทธิ์ ในการเปลี่ยนผู้ประเมิน เพื่อความรวดเร็วในการอ่านผลงานในทันที

2. ผู้ประเมินบทความจะต้องพิจารณาคุณภาพจากคุณภาพของผลงาน ความทันสมัย และความชัดเจนของเนื้อหาในบทความ รวมถึง การวิเคราะห์และการเข้มข้นของผลงาน

3. ผู้ประเมินบทความจะต้องพิจารณาและระบุผลงานวิจัยที่สำคัญ ที่เกี่ยวข้องกับผลงานทางวิชาการนั้น เพื่อเพิ่มเติมให้มีความสมบูรณ์ทางวิชาการ ทั้งเนื้อหาและวิธีการวิจัย รวมถึงผลการวิจัยด้วย

4. หากผู้ประเมินพบว่าต้นฉบับใดมีการคัดลอกผลงานและซ้ำซ้อนของผลงานจากผู้เขียน ให้แจ้งข้อมูลที่ตรวจพบมายังกองบรรณาธิการวารสาร

5. ผู้ประเมินบทความต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความไม่ว่ากรณีใด ๆ

6. ผู้ประเมินบทความต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนใด ๆ กับผู้เขียน เช่น การรู้จักกันเป็นส่วนตัว เป็นผู้ส่งผลงานและอ่านงาน ของตนเอง เป็นผู้ร่วมโครงการ ผู้ร่วมงาน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

รูปแบบการนำเสนอบทความสำหรับวารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ

องค์ประกอบของบทความ

เพื่อให้องค์ประกอบของบทความมีความสอดคล้องกัน ดังนั้น ผู้ส่งบทความจะต้องมีองค์ประกอบตามกำหนดในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1: องค์ประกอบของบทความ

บทความวิชาการ	บทความวิจัย
1. ชื่อบทความและชื่อผู้เขียนบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	1. ชื่อบทความและชื่อผู้เขียนบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. บทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประมาณ 100-250 คำ รวมทั้งระบุคำสำคัญ (Keyword) ไม่เกิน 5 คำ	2. บทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประมาณ 100-250 คำ รวมทั้งระบุคำสำคัญ (Keyword) ไม่เกิน 5 คำ
3. บทนำ (Introduction)	3. บทนำ (Introduction)
4. ลำดับเนื้อหา (Content) ตามความเหมาะสม	4. วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)
5. สรุป (Conclusion)	5. ประโยชน์ของการวิจัย (Research Contributions)
6. บรรณานุกรม (References)	6. การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)
	7. ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)
	8. ผลการวิจัย (Research Finding)
	9. อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)
	10. กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) (Acknowledgement (If any))
	11. บรรณานุกรม (References)

เงื่อนไขการรับบทความ

1. ผู้แต่งและผู้ส่งที่ต้องการตีพิมพ์ต้นฉบับจะต้องพิมพ์ตามรูปแบบและขนาดตัวอักษรตามรูปแบบ (Template) ที่กำหนดไว้
2. ผู้แต่งและผู้ส่งต้นฉบับเพื่อตีพิมพ์จะต้องรับรองว่าไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์ใดมาก่อน ยกเว้นรายงานการวิจัยวิทยานิพนธ์ที่ไม่ใช่การคัดลอกผลงาน รวมถึงไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณารอตีพิมพ์

3. ต้นฉบับของบทความที่ส่งเข้ารับการพิจารณาตีพิมพ์ จะต้องผ่านการตรวจการคัดลอกผลงาน โดยบรรณาธิการฝ่ายจัดการ ทั้งระบบอักขรวิธี ระบบค้นหาออนไลน์ต่าง ๆ โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบไม่เกินร้อยละ 20

4. วารสารรับผลงานทางวิชาการที่ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยมีความยาวไม่น้อยกว่า 5 หน้า และไม่เกิน 15 หน้า พิมพ์ต้นฉบับด้วยกระดาษขนาด A4 หน้าเดียว

5. การอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และเอกสารอ้างอิง (References) ทำยบทความ ถ้าเป็นภาษาไทยให้ใส่ภาษาไทย ถ้าเป็นภาษาอังกฤษให้ใส่ภาษาอังกฤษ โดยการอ้างอิงตามรูปแบบ APA 6th Edition

6. ผู้พิจารณาไม่ทราบชื่อผู้แต่ง และผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้พิจารณา โดยเด็ดขาด (Double Blind Review) และจะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาอย่างน้อย 2 คน โดยจะต้องได้รับการผ่านตอบตกลงจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งสองคน หรือผู้อ่านพิจารณาให้ผ่านและสามารถตีพิมพ์ ได้อย่างน้อย จำนวน 1 ท่าน และขอให้ผู้ส่งต้นฉบับพิมพ์ชื่อ และสังกัด บนหน้าแรกของผลงานเท่านั้น

7. โครงสร้างบทความเป็นไปตามองค์ประกอบของบทความ ทั้งบทความวิชาการและบทความวิจัย

8. ตั้งแต่ 1 มกราคม 2563 เป็นต้นไป นโยบายใหม่ของวารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ บทความต้นฉบับใด ไม่มีหัวข้อหลักครบถ้วน จะไม่รับพิจารณาทันที

9. ตารางหรือรูปประกอบต้องระบุ หัวข้อให้ชัดเจน อาจเป็นภาพสไลด์ ภาพสี ภาพขาวดำก็ได้ แต่ควรมีความขาว-ดำชัดเจนและมีความละเอียดภาพที่สูง

10. การส่งไฟล์บทความต้นฉบับให้ส่งผ่านเว็บไซต์ http://dsil.flas.kps.ku.ac.th/sil_journal/submission.php เท่านั้น

การเขียนอ้างอิง

1. อ้างอิงในเนื้อหา

ชื่อ นามสกุล./ (ปีพิมพ์); ชื่อ นามสกุล./ (ปีพิมพ์)

2. อ้างอิงในเอกสารอ้างอิง

2.1 จากหนังสือ

ชื่อ นามสกุล./ (ปี พ.ศ.)./ *ชื่อหนังสือ*./ ครั้งที่พิมพ์ (ถ้ามี)./ เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

2.2 อ้างอิงจากหนังสือแปล

ชื่อ นามสกุลต้นฉบับ./ (ปีพิมพ์)./ *ชื่อเรื่องที่แปล* [ชื่อต้นฉบับ]/ (ชื่อผู้แปล, ผู้แปล)./ สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์./ (ต้นฉบับพิมพ์)/ ปี/ ค.ศ./ หรือ/ พ.ศ.)

2.3 อ้างอิงจากบทความ หรือบทหนึ่งในหนังสือ

ชื่อ นามสกุล./(ปพิมพ์)./ชื่อบทความ./ใน/ชื่อหนังสือ./ชื่อผู้รวบรวมหรือชื่อบรรณาธิการ./สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์,
/ปีที่พิมพ์./หน้า

2.4 อ้างอิงจากวารสาร

ชื่อ นามสกุล./(ปพิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./เลขของปีที่(เลขของฉบับที่)/เลขหนา.

2.5 อ้างอิงจากวิทยานิพนธ์

ชื่อ นามสกุล./(ปพิมพ์)./ชื่อเรื่อง(วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต หรือ ดุษฎีบัณฑิต)/สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

2.6 อ้างอิงจากเอกสารในการประชุมวิชาการ

ชื่อ นามสกุล./(ปพิมพ์)./ชื่อบทความหรือชื่อเรื่องของบท./ใน/หรือ/In/ชื่อบรรณาธิการ/(บ.ก. หรือ Ed. หรือ Eds.),
/ชื่อการประชุม (น. หรือ p. หรือ pp. เลขหนา)/สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์.

2.7 อ้างอิงจากการสัมภาษณ์

ชื่อ นามสกุลผู้ให้สัมภาษณ์./ตำแหน่ง(ถ้ามี)./สัมภาษณ์./วัน เดือน ปี.

2.8 อ้างอิงจากการสืบค้นทางเว็บไซต์

ชื่อ นามสกุล./(ปพิมพ์)./ชื่อบทความ./สืบค้น วัน เดือน ปี./จาก/http://www.xxxxxxxxxx.

