

JLASI

วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ
Journal of Liberal Arts and Service Industry

กองบรรณาธิการ

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.อนามัย ดำเนตร

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.เรียงชัย ตันสุชาติ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รองศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช

มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษ จรินทร์โท

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาโรจน์ เผ่าวงศากุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวรรธน์ มุสิก

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พันเอก ดร.ขจรศักดิ์ ไทยประยูร

โรงเรียนเสนาธิการทหารบก

อาจารย์ ดร.เขวิกา สุขเอี่ยม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

อาจารย์ ดร.นุจรี ภาคาสัตย์

มหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ ดร.ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน

มหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ ดร.จันทนา ฤทธิสมบัติ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

อาจารย์ ดร.สัญญา บริสุทธิ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

อาจารย์ ดร.ชัยภูวนุช โมราศิลป์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

อาจารย์ ดร.สุพัทธรา คำแหง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

อาจารย์ ดร.ชมพูนุช พูลทรัพย์ฐาน

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

อาจารย์ ดร.ชีพ เลื่อนลอย

บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน)

อาจารย์ ดร.ชาญ ลายลักษณ์

บริษัท ดีทีซี เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด

อาจารย์ ดร.สมศักดิ์ สุวรรณสุขกุล

กรมสรรพสามิต

อาจารย์ ดร.อชวณ ถนอมเนื่อ

สำนักงานการบัญชีกรณีกาและกฎหมาย

อาจารย์ ดร.นุชประวีณ์ ลิขิตศรีณย์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

อาจารย์ ดร.อัญชิษฐา ภูอุดม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

อาจารย์ ดร.ดนุพล แสงนาค

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บรรณาธิการฝ่ายจัดการ

นางสาวกรรณิการ์ สุชีวงศ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ

(Journal of Liberal Arts and Service Industry)

ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2565 Vol. 5 No. 2 July - December 2022

วัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่บทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความหนังสือ ที่มีคุณภาพในศาสตร์ทางด้านอุตสาหกรรมบริการ การท่องเที่ยว การโรงแรม การภัตตาคาร ภาษาอังกฤษเพื่ออุตสาหกรรมบริการ ธุรกิจการบิน ธุรกิจประชุม ศิลปศาสตร์ ธุรกิจเรือสำราญ ภาษาและวรรณคดี ภาษาอังกฤษ การแปล ภาษาศาสตร์ประยุกต์ การจัดการ การบัญชี การตลาด รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนานวัตกรรม (Routine to Research) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยเป็นสื่อกลางในการนำเสนอ เพื่อบทความที่มีคุณภาพ และมาตรฐานสูง ที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิหลากหลายสาขาในอนาคต

กำหนดการตีพิมพ์ ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม - มิถุนายน
ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม - ธันวาคม

คำชี้แจง

1. บทความที่ได้รับผ่านการพิจารณากลั่นกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Peer Review) ที่มีความรู้ความสามารถในสาขาที่บทความนั้นเกี่ยวข้องอย่างน้อยจำนวน 3 ท่าน การประเมินรูปแบบ Double-Blind Peer Review ทั้งสองฝ่ายจะไม่ทราบว่าแต่ละฝ่ายเป็นผู้ใด และไม่มีส่วนได้เสียกับผู้ตีพิมพ์บทความนั้น รวมทั้ง บทความหนังสือมีการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 1 ท่าน
2. บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นของผู้เขียน ไม่ใช่ความคิดเห็นของผู้จัดทำวารสารและไม่ใช่ว่าความรับผิดชอบใด ๆ ของกองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ

ที่อยู่ หลักสูตรปริญญาโท-เอก สาขาวิชานวัตกรรมการและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
เลขที่ 1 หมู่ 6 ตำบลกำแพงแสน อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 73140
โทร. 0-3435-2285 โทรสาร 0-3435-2385 โทรศัพท์ (ภายใน) 3099, 3976, 3977
<https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JLASI/index>

*บทความที่ได้รับการพิจารณากรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Peer Review) ที่มีความรู้ความสามารถในสาขาที่บทความนั้นเกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน การประเมินรูปแบบ Double-Blind Peer Review ทั้งสองฝ่ายจะไม่ทราบว่าแต่ละฝ่ายเป็นผู้ใด และไม่มีส่วนได้เสียกับผู้ตีพิมพ์บทความนั้น รวมทั้ง บทความหนึ่งสัปดาห์จะมีการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 1 ท่าน

**บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นของผู้เขียน มิใช่ความคิดเห็นของผู้จัดทำวารสารและไม่ใช่วรรณกรรมรับผิดชอบใด ๆ ของกองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ

วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ

ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2565 Vol. 5 No. 2 July - December 2022

ISSN 2586-9612



บทบรรณาธิการ

วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ มีนโยบายที่จะตีพิมพ์ปีละ 2 เล่ม โดยเปิดรับบทความจากนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิและนิสิตนักศึกษาทุกระดับ ปริญญาตรี โท และเอก ร่วมส่งบทความเข้ามาตีพิมพ์เผยแพร่ บทความในวารสาร ในประเด็นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการ: การท่องเที่ยว การโรงแรม ภัตตาคาร ภาษาอังกฤษเพื่ออุตสาหกรรมบริการ ธุรกิจการบิน ธุรกิจประชุม ศิลปศาสตร์ ธุรกิจเรือสำราญ ภาษาและวรรณคดี ภาษาอังกฤษ การแปล ภาษาศาสตร์ประยุกต์ การจัดการ การบัญชี การตลาด รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนานวัตกรรม (Routine to Research) ซึ่งวารสารมีความยินดีเป็นอย่างยิ่งและขอแจ้งให้ผู้สนใจอ่านวารสารที่ศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการได้ทราบว่า วารสารของเรานั้นมีคุณภาพ และได้รับการจัดอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 2 โดย ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย [Thai-Journal Citation Index (TCI) Centre] และมีผู้สนใจตีพิมพ์บทความอย่างล้นหลาม สร้างความปลาบปลื้มให้กับคณะผู้จัดทำวารสารเป็นอย่างยิ่ง โดยวารสารปีที่ 5 ฉบับที่ 2 นี้ มีผู้ส่งบทความ โดยวารสารมีการปรับมาตรฐานของบทความ ให้มีการตรวจสอบบทความสองรอบ โดยคณะอนุกรรมการจำนวน 3 ท่าน (Preliminary peer review) และประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน (Peer Review) โดยรับตีพิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ฉบับนี้ วารสารปรับเปลี่ยนพื้นของหน้าปกจากมีสีเดียวให้เป็นสีเขียวโลหะซึ่งเป็นสีประจำของคณะอุตสาหกรรมบริการซึ่งเป็นสังกัดของวารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ ที่จัดตั้งเมื่อวันที่ 4 เมษายน 2565 บทความของคณะศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ เป็นบทความที่ทันสมัยและน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง ในนามของ กองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อท่านผู้อ่าน นักวิชาการ และผู้สนใจที่ติดตามวารสารของเรา ทำหน้าที่ขอฝากผู้อ่านทุกท่านหากท่านใดมีความสนใจจะตีพิมพ์บทความวิจัย บทความวิชาการ ติดต่อได้ที่กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.อนามัย ดำเนตร

บรรณาธิการ

บทความวิจัย / บทความวิชาการ	หน้า
การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกิจการผลิตสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าทอ / เสื้อผ้าของวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ทอมือคุณยายห่วน (บ้านมาบหม้อ)	1-14
ชนิสรา แก้วสวรรค์ และจิรศักดิ์ รัตนวงษ์	
ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา: บริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม	15-29
ดำรงค์ ถาวร, อังคณา ธนาอนุภาพพันธุ์, และรินทร์ยุพา ภัทรชีวานันท์	
ศูนย์ข้อมูลสนับสนุนธุรกิจภายใต้บริบทของ EEC	30-45
สุชนนี เมธิโยธิน, ชนิสรา แก้วสวรรค์, ธีทัต ตริศิริโชติ, ศักดิ์ชาย จันทร์เรือง, กชพร นรมาศย์, และไพรินทร์ ทองภาพ	
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET100	46-64
วัสสร่า หัตถะกิจ และเกษศิณี ตั้งอัน	
การศึกษาเงื่อนไข และเกณฑ์ในการกำหนดค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพให้เป็นที่ยอมรับ ของนายจ้างและลูกจ้าง ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	65-82
ขวัญหทัย ลม้ายจำปา, ศักดิ์ชาย จันทร์เรือง, และบรรพต วิรุณราช	
แนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี	83-94
พระมหาสกล สิริมงคล (ข้าไธ), ประเมศร์ กลิ่นหอม, และสาโรจน์ เผ่าวงศากุล	
แนวทางการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงาน พระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี	95-107
พระประจวบ ยติโก (ฤทธาสถิตย์), ประเมศร์ กลิ่นหอม, และสาโรจน์ เผ่าวงศากุล	
การคิดเชิงออกแบบของการบริการ	108-120
ธีทัต ตริศิริโชติ, กฤษฎา เขียววัฒนสุข, นพดล เดชประเสริฐ, และอำนาจ สาลีนุกุล	
แนวทางการสร้างจิตสำนึกสาธารณะจากการตัดสินใจใช้ถุงผ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	121-134
ภัทรศรี อินทร์ขาว และจิตติคุณ นิยมสิริ	
แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่	135-150
ชลิต เฉียบพิมาย และพีรวิษณุ สิงฆาพะ	

บทความวิจัย / บทความวิชาการ	หน้า
ปัจจัยในการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง ความปลอดภัยและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y วัชรารธรรม โทณประยูร, โชษิตา พุ่มห้วยรอบ, พิชรี รุ่งวรโสภิต, พัทธพงศ์ รมพฤกษ์, และนิภา นีรุตติกุล	151-168
การพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดกาญจนบุรี ศราวุฒิ ธราพร, กัลยา เทียนวงศ์, และมนัสนันท์ น้ำสมบุญ	169-182
แนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย นิตยา อำไพกุล และขวัญนรี กล้าปราบโจร	183-194
ความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ธัญชนก ไทรโยคจิตร และอรนันท กัลลหปุระ	195-203
The concept of smart Cities for Sustainable Tourism Development through tourists' behaviour in Thailand Sanhakot Vithayaporn	204-227
ยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก วิหัต ปัญจมะวัต	228-243
ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ปิยะชาติ วัชรพินธุ์, ศิริพร สัจจามันท์, และธนนวริน โฆษิตคณิน	244-257
การจัดการคุณภาพชีวิตพนักงานท่าอากาศยานของรัฐขณะเกิดโควิด-19 ที่ต้องทำงานที่บ้าน สลับกับท่าอากาศยาน ธีรวัฒน์ หังสพฤกษ์, รักเกียรติ อินทับทัน, มะดาโอะ สุธง, และภรณ์ยุ สกมลประดิษฐ์	258-269
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักห้องประเภท Club Room ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ธนพล อินประเสริฐกุล และดาวศุภร์ บุญญะสานต์	270-284
ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps และ 4Es ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง วีรพร สุนันทรรัตน์ และบุญญาดา นาสมบุญ	285-299

บทความวิจัย / บทความวิชาการ	หน้า
แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี <i>สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์, พิมพร ศรีรุ่งเรือง, คณศ ภัคทีภักดิ์, ภาวัญญ์ เกษมสวัสดิ์, และ อติกานต์ จันทรรักงาม</i>	300-314
แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นปกติใหม่ (New Normal) เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านอิต้อง ตำบลปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี <i>สุวิมล จันททัย, เขียวกา สุขเอี่ยม, และนุชประวีณ์ ลิขิตศรีณย์</i>	315-333
ผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ต่อประชาชนพื้นที่ชายขอบในจังหวัดกาญจนบุรี <i>เผ่าพันธุ์ ดอกมะลิป่า และ ศรชัย ท้าวมิตร</i>	334-345
คุณภาพการบริการ และประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของตราสินค้าต่อความภักดีในสมาร์โทนาตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย <i>สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ, วณิศยุดา วาจิรัมย์, และกิตติ บวรพศวัตกิตติ</i>	346-359
คุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทยต่อผลการดำเนินงาน <i>ชนัญญา มาพุทธ, ชนิศรา แก้วสวรรค์, และธิตต์ ตรีศิริโชติ</i>	360-373
การศึกษาเชิงประจักษ์ความพร้อมทางเทคโนโลยีของผู้โดยสารที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT <i>เมทินี วงศ์ธราวัฒน์, ณัฐฐนิช ณัฐเอก, นิชชาภรณ์ ครุฑ, นันทน์ภัส จันทะกุล, ปทิตตา ชมชื่น, พรธิดา สุบิน, และ มธุรดา ปานทั้งทอง</i>	374-385
แนวทางการพัฒนาศักยภาพและวิเคราะห์ต้นทุนทางการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการชุมชนตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ <i>จิตติคุณ นิยมสิริ, เจนจิรา อาซากิจ, อนุวัติ ศรีแก้ว, และกนกวรรณ กะดีแดง</i>	386-402
ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแห่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทย <i>ศักดิ์ชัย ธนบดีจิรพงศ์, บุรพร กำบุญ, ศิริพร สัจจามันท์, และฐนันทน์วริน โฆษิตคณิน</i>	403-419
ศึกษาวิธีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในสถานประกอบการสำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ให้มีคุณลักษณะตามความต้องการ กรณีศึกษา เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก <i>ขวัญชิตา กระชั้น, ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน, และธิตต์ ตรีศิริโชติ</i>	420-439
รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้นโยบาย สภาพแวดล้อมภายนอกการมีส่วนร่วม และผลการดำเนินงานของสถานประกอบการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต <i>ชนม์ชนก ภัทรศรีชล และสุชาติ ปรักทยานนท์</i>	440-454

แนวทางในการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุของ องค์กรปกครอง 455-473
ส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออก

ณัฐพงศ์ เลิศศรีสุวัฒนา, ชนิษฐา แก้วสวรรค์, และธีทัต ตริศิริโชติ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มกิจการผลิตสินค้า
ประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าทอ / เสื้อผ้าของวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ทอมือ
คุณยายหงวน (บ้านมาบหม้อ)

Development of Products and Packaging of Man-Made Woven Fabric/
Garment Community Enterprise, Grandma Kuan (Ban Mabmor)

Received 6 December 2021

Revised 20 December 2021

Accepted 21 December 2021

ชนิสรา แก้วสุวรรณ และจีรศักดิ์ รัตนวงษ์

มหาวิทยาลัยบูรพา

Chanisara Kaewsawan and Jeerasak Rattanawong

Burapha University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการการผลิตและแนวทางการปฏิบัติที่ดี (Best Practice) ของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอ/ เสื้อผ้า ที่ประสบความสำเร็จ และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือคุณยายหงวน (บ้านมาบหม้อ) อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ การทบทวนวรรณกรรม การสนทนากลุ่มกับสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 15 คน แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางการพัฒนาของวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือคุณยายหงวน (บ้านมาบหม้อ) ผลการศึกษา พบว่า การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือคุณยายหงวน (บ้านมาบหม้อ) ประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1. การส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานทั้งด้านการบริหารจัดการและการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ 2. การเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย 3. การพัฒนาผู้ปฏิบัติงานโดยการฝึกทักษะฝีมือและความชำนาญ 4. การศึกษาดูงานของหน่วยงานหรือชุมชนที่ประสบผลสำเร็จ 5. การปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้นวัตกรรมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

คำสำคัญ: วิสาหกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าทอ / เสื้อผ้า, การพัฒนาผลิตภัณฑ์, การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

Abstract

This research aimed to study production processes and best practice of successful woven fabric/ garment community enterprise as well as to develop products and packaging of man-made woven fabric enterprise community, Grandma Kuan (Ban Mabmor), Mueang District, Chon Buri province. The researcher utilized qualitative research, literature reviews, and

focus group participated by 15 members from community enterprise. Afterwards, information was taken to be synthesized in order to come up with the guidelines for developing man-made woven fabric community enterprise, Grandma Kuan (Bann Mabmor). According to the findings, it was found that developing man-made woven fabric community enterprise, Grandma Kuan (Bann Mabmor) composed of 5 aspects: 1. Supporting and developing standards of administrative management and products or services 2. Collecting data to analyze and develop products to be consistent as well as to meet demands of a certain group of target customers 3. Develop the practitioners by training and improving skills and expertise 4. Conduct a field study of successful agencies or communities and 5. Improve and develop products by using innovation and conservation of natural resources.

Keywords: Woven fabric/ garment community enterprise, product development, packaging development

บทนำ

วิสาหกิจชุมชนที่เป็นอยู่ในปัจจุบันใช้แนวคิดเศรษฐกิจชุมชนและได้รับการส่งเสริมจากนโยบายเพื่อสร้างภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่แล้วได้รับอิทธิพลมาจากภาคการเกษตรในระดับสูง และต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในตลาดอย่างรวดเร็ว จึงทำให้ภาครัฐให้ความสำคัญและได้มีการจัดนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันทางการตลาด เช่น ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2563) ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน ดังนี้ 1) สร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรพึ่งพาตนเองได้ พัฒนาศักยภาพของเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร บนพื้นฐานหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้ของเกษตรกรสู่เกษตรกรมืออาชีพ ตั้งแต่การผลิต แปรรูป และการตลาด ตลอดจนการสร้างการรวมกลุ่มของเกษตรกรให้เข้มแข็งและสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายของเกษตรกร และสถาบันเกษตรกรได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าเกษตรตลอดจนโซ่อุปทานของสินค้าเกษตร ด้วยการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการและโซ่อุปทานการเกษตรให้แก่เกษตรกร สถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลผลิตตามความต้องการของตลาด รวมทั้งสนับสนุนเกษตรกร สถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรให้เห็นถึงความสำคัญในการนำความรู้ด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานมาใช้ในการประกอบอาชีพ และการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรด้วยการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ เอกลักษณ์ และมูลค่าสูงตามความต้องการตลาดเฉพาะกลุ่ม ยกย่องตราสินค้าด้วยการสร้างตราสินค้าเกษตรปลอดภัย เกษตรอินทรีย์และฮาลาล ส่งเสริมการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นไปใช้ในการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรผ่านโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสร้างเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559)

สำหรับในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor) ประกอบด้วยจังหวัดชลบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดระยอง ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวภาครัฐให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ซึ่งไม่เพียงแต่ลงทุนในภาคอุตสาหกรรมเท่านั้น แต่การพัฒนาเชิงพื้นที่ที่ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติหรือ Thailand 4.0 ยังส่งผลในเชิงบวกให้ภาคประชาชน ชุมชน และวิสาหกิจชุมชนด้วย ดังนั้นเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกจึงมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เดินต่อไปพร้อม ๆ กับภาคการลงทุนและชุมชน โดยเน้นไปที่การมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกด้าน เพื่อสร้างรายได้และทำให้ชุมชนสามารถยืนหยัดและพึ่งตนเองได้อย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน ซึ่งส่งผลให้จำนวนคนที่เข้ามาในพื้นที่มีจำนวนเพิ่มมากยิ่งขึ้น ทั้งคนที่เข้ามาทำงานและนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ จากข้อมูลในปี จากสถิติรวม 3 จังหวัด ในปี 2561 เท่ากับ 38.11 ล้านคน โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดที่จังหวัดชลบุรี จำนวน 23.48 ล้านคน รองลงมาคือ จังหวัดระยอง 13.30 ล้านคน และ จังหวัดฉะเชิงเทรา 1.32 ล้านคน (กรมส่งเสริมการท่องเที่ยว, 2562)

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษารูปแบบการขับเคลื่อนนโยบายที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตรในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตรในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ เป็นการประกอบการบนพื้นฐานการใช้ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอย่างรู้คุณค่า เพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชน ระหว่างชุมชน เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพและรายได้กับคนในชุมชน (Mathew, 2008; Marc, 2011; Barone, 2019) สำหรับวิสาหกิจชุมชนในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก จำนวน 5 ประเภท มีจำนวนทั้งสิ้น 643 แห่ง โดยการแปรรูป/ผลิตภัณฑ์อาหาร มีมากที่สุด 383 แห่ง รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร 156 แห่ง ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า 72 แห่ง ผลิตภัณฑ์จักสาน 54 แห่ง และดอกไม้ประดิษฐ์ 33 แห่ง ตามลำดับ วิสาหกิจชุมชน อยู่ในระดับดีร้อยละ 39.96 ระดับปานกลางร้อยละ 37.48 และระดับปรับปรุงร้อยละ 6.06 ซึ่งในปัจจุบันได้มีโครงการต่าง ๆ จากภาครัฐเข้ามามีบทบาทเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เช่น โครงการ OTOP หรือ ประชารัฐ เป็นต้น (กลุ่มทะเบียนและสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน, 2561)

แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน

การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การตรวจสอบโครงสร้างของวิสาหกิจชุมชน ลักษณะเฉพาะและสมรรถนะ การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถของวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านวิธีการบริหารจัดการหรือการดำเนินงาน ขอบเขตทางการเงิน การวิจัยและพัฒนา และทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้รู้ถึงระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดขึ้น เพื่อบ่งชี้ถึงคุณค่าวิสาหกิจชุมชน ดำเนินบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ หรือมีประสิทธิภาพหรือไม่เพียงใด (Assessment

Association International, 2009; Premuzic and Pillans, 2018) การประเมินวิสาหกิจชุมชน สามารถใช้วิธีการศึกษา/ประเมินตนเอง โดยการวิเคราะห์ SWOT (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2556) นอกจากนี้ยังสามารถใช้การวิเคราะห์ McKinsey 7s เพื่อวิเคราะห์สภาพภายในองค์กรได้อีกด้วย (พสุ เดชะรินทร์, 2551)

แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมจากภาครัฐทางการเกษตร

การส่งเสริมการเกษตร หมายถึง กระบวนการศึกษานอกโรงเรียน เป็นการให้บริการหรือระบบการช่วยเหลือแก่กลุ่มเป้าหมายอันหมายถึงเกษตรกรและครอบครัวเกษตรกร เพื่อความรู้และวิทยาการที่ทันสมัยจากการคิดค้นวิจัยไปสู่เกษตรกร โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนในชุมชน และเกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน (Mosher, 1976; Allo, 1982) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้จัดตั้งศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร ระบบส่งเสริมเกษตรแบบแปลงใหญ่ การพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรสู่มาตรฐาน เกษตรอินทรีย์ เกษตรทฤษฎีใหม่ ธนาкарสินค้าเกษตร และโครงการอื่น ๆ เพื่อสร้างแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจการเกษตรอย่างต่อเนื่อง ภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ ซึ่งช่วยลดต้นทุนการผลิต (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559)

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน

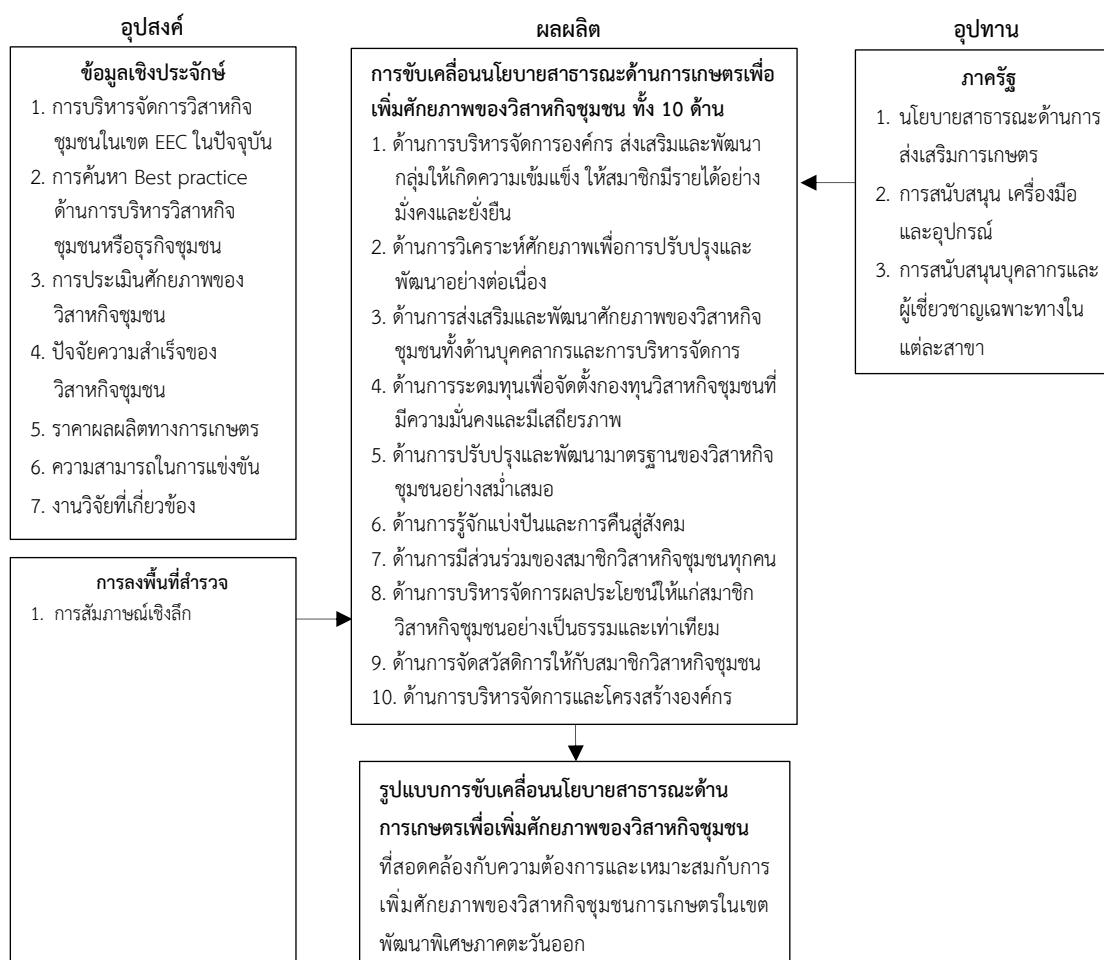
สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2555) กล่าวว่า การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ถือว่าเป็นกระบวนการสำคัญที่จะทำให้วิสาหกิจชุมชนได้เรียนรู้ตนเอง ในด้านต่าง ๆ ซึ่งจะใช้เป็นเครื่องมือหลักให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานได้เข้าไปรับทราบศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จจะประกอบไปด้วยปัจจัยทั้งภายในและภายนอกขององค์กร (ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์, 2556) ดังนั้น กรอบแนวคิดจึงประกอบไปด้วย ปัจจัยนำเข้าและปัจจัยภายใน คือ การผลิต การตลาด การจัดการ การเงิน ยุทธศาสตร์ ผู้นำ แรงงาน การมีปฏิสัมพันธ์ภายนอก สมาชิก/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ข้อมูล การเรียนรู้และการวิเคราะห์ และ วัฒนธรรมแบบกลุ่ม ส่วนปัจจัยภายนอกคือ เศรษฐกิจ สังคมการเมือง ผู้บริโภค การแข่งขัน ภัยธรรมชาติ พ่อค้าคนกลาง หน่วยงานสนับสนุน และเทคโนโลยี (ไพศาล มุ่งสมัครและคณะ, 2558; สัญญา เคนาภูมิ, 2558)

แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ

นโยบายสาธารณะ หมายถึง แนวทางกิจกรรม การกระทำ หรือการเลือกตัดสินใจของรัฐบาล ซึ่งรัฐบาลได้ทำการตัดสินใจและกำหนดไว้ล่วงหน้า เพื่อชี้แจงให้มีกิจกรรมหรือการกระทำต่าง ๆ เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ โดยมีการวางแผน การจัดทำโครงการ วิธีการบริหารหรือกระบวนการดำเนินงาน ให้บรรลุวัตถุประสงค์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ด้วยวิธีปฏิบัติงานที่ถูกต้อง เหมาะสม สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง และความต้องการของประชาชน ผู้ใช้บริการในแต่ละเรื่อง (Dye, 1984; Friedrich, 1963; Prewitt and Verba, 1983; Anderson, 1994; Eulau and Prewitt, 1973; Easton, 1953; Hecks, 1972; Considine, 1994) สำหรับนโยบายด้านวิสาหกิจชุมชนการเกษตรในปัจจุบัน ได้แก่ 1) แผนพัฒนาการเกษตร ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) 2) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และ 3) ยุทธศาสตร์ของกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559)

จากการศึกษาวิจัยในต่างประเทศเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน พบว่า งานวิจัยของ Al-Tit, Omri and Euchti (2019) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในชาอุดีอาระเบีย ผลการศึกษา พบว่า การสนับสนุนทางธุรกิจ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อความสำเร็จของรองลงมา คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยความพร้อมของเงินทุนและปัจจัยการจัดการ แต่ปัจจัยลักษณะธุรกิจและปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจไม่มีผลกระทบต่อความสำเร็จ สอดคล้องกับ การค้นพบของ Magnanelli, Raoli and Sacchi (2016) ที่กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในอิตาลี คือ ปัจจัยทางการเงินและการดำเนินงานที่เป็นมาตรฐานซึ่งแสดงถึงผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้ปัจจัยด้านพื้นที่ตั้งและเศรษฐกิจสังคมก็มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนด้วยเช่นกัน ในขณะที่ Satar and John (2016) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแบบจำลองแนวคิดของปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญสำหรับวิสาหกิจชุมชนของอินเดีย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน คือ ทักษะการวางแผนธุรกิจ การปฐมนิเทศผู้ประกอบการ ความเป็นผู้นำ ระบบเครือข่าย นวัตกรรมทางการเงิน การวางแผนด้านการจัดการผลกำไร การตลาดเพื่อสังคม การมีส่วนร่วมของชุมชน ทุนมนุษย์ วัฒนธรรมองค์กร การประเมินผลกระทบทางสังคม นวัตกรรมประหยัดและการสนับสนุนจากรัฐบาล

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเริ่มจากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตรในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก จำนวน 18 คน เพื่อรวบรวมข้อมูลและความคิดเห็นต่าง ๆ แล้วนำมาสรุปประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตรในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก และนำข้อสรุปที่ได้ไปใช้เป็นประเด็นในการสนทนากลุ่ม (Focus group) กับผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 8 ท่าน เพื่อยืนยันผลการวิจัยและสรุปรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตรในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่เหมาะสมในขั้นตอนสุดท้าย

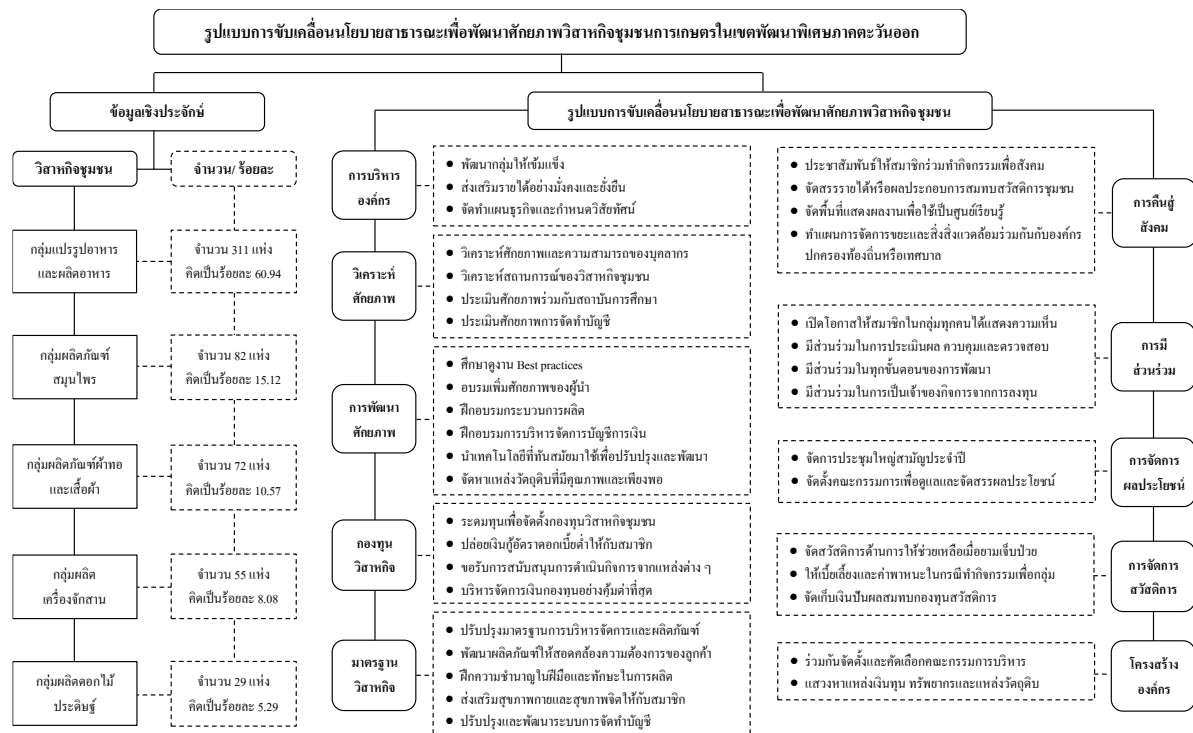
ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการขับเคลื่อนนโยบายที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนการเกษตรในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกทั้ง 10 ด้าน ได้ดังนี้

1. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการบริหารจัดการองค์กร โดยการ
 - 1.1 ส่งเสริมและพัฒนากลุ่มให้เกิดความเข้มแข็ง มีความสามารถทางการแข่งขัน
 - 1.2 ส่งเสริมให้สมาชิกมีรายได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน
 - 1.3 ส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนการจัดทำแผนธุรกิจและกำหนดวิสัยทัศน์
2. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการวิเคราะห์ศักยภาพ โดยการ
 - 2.1 วิเคราะห์ศักยภาพของบุคลากรในองค์กร เพื่อจักโปรแกรมการพัฒนาศักยภาพ
 - 2.2 จัดประชุมเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์และรายงานผลการดำเนินงาน
 - 2.3 ประเมินศักยภาพและพัฒนาพร้อมกับสถาบันการศึกษาและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ
 - 2.4 ประเมินศักยภาพการจัดทำบัญชีจากผู้ตรวจสอบบัญชีที่ได้รับอนุญาตจากภายนอก
3. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน โดยการ
 - 3.1 เข้าร่วมศึกษาดูงานเพื่อนำ Best practices มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติ
 - 3.2 เข้าร่วมโครงการอบรมถ่ายทอดความรู้ด้านการเพิ่มศักยภาพของผู้นำและสมาชิก
 - 3.3 ฝึกอบรมเพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ
 - 3.4 ฝึกอบรมเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการบัญชีการเงิน
 - 3.5 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อปรับปรุงและพัฒนาทุกระบบการ
 - 3.6 การจัดหาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและเพียงพอและช่องทางการจัดจำหน่าย
4. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการระดมทุนเพื่อจัดตั้งกองทุนวิสาหกิจชุมชน โดยการ
 - 4.1 ร่วมหุ้นหรือระดมทุน นำกำไรสุทธิมาสบทบกองทุนวิสาหกิจชุมชน
 - 4.2 ปลออยเงินกู้อัตราดอกเบี้ยต่ำให้กับสมาชิกในกลุ่มผ่านกองทุนวิสาหกิจชุมชน
 - 4.3 ขอรับการสนับสนุนการดำเนินการจากแหล่งต่าง ๆ
 - 4.4 บริหารเงินกองทุนวิสาหกิจชุมชนอย่างคุ้มค่า โดยมีการตรวจสอบทุกระบบการ

5. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการปรับปรุงและพัฒนามาตรฐาน โดยการ
 - 5.1 พัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ได้มาตรฐานทั้งการบริหารจัดการและการพัฒนาผลิตภัณฑ์
 - 5.2 เก็บข้อมูลเพื่อประกอบการวิเคราะห์และพัฒนาผลิตภัณฑ์
 - 5.3 พัฒนาผู้ปฏิบัติงานโดยการฝึกทักษะฝีมือให้มีความชำนาญ
 - 5.4 ส่งเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้กับสมาชิก
 - 5.5 ขอร้องสนับสนุนทั้งด้านงบประมาณและบุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐ
 - 5.6 ปรับปรุงและพัฒนาระบบการจัดทำบัญชีให้มีความทันสมัยและได้มาตรฐาน
6. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการแบ่งปันและคืนสู่สังคม โดยการ
 - 6.1 ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกร่วมทำกิจกรรมเพื่อสังคมในชุมชนอยู่เสมอ
 - 6.2 จัดสรรรายได้หรือผลประโยชน์ เพื่อใช้เป็นเงินสมทบสวัสดิการชุมชน
 - 6.3 จัดพื้นที่แสดงผลงานในชุมชน เพื่อเผยแพร่ความรู้ ภูมิปัญญาและวิถีชุมชน
 - 6.4 จัดทำแผนการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลร่วมกับท้องถิ่นหรือเทศบาล
7. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน โดยการ
 - 7.1 ให้สมาชิกทุกคนได้แสดงความเห็นและข้อเสนอแนะที่จำเป็น
 - 7.2 ให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการประเมินผล ควบคุมและตรวจสอบการดำเนินงาน
 - 7.3 ให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน
 - 7.4 ให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการจากการลงทุน
8. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการบริหารจัดการผลประโยชน์ โดยการ
 - 8.1 ประชุมใหญ่สามัญประจำปี เพื่อชี้แจงผลกำไรและจัดสรรผลตอบแทนให้สมาชิก
 - 8.2 จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อดูแลและจัดสรรผลประโยชน์ที่ชัดเจนแก่สมาชิก
9. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการจัดสวัสดิการให้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน โดยการ
 - 9.1 จัดสวัสดิการให้ช่วยเหลือเมื่อยามเจ็บป่วย ค่ารักษาพยาบาลและเงินช่วยเหลือ
 - 9.2 ให้เบี้ยเลี้ยงและค่าพาหนะในกรณีที่มีการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อกลุ่ม
 - 9.3 จัดเก็บเงินปันผลจากสมาชิกทุกคนเพื่อสมทบกองทุนสวัสดิการ
10. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการบริหารจัดการและโครงสร้างองค์กร โดยการ
 - 10.1 ร่วมกันจัดตั้งและคัดเลือกคณะกรรมการบริหารที่มีศักยภาพ
 - 10.2 แสวงหาแหล่งเงินทุน ทรัพยากรและวัตถุดิบที่จำเป็นต่อการดำเนินวิสาหกิจชุมชน

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยสามารถสรุปรูปแบบการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะเพื่อพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตรในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกได้ดังนี้



ภาพที่ 2 รูปแบบการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะเพื่อพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

ด้านการเกษตรในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

อภิปรายผลการวิจัย

รูปแบบการขับเคลื่อนนโยบายที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตรในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

1. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการบริหารจัดการองค์กร เพื่อนำไปสู่กำหนดเป้าหมายและแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน มีประสิทธิภาพและสามารถประสบความสำเร็จได้ โดยการส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดความเข้มแข็ง ให้สมาชิกทุกคนมีรายได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน สอดคล้องกับ กรมการพัฒนาชุมชน (2558) ที่กล่าวว่า เกษตรทฤษฎีใหม่สู่วิสาหกิจชุมชนนั้น เป็นการรวมกลุ่มและร่วมมือในการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนไปสู่ความยั่งยืน เช่นเดียวกับแนวคิดของ ประภาพรณ รักเลี้ยงและคณะ (2556) ที่กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนจะมุ่งเน้นกิจกรรมที่เกิดจากฐานทรัพยากรในชุมชน มีการผลิตขั้นพื้นฐานให้เพียงพอความต้องการของคนในชุมชน ลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ในขณะที่ กรมส่งเสริมการเกษตร (2556) ที่กล่าวว่า การวางแผนการดำเนินการวิสาหกิจชุมชน มุ่งเน้นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกัน เพื่อจุดมุ่งหมายในการนำแนวความคิด กำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมายและทิศทางในการผลิตหรือบริการไปสู่ผู้รับบริการของวิสาหกิจชุมชน

2. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการวิเคราะห์ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตรเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ สุมาลี สันติพลวุฒิ และรสดา เวชภูพานธุ์ (2558) กล่าวว่า การดำเนินงานเพื่อให้ได้รับรู้ศักยภาพและความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในเรื่องทิศทางของวิสาหกิจชุมชนในด้านต่าง ๆ เช่นเดียวกันกับ กรมส่งเสริมการเกษตร (2556) ที่มองว่า การประเมินจะช่วยตรวจสอบการทำงานของวิสาหกิจชุมชน ในขณะที่ Jurevicius (2013) ได้กล่าวว่า การประเมินศักยภาพสภาพภายในองค์กร

ที่สำคัญตามหลักของ McKinsey 7s สามารถชี้บ่งถึงระดับศักยภาพขององค์กรที่เป็นอยู่ได้ เช่นเดียวกับ กรมส่งเสริมการเกษตร (2556) ที่ได้กล่าวว่า การประเมินผลก็เพื่อให้ทราบแนวทางการกำหนดทิศทางของวิสาหกิจชุมชนเรื่องการบริหารองค์กร

3. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตร โดยการศึกษาดูงาน Best practices จากวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติกับวิสาหกิจชุมชนของตน สอดคล้องกับ สุพจน์ อินทวงศ์ (2557) ที่กล่าวว่า ควรให้ความรู้ด้านการผลิตและบริการขั้นก้าวหน้า การผลิตสินค้าบริการที่ได้คุณภาพ มาตรฐาน และการจัดฝึกอบรมเรื่องเฉพาะต่าง ๆ ในขณะเดียวกัน นพรัตน์ อารังทรัพย์ (2559) ก็กล่าวว่า ปัจจุบันวิสาหกิจควรใช้สถานการณ์ทางธุรกิจให้เป็นโอกาสทางการค้า การลงทุน เพื่อสร้างศักยภาพและความมั่นคงทางด้านการผลิตและรายได้ ในขณะที่ กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2558) ได้กล่าวว่า ได้มีการให้มีการส่งเสริมสนับสนุนการทำแผนแม่บทโดยกระบวนการเรียนรู้ในชุมชนอย่างต่อเนื่องเพื่อส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

4. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการระดมทุนเพื่อจัดตั้งกองทุนวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตร โดยการระดมทุนจากสมาชิกในกลุ่มเพื่อการขยายกองทุนและปล่อยเงินกู้อัตราดอกเบี้ยต่ำให้กับสมาชิกในกลุ่ม สอดคล้องกับ ประภาพรณ รักเลี้ยงและคณะ (2556) ที่กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนพื้นฐานจะมีการประกอบกิจการเพื่อให้เกิดผลผลิตหรือการให้บริการที่จะนำไปใช้เพื่อการบริโภค มุ่งเน้นการลดรายจ่าย การประหยัด การออม เพื่อให้ดำรงชีวิตได้อย่างพอเพียงพออยู่พอก เช่นเดียวกับ สุพจน์ อินทวงศ์ (2557) ที่กล่าวว่า การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนจะต้องมีการบริหารจัดการทุนที่ดี จะต้องมีการกำหนดทิศทางขององค์กรในการบริหารจัดการทุนอย่างเหมาะสม ในขณะที่ กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2558) ได้กล่าวว่า รัฐมีการส่งเสริมระบบการสะสมทุนและจัดตั้งกองทุนวิสาหกิจชุมชนทั้งระดับองค์กรและเครือข่าย บนพื้นฐานทรัพยากรและผลผลิตของชุมชนอย่างยั่งยืน

5. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานของวิสาหกิจชุมชนการเกษตรในด้านต่าง ๆ โดยการพัฒนามาตรฐานการบริหารจัดการและการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มีคุณภาพ การฝึกทักษะฝีมือควบคู่กับการส่งเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้กับสมาชิก สอดคล้องกับ กรมส่งเสริมการเกษตร (2556) ที่ได้กล่าวว่า การจัดการความรู้ ข่าวสาร ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนอย่างมีคุณภาพ น่าเชื่อถือ ทำให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาเพิ่มความสามารถในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในขณะที่ McLagan (1997) กล่าวว่า การสร้างความสามารถทางการแข่งขัน จะต้องมีการพัฒนาด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ให้กับคนในองค์กร โดยทำให้ขีดความสามารถที่สูงขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เกิดผลสำเร็จ สอดคล้องกับ Porter (1990) ที่กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์กรต้องสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง 3 ด้าน ประกอบด้วย การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน

6. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการแบ่งปันและคืนสู่สังคม โดยการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกร่วมทำกิจกรรมเพื่อสังคมและสาธารณประโยชน์ และจัดพื้นที่แสดงผลงานต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นในชุมชนเพื่อใช้เป็นศูนย์เรียนรู้ สอดคล้องกับ สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2555) ที่กล่าวว่า การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนจะต้องมีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคมโดยรวมและผลกระทบ

ต่อชุมชนอย่างชัดเจน ในขณะที่ กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2558) ได้กล่าวว่า รัฐได้มีการส่งเสริมให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเรื่องวิสาหกิจชุมชนทางสื่อมวลชนต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจให้สาธารณชนทั่วไปและใช้ระบบและเครือข่ายสารสนเทศข้อมูลวิสาหกิจชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้และค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนจากบุคคลทั่วไปได้ด้วย

7. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตร โดยการเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มทุกคนได้แสดงความเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการบริหารจัดการวิสาหกิจ และการประเมินผล การควบคุมและตรวจสอบการดำเนินงานทุกขั้นตอน สอดคล้องกับ ประภาพรณ รักเลี้ยงและคณะ (2556) ที่กล่าวว่า สิ่งสำคัญในการบริหารวิสาหกิจชุมชน คือ การมีส่วนร่วมของทุกคน โดยการแบ่งปันความรู้ อาชีพ และแลกเปลี่ยนความรู้ระดับชุมชน สอดคล้องกับ สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2555) ที่กล่าวว่า ชุมชนจะต้องให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายและทิศทางในการบริหารและการปฏิบัติ เช่นเดียวกับ สุพจน์ อินหวาง (2557) ที่กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนจะต้องจัดทำแผนงานแบบมีส่วนร่วมโดยสมาชิกทุกคน สอดคล้องกับ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร (2556) ที่กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนจะต้องสร้างการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย เป้าหมายของวิสาหกิจชุมชน

8. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการบริหารจัดการผลประโยชน์ให้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตรอย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม โดยการจัดการประชุมใหญ่สามัญประจำปี เพื่อชี้แจงผลกำไรและลงมติในการจัดสรรผลตอบแทนให้แก่สมาชิกอย่างโปร่งใส สอดคล้องกับ กรมส่งเสริมการเกษตร (2556) ที่ได้กล่าวว่า การนำเสนอผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน จะช่วยให้การจัดสรรผลประโยชน์ให้กับสมาชิกสามารถทำได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมมากที่สุด สอดคล้องกับ สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2555) ที่กล่าวว่า จะต้องมีการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ระหว่างสมาชิกอย่างชัดเจน โปร่งใสและเป็นธรรม ซึ่งจะต้องมีการทบทวนผลการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนอยู่เสมอ สอดคล้องกับ สุพจน์ อินหวาง (2557) ที่กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนควรมีการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ที่แน่นอนไว้ เพื่อให้สมาชิกเข้าใจตรงกัน

9. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการจัดสวัสดิการให้กับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตร สอดคล้องกับ ประภาพรณ รักเลี้ยงและคณะ (2556) ที่กล่าวว่า จะต้องมุ่งการเพิ่มรายได้เพื่อให้สามารถจัดสรรกำไรเพื่อเป็นสวัสดิการของชุมชนหรือเพื่อกิจกรรมสาธารณประโยชน์ได้ สอดคล้องกับ สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2555) ที่กล่าวว่า การให้ผลตอบแทนทั้งด้านการเงิน สวัสดิการ เป็นการสร้างขวัญ กำลังใจของสมาชิกได้ สอดคล้องกับ สุพจน์ อินหวาง (2557) ที่กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนต้องมีระบบการสร้างขวัญ กำลังใจ แก่สมาชิก ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจในพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เจริญก้าวหน้าและยั่งยืน ในขณะที่ กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2558) ได้กล่าวว่า รัฐได้มีการส่งเสริมให้มีการจัดสรรผลกำไรเป็นกองทุนสวัสดิการของชุมชนและให้มีการจัดการทรัพยากรของชุมชนอย่างยั่งยืน

10. การขับเคลื่อนนโยบายด้านการบริหารจัดการและโครงสร้างองค์กรวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตร โดยการร่วมกันจัดตั้งและให้สมาชิกทุกคนเป็นผู้คัดเลือกคณะกรรมการบริหารที่มีศักยภาพ มีทักษะและ

ความสามารถ เพื่อบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับ ประภาพรรณ รักเลี้ยงและคณะ (2556) ที่กล่าวว่า การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้องอาศัยกลุ่มผู้นำ และกระบวนการกลุ่ม โครงสร้างการบริหารองค์กร กฎระเบียบ กติกา เงื่อนไขการกำหนดทิศทางและแผนการพัฒนา เช่นเดียวกับ สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2555) ที่กล่าวว่า ต้องมีการกำหนดทิศทางของวิสาหกิจชุมชน กำหนดเป้าหมายและทิศทาง การกำหนดโครงสร้างบริหารองค์กรและการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน เช่นเดียวกับ อินทร์ชิตา วัชรจิระโชติ (2556) ที่กล่าวว่า จะต้องมีการบริหารจัดการที่ดี สมาชิกที่เข้าร่วมควรมีส่วนร่วมในการคัดเลือกผู้ที่จะมาทำหน้าที่แทน สามารถเสนอความเห็นหรือร่วมตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมุ่งเน้นการขับเคลื่อนนโยบายด้านสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน ให้มีความพร้อมในด้านความรู้ในการบริหารจัดการวิสาหกิจอย่างมีประสิทธิภาพในทุกด้าน โดยให้การสนับสนุนการฝึกอบรมความรู้ ทักษะและความสามารถในด้านต่าง ๆ จากวิทยากรที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของวิสาหกิจชุมชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถที่จะดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาวอย่างยั่งยืน

2. วิสาหกิจชุมชนจะต้องให้ความสำคัญกับนโยบายและการปฏิบัติการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมในการคัดเลือกผู้นำกลุ่มและคณะกรรมการ เพื่อบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนที่มีคุณธรรมจริยธรรม และสามารถบริหารจัดการองค์กรตามหลักธรรมาภิบาล เพื่อนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย และแบ่งปันผลประโยชน์ให้กับสมาชิกในชุมชนอย่างเสมอภาค เท่าเทียมและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วกัน

3. ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชน ควรพิจารณาส่งเสริมให้มีการขับเคลื่อนนโยบายด้านระบบสวัสดิการพื้นฐานสำหรับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียม โดยใช้แนวทางการปฏิบัติจากการแบ่งปันเงินปันผลประโยชน์ส่วนหนึ่งสมทบเข้าสู่กองทุนสวัสดิการ เพื่อแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรมคืนสู่สมาชิกในยามจำเป็น เช่น เงินช่วยเหลือค่าอุบัติเหตุ บาดเจ็บหรือกรณีเสียชีวิต การสนับสนุนเงินบางส่วนเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมเพื่อกลุ่ม เช่น การใช้รถยนต์ส่วนตัวในการช่วยเหลือกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชนหรือสมาชิกในกลุ่ม เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2558). *แนวทางการดำเนินงานพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2556). *การพัฒนาองค์กรเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และเครือข่าย*. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2559). แผนพัฒนาการเกษตร ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564). เข้าถึงได้จาก http://www.oae.go.th/download/journal/development_plan2559.pdf.
- กลุ่มทะเบียนและสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน. (2562). สรุปจำนวนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้ว. เข้าถึงได้จาก https://www.m-society.go.th/ewt_news.php?nid=18750
- กองนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). สถิติการค้าสินค้าเกษตรไทยกับต่างประเทศปี 2561. เข้าถึงได้จาก <http://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/ebook/2562/tradestat61.pdf>
- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2558). ยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. เข้าถึงได้จาก http://www.sceb.doae.go.th/Documents/Strategy_sceb.pdf.
- คณะรักษาความสงบแห่งชาติ. (2560). การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก. เข้าถึงได้จาก www.eeco.or.th.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์. (2556). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา. โครงการวิจัย ภาควิชาสารัตถศึกษา, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นพรัตน์ อารงทรัพย์. (2559). คู่มือแนวทางสินค้าการตลาด OTOP. กรุงเทพฯ: ฉัตร (บิ๊ก ไอเดีย คัม ทู โลฟ).
- ประภาพรณ รักเลี้ยง, จิตมา วรรณศรี, ฉลอง ชาตรูประชีวิน และ วิทยา จันทร์ศิลา. (2556). แนวทางการบริหารความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพผลงานวิชาการในมหาวิทยาลัยเอกชนภาคเหนือตอนล่าง. พิษณุโลก: ศูนย์สนับสนุนการวิจัย มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.
- พสุ เดชะรินทร์. (2551). Balanced scorecard รู้ลึกในการปฏิบัติ 2551. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สัญญา เคนาภูมิ. (2558). แนวทางการพัฒนาประสิทธิผลของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม. วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์, 2(3), 55-60.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2555). คู่มือการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน. เข้าถึงได้จาก <http://smce.doae.go.th/>.
- สุมาลี สันติพลวุฒิ และรสดา เวชภูพานธุ์. (2558). การประเมินผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาการลงทุนพัฒนาเครื่องผลิตแผ่นข้าวตังของวิสาหกิจชุมชนโสธรพัฒนา จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารเกษตรศาสตร์ (สังคม), 36(3), 437-447.
- อินท์ชลิตา วัชรจิระโชติ. (2556). การศึกษาเปรียบเทียบการจัดการวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตผ้าไหม อำเภอบ้านขั่ว และกลุ่มผลิตผ้าไหม อำเภอคอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิ. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 2(2), 47-63.

- Assessment Association International. (2009). *Assessing Potential*. Retrieved from <https://aai-assessment.com/thought-leadership/assessing-potential>
- Allo, A. V. (1982). *The farm advisor: a discussion of agricultural extension for. delveloping Countries Taiwan: Food and Fertilizer Technology Center*. Taipei: Food and Fertilizer Technology Center.
- Al-Tit, A., Omri, A., and Euch, J. (2019). Critical Success Factors of Small and Medium-Sized Enterprises in Saudi Arabia: Insights from Sustainability Perspective. *Administrative Science*, 9(32), 1-12.
- Anderson, J. E. (1994). *Public policy-making: An introduction* (2nded.). New York: Mifflin.
- Magnanelli, B. S., Raoli, E. and Sacchi, A. (2016). Key Factors for Success of Social Enterprises in Italy: Analysis of Financial and Operating Performance. *Review of Economics & Finance*, 6, 43-60.
- Barone, A. (2019). *Social Enterprise*. Retrieved from <https://www.investopedia.com/terms/s/social-enterprise.asp>
- Considine, M. (1994). *Public Policy: A Critical Approach*. South Melbourne, Australia: MacMillan.
- Dye, T. R. (1984). *Understanding Public Policy* (5th ed). Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Easton, D. (1953). *The Political System*. New York: Knop.
- Eulau, H. and Prewitt, K. (1973). *Labyrinths of Democracy*. Indianapolis: Bobbs- Merrill.
- Friedrich, C. J. (1963). *Constitutional Government*. New York: McGraw - Hill.
- Heclo, H. H. (1972). Review article: policy analysis. *British Journal of Political Science*, 2(1), 83 - 108.
- Jurevicius, O. (2013). *Strategic Management & Strategic Planning*. Retrieved from <https://www.strategicmanagementinsight.com/topics/strategic-management-planning.html>
- Marc, J. L. (2011). *Social enterprise: empowering mission-driven entrepreneurs* (1st ed.). Chicago, Ill.: American Bar Association.
- Mathew, P. M. (2008). Social Enterprises in the Competitive Era. *Economic and Political Weekly*, 43(38), 22-24.
- McLagan, P. A. (1997). Competencies: The Next Generation. *Training & Development*, 51(4). 40-47.
- Mosher, A. T. (1976). *Thinking About Rural Development*. New York: The Agricultural Development Coouncil.

- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Premuzic, T. C. and Pillans, G. (2018). Assessing Potential. *CRF Cooperate Research Forum*, 1, 2-9.
- Prewitt, K., and Verba, S. (1983). *An introduction to American government* (4thed.). New York: Harper & Row.
- Satar, M. and John, S. (2016). A conceptual model of critical success factors for Indian social enterprises. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 12(2), 1-10.

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน

กรณีศึกษา: บริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

The Causal Factors Influencing Work Efficiency of Employees: A Case Study of a Beverage Company

Received 16 December 2021

Revised 20 December 2021

Accepted 31 January 2022

ดำรงศั ธาวร, อังคณา ธนานุภาพพันธุ์,

และ รินรยุพา ภัทรชีวานันท์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Damrong Thavorn, Angkana Thananupappun,

and Rinyupha Pattarachevanan

Kasetsart University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยความผูกพัน และปัจจัยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม แห่งหนึ่ง (2) เพื่อพัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในงานวิจัย คือ พนักงานที่ทำงานบริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มจำนวน 341 คน โดยใช้ แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยแรงจูงใจ ความผูกพันในองค์กร และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก (2) โมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีการตรวจสอบ ความกลมกลืนของรูปแบบโดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) = 132.486, ที่องศาอิสระ (df) = 101, $\chi^2/df=1.312$, ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) = 0.961, ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.927, ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยของส่วนเหลือคลาดเคลื่อน กำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) = 0.03, ค่าดัชนีค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (RMR) = 0.012 (3) โมเดล ประกอบด้วยตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ปัจจัยความผูกพันในองค์กร ส่วนตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานผ่านปัจจัยความผูกพัน

คำสำคัญ : ปัจจัยเชิงสาเหตุ ประสิทธิภาพ, ความผูกพัน, แรงจูงใจในการทำงาน

Abstract

This research aimed to (1) to study personal factors. Work motivation factors, Commitment factors and Work efficiency factors of employees in a beverage company (2) to develop a causal factor influencing the work efficiency of employees in a beverage company (3) to study the direct and indirect influences of the factors that influence the work efficiency of employees in a beverage company. This study is a Survey research. The sample used in this research was 341 employees working in a beverage company by using questionnaires as a tool to collect data. Data were analyzed using descriptive statistics. Pearson's correlation coefficient analysis, confirmation element analysis and analysis of structural equation models. The research results were as follows (1) Work motivation factors, Organization commitment factors and work efficiency factors are more level (2) The model developed was consistent with empirical data. The index for the harmonization of the pattern with the chi-square statistic (χ^2) = 132.486, at the degrees of freedom (df) = 101, χ^2/df = 1.312, Goodness of fit index (GFI) = 0.961, Adjusted goodness of fit index (AGFI) = 0.927, Root mean square error approximation (RMSEA) = 0.03, Root mean square residual (RMR) = 0.012 (3) The model consisted of variables that directly influences work efficiency such as commitment factors and variables that indirectly influence work efficiency, namely work motivation factors which affects work efficiency through commitment factors.

Keyword: Causal factors, Work efficiency, Organization commitment, Work motivation

บทนำ

ในการบริหารองค์การให้ทันต่อสถานการณ์โลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วให้ประสบความสำเร็จนั้น ทรัพยากรมนุษย์มีส่วนสำคัญในการผลักดันองค์การให้มีความเจริญก้าวหน้าประสบผลสำเร็จ และมีผลกำไรจากการปฏิบัติงานจนบรรลุจุดมุ่งหมายปลายทางขององค์การ (John D. Millet, 1954 อ้างถึงใน พงธิสิทธิ์ อุทุม, 2559) โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าหากองค์การสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์การได้มากยิ่งขึ้นจะทำให้้องค์การสามารถเจริญเติบโตได้เป็นอย่างดี ซึ่ง การที่พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น จะทำให้พนักงานพยายามทุ่มเทอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงานของตนอย่างเต็มที่ ถูกต้องรวดเร็วทันเวลามีคุณภาพได้มาตรฐานตามระเบียบกฎเกณฑ์ ซึ่งจะนำไปสู่ความมีประสิทธิภาพขององค์การ (อุสุมา ศักดิ์ไพศาล, 2556)

จากการศึกษาของ ปัญญาพร ฐิติพงศ์ และประสพชัย พสุนนท์ (2559) พบว่าปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน นอกจากนี้จากการศึกษาของ พัฒนิกิต ชัชวาลย์ (2549) ยังพบว่าความ

ผูกพันต่อองค์กรก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างมากต่อความอยู่รอด และควมมีประสิทธิภาพขององค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของ ปาริชาติ หงส์เกียรติจร และคณะ (2562) กล่าวว่า การที่องค์กรส่งเสริมให้พนักงานมีความผูกพันในองค์กรมากขึ้นจะทำให้พนักงานมีการทำงานมีประสิทธิภาพในการทำงานดีขึ้น ทั้งนี้หากทำให้พนักงานมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรแล้ว จะผลักดันให้เกิดความเต็มใจที่จะพยายามกระทำในสิ่งที่ดีให้แก่องค์กร และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งจะนำไปสู่ควมมีประสิทธิภาพขององค์กร (จิราภรณ์ น้อยนคร, 2551)

จากการทบทวนเอกสารข้างต้น ทำให้เห็นว่าการจะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานนั้น ควรศึกษาว่าปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยความผูกพัน และปัจจัยประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแห่งหนึ่งอยู่ในระดับใด โดยจะนำตัวแปรที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ไปพัฒนาเป็นโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุ เพื่อศึกษาว่าปัจจัยใดที่เป็นอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานให้เพิ่มขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่ควมมีประสิทธิภาพขององค์กร และทำให้องค์กรเจริญเติบโตได้เป็นอย่างดีในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยความผูกพัน และปัจจัยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม
2. เพื่อพัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม

ทบทวนวรรณกรรม

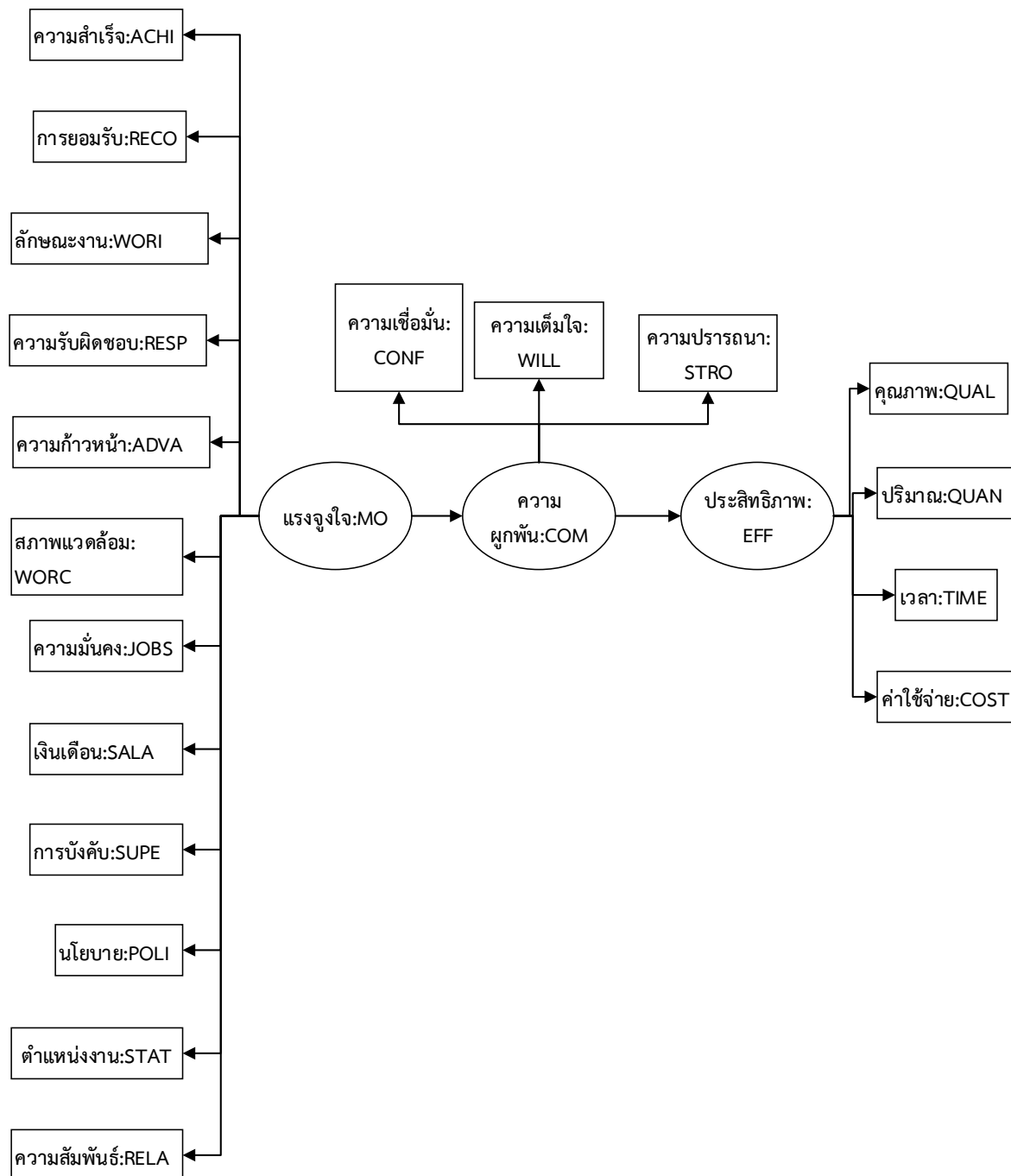
การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มมีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรายละเอียดดังนี้ แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของ Herzberg (1959 อ้างถึงใน นลพรรณ บุญฤทธิ์, 2558) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของแรงจูงใจในการทำงาน ดังนี้ ปัจจัยจูงใจ ได้แก่ 1) ความสำเร็จในการทำงาน 2) การได้รับการยอมรับนับถือ 3) ลักษณะของงาน 4) ความรับผิดชอบ 5) ความก้าวหน้า และปัจจัยค้ำจุน ได้แก่ 1) สภาพแวดล้อมในที่ทำงาน 2) ความมั่นคงในงาน 3) เงินเดือน 4) การบังคับบัญชา 5) นโยบายบริหาร 6) ตำแหน่งงาน 7) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร จากแนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันในองค์กรของ Steers (1977 อ้างถึงใน วลัยลิกา พิรักษา, 2556) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความผูกพันในองค์กร ดังนี้ 1) ความเชื่อมั่น การยอมรับเป้าหมาย และค่านิยมขององค์กร 2) ความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามเพื่อองค์กร 3) ความปรารถนาอย่างยิ่งที่จะรักษาไว้ซึ่งความเป็นสมาชิกในองค์กร จากแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน Peterson and plowman (1989

อ้างอิงใน ชัยวุฒิ เทโพธิ์ และพงษ์เสถียร เหลืองอลงกต, 2563) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ดังนี้ 1) คุณภาพของงาน (Quality) 2) ปริมาณงาน (Quantity) 3) เวลา (Time) 4) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Costs)

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีข้างต้น และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของสุภาพร ศรีนางแย้มและคณะ (2558) ธนาวุฒิ ประกอบผล (2562) สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานประกอบด้วย 2 ตัวแปร คือ 1) แรงจูงใจในการทำงาน 2) ความผูกพันในองค์การ สามารถนำมาตั้งเป็นสมมติฐานในการวิจัยได้ดังนี้

1. แรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางอ้อมเป็นบวกโดยส่งผ่านความผูกพันในองค์การ
2. แรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อความผูกพันในองค์การ
3. ความผูกพันในองค์การมีอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานที่ทำงานบริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม จำนวน 341 คน โดยใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973 อ้างถึงใน สุทรนุ ศรีไสย์, 2551) โดยกำหนดความคาด

เคลื่อนที่ร้อยละ 5 ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดขนาดตัวอย่างตามการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์ของ Hair et al. (2010 อ้างถึงใน ยุทธ ไกยวรรณ, 2556) เสนอให้ใช้จำนวนตัวอย่างขั้นต่ำจำนวน 100 คน ในกรณีที่จำนวนตัวแปรแฝงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ตัวแปร และแต่ละตัวแปรแฝงมีตัวแปรสังเกตได้เกิน 3 ข้อ ซึ่งโมเดลการวัดในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรแฝงจำนวน 3 ตัวแปร และแต่ละตัวแปรแฝงมีตัวแปรสังเกตได้เกิน 3 ข้อ ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่ควรต่ำกว่า 100 ตัวอย่าง นอกจากนี้การกำหนดขนาดตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ยังสอดคล้องกับการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Virahchai (1999 อ้างถึงใน ธนาวุฒิ ประกอบผล, 2562) ที่ให้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 10 ตัวอย่างต่อ 1 พารามิเตอร์ ซึ่งในการศึกษานี้มีจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่า 21 ตัว ขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่ควรต่ำกว่า 210 ตัวอย่าง

เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้คือ แบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ามาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม 3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิทำการประเมินความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of item - objective congruence (IOC)) ใช้ค่าเฉลี่ยรายข้อที่มากกว่า 0.5 ขึ้นไป (ประสพชัย พสุนนท์, 2557) 4) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิที่ปรับปรุงแก้ไข จากนั้นนำไปทดลองใช้ เพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's alpha coefficient) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.707 - 0.973 ซึ่งมากกว่า 0.6 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550) แสดงว่าคำถามมีความสอดคล้องกันดี จึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1.การวิเคราะห์เพื่อบรรยายลักษณะข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) การบรรยายลักษณะข้อมูลใช้ความถี่ และหาค่าร้อยละ เพื่ออธิบายปัจจัยประชากรศาสตร์ และใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นของปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยความผูกพันในองค์กร และปัจจัยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

2. การทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inference statistics) การทดสอบสมมติฐานโมเดลเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อทดสอบว่าโมเดลเส้นทางที่สร้างขึ้นตามทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลจริงเชิงประจักษ์ โดยการตรวจสอบข้อมูลตัวแปรสังเกตได้มีลักษณะจากแจกแจงแบบโค้งปกติ ตามเกณฑ์ของความเบ้และความโด่งที่ยอมรับได้มีค่าความเบ้ไม่เกิน 3.00 และ ค่าความโด่งไม่เกิน 10.00 (พุฒพงศ์ สุขสว่าง, 2556 อ้างถึงใน ญัฐศิษฐ์ สุวรรณวัฒน์, 2557) และวิเคราะห์ความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment) ระหว่างตัวแปรสังเกตได้จำนวน 19 ตัวแปรที่อยู่ภายใต้ตัวแปรแฝงเดียวกันให้มีความสัมพันธ์กัน การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความ

เที่ยงตรงเชิงโครงสร้างให้มีความเหมาะสมในการเป็นตัวแทนในการวัดโดยผลการทดสอบโมเดลการวัดของตัวแปรสังเกตได้ในชุดของตัวแปรแฝงให้โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การพิจารณาความสอดคล้องโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถพิจารณาจากประสิทธิภาพของโมเดลสามารถตรวจสอบได้จากความตรง (Validity) และความเที่ยง (Reliability) ของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้วัดตัวแปรแฝง โดยความตรง (Validity) พิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ของทุกตัวแปรแฝงแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปรสามารถสามารถวัดตัวแปรแฝงในโมเดลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สุภมาส อังศุโชติและคณะ, 2557) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกตัวแปรสังเกตได้มีค่ามากกว่า 0.30 ขึ้น (Byrne, 2010 อ้างถึงใน ธนาวุฒิ ประกอบผล, 2562) และการวัดความตรงเชิงลู่เข้า (Convergent validity) ได้จากค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (Average variance extracted (AVE)) ควรมีค่ามากกว่า 0.5 (อภิญา อิงอาจและคณะ, 2564) นอกจากนี้การพิจารณาประสิทธิภาพของโมเดลสามารถวัดได้จากความเที่ยง (Reliability) หมายถึง การที่ตัวแปรสังเกตได้มีความแปรผันร่วมกันกับตัวแปรแฝงและความสามารถของตัวแปรสังเกตได้ที่จะอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝง โดยพิจารณาจากค่า Square multiple correlation (R^2) โดยค่าความแปรปรวนของตัวแปรควรมีค่าเข้าใกล้ 1 (Byrne, 2010 อ้างถึงใน ธนาวุฒิ ประกอบผล, 2562)

นอกจากนี้การพิจารณาความสอดคล้องโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถพิจารณาจากค่าดัชนีการตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดล ได้แก่ ค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) ไม่มีนัยสำคัญ หรือ $p > 0.05$, ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) น้อยกว่า 2, ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Goodness of fit Index (GFI)), มากกว่า 0.90 และ ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of fit index (AGFI)) มากกว่า 0.90, ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยของส่วนเหลือคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root mean square error of approximation (RMSEA)) น้อยกว่า 0.05, และค่าดัชนีค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Root mean square residual (RMR)) น้อยกว่า 0.05 (สุภมาส อังศุโชติและคณะ, 2557)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ปัจจัยความผูกพัน และปัจจัยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มผลการวิจัยพบว่าดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยประชากรศาสตร์จำนวน 341 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 53 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 72 รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 48 อายุการทำงาน 11 ปีขึ้นไป ร้อยละ 76

การหาค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรในโมเดลและการตรวจสอบการกระจายของข้อมูล

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานเบื้องต้น เพื่อให้ทราบลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง และลักษณะการแจกแจงข้อมูลของตัวแปร โดยตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความผูกพันในองค์กร (COM) (Mean = 4.26) ค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (EFF) มี (Mean = 4.20) และ แรงจูงใจในการทำงาน (Mean = 4.01) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการกระจายของข้อมูลแบบโค้งปกติ (Normal distribution) ของตัวแปรสังเกตได้ จากค่าความเบ้และความโด่งพบว่า ค่าความเบ้มีค่าอยู่ระหว่าง -1.276 ถึง 0.175 และค่าความโด่งมีค่าอยู่ระหว่าง -1.065 ถึง 3.124 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้มีลักษณะการแจกแจงข้อมูลแบบปกติ ซึ่งเป็นไปตาม เกณฑ์ของความเบ้และความโด่งที่ยอมรับได้ได้โค้งปกติมีค่าความเบ้ไม่เกิน 3.00 และ ค่าความโด่งไม่เกิน 10.00 แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีลักษณะการแจกแจงแบบโค้งปกติ สามารถนำข้อมูลที่ได้ ไปใช้ในวิเคราะห์ขั้นตอนต่อไป

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มผลการวิจัยพบว่า

1. การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ภายใต้ตัวแปรแฝงเดียวกัน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่อยู่ภายใต้ตัวแปรแฝงเดียวกัน โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment :r) พบว่า ตัวแปรสังเกตได้จำนวน 19 ตัวแปร มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในเชิงบวก โดยมีขนาดความสัมพันธ์ (r) ตั้งแต่ 0.132 ถึง 0.739 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่อยู่ภายใต้ตัวแปรแฝงเดียวกัน พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ภายใต้ตัวแปรแฝงเดียวกันมีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทุกคู่ จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

2. การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง เพื่อตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระหว่างตัวแปรแฝง (Multicollinearity) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment) ระหว่างตัวแปรแฝงจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงาน ความผูกพันในองค์กร และประสิทธิภาพในการทำงาน พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงทุกตัวในโมเดลมีขนาดความสัมพันธ์เชิงบวกตั้งแต่ 0.675 ถึง 0.795 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันไม่เกิน 0.8 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) (Hair et al, 1995, อ้างถึงใน สรรค์ชัย กิตยานันท์, 2552) ดังนั้นตัวแปรแฝงจึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมในการเป็นตัวแทนในการวัด โดยผลการทดสอบโมเดลการวัดของตัวแปรสังเกตได้ ในชุดของตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายใน พบว่า โมเดลการวัดแรงจูงใจในการทำงาน โมเดลการวัดความผูกพันในองค์กร โมเดลการวัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ทุกโมเดล โดยมีค่าดัชนีการ

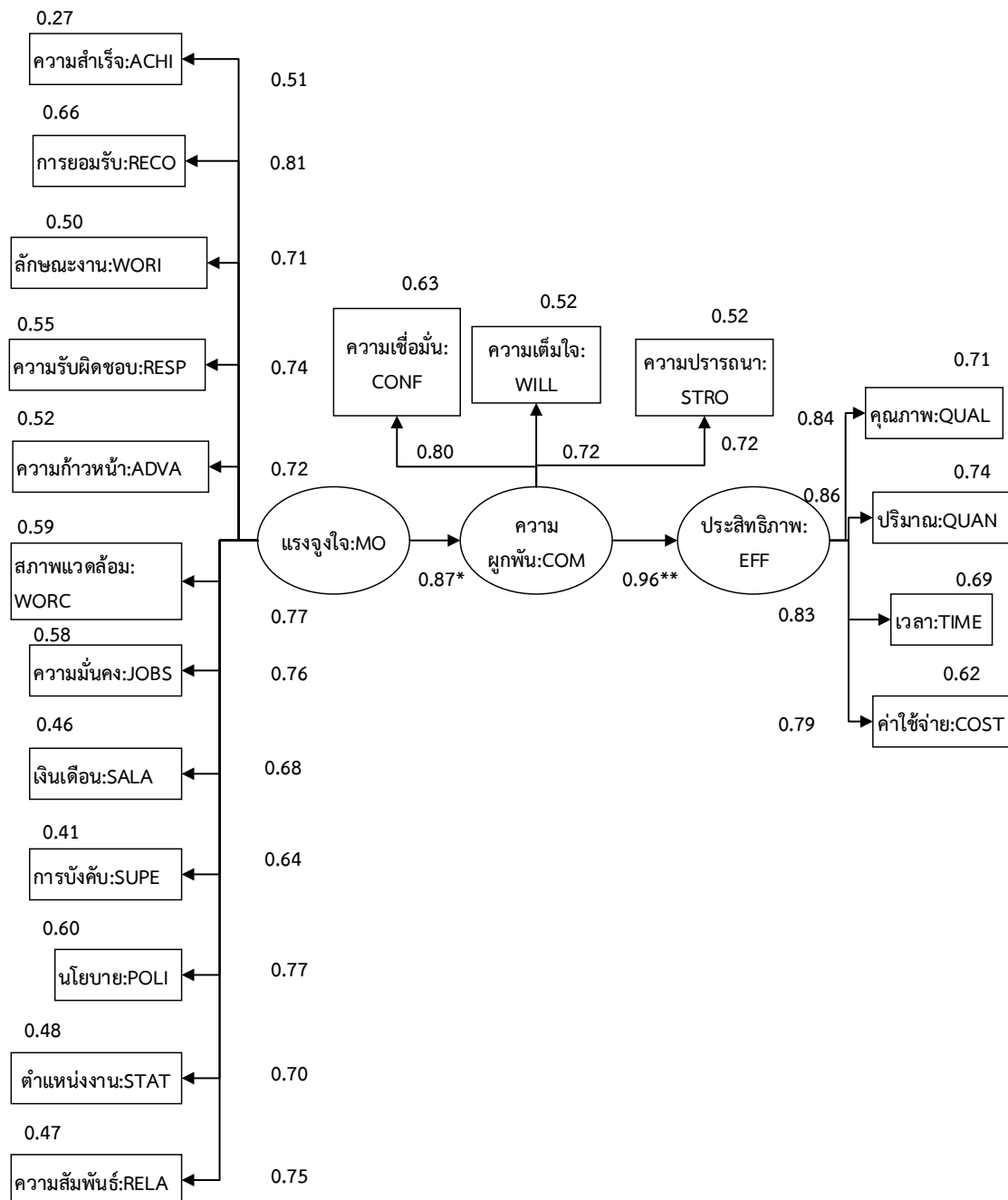
ตรวจสอบความกลมกลืนของรูปแบบ มีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) ตั้งแต่ 0-29.507, ที่องศาอิสระ (df) ตั้งแต่ 0-29, P ตั้งแต่ 0.439-1, ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) ตั้งแต่ 0.986-1, ค่าดัชนีการากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (RMR) ตั้งแต่ 0-0.007 ดังนั้นตัวแปรสังเกตได้ในชุดของตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายในมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

4. การวิเคราะห์ความสอดคล้องโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยการพิจารณาประสิทธิภาพของโมเดล การวิเคราะห์ความสอดคล้องโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถพิจารณาจากประสิทธิภาพของโมเดล โดยตรวจสอบได้จากความตรง (Validity) และความเที่ยง (Reliability) ของตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้วัดตัวแปรแฝงภายนอก โดยความตรง (Validity) พิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ของทุกตัวแปรแฝงแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปร สามารถวัดตัวแปรแฝงในโมเดลได้อย่างมีประสิทธิภาพ และค่าน้ำหนักองค์ประกอบทุกตัวแปรสังเกตได้มีค่ามากกว่า 0.30 ขึ้นไป ซึ่งค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ของทุกตัวแปรแฝงแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และมีค่าเป็นบวกทั้งหมดมีขนาดตั้งแต่ 0.514 ถึง 0.858 แสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรในทิศทางเดียวกันและตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปรสามารถวัดตัวแปรแฝงในโมเดลได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกการพิจารณาประสิทธิภาพของโมเดลสามารถวัดได้จากความตรงเชิงลู่เข้า (Convergent validity) จากค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (Average variance extracted (AVE)) ควรมีค่ามากกว่า 0.5 ซึ่งพบว่า ค่า AVE ของทุกตัวแปรแฝงมีค่าอยู่ระหว่าง 0.514 – 0.688 อีกทั้งสามารถวัดได้จากความเที่ยง (Reliability) หมายถึง การที่ตัวแปรสังเกตได้มีความแปรผันร่วมกันกับตัวแปรแฝง และความสามารถของตัวแปรสังเกตได้ที่อธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝง โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Square multiple correlation (R^2)) โดยค่าความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้ควรมีค่าเข้าใกล้ 1 ซึ่งพบว่าค่า R^2 ของตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าอยู่ระหว่าง 0.265 – 0.736

5. การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลระหว่างตัวแปรโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

ก่อนปรับโมเดลจากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเต็มรูปแบบ ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกันของโมเดลยังไม่มี ความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีการตรวจสอบความกลมกลืนของรูปแบบโดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) = 685.288, ที่องศาอิสระ(df) = 149, P = 0.000, χ^2/df = 4.599, ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) = 0.793, ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.736, ค่าการากที่สองของค่าเฉลี่ยของส่วนเหลือคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) = 0.103, ค่าดัชนีการากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (RMR) = 0.027 ผู้วิจัยจึงทำการปรับตัวแบบโมเดลโดยการพิจารณาค่า M.I. หรือ Modification indices ผลการประมาณค่าหลังการปรับโมเดลทำให้โมเดลเชิงสาเหตุของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานที่ทำงานในโรงงานผลิตเครื่องดื่มที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีการตรวจสอบความกลมกลืนของรูปแบบโดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) = 132.486, ที่องศาอิสระ(df) = 101, P = 0.019, χ^2/df = 1.312, ค่าดัชนีความสอดคล้อง (GFI) = 0.961, ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) = 0.927, ค่าการากที่สองของ

ค่าเฉลี่ยของส่วนเหลือคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) = 0.03, ค่าดัชนีค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (RMR) = 0.012 ซึ่งค่าดัชนีดังกล่าวบ่งชี้ว่าตัวแบบที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีขึ้นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ แสดงว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรายละเอียดยังดั่งตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct effect (DE)) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect (IE)) และอิทธิพลโดยรวม (Total effect (TE))

ตัวแปรผล	ความผูกพันในองค์การ (COM)			ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (EFF)		
ตัวแปรเหตุ	ทางตรง (DE)	ทางอ้อม (IE)	โดยรวม (TE)	ทางตรง (DE)	ทางอ้อม (IE)	โดยรวม (TE)
แรงจูงใจใน การทำงาน (MO)	0.868**	-	0.868**	-	0.835**	0.835**
ความผูกพัน ในองค์การ (COM)	-	-	-	0.962**	-	0.962**
R ²	ร้อยละ 95.3			ร้อยละ 92.6		
ค่าสถิติ						
χ ² = 132.486, df = 101, P = 0.019, χ ² /df=1.132, GFI = 0.961, AGFI = 0.927, RMSEA = 0.03, RMR = 0.012						

หมายเหตุ : 1) ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2) R² = ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Square multiple correlation)

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความผูกพันในองค์การ (COM) ได้แก่ ตัวแปรแรงจูงใจในการทำงาน (MO) ซึ่งสามารถทำนายความผูกพันในองค์การ (COM) ได้ร้อยละ 95.3 และตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (EFF) ได้แก่ ปัจจัยความผูกพันในองค์การ (COM) ส่วนตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (EFF) ได้แก่ ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน (MO) ซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (EFF) ผ่านปัจจัยความผูกพันในองค์การ (COM) โดยสามารถร่วมกันทำนายตัวแปรประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (EFF) ได้ร้อยละ 92.6 สามารถเขียนเป็นตัวแบบเชิงโครงสร้างได้ คือ

$$1) \text{ ความผูกพันในองค์การ (COM)} = (0.868) (\text{แรงจูงใจในการทำงาน: MO})$$

$$2) \text{ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (EFF)} = (0.835) (\text{แรงจูงใจในการทำงาน: MO}) + (0.962) (\text{ความผูกพันในองค์การ: COM})$$

สามารถสรุปองค์ความรู้ใหม่ได้ตามสมมติฐานดังนี้

1. จากสมมติฐานที่ 1 พบว่า แรงจูงใจในการทำงาน (MO) มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (EFF) ทางอ้อม โดยส่งผ่านความผูกพันในองค์การ (COM) ในทิศทางบวก โดยมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.835 และมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.835 แสดงว่า หากพนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานที่ดี จะส่งผลให้พนักงานรู้สึกผูกพันต่อองค์การ ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงขึ้น

2. จากสมมติฐานที่ 2 พบว่า แรงจูงใจในการทำงาน (MO) มีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันในองค์กร (COM) ในทิศทางบวก โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.868 และมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.868 แสดงว่า หากพนักงานมีแรงจูงใจในการทำงาน จะส่งผลให้พนักงานรู้สึกผูกพันต่อองค์กร โดยรู้สึกเชื่อมั่นต่อองค์กร ที่ทำงาน ทำให้มีความเต็มใจที่จะทุ่มเท พยายามอย่างเต็มที่เพื่อประโยชน์ขององค์กร และปรารถนาที่จะยังคงความเป็นพนักงานในองค์กร

3. จากสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความผูกพันในองค์กร (COM) มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (EFF) ในทิศทางบวก โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.962 และมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.962 แสดงว่า หากพนักงานมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร โดยรู้สึกเชื่อมั่นต่อองค์กรที่ทำงาน ทำให้พนักงานเต็มใจที่จะทุ่มเท พยายามอย่างเต็มที่เพื่อประโยชน์ขององค์กรและยังคงความต้องการเป็นพนักงานในองค์กร จะส่งผลให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน กรณีศึกษา: บริษัทผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม สามารถอภิปรายผลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ดังนี้

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางอ้อมเป็นบวกโดยส่งผ่านความผูกพันในองค์กร ทั้งนี้เป็นเพราะพนักงานเมื่อมีแรงจูงใจในการทำงาน จะรู้สึกพึงพอใจต่องานที่ได้รับมอบหมายให้ทำ ซึ่งเป็นงานที่ตรงกับความรู้ความสามารถ ได้รับการยอมรับนับถือ อีกทั้งงานมีความก้าวหน้ามั่นคง มีสภาพแวดล้อมการทำงานและผู้บังคับบัญชาที่ดี ทำให้สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ และใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถทำให้ปริมาณงานเสร็จทันได้ตามเวลาที่กำหนด ซึ่งส่งผลให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวความคิดของปัญญาพร ฐิตพงศ์ และประสพชัย พสุนนท์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัทก่อสร้าง: กรณีศึกษา บริษัท อินเตอร์ เอ็กซ์เพิร์ท คอนสตรัคชั่น จำกัด กล่าวว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ถ้าพนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้นจะส่งต่อประสิทธิภาพในการทำงานที่เพิ่มขึ้นด้วย

ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อความผูกพันในองค์กร ทั้งนี้เป็นเพราะ เมื่อมีแรงจูงใจในการทำงาน จะรู้สึกพึงพอใจต่อลักษณะของงานและความสำเร็จของงานที่ทำ ซึ่งจะทำให้ได้ตำแหน่งงานที่ดี มีความก้าวหน้ามั่นคงในการทำงาน อีกทั้งการที่มีความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาที่ดี รวมถึงมั่นใจในนโยบายการบริหารขององค์กร จะทำให้พนักงานรู้สึกเชื่อมั่น ยอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ทำให้เต็มใจที่จะใช้ความสามารถของตนอย่างเต็มที่ และต้องการที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรตลอดไป ซึ่งส่งผลให้ความผูกพันในองค์กรเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวความคิดของ ขวัญธิดา กุลสรลพร และ ทศพร มะหะหมัด (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันของพนักงาน บริษัทอนิลา เยม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด กล่าวว่า แรงจูงใจมี

ความสัมพันธ์กับความผูกพันในองค์กร ถ้าพนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้นจะส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรที่เพิ่มขึ้น

ปัจจัยความผูกพันในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเป็นบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ทั้งนี้เป็นเพราะความผูกพันต่อองค์กรเปรียบเสมือนสิ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ เสียสละและอุทิศตนเพื่อผลประโยชน์ต่อองค์กร และมีความซื่อสัตย์จงรักภักดี อันจะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรในท้ายที่สุด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวความคิดของ พัฒนกิจ ชัชวาลย์ (2549) กล่าวถึงความสำคัญของความผูกพันในองค์กรไว้ว่า ความผูกพันต่อองค์กรมีความสำคัญอย่างมากต่อความอยู่รอดและความมีประสิทธิภาพขององค์กรและยังเป็นตัวทำนายการลาออกได้ดีกว่าความพึงพอใจในงาน ดังนั้นสรุปได้ว่าการที่องค์กรจะสามารถทำให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้นได้นั้น องค์กรควรเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานให้ตรงตามความต้องการของพนักงาน จะส่งผลให้พนักงานรู้สึกผูกพันในองค์กรมากขึ้น ซึ่งจะให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในการทำงาน อยู่ในระดับต่ำกว่าด้านอื่นๆ ดังนั้น องค์กรควรสนับสนุนพนักงานให้มีความก้าวหน้าในตำแหน่งงานโดยการกำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ มีเกณฑ์มาตรฐานในการพิจารณาประเมินผลงานและเลื่อนตำแหน่งงานให้ชัดเจนและมีความยุติธรรม อีกทั้งควรเพิ่มโอกาสให้พนักงานได้รับการศึกษาดูงานและฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น เพื่อให้พนักงานรู้สึกมีความก้าวหน้าในการทำงานมากยิ่งขึ้น ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 และวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีจำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานซึ่งมีอิทธิพลทางอ้อมโดยส่งผ่านความผูกพันในองค์กร ดังนั้น องค์กรควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริม 2 ด้านนี้ โดย 1) ในด้านแรงจูงใจในการทำงาน องค์กรควรส่งเสริมให้พนักงานได้ทำงานที่มีลักษณะงานที่มีความท้าทาย ให้อิสระและอำนาจในการทำงานอย่างเหมาะสม ซึ่งจะทำให้พนักงานรู้สึกพึงพอใจเมื่อสามารถทำงานได้ประสบความสำเร็จ ทำให้พนักงานได้รับการยอมรับนับถือจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ซึ่งมีผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและผู้บังคับบัญชาเป็นไปด้วยดี ทำให้พนักงานได้รับความก้าวหน้ามั่นคงในการทำงาน นอกจากนี้การที่องค์กรมีนโยบาย กฎระเบียบข้อบังคับ ที่มีความเหมาะสม และเอื้อประโยชน์ ในทำงานจะช่วยทำให้พนักงานรู้สึกอยากที่จะทำงานองค์กรนี้ต่อไป 2) ในด้านปัจจัยความผูกพันในองค์กร องค์กรควรส่งเสริมให้พนักงานมีเป้าหมายและค่านิยมที่สอดคล้องกับองค์กร ซึ่งจะทำให้ พนักงานตั้งใจทุ่มเททำงานอย่างเต็มที่และอยากที่จะทำงานที่องค์กรนี้ไม่ทำงานที่องค์กรอื่น แม้มีโอกาสดีกว่า ซึ่งการที่องค์กรส่งเสริมแรงจูงใจในการทำงานจะส่งผลให้พนักงานรู้สึกผูกพันต่อองค์กร และมีผล ทำให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

2.1 ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานระหว่างองค์การเอกชน และองค์การรัฐบาล ว่ามีปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

2.2 การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปใช้ประกอบผลการวิจัยได้อย่างครอบคลุมและกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชัยวุฒิ เทโพธิ์ และ พงษ์เสถียร เหลืองอลงกต. (2563). ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, 14 (1): 251-265.
- นลพรรณ บุญฤทธิ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร องค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วัลย์ลิลา พิรักษา. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสหกรณ์การเกษตร เขตจังหวัดนครราชสีมา. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- สุภาพร ศรีนางแย้ม ธนินทร์ รัตนโอฬาร และ กฤษณา คิตดี. (2558). การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของความผูกพันต่อองค์กรของครูสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ภาคกลาง 1. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม*. 14 (2): 236-243.
- ธนาวุฒิ ประกอบผล. (2562). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*. 13 (3): 88-107.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพฯ: บริษัท วี.อินเตอร์ พรินท์.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2557). *การวิจัยการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 1)*. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุทนต์ ศรีไสย์. (2551). สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2556). *การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วย AMOS.(พิมพ์ครั้งที่ 1)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภมาส อังศุโชติ และ คณะ. (2557). *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL.(พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.

- อภิญญา อิงอาจ และ คณะ. (2564). *การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง. เอกสารประกอบการอบรมโครงการเชิงปฏิบัติการ การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อการวิจัย หลักสูตร Basic SEM with AMOS*. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สวรรณชัย กิตยานันท์. (2552). *ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ดุสิตบัณฑิตบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ปัญญาพร ฐิตินพงศ์ และ ประสพชัย พสุนนท์. (2559). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในบริษัทก่อสร้าง : กรณีศึกษา บริษัท อินเตอร์ เอ็กซ์เพิร์ท คอนสตรัคชั่น จำกัด. *วารสาร Veridian E-Journal*. 9 (3): 1275 - 1292.
- ขวัญฤตา กุลสรลพร และ ทศพร มะหะหมัด. (2562). แรงจูงใจในการทำงานกับความผูกพันของพนักงานบริษัทออนไลน์ เอม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด. *วารสารวิจัยราไพพรรณี*. 13 (2): 102-110.
- พัฒนกิจ ชัชวาลย์. (2549). *บรรยากาศองค์การและความผูกพันต่อองค์การของนักวิชาการวัฒนธรรมสังกัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด 14 จังหวัดภาคใต้*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปาริชาติ หงส์เกียรติขจร และ คณะ. (2562). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรและการปฏิบัติงาน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*. 39(1). 99-119
- พฤติสิทธิ์ อุทุม. (2559). *ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการองค์การบริหารส่วนจังหวัดสระแก้ว*. (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต).ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อุสุมา ศักดิ์ไพศาล. (2556). *คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท อินเตอร์ เรียลตี้ แมเนจเม้นท์ จำกัด*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- จิราภรณ์ น้อยนคร. (2551). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัทในเขตนิคมอุตสาหกรรมโรจนะจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). จังหวัดอุดรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- สุทธนู ศรีไสย์. (2551). *สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐศิษฐ์ สุวรรณวัฒน์. (2557). *อิทธิพลของการรับรู้การสนับสนุนความเป็นอิสระในตนเองต่อความต้องการพื้นฐานทางจิตวิทยา แรงจูงใจ และความตั้งใจในการออกกำลังกาย*. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต).ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

ศูนย์ข้อมูลสนับสนุนธุรกิจภายใต้บริบทของ EEC

The business supporting information center under the context of EEC

Received 9 February 2022

Revised 10 February 2022

Accepted 25 April 2022

สุชนนี เมธิโยธิน, ชนิสรา แก้วสวรรค์,
ธีทัต ตริศิริโชติ, ศักดิ์ชาย จันทรเรือง,
กขพร นรมารตย์, และไพรินทร์ ทองภาพ
มหาวิทยาลัยบูรพา

Suchonnee Matiyothin, Chanisara Kaewsawan,
Teetut Tresirichod, Sakchai Junruang,
Kodchaporn Noramart, and Phairin Thongpharp
Burapha University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อจัดทำศูนย์ข้อมูล EEC และระบบ Supply Chain ของแต่ละอุตสาหกรรม ที่เป็นประโยชน์และต่อยอดได้กับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ที่เติบโตใน EEC ตามบริบทใน 11 สถาบันอยู่ภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม และนำมาสรุปสังเคราะห์เป็นข้อมูลที่ใช้ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ที่เติบโตใน EEC ตามบริบทใน 11 สถาบันอยู่ภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม สังเคราะห์ข้อมูล (Content Analysis) เชิงประจักษ์ด้วยระบบ Supply Chain ผลการสำรวจ พบว่า สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (สพช.)¹ ให้คำปรึกษาแนะนำ การฝึกอบรม และสัมมนา การวิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตภาพการจัดกิจกรรมส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตภาพ สถาบันไทย-เยอรมัน (สทย.) ให้บริการฝึกอบรมด้านเทคนิค (Technical Training) อาทิ ด้านเครื่องจักรกลและระบบอัตโนมัติ ด้านแม่พิมพ์และเครื่องมือกล สถาบันอาหาร (สอห.) ให้คำปรึกษาระบบคุณภาพที่ได้รับการยอมรับอย่างเป็นสากล อาทิ GMP , HACCP , BRC , ISO 9001 , ISO 22000:2005 , ISO/IEC 17025, ISO 14001 พร้อมรับตรวจประเมินเบื้องต้น สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (สสท.) ให้บริการแก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.) ให้บริการฝึกอบรมและการพัฒนาระบบงาน ด้านระบบการจัดการ ด้วยการฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ และการพัฒนาระบบงาน เช่น ISO/IEC 17020, ISO/IEC 17021, ISO/IEC 17024, ISO/IEC 17025 , ISO/IEC 17065 สถาบันยานยนต์ (สสย.) จัดทำระบบและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ทั้งประเทศและต่างประเทศ สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (สฟอ.) ให้บริการด้านการทดสอบ สอบเทียบ และตรวจคุณภาพโรงงานสำหรับผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สพว.) ให้บริการฝึกอบรมสัมมนาและศึกษาดูงานเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและสปา สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย (สทท.) ให้บริการสนับสนุนข้อมูลอุตสาหกรรมเหล็ก มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ข้อมูลวิชาการด้าน

โลหะวิทยาและกระบวนการผลิต การแปรรูป สถาบันพลาสติก (สพต.) เป็นหน่วยงานเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติกไทย มีการให้บริการครอบคลุมตั้งแต่ภาครัฐภาคเอกชน และภาคการศึกษา และ สถาบันการก่อสร้างแห่งประเทศไทย (สกส.) ให้คำแนะนำปรึกษาฝึกอบรม และเป็นแกนกลางในการวิจัย พัฒนา จัดการเผยแพร่องค์ความรู้และเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมก่อสร้าง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์รูปแบบศูนย์ข้อมูลทางวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ควรใช้คือ รูปแบบของ blogger โดยการสมัครและสร้างศูนย์ข้อมูลสนับสนุนธุรกิจภายใต้บริบทของ EEC

คำสำคัญ: ศูนย์ข้อมูล, บริบทของ EEC, Blogger

Abstract

The objective of this research was to make the business supporting information center EEC and supply chain of each industry which is the benefit, and it can be developed to the target industry of the country. This research collected the data from those countries where were in the target industry in ECC as in the context of 11 institutes under the Ministry of Industry. The qualitative research by using the in-depth interview was use in this research, and analyzed by the content analysis with empirical data by the supply chain system. The result found that Thailand Productivity Institute give the consulting service, training and seminar, doing the research for increasing the productivity of setting the promoting activity for increasing the productivity. Thai – German institute is the organization for giving the technical training, such as the machinery and the automatic system in the aspect of block and machinery. National food institute is the organization for giving consulting service in the quality system that has been accepted in the international level, such as GMP, HACCP, BRC, ISO 9001, ISO 22000:2005, ISO/IEC 17025, ISO 14001, and the preliminary assessment. Thailand textile institute is the organization for giving the textile industry for the entrepreneur. Foundation of industrial development management system certification institute is the organization for giving the training service, the system development, management system by training both theory and practice, such as ISO/IEC 17020, ISO/IEC 17021, ISO/IEC 17024, ISO/IEC 17025, ISO/IEC 17065. Thailand automotive institute is the organization for making the system and collect the data that relates to the automotive industry and the auto parts both national and international. Electrical and Electronics Institute is the organization for giving the testing service, factory quality examining for electrical and electronic product. Institute for small and Medium Enterprises Development (ISMED) is the organization for giving the seminar training service, and job observation for developing the tourism and spa entrepreneur. Iron and steel institute of

Thailand is the organization for giving the supporting service in the iron and steel industry, the product standard, metallurgy data, production process and processing. Plastics Institute of Thailand is the organization for developing the plastic in Thailand industry. It covers both the private section and the educational section. Industrial estate authority of Thailand is the organization for advising the training, and it is as the center for developing the research, managing and publishing the knowledge and construction industry technology for increasing the industry potential of Thai construction. From the analyzing, the information center at Graduate school of commerce should use the blogger model by applying and making the business supporting information center under the context of EEC.

Keywords: Information center, EEC context, Blogger

บทนำ

ปัจจุบันภาคตะวันออกเป็นพื้นที่ที่กำลังได้รับความสนใจจากนักลงทุนซึ่งเป็นผลจากรัฐบาลตั้งเป้าผลักดัน Eastern Economic Corridor Development :EEC เพื่อให้เกิดการลงทุนรอบใหม่ในภาคตะวันออก พ.ร.บ. เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา การดำเนินงานมีความคืบหน้า ดังนี้ 1) แผนพัฒนาระบบคมนาคมทุกมิติ วงเงินกว่า 400,000 ล้านบาท ซึ่งจะช่วยลดข้อด้อยของไทยด้านต้นทุนโลจิสติกส์ที่สูงประมาณ 14% ของ GDP สูงเป็นอันดับต้นๆ ของอาเซียน 2) แผนพัฒนาพื้นที่อุตสาหกรรม ซึ่ง กนอ. และผู้พัฒนานิคมฯ เอกชน เตรียมพัฒนาพื้นที่รวมกัน 35,000 ไร่ จากที่รัฐประเมินใช้พื้นที่ถึง 70,000 ไร่ และ 3) เตรียมขยายเขตแดนให้สิทธิประโยชน์การลงทุน อาทิ ยกเว้นภาษีนิติบุคคลจาก 8 ปีเป็น 13 ปี ภายใต้ พ.ร.บ. ส่งเสริมการลงทุนฉบับใหม่ และ 15 ปี ภายใต้ พ.ร.บ. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันใน 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ซึ่งจะยิ่งส่งผลให้ภาคตะวันออกเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมของประเทศในระยะยาว (ที่มา : วิจัยกรุงศรี บมจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา)

โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เป็นแผนยุทธศาสตร์ภายใต้ไทยแลนด์ 4.0 ด้วยการพัฒนาเชิงพื้นที่ ที่ต่อยอดความสำเร็จมาจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก หรือ Eastern Seaboard ซึ่งดำเนินมาตลอดกว่า 30 ปีที่ผ่านมา โดยในครั้งนี้นี้ สำนักงานเพื่อการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (สกรศ) มีเป้าหมายหลักในการเติมเต็มภาพรวมในการส่งเสริมการลงทุน ซึ่งจะเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมของประเทศ เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และทำให้เศรษฐกิจของไทยเติบโตได้ในระยะยาว โดยในระยะแรกจะเป็นการยกระดับพื้นที่ในเขต 3 จังหวัด คือ ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา ให้เป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เพื่อบริการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพผ่านกลไกการบริหารจัดการภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการนโยบายพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน (ที่มา : สำนักงานเพื่อการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (สกรศ.))

วันนี้ภูมิภาคเอเชีย เป็นผู้นำในการขับเคลื่อนโลก ทั้งด้านการลงทุน และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยมีประเทศจีน อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รวมทั้งอาเซียน เป็นหัวใจหลักของการขับเคลื่อน ด้วยประชากรรวมกว่า 3.5 พันล้านคน และ GDP คิดเป็น 32% ของ GDP โลก ประเทศไทย เป็นจุดศูนย์กลางในการเชื่อมต่อกับกลุ่มเศรษฐกิจในทวีปเอเชีย จากเหนือสู่ใต้ ตั้งแต่จีนลงสู่อินโดนีเซีย จากตะวันออกมายังตะวันตกตั้งแต่เวียดนามข้ามไปจนถึงเมียนมา และเป็นจุดยุทธศาสตร์ของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ในด้านการผลิต การค้า การส่งออกและการขนส่ง ทั้งยังอยู่กึ่งกลางระหว่างประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยจึงเป็นตำแหน่งที่ดีที่สุดของการลงทุนในอาเซียน เพื่อเชื่อมเอเชียและเชื่อมโลก กว่า 30 ปีมาแล้ว พื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออกหรือ Eastern Seaboard เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ ซึ่งเชื่อมโยงการค้า การลงทุนกับทั่วโลก และเป็นพื้นที่ของอุตสาหกรรมหลักต่างๆ สามารถเปิดโอกาส ด้วยการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมแห่งอนาคต และเป็นที่ตั้งของสำนักงาน ระดับภูมิภาคของบริษัทชั้นนำของโลก เป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุน การขนส่ง อีกทั้งยังได้รับการพัฒนาให้เป็นเมืองใหม่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทันสมัยและครบวงจรที่สุด โดยการขยายระบบการคมนาคมและโลจิสติก อย่างครบวงจร แบ่งเป็น

การขนส่งทางบก: โครงการรถไฟความเร็วสูง เชื่อมต่อสนามบินนานาชาติทั้ง 3 แห่ง คือ ดอนเมือง สุวรรณภูมิ และอู่ตะเภา เพิ่มความสะดวกสบาย ลดระยะเวลา ลดต้นทุนการเดินทาง 2) รถไฟฟ้าจากแหล่งอุตสาหกรรมทั่วประเทศ ที่เชื่อมสู่ท่าเรือแหลมฉบัง มาบตาพุด และสัตหีบสำหรับการขนส่งสินค้าระบบรางที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ 3) โครงการขยายมอเตอร์เวย์ จากกรุงเทพถึงระยอง เพื่อให้การเดินทางเป็นได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น การขนส่งทางอากาศ : สนามบินอู่ตะเภา ได้รับการยกระดับให้เป็นสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา ด้วยรันเวย์ขนาดมาตรฐาน อาคารผู้โดยสารที่ทันสมัย ที่สามารถรองรับนักธุรกิจและผู้โดยสารในอนาคตกว่า 30 ล้านคนต่อปี อีกทั้งยังสามารถ รองรับธุรกิจการขนส่งสินค้าและโลจิสติก นอกจากนี้ยังได้รับการส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางสำหรับการซ่อมอากาศยานที่ทันสมัยที่สุด รวมถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบินต่าง ๆ อีกด้วย เมื่อผสานกับสนามบินดอนเมืองและสนามบินสุวรรณภูมิ จึงส่งผลให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางทางการบิน ของภูมิภาคเอเชียได้อย่างเต็มภาคภูมิ Aviation Hub MRO (Maintenance, Repair and Overhaul) ได้รับการพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการซ่อมบำรุงอากาศยาน ด้วยโรงซ่อมอัจฉริยะ ที่สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ทันสมัย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทีมช่างซ่อมบำรุงอากาศยานที่มีประสบการณ์ยาวนานกว่า 55 ปี ซึ่งเมื่อผสานรวมกับเทคโนโลยีขั้นสูงทั้ง RFID, COBOT และ Drone ที่สามารถรองรับเครื่องบินแอร์บัส A380/A350 หรือ A320/B737 จึงส่งผลให้พื้นที่ดังกล่าวกลายเป็นศูนย์กลางสำหรับซ่อมอากาศยานที่ทันสมัยที่สุด ศูนย์พัฒนา และฝึกอบรม เพื่อสร้างบุคลากรช่างให้เพียงพอับความต้องการของธุรกิจในอนาคต จึงได้มีการส่งเสริมเพื่อพัฒนาศูนย์วิจัย ควบคู่ไปกับการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมช่างฝีมือ และนายช่างอากาศยาน ภายใต้การควบคุมของคณาจารย์ช่างอากาศยานผู้มีประสบการณ์ ซึ่งจะส่งผลให้สามารถผลิตบุคลากรรุ่นใหม่อย่างมีประสิทธิภาพได้ตามหลักสูตรมาตรฐานการบินสากล Supply Chain ด้วยความได้เปรียบทางยุทธศาสตร์ของประเทศไทย ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ของโลกในการเดินทางสู่ภูมิภาคเอเชีย นั้นจึงนำไปสู่การพัฒนาให้พื้นที่ดังกล่าว กลายเป็นเมืองหลวงแห่งธุรกิจการบินของ

อาเซียน โดยมีพื้นที่รวมทั้งหมดกว่า 10,000 ไร่ อันประกอบไปด้วย ศูนย์กลางการซ่อมบำรุงอากาศยาน ศูนย์วิจัยพัฒนา ศูนย์ฝึกอบรมช่างฝีมือ และนายช่างอากาศยาน อีกทั้งยังเป็นจุดผลิตชิ้นส่วนอะไหล่การบินแห่งอนาคตที่ครอบคลุมครบวงจรที่สุดในภูมิภาค

การขนส่งทางน้ำ : ทำเทียบเรือน้ำลึกแหลมฉบัง เป็นท่าเรือหลักในการขนส่งตู้สินค้าและรถยนต์ ที่เมื่อโครงการในเฟส 3 เสร็จสิ้นแล้วจะมีศักยภาพรองรับจำนวนตู้สินค้า ได้มากถึง 18 ล้านที่ตู้ต่อปี และรถยนต์ 3 ล้านคันต่อปี ซึ่งจะส่งผลให้ท่าเรือแหลมฉบังก้าวขึ้นเป็นท่าเรือขนส่งสินค้า ติดอันดับ 1 ใน 15 ของโลก เป็นประตูสู่อินโดจีน ศูนย์กลางโลจิสติกส์และศูนย์กระจายสินค้าที่สำคัญที่สุด ของอาเซียน 1). ท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด เฟส 3 เป็นท่าเรือสำหรับเรือสินค้าเหลว และก๊าซธรรมชาติ อันเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตพลังงาน และรองรับอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขั้นสูงของประเทศ 2). ท่าเรือพาณิชย์สัตหีบ ได้รับการส่งเสริมให้เป็นท่าเรือสำหรับจอดเรือสำราญที่ทันสมัย ได้มาตรฐานระดับโลก รองรับการขายตัวของอุตสาหกรรมต่อเรือ และการประกอบแท่นขุดเจาะน้ำมัน 3). ท่าเรือเฟอร์รี่ ได้รับการพัฒนาเพื่อเชื่อมต่อจุดท่องเที่ยวหลักและเชื่อมการเดินทางระหว่าง 2 ฝั่งทะเลอ่าวไทยเป็นครั้งแรกยกระดับ ส่งเสริม ต่อยอด 10 อุตสาหกรรม ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของ 5 อุตสาหกรรมเดิม (First S-Curve) อันได้แก่

- อุตสาหกรรมยานยนต์แห่งอนาคต (Next-Generation Automotive) สนับสนุนการพัฒนาเป็นฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า ขยายธุรกิจในช่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยเฉพาะการออกแบบและจัดทำต้นแบบ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่มีประสิทธิภาพและความแม่นยำสูง

- อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Intelligent Electronics) การผลิตระบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่ใช้ในยานยนต์ อุปกรณ์โทรคมนาคม การออกแบบที่อยู่อาศัยอัจฉริยะซึ่งเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการสวมใส่

- การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพระดับสูง (Advance Agriculture and Biotechnology) เทคโนโลยีการเกษตรขั้นสูงที่มีการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอัตโนมัติ การวิจัยและการลงทุนทางเทคโนโลยีชีวภาพ เพื่อปรับปรุงพันธุ์พืชและสัตว์

- อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร (Food processing) การเพิ่มมาตรฐานการตรวจสอบย้อนกลับด้านความปลอดภัยอาหาร การวิจัยและผลิตโภชนาเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปที่ใช้โปรตีนทางเลือก เช่น โปรตีนเกษตร

- อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Tourism) จัดระเบียบและส่งเสริมกิจกรรมหลากหลายตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ สนับสนุนธุรกิจการฟื้นฟูทางการแพทย์และศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพส่งเสริมศูนย์การแสดงสินค้าและนิทรรศการระดับนานาชาติ

สร้าง 5 อุตสาหกรรมใหม่ (New S-Curve) เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนใหม่ให้กับเศรษฐกิจไทย

- หุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม และชีวิตประจำวัน (Advance Robotics) เป็นอุตสาหกรรมที่โลกมีความต้องการสูง และจะมีสัดส่วนที่ใหญ่กว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ในอนาคต เช่น หุ่นยนต์ที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน อาทิ การดำน้ำและการแพทย์

- อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics) มีจำนวนเครื่องบินเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการขนส่งทางอากาศที่มากขึ้น สนามบินอยู่ตะเภาจะได้รับการยกระดับเป็นสนามบินนานาชาติ การพัฒนาศูนย์ซ่อมอากาศยาน และฝึกอบรม เมื่อผสานกับสนามบินดอนเมืองและสุวรรณภูมิ จะส่งผลให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางทางการบินของภูมิภาคเอเชีย

- อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub) สนับสนุนหมอและพยาบาลที่มีความรู้ความสามารถ โรงพยาบาลที่ทันสมัย การลงทุนในการผลิตยา อุปกรณ์ทางการแพทย์ รวมถึงการรักษาโรคทางไกลผ่านอินเทอร์เน็ต/สมาร์ทโฟน

- อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and Biochemical) เรามีฐานการเกษตรใหญ่ที่สุดในอาเซียน จึงพัฒนาอุตสาหกรรมเคมีชีวภาพครบวงจร ในขณะที่ทั่วโลกกำลังกำหนดมาตรฐานชีวภาพเข้ากับการค้า เช่น ใช้ไบโอพลาสติกในการหีบห่อเพื่อการส่งออก เป็นการก้าวเข้าสู่ Bio economy

- อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital) ทั่วโลกมีความต้องการสูงมาก และเป็นมาตรฐานใหม่ในการดำรงชีพ เช่น E-commerce/Digital Content/Data Center/Cloud Computing

การพัฒนา 4 เมืองใหม่ คือ ฉะเชิงเทรา พัทธยา ระยอง และพื้นที่ที่จะเป็นมหานครใหม่ ด้วยการจัดวางระบบผังเมือง และที่อยู่อาศัยที่ทันสมัย คำนึงถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีคุณภาพ และมีความกลมกลืนกับวัฒนธรรมในพื้นที่และธรรมชาติ ซึ่งจะเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการรองรับคน แรงงาน และนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามา ส่งเสริมด้านการศึกษา การสาธารณสุข การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และสร้างความพร้อมทั้งการสาธารณูปโภคไฟฟ้า น้ำประปา และการคมนาคม เพื่อความสมบูรณ์ของการใช้ชีวิตของทุกคนในพื้นที่ โดยเมืองพัทยา จะได้รับการยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยวและเมืองน่าอยู่ระดับแนวหน้าของโลก และส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางธุรกิจการประจุมระดับโลกในพันธกิจของวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาที่สอนในระดับปริญญาโทและปริญญาเอก และเป็นผู้นำของทางธุรกิจ คณะวิจัย ภายใต้การทำงานของวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ ซึ่งเป็นผู้นำด้านบริหารธุรกิจ จึงมีวัตถุประสงค์ เพื่อจัดทำศูนย์ข้อมูล EEC และระบบ Supply Chain ของแต่ละอุตสาหกรรม ที่เป็นประโยชน์และต่อยอดได้กับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ที่เติบโตใน EEC ตามบริบทใน 11 สถาบันอยู่ภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม และนำมาสรุปสังเคราะห์เป็นข้อมูลที่สามารถสืบค้นได้ ไว้ให้บริการกับนิสิตในระดับปริญญาโท และปริญญาเอก ต่อไป ซึ่งผลของการจัดทำศูนย์ข้อมูลนี้จะทำให้วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มีภาพลักษณ์ผู้นำด้านข้อมูลการศึกษาทางธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ที่เติบโตใน EEC ตามบริบทใน 11 สถาบันอยู่ภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม

2. เพื่อศูนย์ข้อมูลสนับสนุนธุรกิจภายใต้บริบทของ EEC ตามบริบทใน 11 สถาบันที่เป็นประโยชน์และต่อยอดได้กับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา: คณะวิจัย ภายใต้การทำงานของวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ ซึ่งเป็นผู้นำด้านบริหารธุรกิจ จึงมีวัตถุประสงค์ เพื่อจัดทำศูนย์ข้อมูล EEC และระบบ Supply Chain ของแต่ละอุตสาหกรรมที่เป็นประโยชน์และต่อยอดได้กับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ที่เติบโตใน EEC ตามบริบทใน 11 สถาบันอยู่ภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม และนำมาสรุปสังเคราะห์เป็นข้อมูลที่สามารถสืบค้นได้ ไว้ให้บริการกับนิสิตในระดับปริญญาโท และปริญญาเอก ต่อไป โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

ขั้นที่ 1 ทบทวนบริบทของ แนวคิดการพัฒนา เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor (EEC) ข้อมูลอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ที่เติบโตใน EEC ตามบริบทใน 11 สถาบันอยู่ภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ขั้นที่ 2 ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ที่เติบโตใน EEC ตามบริบทใน 11 สถาบันอยู่ภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม สังเคราะห์ข้อมูล (Content Analysis) เชิงประจักษ์ด้วยระบบ Supply Chain

ขั้นที่ 3 ทำการวิจัยเอกสาร (Document Analysis) ร่วมกับ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ขั้นที่ 4 ได้ศูนย์ข้อมูล EEC และระบบ Supply Chain ตามบริบทใน 11 สถาบันที่เป็นประโยชน์และต่อยอดได้กับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ

ขอบเขตด้านประชากร: ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 11 สถาบันเครือข่าย กระทรวงอุตสาหกรรม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in depth interview) มีสถาบันเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรม จำนวน 11 สถาบัน ประกอบด้วย

1. สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (สพช.)
2. สถาบันไทย-เยอรมัน (สทย.)
3. สถาบันอาหาร (สอห.)
4. สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (สสท.)
5. สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.)
6. สถาบันยานยนต์ (สสย.)
7. สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (สฟอ.)
8. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สพว.)
9. สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย (สทท.)
10. สถาบันพลาสติก (สพต.)
11. สถาบันการก่อสร้างแห่งประเทศไทย (สกส.)

ขอบเขตด้านระยะเวลา : 12 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2560 - 30 ตุลาคม 2560

นิยามศัพท์

อุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ หมายถึง กลุ่มเป้าหมายและแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ อุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ (First S-curve) 5 อุตสาหกรรมคือ 1) อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ (Next – Generation Automotive) 2) อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Smart Electronics) 3) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, Medical and Wellness Tourism) 4) การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Agriculture and Biotechnology) 5) อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร (Food for the Future) และอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (New S-curve) 5 อุตสาหกรรมคือ 1) อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ (Robotics) 2) อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics) 3) อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and Biochemical) 4) อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital) 5) อุตสาหกรรมแบบครบวงจร (Medical Hub)

ศูนย์ข้อมูล EEC และระบบ Supply Chain หมายถึง ข้อมูลที่สามารถส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจตามระบบห่วงโซ่มูลค่า เป็นข้อมูลที่สามารถนำไปใช้กับธุรกิจ ที่สอดคล้องกับ 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศได้

11 สถาบันเครือข่าย กระทรวงอุตสาหกรรม หมายถึง 1) สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (สพช.), 2) สถาบันไทย-เยอรมัน (สทย.), 3) สถาบันอาหาร (สอห.), 4) สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (สสท.), 5) สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.), 6) สถาบันยานยนต์ (สสย.), 7) สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (สฟอ.), 8) สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สพว.), 9) สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย (สทท.), 10) สถาบันพลาสติก (สพต.), 11) สถาบันการก่อสร้างแห่งประเทศไทย (สกส.)

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร: ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 11 สถาบันเครือข่าย กระทรวงอุตสาหกรรม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interview) มีสถาบันเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรม จำนวน 11 สถาบัน ประกอบด้วย

1. สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (สพช.)
2. สถาบันไทย-เยอรมัน (สทย.)
3. สถาบันอาหาร (สอห.)
4. สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (สสท.)
5. สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.)
6. สถาบันยานยนต์ (สสย.)
7. สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (สฟอ.)
8. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สพว.)
9. สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย (สทท.)
10. สถาบันพลาสติก (สพต.)

11. สถาบันการก่อสร้างแห่งประเทศไทย (สกส.)

วิธีการรวบรวมข้อมูล: แบ่งออกเป็น

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทำการรวบรวมจากเอกสาร งานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเก็บจากผู้บริหารจาก 11 สถาบันที่อยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งคาดว่าจะได้ผลการวิจัยดังนี้

1. สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (สพช.) เก็บข้อมูลความเชื่อมโยงกับการวิจัยเพื่อการพัฒนาเพิ่มผลผลิตภาพการ จัดกิจกรรมส่งเสริมการเพิ่มผลผลิตภาพ การแลกเปลี่ยนทางวิชาการกับเครือข่ายต่างประเทศ โดยเครื่องมือที่ นำมาใช้ปรับปรุงเพื่อเพิ่มผลผลิตภาพให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Growth) แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตและบริการ (Productivity Tools and Management Techniques) กลุ่มการพัฒนาเพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการสู่มาตรฐานสากล (International Standard) และการบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ (Excellence Model)

2. สถาบันไทย-เยอรมัน (สทย.) เก็บข้อมูลความเชื่อมโยงกับบริการฝึกอบรมด้านเทคนิค (Technical Training) อาทิ ด้านเครื่องจักรกลและระบบอัตโนมัติ ด้านแม่พิมพ์และเครื่องมือกล ด้านบำรุงรักษาและ จัดการอุตสาหกรรม การให้คำปรึกษาด้านผลิต (Manufacturing Consultant) การให้คำปรึกษาด้านการ บำรุงรักษาเชิงคาดการณ์ตามสภาพจริง (Condition Based Maintenance), การให้บริการทดสอบคุณสมบัติ วัสดุ (Material Testing Laboratory) ด้วยเครื่องมือที่มีความทันสมัย ถูกต้อง เที่ยงตรง รวดเร็วในการ รายงานผลทดสอบ พร้อมด้วยวิศวกรและช่างเทคนิคที่มีความเชี่ยวชาญในงานทดสอบ ซึ่งเน้นที่คุณภาพให้ เป็นไปตามหลักการและสามารถปฏิบัติได้จริง, การบริการออกแบบแม่พิมพ์ทั้งพลาสติกและโลหะ (Mold and Die Design House), การบริการออกแบบและพัฒนาเครื่องจักรอัตโนมัติ (Automation System Design and Development)

3. สถาบันอาหาร (สอห.) เก็บข้อมูลความเชื่อมโยงกับการบริการวิเคราะห์ข้อมูล จัดทำระบบวิเคราะห์ แผนธุรกิจ วิจัยตลาด รวมทั้งเสริมสร้างความร่วมมือ ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อให้เกิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ ด้านอุตสาหกรรมของประเทศ และมาตรฐานระบบคุณภาพที่ได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการ อาทิ GMP, HACCP, BRC, ISO 9001, ISO 22000:2005, ISO/IEC 17025, ISO 14001 พร้อมรับตรวจประเมินเบื้องต้น

4. สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (สสท.) เก็บข้อมูลความเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม และอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและบุคคลทั่วไปในสาขาส่งทอ เครื่องนุ่งห่ม และ แฟชั่น การพัฒนาบุคลากร การพัฒนามาตรฐาน สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มโดยห้องปฏิบัติการสิ่งทอและ เครื่องนุ่งห่ม โดยห้องปฏิบัติการที่ได้รับการรับรองความสามารถในการทดสอบตามมาตรฐาน มอก.17025

5. สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.) เก็บข้อมูลความเชื่อมโยงกับการตรวจประเมินและการ รับรอง โดยเป็นหน่วยรับรองระบบการจัดการต่างๆ เช่น ISO 9001, ISO 29001, ISO 14001, ISO 14064, ISO 50001, TIS/OHSAS 18001, GMP, HACCP, ISO 22000, ISO 22301- BCMS: Business Continuity Management System, IMS : Integrated Management System และการตรวจสอบยืนยันและการรับรอง

ที่เกี่ยวข้องกับการลดก๊าซเรือนกระจก รวมทั้งโครงการกลไกการพัฒนาที่สะอาด (Clean Development Mechanism : CDM)

6. สถาบันยานยนต์ (สสย.) เก็บข้อมูลความเชื่อมโยงกับการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์ ด้วยการให้บริการ การทดสอบผลิตภัณฑ์ยานยนต์ ให้เป็นไปตามมาตรฐานของประเทศไทย และมาตรฐานสากล การออกแบบผลิตภัณฑ์ งานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี

7. สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (สฟอ.) เก็บข้อมูลความเชื่อมโยงกับการบริการด้านการทดสอบ สอบเทียบ และตรวจคุณภาพโรงงาน สำหรับผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์, การทดสอบคุณสมบัติของ ผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) IEC, EN, ISO, ASTM, CISPR และมาตรฐานอื่นๆ รวมถึงการ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

8. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สพว.) เก็บข้อมูลความเชื่อมโยงกับให้บริการ ฝึกอบรมสัมมนาและศึกษาดูงานเพื่อพัฒนาด้านการบริหารจัดการ เทคโนโลยี พัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ ท่องเที่ยวและสปา การวินิจฉัยธุรกิจด้วยระบบ BCD การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ การเชื่อมโยงธุรกิจให้ เกิดคู่ค้าและการร่วมมือทางธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่และเพิ่มขีดความสามารถของ ผู้ประกอบการเดิมในด้านการประกอบการเพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน รวมไปถึงการจัดกิจกรรมเชื่อมโยงเชิง รุกสู่ตลาดต่างประเทศ

9. สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย (สทท.) เก็บข้อมูลความเชื่อมโยงกับสนับสนุนข้อมูล อุตสาหกรรมเหล็ก มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ข้อมูลวิชาการด้านโลหะวิทยาและกระบวนการผลิต การแปรรูป รวมถึงการวิจัยพัฒนาในด้านกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนและเครื่องจักรต้นแบบ

10. สถาบันพลาสติก (สพต.) เก็บข้อมูลความเชื่อมโยงกับการพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติกไทย มีการ ให้บริการครอบคลุมตั้งแต่ภาครัฐภาคเอกชน และภาคการศึกษา โดยมีรูปแบบการให้บริการหลักดังนี้

- งานวิชาการด้านสื่อสิ่งพิมพ์ และการให้คำปรึกษา แนะนำผู้ประกอบการ
- วิจัยตลาด เพื่อสนับสนุนการวางนโยบายภาครัฐ และการดำเนินธุรกิจภาคเอกชน
- ออกแบบผลิตภัณฑ์พลาสติก
- ฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมพลาสติก

11. สถาบันการก่อสร้างแห่งประเทศไทย (สกส.) เก็บข้อมูลความเชื่อมโยงกับกลไกหลักในการ ขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศอย่างยั่งยืน

สรุปบริบทของข้อมูลเพื่อนำไปทำข้อมูล

1. สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (สพช.)

· ให้คำปรึกษาแนะนำ การฝึกอบรมและสัมมนา การวิจัยเพื่อการเพิ่มผลผลิตภาพการจัดกิจกรรมส่งเสริม การเพิ่มผลผลิตภาพ

· การเผยแพร่ข้อมูลความรู้ด้านการเพิ่มผลผลิตภาพและการประสานความร่วมมือและแลกเปลี่ยนทาง วิชาการกับเครือข่ายต่างประเทศ โดยเครื่องมือที่นำมาใช้ปรับปรุงเพื่อเพิ่มผลผลิตภาพให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

(Sustainable Growth) แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตและบริการ (Productivity Tools and Management Techniques) กลุ่มการพัฒนาเพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการสู่มาตรฐานสากล (International Standard) และการบริหารจัดการสู่ความเป็นเลิศ (Excellence Model)

2. สถาบันไทย-เยอรมัน (สทย.)

- บริการฝึกอบรมด้านเทคนิค (Technical Training) อาทิ ด้านเครื่องจักรกลและระบบอัตโนมัติ ด้านแม่พิมพ์และเครื่องมือกล ด้านบำรุงรักษาและจัดการอุตสาหกรรม
- ให้คำปรึกษาด้านผลิต (Manufacturing Consultant)
- ให้คำปรึกษาด้านการบำรุงรักษาเชิงคาดการณ์ตามสภาพจริง (Condition Based Maintenance)
- บริการทดสอบคุณสมบัติวัสดุ (Material Testing Laboratory) ด้วยเครื่องมือที่มีความทันสมัย ถูกต้องเที่ยงตรง รวดเร็วในการรายงานผลทดสอบ พร้อมด้วยวิศวกรและช่างเทคนิคที่มีความเชี่ยวชาญในงานทดสอบ ซึ่งเน้นที่คุณภาพให้เป็นไปตามหลักการและสามารถปฏิบัติได้จริง
- บริการออกแบบแม่พิมพ์ทั้งพลาสติกและโลหะ (Mold and Die Design House)
- บริการออกแบบและพัฒนาระบบเครื่องจักรอัตโนมัติ (Automation System Design and Development)

3. สถาบันอาหาร (สอห.)

- ให้บริการวิเคราะห์ข้อมูล จัดทำระบบวิเคราะห์ แผนธุรกิจ วิจัยตลาด รวมทั้งเสริมสร้างความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อให้เกิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ด้านอุตสาหกรรมของประเทศ
- ให้คำปรึกษาระบบคุณภาพที่ได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการ อาทิ GMP, HACCP, BRC, ISO 9001, ISO 22000:2005, ISO/IEC 17025, ISO 14001 พร้อมรับตรวจประเมินเบื้องต้น
- บริการด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และบริการให้คำปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อม ให้คำปรึกษาในการนำระบบ Green Productivity, Carbon Footprint, Water Footprint ประยุกต์ใช้ในโรงงานอุตสาหกรรม
- บริการฝึกอบรม ให้บริการฝึกอบรมเชิงวิชาการด้านอุตสาหกรรมอาหาร
- บริการทดสอบด้านห้องปฏิบัติการ บริการตรวจวิเคราะห์ทางเคมี บริการตรวจวิเคราะห์ทางจุลินทรีย์
- บริการทดสอบ Temperature Distribution และ Heart Penetration สำหรับอาหารในภาชนะบรรจุปิดสนิท, บริการสอบเทียบเครื่องมือวัดศูนย์การเรียนรู้อาหารไทย Thai Food Heritage บริการองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรมอาหาร และ Business Matching

4. สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ (สสท.)

- ให้บริการแก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม และอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและบุคคลทั่วไปในสาขาส่งทอ เครื่องนุ่งห่ม และแฟชั่น ดังนี้
- พัฒนาศักยภาพ โดยให้บริการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยี (Public Training and Inhouse Training) ให้คำปรึกษาแนะนำโดยผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มโดยเฉพาะ

- พัฒนามาตรฐาน โดยให้บริการวิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มโดยห้องปฏิบัติการสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม โดยห้องปฏิบัติการที่ได้รับการรับรองความสามารถในการทดสอบตามมาตรฐาน มอก.17025 ให้คำปรึกษา พัฒนาบุคลากรด้านการทดสอบ และพัฒนาระบบปฏิบัติการทดสอบในโรงงานโดยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ

- พัฒนาเทคโนโลยี โดยให้บริการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์เผยแพร่เทคโนโลยี การพัฒนาเทคโนโลยี ณ สถานประกอบการ

- พัฒนาธุรกิจและผู้ประกอบการ โดยให้บริการเผยแพร่เทคโนโลยีวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์โรงงานต้นแบบสำหรับ Small Lot และให้คำปรึกษาแนะนำโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง

- พัฒนาความเชื่อมโยง โดยให้บริการข้อมูลเชิงสถิติ เชิงวิเคราะห์ ข้อมูลสถานการณ์อุตสาหกรรม แนวโน้มและแฟชั่น ห้องสมุดสิ่งทอและแฟชั่น ห้องรวบรวมตัวอย่างวัสดุสิ่งทอ และการสร้างความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรม

5. สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สरो.)

- บริการตรวจประเมินและการรับรอง โดยเป็นหน่วยรับรองระบบการจัดการต่างๆ เช่น ISO 9001, ISO 29001, ISO 14001, ISO 14064, ISO 50001, TIS/OHSAS 18001, GMP, HACCP, ISO 22000, ISO 22301- BCMS: Business Continuity Management System, IMS: Integrated Management System และการตรวจสอบยืนยันและการรับรองที่เกี่ยวข้องกับการลดก๊าซเรือนกระจก รวมทั้งโครงการกลไกการพัฒนาที่สะอาด (Clean Development Mechanism: CDM)

- บริการฝึกอบรมและการพัฒนาระบบงาน ด้านระบบการจัดการ โดยการพัฒนาบุคลากรด้านการตรวจ ประเมินระบบการจัดการให้มีคุณสมบัติตามมาตรฐานสากล ด้วยการฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ และการพัฒนาระบบงาน เช่น ISO/IEC 17020, ISO/IEC 17021, ISO/IEC 17024, ISO/IEC 17025, ISO/IEC 17065

- บริการการตรวจและการมาตรฐาน โดยเป็นหน่วยตรวจตามข้อกำหนดของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมเช่น Q-Mark, Quality of Work Life: QWL, Code of Conduct, MSMS: Security Management System-Requirements for Meeting Incentive Convention and Exhibition (MICE) และการพัฒนามาตรฐานสำหรับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนบริการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการให้บริการฝึกอบรมการเป็นพี่เลี้ยงและการประเมินด้านการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยมาตรฐานระบบการจัดการเพื่อให้ธุรกิจมีความยั่งยืน เช่น Strategic Risk Management, SRM, ISO31000, BS7000/ISO20511, ISO 26000, TIS 9999, GRI Report

6. สถาบันยานยนต์ (สสย.) การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมยานยนต์ ด้วยการให้บริการ

- ฝึกอบรมทั่วไปและการฝึกอบรมภายในสถานประกอบการ

- ให้คำปรึกษาแนะนำด้านเทคโนโลยีด้านการผลิต

- ทดสอบผลิตภัณฑ์ยานยนต์ ให้เป็นไปตามมาตรฐานของประเทศไทย และมาตรฐานสากล

- ออกแบบผลิตภัณฑ์ งานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี

- หน่วยตรวจตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.)
 - รับรองแหล่งกำเนิดสินค้าในประเทศไทย สำหรับเขตปลอดอากร (Free Zone)
 - จัดทำระบบและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ทั้งประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนข้อมูลทางวิชาการ งานวิจัย กฎระเบียบทางการค้าและการตลาด
7. สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (สฟอ.)
- ให้บริการด้านการทดสอบ สอบเทียบ และตรวจคุณภาพโรงงาน สำหรับผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
 - ทดสอบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) IEC, EN, ISO, ASTM, CISPR และมาตรฐานอื่นๆ
 - สอบเทียบเครื่องมือวัดที่ใช้เป็นมาตรฐานในโรงงานหรือห้องปฏิบัติการ เช่น ไฟฟ้าและความถี่ อุณหภูมิและความชื้นแรงและแรงบิด ความดันมิติ ความถี่วิทยุ แสง เสียงและการสั่นสะเทือน
 - ตรวจคุณภาพโรงงานตามข้อกำหนดของหน่วยงานที่ให้การรับรอง เช่น “TISI” ของสำนักงานมาตรฐานรวมถึงการรับรองผลิตภัณฑ์ (EEI mark) เป็นต้น
 - ให้การรับรองสูตรการผลิต และสิทธิประโยชน์ด้านภาษีศุลกากรสำหรับวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตที่ใช้ในการผลิตสำหรับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ตามมาตรการของกระทรวงการคลัง
 - ข้อมูลอุตสาหกรรม จัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงลึก โดยรวบรวม สืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อติดตามสถานการณ์ของอุตสาหกรรมและคาดการณ์แนวโน้มผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรม
 - ฝึกอบรม สัมมนา และให้บริการที่ปรึกษาแนะนำ เพื่อพัฒนาผลิตภาพและคุณภาพในกระบวนการผลิตของผู้ประกอบการโรงงานและให้บริการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
 - ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
8. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สพว.)
- ให้บริการฝึกอบรมสัมมนาและศึกษาดูงานเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการ เทคโนโลยี พัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและสปา
 - ให้คำปรึกษาแนะนำ การวินิจฉัยธุรกิจด้วยระบบ BCD การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์
 - ข้อมูลทางธุรกิจ การเชื่อมโยงธุรกิจให้เกิดคู่ค้าและการร่วมมือทางธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่และเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการเดิมในด้านการประกอบการเพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน รวมไปถึงการจัดกิจกรรมเชื่อมโยงเชิงรุกสู่ตลาดต่างประเทศ
9. สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย (สทท.)
- ให้บริการสนับสนุนข้อมูลอุตสาหกรรมเหล็ก มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ข้อมูลวิชาการด้านโลหวิทยาและกระบวนการผลิต การแปรรูป
 - บริการวิเคราะห์ทดสอบสมบัติของวัสดุพร้อมให้คำแนะนำการเลือกใช้และการแก้ปัญหาอย่างครบวงจร

- วิจัยพัฒนาในด้านกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชิ้นส่วนและเครื่องจักรต้นแบบพร้อมให้คำปรึกษา
- ให้คำปรึกษาทางธุรกิจการศึกษาความคุ้มค่าในการลงทุน

10. สถาบันพลาสติก (สพต.) เป็นหน่วยงานเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมพลาสติกไทย มีการให้บริการครอบคลุมตั้งแต่ภาครัฐภาคเอกชน และภาคการศึกษา โดยมีรูปแบบการให้บริการหลักดังนี้

- งานวิชาการด้านสื่อสิ่งพิมพ์ และการให้คำปรึกษา แนะนำผู้ประกอบการ
- วิจัยตลาด เพื่อสนับสนุนการวางนโยบายภาครัฐ และการดำเนินธุรกิจภาคเอกชน
- ออกแบบผลิตภัณฑ์พลาสติก
- ฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมพลาสติก

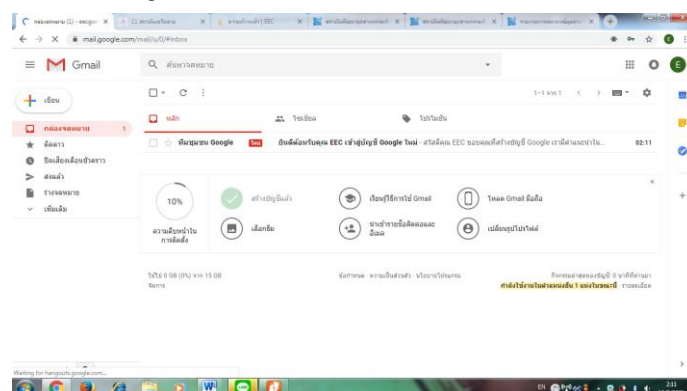
11. สถาบันการก่อสร้างแห่งประเทศไทย (สกส.) เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมก่อสร้างของประเทศไทยอย่างยั่งยืน และมีบริการดังนี้

- ให้คำแนะนำปรึกษาฝึกอบรม และเป็นแกนกลางในการวิจัย พัฒนา จัดการเผยแพร่องค์ความรู้และเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมก่อสร้าง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย
- บริการข้อมูลของอุตสาหกรรมก่อสร้างทั้งข้อมูลในประเทศและข้อมูลต่างประเทศ
- เป็นหน่วยงานประสานความร่วมมือและความเข้าใจทุกภาคส่วน ตั้งแต่ผู้ประกอบการก่อสร้าง บุคลากรในอุตสาหกรรมก่อสร้าง สถาบันการศึกษา องค์กรวิชาชีพที่เกี่ยวข้องหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคสังคม ผู้บริโภคและประชาชน

สรุปเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2) เพื่อศูนย์ข้อมูลสนับสนุนธุรกิจภายใต้บริบทของ EEC ตามบริบทใน 11 สถาบันที่เป็นประโยชน์และต่อยอดได้กับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ สรุปได้ดังนี้

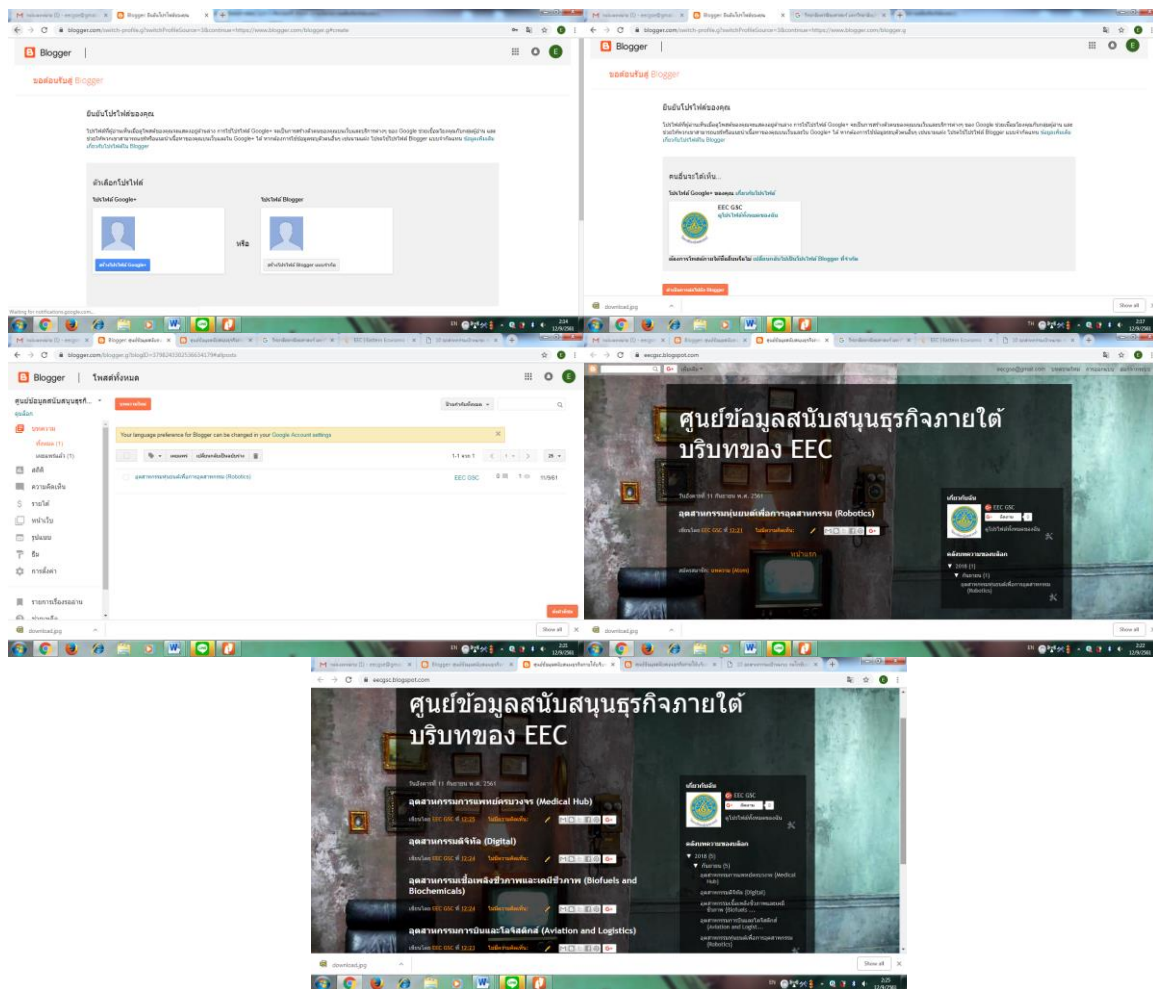
รูปแบบศูนย์ข้อมูลที่ทางวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์เลือกใช้ คือ รูปแบบของ blogger

ขั้นที่ 1 สมัคร email ด้วย gmail



ภาพที่ 1 สมัคร email ด้วย gmail

ขั้นที่ 2 สมัคร blogger



ภาพที่ 2 สมัคร blogger

อภิปรายผล

ศูนย์ข้อมูล EEC และระบบ Supply Chain ของแต่ละอุตสาหกรรม เป็นประโยชน์และต่อยอดได้กับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ที่เติบโตใน EEC ตามบริบทใน 11 สถาบันอยู่ภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรมชื่อรหัสที่ แจ่มฟ้า (2560) ได้กล่าวว่า ภาพการณ์จำหน่ายยานยนต์ในประเทศจะมีสัญญาณเติบโตได้ในระดับดี แต่ในภาคการส่งออกยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยปี 2560 จะต้องเผชิญความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกต่างๆ เช่น ความผันผวนของเศรษฐกิจบ้านนอกสำคัญที่ต้องติดตามคือแนวทางการดำเนินนโยบายกีดกันทางการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกา ที่อาจลดการนำเข้าและส่งเสริมการผลิตภายในประเทศเข้ามาทดแทน จากสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สโร.) ให้บริการฝึกอบรมและการพัฒนาระบบงาน ด้านระบบการจัดการ ด้วยการฝึกอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ และการพัฒนาระบบงาน เช่น ISO/IEC 17020, ISO/IEC 17021, ISO/IEC 17024, ISO/IEC 17025, ISO/IEC 17065 ซึ่งสอดคล้องกับ อาสา ชุมรักษา (2560) ได้กล่าวว่าผล

การสำรวจของไอเอสโอทำให้เราทราบว่าปัจจุบัน ทั่วโลกมีแนวโน้มที่จะขอรับการรับรองระบบการจัดการมากขึ้น โดยเฉพาะมาตรฐานระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจุบันสังคมโลกต่างให้ความสำคัญกับเรื่องของการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาสภาวะโลกร้อน ในขณะที่มาตรฐานระบบการจัดการมีแนวโน้มจะลดลง ส่วนมาตรฐาน ISO 13485 เครื่องมือแพทย์มีจำนวนลดลงเล็กน้อย คือ 0.01% จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์รูปแบบศูนย์ข้อมูลทางวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ควรใช้คือ รูปแบบของ blogger โดยการสมัครและสร้างศูนย์ข้อมูลสนับสนุนธุรกิจภายใต้บริบทของ EEC ซึ่งสอดคล้องกับความคิดที่ว่าอุตสาหกรรมดิจิทัล (DIGITAL) เป็นธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งในและต่างประเทศ (Domestic and International E-commerce Player) ซึ่งรวมถึงการยกระดับภาคการค้าปลีกของไทยสู่การใช้ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ การสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเริ่มต้นธุรกิจ (Start Up) สำหรับผู้ประกอบการในประเทศ และดึงดูดผู้ประกอบการ E-commerce ต่างชาติให้เข้ามาลงทุน

1) จัดตั้งศูนย์รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค (Analytics and Data Center) เพื่อให้บริการการวิเคราะห์ข้อมูลเจาะลึกของตลาด (Consumer Insights) แก่ธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้ สามารถพัฒนาเป็นพื้นที่นิคม Data Center

2) บริการเกี่ยวกับหน่วยจัดเก็บข้อมูลและการประมวลผลออนไลน์ (Cloud Computing) และการป้องกันอันตรายในโลกออนไลน์ (Cyber Security) เพื่อให้ธุรกิจต่างๆ มีความคล่องตัวและเติบโตได้ด้วยการใช้ระบบดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). เอกสารเผยแพร่อุตสาหกรรมน่ารู้ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมยา. สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ:
- สายพิน ชินตระกูลชัย และศุภณีย์ ตั้งสง่าศักดิ์ศรี. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมอาหาร และสาขาการผลิตอื่นในระบบเศรษฐกิจ. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สถาบันอาหาร. (2560). อุตสาหกรรมอาหารไทยไตรมาสที่ 4 ปี 2559 และแนวโน้มปี 2560. กรุงเทพฯ: กระทรวงอุตสาหกรรม.
- สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ. (2559). *The ISO Survey of Management System Standard Certifications 2015*. กรุงเทพฯ: สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ.
- ศูนย์ข้อมูล SME knowledge center. (2558). *อุตสาหกรรมอาหารเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม.
- อาสา ชุมรักษา. (2560). *มาตรฐาน ไอเอสโอ (ISO) คืออะไร?*. กรุงเทพฯ: ส่วนวิเคราะห์คุณภาพสิ่งแวดล้อม.
- Economic Intelligence center. (2559). *จับทิศ อุตสาหกรรมไทย 2017*. กรุงเทพฯ: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET100

The factors that influence of earnings management of listed companies on The Stock Exchange of Thailand, SET100 index group

Received 17 February 2022

Revised 21 February 2022

Accepted 25 April 2022

วัสสร ทัตตะกิจ¹ และเกษศิณี ตั้งอัน²

มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ¹, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์²

Vassara Hattakit¹ and Ketsinee Tangan²

Bangkok Suvarnabhumi University¹, Kasetsart University²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET100 โดยทำการศึกษาในช่วงปี 2560 - ปี 2562 รวมระยะเวลา 3 ปี กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน ทั้งหมด 34 บริษัท โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดในการศึกษามีเงื่อนไข ดังนี้ 1) ไม่รวมกลุ่มตัวอย่างที่มีงบการเงินที่ไม่สมบูรณ์ บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในระหว่างการฟื้นฟูกิจการหรือถูกถอนจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน 2) เป็นบริษัทที่มีวันรอบระยะเวลาบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบได้ ข้อมูลทั้งหมดได้รวบรวมจากฐานข้อมูล การบริการระบบข้อมูลตลาดหลักทรัพย์ฉบับออนไลน์ (SETSMART) ที่อยู่ในรูปแบบรายงาน 56-1 และรายงานประจำปีของบริษัท ทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) การวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระ ผลการวิจัยพบว่า ค่าตอบแทนผู้บริหาร (COM) และขนาดของกิจการ (SIZE) มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการจัดการกำไรภายใต้รายการคงค้างที่อยู่ในดุลยพินิจของผู้บริหาร (DA) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (CFO) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย (GROWTH) ความเสี่ยงทางการเงิน (LEV) ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรภายใต้รายการคงค้างที่อยู่ในดุลยพินิจของผู้บริหาร (DA)

คำสำคัญ: การจัดการกำไร, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, SET100

Abstract

This study aims to analyze the factors influencing earnings management of companies listed on The Stock Exchange of Thailand, SET100 index group, by studying during 2017-2019 total period 3 years. The sample consisted of 34 companies. The study had the following conditions: 1) Excluding the sample with incomplete financial statements, listed companies in the process of rehabilitation or being withdrawn from SET and companies in the financial industry 2) A company with end of accounting period as of December 31. All information has been collected from the online stock market information system (SETSMART) in the form of 56-1 and annual report. Data were processed and analyzed by descriptive statistic and Multiple regression. The results showed that Management's compensation (COM) and size of business (SIZE) have a positive influence on the earnings management under the discretion accruals (DA) based on the hypothesis. Cash flow from operating activities (CFO) Return on total assets (ROA) Sales growth rate (GROWTH) Financial risk (LEV) has no influence on earnings management under discretion accrual (DA).

Keywords: Earnings Management, The Stock Exchange of Thailand, SET100

บทนำ

งบการเงินถือเป็นภาษาทางธุรกิจที่ใช้ในการสื่อสารข้อมูล ผลการดำเนินงานของบริษัท โดยเฉพาะข้อมูลด้านตัวเลขด้านกำไร ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม เช่น นักลงทุนหน่วยงานของรัฐ พนักงาน ดังนั้นข้อมูลทางบัญชีจะต้องเป็นข้อมูลที่มีคุณภาพ โดยสามารถเข้าใจได้ มีความเชื่อถือได้ มีความเกี่ยวข้องกันและสามารถเปรียบเทียบกันได้ตามมาตรฐานรายงานทางการเงิน อย่างไรก็ตามตัวเลขที่ปรากฏอยู่ในงบการเงินนั้นมาตรฐานรายงานทางการเงินได้ยืดหยุ่นให้ผู้บริหารบริษัทสามารถเลือกใช้นโยบายทางการเงินบัญชี เพื่อใช้เป็นเทคนิคในการคำนวณตัวเลขกำไรให้ต่ำ หรือสูงตามเป้าหมายที่ต้องการโดยถือว่าการใช้ดุลยพินิจที่ไม่ขัดต่อมาตรฐานรายงานทางการเงิน แต่ถือว่าการแทรกแซงการนำเสนอข้อมูลทางบัญชีที่ส่งผลทำให้ตัวเลขในงบการเงินนั้นเปลี่ยนแปลงไปซึ่งจะส่งให้เกิดความเข้าใจผิดของผู้ใช้งบการเงินที่เรียกว่าการจัดการกำไร (Earnings Management: EM)

การที่กิจการจ้างผู้บริหารมาปฏิบัติงานในนามของตน และมอบอำนาจการตัดสินใจการใช้ทรัพยากรในการดำเนินการโดยคาดหวังว่าผู้บริหารจะดำเนินงานเพื่อให้ผู้ถือหุ้นได้รับประโยชน์สูงสุดตามทฤษฎี วิธีที่ผู้ถือหุ้นนิยมใช้กระตุ้นผู้บริหารให้คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของตนคือการเพิ่มค่าตอบแทนเป็นเงินโบนัสแก่ผู้บริหาร ฐานการคำนวณเงินโบนัสนั้นอาจใช้กำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ส่วนแบ่งทางการตลาด ประสิทธิภาพการผลิต หรือใช้ราคาตลาดของหุ้น การใช้กำไรสุทธิเป็นฐานคำนวณโบนัสนั้นก็ป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการจัดการกำไร วิธีการจัดการกำไรให้เพิ่มขึ้นหรือลดลงนั้นอาจทำโดยใช้เกณฑ์คงค้าง ความสัมพันธ์

ของแรงจูงใจที่มีต่อการจัดการกำไรในแต่ละประเทศนั้นจะแตกต่างกันด้วยบริบททางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม การเมืองโดยเฉพาะในด้านการจัดหาเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ ตลอดจนการทำสัญญาต่าง ๆ และด้านกฎหมาย หรือระเบียบวิธีที่กำหนดขึ้น นอกจากนี้ ปัจจุบันกลไกการกำกับดูแลกิจการ มีนัยสำคัญมากกับบริษัทในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา เพราะจะสามารถดึงดูดแหล่งเงินทุนและสร้างความเชื่อมั่นให้กับบริษัทได้ ด้วยความน่าเชื่อถือในรายงานการเงิน แต่ประสิทธิภาพของกลไกการกำกับดูแลที่มีบทบาทสำคัญต่อการบริหารกำไรนั้น จะขึ้นอยู่กับบริบทของประเทศและปัจจัยต่าง ๆ เช่น แรงจูงใจ โครงสร้างผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัท วัฒนธรรม สังคม การเมืองของแต่ละประเทศ (Selahudin et al., 2014)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่กำลังเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วจะเห็นได้จากการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่รายงานโดยธนาคารแห่งประเทศไทยจากปี 2560 - ปี 2562 เงินลงทุนในปี 2560 รวมมูลค่า 106,540 ล้านบาท และปี 2562 มีเงินลงทุนรวม 506,230 ล้านบาท ซึ่งมีทิศทางที่เพิ่มขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562) อย่างไรก็ตามตลาดทุนในประเทศไทยก็ยังคงมีความกังวลในด้านความไม่โปร่งใส และความน่าเชื่อถือทางการเงินเนื่องจากตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินที่เป็นแนวปฏิบัติของบริษัทในการบันทึกรายการที่เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการทำธุรกรรมทางการเงินเกี่ยวกับรายการต่าง ๆ ของบริษัท และนำไปสู่การสื่อสารการเปิดเผยข้อมูลด้านตัวเลขในงบการเงินนั้น มีทางเลือกหลายทาง เพื่อให้เหมาะสมกับบริษัทที่ตนเองประกอบธุรกิจ ซึ่งทำให้ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลในงบการเงินนำทางเลือกเกี่ยวกับแนวปฏิบัติหรือช่องว่างดังกล่าวที่มีอยู่มาเป็นเทคนิค เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตน ตลอดจนกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องที่ได้รับประโยชน์ เช่น กลุ่มทีมงาน และพวกพ้อง

แม้ว่าปัจจุบันประเทศที่พัฒนาแล้วหลาย ๆ ประเทศจะมีงานวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการกำไรจำนวนมากแต่เนื่องจากขนาดเศรษฐกิจ แนวความคิด วัฒนธรรมที่แตกต่างกับประเทศไทยซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถนำผลการวิจัยมาใช้ประโยชน์กับประเทศไทยได้ ประกอบกับผู้วิจัยก็ยังเล็งเห็นความสำคัญว่างานวิจัยด้านนี้ในประเทศไทยยังมีน้อย นอกจากนี้ งานวิจัยในประเทศไทยเกี่ยวกับการจัดการกำไรที่มีการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาเพียงบางเรื่อง เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างการทำกับดักกิจการที่ส่งผลกระทบต่อจัดการกำไรของกลุ่มสถาบันการเงิน ความสัมพันธ์ระหว่างผลตอบแทนผู้บริหารต่อการจัดการกำไรบริษัทในกลุ่มพลังงานและสาธารณูปโภค ตลอดจนการศึกษาในกลุ่มบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มดัชนี SET100 ก็ยังมีไม่มาก จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษารื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มดัชนี SET100 โดยงานวิจัยนี้จะทำการศึกษาในหลาย ๆ ปัจจัยที่ผู้วิจัยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการจัดการกำไร และผู้วิจัยคาดหวังว่างานวิจัยนี้จะให้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย และมุมมองที่แตกต่างเพิ่มขึ้นและเป็นการต่อยอดองค์ความรู้จากงานวิจัยในอดีตเพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET100

สมมติฐาน

ผู้บริหารเป็นผู้กำหนดกลยุทธ์และนโยบายต่าง ๆ ภายในกิจการ ผู้บริหารเป็นบุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจด้านการบริหารกิจการงานต่าง ๆ ของกิจการรวมถึงจัดทำ และนำเสนองบการเงินของกิจการ ผู้บริหารนั้นเป็นตัวแทนของผู้ถือหุ้นในการบริหารงานของกิจการซึ่งเป็นไปตามหลักการด้านทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) โดยผู้บริหารนั้นได้รับค่าตอบแทนเป็นสิ่งแลกเปลี่ยนกับการปฏิบัติหน้าที่ในฐานะที่เป็นตัวแทน ดังนั้นผู้บริหารจะเป็นผู้ที่พยายามสร้างมูลค่าสูงสุดให้แก่กิจการก็ต่อเมื่อผู้บริหารได้พิจารณาเห็นว่าสิ่งที่ตนบริหารจัดการที่จะสร้างมูลค่าสูงสุดนั้นเอื้อประโยชน์ต่อตนเอง โดยผู้บริหารนั้นพยายามทำให้ผลดำเนินงานของกิจการที่รายงานผ่านงบการเงิน เป็นไปในทางที่จะได้รับผลตอบแทนสูงสุด โดยที่ผู้บริหารจะไม่ได้คำนึงว่าการกระทำดังกล่าวนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์กับองค์กรอย่างแท้จริงหรือเรียกว่าการจัดการกำไร (Earnings Management) ซึ่งเหตุผลนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Balsum (1998) และ Meek et al. (2007) ที่พบว่า รายการคงค้างที่ใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับค่าตอบแทนผู้บริหารหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือผู้บริหารจะทำการเพิ่มค่าตอบแทนของตนเองผ่านการจัดการกำไร ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

H₁: ค่าตอบแทนผู้บริหารมีอิทธิพลในเชิงบวกกับรายการคงค้างที่อยู่ในดุลยพินิจของผู้บริหาร

กระแสเงินสดจากการดำเนินงาน (Cash Flow from Operating : CFO) Eng et al. (2019) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการกระแสเงินสดกับการจัดการกำไรในประเทศจีน พบว่ากระแสเงินสดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจัดการกำไร ดังนั้นผู้วิจัยจึงคาดการณ์และตั้งสมมติฐานดังนี้

H₂: กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการจัดการกำไร

กิจการที่มีอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Asset : ROA) สูงจะแสดงให้เห็นถึงความสามารถของการบริหารงานของฝ่ายบริหารในการใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่ของกิจการให้เกิดผลกำไร Meek et al. (2007) ได้ทำการศึกษาวิจัยและพบว่าอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์นั้นเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนผู้บริหารกับรายการคงค้างที่อยู่ในดุลยพินิจผู้บริหาร นอกจากนี้ สุคนธ์ทิพ เนตรภาศ (2553) พบว่าผลตอบแทนจากสินทรัพย์นั้นมีความสัมพันธ์กับการจัดการกำไรในเชิงบวก ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้หลักการและเหตุผลดังกล่าวตั้งสมมติฐานดังนี้

H₃: อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการจัดการกำไร

อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย Richardson et al. (2005) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายการคงค้างกับการเติบโตของยอดขายพบว่า รายการคงค้างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเติบโตของยอดขาย วิชยา สุธีรยงประเสริฐ (2550) ทำการศึกษาวิจัยพบว่าอัตราการเติบโตของยอดขายทำให้ความยั่งยืนของรายการกำไรนั้นลดลง เนื่องจากรายการคงค้างมีผลทางบวกกับการเติบโตของยอดขายเมื่อยอดขายปัจจุบันเพิ่มขึ้นส่งผลให้รายการคงค้างปีปัจจุบันเพิ่มแต่ส่งให้กำไรอนาคตลดลง กนกกาญจน์ เรืองปลอด (2555) ทำการศึกษาวิจัยพบว่า

การเติบโตของยอดขายมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายการคงค้างของกิจการ กล่าวคือ การเติบโตของยอดขายเป็นผลมาจากการจัดการกำไร ให้เป็นไปตามทิศทางที่ผู้บริหารต้องการ ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานดังนี้

H₄: การเติบโตของยอดขายมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการจัดการกำไร

ความเสี่ยงทางการเงินเป็นความเสี่ยงที่เกิดจากข้อตกลงในสัญญาการก่อหนี้ของบริษัท โดยผู้บริหารอาจเลื่อนการปฏิบัติทางบัญชีเพื่อเลื่อนกำไรในอนาคตมาเป็นกำไรปัจจุบัน วัตถุประสงค์เพื่อปรับอัตรา ๆ ส่วนทางการเงิน Ujah and Brusa (2014) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงทางการเงินกับการจัดการกำไรในสหรัฐอเมริกาพบว่า ระดับความเสี่ยงทางการเงินมีผลในทางบวกต่อการจัดการกำไรของบริษัท DeFound and Jiambalvo (1994) ทำการศึกษาและพบว่าบริษัทที่มีการละเมิดสัญญาการชำระหนี้ได้มีการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจผู้บริหาร โดยผู้บริหารจะดำเนินการทำให้กำไรในรอบปัจจุบันเพิ่มขึ้น ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานดังนี้

H₅: ความเสี่ยงทางการเงินมีอิทธิพลในเชิงบวกกับการจัดการกำไร

งานวิจัยที่ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนคณะกรรมการอิสระกับการบริหารกำไรได้แก่ Xie et al. (2003), Klein (2002) และ Chtourou et al. (2001) ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่าสัดส่วนกรรมการภายนอกนั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร จากความสัมพันธ์นี้สามารถอธิบายได้ว่ากรรมการที่มาจากภายนอกกิจการนั้นเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการสอบทานการปฏิบัติงานของผู้บริหารของกิจการอย่างเป็นอิสระและสามารถแสดงความเห็นได้อย่างเป็นอิสระ และเป็นประโยชน์ต่อกระบวนการจัดทำรายงานทางการเงินของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

H₆: สัดส่วนคณะกรรมการอิสระมีอิทธิพลในทางลบต่อรายการคงค้างภายในดุลยพินิจของฝ่ายบริหาร

Nelson et al. (2002) ได้ทำการศึกษาวิจัยพบว่า ขนาดของบริษัทนั้นมีความเกี่ยวข้องกับการจัดการกำไร บริษัทขนาดใหญ่จะมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้สอบบัญชีและอาจมีการต่อรองกับผู้สอบบัญชีให้มีความยืดหยุ่นกับกระบวนการในการทำบัญชีบางอย่างเพื่อเพิ่มหรือลดตัวเลขข้อมูลข้อมูลเกี่ยวกับผลกำไรในงบการเงิน นอกจากนี้ผู้บริหารเป็นผู้ที่มีอิทธิพล ต่อผู้ตรวจสอบภายในซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ที่ได้จากการตรวจสอบ และพบว่าบริษัทขนาดใหญ่จะพยายามจัดการกำไร เพื่อลดความเสี่ยงทางการเงินลง และนำผลกำไรไปขยายทุนในโครงการต่าง ๆ Bassiounig (2016) ได้ศึกษาขนาดของบริษัทที่มีต่อการจัดการกำไรในประเทศอียิปต์ และพบว่า ขนาดของบริษัทมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการจัดการกำไรอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นผู้วิจัยจึงคาดการณ์และตั้งสมมติฐานดังนี้

H₇: ขนาดของบริษัทมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการจัดการกำไร

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์และมีนัยสำคัญต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อนำไปปรับปรุงนโยบายไปสู่การพัฒนาตลาดทุนไทย และนำไปพัฒนาเพื่อหาแนวทางในการคุ้มครองนักลงทุนในการใช้ข้อมูลรายงานทางการเงินซึ่งเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในด้านการลงทุน

2. ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์และมีนัยสำคัญต่อสาขาวิชาชีพในประบรมราชูปถัมภ์ ในการกำหนดแนวปฏิบัติด้านนโยบายการบัญชีเพื่อป้องกันการจัดการกำไรที่อาจเกิดขึ้น และใช้การพัฒนามาตรฐานการรายงานทางการเงินของประเทศไทยต่อไปในอนาคต

ทบทวนวรรณกรรม

การจัดการกำไร (Earning Management)

การจัดการกำไร หมายถึง การจัดการกำไรเกิดขึ้นเมื่อผู้บริหารใช้ดุลยพินิจในการจัดทำงานการเงินและการจัดการโครงสร้างการรายการทางการเงินเพื่อให้รายงานทางการเงินนั้น สื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียของกิจการใช้ผลการดำเนินงานของกิจการผิดพลาดไปจากความจริง หรือเพื่อผลประโยชน์ตามสัญญาที่เกิดขึ้นกับตัวเลขทางบัญชี และผู้บริหารเลือกใช้รายการคงค้างเป็นตัวสะท้อนตัวเลขที่รายงานในงบการเงินเนื่องจากตัวเลขทางการเงินเป็นเหมือนสิ่งที่แสดงมูลค่าของกิจการ (Healy and Wahlen, 1999)

โดยจากสมมติฐานการจัดทำและนำเสนองบการเงินตามกรอบแนวคิดการรายงานทางการเงินระบุว่า งบการเงินจะต้องจัดทำขึ้นตามเกณฑ์คงค้าง (Accrual Basis) เพื่อให้รายการทางบัญชีที่เกิดขึ้นนั้นบันทึก และแสดงรายการในงบการเงินตามงวดที่เกี่ยวข้องตามหลักการจับคู่รายการรายได้และค่าใช้จ่าย ซึ่งอาจทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างรายการกำไรที่แสดงให้เห็นในงบกำไรขาดทุน กับกระแสเงินสดที่เกิดขึ้นจริงได้เนื่องจากการมีการรับหรือจ่ายกระแสเงินสดที่ไม่ตรงกับที่บันทึกตามหลักการรับรู้ตามหลักการรับรู้แบบเกณฑ์คงค้างความแตกต่างที่เกิดขึ้นนี้ เรียกว่า “รายการคงค้าง (Accruals)” ซึ่งรายการคงค้างแบ่งได้ตามความสามารถในการควบคุมของผู้บริหาร ดังนี้

1. รายการคงค้างจากการดำเนินธุรกิจ (Non-discretionary Accruals) คือ รายการคงค้างที่เกิดขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ เช่นรายได้จากการขายที่เป็นไปตามภาวะเศรษฐกิจ
2. รายการคงค้างเกี่ยวกับดุลยพินิจของผู้บริหาร (Discretionary Accruals) คือ รายการคงค้างที่ถูกควบคุมโดยฝ่ายบริหารของบริษัทเช่น การเลือกใช้นโยบายค่าเสื่อมราคา การตั้งประมาณการค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ การตั้งประมาณการหนี้สิน การประมาณอายุการใช้งานและอายุซากของสินทรัพย์ เป็นต้น ซึ่งอาจเรียกรายการเหล่านี้อีกอย่างหนึ่งว่า รายการคงค้างเกินปกติ (Abnormal Accruals)

Dechow and Skinner (2000) ได้ให้นิยามการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง (Accruals Management) ว่าเป็นการจัดการที่เกี่ยวข้องกับทางเลือกของวิธีการบันทึกบัญชี โดยยังคงอยู่ภายในขอบเขตของหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป (Generally Accepted Accounting Principles: GAAP) ในการที่พยายามจะบิดเบือนผลการดำเนินงานที่แท้จริง นอกจากนี้การจัดการกำไรยังสามารถจัดการผ่านการสร้างรายการทางธุรกิจ (Real activities Manipulation) ซึ่งเป็นวิธีที่กระทบต่อกระแสเงินสดของบริษัท โดยการศึกษาของ Cohen and Zarowin (2010) ชี้ให้เห็นถึงเหตุผล 2 ประการสำหรับผู้บริหารที่เลือกใช้การจัดการกำไรผ่านการสร้างรายการทางธุรกิจมากกว่าผ่านรายการคงค้างเกินปกติ เหตุผลแรก คือ การสร้างรายการทางธุรกิจมีแนวโน้มในการดึงดูดความสนใจการตรวจสอบจากผู้สอบบัญชีหรือจากหน่วยงานกำกับดูแลน้อยกว่าการจัดการผ่านรายการคงค้าง เหตุผลที่สอง คือ การจัดการผ่านรายการคงค้างเพียงอย่างเดียวมีความเสี่ยงมากเกินไป

หรือในกรณีที่ผู้บริหารใช้กลยุทธ์ผ่านรายการคงค้างแล้วกำไรกำไรยังคงต่ำกว่าที่ผู้บริหารต้องการ ผู้บริหารก็ไม่มีทางเลือกอื่นนอกจากการจัดการกำไรผ่านการสร้างรายการทางธุรกิจ โดยการจัดการกำไรผ่านการสร้างรายการทางธุรกิจนี้ สามารถทำได้หลายวิธี ดังนี้

1. การลดค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา (Reduction of R&D Expenses)
2. การลดค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (Reduction in Selling, General and Administrative Expenditure)
3. การเลื่อนช่วงเวลาของการจำหน่ายสินทรัพย์เพื่อรับรู้กำไรจากการขาย (The Timing of Asset Sales)
4. การพยายามเพิ่มยอดขายโดยการให้ส่วนลดการค้าพิเศษ หรือการผ่อนผันเครดิตทางการค้า

(Boost Sales by Offering Deep Discount or More Lenient Credit)

5. การผลิตสินค้าเกินความจำเป็นเพื่อลดต้นทุนขาย (Overproduction to Decrease COGS)

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้รายการคงค้างเกินปกติ (Abnormal Accruals) เป็นตัวแทนในการจัดการกำไรเพื่อให้ได้กำไรตามเป้าหมายที่ผู้บริหารต้องการ เนื่องจากการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างเกินปกติเป็นวิธีที่ง่ายกว่าเพราะจะไม่กระทบต่อกระแสเงินสดของบริษัทโดยตรงเหมือนกับการจัดการกำไรผ่านการสร้างรายการทางธุรกิจ และเป็นวิธีที่สามารถหลีกเลี่ยงการตรวจพบจากบุคคลภายนอกได้ นอกจากนี้แล้วรายการคงค้างรายการคงค้างยังไม่สะท้อนแค่ทางเลือกของวิธีการทางบัญชี แต่ยังสะท้อนถึงผลการเลือกช่วงเวลาในการรับรู้รายได้และค่าใช้จ่าย นโยบายการตัดค่าเสื่อมราคา และการเปลี่ยนนโยบายการบันทึกบัญชีต่าง ๆ

ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory)

ตามแนวคิดของ Jensen และ Meckling ซึ่งได้พัฒนาไว้ในปี ค.ศ. 1976 ตามทฤษฎีตัวแทนมองว่าเจ้าของกิจการนั้นไม่สามารถบริหารงานได้เพียงผู้เดียว ดังนั้นจึงต้องมีบุคคลที่เข้ามาช่วยในการบริหารงานแทนเจ้าของกิจการ ซึ่งทฤษฎีตัวแทนได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการเป็นตัวแทนว่าเกิดขึ้น ระหว่างบุคคลสองฝ่าย นั่นคือ ฝ่ายหนึ่งที่มีมอบอำนาจ คือ ว่าตัวการ (Principal) ในขณะที่อีกฝ่ายหนึ่งที่ได้รับมอบหมายในการบริหารงานคือ ตัวแทน (Agent) ตราบใดที่ผู้บริหารซึ่งเป็นตัวแทนทำการตัดสินใจลงทุนเพื่อสร้างผลตอบแทนให้ได้รับผลสูงสุดจากเงินลงทุน และสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้แก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งเป็นตัวการแล้วความสัมพันธ์ของการเป็นตัวแทนระหว่างผู้ถือหุ้นกับผู้บริหารยังคงประสบผลดีต่อเนื่อง แต่หากผลประโยชน์และวัตถุประสงค์ของผู้ถือหุ้น กับผู้บริหารไม่สอดคล้องกัน ก็จะส่งผลทำให้เกิดปัญหา การเป็นตัวแทน (Agency) อันเนื่องมาจากผลประโยชน์ที่ไม่ลงตัว หรือไม่สอดคล้องกัน (ศิลปพร ศรีจันทร์เพชร, 2551)

บรรษัทภิบาล (Corporate Governance)

การกำกับดูแลกิจการ คือ การใช้ความสัมพันธ์ในด้านการเข้าไปดูแล การกำหนดมาตรการรวมถึงการตัดสินใจ ของคนในองค์กรให้ทำตามวัตถุประสงค์ ซึ่งทั้งวัตถุประสงค์ เป้าหมายหลัก กลยุทธ์ และนโยบายที่กำหนดไว้แล้ว รวมทั้งการพิจารณาอนุมัติแผน งบประมาณ และคอยควบคุมดูแลติดตามผลจากการรายงานผลการดำเนินงาน

การกำกับดูแลกิจการที่ดีตามหลักปฏิบัตินี้ คือ การกำกับดูแลกิจการที่เป็นไปเพื่อสร้างคุณค่าให้ยั่งยืน นอกเหนือจากการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ลงทุน ซึ่งกรรมการควรกำกับดูแลกิจการนำไปสู่ผล (Governance Outcome) ดังต่อไปนี้

1. สามารถแข่งขันได้และมีผลประกอบการที่ดีโดยคำนึงถึงผลกระทบในระยะยาว (Competitiveness and performance with long-term perspective)
2. ประกอบธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เคารพสิทธิและมีความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสีย (Ethical and responsible business)
3. เป็นประโยชน์ต่อสังคมและพัฒนาหรือลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (Good corporate citizenship)
4. สามารถปรับตัวภายใต้ปัจจัยการเปลี่ยนแปลง Corporate resilience)

อัตราความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratios)

อัตราความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratios) คือ เครื่องมือทางการเงินชนิดหนึ่ง เพื่อช่วยในการประเมินผลการดำเนินงาน จากการนำข้อมูลตัวเลขในงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ ซึ่งแบ่งเป็นงบกำไรขาดทุนแบบขั้นตอนเดียว (Single Step) และงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ แบบหลายขั้นตอน (Multiple Step) มาคำนวณหาค่าอัตราส่วนค่าที่ได้เป็นเปอร์เซ็นต์ โดยในแต่ละอัตราส่วนที่นำมาวิเคราะห์หาความสามารถในการทำกำไรนั้น จะบ่งบอกถึงการควบคุมดูแล ประสิทธิภาพของ ผลการดำเนินงานที่ดีหรือไม่ดีในด้านใดซึ่งมีอัตราส่วนในการใช้ ตัววัดผลการปฏิบัติงานของผู้บริหาร ประกอบไปด้วย

กำไรต่อหุ้น (EPS : Earnings Per Share) คือ อัตราส่วนที่แสดงกำไรสุทธิที่ผู้ถือหุ้น แต่ละหุ้นจะได้รับจากผลการดำเนินงานของกิจการในปี นั้น ๆ หากกำไรต่อหุ้นมีมูลค่าสูงจะมีผลดี เนื่องจากผู้ถือหุ้นแต่ละรายจะได้รับเงินจากผลกำไรของหุ้นเป็นจำนวนมากในปี นั้นๆ กำไรต่อหุ้นนี้ จะเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้นักลงทุนทราบถึงผลการดำเนินงานของกิจการ และ ตัดสินใจลงทุนกับกิจการ (นุชจรี พิเชฐกุล, 2559)

$$\text{กำไรต่อหุ้น} = \frac{\text{กำไรสุทธิส่วนที่เป็นของผู้ถือหุ้นสามัญ}}{\text{จำนวนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของหุ้นสามัญที่ถือโดยผู้ถือหุ้น}} \quad (\text{บาทต่อหุ้น})$$

อัตราผลตอบแทนสินทรัพย์ (ROA : Return on Asset) คือ อัตราส่วนที่แสดงให้ทราบถึงความสามารถของกิจการในการนำสินทรัพย์รวมทั้งหมดของกิจการ เพื่อทำให้เกิดกำไรสุทธิกลับเข้ามาในกิจการในปีนั้นได้กี่เปอร์เซ็นต์ของสินทรัพย์รวมหากอัตราผลตอบแทนสินทรัพย์สูงจะเป็นผลดีต่อกิจการ เนื่องจากกิจการสามารถนำสินทรัพย์รวมทั้งหมดทำให้เกิดกำไรสุทธิกลับเข้ามาใน กิจการได้มากจะทำให้ทราบว่าปีนั้นกิจการได้รับผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวมเป็นจำนวนมาก อัตราส่วนผลตอบแทนสินทรัพย์นี้หมายถึงผลตอบแทนที่ได้รับจากสินทรัพย์รวมของกิจการ

$$\text{ROA} = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{สินทรัพย์รวม}} \times 100 (\%)$$

อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE : Return Owner' Equity) คือ อัตราส่วนที่แสดงให้ทราบถึงความสามารถของกิจการในการนำส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมดที่มีในกิจการ นำไปทำกำไรสุทธิกลับเข้ามาในกิจการในปีนั้นได้กี่เปอร์เซ็นต์ของส่วนของผู้ถือหุ้นทั้งหมด หากผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นสูงจะเป็นผลดีต่อกิจการ เนื่องจากกิจการสามารถนำส่วนของผู้ถือหุ้นที่มี ไว้เพื่อดำเนินงานไปทำให้เกิดผลกำไรสุทธิกลับมาจะทำ

ให้ทราบว่าปีนั้นกิจการได้รับผลตอบแทนจาก วนของทุนเป็นจำนวนมาก อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้นนี้จะแสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนที่กิจการให้กับผู้ถือหุ้นของกิจการ

$$ROE = \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญ}} \times 100 (\%)$$

ผลตอบแทนผู้บริหารและกรรมการ (Executive Compensation)

การจ่ายผลตอบแทนให้กับผู้บริหารและกรรมการนั้นกิจการควรตระหนักถึงความสำคัญ ในการพิจารณา ในขั้นตอนก่อนการอนุมัติเพื่อจ่ายผลตอบแทนผู้บริหาร ควรมีการแต่งตั้งและคัดกรองคณะกรรมการ เพื่อร่วมกันประชุมพิจารณาลงมติทั้งในความเหมาะสม ยุติธรรม ความโปร่งใส และ ความพึงพอใจของทั้งสองฝ่ายเพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์กับกิจการ และผู้ถือหุ้นให้ได้มากที่สุด

ค่าตอบแทนกรรมการ หมายถึง ลักษณะและจำนวนค่าตอบแทนที่จ่ายให้แก่กรรมการ บริษัทแต่ละรายในปีที่ผ่านมาโดยระบุเฉพาะค่าตอบแทนในฐานะที่เป็นกรรมการ หากกรณีที่กรรมการท่านใดได้รับค่าตอบแทนในฐานะผู้บริหารด้วยให้แยกระบุค่าตอบแทนดังกล่าวไว้ใน ค่าตอบแทนในส่วนของผู้บริหาร

Belcher and Atchison (1987) อธิบายว่า ค่าตอบแทนผู้บริหารเปรียบเสมือนเหรียญที่มีสองด้าน โดยด้านหนึ่งเป็นรายได้ของพนักงานรวมถึงผู้บริหารที่รับจ้างดำเนินการบริหารงานในกิจการและอีกด้านหนึ่งนั้นเป็นต้นทุนของกิจการ ซึ่งสิ่งที่จ่ายเป็นค่าตอบแทนให้กับบุคคลเหล่านั้น เรียกว่าค่าจ้างหรือเงินเดือน อาจใช้คำว่าค่าตอบแทนเพื่อแทนค่าจ้างรูปแบบต่างๆ เช่นตัวเงินผลประโยชน์และรางวัลที่ไม่ใช่เงิน ซึ่งอาจแบ่งประเภทเป็น 1. ค่าตอบแทนเป็นตัวเงิน เช่น ค่าตอบแทนประจำเดือน การจ่ายโบนัสเบี้ยขยัน เบี้ยประชุม และ 2. ค่าตอบแทนที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่นสิทธิต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นจำนวนวันลาที่พิเศษ รางวัลที่ไม่ใช่เงิน เป็นต้น

ณัฐกานต์ ศรีวิชัย (2558) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานกับค่าตอบแทน ผู้บริหารของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กล่าวว่าไว้ว่าค่าตอบแทน (Compensation) หมายถึง ค่าแรง ค่าจ้าง เงินเดือน หรือผลประโยชน์อื่น ที่นายจ้าง จ่ายให้แก่ลูกจ้าง หรือพนักงานเพื่อตอบแทนการทำงาน และค่าตอบแทน แบบจูงใจ (Incentive Compensation) หมายถึง โปรแกรมการจ่ายค่าตอบแทนซึ่ง จ่ายตามความสัมพันธ์ ของปริมาณผลผลิต ซึ่งเป้าหมายหมายของการจ่ายค่าตอบแทน แบบจูงใจ คือการปรับปรุงผล การปฏิบัติงาน ของพนักงานให้เพิ่มขึ้นโดยเชิงเปรียบเทียบประโยชน์ที่องค์กรได้รับจากการเพิ่มผลผลิตของ พนักงาน ต้องมากกว่าต้นทุนแรงงานจากการจ่ายค่าตอบแทนแบบจูงใจที่เพิ่มขึ้นจากค่าตอบแทนปกติหรือพื้นฐาน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยะณัฐ ฤณพุทธม, ภัทรกร กิณพันธ์ และสัมฤทธิ์ ศิริคะเนรัตน์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการจัดการกำไรในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ระหว่างปี 2555 – 2559 รวมระยะเวลา 5 ปี ตัวแปรตามในการศึกษานี้คือ การจัดการกำไร ตัวแปรอิสระคือ ความเติบโตของบริษัท ความสามารถในการทำกำไร ความเสี่ยงทางการเงิน กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน ผลการวิจัยพบว่า 1) กระแสเงินสดจากการดำเนินงานส่งผลเชิงลบ ขณะที่

ความสามารถในการทำกำไร (ผลตอบแทนจากสินทรัพย์) มีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการจัดการกำไร สอดคล้องกับ พรณทิพย์ อย่างกลั่น (2561) ที่ศึกษาผลการดำเนินงานมีอิทธิพลต่อมูลค่ากิจการผ่านการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ผลการดำเนินงานด้านอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีอิทธิพลเชิงบวกต่อมูลค่ากิจการและการจัดการกำไร 2) การเติบโตของบริษัทและขนาดของบริษัท มีผลเชิงบวก สอดคล้องกับพรทิศา ขาวสอาด (2555) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการจัดการกำไร กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า อัตราการเจริญเติบโตและค่าตอบแทนผู้บริหารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับระดับการจัดการกำไร ในขณะที่ความเสี่ยงทางการเงินมีผลกระทบเชิงลบ แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในการส่งผลต่อการจัดการกำไร

Hosseini et al. (2016) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการตกแต่งผลกำไรและการตอบสนองของกำไร วัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการตกแต่งผลกำไรและการตอบสนองของกำไรในบริษัทที่จดทะเบียนใน Stock Exchange in Tehran วิธีการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลทางการเงิน กลุ่มตัวอย่าง บริษัท 100 แห่งจากบริษัทที่จดทะเบียนใน Tehran Stock Exchange ในช่วงปี 2007 - 2013 แบบจำลองทางสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือ Multivariate linear regression ตัวแปรตามในการศึกษานี้คือ การตอบสนองของกำไร ตัวแปรอิสระ มี 4 ตัวแปรคือ กำไรสุทธิ กำไรจากการดำเนินงาน เงินสดในมือที่ได้รับจากกิจกรรมดำเนินงาน ยอดคงค้างทั้งหมด ผลการวิจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในเชิงลบเฉพาะระหว่างการจ่ายค่าตอบแทนผู้บริหารและการตอบสนองของกำไร (วัดผลจากกำไรจากการดำเนินงาน) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Darabi et al. (2012) ที่พบว่าการลดลงของประสิทธิภาพการทำงานของผู้บริหารและการตอบสนองของกำไรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มดัชนี SET100 กลุ่มตัวอย่างไม่รวมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (Market for Alternative Investment : MAI) กลุ่มสถาบันการเงิน และประกันภัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างปี 2560 – 2562 จำนวน 34 บริษัท ข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์รวมทั้งหมด 102 ข้อมูล

เครื่องมือ

จากการทบทวนวรรณกรรม และจากผลการศึกษาในอดีตที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มดัชนี SET100 สามารถพัฒนาตัวแบบที่ใช้ในการศึกษาได้ดังนี้

$$DA_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 COM_{i,t} + \beta_2 CFO_{i,t} + \beta_3 ROA_{i,t} + \beta_4 GROWTH_{i,t} + \beta_5 LEV_{i,t} + \beta_6 BDIND_{i,t} + \beta_7 SIZE_{i,t} + e$$

โดยที่	
$DA_{i,t}$	คือ รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจผู้บริหารของบริษัท i ในปี t
$COM_{i,t}$	คือ ค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัท i ในปี t
$CFO_{i,t}$	คือ กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานของบริษัท i ในปี t
$ROA_{i,t}$	คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของบริษัท i ในปี t
$GROWTH_{i,t}$	คือ อัตราการเจริญเติบโตของยอดขายของบริษัท i ในปี t
$LEV_{i,t}$	คือ ความเสี่ยงทางการเงินของบริษัท i ในปี t
$BDIND_{i,t}$	คือ สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระของบริษัท i ในปี t
$SIZE_{i,t}$	คือ ขนาดของบริษัท i ในปี t
e	คือ ค่าความคลาดเคลื่อน
β_0	คือ ค่าคงที่สมการถดถอย
$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_2$	คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย เป็นค่าคงที่ที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 1 แสดงการจำแนกตัวแปร วิธีการวัดค่าและทิศทางความสัมพันธ์ที่คาดหวัง

ตัวแปร	วิธีการวัดค่า		ทิศทางความสัมพันธ์ ที่คาดหวัง
ตัวแปรตาม			
รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหาร	DA	Modified Jones Model	
ตัวแปรอิสระ			
ค่าตอบแทนผู้บริหาร	COM	ค่าลอการิทึมของค่าตอบแทนผู้บริหารเฉลี่ยต่อคน	บวก
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน	CFO	ยอดกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานที่ปรากฏในงบกระแสเงินสดหารด้วยสินทรัพย์รวม	บวก
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม	ROA	กำไรก่อนดอกเบี้ยและภาษีหารด้วยสินทรัพย์รวม	บวก
อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย	GROWTH	ยอดขายปีปัจจุบันหักด้วยยอดขายปีก่อน หารด้วยยอดขายปีก่อน	บวก
ความเสี่ยงทางการเงิน	LEV	หนี้สินรวมหารด้วยส่วนของผู้ถือหุ้น	บวก
สัดส่วนคณะกรรมการอิสระ	BDIND	อัตราส่วนจำนวนกรรมการอิสระต่อจำนวนกรรมการทั้งหมด	ลบ
ตัวแปรควบคุม			

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร		วิธีการวัดค่า	ทิศทางความสัมพันธ์ ที่คาดหวัง
ขนาดของบริษัท	SIZE	ค่าลอการิทึมธรรมชาติของยอดสินทรัพย์รวม	บวก
ตัวแปรหุ่นของปีที่	Dyear ₆₀	มีค่าเป็น 1 เมื่ออยู่ในปีนั้น ๆ	สัมพันธ์
ศึกษา	Dyear ₆₁	มีค่าเป็น 1 เมื่ออยู่ในปีนั้น ๆ	

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแหล่งต่าง ๆ จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ เพื่อสรุปลักษณะเบื้องต้นของข้อมูลและตัวแปร ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าสูงสุด (Max) และค่าต่ำสุด (Min) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics)

การวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป เป็นการใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานในการศึกษาครั้งนี้ คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มดัชนี SET100 โดยพิจารณาค่าสถิติจากระดับนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยเปรียบเทียบกับระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ 0.05 หากค่าที่ได้มีน้อยกว่าระดับนัยสำคัญแสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพิจารณาทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามจากค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย ถ้าหากมีค่าเป็นบวกแสดงว่ามีความสัมพันธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก และถ้าหากมีค่าเป็นลบแสดงว่ามีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

แสดงการอธิบายลักษณะเบื้องต้นของตัวแปร ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด (Min) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยทำการแสดงใน ตารางที่ 2 ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหาร (DA) ค่าตอบแทนผู้บริหาร (COMP) กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (CFO) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (ROA) อัตราการเติบโตของยอดขาย (GROWTH) ความเสี่ยงทางการเงิน (LEV) สัดส่วนของคณะกรรมการอิสระ (BDING) และขนาดของบริษัท (SIZE)

ตารางที่ 2 แสดงสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปร

ตัวแปร	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562
DA_{i,t}			
Mean	-40271.892	-40536-597	-3434.269
Min	-1862329.30	-1872329.300	-426808.560
Max	982698.110	983698.110	463926.490
Std. Deviation	510171.282	511315.950	120620.406
COM_{i,t}			
Mean	105895.471	106195.471	126825.412
Min	14202.0	14402.0	20068.0
Max	366898.0	376898.0	561393.0
Std. Deviation	69106.546	70254.718	100758.129
CFO_{i,t}			
Mean	88.191	88.313	238.562
Min	-145.49	-59.47	-166.86
Max	238.69	204.69	5257.35
Std. Deviation	79.301	61.142	889.669
ROA_{i,t}			
Mean	9.746	9.360	8.8900
Min	1.71	-3.35	-2.99
Max	22.01	21.57	21.75
Std. Deviation	4.597	4.873	5.375
GROWTH_{i,t}			
Mean	.0353	.3556	.0029
Min	-.30	-.87	-.90
Max	.31	9.11	.75
Std. Deviation	.146	1.567	.237
DA_{i,t}			
Mean	-40271.892	-40536-597	-3434.269
Min	-1862329.30	-1872329.300	-426808.560
Max	982698.110	983698.110	463926.490
Std. Deviation	510171.282	511315.950	120620.406

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปร	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562
LEV_{i,t}			
Mean	1.366	.3556	.0029
Min	.20	.26	.23
Max	3.72	5.88	5.70
Std. Deviation	.834	1.109	1.032
BDIND_{i,t}			
Mean	5.412	5.441	5.441
Min	3.0	3.0	3.0
Max	12.0	11.0	10.0
Std. Deviation	2.297	2.407	1.828
SIZE_{i,t}			
Mean	192686.50	207407.155	215543.002
Minimum	7177.53	7588.62	9159.67
Maximum	2232314.16	2355483.87	2484438.68
Std. Deviation	392072.22	413026.522	434009.707

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistic)

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร (Pearson Correlation Coefficient)

จากตารางที่ 3 แสดงถึงความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ สามารถสรุปได้ว่าข้อมูลตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกันเอง (Multicollinearity)

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร (Pearson Correlation Coefficient)

(N = 102)

	DA	COM	CFO	ROA	GROWTH	LEV	BDIND	SIZE
DA Pearson								
Correlation		.18	-.04	-.01	-.01	.02	-.18	-.402
Sig. (2-tailed)		.06	.64	.91	.85	.79	.06	.00
N	10	10	10	10	10	10	10	10

ตารางที่ 3 (ต่อ)

(N = 102)

		DA	COM	CFO	ROA	GROWTH	LEV	BDIND	SIZE
COM	Pearson								
	Correlation	.18		.07	-.00	-.07	.296	.08	.12
	Sig. (2-tailed)	.06		.43	.93	.44	.00	.40	.21
	N	10	10	10	10	10	10	10	10
CFO	Pearson								
	Correlation	-.04	.07		.09	.02	-.05	.12	.11
	Sig. (2-tailed)	.64	.43		.35	.84	.55	.21	.26
	N	10	10	10	10	10	10	10	10
ROA	Pearson								
	Correlation	-.01	-.00	.09		-.211	-.466	-.02	-.07
	Sig. (2-tailed)	.91	.93	.35		.03	.00	.80	.46
	N	10	10	10	10	10	10	10	10
GRO WTH	Pearson								
	Correlation	-.01	-.07	.02	-.211		.01	-.08	-.03
	Sig. (2-tailed)	.85	.44	.84	.03		.91	.40	.74
	N	10	10	10	10	10	10	10	10
LEV	Pearson								
	Correlation	.02	.296	-.05	-.466	.01		-.10	.06
	Sig. (2-tailed)	.79	.00	.55	.00	.91		.31	.50
	N	10	10	10	10	10	10	10	10
BDIN D	Pearson								
	Correlation	-.18	.08	.12	-.02	-.08	-.10		.574 [†]
	Sig. (2-tailed)	.06	.40	.21	.80	.40	.31		.00
	N	10	10	10	10	10	10	10	10
SIZE	Pearson								
	Correlation	-.402 [†]	.12	.11	-.07	-.03	.06	.574 [†]	
	Sig. (2-tailed)	.00	.21	.26	.46	.74	.50	.00	
	N	10	10	10	10	10	10	10	10

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

Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการกำไรภายใต้รายคงค้างที่อยู่ในดุลยพินิจของผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ก่อนที่จะนำข้อมูลมาประมวลผลจะต้องตรวจสอบเงื่อนไขเบื้องต้นของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยวิธีการวิเคราะห์ ความถดถอยแบบพหุคูณ มีเงื่อนไขการวิเคราะห์ทั้งหมด 5 ข้อ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบเงื่อนไขทั้ง 5 ข้อแล้ว พบว่า ตัวแปรที่นำมาใช้ในการ วิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณในการศึกษาครั้งนี้ ผ่านเงื่อนไขเบื้องต้นในการวิเคราะห์ความถดถอย

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มดัชนี SET100 ระหว่างปีพ.ศ. 2560 - ปี พ.ศ. 2562 พบว่า ตัวแปร ค่าตอบแทนผู้บริหาร (COM) ขนาดของกิจการ (SIZE) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับรายการคงค้างภายในดุลยพินิจของผู้บริหาร (DA) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลจากการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพา ขาวสอาด (2555) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการจัดการกำไร กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย วัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการจัดการกำไร ได้แก่ผลการดำเนินงาน อัตราการเจริญเติบโต ค่าตอบแทนผู้บริหารและความเป็นอิสระของคณะกรรมการตรวจสอบ ผลการวิจัยพบว่า อัตราการเจริญเติบโตและค่าตอบแทนผู้บริหารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับระดับการจัดการกำไร และงานวิจัยของพรณิภา มั่นฤทัย (2559) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทน ของคณะกรรมการกับผลการดำเนินงานของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับขนาดของบริษัทอย่าง มีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นถึง หากขนาดของกิจการมีขนาดใหญ่ อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และผลตอบแทนผู้บริหารก็จะสูงขึ้น

นอกจากนี้ การศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (CFO) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย (GROWTH) ความเสี่ยงทางการเงิน (LEV) ไม่มีอิทธิพลต่อการจัดการกำไรภายในรายการคงค้างที่อยู่ในดุลยพินิจของผู้บริหาร (DA) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งจากผลการวิจัยที่ได้นี้ สามารถพิจารณาเกี่ยวกับการบริหารจัดการกำไรได้ว่าผู้บริหารส่วนใหญ่ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มดัชนี SET100 นั้น จะพิจารณาเกี่ยวผลตอบแทนที่จะได้รับมากกว่าปัจจัยอื่นซึ่งจะส่งผลต่อการจัดการกำไร

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยในครั้งต่อไปควรจะศึกษาเปรียบเทียบ เช่น เทียบกับตลาดหลักทรัพย์ mai หรือนำตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมาทำการศึกษา เช่น อัตราส่วนเงินปันผล (Dividend Payout Ratio) หรือใช้อัตราส่วนวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านอื่น ๆ เพื่อให้ผลการศึกษาเป็นที่ประจักษ์และชัดเจนมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้

ผู้วิจัยยังสามารถใช้แบบจำลองอื่นในการศึกษา เช่น แบบจำลองของ Korati และ Kaznik เพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาคั้งนี้ และสามารถใช้อนุมูลขั้นสูงอื่นมาวิเคราะห์เพื่อทดสอบผลลัพธ์ เช่น สมการโครงสร้าง (SEM) เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กนกกาญจน์ เรืองปลอด. (2555). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชิตมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- ณัฐกานต์ ศรีวิชัย. (2558). ความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานกับค่าตอบแทนผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (การค้นคว้าอิสระ บัญชิตมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). แบบรายงานและเอกสารชี้แจง ข้อมูลตลาดการเงิน. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2564, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/DataManagementSystem/ReportDocFinMarket/Pages/default.aspx>
- นุชจรี พิเชฐกุล. (2559). รายงานการเงินและการวิเคราะห์. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ทีพีเอ็น เพรส.
- ปิยะณัฐ ฤณพุดธม, ภัทรกร กิณพันธ์ และสมฤทธิ์ ศิริคะณรัตน์. (2561). ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการจัดการกำไรในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 13(3), 145-157.
- พรทิวา ขาวสอาด. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการจัดการกำไร: กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 29-34.
- พรรณทิพย์ อย่างกลิ่น. (2561). ผลการดำเนินงานมีอิทธิพลต่อมูลค่ากิจการผ่านการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (ผลงานวิจัย คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม). สืบค้น 31 มีนาคม 2564, จาก <http://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/5906>
- พรรณนิภา มั่นฤทัย. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างค่าตอบแทนของคณะกรรมการกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (การค้นคว้าอิสระ บัญชิตมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). สืบค้น 31 มีนาคม 2564, จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702020214_2774_1894.pdf
- ศิลปพร ศรีจันเพชร. (2551). ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริษัท โครงสร้างของผู้ถือหุ้น กับมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐศาสตร์. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 4(10), 26-39.
- สุคนธ์ทิพย์ เนตรกาศ. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการกำไรกับโอกาสการเติบโตของบริษัท จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ. (วิทยานิพนธ์บัญชิตมหาบัณฑิต สาขาบัญชีคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). สืบค้น 31 มีนาคม 2564, จาก https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:120375
- Balsam S., (1998). Discretionary Accounting Choices and CEO compensation. *Contemporary Accounting Research*, 15(3), 229-252.

- Belcher D. W., & Atchison T. J. (1987). *Compensation Administration*. US: Prentice-Hall.
- Chtourou S. M., Bedard J., & Courteau L. (2001). *Corporate Governance and Earnings Management*. Retrieved March 31, 2021, from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=275053
- Cohen D. A., & Zarowin P. (2010). Accrual-based and real earnings management activities around seasoned equity offerings. *Journal of Accounting and Economics*, 50(1), 1-19.
- Darabi R., Rad S. K., & Ghadiri M. (2012). The Relationship between Intellectual Capital and Earnings Quality. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 4(20), 4192-4199.
- Dechow P., & Skinner D. J. (2000). Earnings Management: Reconciling the Views of Accounting Academics, Practitioners, and Regulators. *Accounting Horizons*, 14(2). 26 pages.
- DeFond M. L., & Jiambalvo J. (1994). Debt covenant violation and manipulation of accruals. *Journal of Accounting and Economics*, 17(1-2), 145-176.
- Eng, L. L., Fang H., Tian X., Robert Y. T., & Zhang H. (2019). Financial crisis and real earnings management in family firms: A comparison between China and the United States. *Journal of International Financial Market, Institutions and Money*, 59, 184-201.
- Haely P. M., & Wahlen J. M. (1999). A review of the Earnings Management Literature and its Implications for Standards Setting. *Accounting Horizons*, 13, 365-383.
- Hosseini M., Chalestori K. N., Hi R. S., & Ebrahimi E. (2016). A Study on the Relationship between Earnings Management Incentives and Earnings Response Coefficient. *Procedia Economics and Finance*, 36, 232-243.
- Klein A. (2002). Audit Committee, Board of Director Characteristics, and Earnings Management. *Journal of Accounting and Economics*, 33(3), 375-400.
- Meek, Gray, K., Rao, R. P., Skousen & Christopher J. (2007). Evidence on factors affecting the relationship between CEO stock option compensation and earnings management. *Review of Accounting and Finance*, 6(3), 304-323.
- Nelson M., Elliott J. A., & Tarpley R. L. (2002). Evidence from Auditors about Managers' and Auditors' Earnings Management Decisions. *The Accounting Review*, 77, 175-202.
- Richardson S. A., Sloan R. G., Soliman M. T. & Tuna A. I. (2004). Accrual Reliability, Earnings Persistence and Stock Prices. *Journal of Accounting & Economics*, 39(3), 65 pages.
- Selahudin, N. F., Zakaria, N. B. & Sanusi M. Z. (2014). Remodeling the Earnings Management with the Appearance of Leverage, Financial Distress and Free Cash Flow: Malaysia and Thailand Evidences. *Journal of Applied Sciences*, 14(21), 2644-2661.

- Ujah, N. U., & Brusa J. (2014). Earnings Management, Financial Leverage, and Cash Flow Volatility: An Analysis by Industry. *Journal of Business and Economics*, 5(3), 338-348.
- Xie B., Davidson W., & DaDalt P. J. (2003). Earnings management and corporate governance: the role of the board and the audit committee. *Journal of Corporate Finance*, 9(3), 295-316.

การศึกษาเงื่อนไข และเกณฑ์ในการกำหนดค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพให้เป็นที่ยอมรับของนายจ้างและลูกจ้าง ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

Studies of conditions and criteria for determining wage appropriate for living to be accepted by employers and employees in the industrial age 4.0 in Eastern Economic Corridor (EEC)

Received 22 February 2022

Revised 6 March 2022

Accepted 17 March 2022

ขวัญหทัย ลม้ายจำปา, ศักดิ์ชาย จันทร์เรือง,

และบรรพต วิรุณราช

มหาวิทยาลัยบูรพา

Kwanhathai Lamaijumpa, Sakchai Chanroung,

and Banpot Wiroonratch

Burapha University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาเงื่อนไข และเกณฑ์ในการกำหนดค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพให้เป็นที่ยอมรับของนายจ้างและลูกจ้าง ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเงื่อนไข เกณฑ์ และสูตรคำนวณ ในการขึ้นค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพให้เป็นที่ยอมรับของนายจ้างและลูกจ้าง ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยได้ดำเนินการศึกษาจากการค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย บทความวิชาการ วารสาร ข่าวสารต่างๆ การสืบค้นข้อมูลจาก Internet ที่มีผู้ศึกษาไว้ในแง่มุมต่างๆ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแรงงานโดยตรง จำนวน 8 ท่าน ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ท่าน โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามแบบสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) กับตัวแทนฝั่งนายจ้าง จำนวน 200 ท่าน และตัวแทนฝั่งลูกจ้าง จำนวน 200 ท่าน และยืนยันความน่าเชื่อถือด้วยกระบวนการประชุมกลุ่ม (Focus group) กับผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิจากสภาอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี จำนวน 28 ท่าน จากผลการวิจัยพบเงื่อนไขในการขึ้นค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ จำนวน 5 ข้อ พบเกณฑ์ในการนำมาคำนวณค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ จำนวน 6 ข้อ และได้สูตรที่มาจากสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) สำหรับนำมาคำนวณเพื่อขึ้นค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพให้เป็นที่ยอมรับของนายจ้างและลูกจ้าง ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) คือ Y' (ค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ) = X_1 (ค่าครองชีพในพื้นที่ปีล่าสุด) + X_2 (อัตราค่าจ้างขั้นต่ำปีล่าสุด) + X_3 (ดัชนีราคา

ผู้บริโภค)+ X_4 (อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ)+ X_5 (ค่าเช่าที่พักอาศัยหรือค่าเช่าหรืออุปกรณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวกับที่พักอาศัย)+ X_6 (ต้นทุนด้านแรงงานทางตรง)

คำสำคัญ: เงื่อนไข, เกณฑ์, ค่าแรงที่เหมาะสม, สูตรคำนวณค่าแรง, อุตสาหกรรม 4.0

Abstract

This research is a study to search for the condition and criteria for determining the appropriate wages for a living to be accepted by employers and employees in the age of Industry 4.0 in the Eastern Economic Corridor (EEC). The objective of this research is to study the conditions, criteria and formulas for increase the wages that are appropriate for living to be accepted by employers and employees in the age of Industry 4.0 in the Eastern Economic Corridor (EEC). The study was conducted from research papers, academic articles, journals, news, searching for information from the Internet that have studied in various aspects. And used an In-depth Interview with 8 experts who are directly related to labor. A questionnaire was applied to a sample of 400 persons by convenience sampling with 200 employers' representatives and 200 employees' representatives. And confirm the credibility with the process of meeting a group (Focus group) with specialist and experts from the Federation of Thai Industries, (Chonburi Province) 28 persons. From the results of the research, 5 conditions and 6 criteria were found for increase the wages appropriate for living and the formula that comes from Multiple Regression is Y' (The wage appropriate for living) = X_1 (Cost of living of the previous year) + X_2 (Minimum wage of the area in previous year) + X_3 (Consumer Price index) + X_4 (Exchange rate) + X_5 (Housing cost) + X_6 (Direct labor cost) to be calculated in order to increase wages that are appropriate for living to be accepted by employers and employees in the age of Industry 4.0 in the Eastern Economic Corridor (EEC).

Keywords: conditions, criteria, appropriate wages, formula for wage, industry 4.0

บทนำ

จากการศึกษาเรื่องค่าแรงขั้นต่ำของประเทศไทย พบว่ามีคณะกรรมการที่คำนวณค่าแรงขั้นต่ำ ซึ่งเรียกว่า คณะกรรมการค่าจ้าง ซึ่งในปี พ.ศ. 2560 ได้พิจารณาองค์ประกอบต่างๆ ซึ่งครอบคลุมทั้งหมด 10 ข้อ คือ 1. ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับอัตราค่าจ้างที่ลูกจ้างได้รับปัจจุบัน 2. ดัชนีค่าครองชีพ 3. อัตราค่าเฉลี่ยเงินเฟ้อ 4. มาตรฐานค่าเฉลี่ยการครองชีพ 5. ต้นทุนการผลิต 6. ราคาสินค้าและบริการ 7. ความสามารถของธุรกิจ 8. ผลผลิตภาพแรงงาน 9. ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) และ 10. สภาพเศรษฐกิจ และสังคม

(ฐานเศรษฐกิจ วันที่ 19 ต.ค. 2560 สืบค้นวันที่ 14 ก.ค. 2562) และจากมติที่ประชุมเรื่องสูตรการกำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำของคณะกรรมการค่าจ้าง ในวันที่ 12 ก.ย. 2561 ได้พิจารณาเพิ่มอีก 4 ข้อ คือ 11. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) 12. ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) 13. ผลการสำรวจค่าใช้จ่ายที่จำเป็นตามคุณภาพ 14. ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ (BSI) (คณะกรรมการค่าจ้าง วันที่ 12 ก.ย. 2561 สืบค้นวันที่ 14 ก.ค. 2562) แต่การประกาศค่าแรงขั้นต่ำในแต่ละครั้งจะมีผลกระทบอย่างน้อย 2 ด้าน ได้แก่

ด้านที่ 1 ผลกระทบต่อตัวนายจ้างที่อาจจะไม่มีความพร้อม บางครั้งอาจหยุดกิจการ หรือนำกิจการไปเปิดที่ประเทศอื่นที่มีค่าแรงขั้นต่ำที่ต่ำกว่า (กัญญาพร พุกขวิสุทธิ, 2562) หรือมีการเลิกจ้างพนักงานเนื่องจากต้องปิดกิจการในหลายๆ โรงงานหลังมีการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ (นักสื่อสารแรงงาน. ข่าวแรงงาน, 2557, Nation TV, 2562)

ด้านที่ 2 ผลกระทบต่อตัวพนักงาน บางครั้งก็มีความพึงพอใจ บางครั้งก็ไม่พึงพอใจเมื่อมีการประกาศไปแล้ว ซึ่งทั้ง 2 ประการถือว่ามีผลกระทบต่อ GDP ของประเทศเป็นอย่างมาก ดังนั้น รัฐบาล โรงงาน และผู้ใช้แรงงาน ควรที่จะสามารถคำนวณค่าแรงขั้นต่ำได้เอง เพื่อที่จะเกิดการเตรียมความพร้อมให้สมบูรณ์ก่อนการประกาศการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำในแต่ละครั้ง จึงจะทำให้ไม่มีผลกระทบต่อองค์กร และบุคคล โดยนัยยะทุกคนจะสามารถรู้ล่วงหน้าได้ และยังมีข้อมูลที่จะช่วยสนับสนุนยืนยันถึงผลกระทบต่อการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ อยู่ 2 นัยยะ ดังนี้ นัยยะที่ 1. การขึ้นค่าแรงที่มีความเหมาะสม ที่เมื่อขึ้นแล้วจะทำให้แรงงานขยันขึ้น (เกศณรินทร์ งามเลิศ, 2559) ควรมีการปรับเงินเดือนและค่าตอบแทนให้สูงขึ้นเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน (นรินทร์ จันทน์หอม, 2556) เงินเดือนและสวัสดิการ ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน (นวะรัตน์ พิงโพธิ์ สก, 2552) นัยยะที่ 2. การขึ้นค่าแรงที่ไม่มีความเหมาะสม ที่เมื่อขึ้นแล้วจะทำให้โรงงานประสบปัญหา หรือปิดกิจการ และประกอบกับการเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 ที่ต้องการแรงงานที่มีฝีมือ มีความชำนาญ และมีความรู้เชิงเทคนิค เนื่องจากแรงงานไร้ฝีมือจะถูกทดแทนด้วยเครื่องจักรหรือหุ่นยนต์ (Michael, 2019)

ดังนั้นเพื่อลดปัญหาการเลิกจ้าง การปิดกิจการของฝั่งนายจ้าง และปัญหาการประท้วง การนัดหยุดงานของฝั่งลูกจ้าง ผู้วิจัยในฐานะที่ศึกษาในสาขาการพัฒนากำลังคนและการจัดการสมรรถนะของมนุษย์จึงมีความสนใจที่จะดำเนินการวิจัยเพื่อค้นหา เงื่อนไข เกณฑ์ และสูตรคำนวณ เพื่อใช้ในการพิจารณาขึ้นค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพให้เป็นที่ยอมรับของนายจ้างและลูกจ้าง ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยมีวัตถุประสงค์วิจัยกำหนดไว้ดังนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเงื่อนไข ในการกำหนดค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพให้เป็นที่ยอมรับของนายจ้างและลูกจ้าง ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
2. เพื่อศึกษาเกณฑ์ ในการคำนวณค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพให้เป็นที่ยอมรับของนายจ้างและลูกจ้าง ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)
3. เพื่อศึกษาสูตรคำนวณ ในการขึ้นค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพให้เป็นที่ยอมรับของนายจ้างและลูกจ้าง ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อนำเงื่อนไข หรือเกณฑ์ในการกำหนดค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ ไปใช้ในสูตรคำนวณค่าแรงขั้นต่ำที่เมื่อขึ้นแล้วไม่มีผลกระทบทางลบ
2. เพื่อนำผลการวิจัย มาใช้ในการเตรียมความพร้อมขององค์กร ก่อนการประกาศขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ

กรอบแนวคิด

กรอบการวิจัยเชิงคุณภาพ

เงื่อนไขเพื่อตัดสินใจในการขึ้นค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ

1. ค่าแรงที่แรงงานได้รับในปัจจุบัน ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายขั้นพื้นฐานในชีวิตประจำวันอย่างเห็นได้ชัดเจนและเกิดกระแสความเดือดร้อนไม่สามารถช่วยได้โดยวิธีอื่น
2. เมื่อรัฐบาลประกาศขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ จะต้องไม่ทำให้เกิดการปลดพนักงาน ย้าย หรือเลิกกิจการในเวลาใกล้เคียงกับการประกาศครั้งนั้น โดยดูจากกระแสตอบรับที่เกิดขึ้นจากชมรม สมาคมต่างๆ
3. รัฐบาลต้องการกระตุ้นผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) ให้เกิดการใช้จ่ายที่มากขึ้นโดยวิธีอื่นๆ แล้วขาดแต่การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเพื่อมุ่งไปสู่การใช้จ่ายใช้สอย
4. ผลประกอบการขององค์กรธุรกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดูจากยอดขายและพฤติกรรมผู้บริโภคแบบ Micro ของตัวสินค้า นั้น ๆ
5. ประเทศเพื่อนบ้าน หรือประเทศที่คนไทยนิยมไปทำงาน มีอัตราค่าแรงที่สูงขึ้นอย่างชัดเจน

☐	สมควรปรับอัตราค่าแรง
☐	ไม่สมควรปรับอัตราค่าแรง

เกณฑ์เพื่อนำไปใส่สูตรคำนวณเพื่อขึ้นค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ

1. อัตราค่าจ้างขั้นต่ำปีล่าสุด	8. รายได้ครัวเรือน
2. ค่าจ้าง และเงินได้อื่นๆ	9. รายได้ประชากรที่แท้จริง
3. ต้นทุนด้านแรงงานทางตรง	10. อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ
4. ค่าครองชีพในพื้นที่ปีล่าสุด	11. อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ
5. ดัชนีราคาผู้บริโภค	12. ดอกเบี้ยเงินฝาก และดอกเบี้ยเงินกู้
6. อัตราเงินเฟ้อปีล่าสุด	13. ราคาทองคำ
7. ต้นทุนการผลิต	14. ค่าเช่าที่พักอาศัยหรือค่าเช่าหรืออุปกรณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวกับที่พักอาศัย

อัตราค่าแรงที่ควรประกาศขึ้น

กรอบการวิจัยเชิงปริมาณ

ข้อมูลทั่วไป

สถานภาพของบุคคล

- ☐ สหภาพแรงงาน
☐ คณะกรรมการลูกจ้าง
☐ ลูกจ้างทั่วไป
☐ ตัวแทนนายจ้าง

จังหวัดที่ตั้งของสถานประกอบการ

- ☐ ฉะเชิงเทรา
☐ ชลบุรี
☐ ระยอง

เงื่อนไขในการกำหนดค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ

1. ค่าแรงที่แรงงานได้รับในปัจจุบัน ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายขั้นพื้นฐานในชีวิตประจำวันอย่างเห็นได้ชัดเจนและเกิดกระแสความเดือดร้อนไม่สามารถช่วยได้โดยวิธีอื่น
2. เมื่อรัฐบาลประกาศขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ จะต้องไม่ทำให้เกิดการปลดพนักงาน ย้าย หรือเลิกกิจการในเวลาใกล้เคียงกับการประกาศครั้งนั้น โดยดูจากกระแสตอบรับที่เกิดขึ้นจากชมรม สมาคมต่างๆ
3. รัฐบาลต้องการกระตุ้นผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) ให้เกิดการใช้จ่ายที่มากขึ้นโดยวิธีอื่นๆ แล้วขาดแต่การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเพื่อมุ่งไปสู่การใช้จ่ายใช้สอย
4. ผลประกอบการขององค์กรธุรกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดูจากยอดขายและพฤติกรรมผู้บริโภคแบบ Micro ของตัวสินค้า นั้นๆ
5. ประเทศเพื่อนบ้าน หรือประเทศที่คนไทยนิยมไปทำงาน มีอัตราค่าแรงที่สูงขึ้นอย่างชัดเจน

เกณฑ์ในการนำมาคำนวณค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ

1. อัตราค่าจ้างขั้นต่ำปีล่าสุด	8. รายได้ครัวเรือน
2. ค่าจ้าง และเงินได้อื่นๆ	9. รายได้ประชากรที่แท้จริง
3. ต้นทุนด้านแรงงานทางตรง	10. อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ
4. ค่าครองชีพในพื้นที่ปีล่าสุด	11. อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ
5. ดัชนีราคาผู้บริโภค	12. ดอกเบี้ยเงินฝาก และดอกเบี้ยเงินกู้
6. อัตราเงินเฟ้อปีล่าสุด	13. ราคาทองคำ
7. ต้นทุนการผลิต	14. ค่าเช่าที่พักอาศัยหรือค่าเช่าหรืออุปกรณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวกับที่พักอาศัย

ภาพที่ 1 กรอบการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีความสมดุล

จากการศึกษาพบว่าทฤษฎีความสมดุล (Balance theory) เกิดขึ้นจากความคิดของ Fritz Heider โดย Heider คิดขึ้นจากหลักการที่ว่าบุคคลมักจะชอบพอกันหรือพอใจกับบุคคลที่ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งที่คล้ายๆ กันกับตัวเอง โดยความคล้ายระหว่างบุคคลจะเป็นปัจจัยกำหนดความชอบพอรหว่างกัน ซึ่งความชอบพอรหว่างบุคคลนั้นก็เกิดขึ้นมาจากความคล้ายทางความรู้สึกนึกคิด นอกจากนั้น Heider ก็มีความเชื่ออีกว่าคนเราจะพยายามเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์บางส่วนเพื่อให้สภาพไม่สมดุลกลายเป็นสภาพสมดุลเพื่อขจัดความทุกข์เช่นกัน (Heider, 1958 อ้างถึงใน สมศักดิ์ คล้ายสังข์, 2562)

แนวคิดทฤษฎีระบบ

จากการศึกษาพบว่าในปี ค.ศ. 1966 นักสังคมจิตวิทยาจากมหาวิทยาลัยมิชิแกนชื่อ Daniel Katz และ Robert Kahn ได้เสนอแนวความคิดเรื่องระบบเปิด เพื่ออธิบายความเป็นไปขององค์การว่าในแต่ละขั้นตอนนั้นมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกด้วยตลอดเวลา นั่นคืออิทธิพลของสิ่งแวดล้อมทั้งหมด ตลอดจนทุกองค์ประกอบขององค์การจะเกิดผลกระทบต่อทุกกิจกรรมที่มีการประพฤติดำเนินการปฏิบัติกันภายในองค์การ ทั้งนี้ผู้ที่ศึกษาทฤษฎีระบบ มีหลักการจดจำซึ่งสามารถสรุปเป็นองค์ประกอบหลักได้ 3 ส่วนหลัก คือ 1. ปัจจัยนำเข้า (Input) คือ องค์ประกอบแรกของระบบ หมายถึง ปัจจัยต่างๆ หรือองค์ประกอบแรกนำไปสู่การดำเนินงานของระบบ 2. กระบวนการ (Process) คือ องค์ประกอบต่อมาของระบบ หมายถึง วิธีการที่จะนำไปสู่ผลงานหรือผลผลิตของระบบ 3. ผลผลิต (Output) คือ องค์ประกอบสุดท้ายของระบบ หมายถึง ความสำเร็จในลักษณะต่างๆ ที่มีประสิทธิภาพ หรือประสิทธิผล (Katz and Kahn, 1966)

แนวคิดเกี่ยวกับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำและข้อเท็จจริงเกี่ยวกับอัตราค่าจ้างที่ลูกจ้างได้รับปัจจุบัน

อัตราค่าจ้างขั้นต่ำ หมายถึง อัตราค่าจ้างที่เพียงพอสำหรับแรงงานทั่วไปเมื่อแรกเข้าทำงาน 1 คน ให้สามารถดำรงชีพอยู่ได้ตามสมควรแก่มาตรฐานการครองชีพ สภาพเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งเหมาะสมตามความสามารถของธุรกิจในพื้นที่นั้น (คณะกรรมการค่าจ้าง, 2561) การกำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำจึงมีเป้าหมายเพื่อคุ้มครองแรงงานให้ได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรม และเพียงพอต่อการดำรงชีพตามอัตภาพ และพบว่าการแบ่งประเภทของแรงงานออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1. แรงงานฝีมือ (Skilled Labor) 2. แรงงานกึ่งฝีมือ (Semi-skilled Labor) 3. แรงงานไร้ฝีมือ (Unskilled Labor) (ชาญโชติ ชมพูนุท, 2562)

แนวคิดเกี่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer price index)

จากการศึกษาพบว่าดัชนีราคาผู้บริโภคนั้น ใช้วัดการเปลี่ยนแปลงในราคาขายปลีกของสินค้า ค่าเช่า และการบริการ (กระทรวงแรงงาน, 2562)

แนวคิดเกี่ยวกับเงินเฟ้อ

จากการศึกษาพบว่าเงินเฟ้อ หมายถึง การที่ภาวะเศรษฐกิจมีระดับราคาสินค้า และบริการโดยทั่วไปสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ซึ่งการเกิดภาวะเงินเฟ้อนี้นั้นไม่จำเป็นว่า สินค้าทุกตัวต้องมีราคาสูงขึ้นเหมือนกันหมด อาจเป็นสินค้าบางชนิดที่มีราคาสูงขึ้นก็ได้ ในขณะที่อีกบางชนิดมีราคาลดลง แต่สิ่งที่สำคัญคือราคารวม

ทั้งหมดโดยเฉลี่ยแล้วสูงขึ้น โดยที่การกำหนดกรอบเป้าหมายเงินเฟ้อที่ช่วงร้อยละ 0.5 ถึง 3.0 จะทำให้ประเทศไทยสามารถรักษาระดับขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่ค้าคู่แข่งรายสำคัญได้ นอกจากนี้ ช่วงกว้างของกรอบเป้าหมายที่กว้างร้อยละ 2.5 ยังมีความเหมาะสมกับสถานะเศรษฐกิจไทย ทำให้ประเทศไทยสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่อาจเกิดขึ้นในช่วงสั้นๆ ได้ (Temporary Economic Shocks) ประกอบกับยังลดความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนนโยบายการเงินบ่อยครั้งทำให้อัตราดอกเบี้ยระยะสั้นไม่ผันผวนมากจนเกินไป จะส่งผลให้ระบบการเงินมีเสถียรภาพมากขึ้น (ยุทธภูมิ จารุเศรณี, 2555)

แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานค่าเฉลี่ยการครองชีพ

จากการศึกษาพบว่ามาตรฐานการครองชีพ (Standard of Living) หมายถึง ความพอเหมาะที่สุดทางเศรษฐกิจ การวัดจะใช้ค่าประมาณของรายได้ประชาชาติแท้จริงต่อคน (real national income per capita) คือผลรวมของสินค้าและบริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งหารด้วยจำนวนประชากรรวมในเวลาเดียวกัน (สวทช., 2562)

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิต (Manufacturing Cost) คือ ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตสินค้าของธุรกิจ และเป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นในโรงงานเท่านั้น โดยประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ต้นทุนวัตถุดิบ (Material Cost) ต้นทุนแรงงาน (Labor Cost) ค่าใช้จ่ายโรงงาน (Manufacturing Overhead) (Greedisgoods, 2561)

แนวคิดเกี่ยวกับราคาสินค้าและบริการ

จากการศึกษาพบว่าหากจะทำการศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวกับราคาสินค้าและบริการ จำเป็นจะต้องมีการศึกษาในเรื่องของค่าครองชีพ ดัชนีราคาผู้บริโภค และพฤติกรรมของผู้บริโภค (ปราณี เอี่ยมละออภักดี, 2551)

แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถของธุรกิจ

จากการศึกษาพบว่าประโยชน์ของการดำเนินธุรกิจ มีดังนี้ 1. ผลิตสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ในสังคม 2. ช่วยกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค 3. เป็นแหล่งตลาดแรงงาน 4. เป็นแหล่งเพิ่มรายได้ให้แก่รัฐบาล 5. ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ (Eastern Economic Corridor, 2563)

แนวคิดเกี่ยวกับอัตราการเติบโตของผลิตภาพแรงงาน

จากการศึกษาพบว่าเปรียบเทียบผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยต่อชั่วโมงการทำงานจะมีความแม่นยำมากกว่า การเพิ่มผลิตภาพแรงงานจึงเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจผ่านทางการเปลี่ยนแปลงรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร (GDP per capita) โดยการเพิ่มผลิตภาพแรงงานจะสะท้อนถึงการใช้จ่ายทุนอย่างเต็มประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ลดปริมาณแรงงานที่มีประสิทธิภาพต่ำลง เพิ่มทักษะความสามารถของแรงงานที่มีอยู่ รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการอื่นๆ (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2562)

แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP)

ผลิตภัณฑ์รวมในประเทศ ซึ่งก็คือ การที่นับรายได้ที่เกิดขึ้นจากในประเทศเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นสัญชาติใดก็ตาม ซึ่ง GDP ของประเทศไทย จะนับการคำนวณเฉพาะรายได้ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเท่านั้น โดยที่มูลค่าของ GDP ประกอบด้วย 4 ส่วนหลัก ส่วนแรก มาจากการใช้จ่ายใช้สอยของผู้บริโภค ส่วนที่ 2 มา

จากการลงทุน ส่วนที่ 3 จากการใช้จ่ายของภาครัฐ และส่วนที่ 4 จากมูลค่าส่งออกสุทธิ กล่าวโดยสรุป ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) คือ มูลค่าของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายทั้งหมดที่ผลิตได้ภายในอาณาเขตของประเทศโดยไม่คำนึงว่าเป็นการผลิตของบุคคลในท้องถิ่น หรือของชาวต่างชาติ และไม่นับรวมผลผลิตของผู้ที่ถือสัญชาติของประเทศนั้นผลิตได้ในต่างประเทศ (ธนาคารกรุงเทพ, 2559)

แนวคิดเกี่ยวกับดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI)

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค คือ เครื่องมือชี้วัดและเตือนภัยทางเศรษฐกิจล่วงหน้าโดยจัดทำข้อมูลเป็นรายเดือนเพื่อให้สามารถติดตามอำนาจซื้อของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อ การผลิต การจ้างงานและปริมาณการใช้จ่ายของประชาชน ในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งในปี พ.ศ. 2562 พบว่าดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคมีอัตราที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนโยบายต่างๆ ของทางรัฐบาล อาทิโครงการซื้อช่วยเหลือชาติ (กระทรวงพาณิชย์, 2563)

แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Products : GPP) คือ มูลค่าการผลิตสินค้าและบริการขั้นสุดท้าย รวมทั้งรายได้จากผลตอบแทนปัจจัยการผลิตต่างๆ ซึ่งสามารถสะท้อนได้ถึงภาพรวมทางด้านเศรษฐกิจและมูลค่าเพิ่มจากกิจกรรมการผลิตทุกชนิดของจังหวัดนั้นๆ และเป็นการวัดผลจากผลรวมมูลค่าของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายที่ผลิตขึ้นในจังหวัดในช่วงระยะเวลา 1 ปี (คณะทำงานผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดนครราชสีมา, 2554)

แนวคิดเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่จำเป็นตามคุณภาพ

ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนทั่วประเทศ ในปี พ.ศ. 2561 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเดือนละ 21,346 บาท ซึ่งค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ร้อยละ 34.8 เป็นค่าอาหาร เครื่องดื่มและยาสูบ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) เมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายของครัวเรือนทั่วประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2559 – 2561 พบว่าค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการอุปโภคบริโภคในครัวเรือนลดลง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561)

แนวคิดเกี่ยวกับดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ (BSI)

ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ (Business Sentiment Index) หรือ BSI เป็นดัชนีชี้วัดภาวะทางธุรกิจที่สามารถใช้เตือนภัยทางเศรษฐกิจประเภทหนึ่ง มีวัตถุประสงค์ในการจัดทำ คือ เพื่อเป็นเครื่องมือให้ทั้งภาครัฐและเอกชนในการติดตามภาวะธุรกิจ และเศรษฐกิจโดยรวม ซึ่งเป็นตัวเลขสะท้อนถึงความเชื่อมั่นทางธุรกิจในช่วงระยะเวลาหนึ่งเพื่อเป็นเครื่องมือให้ทั้งภาครัฐและเอกชนใช้ติดตาม วิเคราะห์ ภาวะธุรกิจและเศรษฐกิจโดยรวม เพื่อหากลยุทธ์ในการทำนโยบายเศรษฐกิจ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธัญรัช มลิทอง (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาการนำนโยบายค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท ไปปฏิบัติในบริษัทหริปิเลท บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) อำเภอเมืองชลบุรี ซึ่งจากการศึกษาพบว่า เมื่ออัตราค่าแรงขั้นต่ำเพิ่มขึ้น บริษัทก็จะลดต้นทุนด้านค่าแรงลง โดยลดจำนวนชั่วโมงโอที และพยายามเพิ่มรายได้จากยอดขายให้มากขึ้น ส่งผลให้พนักงานได้รับผลกระทบเนื่องจากพนักงานมีไม่เพียงพอกับนโยบายขยายฐานลูกค้าของบริษัท

กิตติพงศ์ สนธิสัมพันธ์ (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจจากนโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ 300 บาทต่อวัน และเงินเดือนปริญญาตรี 15,000 บาท จากการศึกษาพบว่า การใช้ระบบอัตราค่าจ้างขั้นต่ำของไทยสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาพื้นฐาน 3 ประการ และส่งผลให้ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศยังคงอยู่ในภาวะยากจน คือ 1. ปัญหาความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ 2. การบังคับใช้อัตราค่าจ้างขั้นต่ำยังไม่ทั่วถึง 3. การขยายตัวของค่าจ้างขั้นต่ำตามไม่ทันค่าครองชีพ

นพดล บุรณธนัง; พรเกียรติ ยั่งยืน และโสมสิริ หมัดอะดัม (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกำหนดค่าจ้างของไทย ซึ่งจากการศึกษาพบว่า บริษัทส่วนใหญ่ปรับค่าจ้างตามผลการปฏิบัติงาน และค่าจ้างขั้นต่ำ มีเพียงร้อยละ 38.2 เท่านั้นที่มีการปรับค่าจ้างตามอัตราเงินเฟ้อ และค่าครองชีพ ซึ่งสะท้อนได้ว่าค่าจ้างขั้นต่ำนั้นมีผลต่อการปรับค่าจ้างทั่วไปพอสมควร

สมศจี ศิกษมัต และวรุฒม์ เตชะจินดา (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับระบบอัตราค่าจ้างขั้นต่ำของไทย ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยใช้ระบบอัตราค่าจ้างขั้นต่ำมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 และได้พัฒนากระบวนการกำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ โดยในปัจจุบันมีคณะกรรมการค่าจ้างแบบไตรภาคี (Tripartite committee) เป็นผู้กำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ แต่ก็ยังไม่ได้ช่วยให้แรงงานหลุดพ้นจากความยากจน หรือสร้างความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจได้เท่าที่ควร

สมศจี ศิกษมัต (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำเป็น 300 บาท ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ตลาดแรงงานของไทยเป็นตลาดที่เน้นใช้แรงงานราคาถูก

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับเงื่อนไข และเกณฑ์ในการกำหนดค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพให้เพียงพอของนายจ้างและลูกจ้าง ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) (Creswell & Plano, 2007) ซึ่งประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประกอบด้วยการวิจัยเอกสาร (Document Research) ทำการศึกษาจากข้อมูลเอกสาร (Documentary Research) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย บทความวิชาการ วารสาร ข่าวสารต่างๆ การสืบค้นข้อมูลจาก Internet ที่มีผู้ศึกษาไว้ในแง่มุมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแรงงานโดยตรง จำนวน 8 ท่าน (Grudens-Schuck, N. และคณะ, 2004) ได้แก่ ที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงาน ประธานสหภาพแรงงาน สวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน อดีตแรงงานจังหวัด ที่ปรึกษาบริษัทเอกชน ผู้จัดการฝ่ายบุคคล และสมาชิกสหภาพแรงงาน และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ท่าน และใช้วิธีการแจกแบบสอบถามแบบสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) กับตัวแทนฝั่งนายจ้าง จำนวน 200 ท่าน และตัวแทนฝั่งลูกจ้าง จำนวน 200 ท่าน และยืนยันความน่าเชื่อถือด้วยกระบวนการประชุมกลุ่ม (Focus group) กับ

ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิจากสภาอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี จำนวน 28 ท่าน ได้แก่ ประธานสภาฯ รองประธานอาวุโสฯ รองประธานสภาฯ รองเลขาธิการสภาฯ และกรรมการสภาฯ เพื่อยืนยันข้อมูลที่ค้นพบ และรับรองสูตรการคำนวณค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพฯ โดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเงื่อนไข เกณฑ์ และสูตรคำนวณ ในการขึ้นค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพให้เป็นที่ยอมรับของนายจ้างและลูกจ้าง ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบ สัมภาษณ์เชิงลึก แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์การประชุมกลุ่ม (Focus group) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ Independent Sample t-test และ One-way ANOVA หรือ F-test และสถิติเชิงอ้างอิง คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Stepwise Multiple Regression) และการวิเคราะห์เนื้อหา

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาสามารถตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยทั้ง 3 ข้อ ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาเงื่อนไข ในการกำหนดค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพให้เป็นที่ยอมรับของนายจ้างและลูกจ้าง ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าตัวแทนลูกจ้างและตัวแทนนายจ้าง ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเงื่อนไขที่เหมาะสมในการตัดสินใจเพื่อขึ้นค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ ในระดับความคิดเห็นที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.86 และทั้ง 5 เงื่อนไข ทุกเงื่อนไขต้องถูกนำมาใช้ในการพิจารณาก่อนการตัดสินใจว่าจะขึ้นค่าแรงในปีนั้นหรือไม่ โดยให้ความสำคัญจากเงื่อนไขที่เห็นด้วยมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ดังนี้ อันดับที่ 1 เงื่อนไขที่ 2 คือ เมื่อรัฐบาลประกาศขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ จะต้องไม่ทำให้เกิดการปลดพนักงาน ย้าย หรือเลิกกิจการ ในเวลาที่ใกล้เคียงกับการประกาศครั้งนั้น โดยดูจากกระแสรอบด้านที่เกิดขึ้นจากชมรม สมาคมต่างๆ จึงควรมีการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ โดยมีความเห็นอยู่ในระดับที่มากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.69 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.76 อันดับที่ 2 เงื่อนไขที่ 1 คือ เมื่อค่าแรงที่แรงงานได้รับในปัจจุบัน ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายขั้นพื้นฐานในชีวิตประจำวันอย่างเห็นได้ชัดจนและเกิดกระแสความเดือดร้อนไม่สามารถช่วยได้โดยวิธีอื่น จึงควรมีการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ โดยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 อันดับที่ 3 เงื่อนไขที่ 5 คือ เมื่อประเทศเพื่อนบ้าน หรือประเทศที่คนไทยนิยมไปทำงาน มีอัตราค่าแรงที่สูงขึ้นอย่างชัดเจน จึงควรมีการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ โดยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88 อันดับที่ 4 เงื่อนไขที่ 4 คือ เมื่อผลประกอบการขององค์กรธุรกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยดูจากยอดขายและพฤติกรรมผู้บริโภคแบบ Micro ของตัวสินค้าต่างๆ จึงควรมีการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ โดยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 และอันดับที่ 5 เงื่อนไขที่ 3 คือ เมื่อรัฐบาลต้องการกระตุ้นผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) ให้เกิดการใช้จ่ายที่มากขึ้นโดยวิธีอื่นๆ แล้ว ขาดแต่การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ เพื่อมุ่งไปสู่การใช้จ่ายใช้สอย จึงควรมีการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ โดยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.95

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาเกณฑ์ ในการกำหนดค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพให้เป็นที่ยอมรับของนายจ้างและลูกจ้าง ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จากผลการวิจัยพบว่า

ตัวแทนลูกจ้างและตัวแทนนายจ้าง ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเกณฑ์ ในการกำหนดค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ ในระดับความคิดเห็นที่มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.91 ซึ่งด้านที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ เกณฑ์ตัวที่ 1 คือ อัตราค่าจ้างขั้นต่ำปีล่าสุด ในระดับความคิดเห็นที่มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.67 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.73 อันดับสอง ได้แก่ เกณฑ์ตัวที่ 4 คือ ค่าครองชีพในพื้นที่ปีล่าสุด โดยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 อันดับสาม ได้แก่ เกณฑ์ตัวที่ 2 คือ ค่าจ้าง และเงินได้อื่นๆ โดยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 อันดับสี่ ได้แก่ เกณฑ์ตัวที่ 3, 6 คือ ต้นทุนด้านแรงงานทางตรง, อัตราเงินเฟ้อปีล่าสุด โดยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75, 0.98 ตามลำดับ อันดับหก ได้แก่ เกณฑ์ตัวที่ 5 คือ ดัชนีราคาผู้บริโภค โดยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87 อันดับเจ็ด ได้แก่ เกณฑ์ตัวที่ 10 คือ อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ โดยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 อันดับแปด ได้แก่ เกณฑ์ตัวที่ 8, 14 คือ รายได้ครัวเรือน, ค่าเช่าที่พักอาศัยหรือค่าเช่าหรืออุปกรณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวกับที่พักอาศัย โดยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.88, 0.95 ตามลำดับ อันดับสิบ ได้แก่ เกณฑ์ตัวที่ 7 คือ ต้นทุนการผลิต โดยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90 อันดับสิบเอ็ด ได้แก่ เกณฑ์ตัวที่ 9 คือ รายได้ประชาชาติที่แท้จริง โดยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00 อันดับสิบสอง ได้แก่ เกณฑ์ตัวที่ 11 คือ อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ โดยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.08 อันดับสิบสาม ได้แก่ เกณฑ์ตัวที่ 12 คือ ดอกเบี้ยเงินฝาก และดอกเบี้ยเงินกู้ โดยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.13 และอันดับสุดท้าย ได้แก่ เกณฑ์ตัวที่ 13 คือ ราคาทองคำ โดยมีความเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.20 จากนั้นนำเกณฑ์ตัวแปรทุกตัวมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Stepwise Multiple Regression) พบว่า มีตัวแปรอิสระ 6 ตัวแปร ที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสู่สมการถดถอย ได้แก่ ค่าครองชีพในพื้นที่ปีล่าสุด อัตราค่าจ้างขั้นต่ำปีล่าสุด ดัชนีราคาผู้บริโภค อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ ค่าเช่าที่พักอาศัยหรือค่าเช่าหรืออุปกรณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวกับที่พักอาศัย ต้นทุนด้านแรงงานทางตรง ซึ่งให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.993 และสามารถร่วมอธิบายความแปรผันของค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ร้อยละ 98.50 (R^2 = 0.985)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ศึกษาสูตรคำนวณ ในการขึ้นค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพให้เป็นที่ยอมรับของนายจ้างและลูกจ้าง ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จากผลการวิจัย ได้ข้อมูลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE est	beta	t	Sig.
1. ค่าครองชีพในพื้นที่ปีล่าสุด (X_1)	0.239	0.051	0.268	4.675	0.000**
2. อัตราค่าจ้างขั้นต่ำปีล่าสุด (X_2)	0.401	0.037	0.473	10.785	0.000**

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE est	beta	t	Sig.
3. ดัชนีราคาผู้บริโภค (X_3)	0.193	0.044	0.207	4.418	0.000**
4. อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ (X_4)	-0.228	0.035	-0.228	-6.540	0.000**
5. ค่าเช่าที่พักอาศัยหรือค่าเช่าหรืออุปกรณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวกับที่พักอาศัย (X_5)	0.128	0.039	0.137	3.316	0.001**
6. ต้นทุนด้านแรงงานทางตรง (X_6)	0.125	0.048	0.138	2.631	0.009**

*p < .05, **p < .01

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่า สูตรคำนวณที่ได้จากผลการวิจัยโดยการวิเคราะห์สมการถดถอย (Multiple Regression) คือ $Y' = 0.239(X_1) + 0.401(X_2) + 0.193(X_3) - 0.228(X_4) + 0.128(X_5) + 0.125(X_6)$ ซึ่งตัวแปร 6 ตัว คือ ค่าครองชีพในพื้นที่ปีล่าสุด (X_1) อัตราค่าจ้างขั้นต่ำปีล่าสุด (X_2) ดัชนีราคาผู้บริโภค (X_3) อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ (X_4) ค่าเช่าที่พักอาศัยหรือค่าเช่าหรืออุปกรณ์อื่นๆ ที่เกี่ยวกับที่พักอาศัย (X_5) ต้นทุนด้านแรงงานทางตรง (X_6) และค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ (Y') โดยสามารถนำไปแทนค่ารายจังหวัด ย้อนหลัง 10 ปี เพื่อเปรียบเทียบกับค่าแรงขั้นต่ำของแต่ละจังหวัดได้ดังตาราง

ตารางที่ 2 ค่าแรงตามสูตรการคำนวณที่ค้นพบเทียบกับค่าแรงขั้นต่ำของแต่ละจังหวัดใน EEC

จังหวัด / ปี พ.ศ.	ฉะเชิงเทรา		ชลบุรี		ระยอง	
	ค่าแรงตาม ประกาศจริง	ค่าแรงที่ได้ จากสูตร	ค่าแรงตาม ประกาศจริง	ค่าแรงที่ได้ จากสูตร	ค่าแรงตาม ประกาศจริง	ค่าแรงที่ได้ จากสูตร
2564	330	344	336	347	335	346
2563	330	344	336	347	335	346
2562	330	345	336	348	335	347
2561	325	339	330	341	330	341
2560	308	327	308	327	308	327
2559	300	313	300	313	300	313
2558	300	307	300	307	300	307
2557	300	304	300	304	300	304
2556	300	310	300	310	300	310
2555	269	289	273	292	264	287
2554	193	249	196	251	189	247
2553	180	239	184	241	178	238

จากตารางที่ 2 เมื่อนำค่าที่ได้ไปคำนวณหาความผิดพลาดสัมบูรณ์ พบค่าความผิดพลาดสัมบูรณ์อยู่ที่ร้อยละ 3.95

จากนั้นได้จัดการประชุมกลุ่ม (Focus Group) โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิจากสภาอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี จำนวน 28 ท่าน เพื่อยืนยันผลการวิจัย ซึ่งที่ประชุมมีมติเป็นเอกฉันท์เห็นด้วย กับเงื่อนไข เกณฑ์ และสูตรการคำนวณเพื่อขึ้นค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ ว่ามีความเหมาะสมและสามารถใช้เป็นตัวสะท้อนถึงค่าแรง ณ ปัจจุบันของพื้นที่ใน EEC ได้

การอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านเงื่อนไข เกณฑ์ และสูตรการคำนวณ พบว่า เงื่อนไขที่ต้องนำมาใช้ในการพิจารณาก่อนการขึ้นค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ ต้องพิจารณาจากเงื่อนไขทั้ง 5 เงื่อนไข ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ดังนี้

เงื่อนไขที่ 1 เมื่อค่าแรงที่แรงงานได้รับในปัจจุบัน ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายขั้นพื้นฐานในชีวิตประจำวัน อย่างเห็นได้ชัดจนและเกิดกระแสความเดือดร้อนไม่สามารถช่วยได้โดยวิธีอื่น จึงควรมีการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ พบว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรารักษ์ สุพัฒน์มงคล, และ วันทนา เนาว์วัน (2562) ที่ศึกษาถึง ปัจจัยค่าตอบแทนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน พบว่า ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน มากที่สุดเป็นอันดับ 1 และควรมีการปรับให้สูงขึ้นตามสภาพเศรษฐกิจที่สูงขึ้น เพราะหากจ่ายเท่าเดิมจะทำให้ไม่เพียงพอกับค่าครองชีพ และการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน และค่าตอบแทนยังส่งผลกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ดังนั้นบริษัทควรมีการปรับปรุงโครงสร้างในการจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงาน โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ให้ครอบคลุมทุกด้าน เนื่องจากค่าครองชีพสูง จะทำให้รายได้ไม่เพียงพอต่อการครองชีพ และอาจปรับเพิ่มค่าตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน เช่นเพิ่มสวัสดิการ ค่าเบี้ยขยัน ค่าล่วงเวลาในการทำงาน

เงื่อนไขที่ 2 เมื่อรัฐบาลประกาศขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ จะต้องไม่ทำให้เกิดการปลดพนักงาน ย้าย หรือเลิกกิจการในเวลาใกล้เคียงกับการประกาศครั้งนั้น โดยดูจากกระแสรอบด้านที่เกิดขึ้นจากชมรม สมาคมต่างๆ จึงควรมีการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณภัทร กันแก้ว (2563) ที่ศึกษาพบว่า ค่าตอบแทนที่จ่ายจะเป็นการทำร้ายองค์กร ส่งผลร้ายต่อเศรษฐกิจและในภาพรวมส่งผลกระทบต่อสังคม การให้ค่าตอบแทนที่สูงมากๆ ก็ไม่เกิดประโยชน์ต่อองค์กร เท่าที่ควรจะเป็น การจ่ายที่สูงมากก็ยากที่จะหยุดได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Milkovich, Newman. & Gerhart (2014) พบว่าการจ่ายค่าตอบแทนที่เพิ่มขึ้นเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอยในปี 2008-2009

เงื่อนไขที่ 3 เมื่อรัฐบาลต้องการกระตุ้นผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) ให้เกิดการใช้จ่ายที่มากขึ้นโดยวิธีอื่นๆ แล้ว ขาดแต่การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ เพื่อมุ่งไปสู่การใช้จ่ายใช้สอย จึงควรมีการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ รวดี สุทธิศาสตร์ (2564) ที่ศึกษาพบว่า หลักการสำคัญในการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่ลูกจ้างขององค์กรแรงงานระหว่างประเทศและประเทศในกลุ่มอาเซียนมีหลายองค์ประกอบ เช่น ภาวะสังคม เศรษฐกิจ ความต้องการทำงานของลูกจ้าง ความสามารถในการจ้างงานของนายจ้าง ความต้องการ

พื้นฐานในการดำรงชีพของลูกจ้าง และครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดค่าตอบแทนการทำงานในประเทศต่างๆ ดังนี้ 1. ประเทศสิงคโปร์ใช้หลักในการจ่ายค่าตอบแทนโดยเปิดโอกาสให้มีการเจรจาต่อรองระหว่างนายจ้างและลูกจ้างเพื่อให้ค่าจ้างเพียงพอและเหมาะสมแก่การดำรงชีพได้ของลูกจ้าง 2. ประเทศฟิลิปปินส์ใช้หลักในการจ่ายค่าตอบแทนที่คำนึงถึงการดำรงชีพของลูกจ้าง และครอบครัวตามความสามารถในการจ่ายของนายจ้าง การเปรียบเทียบของระดับค่าจ้างและรายได้ ความต้องการในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม 3. ประเทศมาเลเซียใช้หลักในการจ่ายค่าตอบแทนที่คำนึงถึงหลักการดำรงชีพได้ของลูกจ้าง และครอบครัว และพิจารณาความสามารถในการจ่ายของนายจ้างควบคู่กันยังเปิดโอกาสให้เจรจาต่อรองค่าตอบแทนระหว่างคู่สัญญาได้

เงื่อนไขที่ 4 เมื่อผลประกอบการขององค์กรธุรกิจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยดูจากยอดขายและพฤติกรรมผู้บริโภคแบบ Micro ของตัวสินค้านั้นๆ จึงควรมีการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณภัทร กันแก้ว (2563) ที่ศึกษาพบว่า นโยบายการจ่ายค่าตอบแทนต้องสอดคล้องกับความสามารถในการจัดการ ความเสี่ยง และเชื่อมโยงกับผลประกอบการทางการเงิน และระดับของการจ่ายค่าตอบแทนในองค์กรใหญ่จะสูงกว่า องค์กรขนาดเล็ก

เงื่อนไขที่ 5 เมื่อประเทศเพื่อนบ้าน หรือประเทศที่คนไทยนิยมไปทำงาน มีอัตราค่าแรงที่สูงขึ้นอย่างชัดเจน จึงควรมีการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณภัทร กันแก้ว (2563) ที่ศึกษาผลสำรวจของ WeF พบว่า การเติบโตของ ธุรกิจระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นและประเทศไหนที่มีคุณภาพในการใช้ชีวิตที่ดีก็สามารถดึงดูดแรงงานที่มี ความสามารถพิเศษ เข้ามาช่วยพัฒนาประเทศได้ เช่น ประเทศสิงคโปร์ ที่มีแนวคิดการบริหารภาครัฐโดยการจ่ายค่าตอบแทนเพื่อสรรหาคนที่ดีที่สุดในตลาดที่สุดเข้าทำงานในภาครัฐ และยังมีแนวคิดที่ว่าค่าตอบแทนที่สูงจะดึงดูดคน เก่งคนดีเข้าทำงานภาครัฐ ส่วนการจ่ายค่าตอบแทนและสวัสดิการที่สูงก็เพื่อให้เกิดการรับรู้ว่ามีคุณธรรม ซึ่งค่าตอบแทนที่สูงก็เป็นแรงจูงใจให้พนักงานในการทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ, ชัยวัฒน์ ประสงค์สร้าง, เศรษฐชัย ชัยสนิท, ชูเกียรติ ช่วยเพชร, & ธนู อยู่สุข (2562) พบว่า ปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของแรงงานต่างด้าวมายังประเทศที่เจริญกว่า ได้แก่ 1) โอกาสในเชิงเศรษฐกิจและระดับในการครองชีพต่ำ 2) การเพิ่มขึ้นของประชากร 3) ความต้องการทางสังคมของบุคคล 4) ความไม่ปลอดภัยในทรัพย์สินร่างกาย และ 5) ความจำเป็นต้องติดตามผู้อื่นไป ก็เป็นปัจจัยดึงดูดในประเทศที่แรงงานเคลื่อนย้ายเข้า และระดับค่าจ้างและเงินเดือนที่สูงกว่าในประเทศบ้านเกิดของแรงงานมาก

เกณฑ์ตัวเลขที่ต้องนำมาใช้เพื่อแทนค่าในสูตรคำนวณค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ ที่ได้มาจากสมการ Multiple Regression มี 6 เกณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยดังนี้

เกณฑ์ที่ 1 อัตราค่าจ้างขั้นต่ำปีล่าสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ คมกริช เกิดพุ่ม (2562) พบว่าหลักในการปรับเงินเดือนจะมีการอ้างอิงจากอัตราเงินเดือนเดิมที่ครองอัตราอยู่

เกณฑ์ที่ 2 ต้นทุนด้านแรงงานทางตรง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรัณย์ วิทยากรบัณฑิต (2560) พบว่างานอุตสาหกรรมบางประเภทต้องปิดตัวลงเพราะแบกรับต้นทุนการผลิตไม่ไหว เนื่องจากเกิดวิกฤติทาง

เศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศมีการลดการใช้แรงงานในภาคอุตสาหกรรมลงและเพิ่มแรงงานที่มีความรู้ มีการนำระบบเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการผลิตแทนงานอุตสาหกรรม งานอุตสาหกรรมบางประเภทต้องปิดตัวลง เพราะแบกรับต้นทุนการผลิตไม่ไหว

เกณฑ์ที่ 3 ค่าครองชีพในพื้นที่ปีล่าสุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hu & Carr (2020) ที่ศึกษาพบว่าค่าครองชีพปัจจุบัน (Living wage) ถูกนำมาเป็นเกณฑ์ที่สร้างการปรับเปลี่ยนคุณภาพชีวิตการทำงาน รวมทั้งการสร้างคามยุติธรรมของค่าจ้าง (Wage Fairness) ไปสู่ความยุติธรรมมากขึ้น และมีการศึกษาเบื้องต้นจากนิวซีแลนด์ แอฟริกาใต้และประเทศไทย ที่พบความสัมพันธ์ระหว่างค่าจ้างกับคุณภาพชีวิตการทำงาน (Wages and quality-of-work-life) มาเป็นเป้าหมายในการศึกษามาตรการที่มีต่อการปรับให้สอดคล้องแนวทางและหลักการของท้องถิ่น

เกณฑ์ที่ 4 ดัชนีราคาผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ Halilbegovic, Hubana, Celebic, Arapovic, and Atovic (2020) พบว่าดัชนีราคาผู้บริโภคเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตัวแปรตามในเงินเดือนสุทธิประจำปี และเป็นสิ่งที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของอัตราเงินเฟ้อในรูปของ ราคาของผลิตภัณฑ์และค่าบริการที่ผ่านการบริโภค และความต้องการในแต่ละประเทศ นอกจากนี้ยังมีการนำมาเปรียบเทียบกับอัตราเงินเฟ้อและการเคลื่อนไหวของราคาสินค้าในประเทศหนึ่งๆ กับประเทศอื่นๆ ในการซื้อ ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการที่ซื้อผ่านประชากรในประเทศเพื่อการบริโภคโดยรวม

เกณฑ์ที่ 5 อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Xu and Liu (2021) พบว่าในอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลกระทบต่อระดับค่าจ้างในภาคอุตสาหกรรม ส่งผลกระทบเชิงลบผ่านเส้นทางการส่งออกสุทธิ net export level ที่มีความสำคัญมากที่สุด โดย การคาดการณ์อัตราแลกเปลี่ยน RMB มีผลกระทบสำคัญในเชิงบวกต่อโลกของการเปลี่ยนแปลงที่กระทำต่อค่าจ้าง แต่ผลกระทบจากการใช้สกุลเงินที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายจะมีจุดอ่อน จากอิทธิพลของอัตราแลกเปลี่ยน RMB ต่อค่าจ้างของอุตสาหกรรมต่างๆ นั้น แตกต่างกันไปตามความแตกต่างของสินค้านำเข้าและส่งออกและระดับการผูกขาดสินค้า นั้น ๆ

เกณฑ์ที่ 6 ค่าเช่าที่พักอาศัยหรือค่าเช่าหรืออุปกรณ์อื่นๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณภัทร กันแก้ว (2563) พบว่าค่าเช่าบ้าน (Housing allowance) เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของพนักงานมาก และองค์กรเองก็มีความมั่นใจว่าพนักงานจะมีความเป็นอยู่ที่ดีด้วย ประเด็นที่องค์กรต้องคำนึงถึงคือ การจ่ายค่าเช่าบ้านมากหรือน้อยเกินไปก็จะมีผลกระทบ เช่น ถ้ามากเกินไปก็เกิดต้นทุนสูงหากน้อยเกินไปพนักงานก็รู้สึกไม่ดี ทั้งนี้ตัวพนักงานเองที่ต้องการประหยัดและเก็บเงินส่วนนี้ไว้ก็อาจจะทำให้ภาพลักษณ์องค์กรเสียหายได้เช่นกัน

สูตรคำนวณค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพ ที่ได้มาจากสมการ Multiple Regression สอดคล้องกับงานวิจัยของเดชาวัช คงคาน้อย (2562) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการจัดสรรงบประมาณผู้สูงอายุที่เหมาะสมของประเทศไทย สามารถคำนวณได้โดยใช้สูตรสมการถดถอยพหุคูณ คือ $Y' = -47,423.210 + 0.001(X_1) - 0.220(X_2) + 5.202(X_3) + 0.018(X_4) + 0.002(X_5)$ ซึ่งตัวแปร 5 ตัว คือ มูลค่า GDP (ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศไทย) (X_1) อัตราการตาย (จำนวนราย/ ปี) (X_2) รายได้ครัวเรือน (X_3) รายได้การจัดเก็บภาษีของรัฐเมื่อหักเหลือสุทธิ (X_4) จำนวนผู้สูงอายุ (X_5) และงบประมาณเบี้ยยังชีพ (Y')

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

รัฐบาล สามารถนำเงื่อนไข หรือเกณฑ์ในการกำหนดค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพให้เป็นที่ยอมรับของนายจ้างและลูกจ้าง ในยุคอุตสาหกรรม 4.0 ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ไปปรับใช้ในสูตรคำนวณค่าแรงขั้นต่ำของประเทศไทย ที่เมื่อขึ้นแล้วไม่มีผลกระทบทางลบ

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

1. จากเงื่อนไขทั้ง 5 ข้อที่ค้นพบ พบประเด็นที่สำคัญที่สุด คือ เมื่อประกาศขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ จะต้องไม่ทำให้เกิดการปลดพนักงาน ย้ายหรือเลิกกิจการในเวลาใกล้เคียงกับการประกาศครั้งนั้น ดังนั้นก่อนการขึ้นค่าแรงในแต่ละครั้งจึงควรให้รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องใช้เวลา หรือแจ้งล่วงหน้าเพื่อให้กิจการมีการเตรียมความพร้อมขององค์กร เพื่อมิให้ส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานหลังการปรับขึ้นค่าแรง ส่วนกิจการเองก็ควรมีการพยากรณ์โดยการประเมินเงื่อนไขทั้ง 5 ข้อในทุกปี ว่ามีเงื่อนไขครบเพียงพอที่รัฐบาลจะประกาศปรับขึ้นค่าแรงหรือไม่ ทั้งนี้ก็เพื่อการวางแผนงบประมาณและกำลังคนของกิจการเอง

2. จากผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ พบว่าสูตรการคำนวณมีความน่าเชื่อถือ และมีค่าเฉลี่ยร้อยละความผิดพลาดสัมบูรณ์ ที่เหมาะสมกับการนำมาใช้คำนวณค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพฯ จึงเห็นว่านายจ้าง ลูกจ้าง และรัฐบาล สามารถนำสูตรนี้ไปใช้ในการพยากรณ์ค่าแรง เพื่อเตรียมความพร้อม หรือใช้ในการวางแผนงานในอนาคตได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปหากมีความประสงค์ต่อยอดงานวิจัยในครั้งนี้ ควรขยายผลการศึกษถึงปัจจัยในเรื่องของการกำหนดค่าแรงตามความสามารถ และประเด็นอ่อนไหวในการกำหนดค่าแรงเพื่อให้งานวิจัยสมบูรณ์ครอบคลุมในเรื่องค่าแรงที่เหมาะสมต่อการดำรงชีพฯ ทั้งระบบ

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องการกำหนดค่าแรงรายชั่วโมงการทำงานที่เป็นธรรมสำหรับแรงงานทุกช่วงวัย รวมถึงกลุ่มคนที่เกษียณอายุแล้ว

ข้อจำกัดของงานวิจัย

เนื่องจากในระหว่างที่ผู้วิจัยเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลเมื่อปี 2560 ตรงกับรัฐบาลชุดปัจจุบัน (พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา) ซึ่งได้เข้ามาบริหารงาน (เมื่อกลางปี 2557) และได้เกิดภาวะวิกฤติ Covid-19 ที่ระบาดทั่วโลก และเกิดวิกฤติความวุ่นวายขึ้นภายในประเทศ เศรษฐกิจทั่วโลกประสบกับปัญหา จึงส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับค่าแรง ทำให้ลูกจ้างมีรายได้ที่ลดลง และมีการตกงานเป็นจำนวนมาก และในพระราชบัญญัติแรงงานสัมพันธ์ ฉบับ พ.ศ. 2518 มาตรา 20 ก็มีระบุว่า เมื่อข้อตกลงเกี่ยวกับสภาพการจ้างมีผลใช้บังคับแล้ว ห้ามมิให้นายจ้างทำสัญญาจ้างแรงงานกับลูกจ้างขัดหรือแย้งกับข้อตกลงเกี่ยวกับสภาพการจ้าง เว้นแต่สัญญาจ้างแรงงานนั้นจะเป็นคุณแก่ลูกจ้างยิ่งกว่า ดังนั้น ข้อจำกัดของสูตรที่ค้นพบในบางปีที่เกิดปัญหาดังกล่าวจึงอาจไม่ตรงกับค่าจ้างที่ควรจะเป็นในปัจจุบันเนื่องจากไม่สามารถปรับลดค่าแรงได้ตามสภาพเศรษฐกิจ

เอกสารอ้างอิง

- นพดล บุรณะธำ, พรเกียรติ ยั่งยืน, และโสเมสิริ หมัดอะดัม. (2554). *พฤติกรรมกำหนดค่าจ้างของไทย*. สายนโยบายการเงิน, ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2007). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. (2nd edition). Thousand Oaks, CA: Sage publications.
- Etzel, Michael J.; Walker, Bruce J.; & Stanton, William J. (2007). *Marketing*. 14th ed. Boston Mc Graw -Hill.
- Katz, D. and Kahn, R.L. (1966). *The Social Psychology of Organizations*. New York: John Wiley&Sons.
- เกศณรินทร์ งามเลิศ. (2559). *แรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน และลูกจ้างองค์การคลังสินค้า*, วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- คมกริช เกิดพุ่ม. (2562). *คู่มือปฏิบัติงาน การประเมินผลการปฏิบัติราชการและการเลื่อนเงินเดือนข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. ฝ่ายอัตรากำลังและค่าตอบแทน กองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เดชาวัช คงคาน้อย. (2562). *แนวทางการจัดสรรงบประมาณผู้สูงอายุที่เหมาะสมของประเทศไทย*, ดุษฎีนิพนธ์การจัดการสาธารณสุข, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธัญรัช มลิทอง. (2557). *การศึกษาการนำนโยบายค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท ไปปฏิบัติในบริษัททริปเปิ้ลที บรอดแบนด์ จำกัด (มหาชน) อำเภอเมืองชลบุรี*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นวะรัตน์ พิงโพธิ์ส. (2552). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ธนารักษ์พัฒนาสินทรัพย์ จำกัด*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม), คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Hu, Y. & Carr, S.C. (2020). *Living wages across the Pacific Rim: A localized replication study from China*. Journal of Pacific Rim Psychology, 14,(e18),1-9, <https://doi.org/10.1017/prp.2020.11>
- กรรณภัทร กันแก้ว. (2563). *กลยุทธ์การจ่ายค่าตอบแทนกลุ่มคนเก่งและแรงงานข้ามชาติ*. สักทอง : วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทสม.), 26(3), 40-52.
- กิตติพงศ์ สนธิสัมพันธ์. (2557). *ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากนโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ 300 บาทต่อวัน และเงินเดือนปริญญาตรี 15,000 บาท*. รายงานที่ตีพิมพ์ฉบับที่ 101 เดือนมีนาคม 2557, พิมพ์ครั้งที่ 1, สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- พงษ์ศักดิ์ ผกามาต, ชัยวัฒน์ ประสงค์สร้าง, เศรษฐชัย ชัยสนิท, ชูเกียรติ ช่วยเพชร, และธน อยู่สุขชี. (2562). *แนวทางการบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวในภาคตะวันออกของประเทศไทย*. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.

- รวดี สุทธิศาสตร์. (2564). การพัฒนาค่าตอบแทนการทำงานในกฎหมายคุ้มครองแรงงานเพื่อรองรับประชาคมอาเซียน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 11(2), 138-148.
- ศรัณย์ วิทยาการบัณฑิต. (2560). บทบาทสหภาพแรงงานกับการจ่ายผลตอบแทนลูกจ้าง. วารสารสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 20(มกราคม-ธันวาคม), 379-391.
- สุรารักษ์ สุพัฒน์มงคล และวันทนา เนาว์วัน. (2562). ปัจจัยค่าตอบแทนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิตบริษัทนิโปร (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 21(1), 17-24.
- Halilbegovic, S., Hubana, A., Celebic, N., Arapovic, A., & Atovic, T. (2020). *Effect of Consumer Price Index Change on Annual Net Salary in Balkan Countries: Case of Serbia, Croatia and Bosnia*. European Journal of Economic Studies, 2020, 9(1), 27-35.
- Xu, W., & Liu, H., (2021). *The Impact of Exchange Rate Changes on Wages under the Background of Cross Border Trade Settlement--Empirical Evidence from China*. Journal of Business and Social Science Review, 2(6), 62-80.
- กระทรวงพาณิชย์. (2563). ตารางสรุปดัชนีราคาผู้บริโภคชุดทั่วไป ปี 2537-2563. สืบค้น 4 มกราคม 2563, จาก http://www.indexpr.moc.go.th/price_present/cpi/stat/others/indexg_report2.asp?table_name=.
- คณะกรรมการค่าจ้าง (2561). สรุปมติการประชุมคณะกรรมการค่าจ้างชุดที่ 20 ครั้งที่ 5/2562 เรื่อง การกำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ ปี 2563. สืบค้น 5 ธันวาคม 2562, จาก <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER003/GENERAL/DATA0000/00000786.PDF>
- คณะกรรมการค่าจ้าง. (2561). สรุปมติการประชุมคณะกรรมการค่าจ้างชุดที่ 20 ครั้งที่ 7/2561 เรื่อง สูตรการกำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ. สืบค้น 14 กรกฎาคม 2562, จาก www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER003/GENERAL/DATA0000/00000652.PDF
- ชาญโชติ ชมพูนุก. (2556). ความหมายของแรงงาน, สืบค้น 30 กรกฎาคม 2562, จาก www.thaiihdc.org/web/index.php?option=com_content&view=article&id=564:2556-09-20-03-08-03&catid=18:2557-06-25-06-53-09&Itemid=23.
- ธนาคารกรุงเทพ. (2559). การประมวลผลบัญชีรายได้ประชาชาติ. สืบค้น 14 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.bangkokbank.com/th-TH/-/media/AB32889421FC464783FC51059DF66E51.ashx>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). EC_EI_005 ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ 1/. สืบค้น 13 มกราคม 2563, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/EconomicIndices/Pages/default.aspx>.
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2562). ผลผลิตภาพแรงงานกับผลตอบแทนแรงงานในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต. สืบค้น 14 กรกฎาคม 2562, จาก <https://piu.ftpi.or.th/wp-content/uploads/2018/06/>

%E0%B8%9C%E0%B8%A5%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E
%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99201118.pdf.
สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2553-2562). *สรุปผลที่สำคัญ การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน
พ.ศ.2553-2562*. สืบค้น 10 สิงหาคม 2562, จาก [http://www.demopaedia.org/tools/
spip.php?page=generate_dictionary&edition=th-ii&format=html](http://www.demopaedia.org/tools/spip.php?page=generate_dictionary&edition=th-ii&format=html).
Eastern Economic Corridor. (2563). *EEC คืออะไร*. สืบค้น 1 มีนาคม 2563, จาก
<https://sites.google.com/site/bbboseec/1-eec-khux-xari>.
Greedisgoods. (2561). *ต้นทุนการผลิต Manufacturing Cost*. สืบค้น 16 สิงหาคม 2562, จาก
<https://greedisgoods.com/%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B8%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9C%E0%B8%A5%E0%B8%B4%E0%B8%95-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD/>.

แนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี

Academic administration guidelines of Phrapariyattidhamma Schools on general education department under Kanchanaburi provincial office of Buddhism

Received 23 February 2022

Revised 6 March 2022

Accepted 25 March 2022

พระมหาสกล สิริมงคล (ข้าไท่),

ปรเมศร์ กลิ่นหอม, และสาโรจน์ เป่าวงศากุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

Phramaha Sakon Sirimangkaro (khumsai),

Poramet Klinhom, and Saroch Pauwongsakul

Kanchanaburi Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการบริหารงานวิชาการ และแนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน และครูผู้สอน ที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 43 รูป/คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผลการวิจัยพบว่า 1) การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษาสังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมและรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ย คือ ด้านการจัดการเรียนรู้ ด้านการบริหารหลักสูตร ด้านการจัดสื่อการเรียนรู้ และด้านการวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้ 2) แนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า โรงเรียนควรกำหนดนโยบายเพื่อให้คณะครูจัดทำหลักสูตร ที่สอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลางและกรอบสาระการเรียนรู้ท้องถิ่น การจัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนที่สอดคล้องกับความสนใจผู้เรียน และบริบทของสถานศึกษาและท้องถิ่น โรงเรียนควรกำกับติดตามนิเทศการศึกษาเพื่อให้ครูผู้สอนจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้สอดคล้องกับหลักสูตรสถานศึกษาโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ส่งเสริมให้ครูผู้สอนมีการจัดการเรียนรู้โดยบูรณาการผสมผสานสาระความรู้ด้านต่าง ๆ โรงเรียนควรกำหนดนโยบายในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในโรงเรียน ส่งเสริมให้ครูมีการใช้แหล่งเรียนรู้นอกโรงเรียนในการจัดกระบวนการเรียนรู้ โดยครอบคลุมภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรมีคณะกรรมการกำกับและติดตามการใช้สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาอย่างสม่ำเสมอ และโรงเรียนควรกำหนดแนวปฏิบัติการวัดผลและประเมินผลให้สอดคล้องกับการวัดผลประเมินผลตามหลักสูตรแกนกลาง เน้นการวัดผลที่ตามธรรมชาติของวิชา และประเมินผลตามสภาพจริง

คำสำคัญ : การบริหารงานวิชาการ, โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา

Abstract

This research aimed to study academic administration and guidelines for academic administration of Phrapariyattidhamma Schools on general education department under Kanchanaburi provincial office of Buddhism. Population was 43 subjects comprising the administrators and the teachers in Phrapariyattidhamma Schools on general education department under Kanchanaburi provincial office of Buddhism. The instrument was questionnaire and qualified interview form. The results as follows: 1) The academic administration of Phrapariyattidhamma Schools on general education department under Kanchanaburi provincial office of Buddhism, in overall and in all aspects there is a high level of practice. Ordered by mean is learning management, course management, the management of learning media and in terms of measuring and evaluating learning outcomes. 2) Guidelines for academic administration of Phrapariyattidhamma Schools on general education department under Kanchanaburi provincial office of Buddhism are as follows: Schools should establish Policy for teachers to develop curriculum. consistent with the core curriculum and the local learning framework Arrangement of content and learner development activities in accordance with learners' interests and the context of educational institutions and local. Schools should monitor Educational supervision to enable teachers to formulate a learning management plan that is consistent with the educational curriculum with an emphasis on learners. Encourage teachers to organize learning by integrating various knowledge areas. Schools should formulate policies to develop learning resources in schools. Encourage teachers to use learning resources outside the school in organizing the learning process. by covering local wisdom There should be a committee to monitor and monitor the use of media and technology for education on a regular basis. And Schools should establish school assessment and evaluation guidelines that are consistent with the Core Curriculum Evaluation Guidelines. Develop measuring and evaluation tools with an emphasis on measuring the diverse nature of the subject. and evaluated according to actual conditions.

Keywords: Academic administration, Phrapariyatthidhamma schools

บทนำ

การบริหารวิชาการเป็นหน้าที่ของผู้บริหารโรงเรียนเพื่อให้งานวิชาการเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผู้บริหารจะต้องรู้จักการจัดการงานวิชาการโดยมีการจัดสายบริหารและวางแผนเสนออย่างมีระบบ

และแน่นอน โดยมีนโยบายมีการนิเทศปฏิบัติรายงาน ติดตามและประเมินผล ผู้บริหารสถานศึกษาจึงเป็นบุคคลสำคัญต่อการดำเนินนโยบายทางการศึกษา หากผู้บริหารมีความรู้ความสามารถ ดำเนินงานทางการศึกษาย่อมประสบความสำเร็จ และมีคุณภาพตามที่พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติกำหนด จากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ พบว่า การบริหารวิชาการโดยเฉพาะปัจจัยด้านผู้บริหารโรงเรียนซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญ จึงจำเป็นต้องอาศัยความสามารถ คุณธรรม คุณลักษณะที่ดี และประสบการณ์ในการปฏิบัติงานของผู้บริหาร เพื่อจะทำให้การบริหารนั้นมีประสิทธิภาพ และคุณภาพตามที่คาดหวังไว้ (ประคอง รัชมีแก้ว, 2551)

การศึกษาในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ เป็นการศึกษาในรูปแบบหนึ่งของการศึกษาคณะสงฆ์ เป็นการศึกษาที่รัฐกำหนดให้มีขึ้นตามความประสงค์ของคณะสงฆ์ โดยได้ประกาศใช้ระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา พ.ศ. 2535 เป็นทางเลือกทางการศึกษาของพระภิกษุสามเณร ซึ่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา เมื่อสอบได้แล้วก็ยังคงได้รับประกาศนียบัตรจากกระทรวงศึกษาธิการอีกด้วย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้พระภิกษุสามเณรจึงนิยมเรียนกันมาก โรงเรียนประเภทนี้จึงแพร่หลายออกไปยังต่างจังหวัด อย่างกว้างขวาง จนทำให้ทางการคณะสงฆ์เกรงว่า การศึกษาธรรม และบาลีจะเสื่อมลง เพราะพระภิกษุสามเณรต่างมุ่งศึกษาวิชาทางโลกมากเกินไป ทางด้าน พระสาย แวงคำ (2544) อธิบายว่า ปัญหาการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ไม่ได้มาตรฐานตามเกณฑ์และมีปัญหาหลายประการ เช่น ผู้บริหารในโรงเรียนต่าง ๆ ขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารงานวิชาการ ครูผู้สอนไม่เพียงพอและขาดความรู้ความชำนาญในการสอน การผลิตสื่อ การพัฒนาหลักสูตร และการวัดผลประเมินผลการบริหารวิชาการ เพราะว่าการบริหารวิชาการเป็นการสร้างพื้นฐานความรู้ให้กับผู้เรียน จึงต้องให้ความสนใจงานด้านวิชาการเป็นพิเศษ เริ่มตั้งแต่ศึกษาผลการปฏิบัติงาน ปัญหาต่าง ๆ และแนวทางแก้ปัญหาต่าง ๆ แต่จากการประเมินมาตรฐานการจัดการศึกษาโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษาพบว่า คุณภาพการศึกษามีความแตกต่างกันทั้งในด้านพื้นฐานของบทเรียน คุณภาพของปัจจัยและกระบวนการภายในโรงเรียนประกอบกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สภาพแวดล้อม ตลอดจนหลักสูตรทำให้แต่ละโรงเรียนจัดกระบวนการเรียนการสอนและการวัดผลประเมินผลการเรียนรู้เอง โดยกลุ่มโรงเรียนทำให้คุณภาพการศึกษายังแตกต่างกันออกไปในแต่ละโรงเรียน นอกจากนี้ ยังพบปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะปัจจัยด้านผู้บริหารและครูผู้สอน ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพของการจัดการศึกษา

จากสภาพการณ์ที่เป็นอยู่ของการจัดการศึกษาพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา มีประเด็นที่ต้องได้รับการพัฒนาที่สำคัญอยู่หลาย ๆ ประเด็น ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพและมาตรฐานในการจัดการศึกษา ในปัจจุบันของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ยังไม่เป็นที่ยอมรับจากสังคม ในวงกว้าง ทั้งเรื่องของความไม่ชัดเจนในการจัดการศึกษาที่สอดคล้องกับบริบทที่ควรจะเป็นอย่างแท้จริง ประสิทธิภาพของระบบการดำเนินการด้านการบริหารจัดการ และการจัดการศึกษาที่ยังไม่มีทิศทางการพัฒนาและขาดความชัดเจนในการสร้างเอกภาพทางการบริหารให้กับกลุ่มโรงเรียนและสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัด นอกจากนี้ยังพบว่าการสร้างพันธสัญญาการดำเนินงาน และการจัดการศึกษาเพื่อการสร้างศาสนทายาทที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ยังไม่ได้มีการกำหนดให้มีขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมมากนัก จะมีเพียงการดำเนินงานตามกรอบแนวปฏิบัติของสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติเป็นสำคัญ อีกทั้งโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษาไม่มี

ยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เด่นชัดพอที่จะเป็นแนวทางของการจัดการศึกษาในบริบทพื้นที่นั้น ๆ เพื่อสร้างศาสนทายาท และดำเนินการเผยแผ่พระพุทธศาสนาแก่ชุมชนในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ, 2553)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับการบริหารงานวิชาการในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา เพื่อศึกษาการบริหารงานวิชาการและหาแนวทางการบริหารวิชาการ เพื่อให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพโดยเฉพาะโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ในจังหวัดกาญจนบุรี ต้องเน้นการบริหารวิชาการให้ทันต่อโลกต่อสถานการณ์ที่เจริญก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วและไม่หยุดยั้งเพื่อพระภิกษุสามเณรจะได้มีความรู้ความสามารถทั้งทางโลก และทางธรรมสืบต่ออายุพระพุทธศาสนาตราบนานเท่านานต่อไปในปัจจุบันและอนาคตกาลต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผู้บริหารสถานศึกษาได้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน และงานด้านอื่น ๆ ของการบริหารงานวิชาการ
2. โรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนา ในจังหวัดอื่นๆ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำแนวทางในการบริหารงานวิชาการ ไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนโรงเรียนพระปริยัติธรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดกาญจนบุรี ได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารโรงเรียน และครูผู้สอนที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดกาญจนบุรี ทั้งหมด 3 แห่ง เป็นพระจำนวน 9 รูป เป็นฆราวาส จำนวน 34 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 43 รูป/คน
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามและแบบบันทึกการสนทนากลุ่ม โดยแบ่งเป็น 2 แบบ ดังนี้

2.1 แบบสอบถามการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (check list) เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารงานวิชาการ แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

2.2 แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม ดำเนินการประชุมผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 4 ด้าน คือ ด้านการบริหารหลักสูตร ด้านการจัดการเรียนรู้ ด้านการจัดสื่อการเรียนรู้ และด้านการวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล จากงานบัณฑิตศึกษา สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ถึงผู้อำนวยการโรงเรียนพระปริยัติธรรม ผู้อำนวยการวัดสิริกาญจนาราม โรงเรียนพระปริยัติธรรม วัดไชยชุมพลชนะสงคราม และผู้อำนวยการโรงเรียนพระปริยัติธรรม วัดทุ่งมะสัง ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 43 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้วิจัยจัดการประชุมสนทนากลุ่ม (focus group discussion) ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่า ร้อยละ นำเสนอเป็นตารางประกอบความเรียงท้ายตาราง การวิเคราะห์ผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรมฯ โดยการนำมาหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จำแนกเป็นภาพรวม รายด้าน และรายข้อ และนำเสนอเป็นตารางประกอบความเรียงท้ายตาราง และวิเคราะห์แนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรมฯ โดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และนำเสนอในรูปแบบการเขียนเป็นความเรียง

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมและรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการจัดการเรียนรู้ ด้านการบริหารหลักสูตร ด้านการจัดสื่อการเรียนรู้ และด้านการวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้ นำเสนอในรูปแบบตารางสรุปผล ดังนี้

ตารางที่ 1 การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงาน
พระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวม

การบริหารงานวิชาการ โดยภาพรวม	μ	σ	ระดับ การปฏิบัติ
1. ด้านการบริหารหลักสูตร	3.93	0.71	มาก
2. ด้านการจัดการเรียนรู้	3.98	0.84	มาก
3. ด้านการจัดสื่อการเรียนรู้	3.92	0.75	มาก
4. ด้านการวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้	3.88	0.72	มาก
รวมเฉลี่ย	3.93	0.72	มาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปได้ ดังนี้

1.1 ด้านการบริหารหลักสูตร ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ทุกข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกจากมากไปน้อย คือ โรงเรียนมีการวางแผนงานบริหาร กำกับดูแล นิเทศ และติดตาม การใช้หลักสูตร รองลงมาคือ โรงเรียนมีการนำหลักสูตรไปใช้ในการจัดการเรียนการสอน และโรงเรียนมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และประเมินศักยภาพสถานศึกษา โดยการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย ส่วนข้อที่มีค่านี้น้อยที่สุด คือ โรงเรียนมีการจัดทำหลักสูตรที่สอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลางและกรอบสาระ การเรียนรู้ท้องถิ่น

1.2 ด้านการจัดการเรียนรู้ ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็น รายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก จากมากไปน้อย คือ โรงเรียน มีการจัดประชุมวางแผนการจัดการเรียนรู้ รองลงมาคือ โรงเรียนมีการจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และโรงเรียนมีการปลูกฝังคุณธรรม ค่านิยมที่ดีงาม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ไว้ในทุกวิชา ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ครูผู้สอนออกแบบแผนการจัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการสอนที่หลากหลาย

1.3 ด้านการจัดสื่อการเรียนรู้ ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกจากมากไปน้อย คือ โรงเรียนมีการวางแผนการดำเนินงานการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ รองลงมาคือ ครูมีการใช้แหล่งเรียนรู้ ในโรงเรียนในการจัดกระบวนการเรียนรู้ โดยครอบคลุมภูมิปัญญาท้องถิ่น และโรงเรียนมีการรายงานผลการดำเนินงานการจัดสื่อการเรียนรู้ ส่วนข้อที่มีค่านี้น้อยที่สุด คือ โรงเรียนมีการแก้ไข ปรับปรุง การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ตามลักษณะของปัญหาที่ค้นพบในการตรวจสอบ

1.4 ด้านการวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้ ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกจากมากไปน้อย คือ โรงเรียนมีการจัดทำเอกสาร หลักฐานการศึกษาตามระเบียบการวัดผล และประเมินผลอย่างครบถ้วน รองลงมาคือ โรงเรียนมีการวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้ตามแผนปฏิบัติการอย่างครบถ้วน และโรงเรียนมีการวางแผน

การพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้บรรลุผลตามเป้าหมายความสำเร็จของสถานศึกษา ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ โรงเรียนมีการพัฒนาเครื่องมือในการวัดและประเมินผลเน้นการวัดผล และประเมินผลตามสภาพจริง

2. แนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษาสังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี ทั้ง 4 ด้าน มีดังนี้

2.1 ด้านการบริหารหลักสูตร โรงเรียนควรกำหนดแนวทางเพื่อให้คณะครูจัดทำหลักสูตร ที่สอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลางและกรอบสาระการเรียนรู้ท้องถิ่น การจัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนที่สอดคล้องกับความสนใจผู้เรียน และบริบทของสถานศึกษาและท้องถิ่น ควรมีการประเมินผลการใช้หลักสูตร ใช้การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และปรับปรุงหลักสูตรอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปีการศึกษา มีการจัดอบรมให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการวิเคราะห์หลักสูตรแกนกลาง การศึกษาขั้นพื้นฐาน

2.2 ด้านการจัดการเรียนรู้ โรงเรียนควรกำกับติดตาม นิเทศการศึกษาเพื่อให้ครูผู้สอนจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้สอดคล้องกับหลักสูตรสถานศึกษาโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ส่งเสริมให้ครูผู้สอนมีการจัดการเรียนรู้โดยบูรณาการผสมผสานสาระความรู้ด้านต่าง ๆ ส่งเสริมให้ครูได้รับการพัฒนาวิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน และประเมินผลการใช้เทคโนโลยีในการจัดการเรียนการสอน

2.3 ด้านการจัดสื่อการเรียนรู้ โรงเรียนควรกำหนดนโยบายในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในโรงเรียน ส่งเสริมให้ครูมีการใช้แหล่งเรียนรู้นอกโรงเรียนในการจัดกระบวนการเรียนรู้ โดยครอบคลุมภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรมีคณะกรรมการกำกับและติดตามการใช้สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาอย่างสม่ำเสมอ โดยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการประเมินความพึงพอใจและสนับสนุนงบประมาณในการจัดทำสื่อการเรียนรู้

2.4 ด้านการวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้ โรงเรียนควรมีการจัดทำระเบียบการวัดผลและประเมินผลตามหลักสูตรสถานศึกษา โดยการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย กำหนดแนวปฏิบัติการวัดผลและประเมินผลของโรงเรียนให้สอดคล้องกับแนวทางการวัดผลประเมินผลตามหลักสูตรแกนกลาง พัฒนาเครื่องมือในการวัดและประเมินผลโดยเน้นการวัดผลที่หลากหลายตามธรรมชาติของวิชา และประเมินผลตามสภาพจริง ควรมีการกำกับติดตามการจัดทำเอกสารในชั้นเรียนของครูอย่างสม่ำเสมอ และให้ครูจัดทำเอกสารในชั้นเรียนให้เป็นปัจจุบัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี มีประเด็นสำคัญที่จะนำมาอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าโรงเรียนพระปริยัติธรรมมีผู้บริหารเป็นพระสงฆ์ การบริหารงานวิชาการได้รับความเอาใจใส่และให้ความสำคัญ

จากคณะผู้บริหาร มีการทำงานร่วมกับคณะครูที่เป็นฆราวาส ให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนรู้ มีการวางแผนงานบริหาร กำกับดูแล นิเทศ และติดตามการใช้หลักสูตร จัดทำแผนการจัดการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ทำให้การบริหารงานวิชาการอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เทิดศักดิ์ จันทิมา (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารงานวิชาการโดยการใช้เครือข่ายของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 ผลการวิจัยพบว่า สภาพการบริหารงานวิชาการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาอรรถชัย ญาณธโร (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารงานวิชาการในยุคไทยแลนด์ 4.0 สำหรับผู้บริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา จังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารและครูมีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิชาติ คำหาญ (2564) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพการบริหารและแนวทางการพัฒนางานวิชาการของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า สภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขนาดเล็ก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1.1 ด้านการบริหารหลักสูตร ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจ เป็นเพราะผู้บริหารโรงเรียนให้ความสำคัญกับการวางแผนงานด้านการบริหารหลักสูตร มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและประเมินศักยภาพสถานศึกษา โดยการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย ออกแบบการจัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับความสนใจของผู้เรียน ปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้เรียนสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ จิตติมา วรรณศรี (2557) ที่ได้อธิบายว่า หลักสูตรมีความสำคัญต่อการจัดการศึกษา เนื่องจากหลักสูตรเป็นแผนการจัดการศึกษาโดยรวมของสถานศึกษาโดยมีความสำคัญต่อผู้เรียน ครู สถานศึกษาและผู้ปกครอง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พูลศิริ สุริยาสัก (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน ตชด. เจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 ผลการวิจัยพบว่า สภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนด้านการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของพระมหาอรรถชัย ญาณธโร (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารงานวิชาการในยุคไทยแลนด์ 4.0 สำหรับผู้บริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา จังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัย พบว่า ด้านการพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนรู้ ผู้บริหารและครูมีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

1.2 ด้านการจัดการเรียนรู้ ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะว่า ในการจัดการศึกษาของโรงเรียนมีการจัดร่วมระดมความคิดเห็น การออกแบบวางแผนการจัดการเรียนรู้ร่วมกัน การจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ อีกทั้งคณะครูมีการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมในทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ ร่วมกันปลูกฝังคุณธรรม ค่านิยมที่ดีงาม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ต่าง ๆ ไว้ในทุกวิชา เพื่อให้ผู้เรียนเกิดคุณลักษณะและค่านิยมตามที่เป้าหมายของสถานศึกษากำหนด สอดคล้องกับผลการวิจัยของเพ็ญภา ตปนิยทรัพย์ (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา

ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กรอสแมน (Grossman, 2009) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารงานวิชาการที่เป็นเลิศ ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนางานวิชาการของโรงเรียนให้มีแนวทางการดำเนินงานที่ดี ต้องดำเนินการโดยการพัฒนาครูให้เป็นครูมืออาชีพ การปรับปรุงวิธีการสอนของครู สนับสนุนให้ครูได้รับการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิผล

1.3 ด้านการจัดสื่อการเรียนรู้ ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก โรงเรียนให้ความสำคัญกับสื่อการเรียนรู้ในการเป็นเครื่องมือเพื่อส่งเสริม สนับสนุนการจัดการกระบวนการเรียนรู้ให้ผู้เรียนเข้าถึงทักษะกระบวนการและคุณลักษณะตามมาตรฐานการเรียนรู้ของหลักสูตร จัดให้มีแหล่งเรียนรู้ ศูนย์สื่อการเรียนรู้ ระบบสารสนเทศการเรียนรู้ และเครือข่ายการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ พระมหาธีรเพชร มาตพงษ์ (2561) ได้อธิบายถึงสื่อการเรียนรู้ ว่าเป็นเครื่องมือส่งเสริม สนับสนุนการจัดการกระบวนการเรียนรู้ให้ผู้เรียนเข้าถึงทักษะกระบวนการและคุณลักษณะตามมาตรฐานการเรียนรู้ของหลักสูตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กระทรวงศึกษาธิการ (2552) ได้ทำการวิจัยและพัฒนาสื่อการเรียนรู้ ผลการวิจัยพบว่า การใช้สื่อการเรียนรู้ส่วนใหญ่ครูผู้สอนผลิตสื่อใช้เอง ด้านการใช้สื่อพบว่า ผู้สอน ส่วนใหญ่ใช้สื่อในการจัดการเรียนการสอน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เทิดศักดิ์ จันทิมา (2560) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารงานวิชาการโดยการใช้เครือข่ายของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เชียงราย เขต 3 ผลการวิจัยพบว่า สภาพการบริหารงานวิชาการโดยใช้เครือข่ายของสถานศึกษา ด้านการจัดสื่อการเรียนรู้ มีการปฏิบัติในระดับมาก

1.4 ด้านการวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้ ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะ โรงเรียนมีการดำเนินการตรวจสอบการเรียนรู้ตามหลักสูตรแกนกลาง แนวดำเนินการวัดและประเมินผลของสถานศึกษา เป็นไปตามกรอบการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2551 โรงเรียนมีการจัดทำเอกสาร มาตรฐานการศึกษาตามระเบียบการวัดผลและประเมินผลอย่างครบถ้วน การพัฒนาเครื่องมือในการวัดและประเมินผลเน้นการวัดผลและประเมินผลตามสภาพจริง ทำให้ผลการศึกษายู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พระมหาอรรถชัย ญาณธโร (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารงานวิชาการในยุคไทยแลนด์ 4.0 สำหรับผู้บริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา จังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า ด้านการจัดทำทะเบียนและวัดผลประเมินผล ผู้บริหารและครูมีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เพ็ญญา ตปนิยทรัพย์ (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนา การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา ด้านการวัดผล ประเมินผลและการเทียบโอนผลการเรียน มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อภิชาติ คำหาญ (2564) การศึกษาสภาพการบริหารและแนวทางการพัฒนางานวิชาการของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 2

ผลการวิจัยพบว่า สภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขนาดเล็ก ด้านการวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้ มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก

2. แนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษาสังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี จากความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่ร่วมสนทนากลุ่มให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม ควรกำหนดแนวทางหรือนโยบายเพื่อให้คณะครูจัดทำหลักสูตร ที่สอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลางและกรอบสาระการเรียนรู้ท้องถิ่น โรงเรียนควรกำกับติดตาม นิเทศการศึกษาเพื่อให้ครูผู้สอนจัดทำแผนการจัดการเรียนรู้สอดคล้องกับหลักสูตรสถานศึกษา โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ส่งเสริมให้ครูมีการใช้แหล่งเรียนรู้นอกโรงเรียนในการจัดกระบวนการเรียนรู้ โดยครอบคลุมภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรมีคณะกรรมการกำกับและติดตามการใช้สื่อและเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาอย่างสม่ำเสมอ ควรมีการจัดทำระเบียบ การวัดผลและประเมินผลตามหลักสูตรสถานศึกษา โดยการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พระมหาวิเศษ เสาะพบดี พระครูสมุห์ธนโชติ เขื่อนเพชร เรื่อง วิทย์ นนทภา และเกรียงไกร เจริญผล (2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาการบริหารการศึกษาของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า แนวทางพัฒนาการบริหารด้านวิชาการ พัฒนาหลักสูตรและตอบสนองนโยบายการศึกษาแห่งชาติ และมีลักษณะเฉพาะเป็นโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา เพราะต้องเรียนวิชาสามัญควบคู่กับแผนกธรรม ควบคู่กับทักษะชีวิตแบบพุทธวิธีของพระพุทธเจ้า โดยเน้นครูที่ดีมีอาชีพ ตรงเอกการสอนในวิชานั้น ๆ

สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชิโรบล วรรณธนะ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาแนวทางการบริหารงานวิชาการของกลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ การพัฒนาแนวทางการบริหารงานวิชาการ ด้านการจัดการเรียนการสอน คือควรมีการพัฒนาคุณภาพการศึกษา ด้วยกระบวนการวิจัย เสริมสร้างจัดบรรยากาศในโรงเรียนที่ช่วยส่งเสริมการจัดการเรียนการสอน พัฒนาห้องสมุดให้เอื้อต่อการเรียนรู้แก่นักเรียน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปุณณิศา เหมาะสมาน (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่ม 11 ของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า แนวทางพัฒนาการบริหารงานวิชาการ ด้านการวัดผลและประเมินผล ควรออกแบบวิธีการวัดผลและประเมินผลที่หลากหลายตามสภาพและความเป็นจริงและจากแฟ้มสะสมผลงานเพื่อวัดความรู้ทักษะและเจตคติทั้งด้านวิชาการและด้านพระพุทธศาสนา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 โรงเรียนควรกำหนดแนวทางเพื่อให้คณะครูจัดทำหลักสูตร ที่สอดคล้องกับหลักสูตรแกนกลาง และกรอบสาระการเรียนรู้ท้องถิ่น การจัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนที่สอดคล้องกับความสนใจผู้เรียน และบริบทของสถานศึกษาและท้องถิ่น

1.2 โรงเรียนควรส่งเสริมให้ครูผู้สอนมีการจัดการเรียนรู้โดยบูรณาการผสมผสานสาระความรู้ด้านต่าง ๆ ส่งเสริมให้ครูได้รับการพัฒนาวิธีการจัดกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน

1.3 โรงเรียนควรกำหนดนโยบายในการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ในโรงเรียน และส่งเสริมให้ครูมีการใช้แหล่งเรียนรู้นอกโรงเรียนในการจัดกระบวนการเรียนรู้ โดยครอบคลุมภูมิปัญญาท้องถิ่น

1.4 โรงเรียนควรมีการจัดทำระเบียบการวัดผลและประเมินผลตามหลักสูตรสถานศึกษา โดยการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย กำหนดแนวปฏิบัติการวัดผลและประเมินผลของโรงเรียนให้สอดคล้องกับแนวทางการวัดผลประเมินผลตามหลักสูตรแกนกลาง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนา ในจังหวัดอื่น ๆ

2.2 ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยการส่งเสริมการพัฒนาการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2552). *คู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล*. กรุงเทพฯ: องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.
- จิตติมา วรณศรี. (2557). *การบริหารงานวิชาการในสถานศึกษาพิษณุโลก*. พิษณุโลก: รัตนสุวรรณาการพิมพ์ 3.
- ชีโรบล วรณธนะ. (2562). *การพัฒนาแนวทางการบริหารงานวิชาการของกลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์ จุฬารัตนวิทยาวิทยาลัย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร และพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เทิดศักดิ์ จันทิมา. (2560). *แนวทางการบริหารงานวิชาการโดยใช้เครือข่ายของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3*. *พินเนศวร์สาร*, 13(1), 117-131.
- ประคอง รัศมีแก้ว. (2551). *คุณลักษณะผู้นำของผู้บริหารในสถานศึกษาที่มีคุณภาพ*. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญญา ศิมาสมาน. (2562). *การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนพระปริยัติธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่ม 11 ของประเทศไทย*. *วารสารการบริหารและนวัตกรรมการศึกษา*, 2(2), 36-49.
- พระมหาธีรเพชร มาตพงษ์. (2561). *การสังเคราะห์รูปแบบการบริหารงานวิชาการโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา*. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยสยาม.

- พระมหาวิเศษ เสาะพบดี พระครูสมุห์ธนโชติ เขื่อนเพชร เรื่องวิทย์ นนทภา และเกรียงไกร เจริญผล. (2562). แนวทางพัฒนาการบริหารการศึกษาของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารศึกษาศาสตร์ปริทัศน์*, 34(3), 10-17.
- พระมหาอรธชัย ญาณธโร. (2563). การบริหารงานวิชาการในยุคไทยแลนด์ 4.0 สำหรับผู้บริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา จังหวัดขอนแก่น. *วารสารสถาบันวิจัยพหุวัฒนธรรม*, 7(1), 169-179.
- พระสาย แวงดำ. (2544). ปัญหาการบริหารงานวิชาการในโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 9. การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษานอกระบบ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พูลศิริ สุริยาสัก. (2561). แนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน ตชด.เจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ 3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- เพ็ญภา ตปนิยทรัพย์. (2564). แนวทางการพัฒนาการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 11(2), 77-90.
- สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ. (2553). *แผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการการพัฒนาการศึกษาโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา (2553-2562)*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- อภิชาติ คำหาญ (2564) การศึกษาสภาพการบริหารและแนวทางการพัฒนางานวิชาการของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 2. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 5(3), 648-659.
- Grossman, P. (2009). Teaching practice: s cross-professional perspective. *Teachers college record*, 111(9), 2055-2100.

แนวทางการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัด สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี

Guidelines for personnel management of Phrapariyattidhamma Schools on
general education department under Kanchanaburi provincial office of Buddhism

Received 23 February 2022

Revised 6 March 2022

Accepted 25 March 2022

พระประจวบ ยติโก (ฤทธาสถิตย์),

ปรเมศร์ กลิ่นหอม, และสาโรจน์ เผ่าวงศากุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

Phra prachuab yatigo (Litthasathit),

Poramet Klinhom, and Saroch Pauwongsakul

Kanchanaburi Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการบริหารงานบุคคล และแนวทางการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน และครูผู้สอนที่ปฏิบัติงาน ในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี ทั้งหมด 43 รูป/คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) การบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมและรายด้าน มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง ด้านการวัดและการประเมินผล ด้านการนำผลการประเมินมาพัฒนาและปรับปรุงบุคลากร ด้านการวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง ด้านการมีวินัยและการรักษาวินัย ด้านการวางแผนบริหารบุคคล และด้านการสร้างขวัญและกำลังใจ 2) แนวทางการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี มีดังนี้ ผู้บริหารควรมีการวางแผนปรับปรุงบุคลากรให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยมีการวางแผนกำหนดอัตรากำลังคนและกำหนดตำแหน่งของบุคลากรให้เหมาะสมกับงาน ผู้บริหารควรปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีในด้านการวางแผนเพื่อสรรหาบุคลากรให้เกิดประโยชน์ขององค์กรและด้านการมีวินัยและการรักษาวินัยต่อผู้ร่วมงาน ควรมีแผนบำรุงรักษาบุคลากร สร้างขวัญกำลังใจโดยจัดสวัสดิการแก่ครูและบุคลากร ให้ความช่วยเหลือผู้ร่วมงานในส่วนงานตามความเหมาะสม และควรให้บุคคลมีส่วนร่วมในการประเมินผลการปฏิบัติงานและนำผลการประเมินมาพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานของบุคลากร

คำสำคัญ : การบริหารงานบุคคล, โรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา

Abstract

This research aimed to study personnel management and guidelines for personnel management of phrapariyattidhamma schools on general education department under Kanchanaburi provincial office of Buddhism. Population was 43 subjects comprising the administrators and the teachers in phrapariyattidhamma schools. The instrument was questionnaire and qualified interview form. The results of the study were as follows: 1) The personnel management of phrapariyattidhamma schools on general education department under Kanchanaburi provincial office of Buddhism, in overall and in all aspects there is a high level of practice. Ordered by mean is nomination and appointment, measurement and evaluation, using the evaluation results to develop and improve personnel, power planning and positioning, discipline and discipline, personnel management planning and terms of creating gifts and encouragement. 2) Guidelines for personnel management of phrapariyattidhamma schools on general education department under Kanchanaburi provincial office of Buddhism are as follows: Administrators should have a plan to improve personnel efficiency. Management should plan to determine the manpower rate and determine the position of personnel suitable for the job. Executives should act as a role model in terms of discipline and discipline. Executives should act as a role model for recruitment planning for the benefit of the organization and discipline and discipline to colleagues. Build morale by providing welfare for teachers and staff Provide assistance to the co-workers in the work as appropriate and should involve individuals in the performance appraisal, Personnel should be involved in the performance appraisal and the results of the assessment can be used to develop and improve the performance of personnel.

Keywords: Personnel management, Phrapariyattidhamma schools

บทนำ

การดำเนินงานของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา มีลักษณะการบริหารโดยมีสำนักพระพุทธศาสนาเป็นองค์กรหลักในการควบคุมส่งเสริมการศึกษาโดยตรง ส่วนการบริหารโรงเรียนให้เจ้าคณะจังหวัดที่มีหน้าที่เป็นผู้บริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ในระดับจังหวัด และเจ้าคณะอำเภอ มีหน้าที่เป็นผู้บริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ในระดับอำเภอ โดยมีเจ้าอาวาสเป็นเจ้าสำนักของแต่ละโรงเรียน เป็นผู้บริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษาในแต่ละวัด โดยการบริหารงานโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา นั้น ประกอบด้วยงานบริหาร 4 ด้าน คือ ด้านการบริหารงาน

วิชาการ ด้านการบริหารงานบุคคล ด้านการบริหารงบประมาณ และด้านการบริหารทั่วไป (กระทรวงศึกษาธิการ, 2546)

จากการศึกษาปัญหาการบริหารงานบุคคลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา 42 พบว่า ปัญหาที่พบมี 10 ประการ ดังนี้ การดำเนินงานด้านการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อศึกษา สภาพปัญหาและความต้องการของบุคลากร ในโรงเรียนมีอยู่ระดับน้อย การดำเนินการสำรวจปัญหาและความ ต้องการด้านบุคลากร เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนบุคลากรของโรงเรียนมีการดำเนินการอยู่ในระดับน้อย บุคลากรขาดความกระตือรือร้น ขาดความสนใจในการเสริมสร้างศักยภาพให้กับตนเอง บุคลากรขาดแรงเสริม แรงจูงใจจากหน่วยงานที่ตนอยู่ ครูอาวุโสบางคนไม่ทำตนให้เป็นแบบอย่างที่ดีแก่ครูรุ่นน้องใหม่ การดำเนินการ ด้านการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องระเบียบวินัยของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา ดำเนินการอยู่ใน ระดับน้อย ผลการดำเนินงานของบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาแล้ว โรงเรียนส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีกิจกรรมส่งเสริม การสร้างระเบียบวินัยให้แก่บุคลากรในโรงเรียน โรงเรียนส่วนใหญ่ไม่มีการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่บุคคลที่ ปฏิบัติหน้าที่และรักษาวินัยอย่างเคร่งครัดทั้งเป็นผลจากปัญหาการบริหารงานบุคคล จากปัญหาต่าง ๆ ถ้าไม่ได้ รับการแก้ไขอาจส่งผลกระทบต่อการบริหารงานบุคคลของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา เขต 5 (มาลี สุริยะ, 2554)

ปัจจุบันการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ประสบปัญหาหลาย ประการกล่าว คือ บุคลากรได้รับค่าตอบแทนต่ำกว่าวุฒิการศึกษาไม่มีสถานภาพที่ชัดเจน และไม่มี ความมั่นคง ในวิชาชีพ ไม่ได้รับการพัฒนา อย่างต่อเนื่อง มีสถานภาพเป็นเพียงลูกจ้างของวัด ขาดแรงจูงใจในการปฏิบัติ หน้าที่ ไม่มีการพิจารณาความดีความชอบเพื่อเลื่อนขั้นเงินเดือนประจำปี ไม่มีการบรรจุแข่งขันเหมือน ข้าราชการครู มีการเปลี่ยนแปลงบุคลากรเข้า-ออกบ่อย ทำให้การทำงานไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ปัญหา ดังกล่าวข้างต้นนับว่าเป็นปัญหาที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องหาทางแก้ไข เพื่อให้การบริหารงานโรงเรียนพระ ปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษาเกิดประสิทธิภาพสูงสุด (สมัย สว่างวงศ์, 2550) และสำนักงานคณะกรรมการ การศึกษาแห่งชาติ รายงานถึงสภาพปัญหาการบริหารจัดการศึกษาของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนก สามัญศึกษา ว่าส่วนใหญ่จัดตามอัตภาพ ขาดความพร้อมในด้านต่าง ๆ เช่น บุคลากร อาคาร สถานที่ อุปกรณ์ การเรียนการสอน และอื่น ๆ สอดคล้องกับการศึกษาของมนจันทร์ ปามุทา (2559) ที่ศึกษาสภาพ การบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญ สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ พบว่า ขาดการวางแผนอัตรากำลัง ผู้บริหารไม่นิเทศการปฏิบัติงานของครูผู้สอน ทำให้มอบหมายงานไม่ตรงกับความรู้ ความสามารถของครูผู้สอน ไม่มีการอบรมที่ต่อเนื่อง งบประมาณ ไม่เพียงพอ การอบรมไม่ทั่วถึงบุคลากรทุก คน สวัสดิการไม่ เพียงพอ ค่าเช่าไม่คล่องตัว และผู้บริหาร ไม่มีความยุติธรรม ไม่เป็นอิสระในการปฏิบัติงาน ไม่ มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนไม่ต่อเนื่อง

จากความเป็นมาและสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาแนวทาง การบริหารงานบุคคล ของโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อเป็น แนวทางในการบริหารงานบุคคลแก่ผู้บริหารและบุคลากรโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษาให้มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและเพื่อเป็นการส่งเสริมพระพุทธศาสนาให้เจริญมั่นคงสืบไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผู้บริหารสถานศึกษาได้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการบริหารงานบุคคลของโรงเรียน พระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อนำไปพัฒนาการบริหารงานบุคคล เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคคลที่ดี มีความรู้ ความสามารถ ให้งานสามารถทำภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลตามความมุ่งหมาย
2. โรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนา ในจังหวัดอื่นๆ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำแนวทางในการบริหารงานบุคคล ไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารงานโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพต่อไป
3. สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี ได้แนวทางการส่งเสริม การสนับสนุน และการบริหารจัดการงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ให้สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนโรงเรียนพระปริยัติธรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดกาญจนบุรี ได้กำหนดแนวทาง ในการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารโรงเรียน และครูผู้สอนที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดกาญจนบุรี ทั้งหมด 3 แห่ง เป็นพระจำนวน 9 รูป เป็นฆราวาส จำนวน 34 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 43 รูป/คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามและแบบบันทึกการสนทนากลุ่ม โดยแบ่งเป็น 2 แบบ ดังนี้

- 2.1 แบบสอบถามการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (check list) เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดกาญจนบุรี แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ จำนวน 35 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.97

2.2 แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม ดำเนินการประชุมผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 7 ด้าน คือ ด้านการวางแผนบริหารบุคคล ด้านการวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง ด้านการสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง ด้านการมีวินัยและการรักษาวินัย ด้านการสร้างขวัญและให้กำลังใจ ด้านการวัดและการประเมินผล และด้านการนำผลการประเมินมาพัฒนาและปรับปรุงบุคลากร

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล จากงานบัณฑิตศึกษา สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ถึงผู้อำนวยการโรงเรียนพระปริยัติธรรม ผู้อำนวยการวัดสิริกาญจนาราม โรงเรียนพระปริยัติธรรม วัดไชยชุมพลชนะสงคราม และผู้อำนวยการโรงเรียนพระปริยัติธรรม วัดทุ่งมะสัง ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 43 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00 และผู้วิจัยจัดการประชุมสนทนากลุ่ม (focus group discussion) ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดกาญจนบุรี

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่า ร้อยละ นำเสนอเป็นตารางประกอบความเรียงท้ายตาราง การวิเคราะห์ผลการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรมฯ โดยการนำมาหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จำแนกเป็นภาพรวม รายด้าน และรายข้อ และนำเสนอเป็นตารางประกอบความเรียงท้ายตาราง และวิเคราะห์แนวทางการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรมฯ โดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และนำเสนอในรูปแบบการเขียนเป็นความเรียง

สรุปผลการวิจัย

1. การบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมและรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง ด้านการวัดและการประเมินผลด้านการนำผลการประเมินมาพัฒนาและปรับปรุงบุคลากร ด้านการวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง ด้านการมีวินัยและการรักษาวินัย ด้านการวางแผนบริหารบุคคล และด้านการสร้างขวัญและให้กำลังใจ นำเสนอในรูปแบบตารางสรุปผล ดังนี้

ตารางที่ 1 การบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงาน
พระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวม

การบริหารงานบุคคล โดยภาพรวม	μ	σ	ระดับ การปฏิบัติ
1. ด้านการวางแผนบริหารบุคคล	3.56	0.85	มาก
2. ด้านการวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง	3.68	0.90	มาก
3. ด้านการสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง	3.83	0.74	มาก
4. ด้านการมีวินัยและการรักษาวินัย	3.65	0.90	มาก
5. ด้านการสร้างขวัญและให้กำลังใจ	3.54	1.04	มาก
6. ด้านการวัดและการประเมินผล	3.82	0.83	มาก
7. ด้านการนำผลการประเมินมาพัฒนาและปรับปรุง บุคลากร	3.68	0.83	มาก
รวมเฉลี่ย	3.68	0.88	มาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 ด้านการวางแผนบริหารบุคคล ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกจากมากไปน้อย คือ โรงเรียนมีการประชุมกรรมการสถานศึกษา ครูและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดนโยบายด้านการบริหารบุคคล รองลงมาคือ ผู้บริหารโรงเรียนมีการศึกษาสภาพและปัญหาของโรงเรียน เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนบริหารบุคคล และโรงเรียนมีการกำหนดนโยบายเพื่อเป็นเป้าหมายและทิศทางในการวางแผนบริหารบุคคล ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ โรงเรียนมีความยุติธรรมในการจัดสรรงบประมาณเพื่อวางแผนบริหารบุคคลในโรงเรียน

1.2 ด้านการวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ใน ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก จากมากไปน้อย คือ โรงเรียนมีการกำหนดคุณสมบัติของบุคคลให้ตรงกับความต้องการของโรงเรียน รองลงมาคือ โรงเรียนมีการวางแผนกำหนดอัตรากำลังด้านบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน และอัตรากำลังที่ขาดแคลนเพื่อทดแทนในอนาคต และโรงเรียนมีการวางแผนและสำรวจความรู้ความสามารถของบุคคล เพื่อให้ได้บุคลากรตามที่โรงเรียนต้องการ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ โรงเรียนมีการนำผลการวางแผนการจัดอัตรากำลังของบุคลากรในโรงเรียนมาวิเคราะห์ สรุปผลในการปรับปรุงและรายงานผู้เกี่ยวข้อง

1.3 ด้านการสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก จากมากไปน้อย คือ โรงเรียนมีการแต่งตั้งกรรมการในการคัดเลือกบุคคลอย่างเหมาะสมสอดคล้องกับภาระหน้าที่ของโรงเรียน รองลงมาคือ

โรงเรียนมีการจัดบุคคลที่ทดลองงานปฏิบัติงานได้ปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ และโรงเรียนมีการกำหนดแนวทางการสรรหาบุคลากรจากภายในและภายนอกโรงเรียน ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ โรงเรียนมีการจัดทำคู่มือเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของบุคคลในโรงเรียน

1.4 ด้านการมีวินัยและการรักษาวินัย ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกจากมากไปน้อย คือ โรงเรียนมีการสังเกตตรวจสอบ ดูแล เอาใจใส่เพื่อไม่ให้บุคลากรในโรงเรียนทำผิดวินัย รองลงมาคือ โรงเรียนมีการกำหนดมาตรการ และสามารถดำเนินการป้องกันการกระทำและประพฤติดีวินัยของบุคลากรในโรงเรียน และโรงเรียนมีการดำเนินการเกี่ยวกับการเสริมสร้างและการป้องกันการกระทำผิดวินัย ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ โรงเรียนมีการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับวินัยและการรักษาวินัย

1.5 ด้านการสร้างขวัญและให้กำลังใจ ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกจากมากไปน้อย คือ โรงเรียนมีการจัดหาอุปกรณ์ต่างๆ ในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งบริการข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานแก่บุคคล รองลงมาคือ โรงเรียนมีการสำรวจความต้องการของบุคลากรด้านต่างๆ เพื่อกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาบุคคลต่อเนื่องทุกปี และโรงเรียนมีการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรงทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ โรงเรียนมีผลประโยชน์เกื้อกูล นอกเหนือจากค่าจ้างและเงินเดือน เช่น โบนัส สวัสดิการ ค่าเทอมบุตร ประกันชีวิต ฯลฯ

1.6 ด้านการวัดและการประเมินผล ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกจากมากไปน้อย คือ โรงเรียนมีการนำผลประเมินมาปรับปรุงการปฏิบัติงานของบุคคลในโรงเรียน รองลงมาคือ โรงเรียนมีการแจ้งผลการประเมินการปฏิบัติงานให้บุคคลทราบตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ และโรงเรียนมีการแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินผล การปฏิบัติงานเป็นที่ยอมรับของบุคคลในโรงเรียน ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ โรงเรียนมีกฎเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินการปฏิบัติงานเป็นที่ยอมรับของบุคคลในโรงเรียน

1.7 ด้านการนำผลการประเมินมาพัฒนาและปรับปรุงบุคลากร ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรกจากมากไปน้อย คือ โรงเรียนมีการสำรวจความต้องการในการพัฒนาตนเอง เช่น การอบรม ประชุมเชิงวิชาการ ปฏิบัติงาน การสัมมนา ศึกษาดูงาน ค้นคว้าด้วยตนเอง ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น รองลงมาคือ โรงเรียนมีการกำหนดนโยบายเพื่อเป็นเป้าหมายและทิศทางในการพัฒนาบุคคล และโรงเรียนมีการจัดสัมมนาครู ที่สอนในระดับเดียวกัน สาระเดียวกัน เพื่อแก้ปัญหาการเรียนการสอนที่เกิดขึ้น ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ โรงเรียนมีการเชิญวิทยากรมาให้ความรู้ เพิ่มพูนประสบการณ์ในการปฏิบัติหน้าที่

2. แนวทางการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษาสังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี ทั้ง 4 ด้าน มีดังนี้

2.1 ด้านการวางแผนบริหารบุคคล ผู้บริหารควรมีการวางแผนปรับปรุงบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ เมื่อมีปัญหา/อุปสรรคในการบริหารการวางแผนงานบุคลากร ใช้การประชุมกรรมการสถานศึกษา ครูและบุคลากร

ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดนโยบายด้านการบริหารบุคคล วางแผนสรรหาบุคลากร โดยยึดระเบียบกฎหมายอย่างเป็นธรรม

2.2 ด้านการวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง ผู้บริหารควรวางแผนกำหนดอัตรากำลังคนและกำหนดตำแหน่งของบุคลากรให้เหมาะสมกับงานตลอดจนการขอย้ายตำแหน่งบุคลากรทางการศึกษาและวิทยฐานะครูด้วยความเที่ยงธรรม เปิดโอกาสให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องได้ร่วมแสดงความคิดเห็นในการวางแผนกำหนดอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่งบุคลากรในโรงเรียน พระปรียัติธรรม

2.3 ด้านการสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง ผู้บริหารควรวางแผนสรรหาบุคลากร โดยยึดระเบียบกฎหมายอย่างเป็นธรรม กำหนดคุณสมบัติตามความสามารถของบุคลากร และความต้องการขององค์กรอย่างแท้จริง ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างต่อผู้ร่วมงานในการวางแผนเพื่อสรรหาบุคลากรให้เกิดประโยชน์ขององค์กรอย่างแท้จริง

2.4 ด้านการมีวินัยและการรักษาวินัย ผู้บริหารควรปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีในด้าน การมีวินัยและการรักษาวินัยต่อผู้ร่วมงาน จัดกิจกรรมเพื่อการเสริมสร้างและการป้องกันการกระทำผิดวินัยมากกว่าการกำหนดกฎระเบียบที่เข้มงวดเพื่อไม่ให้บุคลากรกระทำความผิด

2.5 ด้านการสร้างขวัญและให้กำลังใจ ผู้บริหารควรมีแผนบำรุงรักษาบุคลากร สร้างขวัญกำลังใจโดยจัดสวัสดิการแก่ครูและบุคลากร ให้ความช่วยเหลือผู้ร่วมงานในส่วนงานตามความเหมาะสม การจัดสรรงบประมาณสนับสนุนเป็นค่าใช้จ่ายในการพัฒนาบุคลากร จัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน

2.6 ด้านการวัดและการประเมินผล ผู้บริหารควรเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน และมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา โดยการจัดประชุมหารือเพื่อพัฒนาหรือปรับปรุงเครื่องมือวัดผลและประเมินผลให้ได้มาตรฐานเดียวกัน

2.7 ด้านการนำผลการประเมินมาพัฒนาและปรับปรุงบุคลากร ผู้บริหารควรมีการวางแผนการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรไว้อย่างชัดเจน ควรให้บุคคลมีส่วนร่วมในการประเมินผลการปฏิบัติงาน เปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน การจัดสัมมนาครูที่สอนในระดับชั้นเดียวกัน กลุ่มสาระการเรียนรู้เดียวกัน เพื่อแก้ปัญหการเรียน การสอนที่เกิดขึ้น

อภิปรายผล

จากการศึกษาแนวทางการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปรียัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปรียัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า การบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปรียัติธรรมมีผู้บริหารเป็นพระสงฆ์ มีการใช้หลักคุณธรรมในการบริหารบุคลากรควบคู่กับหลักการบริหารสถานศึกษาตามขอบข่ายของกระทรวงศึกษาธิการ 4 ด้าน ตามกระบวนการบริหารงานบุคคลโดยเริ่มต้นจากการวางแผนการบริหารงานบุคคล การพัฒนา การให้ขวัญและกำลังใจ และการประเมินผลการปฏิบัติหน้าที่ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาดา สารมัย

(2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ พระกิตติ เมฆโปธิ (2564) ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่ม 1 กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านการบริหารงานบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระสายสิทธิ์ สิทธิโท (สารโท) (2564) การบริหารจัดการศึกษาในโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการศึกษาในโรงเรียนด้านการบริหารงานบุคคลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

1.1 ด้านการวางแผนบริหารบุคคล ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า โรงเรียนใช้การมีส่วนร่วมในการวางแผนการบริหารงานบุคคล โดยมีการประชุมกรรมการสถานศึกษา ครู และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดนโยบายด้านการบริหารบุคคล มีการกำหนดนโยบายเพื่อเป็นเป้าหมายและทิศทางในการวางแผนบริหารบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาสุวัฒน์ แสนเพ็ง ณรงค์ พิมสาร และ ณคมล ปุญชเขตต์ทิกุล (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วยงานหลักการบริหาร 4 ด้าน คือ การบริหารงานวิชาการ การบริหารงานงบประมาณ การบริหารงานบุคคล การบริหารงานทั่วไป

1.2 ด้านการวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่งในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ใน ระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก โรงเรียนได้มีการกำหนดคุณสมบัติของบุคคลให้ตรงกับความต้องการของโรงเรียน มีการวางแผนกำหนดอัตรากำลังด้านบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน และอัตรากำลังที่ขาดแคลนเพื่อทดแทนในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ อังวา และ โอเวน (Agunwa and Owan, 2019) ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารงานบุคคล: ความหมายสำหรับประสิทธิผลของระบบโรงเรียน ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการบริหารงานบุคลากรต้องพยายามทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ถ้ามีการบริหารงานบุคคลที่ดี มีการวางแผนการกำหนดตำแหน่งของบุคลากรที่ถูกต้อง ก็จะสามารถนำโรงเรียนใด ๆ ไปสู่ความสำเร็จในแง่ของการบรรลุเป้าหมายและผลผลิตที่เพิ่มขึ้น

1.3 ด้านการสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก โรงเรียนได้มีการแต่งตั้งกรรมการเพื่อการคัดเลือกบุคคลอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับภาระหน้าที่ของโรงเรียน การจัดช่วงเวลาเพื่อทดลองงานสำหรับบุคลากรใหม่ เพื่อทดลองการปฏิบัติงาน อันจะนำไปสู่การปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ และโรงเรียนได้มีการกำหนดแนวทางการสรรหาบุคลากรจากภายในและภายนอกโรงเรียนผ่านคณะกรรมการสถานศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาชัยวัฒน์ จตฺตมโล (พรหมสนธิ) (2560) ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารงานบุคคลตามหลักพุทธบริหารการศึกษา ของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 4 ผลการวิจัยพบว่า ด้านการสรรหาบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

1.4 ด้านการมีวินัยและการรักษาวินัย ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก อาจจะเป็นเพราะว่า โรงเรียนมีการกำกับติดตามการทำงานของบุคลากรผ่านคณะกรรมการเพื่อดำเนินเกี่ยวกับวินัยและการรักษา

วินัย คอยติดตามผ่านการสังเกต ตรวจสอบ ดูแลเอาใจใส่เพื่อไม่ให้บุคลากรในโรงเรียนทำผิดวินัย มีการกำหนดมาตรการและสามารถดำเนินการป้องกันการกระทำและประพฤติดังวินัยของบุคลากรในโรงเรียน และที่สำคัญคือมีการดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อเป็นการเสริมสร้างและการป้องกันการกระทำผิดวินัย สอดคล้องกับงานวิจัยของปาริชาติ สติภา ภูวดล จุลสุคนธ์ และฐาปกรณ์ แก้วเงิน (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารงานบุคคลของสถานศึกษา ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา เขต 5 ผลการวิจัยพบว่า ด้านวินัยและการรักษาวินัย มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก

1.5 ด้านการสร้างขวัญและให้กำลังใจ ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจากโรงเรียนมีการสำรวจความต้องการของบุคลากรด้านต่าง ๆ เพื่อกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาบุคคลต่อเนื่องทุกปี มีการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรงทั้งด้านร่างกายและจิตใจ และมีการจัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งบริการข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานแก่บุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของฐิติพร สิมสวัสดิ์ (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารงานบุคคลในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานของรัฐ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง ผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานบุคคลในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานของรัฐ ด้านการสร้างแรงจูงใจมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก

1.6 ด้านการวัดและการประเมินผล ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก อาจจะเป็นเพราะว่าโรงเรียนมีการแต่งตั้งคณะกรรมการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นที่ยอมรับของบุคคลในโรงเรียน มีกฎเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินการปฏิบัติงานเป็นที่ยอมรับของบุคลากร และมีการนำผลประเมินมาปรับปรุงการปฏิบัติงานของบุคคลในโรงเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิว (Chew, 2004, p. 47) ได้ศึกษาเรื่อง การปฏิบัติงานตามวิธีการพัฒนาบุคลากรในมหาวิทยาลัยของประเทศออสเตรเลีย ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ปฏิบัติงานในสถานศึกษาขนาดกลาง มีการปฏิบัติงานด้านการประเมินและวิจัยในชั้นเรียน อยู่ในระดับมาก

1.7 ด้านการนำผลการประเมินมาพัฒนาและปรับปรุงบุคลากร ในภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก อาจจะเป็นเพราะว่า ผู้บริหารมีการวางแผนการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรอย่างชัดเจน ให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการประเมินผลการปฏิบัติงาน มีการจัดสัมมนาครูที่สอนในระดับชั้นเดียวกัน กลุ่มสาระการเรียนรู้เดียวกันเพื่อแก้ปัญหการเรียนการสอนที่เกิดขึ้น ทำให้โรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษามีการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนในทุก ๆ ปีการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยารัตน์ จินสุกแสง (2558) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาบุคลากรในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 4 ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาบุคลากรในโรงเรียนพระปริยัติธรรม ด้านการประเมินผลมาใช้ในการพัฒนาบุคลากร พบว่า บุคลากรในโรงเรียนที่ได้รับการพัฒนา ได้นำความรู้ไปพัฒนาตนเองและพัฒนาโรงเรียน

2. แนวทางการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี ทั้ง 7 ด้าน จากการสนทนากลุ่ม พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลของโรงเรียน มีการบริหารตามหลักคุณธรรม บุคลากรปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเอาใจใส่ แต่เนื่องจากโรงเรียนพระปริยัติธรรมเป็นโรงเรียน ที่บริหารงานโดยคณะสงฆ์ คณะกรรมการสถานศึกษาครู และบุคลากร มีส่วนร่วมในการวางแผนการบริหารงานบุคคลน้อย ควรใช้หลักการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียในการบริหารงานบุคคล เพื่อให้ การวางแผนกำหนดอัตรากำลังคนและกำหนดตำแหน่งของบุคลากรให้

เหมาะสมกับงานตลอดจนการขอเลื่อนตำแหน่งบุคลากรทางการศึกษาและวิทยฐานะครูให้มีความก้าวหน้าในวิชาชีพ การสร้างขวัญและกำลังใจทำได้ไม่มากนักเนื่องจากเป็นโรงเรียนทางศาสนา ทำให้การปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรขาดแรงเสริมในการปฏิบัติหน้าที่ ผู้บริหารควรมีแผนบำรุงรักษาบุคลากร สร้างขวัญกำลังใจโดยจัดสวัสดิการแก่ครูและบุคลากร ให้ความช่วยเหลือผู้ร่วมงานในส่วนงานตามความเหมาะสม โรงเรียนควรเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน และมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา โดยการจัดประชุมหารือเพื่อพัฒนาหรือปรับปรุงเครื่องมือวัดผลและประเมินผลให้ได้มาตรฐานเดียวกัน และควรให้บุคคลมีส่วนร่วมในการประเมินผลการปฏิบัติงานโดยการดำเนินการในรูปแบบของคณะกรรมการเพื่อให้เกิดการยอมรับในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

สอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาหัตถ์ ปณฺญาวชิโร (พรมนอก) (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ตามหลักไตรสิกขา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ จังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ตามหลักไตรสิกขา ควรมีการพัฒนาและส่งเสริมให้มีแหล่งเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล มีการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาเพื่อสร้างสมรรถนะในการทำงาน และมีการดำเนินการเกี่ยวกับการเลื่อนขั้นเงินเดือนให้กับครูและบุคลากรทางการศึกษา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาดา สารมัย (2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี ด้านการวางแผนกำลังคนและกำหนดตำแหน่งผู้บริหารสถานศึกษามีการจัดการโดยจัดทำกรอบอัตรากำลังครู ตามหลักเกณฑ์ของ ก.ค.ศ. ขอรับการบรรจุแต่งตั้งจากหน่วยงานต้นสังกัด ติดต่oprสานกับหน่วยงานอื่นเพื่อขอสนับสนุนบุคลากรในการปฏิบัติหน้าที่การสอน ด้านการสรรหาและบรรจุแต่งตั้ง ผู้บริหารสถานศึกษามีการสนับสนุนส่งเสริมให้ครูและบุคลากรเข้าศึกษาอบรม สัมมนาในหลักสูตรต่าง ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ โอโกนโกว (Okonkwo, 2021) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการบุคลากรและความสามารถในการผลิตของเจ้าหน้าที่ในโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในรัฐแอนนามบรา ผลการวิจัยมีดังนี้ คณะกรรมการบริการหลังประถมศึกษาใช้เกณฑ์ในการสรรหาบุคลากร แม้ว่าแนวปฏิบัติบางประการเกี่ยวกับการเล่นพรรคเล่นพวกและครูที่เพิ่งได้งานใหม่ในโรงเรียนกำลังอยู่ในแนวทางปฏิบัติ ควรจัดหางานให้สม่ำเสมอและปราศจากการลำเอียง กำกับดูแลโดยตรงและกำกับดูแลการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ที่ดำเนินการโดยผู้อำนวยการโรงเรียน และตรวจสอบให้แน่ใจว่าได้ดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 โรงเรียนควรมีการกำหนดงบประมาณไว้ในแผนพัฒนาการจัดการศึกษา การประเมินผลการพัฒนาบุคคล และแผนงาน/โครงการ เพื่อใช้ในการวางแผนบริหารบุคคล ในโรงเรียน

1.2 คณะกรรมการเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับวินัยและการรักษาวินัยของโรงเรียนควรมุ่งเน้นการดำเนินการเกี่ยวกับการเสริมสร้างและการป้องกันการกระทำผิดวินัยเพื่อให้บุคลากรเกิดขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่เป็นการเสริมแรงทางบวก เพื่อส่งผลดีต่อการดำเนินการของโรงเรียน

1.3 โรงเรียนควรจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี จัดสรรงบประมาณเพื่อเป็นสวัสดิการแก่บุคลากรทางด้านการเงิน นอกเหนือจากค่าจ้างและเงินเดือน เช่น โบนัส สวัสดิการ ค่าเทอมบุตร ประกันชีวิต ฯลฯ เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรงทั้งด้านร่างกายและจิตใจ

1.4 โรงเรียนควรกำหนดแผนงานโครงการเพื่อพัฒนาบุคลากร เช่น เชิญวิทยากรมาให้ความรู้ เพิ่มพูนประสบการณ์ในการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากร เปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา เพื่อนำมาพัฒนาในการวัดผลและประเมินผลของการปฏิบัติหน้าที่ของแต่ละฝ่าย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาการบริหารงานบุคคลของโรงเรียน พระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดกาญจนบุรี

2.2 ควรมีการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการบริหารงานบุคคลของโรงเรียน พระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนา ในจังหวัดอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2546). *คู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- กัลยารัตน์ จินตสุกแสง. (2558). *แนวทางการพัฒนาบุคลากรในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 4*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- จิตติพร สิมสวัสดิ์. (2561). *การบริหารงานบุคคลในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานของรัฐ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระนอง*. การศึกษาค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปาริชาติ สติภา ภูวดล จุลสุคนธ์ และฐาปนกรณ์ แก้วเงิน. (2561). *การบริหารงานบุคคลของสถานศึกษา ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 5*. การประชุมสัมมนาวิชาการ “ราชภัฏนครสวรรค์วิจัย ครั้งที่ 1”. นครสวรรค์: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- พระกิตติ เมฆโปธิ. (2564). *การบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่ม 1 กรุงเทพมหานคร*. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 4 (3), 33-44.
- พระมหาชัยวัฒน์ จตตมโล (พรหมสนธิ). (2560). *รูปแบบการบริหารงานบุคคลตามหลักพุทธบริหารการศึกษาของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 4*. ดุษฎีนิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพุทธบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระมหาหัสดี ปญญาวิชโร (พรมนอก). (2561). *การบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ตามหลักไตรสิกขา สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ จังหวัดอุดรธานี*. วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

- พระมหาสุวัฒน์ เสน่หัง ณรงค์ พิมสาร และ ณกมล ปุณฺณเขตต์ทิกุล. (2563) รูปแบบการบริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษ ที่ 21. *วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์*, 7(3), 266-282.
- พระสายสิทธิ์ สิทธิโท (สารโท). (2564). การบริหารจัดการศึกษาในโรงเรียนพระปริยัติธรรมแผนกสามัญศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ*, 1(1), 17-24.
- มาลี สุริยะ. (2554). การบริหารงานบุคคลของสถานศึกษาตามทัศนะของผู้บริหาร ครู และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 42. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- มนจันทร์ ปามุทา. (2559). สภาพการบริหารงานบุคคลของโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญ สังกัดสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติในจังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- วิภาดา สารมย์. (2562). การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สมัย สว่างวงศ์. 2550. ปัญหาการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารในโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา กลุ่มที่ 12. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์.
- Agunwa, J. N., & Owan, V. J. (2019). Personnel management: implications for the effectiveness of the school system. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, 3(10), 391-395.
- Chew, J. C. (2004). *The influence of human resource management of Australian organization*. Australia: Doctoral thesis.
- Okonkwo, N. C. (2021) Staff personnel management and productivity in government owned secondary schools in Anambra state. *African Journal of Educational Management*, 2(1), 223-239.

การคิดเชิงออกแบบของการบริการ

Service design thinking

Received 25 February 2022

Revised 2 March 2022

Accepted 25 April 2022

ธีทัต ตรีศิริโชติ¹, กฤษดา เชียรวัฒนสุข¹,นพดล เดชประเสริฐ², และอำนาจ สาธินุกุล²มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี¹วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา²Teetut Tresirichod¹, Krisada Chienwattanasook¹,Noppadon Dejprasert², and Amnad Sarinukul²Rajamangala University of Technology Thanyaburi¹Graduate School of Commerce, Burapha University²

บทคัดย่อ

บทความนี้นำเสนอหลักการของการคิดเชิงออกแบบสำหรับการบริการ ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 5 ประการ ดังนี้ 1. การเน้นให้ผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง (User-centered) 2. การสร้างคุณค่าร่วมกัน (Co-creative) 3. การจับเรียงลำดับ (Sequencing) 4. การทำให้เห็นเป็นหลักฐาน (Evidencing) และ 5. การทำให้เป็นองค์รวม (Holistic) โดยสรุปได้ว่าหลักการคิดเชิงออกแบบสำหรับการบริการ จะต้องเน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลางและผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยมองกิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นองค์รวมตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงจุดสุดท้าย และสร้างคุณค่าร่วมกัน โดยทำให้ลูกค้ารับรู้การบริการเป็นหลักฐานผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งประกอบไปด้วย การสัมผัส กลิ่น รสชาติ การมองเห็น และการได้ยิน โดยผ่านกระบวนการในการออกแบบบริการใน 4 ขั้นตอน ประกอบไปด้วย การสำรวจและเก็บข้อมูล (Exploration) การสร้างสรรค์แนวคิดการบริการ (Creation) การทดสอบแนวคิด (Reflection) และการนำไปปฏิบัติจริง (Implementation) โดยเครื่องมือที่นำมาใช้ ได้แก่ แผนที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แผนที่ระบบ และพิมพ์เขียวการบริการ การสร้างความพึงพอใจด้วยคุณค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้า ประกอบด้วย สิ่งใหม่ การเป็นครั้งแรก ความไม่คุ้นเคย ประสิทธิภาพ การปรับแต่งได้ ทำให้งานลูกค้าสำเร็จ การออกแบบ ราคา การลดต้นทุน การลดความเสี่ยง ความสามารถในการเข้าถึง ความสะดวกสบายในการใช้งาน จะช่วยแก้ปัญหาลูกค้าได้และในขณะเดียวกันก็สามารถช่วยให้ลูกค้ามีชีวิตที่ดีขึ้น

คำสำคัญ: การคิดเชิงออกแบบสำหรับการบริการ, กระบวนการในการออกแบบบริการ, คุณค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้า

Abstract

This article presents the principles of Service Design Thinking. There are five things as follows. 1. User-centered, 2. Co-creative, 3. Sequencing, 4. Evidencing, and 5. Holistic. It can

be concluded that the design thinking principles for the service must be user-centric and all involved by looking at the activities that occur as a whole from the beginning to the end and create values together It enables customers to perceive services as evidenced through the five senses: touch, smell, taste, sight, and hearing, through a four-step service design process, including Exploration, Creation, Reflection and implementation. The tools used include stakeholder maps, system maps, and service blueprints. Creating satisfaction with the value delivered to customers consists of new things, being the first. Unfamiliar, Performance, Customization, Getting the job done. Design, Price, Cost reduction, Risk reduction, Accessibility, convenience/usability. It will help solve customer problems and at the same time help customers have a better life.

Keywords: Service design thinking, Service Design Process, Value proposition

บทนำ

ในปัจจุบันกระบวนการคิดเชิงออกแบบได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรหลายประเภท ตั้งแต่ขั้นตอนของการทำความเข้าใจพฤติกรรมเชิงลึกของผู้บริโภค การกำหนดกรอบแนวคิด การระดมสมอง การพัฒนาแบบจำลองและการทดสอบ (Tada Ratchagit, 2562; Tiger, 2562) หนึ่งในประเภทขององค์กรที่ได้นำการคิดเชิงออกแบบมาประยุกต์ใช้และประสบความสำเร็จ คือองค์กรประเภทที่ดำเนินกิจการเกี่ยวกับการบริการ ซึ่งองค์กรประเภทนี้ให้ความสนใจเกี่ยวกับกระบวนการคิดเชิงออกแบบเป็นอย่างมาก จนนำมาซึ่งการสร้างแนวทางสำหรับการออกแบบบริการ (ธิตัต ตรีศิริโชติ และกฤษดา เขียววัฒนสุข, 2564)

การออกแบบบริการ (Service design) เป็นการออกแบบประสบการณ์ให้กับผู้บริโภค นักออกแบบบริการนำขั้นตอนต่าง ๆ ของการคิดเชิงออกแบบมาใช้โดยเฉพาะขั้นตอนการจำลองความคิดให้ออกมาเป็นรูปธรรม นั่นคือ การแปลงความคิดให้ออกมาเป็นภาพหรือสิ่งที่จับต้องได้ เช่น การทำเรื่องราวสั้นๆ หรือสุมบทบาทสมมติ ขั้นตอนนี้อาจไม่จำเป็นสำหรับการออกแบบประเภทอื่น แต่ถือเป็นขั้นตอนที่มีความจำเป็นอย่างมากสำหรับการออกแบบบริการในการตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า นักออกแบบบริการต้องทำงานกับทั้งระบบเพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับลูกค้า ซึ่งเป็นเป้าหมายของการออกแบบนั่นเอง (กัญญ์ชลา นาวานุเคราะห์, 2556)

การออกแบบบริการได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากเป็นการสร้างสรรค์กระบวนการทำงานแบบใหม่ที่เป็นความร่วมมือของทั้งผลิตภัณฑ์ การบริการ ผู้คนกลุ่มต่างๆ และเทคโนโลยีเข้าด้วยกันผ่านการเชื่อมต่อจากหลายๆ ช่องทาง เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เป็นต้น การออกแบบบริการเป็นกระบวนการทำซ้ำที่ช่วยให้องค์กรสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ โดยแต่ละองค์กร อาจจะเริ่มจากการที่มีทีมงานตั้งต้น เริ่มทำโครงการโดยใช้เครื่องมือหรือวิธีการเพียง 2-3 แบบ ในการสร้างโครงการแรก หลังจากนั้นทีมงานจะเริ่มเรียนรู้และปรับปรุงกระบวนการทำงานให้เข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรมากขึ้นและเกิดการพัฒนางานทีมงานกลุ่มใหม่ๆ

เพิ่มขึ้นจากการจัดการประชุม สัมมนาและการทำกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กร เมื่อถึงจุดหนึ่งองค์กรจะสามารถสร้างทีมที่มาจากหลายแผนกและหลายภูมิภาคให้มาทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและบางองค์กรอาจจะสามารถสร้างเป็นวัฒนธรรมขององค์กรได้ (Stickdorn, 2011)

ทบทวนวรรณกรรม

การออกแบบบริการและการคิดเชิงออกแบบสำหรับการบริการ

Interaction Design Foundation (2022) ได้อธิบายว่า การออกแบบบริการเป็นกระบวนการที่นักออกแบบสร้างการตอบสนองความต้องการของธุรกิจหรือผู้บริโภคที่ยั่งยืนและประสบการณ์ที่ดีที่สุดสำหรับทั้งลูกค้าในบริบทเฉพาะและผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง นักออกแบบแบ่งบริการออกเป็นส่วนๆ และปรับการตอบสนองความต้องการของธุรกิจหรือผู้บริโภคที่ได้ปรับแต่งมาอย่างดีเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้ทุกรายในทุกบริบท ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้ดำเนินการ ตำแหน่ง และปัจจัยต่างๆ นอกจากนี้ การออกแบบบริการเป็นการนำเอาข้อมูลของลูกค้าที่สำคัญมาจัดกลุ่มตามลักษณะที่องค์กรให้ความสนใจ และตามความต้องการที่ลูกค้าได้ให้ข้อมูลไว้ออกแบบบริการให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าผลลัพธ์ที่ได้จากการออกแบบบริการกลายเป็นมาตรฐานบริการ (service standard) ที่บริษัทนำมาใช้เป็นมาตรฐานในการให้บริการของพนักงาน เพื่อส่งมอบบริการให้แก่ลูกค้า (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล, 2556)

ส่วนการคิดเชิงออกแบบสำหรับการบริการ (Service design thinking) คือ การรวมตัวของเครื่องมือและชุดความรู้จากหลากหลายสาขาวิชา เช่น ทักษะทางการออกแบบ (Design) การจัดการ (Management) และ วิศวกรรมทางด้านกระบวนการ (Process engineering) เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดธุรกิจบริการที่มีความแตกต่างผ่านการออกแบบประสบการณ์ที่ตรงใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเฉพาะลูกค้าในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก ธนาคาร คมนาคม และสาธารณสุข เป็นต้น การออกแบบบริการเป็นการสร้างระบบและกระบวนการของธุรกิจ โดยมีเป้าหมายในการส่งมอบการบริการที่มีประโยชน์และมีประสิทธิภาพรวมถึงการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้ทั้งในเรื่องของสภาพแวดล้อม การติดต่อสื่อสาร และตัวผู้ส่งมอบการบริการด้วย ถือเป็นการออกแบบบริการองค์รวมให้กับลูกค้า (Copenhagen Institute of Interaction Design, 2008; Engine Service Design, 2018)

หลักการของการคิดเชิงออกแบบสำหรับการบริการ

Stickdorn (2011) ได้พัฒนาหลักการของการคิดเชิงออกแบบสำหรับการบริการ ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 5 ประการ ดังนี้

1. การเน้นให้ผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง (User-centered) โดยปกติแล้ว การให้บริการต่างๆ จะเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า ซึ่งจะเห็นได้ว่าการส่งมอบการบริการนั้นจะต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับลูกค้าเสมอไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง ดังนั้น องค์กรจึงมีความจำเป็นที่จะต้องออกแบบการบริการโดยมีผู้ใช้หรือลูกค้าเป็นศูนย์กลาง การให้ความใส่ใจกับลูกค้า และนำเสนอบริการตามที่ลูกค้าต้องการ มีส่วนช่วยให้ลูกค้าใช้บริการบ่อยขึ้น และเต็มใจที่จะแนะนำและบอกต่อบริการของเราให้กับบุคคลอื่น แต่การที่จะทำการออกแบบบริการโดยมีลูกค้าเป็นศูนย์กลางได้นั้น นักออกแบบบริการจะต้องรู้จักใช้เครื่องมือและวิธีการต่างๆ

ในการทำความเข้าใจประสบการณ์ของลูกค้าในเชิงลึกเหมือนกับเป็นตัวลูกค้าเอง ยิ่งไปกว่านั้น การบริการทั้งหลายที่ถูกออกแบบมานั้นควรจะมาจากประสบการณ์ที่ลูกค้าได้รับผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ด้านซึ่งประกอบไปด้วย การสัมผัส กลิ่น รสชาติ การมองเห็น และการได้ยินด้วย

2. การสร้างคุณค่าร่วมกัน (Co-creative) กระบวนการออกแบบโดยเน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลางนั้น จะทำให้ทราบว่ามิกลุ่มผู้ใช้กลุ่มใดบ้าง และแต่ละกลุ่มมีความต้องการแตกต่างกันอย่างไร นอกจากผู้ใช้แล้ว การให้บริการยังเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ เช่น พนักงานหน้าร้าน พันธมิตรที่เป็นคู่ค้า หรือกลุ่มผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่บริเวณเดียวกันกับทางบริษัท เป็นต้น ในการออกแบบบริการจึงควรที่จะให้บุคคลเหล่านี้เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์และออกแบบข้อเสนอทางด้านคุณค่า สำหรับการมีส่วนร่วมในการออกแบบการบริการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะทำให้การมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มบุคคลเหล่านี้เป็นไปได้อย่างราบรื่นขึ้นเมื่อมีการให้บริการจริง ทั้งยังจะช่วยให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงขึ้น และพนักงานทำงานได้ง่ายขึ้น

3. การจับเรียงลำดับ (Sequencing) สิ่งที่สำคัญในการออกแบบบริการ คือ เรื่องของระยะเวลาในการเข้าใช้บริการ เนื่องจากระยะเวลาของการรับบริการมีผลต่ออารมณ์ของลูกค้า เช่น ลูกค้าอาจจะรู้สึกเบื่อหน่ายถ้าต้องรอรับบริการนานเกินไป หรือลูกค้าอาจจะรู้สึกเครียด ถ้าการให้บริการเร่งรัดเกินไป เพื่อที่จะออกแบบบริการให้ตอบโจทย์ลูกค้า การออกแบบจึงควรจะถูกนำมาทำให้เห็นเป็นภาพที่เรียงลำดับ เพื่อแสดงความเชื่อมโยงของกิจกรรมแต่ละกิจกรรมและควรที่จะเข้าใจว่า ในแต่ละกิจกรรมจะมีจุดที่มีปฏิสัมพันธ์ (touch point) กับลูกค้าในรูปแบบใดบ้าง และเป็นในรูปแบบทางตรงหรือทางอ้อม เช่น ในรูปแบบทางตรงอาจจะจะเป็นจุดที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อบุคคล บุคคลกับเครื่องอัตโนมัติ หรือระหว่างเครื่องจักรกับเครื่องจักร หรือในรูปแบบทางอ้อมจะเป็นในรูปแบบของการที่บุคคลอ่านรีวิวของลูกค้าคนอื่น หรือการมีปฏิสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อออนไลน์ เป็นต้น ดังนั้น ในทุกกระบวนการของการบริการนั้น จะมีการการจัดเรียงลำดับอยู่ 3 ขั้นตอน ก็คือ (1) ขั้นตอนก่อนการให้บริการ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นขั้นตอนที่ลูกค้ารับรู้ว่าการที่จะเข้าใช้บริการ โดยอาจจะรับรู้จากการเห็นโฆษณา หรือได้รับการบอกต่อจากเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น (2) ขั้นตอนในระหว่างการเข้ารับบริการ เป็นขั้นตอนที่จะดึงดูดความสนใจของลูกค้าและสร้างความประทับใจในแต่ละกระบวนการ การจะบริการลูกค้าได้ดีจะต้องมีการทดสอบซ้ำหลายๆ ครั้ง เพื่อส่งมอบการบริการที่ยอดเยี่ยม และ (3) ขั้นตอนหลังการให้บริการซึ่งอาจจะเกี่ยวข้องตั้งแต่การทำความสะอาดร้านหลังจากที่ให้บริการลูกค้า การติดตามและประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น

4. การทำให้เห็นเป็นหลักฐาน (Evidencing) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ซึ่งแตกต่างจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้ ดังนั้น เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าจดจำประสบการณ์ที่ดีของการให้บริการ การทำให้จับต้องได้ผ่านอุปกรณ์หรือวัตถุทางกายภาพต่างๆ จึงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญ เพราะสิ่งที่จับต้องได้เช่น เฟอร์นิเจอร์ที่นำมาตกแต่งในร้าน หรือของที่ระลึกที่มอบให้กับลูกค้า จะช่วยทำให้ลูกค้ารู้สึกดีทั้งจากขั้นตอนในระหว่างการเข้ารับบริการ และอาจจะส่งผลไปถึงขั้นตอนหลังจากให้บริการไปแล้ว และถ้าทำกระบวนการสร้างสิ่งที่จับต้องได้ให้น่าประทับใจจะทำให้องค์กรยังมีโอกาสสร้างการบอกต่อและความจงรักภักดีให้เกิดขึ้นในกลุ่มลูกค้า นอกจากนั้น การสร้างสิ่งที่จับต้องได้สามารถเป็นตัวส่งสัญญาณให้เห็นถึงความมีมาตรฐานของบริการนั้นๆ เช่น การพับกระดาษชำระที่อยู่ในห้องน้ำของโรงแรม ซึ่งกลายเป็นสัญลักษณ์

บ่งชี้ว่าห้องน้ำได้รับการดูแลทำความสะอาดจากแม่บ้านของโรงแรมเรียบร้อยแล้ว แต่ในบางครั้งการสร้างประสบการณ์ให้เป็นสิ่งที่จับต้องได้ก็ไม่ใช่สิ่งที่ลูกค้าต้องการ เช่น การส่งแผ่นพับ ใบปลิว ไปที่บ้านบ่อยครั้ง หรือการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จนกลายเป็นจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ขยะ

5. การทำให้เป็นองค์รวม (Holistic) โดยทั่วไปแล้ว ลูกค้าจะรับรู้การบริการได้ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งประกอบไปด้วย การสัมผัส กลิ่น รสชาติ การมองเห็น และการได้ยิน ดังนั้น ในการออกแบบการบริการ องค์กรต้องพิจารณาสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดแบบองค์รวม โดยเริ่มจากการเข้าใจการรับรู้ของลูกค้าที่จะเกิดขึ้น เมื่อเผชิญกับสภาพแวดล้อมของการบริการ ตรงจุดที่มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (Touch-point) ถัดมา คือ การทำความเข้าใจ ลำดับการได้รับประสบการณ์ในเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer journey) องค์กรควรจะมีการตรวจสอบอารมณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละเส้นทางการเดินทางทั้งของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด นอกจากนี้ องค์กรควรคำนึงถึงเส้นทางการเดินทางที่เป็นทางเลือกอื่นๆ ด้วย องค์กรควรนำศาสตร์อื่นๆ และเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาร่วมในการบูรณาการ เพื่อที่จะทำการคิดเชิงออกแบบสำหรับการบริการแบบองค์รวม

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ความสำคัญของการคิดเชิงออกแบบสำหรับการบริการ จะต้องเน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลางและผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด โดยมองกิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นองค์รวมตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงจุดสุดท้าย และสร้างคุณค่าร่วมกัน โดยทำให้ลูกค้ารับรู้การบริการเป็นหลักฐานผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งประกอบไปด้วย การสัมผัส กลิ่น รสชาติ การมองเห็น และการได้ยิน

กระบวนการทำซ้ำของการทำงานออกแบบบริการ

กระบวนการออกแบบบริการนั้นไม่ได้มีขั้นตอนการออกแบบที่เป็นเส้นตรงและแน่นอนตายตัว ในทุกขั้นตอนของกระบวนการออกแบบบริการ อาจมีความจำเป็นที่จะต้องหยุดคิด ถอยหลังกลับมาทบทวนอีกครั้ง หรือต้องกลับมาเริ่มทำใหม่ตั้งแต่ต้น การย้อนกลับมาคิดจะทำให้นักออกแบบได้เรียนรู้จากข้อผิดพลาดของการกระทำครั้งก่อน ดังนั้น กระบวนการที่นำเสนอในช่วงแรกออกมานั้นจะเป็นเพียงกรอบแนวคิดกว้างๆ กระบวนการออกแบบบริการจะถูกทำซ้ำหลายๆ ครั้ง และมีการปรับเปลี่ยนไปตามรูปแบบและเนื้อหาของบริการ อย่างไรก็ตาม การออกแบบบริการที่ลงรายละเอียดทั้งหมดนั้น เป็นเรื่องที่ทำได้ยาก องค์กรจึงต้องตัดสินใจว่าจะลงรายละเอียดในจุดที่มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในจุดใด และจุดนั้นตั้งอยู่ในส่วนใดของประสบการณ์ในการเดินทางของลูกค้า ทั้งนี้การตัดสินใจจะขึ้นอยู่กับงบประมาณที่ได้รับทรัพยากรที่มีอยู่และมุมมองของลูกค้าด้วย กระบวนการในการออกแบบบริการนั้นมี 4 ขั้นตอน (Stickdorn, 2011) ดังนี้

1. การสำรวจและเก็บข้อมูล (Exploration) การออกแบบบริการจะมีจุดมุ่งหมายในการออกแบบโดยให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง แต่กระบวนการที่แท้จริงแทบจะไม่ได้เริ่มต้นด้วยลูกค้าเลย ซึ่งกระบวนการสำหรับการสำรวจและเก็บข้อมูล (Stickdorn, 2011; Design Council, 2021) ดังนี้

1.1 การทำความเข้าใจวัฒนธรรมและเป้าหมายขององค์กร นักออกแบบบริการต้องทำความเข้าใจวัฒนธรรมและเป้าหมายขององค์กร และยังต้องทำความเข้าใจกับองค์กรว่าการออกแบบบริการคืออะไร องค์กรมีการเตรียมตัวอย่างไรสำหรับกระบวนการเหล่านี้ เนื่องจากกระบวนการออกแบบบริการเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์งานร่วมกันจากผู้ที่เกี่ยวข้องหลายกลุ่ม องค์กรจึงต้อง ทำความตกลงว่านักออกแบบบริการจะมี

บทบาทน้อยเพียงใด เครื่องมือที่สามารถนำมาใช้ในขั้นตอนนี้ได้แก่ การระบุผู้ที่เกี่ยวข้อง (Stakeholder map) ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล ชุมชน หน่วยงาน หรือองค์กรที่ผลการดำเนินงานซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อด้านบวกและผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือ หน่วยงานที่มีผลต่องานบริการ ผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการหลัก (TCDC, 2017) เป็นการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดของการบริการว่ามีความเชื่อมโยงกับ กิจกรรมใดบ้าง และมีความสัมพันธ์ในระดับใด

1.2 การเสาะหาปัญหาภายในองค์กร หลังจากที่ได้ทำความเข้าใจบทบาทเบื้องต้นแล้ว นักออกแบบบริการจะเริ่มทำการเสาะหาปัญหาขององค์กร จากมุมมองของลูกค้า การทำความเข้าใจสถานการณ์และปัญหาขององค์กรจากมุมมองของกลุ่มลูกค้าปัจจุบันและกลุ่มลูกค้าในอนาคตมีความสำคัญมากต่อการออกแบบบริการ การจะเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าในเชิงลึกนั้นไม่ใช่เพียงแค่การเก็บรวบรวม ข้อมูลทั่วไปเท่านั้น แต่ต้องทำความเข้าใจปัญหาที่แท้จริง ดังนั้น การออกแบบบริการจึงจำเป็นต้องใช้วิธีการและเครื่องมือมากมายจากหลากหลายแขนงวิชาเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคิดของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หนึ่งในเครื่องมือที่นำมาใช้ในการเก็บข้อมูลที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับมากสำหรับการออกแบบบริการ คือ เครื่องมือการวิจัยที่เรียกว่า ชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography research) เป็นการศึกษาผ่านการสังเกตโดยตรงของผู้ใช้ในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมากกว่าในห้องปฏิบัติการ วัตถุประสงค์ของการวิจัยประเภทนี้คือการได้รับข้อมูลเชิงลึกกว่าผู้ใช้ได้ตอบกับสิ่งต่าง ๆ ในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติอย่างไร (Experience UX, 2021)

1.3 การนำข้อค้นพบที่ได้มาทำให้เป็นภาพ เนื่องจากการบริการนั้นเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และมีกระบวนการที่สลับซับซ้อน การทำให้เห็นเป็นภาพจะช่วยให้เข้าใจได้ง่ายและสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน ทั้งยังสามารถทำให้เห็นมุมมองและโอกาสใหม่ๆ ในการบริการได้อีกด้วย ซึ่งเครื่องมือที่สามารถนำมาใช้ในขั้นตอนนี้ได้แก่ การระบุระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (System map) คือ การแสดงข้อมูลสังเคราะห์ที่นำเสนอผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหลาย ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการในเฟรมเดียว และการเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน (เช่น การไหลของวัสดุ พลังงาน ข้อมูล เงิน เอกสาร ฯลฯ) แผนผังระบบจะชี้แจงว่าส่วนประกอบและบทบาทของบริการต่างๆ เชื่อมต่อกันอย่างไร โดยเน้นที่คุณค่าที่แลกเปลี่ยนกัน (Nicola Morelli, 2006) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับการระบุผู้ที่เกี่ยวข้อง แต่จะเน้นในเรื่องของประสบการณ์ของผู้ใช้บริการว่ามีระบบที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างไร หรือ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้ (Empathetical journey) การเข้าใจเส้นทางของประสบการณ์ของลูกค้าแบบเอาใจเขามาใส่ใจเรา

2. การสร้างสรรค์แนวคิดการบริการ (Creation) การสร้างสรรค์แนวคิดการบริการเป็นขั้นตอนเริ่มต้นในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ซึ่งเป็นส่วนแรกของการเริ่มต้นของกระบวนการทำซ้ำ และยังเป็นขั้นตอนที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการทดสอบแนวคิด งานในส่วนของการสร้างสรรค์แนวคิดนั้นเป็นการพยายามสร้างแนวคิดและพัฒนาวิธีการ แก้ปัญหาจากข้อมูลที่ได้ในกระบวนการแรก ดังนั้น กระบวนการนี้จึงเกี่ยวข้องกับการทดสอบความคิดและแนวคิดใหม่ๆ ซ้ำแล้วซ้ำอีก เนื่องจากขั้นตอนนี้ไม่ใช่การคิดสิ่งใหม่โดยพยายามหลีกเลี่ยงข้อผิดพลาด แต่เป็นขั้นตอนที่ทำการสำรวจข้อผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ หัวใจของกระบวนการนี้คือการทำให้รู้ข้อผิดพลาดให้ เร็วที่สุดตั้งแต่เริ่มแรกก่อนที่จะนำระบบใหม่เข้าไปใช้เพราะต้นทุนในการปรับแนวคิดและทำซ้ำนั้น เมื่อคำนวณดูแล้ว จะพบว่าต้นทุนที่เพิ่มขึ้นน้อยกว่าต้นทุนที่เกิดขึ้น

จากการล้มเหลว หลังจากที่ได้เปิดตัวบริการใหม่ไปแล้ว การคิดเชิงออกแบบบริการนั้นไม่ใช่กระบวนการทำซ้ำแค่เพียง 4 ขั้นตอน แต่ยังรวมถึงการทำซ้ำในแต่ละขั้นตอนด้วย เครื่องมือที่นิยมใช้ในการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆ คือ การใช้กระดาษโน้ตแบบมีกาว (Sticky notes) เพราะเป็นเครื่องมือที่ใช้ได้ง่ายและสามารถทำให้เห็นกระบวนการและความเชื่อมโยงได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนั้นยังทำให้ผู้เข้าร่วมกลุ่มสามารถที่จะตรวจเช็คข้อมูลและแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้อย่างเต็มที่

3. การทดสอบแนวคิด (Reflection) หลังจากที่ได้พัฒนาแนวคิดแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการนำแนวคิดนั้นมาทดสอบ ซึ่งขั้นตอนนี้ จะมีการทำซ้ำเกิดขึ้นหลายต่อหลายครั้ง โดยทั่วไปการทดสอบผลิตภัณฑ์จะค่อนข้างง่ายกว่าการทดสอบแนวคิด เพราะการทดสอบผลิตภัณฑ์จะมีการสร้างตัวต้นแบบขึ้นมาตามที่ได้ออกแบบไว้และนำไปทดสอบกับลูกค้ากลุ่มเล็กๆ เพื่อจะได้ทราบถึงผลลัพธ์และนำมาปรับปรุงจนกระทั่งได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ในขณะที่การทดสอบแนวคิด นั้นจะต้องใช้เทคนิคที่แตกต่างออกไปจากการสร้างตัวต้นแบบ (Prototype) ของผลิตภัณฑ์ความท้าทายในขั้นตอนนี้ คือ การนำบริการที่จับต้องไม่ได้ไปทดสอบ พร้อมทั้งต้องให้ความใส่ใจในเรื่องของอารมณ์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการบริการด้วย ดังนั้นการสร้างภาพให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจในแนวคิดนั้นจึงเป็นงานที่สำคัญ การสร้างเป็นเรื่องราวผ่านภาพ (storyboards) หรือวิดีโอคลิป (VDO clip) จะช่วยให้ลูกค้าเข้าใจในเนื้อเรื่องได้ แต่กระบวนการนี้ก็ยังขาดในเรื่องของการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ดังนั้นการทดสอบแนวคิดในสถานการณ์ที่ใกล้เคียงกับสถานการณ์จริงจึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก การคิดเชิงออกแบบเพื่อการบริการจึงมีการใช้การแสดงสมมติบทบาทตัวละคร (Role play) เข้ามาช่วยในการสร้างอารมณ์และการมีปฏิสัมพันธ์ วิธีการนี้เป็นวิธีการที่มีต้นทุนที่ต่ำและมีโอกาสที่จะทดสอบซ้ำได้หลายครั้ง เพื่อที่จะปรับปรุงแนวคิดและรูปแบบให้ตรงตามวัตถุประสงค์

4. การนำไปปฏิบัติจริง (Implementation) ขั้นตอนของการนำแนวคิดการบริการใหม่ไปปฏิบัติจริงนั้นจะมีความเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของกระบวนการการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ต้องมีการทำคู่มือแนะนำให้ทราบ และจำเป็นจะต้องมีการติดต่อสื่อสารที่ชัดเจน นอกจากการทำความเข้าใจกับลูกค้าแล้ว พนักงานคือบุคคลที่สำคัญในกระบวนการนี้ แรงจูงใจในการทำงานและการมีส่วนร่วมเป็นเรื่องที่สำคัญ สำหรับการนำไปปฏิบัติอย่างยั่งยืน ดังนั้นองค์กรจึงจำเป็นที่จะต้องให้พนักงานเข้ามามีส่วนในกระบวนการออกแบบบริการตั้งแต่เริ่มต้น องค์กรต้องทำให้แน่ใจว่าพนักงานเข้าใจแนวคิดและจะสนับสนุนแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบนั้น ถ้าไม่ได้สร้างความเข้าใจอันดีและให้ความใส่ใจกับสิ่งที่พนักงานแสดงออกมาตั้งแต่แรกจะส่งผลร้ายต่อการทำงานในอนาคตต่อองค์กร จึงต้องทำการติดต่อสื่อสารกับพนักงานซึ่งสามารถทำได้ผ่านทางเครื่องมือต่างๆ ในขั้นที่ 3 เช่น การทำเรื่องราวผ่านภาพ (storyboards) หรือวิดีโอคลิป (VDO clip) ในขั้นตอนนี้ เครื่องมือการทำพิมพ์เขียวการบริการ (Service blueprint) จะถูกนำมาใช้เพื่อที่จะทำให้กระบวนการออกแบบเป็น มาตรฐานและมีหลักฐานบ่งชี้ว่าควรดำเนินการอย่างไร

พิมพ์เขียวการบริการ (Service blueprint) เป็นเครื่องมือที่ช่วยในออกแบบกระบวนการของการบริการ เพื่อจะได้ส่งมอบการบริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้เห็นจุดบกพร่องในกระบวนการให้การบริการจะได้ นำไปพัฒนาแก้ไขปรับปรุงคุณภาพการบริการให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจบริการ ด้วยการจัดทำพิมพ์เขียวการบริการต้องอาศัยการทำงานเป็นทีมจาก

หลายฝ่าย โดยเฉพาะหากองค์กรมีลูกค้าหลาย กลุ่มที่ได้รับการบริการที่ต่างกัน องค์กรควรจัดทำพิมพ์เขียวการบริการแยกออกจากกัน เพื่อจะได้ไม่เกิดความสับสนในการให้บริการ (สุธาสนี โปธิจันทร์, 2019)

องค์ประกอบของพิมพ์เขียวการบริการ (กาญจนาภรณ์ พลประทีป, 2557) แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นในการบริการ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 5 ด้าน คือ องค์ประกอบทางกายภาพ (Physical evidence) กิจกรรมของลูกค้า (Customer actions) กิจกรรมของพนักงานที่ต้องติดต่อในส่วนหน้าร้าน (Onstage contact employee actions) กิจกรรมของ พนักงานการติดต่อหลังร้าน (Backstage contact employee actions) และ กระบวนการสนับสนุน (Support processes) (กาญจนาภรณ์ พลประทีป, 2557)

2. เกี่ยวข้องกับการเชื่อมต่อของกระบวนการดำเนินงาน ซึ่งถูกนำเสนอผ่านเส้นแนวนอน 3 เส้น คือ เส้นการมีปฏิสัมพันธ์ (Line of Interaction) เส้นสายตา (Line of Visibility) และเส้นการติดต่อประสานงานภายใน (Line of Internal Interaction) (กาญจนาภรณ์ พลประทีป, 2557)

ขั้นตอนในการจัดทำพิมพ์เขียวการบริการ (กาญจนาภรณ์ พลประทีป, 2557) มี 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. วางแผนและคัดเลือกกระบวนการใดกระบวนการหนึ่งของการบริการเพื่อนำมาออกแบบพิมพ์เขียว
2. เลือกลูกค้าผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักมาทำการออกแบบเป็นลำดับแรก
3. การกำหนดขั้นตอนกิจกรรมต่างๆ ที่ลูกค้าจะต้องทำ หรือมีประสบการณ์เมื่อมาใช้บริการนั้น
4. ระบุกิจกรรมของพนักงานที่ให้บริการทั้งในส่วนของหน้าร้านและหลังร้าน โดยการลากเส้นการติดต่อของ ลูกค้าและเส้นสายตา
5. โยงกิจกรรมของลูกค้า พนักงานผู้ให้บริการ และฝ่ายสนับสนุนเข้าด้วยกัน เพื่อให้เห็นรูปแบบการติดต่อกันทั้ง ในส่วนบริการภายนอกกับลูกค้า และการติดต่อประสานงานภายในกับพนักงานด้วยกัน
6. ระบุลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าเห็นหรือมีประสบการณ์ลงไปในแต่ละขั้นตอนของการติดต่อของลูกค้า



แผนผังงานบริการ

SERVICE BLUEPRINT

การลงรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนของบริการอย่างละเอียดตามลำดับขั้นตอน

ในสายงานของ ฝ่ายปฏิบัติการร้านค้า วิชาการ และปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือสินค้า รวมถึง

การวางแผนการดำเนินงานในสายงานเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าไปจนถึงผู้ใช้บริการ



SERVICE DESIGN

THAILAND

การปฏิบัติงาน		การติดต่อ ให้มาใช้บริการ	การเข้ามา ใช้บริการ	พบ-ใช้ ต่อเนื่อง	เมื่อเลิก ใช้บริการ	การบอกต่อ มาใช้บริการ
	A. สิ่งปรากฏต่อสายตาผู้ใช้บริการ					
ผู้ใช้บริการและ ส่วนบริการลูกค้า	B. กิจกรรมของผู้ให้บริการ					
ส่วนบริการลูกค้าและ ส่วนผู้ให้บริการเบื้องหลัง	C. ส่วนงานบริการลูกค้า					
ผู้ให้บริการเบื้องหลังและ ส่วนสนับสนุนองค์กร	D. ส่วนจัดเตรียมของให้บริการ					
	E. จัดกำหนดการดำเนินงานของแต่ละส่วน					

ภาพที่ 1 รูปแบบแผนผังงานบริการของ Service design Thailand (TCDC, 2017)

(ที่มา: <http://tcdc.groov.asia/method/service-blueprint-full.html>)

แผนผังงานบริการเป็นผังที่แสดงภาพรวมของการเชื่อมโยงแนวคิดในการออกแบบจุดปฏิสัมพันธ์และส่วนประกอบในระบบบริการต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งจะต่างกับเส้นทางการเดินทางของผู้ใช้งาน (user journey map) ตรงที่เส้นทางการเดินทางของผู้ใช้งาน เป็นการวิเคราะห์จากระบบบริการในปัจจุบันที่มีอยู่ หรือใช้ทดสอบแนวคิดใหม่ของการบริการ แต่พิมพ์เขียวการบริการใช้สำหรับการวางแผนระบบบริการในอนาคต แผนผังงานบริการจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยรวบรวมข้อมูลความต้องการและความคาดหวัง จากทั้งด้านผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการ รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ซึ่งรวมทั้งด้านที่เกิดการปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับผู้ให้บริการ (Front Stage) และส่วนสนับสนุนเบื้องหลัง (Back Stage) ที่ผู้ให้บริการอาจมองไม่เห็น แต่เกี่ยวเนื่องโดยตรงกับประสิทธิภาพการทำงานของผู้ให้บริการ เพื่อนำไปสร้างข้อกำหนดการทำงานของหน่วยงานแต่ละส่วน

ข้อควรพิจารณา

ควรให้ความสำคัญในการวิเคราะห์รอยต่อที่เชื่อมการปฏิสัมพันธ์ของแต่ละส่วน เช่น ช่วงต่อระหว่างผู้ให้บริการและส่วนบริการลูกค้า (Line of Interaction) ช่วงต่อระหว่างส่วนงานบริการลูกค้าและส่วนผู้ให้บริการเบื้องหลัง (Line of Visibility) และช่วงต่อระหว่างผู้ให้บริการเบื้องหลังและส่วนสนับสนุนขององค์กร (Line of Internal Interaction) ซึ่งอาจจะนำเอาข้อมูลด้านอารมณ์ความรู้สึกในแต่ละจุดปฏิสัมพันธ์เข้ามารวบรวมพิจารณาด้วย

วิธีการทำงาน

1. กำหนดหัวข้อที่จะทำระบบบริการเพื่อจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกัน (Collaborative Workshop) โดยเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบบริการแต่ละส่วนมาร่วมกันสร้างแผนผังงานบริการ
2. กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะเป็นผู้ให้บริการ และแสดงความคิดเห็นผ่านมุมมองของผู้ใช้บริการที่เข้ามาร่วมให้ความเห็นเกี่ยวกับความต้องการและความคาดหวังจากระบบบริการที่จะสร้างขึ้น
3. ระดมสมองเพื่อกำหนดกิจกรรมและขั้นตอนในแต่ละกิจกรรมภายใต้หัวข้อดังนี้ จุดปฏิสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นการบริการ (Touchpoint Evidences) ความต้องการและความคาดหวัง (Needs and Expectations) กิจกรรมที่เกิดขึ้นของผู้ใช้บริการ (Customer Actions) ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับส่วนงานบริการลูกค้า (Frontstage Experience) ขั้นตอนและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในส่วนผู้ให้บริการ (Backstage Process and Activities) และข้อกำหนดหน้าที่การทำงานของแต่ละส่วน (Specifications and Role Description) โดยให้แจกแจงแต่ละส่วนตามลำดับใน 5 ประสบการณ์ (5E) ที่เกิดขึ้นตามลำดับเวลา ตั้งแต่การดึงดูดให้คนมาใช้บริการ (Entice) การสร้างแรงจูงใจให้คนตัดสินใจเข้ารับบริการ (Enter) การสร้างความผูกพันให้ผู้ใช้อยู่ระหว่างการให้บริการ (Engage) การสร้างความประทับใจให้ผู้ใช้ออกจากการให้บริการ (Exit) และการสร้างกลยุทธ์ให้ผู้ใช้อยู่ระลึกถึง บอกต่อ และกลับมาใช้บริการอีก (Extend)
4. เชื่อมโยงจุดปฏิสัมพันธ์ (Touchpoints) และขั้นตอนความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมที่เกิดขึ้น (Flow)
5. สร้างแผนผังงานบริการที่สัมพันธ์กัน แล้วลงรายละเอียดในสิ่งที่ต้องสนับสนุนเพื่อให้เกิดกิจกรรมนั้นๆ ได้

การออกแบบเพื่อการมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction design) เป็นชุดของการมีปฏิสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องระหว่างลูกค้าและระบบของการบริการ โดยผ่านจุดสัมผัสประเภทต่างๆ (Touch point) ที่เกี่ยวข้องกับเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer journey) แม้ว่าการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการจะเป็นหนทางหลักที่องค์กรจะได้สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า แต่องค์กรหลายแห่งก็ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้อย่างจริงจัง ดังนั้น การออกแบบเพื่อการมีปฏิสัมพันธ์จึงเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับองค์กร การที่จะสร้างคุณค่าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า องค์กรจะต้องใช้เวลาในการทำความเข้าใจรูปแบบของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้า ซึ่งนั่นหมายความว่า เรื่องแรก องค์กรจะต้องมองการบริการของตนเองผ่านมุมมองของลูกค้า และเรื่องที่สอง องค์กรจะต้องออกแบบในทิศทางที่ลูกค้าจะรู้สึกว่าได้รับคุณค่าจากประสบการณ์ที่สม่ำเสมอจากการรับบริการ แต่ว่าโดยทั่วไปแล้ว เราจะเห็นว่าองค์กรส่วนใหญ่ยังเพิกเฉยประเด็นพวกนี้และทำให้ลูกค้ารู้สึกถูกทอดทิ้ง และคุณค่าของการบริการก็สูญเสียไป

ดังนั้น ชุดของการมีปฏิสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องระหว่างลูกค้าและระบบจะต้องเป็นการออกแบบประสบการณ์ใช้งานเพื่อให้ผู้ใช้เกิดความพึงพอใจสูงสุด เช่น ใช้งานง่าย มีลำดับขั้นตอนชัดเจน เป็นการสร้างความรู้สึกจดจำให้ผู้ใช้งานอยากกลับมาใช้งานอีก (User Experience) รวมถึงการออกแบบที่เชื่อมประสานระหว่างผู้ใช้งานกับระบบหรือผลิตภัณฑ์ ซึ่งมุ่งเน้นไปที่หน้าตาการออกแบบ เช่น การวางภาพ ปุ่ม หรือขนาดตัวอักษร เป็นต้น (User Interface) (iCONEXT, 2021)

การสร้างความพึงพอใจด้วยคุณค่าที่เหนือกว่า

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจหลังการรับบริการ ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการหรือประสิทธิภาพของสินค้า กับการให้บริการที่ลูกค้าคาดหวัง ซึ่งถ้าหากการรับรู้ในการทำงานของผู้ให้บริการหรือประสิทธิภาพของสินค้าต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ และถ้าหากการรับรู้ในการทำงานของผู้ให้บริการ หรือประสิทธิภาพของสินค้าสูงกว่าความคาดหวังของลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก โดยการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานหรือประสิทธิภาพของสินค้าที่เกิดจากนักการตลาดและฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยการสร้างคุณค่าเพิ่ม ซึ่งเกิดจากการผลิตและการตลาด รวมทั้งการทำงานร่วมกันของฝ่ายต่างๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพโดยรวม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2560) วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2548) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการคาดหวังของผู้บริโภค ประกอบด้วยความต้องการของลูกค้าแต่ละราย โดยแต่ละคนจะมีลักษณะเฉพาะตัว มีพฤติกรรม และอยู่ในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความต้องการแต่ละรายแตกต่างกัน ซึ่งเป็นตัวกำหนดระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการขององค์กร นอกจากนี้ ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้า ได้แก่ ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งในอนาคตยังคงคาดหวังจะได้รับการบริการเช่นนั้นเสมอและประสบการณ์จากการใช้บริการจากคู่แข่ง ก็จะนำระดับการให้บริการนั้นมาตั้งเป็นความคาดหวังเปรียบเทียบกับบริการที่เคยได้รับมา และสุดท้ายเป็นการสื่อสารถึงลูกค้า ดังนั้น การส่งมอบคุณค่าให้ลูกค้า (value proposition) จึงเป็นสิ่งที่สำคัญฉัตรเมือง เฝ้ามานะเจริญ และคณะ (2563) ได้กล่าวว่า คุณค่านั้นต้องเน้นการแก้ไขปัญหาหรือตอบสนองความ

ต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอาจเป็น เชิงปริมาณ เช่น ราคา หรือความเร็วในการจัดส่ง และ คุณค่าเชิงคุณภาพ เช่นการออกแบบ หรือ การสร้างประสบการณ์ ได้แบ่งประเภทของคุณค่าหลัก ๆ ได้ดังนี้

1. การมอบความต้องการใหม่ๆ หรือสิ่งใหม่ๆ ที่ลูกค้าไม่เคยรับรู้มาก่อน เพราะยังไม่เคยมีสินค้าหรือบริการนี้มาก่อน ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าเกี่ยวกับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรม

2. การเพิ่มประสิทธิภาพของสินค้าและบริการให้ดีขึ้น ซึ่งเป็นพื้นฐานที่ใช้กันทั่วไป เช่น ธุรกิจคอมฯ ก็จะมีการนำเสนอความจุที่มากขึ้น หรือกราฟฟิคที่ดีขึ้น แต่ข้อจำกัดของคุณค่านี้คือ ในบางครั้งการพัฒนาประสิทธิภาพจะตามไม่ทันความต้องการของลูกค้าที่มากขึ้นแบบก้าวกระโดด

3. การที่ลูกค้าสามารถปรับแต่งสินค้าหรือบริการให้ได้ตามความต้องการ ก็ถือว่าเป็นการสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งได้เช่นกัน เมื่อลูกค้าสามารถปรับแต่งสินค้าและบริการได้นั้นจะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและจงรักภักดีกับแบรนด์มากยิ่งขึ้น

4. สินค้าหรือบริการที่มอบคุณค่าด้วยการช่วยงานบางอย่างให้สำเร็จง่ายขึ้น เช่น GRAB FOOD ที่ช่วยให้ลูกค้าไม่ต้องออกไปซื้ออาหารและต้อคิวในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ลดภาระเรื่องการออกไปซื้ออาหารช่วงกักตัวให้ลูกค้าได้

5. การออกแบบที่โดดเด่นกว่าคู่แข่งท่ามกลางสินค้าหรือการบริการที่คล้ายกัน ก็ถือว่าเป็นการสร้างคุณค่าที่สำคัญของธุรกิจประเภทแฟชั่น

6. การใช้กลยุทธ์ราคาต่ำกว่าคู่แข่งนั้นใช้ได้สำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีความอ่อนไหวต่อราคาเท่านั้น และต้องมั่นใจด้วยว่าต้นทุนการดำเนินธุรกิจตนเองนั้นต่ำเช่นกัน บางครั้งก็อาจนำมาปรับเป็นการทำโปรโมชั่นของฟรี เช่น โค้ดส่วนลดฟรี ผลิตภัณฑ์ทดลองฟรี เป็นต้น

7. การช่วยลูกค้าลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายก็ถือเป็นการสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งอีกประเภทหนึ่ง เช่น ลาซาด้า (LAZADA) ช่วยให้ลูกค้าเป็นเจ้าของธุรกิจโดยประหยัดต้นทุนในการสร้างเว็บไซต์ร้านค้าของตนเอง

8. การสามารถช่วยลูกค้าลดหรือบรรเทาความเสี่ยงในการใช้สินค้าและบริการก็สามารถเพิ่มคุณค่า ให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ เช่น การรับประกันคุณภาพภายในหนึ่งปี หรือ บริการหลังการขายของสินค้าและบริการนั้นๆ เป็นต้น

9. การช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น ซึ่งอาจเกิดมาจากธุรกิจที่มีเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเข้ามาใช้ เช่น ประกันในรูปแบบ UNIT LINK ที่ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงการลงทุนในประกันควบคู่กับการลงทุนกองทุนที่หลากหลายมากขึ้น 10. การทำให้บางสิ่งหรือการทำให้กิจกรรมบางอย่างสะดวกง่ายขึ้น เช่น ไอพอดและ ITUNES ทำให้ลูกค้าสามารถ ค้นหาเพลง ดาวน์โหลดเพลง และฟังเพลงในรูปแบบดิจิทัลได้ง่ายขึ้น

สรุป

การคิดเชิงออกแบบสำหรับการบริการเป็นการรวมตัวของเครื่องมือและชุดความรู้จากหลากหลายสาขาวิชาเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดธุรกิจบริการที่มีความแตกต่างผ่านการออกแบบประสบการณ์ที่ตรงใจกลุ่มลูกค้า

เป้าหมาย กระบวนการในการออกแบบบริการนั้นมี 4 ขั้นตอนพื้นฐาน ประกอบไปด้วย การสำรวจและเก็บข้อมูล (Exploration) การสร้างสรรค์แนวคิดการบริการ (Creation) การทดสอบแนวคิด (Reflection) และการนำไปปฏิบัติจริง (Implementation) ซึ่งกระบวนการนี้ไม่ได้มีขั้นตอนการออกแบบที่เป็นเส้นตรงและแน่นอนตายตัว ในทุกขั้นตอนของกระบวนการออกแบบบริการอาจมีความจำเป็นที่จะต้องหยุดคิด ถอยหลังกลับมาทบทวนอีกครั้ง หรือต้องกลับมาเริ่มทำใหม่ตั้งแต่ต้นกระบวนการออกแบบบริการจะถูกทำซ้ำหลายๆ ครั้ง และมีการปรับเปลี่ยนไปตามรูปแบบและเนื้อหาของการบริการ การที่จะสร้างคุณค่าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า องค์กรจะต้องใช้เวลาในการทำความเข้าใจรูปแบบของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้า โดยคุณค่าที่ส่งมอบให้ลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าตามที่ลูกค้าได้คาดหวังหรือเหนือความคาดหวังของลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

- กัญญ์ชลา นาวานุเคราะห์. (2556). คิด...เพื่อการออกแบบบริการ. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <http://www.cu-tcdc.com/design-thinking-for-service-design/?lang=TH>
- กาญจนาภรณ์ พลประทีป. (2557). พิมพ์เขียวการบริการกับการพัฒนาคุณภาพของกระบวนการส่งมอบการบริการ เอกสารประกอบการสอน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร. สืบค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2564, จาก http://www.mut.ac.th/uploaded/_4.pdf
- ฉัตรเมือง เฝ้ามานะเจริญ. (2563). [บริการวิชาการฯ] การสู่ด้วยคุณค่า Value proposition และ แผนภาพการสร้างคุณค่า (The Value Proposition Canvas). สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <http://cosci.swu.ac.th/news-event/cas/2020/value-proposition>
- ธีทัต ตรีศิริโชติ และกฤษฎา เขียววัฒนสุข. (2564). การประยุกต์ใช้หลักการคิดเชิงออกแบบกับธุรกิจนวัตกรรม เกิดใหม่: รูปแบบและกรณีศึกษา. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 23(2), 295-308.
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกศากุล. 2556. เครื่องมือในการออกแบบบริการ (Service Design). สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2564, จาก <http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/163-servicedesign.htm>
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2548). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. (2557). คู่มือการออกแบบบริการ (Service Design Workbook), สืบค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2565, จาก www.tcdc.or.th
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่: (Marketing Management) ฉบับปรับปรุงใหม่ ปี 2560. กรุงเทพฯ: Diamond In Business World.
- สุธาสนิ โปธิจันทร์. (2562). พิมพ์เขียวการบริการกับการปรับปรุงคุณภาพ. สืบค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://www.ftpi.or.th/2015/1958>

- Clatworthy, S. (2011) Interaction design: services as a series of interactions, This is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases. Stickdorn, M. and Schneider, J. (Eds.) pp. 74-81, Amsterdam, BIS Publishers.
- Copenhagen Institute of Interaction Design. (2008). Apply for the interaction design programme in Costa Rica. Retrieved February 20, 2021, from <https://ciid.dk/2008>
- Design Council. (2022). What is the framework for innovation? Design Council's evolved Double Diamond. Retrieved January 20, 2022, from <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>.
- Engine Service Design. (2018). The Service Design System. Retrieved February 20, 2022, from <https://engineservicedesign.com/en-ae/about-us/>
- Experience UX. (2021). What is Ethnography research?. Retrieved February 22, 2022, from <https://www.experienceux.co.uk/faqs/what-is-ethnography-research/>
- iCONEXT. (2021). UX/UI Design คืออะไร. สืบค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://iconext.co.th/th/2021/07/19/ux-ui-design-คืออะไร/>
- Interaction Design Foundation. (2022). Service Design. Retrieved February 20, 2022, from <https://www.interaction-design.org/literature/topics/service-design>
- Nicola Morelli. (2006). New representation techniques for designing in a systemic perspective. Retrieved February 22, 2022, from https://www.researchgate.net/publication/242094870_NEW_REPRESENTATION_TECHNIQUES_FOR_DESIGNING_IN_A_SYSTEMIC_PERSPECTIVE
- Stickdorn, M. (2011). Definitions: service design as an interdisciplinary approach, This is Service Design Thinking: Basics, Tools, Cases. Stickdorn, M. and Schneider, J. (Eds.) pp. 22-39, Amsterdam, BIS Publishers.
- Tada Ratchagit. (2562). กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เครื่องมือสำคัญของการสร้างความสำเร็จให้องค์กร. สืบค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://th.hrnote.asia/orgdevelopment/190702-design-thinking/>
- TCDC (Thailand Creative & Design Center). (2017). Service Design Process. Retrieved February 20, 2022, from <http://tcdc.groov.asia/method/stakeholder-map-full.html>
- Tiger. (2562). Design Thinking คืออะไร? การคิดเชิงออกแบบใน 5 ขั้นตอน. สืบค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2565, จาก <https://thaiwinner.com/design-thinking/>

แนวทางการสร้างจิตสำนึกสาธารณะจากการตัดสินใจใช้ถุงผ้าของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Guidelines for Creating Public Consciousness from the Decision Making of Cloth Bag Used by Chiang Mai Rajabhat University Students

Received 8 March 2022

Revised 10 March 2022

Accepted 25 April 2022

ภัทรศรี อินทร์ขาว และจิตติคุณ นิยมสิริ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Patarasri Inkao and Jittikhun Niyomsiri

Chiang Mai Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องแนวทางการสร้างจิตสำนึกสาธารณะจากการตัดสินใจใช้ถุงผ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจใช้ถุงผ้าและจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่า t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวด้วยวิธี Scheffé และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Pearson ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยภายในด้านเหตุผลเชิงจริยธรรม และปัจจัยภายนอกด้านการสนับสนุนจากครอบครัวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะ อยู่ในระดับมากที่สุด ในส่วนของเพศ คณะ และชั้นปีที่ศึกษา แตกต่างกัน มีพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะโดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยภายในด้านเหตุผลเชิงจริยธรรมและแรงจูงใจ และปัจจัยภายนอกด้านการสนับสนุนจากครอบครัว การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย การสนับสนุนจากชุมชน และการสนับสนุนจากเพื่อน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : จิตสำนึกสาธารณะ, การสร้างจิตสำนึก, การตัดสินใจใช้ถุงผ้า

Abstract

The Objectives of this Research on Guidelines for Creating Public Consciousness from the Decision Making of Cloth Bag Used by Chiang Mai Rajabhat University Students were to

1) to study the behavior of public consciousness among students of Chiang Mai Rajabhat University 2) to study the factors influencing the behavior of public consciousness among students of Chiang Mai Rajabhat University and 3) to study the relationship between the decision to use cloth bags and the public consciousness of Chiang Mai Rajabhat University students. The sample group of 400 students selected by simple random sampling technique were studying at Chiang Mai Rajabhat University. The instrument used for data collecting were questionnaires. Data were analyzed by using the percentage, mean, standard deviation, t-test, the analysis of variance and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient. The research found that the level of samples' behavior in public consciousness overall were at a high level. The internal factor of moral reasoning and the external factor of family support were investigated having influences upon the public consciousness behavior at a high level. Moreover, different genders, majors and class levels did not have an effect in public consciousness behavior overall significantly at statistic level of 0.05. Finally, the internal factors of moral reasoning and motivation and the external factors of family support, university support, community support and peer support were positive relationship with the students' public consciousness behavior at the 0.01 level of significance.

Keywords : Public Consciousness Behavior, Creating Consciousness, Decision Making of Cloth Bag

บทนำ

ปัจจุบันสังคมมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาและการขยายตัวของชุมชนเมือง การเติบโตของเศรษฐกิจ ส่งผลให้มีการผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์มากมาย โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นพลาสติกอยู่ในประเภทใช้แล้วทิ้ง เพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน พลาสติกมีต้นทุนต่ำ จึงถูกนำมาใช้งานอย่างกว้างขวาง และมีแนวโน้มใช้งานในด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะสะดวกมากกว่าวัสดุอื่น ๆ ทำให้ขยะพลาสติกคงอยู่ในสภาพแวดล้อมก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศ เนื่องจากพลาสติกใช้เวลาในการย่อยสลายนานถึง 450 ปี (สำนักวิชาการ, 2559) รายงานจากองค์กรอนุรักษ์ท้องทะเล (Ocean Conservancy, 2019) ระบุว่า ประเทศไทยคือ 1 ใน 5 ประเทศ ที่ทิ้งขยะพลาสติกลงทะเลมากที่สุดในโลก โดยขยะพลาสติกกว่า 8 ล้านตัน มาจากประเทศจีน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และไทย โดยหากยังไม่มีการแก้ไข จะส่งผลให้สัตว์ทะเลเสี่ยงสูญพันธุ์มากขึ้น เนื่องจากขยะพลาสติกเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สัตว์ทะเลต้องจบชีวิต จากผลการสำรวจของ BLT Bangkok (2562) พบว่าการตายของสัตว์ทะเลเกิดจากการเกี่ยวพันของอวนร้อยละ 20-40 และเกิดจากการกลืนขยะทะเลเข้าไปสะสมอยู่ในระบบทางเดินอาหาร มีสัดส่วนร้อยละ 2-3 โดยในการประชุมผู้นำอาเซียนครั้งที่ 34 มีการกำหนดให้ปัญหาขยะเป็นวาระแห่งชาติ โดยประเทศไทยตั้งเป้าหมายลดขยะทะเลให้ได้อย่างน้อยร้อยละ

50 ภายในปี 2570 นอกจากนี้สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (BLT Bangkok, 2562) ได้มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับสถานการณ์ขยะทะเล ดังนี้ ลดปริมาณขยะพลาสติกที่ต้องนำไปกำจัด เพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มบริการจัดเก็บขยะ แก่ไขผลกระทบที่เกิดจากปัญาขยะทะเลและชายฝั่ง และกำหนดให้มีเขตบริหารจัดการทรัพยากรจังหวัดในทะเล

หนึ่งในแนวทางการลดปริมาณขยะนั้นสามารถเริ่มได้จากการตระหนักถึงปัญหาจากตัวบุคคลเอง หากแต่ในปัจจุบันวิถีชีวิตของคนในสังคมนั้นมีแต่การแข่งขัน มีค่านิยมทางวัตถุสูง เกิดการเอารัดเอาเปรียบ ห่วงประโยชน์ส่วนตนมากกว่าการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม ขาดการพัฒนาทางด้านจิตใจของคน จะเห็นได้ว่าสถานการณ์ของเยาวชนในปัจจุบัน พบว่ามีปัญหาในเรื่องของความรุนแรง การตั้งครร์ที่ไม่พร้อมในวัยรุ่น ยาเสพติด โรคซึมเศร้า ดิตเกม วัตถุนิยม และปัญหาการฆ่าตัวตาย จากปัญหาดังกล่าวทำให้เกิดภาวะขาดสมดุลทั้งทางจิตใจและวัตถุ การมีพฤติกรรมจิตสาธารณะจึงลดน้อยลงทุกวัน ทำให้เยาวชนไม่มีภูมิคุ้มกันในการเลือก ตัดสินใจดำเนินชีวิตอย่างถูกต้อง ดังนั้น องค์กรจากหลายภาคส่วนในประเทศไทยจึงได้หันมาให้ความสำคัญในการพัฒนาคนในเรื่องของจิตสำนึกสาธารณะ โดยเน้นไปที่การสร้างคุณธรรมให้กับคนทุกคน จึงมีการบรรจุเรื่องจิตสาธารณะลงไปแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ตลอดจนนโยบายรัฐบาล กระทรวงศึกษาธิการ และนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ได้เน้นหลักคุณธรรมนำความรู้ โดยกระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศนโยบายเร่งรัดการปฏิรูปการศึกษาให้ยึดคุณธรรมนำความรู้พัฒนาโดยใช้คุณธรรมเป็นพื้นฐานของกระบวนการเรียนรู้ ที่เชื่อมโยงความร่วมมือของสถาบันครอบครัว ชุมชน สถาบันศาสนาและสถาบันการศึกษา โดยมีจุดเน้นเพื่อพัฒนาเยาวชนให้เป็นคนดีมีความรู้และอยู่ดีมีสุข

คณะวิจัยจึงได้เล็งเห็นโอกาสจากปัญหาที่เกิดขึ้น และมีแนวคิดที่จะส่งเสริมนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ได้รับการปลูกจิตสำนึกสาธารณะผ่านการตัดสินใจใช้ถุงผ้าบรรจุสินค้า เพื่อสร้างเสริมความสมดุลของภาวะทางจิตใจ ช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยรอบมหาวิทยาลัยฯ เดินตามนโยบายของภาครัฐ และเป็นส่วนหนึ่งในการลดปัญหาขยะทางทะเลของประเทศต่อไปในระยะยาว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจใช้ถุงผ้าและจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดด้านจิตสำนึกสาธารณะ

ราชบัณฑิตยสถาน (2522) ให้ความหมายของจิตสำนึกทางสังคมหรือจิตสำนึกสาธารณะ คือ การตระหนักรู้และคำนึงถึงส่วนรวมร่วมกัน หรือการคำนึงถึงผู้อื่นที่ร่วมสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกัน สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2542) ให้ความหมายของจิตสำนึกสาธารณะไว้ว่า การรู้จักเอาใจใส่ เป็นธุระ และเข้าร่วมในเรื่องของส่วนรวมที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ มีความสำนึกและยึดมั่นในระบบคุณธรรม และจริยธรรมที่ดีงาม ละอายต่อสิ่งที่ผิด เน้นความเรียบร้อย ประหยัด และมีความสมดุลระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ

เวชพล อ่อนละมัย (2551) ได้ให้ความสำคัญของจิตสำนึกสาธารณะว่า จิตสำนึกสาธารณะเป็นความรับผิดชอบซึ่งเกิดจากภายใน คือความรู้สึกนึกคิด จิตใต้สำนึก ตลอดจนคุณธรรม จริยธรรมซึ่งอยู่ในจิตและส่งผลสู่การกระทำภายนอก ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จะเห็นว่าเกิดจากการขาดจิตสำนึกของคนส่วนรวมในสังคมเป็นสำคัญ เช่น

1. ปัญหายาเสพติด ซึ่งเกิดจากความเห็นแก่ตัวของผู้ชาย ไม่นึกถึงปัญหาที่เกิดขึ้นต่อไปกับสังคม
2. ปัญหามลพิษต่าง ๆ ที่เกิดจากความไม่รับผิดชอบต่อ ชุมชนจิตสำนึก เช่น
 - 2.1 การปล่อยน้ำเสียออกจากโรงงานโดยไม่ผ่านการบำบัด
 - 2.2 การจอดรถโดยไม่ดับเครื่องยนต์ทำให้เกิดควันพิษ โดยเฉพาะในเมือง
 - 2.3 ทิ้งขยะไม่ถูกที่
 - 2.4 ปัญหาเด็กถูกทอดทิ้ง
 - 2.5 การใช้ทางเท้าสาธารณะเพื่อประโยชน์ส่วนตัว โดยไม่คำนึงถึงส่วนรวม
 - 2.6 การทิ้งขยะลงแม่น้ำลำคลองและทางเท้า
 - 2.7 การฉีดยาเสพติดในสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะสุกร ซึ่งมีผลต่อโรคภัยไข้เจ็บในมนุษย์ เช่น

โรคเมะเร็ง เป็นต้น

จิตสาธารณะจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในสังคม เยาวชนต้องให้ความสำคัญและตระหนักในสิ่งต่อไปนี้

1. ความรับผิดชอบต่อตนเอง จิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อตนเอง นับว่าเป็นพื้นฐานต่อความรับผิดชอบต่อสังคม ตัวอย่างความรับผิดชอบต่อตนเอง มีดังนี้
 - 1.1 ตั้งใจศึกษาเล่าเรียนหาความรู้
 - 1.2 รู้จักการออกกำลังกายเพื่อรักษาสุขภาพให้แข็งแรงสมบูรณ์
 - 1.3 มีความประหยัด รู้จักความพอดี
 - 1.4 ประพฤติตัวให้เหมาะสม ละเว้นการกระทำที่ก่อให้เกิดความเสียหาย
 - 1.5 ทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ
 - 1.6 มีความรับผิดชอบต่อตรงต่อเวลา สามารถพึ่งพาตนเองได้
2. ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการช่วยเหลือสังคม ไม่ทำให้ผู้อื่นหรือสังคมเดือดร้อนหรือได้รับความเสียหาย เช่น

2.1 มีความรับผิดชอบต่อครอบครัว เช่น เชื่อฟังพ่อแม่ ช่วยเหลืองานบ้าน ไม่ทำให้พ่อแม่เสียใจ

2.2 มีความรับผิดชอบต่อโรงเรียน ครูอาจารย์ เช่น ตั้งใจเรียน เชื่อฟังคำสั่งสอนของครูอาจารย์ ปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัยของโรงเรียน ช่วยกันรักษาทรัพย์สินสมบัติของโรงเรียน

2.3 มีความรับผิดชอบต่อเพื่อนหรือบุคคลอื่น ๆ เช่น ให้ความช่วยเหลือให้คำแนะนำ ไม่เอา-เปรียบ เคารพสิทธิซึ่งกันและกัน

2.4 มีความรับผิดชอบในฐานะพลเมือง เช่น ปฏิบัติตามกฎหมายของสังคม ปฏิบัติตาม กฎหมาย รักษาทรัพย์สินของส่วนรวม ให้ความร่วมมือต่อสังคมในฐานะพลเมืองให้ความช่วยเหลือผู้อื่น

คุณลักษณะของบุคคลที่มีจิตสำนึกสาธารณะ เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบนั้นจะมีความรับผิดชอบต่อสังคม เคารพกฎหมายกฎเกณฑ์ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ของสังคมโดยรวม และหน่วยงานองค์กรที่ตนเองเป็นสมาชิกสังกัดอยู่โดยพยายามยึดมั่นต่อกฎเกณฑ์ และกฎหมายอย่างเคร่งครัดพยายามหลีกเลี่ยงการละเมิดให้น้อยที่สุดด้วยการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีคุณธรรมและจริยธรรม บุคคลที่มีจิตสำนึกสาธารณะสูงนั้น แม้แต่การทิ้งเศษขยะ หรือขับรถผิดกฎจราจรยังไม่กล้าที่จะกระทำเพราะรู้สึกอายแก่ใจ นอกเหนือจากนั้นเมื่อประสบพบเจออะไรที่ผิดปกติ ผิดระเบียบ ผิดกฎหมายก็จะแจ้งความทันที ส่วนบุคคลที่ไร้จิตสำนึกสาธารณะจะมีวิถีชีวิตดำรงชีพมักง่าย สะเพร่าเอาตัวรอดโดยไม่คิดถึงถึงความเสียหายที่จะเกิดขึ้นแก่ผู้คน (ไชยา ยัมวิไล, 2550)

ระดับของจิตสำนึกสาธารณะ ใจสคราญ หิรัญพฤกษ์ และคณะ (2544) ได้กล่าวถึงการแบ่งจิตสำนึกสาธารณะ ออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. จิตสำนึกสาธารณะระดับครอบครัว ได้แก่ ความพื่อพอกิน ความสัมพันธ์ระหว่างญาติพี่น้อง ความขยัน มีที่อยู่อาศัย มีที่ทำกิน และการแบ่งความรับผิดชอบ

2. จิตสำนึกสาธารณะระดับหมู่บ้าน ได้แก่ คนดี ความดี การแบ่งปัน การอาศัยไหว้วาน การช่วยเหลือเกื้อกูล และการแลกเปลี่ยนข่าวสาร

3. จิตสำนึกสาธารณะระดับสังคม ได้แก่ ความร่วมมือ ร่วมใจ สามัคคี การมีส่วนร่วมทางสังคม งานบุญ งานประเพณี และปฏิบัติตามโครงการต่าง ๆ

องค์ประกอบของจิตสำนึกสาธารณะ ประกอบด้วย 3 ด้านหลัก ๆ ได้แก่ (สมพงษ์ สิงหพล, 2542)

1. จิตสำนึกเกี่ยวกับตนเอง (Self-Consciousness) เป็นจิตสำนึกเพื่อพัฒนาตนเอง ทำให้ตนเองเป็นบุคคลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น จิตสำนึกด้านนี้การศึกษาไทยมุ่งเน้นปลูกฝังมานาน เกิดบ้างไม่เกิดบ้าง ไปตามสภาพการณ์เป็นจิตสำนึกแบบคลาสสิกที่ทุกสังคมพยายามเหมือนกันที่จะสร้างให้เกิดขึ้นให้ได้ เช่น ความขยัน ความรับผิดชอบ ความมานะอดทน เป็นต้น เป็นจิตสำนึกที่ถูกปลูกฝังและมีมานานตามสภาพสังคมไทย

2. จิตสำนึกเกี่ยวกับผู้อื่น (Others Oriented Consciousness) เป็นจิตสำนึกของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของคนในกลุ่มชนหนึ่ง สังคมหนึ่ง เช่น ความเห็นอกเห็นใจ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความสามัคคี เป็นต้น เป็นจิตสำนึกที่คนไทยส่วนใหญ่ถูกหล่อหลอมมาจากพื้นฐานดั้งเดิมของวัฒนธรรมไทยอยู่แล้วสร้างกันได้ไม่ยากนัก

3. จิตสำนึกเกี่ยวกับสังคม หรือจิตสำนึกสาธารณะ (Social or Public Consciousness) เป็นจิตสำนึกที่ตระหนักถึงความสำคัญในการอยู่ร่วมกัน หรือคำนึงถึงผู้อื่นที่ร่วมความสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกัน เช่น จิตสำนึกด้านเศรษฐกิจ จิตสำนึกด้านการเมือง จิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม จิตสำนึกด้านสุขภาพ เป็นต้น

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะ นวรินทร์ ตาก้อนทอง (2553) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำนึกของบุคคล มี 2 ประเภท ได้แก่

1. ปัจจัยที่เป็นส่วนประกอบภายใน เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลที่ทำให้ความสำนึกของบุคคลแตกต่างกัน เช่น ลักษณะทางกายภาพ ความสามารถทั่วไป สมรรถภาพและผลงาน ภาวะทางอารมณ์ ค่านิยมส่วนบุคคล ความปรารถนา และเพศ

2. ปัจจัยที่เป็นส่วนประกอบภายนอก เป็นลักษณะสภาพแวดล้อมภายนอกที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์ด้วย และจะส่งผลในการเกิดจิตสำนึกในแต่ละคนให้แตกต่างกัน เช่น ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว โรงเรียน และการศึกษา สถานภาพทางสังคม และกลุ่มเพื่อน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อ้อมใจ วงษ์มณฑา (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ พบว่า ระดับจิตสาธารณะของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนจากครอบครัว การสนับสนุนจากอาจารย์และเพื่อน การเรียนรู้ด้วยตนเองและเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก

ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร และคณะ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตอาสาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่า จิตอาสาของนักศึกษาอยู่ในระดับสูง มีเจตคติต่อจิตอาสาอยู่ในระดับดี แรงจูงใจในการทำกิจกรรมจิตอาสาอยู่ในระดับสูง และการได้รับการสนับสนุนทางสังคมอยู่ในระดับสูงเช่นกัน ปัจจัยด้านบุคคลทุกตัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับจิตอาสาของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของจิตอาสาได้ ร้อยละ 48.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยแรงจูงใจในการทำกิจกรรมจิตอาสา มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์สูงสุด รองลงมา คือ การได้รับการสนับสนุนทางสังคมและเจตคติต่อจิตอาสา ตามลำดับ

อริยา คูหา และสุวิมล นราองอาจ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง จิตสาธารณะและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี พบว่า จิตสาธารณะของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี อยู่ในระดับมาก มีรูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มก้าวหน้าและกลุ่มวิชาชีพมากที่สุด และน้อยที่สุด กลุ่มเก็บตัว ส่วนจิตสาธารณะและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

วิเชียร อินทรสมพันธ์ (2554) ได้ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนิสิตมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา พบว่า 1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนิสิตมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2. นิสิตมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ร้อยละ 85.83 มีระดับจิตสาธารณะอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 10.17 อยู่ในระดับมาก และร้อยละ 4.00 อยู่ในระดับน้อย 3. ปัจจัยกับจิตสาธารณะของนิสิตมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.01 4. ปัจจัยภายในด้านอัตมโนทัศน์ การเห็นคุณค่าในตนเอง และปัจจัยภายนอกด้านการสนับสนุนจากครอบครัว การสนับสนุนจากอาจารย์ และเพื่อน การเรียนรู้ด้วยตนเองและร่วมกับผู้อื่น สามารถร่วมกันทำนายนิจิตสาธารณะของนิสิตมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาได้ร้อยละ 47.10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

วิธีดำเนินงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ จำนวน 19,139 คน และใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยผู้วิจัยจะทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยสูตรของทาร์ยามาเน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่คณะวิจัย ได้พัฒนาจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ประกอบไปด้วยคำถามประเภทต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการวัดพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษา มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของ Likert Scale เป็นการวัด ประกอบด้วย 5 ระดับ และส่วนที่ 3 แบบสอบถามการวัดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษา ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) แบ่งปัจจัยเป็น 2 ลักษณะ คือ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของ Likert Scale เป็นการวัด ประกอบด้วย 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม วิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่า t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffé และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Pearson (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการสร้างจิตสำนึกสาธารณะจากการตัดสินใจใช้ถุงผ้าของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ คณะผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.25 เป็นเพศชาย จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 ซึ่งมาจากวิทยาลัยนานาชาติมากที่สุด ร้อยละ 39.50 และส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 45.50

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมจำสำนึกสาธารณะ

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะเมื่อรับประทานอาหารเสร็จเรียบร้อยแล้วจะนำภาชนะที่รับประทานไปเก็บในที่ที่จัดไว้ จะเข้าแถวตามลำดับในการซื้ออาหารและหากพบก๊อกน้ำเปิดทิ้งไว้หรือปิดไม่สนิท ข้าพเจ้าจะเข้าไปปิดก๊อกน้ำให้สนิททันที อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59, 4.39 และ 4.32 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะโดยจะเปิดปิดประตูห้องเรียนด้วยความระมัดระวัง จะแบ่งปันอุปกรณ์การเรียนให้แก่เพื่อนที่ไม่มีอุปกรณ์การเรียนใช้ จะอ่านหนังสือของห้องสมุดอย่างระมัดระวังและเก็บหนังสือไว้ในที่ที่จัดไว้เมื่ออ่านเสร็จแล้ว หากนำโต๊ะเก้าอี้ของห้องเรียนไปใช้ในการทำกิจกรรมเมื่อเสร็จงานแล้วจะนำไปเก็บที่เดิม จะสลับที่นั่งบนรถประจำทางให้แก่เด็ก คนพิการ สตรีมีครรภ์และผู้สูงอายุ จะช่วยเหลืออาจารย์แกล่เพื่อนโดยไม่หวังผลตอบแทน จะไม่ขีดเขียนโต๊ะเก้าอี้หรือผนังห้องเรียน หากมีการเลือกตั้งในคณะจะไปใช้สิทธิ์เลือกตั้ง จะแต่งกายถูกระเบียบของมหาวิทยาลัย หลังเวลาเลิกเรียนจะไปช่วยบิดามารดาทำงานบ้าน สนใจปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในครอบครัว สังคม หรือชุมชน จะแบ่งหนังสือให้เพื่อน ๆ อ่าน จะบริจาคเงินหรือสิ่งของเพื่อช่วยเหลือคนที่เดือดร้อน จะให้คำปรึกษาเพื่อนเกี่ยวกับปัญหาการเรียน จะช่วยดูแลรักษาความสะอาดของห้องเรียน จะให้คำแนะนำแก่เพื่อนที่ทำผิดให้ปฏิบัติตนถูกต้อง จะช่วยเหลือเพื่อนทำงานส่วนรวมให้เสร็จก่อนทำงานส่วนตัว จะช่วยดูแลรักษาความสะอาดของห้องน้ำ หากพบคนตาบอดต้องการข้ามถนนจะพาข้ามอย่างปลอดภัยและจะร่วมมือกับเพื่อน ๆ คัดกิจกรรมเพื่อเพื่อนมีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคมส่วนรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15, 4.15, 4.12, 4.11, 4.07, 4.04, 4.03, 4.01, 3.96, 3.87, 3.80, 3.76, 3.75, 3.75, 3.73, 3.73, 3.72, 3.70, 3.57, 3.52 และ 3.48 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยรวมที่มีอิทธิพลต่อจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษา

ปัจจัย	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ปัจจัยภายใน	4.26	0.523	มากที่สุด
ด้านเหตุผลเชิงจริยธรรม	4.49	0.464	มากที่สุด
ด้านแรงจูงใจ	4.03	0.582	มาก
ปัจจัยภายนอก	3.91	0.661	มาก
ด้านการสนับสนุนจากครอบครัว	4.24	0.546	มากที่สุด
ด้านการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย	3.91	0.644	มาก
ด้านการสนับสนุนจากชุมชน	3.65	0.780	มาก
ด้านการสนับสนุนจากเพื่อน	3.84	0.672	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยภายในมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยภายในด้านเหตุผลเชิงจริยธรรมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ส่วนปัจจัยภายในด้านแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 สำหรับปัจจัยภายนอกด้านการสนับสนุนจากครอบครัวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ส่วนปัจจัยภายนอกด้านการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย ด้านการสนับสนุนจากชุมชน และด้านการสนับสนุนจากเพื่อน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91, 3.84 และ 3.65 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

งานวิจัยนี้มีสมมติฐานทั้งหมด 5 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักศึกษาที่มีเพศที่ต่างกัน มีพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะแตกต่างกัน

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะ จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะ	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
พฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะโดยภาพรวม	3.81	0.404	3.74	0.413	1.032	0.303

ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่าเพศกับพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะโดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 นักศึกษาที่อยู่คณะแตกต่างกัน มีพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะแตกต่างกัน

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะ จำแนกตามคณะ

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	P
ระหว่างกลุ่ม	.532	12	.266	1.581	0.208
ภายในกลุ่ม	38.188	387	.168		
รวม	38.720	399			

ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่า คณะกับพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะโดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 นักศึกษาที่มีชั้นปีที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะ จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	P
ระหว่างกลุ่ม	.421	14	.140	.829	0.479
ภายในกลุ่ม	38.299	385	.169		
รวม	38.720	399			

ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่า ชั้นปีที่ศึกษากับพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะโดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยภายในมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษา

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในกับพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษา

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
ปัจจัยภายใน	
- ด้านเหตุผลเชิงจริยธรรม	.352**
- ด้านแรงจูงใจ	.389**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 5 สรุปได้ว่า ปัจจัยภายในด้านเหตุผลเชิงจริยธรรม และด้านแรงจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = .352$ และ $.389$ ตามลำดับ)

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษา

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกกับพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษา

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
ปัจจัยภายนอก	
- ด้านการสนับสนุนจากครอบครัว	.348**
- ด้านการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย	.396**
- ด้านการสนับสนุนจากชุมชน	.323**
- ด้านการสนับสนุนจากเพื่อน	.484**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 6 สรุปได้ว่า ปัจจัยภายนอกด้านการสนับสนุนจากครอบครัว ด้านการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย ด้านการสนับสนุนจากชุมชน และด้านการสนับสนุนจากเพื่อน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = .348, .396, .323$ และ $.484$ ตามลำดับ)

อภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะโดยรวมอยู่ในระดับมาก เพื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมจิตสาธารณะเมื่อรับประทานอาหารเช้าเรียบร้อยแล้วจะนำภาชนะที่รับประทานไปเก็บในที่ที่จัดไว้ จะเข้าแถวตามลำดับในการซื้ออาหาร และหากพบก๊อกน้ำเปิดทิ้งไว้หรือปิดไม่สนิทจะเข้าไปปิดก๊อกน้ำให้สนิททันที อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของอ้อมใจ วงษ์มณฑา (2552) ซึ่งทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ พบว่า ระดับจิตสาธารณะของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่างานวิจัยของ อริยา คูหา และสุวิมล นราองอาจ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง จิตสาธารณะและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับงานวิจัยของปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร และคณะ (2553) ที่ได้ดำเนินการวิจัยเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตอาสาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่า จิตอาสาของนักศึกษาอยู่ในระดับสูง มีเจตคติต่อจิตอาสาอยู่ในระดับดี

ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่านักศึกษามีพฤติกรรมจิตสาธารณะโดยรวมอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นถึงระบบการศึกษา การปลูกฝังเยาวชนของประเทศไทยในเชิงคุณธรรม จริยธรรม ที่ยังนับได้ว่าประสบความสำเร็จ เพราะหากประเทศมุ่งสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีแค่ความเป็นเลิศทางด้านวิชาการความรู้ แต่ขาดซึ่งความมีจิตสำนึกสาธารณะก็คงไม่อาจพัฒนาประเทศชาติไปได้อย่างแท้จริง หากทุกภาคส่วนและทุกฝ่ายที่มีส่วนร่วมได้ให้ความสำคัญและสนับสนุนการปลูกฝังและพัฒนาความมีจิตสำนึกสาธารณะอย่างเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ย่อมจะส่งผลให้อนาคตของชาติที่จะก้าวไปในโลกแห่งการเปลี่ยนแปลงจะนำพาประเทศให้เจริญรุ่งเรืองอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ในส่วนของปัจจัยภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อจิตสำนึกสาธารณะโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยภายในด้านเหตุผลเชิงจริยธรรมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก สำหรับปัจจัยภายนอกด้านการสนับสนุนจากครอบครัวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยภายนอกด้านการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย ซึ่งมีตัวชี้วัดย่อยในเรื่องการสนับสนุนให้นักศึกษาใช้ถุงผ้า นั้น มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับการสนับสนุนจากเพื่อน และการสนับสนุนจากชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของอ้อมใจ วงษ์มณฑา (2552) ซึ่งทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ การสนับสนุนจากครอบครัว การสนับสนุนจากอาจารย์และเพื่อน การเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้ร่วมกับผู้อื่น เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิเชียร อินทรสมพันธ์ (2554)

ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนิสิตมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านอัตมโนทัศน์ การเห็นคุณค่าในตนเอง และปัจจัยภายนอกด้านการสนับสนุนจากครอบครัว การสนับสนุนจากอาจารย์และเพื่อน การเรียนรู้ด้วยตนเองและร่วมกับผู้อื่น สามารถร่วมกันทำนายจิตสาธารณะของนิสิตมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาได้ร้อยละ 47.10 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการวิจัยดังกล่าว สามารถระบุได้ว่าปัจจัยภายในด้านเหตุผลเชิงจริยธรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษา แสดงให้เห็นถึงการที่นักศึกษาเป็นบุคคลที่มีเหตุผลเชิงจริยธรรมมากขึ้นเท่าใดย่อมส่งผลให้นักศึกษามีพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย การใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมจะมีการพัฒนาในระดับที่สูงขึ้นได้ต้องอาศัยระดับสติปัญญา และวุฒิภาวะทางอารมณ์ของบุคคลเป็นสำคัญ ในส่วนของปัจจัยภายนอกด้านการสนับสนุนจากครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษา กล่าวคือ นักศึกษาที่ได้รับการถ่ายทอดจิตสาธารณะจากครอบครัวสูง ย่อมส่งผลให้เกิดพฤติกรรมจิตสาธารณะสูงด้วย เนื่องจากครอบครัวนับเป็นจุดเริ่มต้นแรกในการทำหน้าที่ถ่ายทอดพฤติกรรมทางสังคมผ่านการอบรมเลี้ยงดู จะมีผลต่อพัฒนาการหลาย ๆ ด้านของนักศึกษา ทั้งด้านอารมณ์และจิตใจ ได้รับความรัก ความอบอุ่น ความเอาใจใส่ และกำลังใจในการทำงาน เมื่อนักศึกษาได้รับการหล่อหลอมปลูกฝังภายใต้สถาบันครอบครัวที่เป็นแบบอย่างที่ดีย่อมส่งผลให้นักศึกษามีทิศทางที่มีจิตสำนึกสาธารณะที่ดีด้วยเช่นกัน

ปัจจัยภายนอกด้านการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการศึกษาในครั้งนี้ มี ความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ กล่าวคือ นักศึกษาที่ได้รับการสนับสนุนในการทำกิจกรรมจากมหาวิทยาลัยสูง มหาวิทยาลัยมีการสนับสนุนให้นักศึกษาใช้ถุงผ้า อาจารย์มีการชี้ให้เห็นและแนะนำว่าการเสียสละต่อผู้อื่นเป็นสิ่งที่ควรปฏิบัติ รวมถึงกล่าวชมเชย นักศึกษาทำความดีเพื่อสังคม ย่อมส่งผลให้นักศึกษาเกิดพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะที่สูงขึ้นด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากสถาบันมหาวิทยาลัยถือเป็นหน่วยงานทางการศึกษาที่มีหน้าที่ในการอบรม บ่มเพาะ ปลูกฝังความรู้ และส่งเสริมด้านอารมณ์ จิตใจ และคุณธรรมจริยธรรมให้กับนักศึกษา ตลอดจนการจัดสิ่งแวดล้อมที่จะปลูกฝังนิสัยแห่งพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะ ดังนั้น หากมหาวิทยาลัยมีการเชื่อมโยงสถาบันทางสังคมต่าง ๆ ให้ร่วมมือช่วยกันในการจัดโครงการที่ช่วยพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมให้แก่ศึกษามากขึ้น เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้ถึงคุณธรรมที่ถูกต้อง และสามารถนำมาเป็นแนวทางปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้ โดยคำนึงถึงความสนใจของนักศึกษาร่วมด้วย ย่อมส่งผลให้นักศึกษาเกิดพฤติกรรมจิตสำนึกสาธารณะมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการเสริมสร้างความตระหนักและจิตสำนึกให้แก่นักศึกษาในการรับผิดชอบต่อสังคมส่วนร่วม ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการเป็นสมาชิกของสังคม อันเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติต่อไปในอนาคต

2. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการเรียนการสอนด้านคุณธรรม จริยธรรม การมีจิตอาสา ของคณะต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป

3. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนการจัดกิจกรรมในระดับมหาวิทยาลัย หรือรณรงค์ให้นักศึกษาของมหาวิทยาลัยมีจิตสาธารณะเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ใจสะคราญ หิรัญพุกษ์ และคณะ. (2544). การปลูกฝังคุณค่าของ “จิตสำนึกพอเพียงและยั่งยืน” เพื่อการพัฒนาสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม แบบยั่งยืน สมดุล และเป็นธรรม. รายงานผลการวิจัยประจำปี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไชยา ยิ้มวิไล. (27 เมษายน 2550). *สำนึกสาธารณะ*. มติชนสุดสัปดาห์.
- นวรินทร์ ตาก้อนทอง. (2553). *จิตสาธารณะ: คุณลักษณะของเด็กไทยที่พึงประสงค์*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร และคณะ. (2553). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตอาสาของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. *วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์*. 3(1): 9-16.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2522). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิต 2525*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พิมพ์ลักษณ์.
- วิเชียร อินทรสมพันธ์. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนิสิตมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. *วารสารครุศาสตร์*. 6(2): 19-25.
- เวชพล อ่อนละมัย. (2551). *หน่วยที่ 8 จิตสาธารณะ*. สืบค้นจาก <http://www.kasetyaso.ac.th/thai%20culture/09.pdf>
- สมพงษ์ สิงหะพล. (2542). ต้องสอนให้เกิดจิตสำนึกใหม่. *สัปดาห์สาร*. 13(27): 15-16.
- สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ. (2542). *วาระการวิจัยแห่งชาติในภาวะวิกฤตเพื่อฟื้นฟูชาติ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานฯ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม.
- สำนักวิชาการ. (2559). *สถานการณ์การใช้ถุงพลาสติก*. สืบค้นจาก https://library2.parliament.go.th/ejournal/content_af/2559/feb2559-7.pdf
- อริยา คูหา และสุวิมล นราองอาจ. (2553). จิตสาธารณะและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*. 3(2): 81.
- อ้อมใจ วงษ์มณฑา. (2552). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- BLT Bangkok. (15 สิงหาคม 2562). *ประเทศไทยติด 1 ใน 5 ที่ขยะพลาสติกกลบทะเลมากที่สุดในโลก*. สืบค้นจาก <https://www.bltbangkok.com/CoverStory/ขยะพลาสติก-ทะเลไทย-สัตว์ทะเล-สัตว์สงวน-ถุงพลาสติก-ขวด-เครื่องมือประมง>

Ocean Conservancy. (2019). *Ocean Conservancy Report Shows Recycled Content Standards and Extended Producer Responsibility Schemes Can Bridge Plastic Collection Financing Gap*. Retrieved from <https://en.prnasia.com/releases/apac/ocean-conservancy-report-shows-recycled-content-standards-and-extended-producer-responsibility-schemes-can-bridge-plastic-collection-financing-gap-261991.shtml>

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่

Guidelines for the Management of Ban Tham Suea Village Ao Luek Tai Subdistrict, Ao Luek District, Krabi Province

Received 10 March 2022

Revised 14 March 2022

Accepted 25 April 2022

ชลิต ฉะบับพิมาย และพีรวิชญ์ สิงขลาคะ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

Chalit Chiabphimai and Peravich Singkhala

Rajamangala University of Technology Srivijaya

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพเชิงปรากฏการณ์วิทยานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สภาพการณ์การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ และ 2) เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ ตำรา บทความ เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสนทนากลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน และการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ข้อมูลใช้หลักการอุปมาน สำหรับความเที่ยงตรงของข้อมูลใช้ 2 เทคนิค คือ การใช้เทคนิคสามเส้าแบบวิธีการที่แตกต่างและการใช้เทคนิคสามเส้าของผู้ให้ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการณ์การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ ได้แก่ 1.1) จุดเด่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น กิจกรรมทางการท่องเที่ยว การบริการอาหารและของที่ระลึกที่นำเสนออัตลักษณ์ของชุมชน โดยการเชื่อมโยงเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อนำเสนอขายเป็นแพ็คเกจแก่นักท่องเที่ยว 1.2) จุดด้อย การตกแต่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติถ้ำเสือน้อยไม่สอดคล้องตามหลักสถาปัตยกรรมแบบที่ยั่งยืน และการออกแบบสถาปัตยกรรมของที่พักรังที่ไม่สอดคล้องตามหลักอารยสถาปัตย์เพื่อรองรับคนทั้งมวล 1.3) โอกาสความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชนต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกยิ่งขึ้น 1.4) อุปสรรค สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19) และปรากฏการณ์ทางธรรมชาติส่งผลต่อข้อจำกัดในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวบางประเภท และ 2) แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ ได้แก่ 2.1) แนวทางการจัดการคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว 2.2) แนวทางการจัดการโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก 2.3) แนวทางการจัดการบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: แนวทางการจัดการการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวชุมชน, ชุมชนบ้านถ้ำเสือ

Abstract

This phenomenological qualitative research aimed 1) to study the circumstance of community-based tourism management at Tham Suea village Ao Luek Tai subdistrict, Ao Luek district, Krabi province 2) to present guidelines for the management of Tham Suea village Ao Luek Tai subdistrict, Ao Luek district, Krabi province. The data collecting was sought by the documents, textbooks, articles, e-documents related as well as focus group conducted with those involved at tourist attractions in the community and experts in tourism. The content analysis was employed to analyze the data. The finding showed that 1) in the aspect of strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) in the circumstance of community-based tourism management at Tham Suea village Ao Luek Tai subdistrict, Ao Luek district, Krabi province 2) Guideline for the management of Tham Suea village Ao Luek Tai subdistrict, Ao Luek district, Krabi province as follow: 2.1) guideline for the management of tourist attractions, products and services 2.2) guideline for the management of supporting infrastructure and amenities and 2.3) guideline for the management of tourism human capital's potential.

Keywords: Guideline for the Management, Community-based Tourism, Tham Suea Village

บทนำ

สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่อยู่ตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา แม่น้ำ ทะเล เกาะ ฯลฯ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี นับเป็นสิ่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว (ปราโมชน์ รอดจรัส, 2562: 81) ในจังหวัดผังอันดามันนับเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่มีลักษณะเฉพาะและความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน ทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความหลากหลายสามารถดึงดูดตลาดนักท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าศึกษาหาความรู้ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ทั้งสภาพเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี (แอนนา สำราญ วราภรณ์ เทพสัมฤทธิ์พร และอนก เหล่าธรรมทัศน์, 2562) จังหวัดกระบี่เป็นหนึ่งในจังหวัดผังอันดามันที่มีการท่องเที่ยวเป็นกระแสหลักและสร้างรายได้หลักของจังหวัด เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนที่สร้างประสบการณ์การเรียนรู้วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้อย่างหลากหลายทุกมิติของการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านถ้ำเสือเป็นต้นแบบชุมชนท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ที่มีความพร้อมทุกด้าน เช่น ทรัพยากรภายในชุมชนที่โดดเด่น สถานที่พัก ผู้นำชุมชนและการบริหารจัดการที่ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่, 2561) ทั้งนี้ จากการสำรวจความประทับใจของนักท่องเที่ยวต่อชุมชนบ้านถ้ำเสือ พบว่า นักท่องเที่ยวไม่ประทับใจในด้านการรบกวนของแมลงและยุง ระบบ

ไฟฟ้าไร้ปริดาโฮมสเตย์ขัดข้องบ่อยครั้งเมื่อเกิดฝนตก รวมถึงยังต้องพัฒนาป้ายบอกทิศทางไปยังท่าเรือต้นมะขาม ซึ่งเป็นจุดลงเรือเพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวหาดโคลนร้อนให้มีความชัดเจน รวมทั้งเพิ่มสาธารณูปโภคสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณท่าเรือมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังต้องปรับปรุงคุณภาพระบบน้ำประปาและเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน (อรอนงค์ เฌียบแหลม และจันทิรา รัตนรัตน์, 2562)

ถึงแม้ว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านการท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากมีทรัพยากรพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวหลากหลาย แต่จากการสำรวจสถานภาพของแหล่งท่องเที่ยวพบว่าแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมที่ต้องเร่งพัฒนาเพื่อให้เป็นที่พึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ผ่านมายังไม่บรรลุวัตถุประสงค์และก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งสาเหตุหนึ่งมาจากการขาดองค์ความรู้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของผู้รับผิดชอบดูแล ทำให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวทั้งด้านความเสื่อมโทรมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสม (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) การพัฒนาที่ปราศจากการวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวที่ดีสามารถนำมาซึ่งผลกระทบด้านลบต่อชุมชนและสภาพแวดล้อม (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, มปป.) ดังนั้น ความสมดุลและเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม จึงเป็นจุดหมายของการพัฒนาที่ทำให้ประชาชนอยู่ดีมีสุขตลอดไป (จินตวีร์ เกษมสุข, 2557)

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้นจึงมีความสำคัญในการวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภอลำเลียง จังหวัดกระบี่ เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่หลากหลายและแตกต่างกันตามลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคล อีกทั้งเป็นการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้ชุมชนบ้านถ้ำเสือเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ นำไปสู่ผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภอลำเลียง จังหวัดกระบี่
2. เพื่อนำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภอลำเลียง จังหวัดกระบี่

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบถึงสภาพการณ์การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภอลำเลียง จังหวัดกระบี่ โดยใช้ข้อมูลดังกล่าวนี้ในการนำเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยว
2. ได้แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภอลำเลียง จังหวัดกระบี่ โดยเป็นแนวทางในการยกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวตามกรอบแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว ประยุกต์จากแนวคิดของ Buhalis (2000) ระบุว่ากรอบแนวคิดในการวิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมถึงกิจกรรมพิเศษ 2) เส้นทางคมนาคมและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ ระบบการขนส่ง เส้นทางสถานี และยานพาหนะ 3) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้าปลีก ร้านของฝากและของที่ระลึก และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 4) แพคเกจที่พร้อมเสนอขาย (Available packages) ได้แก่ โปรแกรมการท่องเที่ยว 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ได้แก่ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวกระทำระหว่างท่องเที่ยว 6) บริการเสริมในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ได้แก่ ธนาคาร ไปรษณีย์ โรงพยาบาล เป็นต้น

2. แนวคิด SWOT analysis ประยุกต์จากแนวคิดของเอกชัย บุญยาพิษฐาน (2553) ระบุว่า การวิเคราะห์ SWOT เข้าไปเกี่ยวข้องในการบริหารเชิงกลยุทธ์ของชุมชนโดยชุมชนนำกลยุทธ์มาใช้เพื่อประโยชน์ทางการแข่งขันหรือหาช่องทางในการทำธุรกิจ โดยใช้เป็นกรอบในการเดินสู่เป้าหมายของการบริหารจัดการ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ประกอบด้วย 1) S มาจากคำว่า Strengths หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยอันเป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายใน โดยชุมชนจะต้องใช้จุดนี้ให้เกิดประโยชน์ 2) W มาจากคำว่า Weaknesses หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายในเป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ชุมชนจะต้องหาวิธีแก้ไขปัญหานั้น 3) O มาจากคำว่า Opportunities หมายถึง โอกาส ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกอันเป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกของชุมชนเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริม โดยชุมชนต้องแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ และ 4) T มาจากคำว่า Threats หมายถึง อุปสรรคซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกอันเป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ชุมชนต้องพยายามจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ได้

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาโดยใช้กระบวนการวิธีเชิงคุณภาพเชิงปรากฏการณ์วิทยา ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาข้อมูลหัตถ์จากเอกสารและศึกษาข้อมูลปฐมภูมิจากการสนทนากลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิจัย ประกอบไปด้วยกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย เครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

1. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ได้แก่ ผู้นำทางการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม ผู้ประกอบการธุรกิจสปา จำนวน 6 คน
2. ผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวศึกษา (Tourism Studies) และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอกทางการท่องเที่ยว จำนวน 6 คน

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเพื่อการสนทนากลุ่มที่มีการวางแผนและกำหนดแนวคำถามหรือกรอบคำถามไว้พอประมาณ ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การศึกษาเอกสารและการสนทนากลุ่ม โดยมีขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นตอนการศึกษาเอกสาร โดยเก็บข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษาหนังสือ ตำรา เอกสาร บทความ งานวิจัย และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวและแนวคิดการวิเคราะห์ SWOT เพื่อให้มีความรู้จากแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ 2) ขั้นตอนการสนทนากลุ่ม โดยเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการสนทนากลุ่มจากแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อศึกษาสภาพการณ์การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ได้แก่ ผู้นำทางการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม ผู้ประกอบการธุรกิจสปา จำนวน 6 คน และ 3) ขั้นตอนการสนทนากลุ่ม โดยเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการสนทนากลุ่มเพื่อรองรับผลการเสนอแนะแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่กับผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยว จำนวน 6 คน ตามแนวคิดของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สำนักงาน สกว. อ้างถึงในพิเชษฐ์ วงศ์เกียรติขจร (2559) ระบุว่าผู้เข้าร่วมในการสนทนาในแต่ละกลุ่มประมาณ 6-10 คน ซึ่งเลือกมาจากประชากรเป้าหมายที่กำหนดเอาไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ผลข้อมูลวิจัยใช้หลักการอุปมาน โดยอาศัยการวิเคราะห์และสังเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่ออธิบายผลที่เกิดขึ้น วิเคราะห์โดยแยกแยะจัดข้อมูลเข้าหมวดหมู่ ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์และจุดเด่นหรือจุดที่สำคัญของข้อมูล ส่วนการสังเคราะห์ ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลจำนวนสองสิ่งขึ้นไปมาทำการตีความและแปรผลเพื่อให้ข้อมูลเกิดความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับแนวคิดและทฤษฎี การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาโดยการวิเคราะห์เพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงของข้อมูลตามแนวคิดของ Denzin (1978) คือการใช้เทคนิคสามเส้าแบบวิธีการที่แตกต่างและการใช้เทคนิคสามเส้าของผู้ให้ข้อมูล

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 สภาพการณ์การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์โดยใช้แนวคิด SWOT Analysis เอกชัย บุญยาธิษฐาน (2553) ร่วมกับแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวของ Buhalis (2000) ดังปรากฏในตารางที่ 1-4

ตารางที่ 1 จุดเด่นของการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่

SWOT Analysis	องค์ประกอบการท่องเที่ยว
จุดเด่น (Strengths)	สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) - ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ถ้ำผีหัวโต ปรากฏภาพเขียนสีบริเวณเพดานถ้ำและผนังถ้ำสมัยยุคก่อนประวัติศาสตร์ โดยสันนิษฐานว่ามีอายุราวประมาณ 2,000-3,000 ปี ถ้ำลอด ปรากฏหินงอกหินย้อยภายในถ้ำที่มีรูปร่างต่าง ๆ อาทิ รูปนางเงือก โดยมีโพรงถ้ำที่สามารถทะลุออกถึงกันได้สองฝั่ง ถ้ำเสือน้อย ปรากฏภาพชะดินเผาและภายในถ้ำโดยสันนิษฐานเป็นแหล่งอาศัยของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ อีกทั้งปรากฏหินงอกหินย้อยที่มีรูปร่างต่าง ๆ อาทิ รูปเสือ รวมถึงถ้ำอื่น ๆ อีก เช่น ถ้ำเทพนิมิตร์ ถ้ำนางฟ้า เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีน้ำผุดปรบมือ แอ่งน้ำที่มีแรงดันผุดขึ้นมาจากใต้พื้นโลกอยู่ตลอดเวลา และหาดทรายร้อน หาดหินที่มีความร้อนระอุจากใต้ดินจนกลายเป็นไอร้อนลักษณะเป็นม่านควันในช่วงเช้า - ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ ฐานเรียนรู้ต่าง ๆ เช่น โชนท่องเที่ยวถ้ำเสือใน เป็นพื้นที่สำหรับศึกษาข้อมูลบริบทของชุมชน โชนท่องเที่ยวท่าไร่ ศูนย์เศรษฐกิจพอเพียงและสัมผัสวิถีชีวิต ภูมิปัญญาของชุมชน โชนท่องเที่ยวต้นมะขาม เป็นพื้นที่เส้นทางสัมผัสธรรมชาติคลองมะรุ่ย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเขาวงกตซาฟารี แหล่งนันทนาการกลางแจ้งแห่งเดียวในจังหวัดกระบี่ - กิจกรรมพิเศษ ประเพณีแข่งเรือยาว 14 ฝีพายประจำปี ในงานประเพณีลอยกระทง เส้นทางคมนาคมและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) - ด้านระบบการขนส่ง นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยการเดินทางทางอากาศ ทางทางบก และทางน้ำ - ด้านเส้นทาง นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมนันทนาการหลากหลายเพื่อให้สอดคล้องตามความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม รวมทั้งนำเสนอเส้นทางคมนาคมผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น คู่มือท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดกระบี่ แผ่นพับ เป็นต้น - ด้านสถานี นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยเดินทางมายังท่าอากาศยานนานาชาติกระบี่ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดกระบี่ และท่าเรือภายในชุมชน - ด้านยานพาหนะ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยเครื่องบิน เรือหัวโทง รถสองแถว รถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง เป็นต้น

ตารางที่ 1 (ต่อ)

SWOT Analysis	องค์ประกอบการท่องเที่ยว
จุดเด่น (Strengths)	สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) - ด้านที่พัก อาทิ ไร่ปรีดาโฮมสเตย์ ธุรกิจที่พักแรมที่อำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมนันทนาการและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) - ด้านร้านอาหาร เช่น แพฟกักรักเลบริการอาหารทะเล ไร่ปรีดาโฮมสเตย์บริการอาหารท้องถิ่น เป็นต้น - ด้านร้านค้าปลีก อาทิ ร้านสะดวกซื้อ - ด้านร้านของฝากและของที่ระลึก ได้แก่ ศูนย์โอท็อป (OTOP) เพื่อการท่องเที่ยวทำต้นมะขาม ไร่ปรีดาโฮมสเตย์ศูนย์จำหน่ายของฝาก เช่น ผ้าปาเต๊ะพิมพ์ลายภาพเขียนสีโบราณ ขนมห่มยอด เป็นต้น แพ็คเกจที่พร้อมเสนอขาย (Available packages) - โปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (โปรแกรมสปาธรรมชาติหาดโคลนร้อน) - โปรแกรมท่องเที่ยววิถี ศิลปะ วัฒนธรรม (5 โซนพัฒนาการท่องเที่ยว) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) - กิจกรรมท่องเที่ยวสปาธรรมชาติโคลนร้อน - กิจกรรมนั่งเรือหัวโทงและพายเรือคายัคชมถ้ำลอดและถ้ำผีหัวโต - กิจกรรมถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น งานจักสาน ขนมห่มบ้าน ผ้าปาเต๊ะลายภาพเขียนสีโบราณ - กิจกรรมชมวิถีชีวิตพื้นบ้าน อาทิ การเพาะเลี้ยงหอยนางรม กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) บริการเสริมในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) - สถานพยาบาลในระดับอำเภอ และระดับจังหวัด ธนาคารในอำเภออ่าวลึก เช่น ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย เป็นต้น

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่า จุดเด่นของการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ถ้ำ น้ำผุด และหาดทรายร้อน เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ฐานเรียนรู้ พื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมนันทนาการและไม้ นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารและร้านของที่ระลึกที่น่าเสนออัตลักษณ์ท้องถิ่นอีกด้วย โดยมีการสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำเสนอขายเป็นแพ็คเกจสำหรับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 จุดด้อยของการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่

SWOT Analysis	องค์ประกอบการท่องเที่ยว
จุดด้อย (Weaknesses)	สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) - ถ้ำเสือน้อยมีการตกแต่งภายในถ้ำที่ไม่กลมกลืนกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ ติดตั้งโคมไฟ chandelier สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) - ธุรกิจที่พักยังขาดการออกแบบสถาปัตยกรรมเพื่อคนทั้งมวล

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่า จุดด้อยของการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ การตกแต่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติถ้ำเสือน้อยไม่สอดคล้องตามหลักสถาปัตยกรรมแบบที่ยั่งยืนและการออกแบบสถาปัตยกรรมของที่พักรังที่ไม่สอดคล้องตามหลักอารยสถาปัตย์เพื่อรองรับคนทั้งมวล

ตารางที่ 3 โอกาสของการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่

SWOT Analysis	องค์ประกอบการท่องเที่ยว
โอกาส (Opportunities)	สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) - แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ อาทิ หาดทรายร้อน หาดหินที่มีความร้อนระอุจากใต้ดินจนกลายเป็นไอร้อนลักษณะเป็นม่านควันในช่วงเช้า นับเป็นอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ที่มีความโดดเด่นสามารถนำเสนอเป็น Unseen Thailand ได้ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) - จากการที่บ้านถ้ำเสือได้รับรางวัลชนะเลิศหมู่บ้านสะอาดถนนสวยระดับจังหวัด ประจำปี 2552 ส่งผลต่อการยกระดับการปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อเป็นหมู่บ้านต้นแบบได้ในอนาคต แพ็คเกจที่พร้อมเสนอขาย (Available packages) - ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชน โดยใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางนำเสนอข้อมูลต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกยิ่งขึ้น ส่งผลต่อการรับรู้ถึงเอกลักษณ์ของชุมชนและสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังชุมชนบ้านถ้ำเสือ

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่า โอกาสของการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ อัตลักษณ์เชิงพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ (หาดทรายร้อน) สามารถนำเสนอเป็น Unseen Thailand ได้ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชนโดยใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางนำเสนอข้อมูลต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4 อุปสรรคของการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่

SWOT Analysis	องค์ประกอบการท่องเที่ยว
อุปสรรค (Threats)	สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) - แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น อาทิ ฐานเรียนรู้ต่าง ๆ ต้องปิดตัวลงเนื่องจากผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19) - กิจกรรมพิเศษ อาทิ ประเพณีแข่งเรือยาว ไม่สามารถจัดได้เนื่องจากผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19) เส้นทางคมนาคมและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) กิจกรรมนั่งเรือหัวโทงชมถ้ำลอด มีข้อจำกัดด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเรือหัวโทงสามารถลอดได้เฉพาะช่วงน้ำลงเท่านั้น แพ็คเกจที่พร้อมเสนอขาย (Available packages) โปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (โปรแกรมสปาธรรมชาติหาดโคลนร้อน) มีข้อจำกัดด้านเวลา กล่าวคือ สามารถทำกิจกรรมได้เฉพาะเช้ามีดของวันขึ้นหรือแรม 3-6 ค่ำ ของทุกเดือนเท่านั้น กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) กิจกรรมท่องเที่ยวสปาธรรมชาติโคลนร้อนสามารถทำกิจกรรมได้เฉพาะเช้ามีดของวันขึ้นหรือแรม 3-6 ค่ำ ของทุกเดือนเท่านั้น

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่า อุปสรรคของการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19) และปรากฏการณ์ทางธรรมชาติส่งผลต่อข้อจำกัดในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวบางประเภท

ตอนที่ 2 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่

จากการวิเคราะห์ SWOT ของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ บนพื้นฐานของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559: ช-ช) ซึ่งได้กำหนดเป็น 3 แนวทาง ดังปรากฏในตารางที่ 5-7

ตารางที่ 5 แนวทางการจัดการคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยว

ลำดับ	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์/เป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1	อนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากร ภายในถ้ำเสืออย่างยั่งยืน	เพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อม ภายในถ้ำให้มีความกลมกลืน กับทรัพยากรทางธรรมชาติ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	- กลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านถ้ำเสือ - หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
2	ยกระดับแพ็คเกจที่พร้อมเสนอ ขายทุกช่วงเวลา	เพื่อยกระดับรายการนำเที่ยว ของชุมชนให้ครอบคลุมทุก ช่วงเวลาและสถานที่ ให้ สามารถนำเสนอขายแก่นัก ท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี	- กลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านถ้ำเสือ - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว - หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
3	พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการ ท่องเที่ยว	เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์โคลนร้อน เพื่อการท่องเที่ยว โดยพิจารณา ถึงการค้นหาอัตลักษณ์ทางการ ท่องเที่ยว การเชื่อมโยงเรื่องเล่า กับบรรพบุรุษ รวมถึงการ ส่งเสริมมูลค่าของผลิตภัณฑ์	- กลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านถ้ำเสือ - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว - สถาบันทางการศึกษา

จากตารางที่ 5 สรุปได้ว่า แนวทางการจัดการคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยว เป็นแนวทางที่สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยในบริบทของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ ควรเน้นการจัดการปรับปรุงสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวตามหลักสถาปัตยกรรมแบบที่ยั่งยืน รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและการนำเสนอแพ็คเกจที่พร้อมเสนอขายในทุกช่วงเวลา เพื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในทุกกระบวนการ

ตารางที่ 6 แนวทางการจัดการโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก

ลำดับ	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์/เป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1	ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก ของที่พักแรม	เพื่อเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับคนทั้งมวล โดย พิจารณาถึงมาตรฐานและ ตัวชี้วัดที่กำหนด และความ กลมกลืนกับทรัพยากรทาง ธรรมชาติในพื้นที่	- ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม ของชุมชนบ้านถ้ำเสือ

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ลำดับ	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์/เป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
2	ปรับปรุงสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ของฐานเรียนรู้ของชุมชนบ้านถ้ำเสือ	เพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ของฐานเรียนรู้ของชุมชนบ้านถ้ำเสือสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวภายหลังการผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19)	- กลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านถ้ำเสือ - ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว - หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

จากตารางที่ 6 สรุปได้ว่า แนวทางการจัดการโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นแนวทางที่สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยในบริบทของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ ควรเน้นปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวรวมทั้งมวลของที่พัก รวมถึงปรับปรุงสภาพแวดล้อมและภูมิทัศน์ของฐานเรียนรู้ของชุมชนบ้านถ้ำเสือสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยวภายหลังการผ่อนคลายมาตรการป้องกัน การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19)

ตารางที่ 7 แนวทางการจัดการบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

ลำดับ	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์/เป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1	ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการออกแบบสถาปัตยกรรมแบบที่ยั่งยืน	เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับงานออกแบบที่คำนึงถึงระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของธรรมชาติ เพื่อเกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด นำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงและคงอยู่ของคนในรุ่นถัดไป	- ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมของชุมชนบ้านถ้ำเสือ - กลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยว ชุมชนบ้านถ้ำเสือ

จากตารางที่ 7 สรุปได้ว่า แนวทางการจัดการบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเป็นแนวทางที่สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยในบริบทของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ควรเน้นด้านการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับงานออกแบบที่คำนึงถึงระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของธรรมชาติ เพื่อเกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

การอภิปรายผล

1. สภาพการณ์การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภอลำเลียง จังหวัดกระบี่

จุดเด่นของการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภอลำเลียง จังหวัดกระบี่ ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ถ้ำ น้ำพุ และหาดทรายร้อน เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ฐานเรียนรู้ พื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมนันทนาการและไม้ซี้ รวมถึงกิจกรรมนันทนาการพิเศษ นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารและร้านของที่ระลึกที่นำเสนออัตลักษณ์ท้องถิ่นอีกด้วย โดยมีการสร้างเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำเสนอขายเป็นแพ็คเกจสำหรับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ แอนนา สาราณ วราภรณ์ เทพสัมฤทธิ์พร และอเนก เหล่าธรรมทัศน์ (2562: 78) ระบุว่า ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน มีสิ่งดึงดูดใจและสิ่งที่ไม่ได้คือการบริการที่ประทับใจ การคมนาคมขนส่งสะดวกสบายทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ต่าง ๆ อีกทั้งยังสอดคล้องกับคณิต เขียววิชัย (2555: 67) ระบุว่า แหล่งนันทนาการมีกิจกรรมหลายประเภทซึ่งจะช่วยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เรียนรู้ธรรมชาติทั้งพืชและสัตว์ โบราณคดี ประวัติศาสตร์ ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมของมนุษย์ในยุคต่าง ๆ การที่ได้เรียนรู้ในสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยสร้างความประทับใจ ความผูกพันต่อสถานที่และกิจกรรมที่จัดขึ้น ด้วยเหตุดังกล่าวนี้กิจกรรมนันทนาการจึงสามารถนำมาใช้เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

จุดด้อยของการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภอลำเลียง จังหวัดกระบี่ การตกแต่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติถ้ำเสือน้อยไม่สอดคล้องตามหลักสถาปัตยกรรมแบบที่ยั่งยืน สอดคล้องกับ ทิพวรรณ พุ่มมณี (2561: 85) ระบุว่า สิ่งก่อสร้างที่ไม่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมเป็นการทำลายภูมิทัศน์อันงดงามดั้งเดิมทั้งในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังสอดคล้องกับจิตลภา เบ็ดเสร็จ (2550: 54) ระบุว่า ในปัจจุบันกระแสการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้นักท่องเที่ยวมีการปรับตัวและแข่งขันเพื่อให้ทันกับสภาพที่เกิดขึ้น ทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และรับเอาความสะดวกสบายจนบางครั้งทำให้นักท่องเที่ยวมองข้ามสภาพแวดล้อมและสิ่งรอบข้างอันมีประโยชน์ จนเกิดปัญหาด้านการทำลายสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติโดยทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว และการออกแบบสถาปัตยกรรมของที่พักรวมที่ยังไม่สอดคล้องตามหลักอารยสถาปัตย์เพื่อรองรับคนทั้งมวล สอดคล้องกับมนจิรา ทองเกิด (2563: 371) ระบุว่า ในการพัฒนาธุรกิจที่พักแรม โดยที่ไม่ได้คำนึงถึงการออกแบบไว้สำหรับผู้สูงอายุ คนพิการ และผู้ด้อยโอกาสต่าง ๆ ที่มีข้อจำกัดในการใช้หรือเข้าถึงสิ่งแวดลอม สถานที่ และสิ่งของเครื่องใช้ทั่ว ๆ ไปในสังคมนั้น ทำให้กลุ่มผู้ด้อยโอกาสดังกล่าวเป็นจำนวนมากต้องประสบปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการใช้ชีวิตกับครอบครัวและสังคม

โอกาสของการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภอลำเลียง จังหวัดกระบี่ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชน โดยใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางนำเสนอข้อมูลต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้สะดวกยิ่งขึ้น สอดคล้องกับชลิต เฉียบพิมาย และคณะ (2563: 21) ระบุว่า หลายหน่วยงาน หลายองค์กร รวมถึงปัจเจกบุคคลได้ปรับใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่เข้ากับ

การดำเนินชีวิตและการกิจต่าง ๆ อันเนื่องมาจากความสะดวกในการใช้งานและเข้าถึงกลุ่มคนทุกประเภทได้อย่างง่ายและสอดคล้องกับความสนใจในยุคปัจจุบัน

อุปสรรคของการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่ คือ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ ส่งผลต่อข้อจำกัดในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวบางประเภท สอดคล้องกับอริสรา เสนานนท์ (2560) ระบุว่า การเกิดภัยธรรมชาติและโรคระบาดส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวโดยตรง และสอดคล้องกับศันสนีย์ กระจ่างโฉม กรวรรณ สังขกร และนิเวศน์ พูนสุขเจริญ (2564) ระบุว่า ผู้ประกอบการต่างได้รับผลกระทบโดยตรงจากการลดลงของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติทำให้บางแห่งต้องปิดกิจการ โดยเฉพาะกิจการที่มีขนาดเล็ก เงินทุนไม่มากนัก ขาดสภาพคล่องระยะเวลานานการดำรงชีวิตในปัจจุบัน นอกจากต้องดูแลตัวเองเพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสโควิด 2019 ยังต้องหาแนวทางในการลดต้นทุน บางแห่งอาจต้องลดมาตรฐานการให้บริการเพื่อประคองธุรกิจให้คงอยู่ได้นานที่สุด สถานที่ท่องเที่ยวและสถานประกอบการบางแห่งเริ่มทรุดโทรม เนื่องจากต้องหยุดดำเนินการในระยะเวลาหนึ่ง

2. แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่

แนวทางการจัดการคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยว เป็นแนวทางที่สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยในบริบทของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่นี้ ควรเน้นการจัดการปรับปรุงสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวตามหลักสถาปัตยกรรมแบบที่ยั่งยืน ปราณีตา บุญคำ (2563) ระบุว่า การวางแผนโครงการ การออกแบบ ก่อสร้างและจัดการโครงการสามารถบูรณาการแนวคิดของ SDGs การพัฒนาดังกล่าวควรเกิดจากความร่วมมือขององค์กรวิชาชีพและสถาบันการศึกษาด้านภูมิสถาปัตยกรรมในการเผยแพร่ความรู้ด้านนี้ให้กว้างขวางขึ้น รวมทั้งด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และการนำเสนอแพ็คเกจที่พร้อมเสนอขายในทุกช่วงเวลาเพื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในทุกกระบวนการ สอดคล้องกับ นิจกานต์ หนูอุไร และเกดศิริ เจริญวิศาล (2557) ระบุว่า การตลาดอย่างยั่งยืนเป็นการวางแผนการจัดองค์การการปฏิบัติและการควบคุมทรัพยากรและโปรแกรมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ต้องคำนึงถึงบรรทัดฐานทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

แนวทางการจัดการโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นแนวทางที่สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยในบริบทของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่นี้ควรเน้นปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับคนทั้งมวลของที่พัก สอดคล้องกับสุภาภรณ์ ประสงค์ทัน ครินธร ฐานันดรสุข และसानนิตย์ เจริญบุญประเสริฐ (2564) ระบุว่า หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้รวมถึงดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่ได้วางไว้ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกกับกลุ่มผู้สูงอายุ และการประสานงานร่วมกับภาคเอกชนเพื่อให้เกิดการดำเนินงาน

ในทางทิศทางเดียวกัน รวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวควรฝึกอบรมบุคลากรเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการผู้สูงอายุ

แนวทางการจัดการบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเป็นแนวทางที่สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยในบริบทของชุมชนบ้านถ้ำเสือ ตำบลอ่าวลึกใต้ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่นี้ ควรเน้นด้านการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับงานออกแบบที่คำนึงถึงระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของธรรมชาติ เพื่อเกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด สอดคล้องกับตรีชาติ เลาแก้วหนู (2560) ระบุว่าแนวทางหลักในการอนุรักษ์และพัฒนาพื้นที่ดังกล่าว ประกอบด้วย การสร้างจิตสำนึกเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมทั้งการป้องกันภัยคุกคามจากมนุษย์และธรรมชาติ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ ถ้ำ ควรพัฒนาตามหลักสถาปัตยกรรมสีเขียว หากสิ่งก่อสร้างที่ไม่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมนั้นจะเป็นการทำลายภูมิทัศน์อันงดงามดั้งเดิมทั้งในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรจัดงานวิจัยด้านการพัฒนาที่พิกัดตามหลักอารยสถาปัตย์เพื่อรองรับคนทั้งมวล และงานวิจัยด้านการออกแบบที่คำนึงถึงระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของธรรมชาติ เพื่อเกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนากำลังคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อรองรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวชายฝั่งวิถีใหม่ กิจกรรมที่ 4.2 พัฒนาระบบระบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวชายฝั่งวิถีใหม่ (Coastal Tourism) ฝั่งอันดามัน ในกิจกรรมย่อยที่ 1 ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตามมาตรฐานเชิงพื้นที่ ซึ่งได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่ให้การสนับสนุนงบประมาณในโครงการนี้

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (มปป.). *แผนการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของอาเซียน พ.ศ. 2559-2568*. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.
- คณิต เขียววิชัย. (2555). แหล่งนันทนาการเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ช่วยดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว. *วารสารกระแสวัฒนธรรม*, 13(24), 67-74.

- จินตวีร์ เกษมสุข. (2557). *หลักการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลิต เฝ้ายพิมาย เณลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว ศรัณย์ธร บุญพิทักษ์ และบุญญิสิตา บุษปะเกศ. (2563). บทบาทของอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยี ดิจิทัล และสื่อสังคมในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (โควิด-19). ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติเวทีวิจัยมนุษยศาสตร์ไทย ครั้งที่ 14* (น. 21). นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา.
- ทิลฎา เบ็ดเสร็จ. (2550). ศิลปกรรมท้องถิ่นภาคใต้ (ถ้ำผีหัวโต อำเภอบ้านลาด จังหวัดกระบี่) : การสร้างสรรค์ผลงานทางด้านศิลปะการแสดง, *RUSAMILAE JOURNAL*, 28(2), 54-59.
- ตรีชาติ เล่าแก้วหนู. (2560). การกำหนดขอบเขตเมืองเก่าภูเก็ต. *วารสารวิชาการสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 66(2017), 55-68.
- นิกานต์ หนูไธสง และเกตุศิริ เจริญวิศาล. (2557: 14). การตลาดอย่างยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยว. *วารสารนักบริหาร*, 34(2), 3-16.
- ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2561). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปราโมชน์ รอดจำรัส. (2562). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปราณิสรา บุญคำ. (2563). บทบาทของงานภูมิสถาปัตยกรรมต่อการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา สวนผักปลอดสารพิษ อุทยานเรียนรู้ปวย 100 ปี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. *วารสารวิชาการภูมิสถาปัตยกรรม*, 2(1), 111-143.
- พิเชษฐ์ วงศ์เกียรติจักร. (2559). *การวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: บริษัท ส.เอเชียเพรส (1989) จำกัด.
- มนจิรา ทอเกิด. (2563). การพัฒนาธุรกิจที่ฟักตามแนวทางอารยสถาปัตย์. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(2), 359-373.
- สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน ครินทร์ ฐานันดรสุข และसानนิตย์ เจริญบุญประเสริฐ. (2564). การท่องเที่ยวผู้สูงอายุ: การสำรวจข้อจำกัดทางการท่องเที่ยว กิจกรรมนันทนาการ และความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยว. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก*, 10(1), 119-131.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่. (2561). *คู่มือท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดกระบี่ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กระบี่: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- อรอนงค์ เฝ้ายแหลม และจันทรา รัตนรัตน์. (2562). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาเยือนชุมชนท่องเที่ยวบ้านถ้ำเสือ อำเภอบ้านลาด จังหวัดกระบี่. *วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 8(4) 42-54.
- อริสรา เสยานนท์. (2560). *การประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เอกชัย บุญยาพิษฐาน. (2553). *คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ: บริษัท ส.เอเชียเพรส (1989) จำกัด.

แอนนา สำราญ วราภรณ์ เทพสัมฤทธิ์พร และอเนก เหล่าธรรมทัศน์. (2562). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฝั่ง
อันดามัน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 15(2), 70-85.

Buhalis, D. 2000. Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*,
21(1), 97-116.

Denzin, N. (1978). *Sociological Methods: A Sourcebook*. NY: McGraw Hill.

ปัจจัยในการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง ความปลอดภัยและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y

Factors in Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Security, and Trust Affecting the Decision to Enter NFT Game (Non-Fungible Token) among Generation Y

Received 18 March 2022

Revised 18 March 2022

Accepted 25 April 2022

วัชรารวรรณ โทณประยูร, โชษิตา พุ่มห้วยรอบ,

พัชรี รุ่งวรโคกิต, พัชรพงษ์ รมพฤษ, และนิภา นิรุตติกุล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Watcharawan Thonprayun, Chosita Phumhuayrob

Patcharee Rungwarasopit, Patcharapong Rompruek, and Nipa Niruttikul

Kasetsart University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 2) การรับรู้ความเสี่ยง 3) ความปลอดภัย และ 4) ความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) การศึกษาครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่ม Generation Y เกิดในช่วง พ.ศ. 2523 - 2540 จำนวน 399 คน โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง ความปลอดภัย และความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ : ความง่ายในการใช้งาน, ความเสี่ยง, ความปลอดภัย, ความไว้วางใจ, การตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the influence of perceived ease of use 2) perceived risk 3) security and 4) trust over the decision to enter the NFT GAME (Non-Fungible Token) among generation Y. This study used quantitative research. The sample consisted of 399 Generation Y born during 1980 – 1997. The research tool was an online questionnaire.

The data were analyzed using descriptive statistics such as percentage, mean, standard deviation, as well as inference statistics of simple regression analysis. The results showed that perceived ease of use, perceived risk, security, and trust affect the decision to enter the NFT GAME (Non-Fungible Token) among generation Y at the statistical significance of 0.05 level.

Keyword : Perceived Ease of Use, Perceived Risk, Security, Trust, Enter the NFT Game

บทนำ

จากวิวัฒนาการของสังคมโลกส่งผลให้เทคโนโลยีมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว เห็นได้จากพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนไทยที่อยู่บนโลกออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อของออนไลน์ การเล่นเกมออนไลน์ที่อาศัยเทคโนโลยี รวมถึง 1 ใน 3 ของคนไทยทำธุรกรรมผ่านทางออนไลน์ (Hootsuite, 2021) ผนวกกับประเทศไทยที่ได้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาร่วมใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจ หรือเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) (นารินทิพย์ ท่องสายชล, 2563) โดยในปี 2021 คาดว่าเศรษฐกิจดิจิทัลของไทยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 51 จากปีที่ผ่านมา (Google, Temasek and Bain & Company, 2021) ซึ่งจากความรวดเร็วของเทคโนโลยี จึงได้เกิดการพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ขึ้นมา ได้กลายมาเป็นสกุลเงินดิจิทัลคริปโทเคอร์เรนซี โดยสกุลเงินนี้มีเป้าหมายหลักคือ ความตั้งใจที่จะมาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการและเพื่อการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนต่าง ๆ แทนการใช้เงินสด รวมถึงใช้ในการแลกเปลี่ยนระหว่างสินทรัพย์ดิจิทัลด้วยกัน (Nakamoto, 2008; คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2561) โดยปราศจากการถูกควบคุมจากรัฐบาล แต่คริปโทเคอร์เรนซีจะทำงานแบบกระจายอำนาจ (Decentralize) ไปสู่ทุกคนให้มีอำนาจในการควบคุมเท่ากันหมด (Wei dai, 1998; Nakamoto, 2008) โดยที่การทำงานของเงินดิจิทัลคริปโทเคอร์เรนซีสกุลต่าง ๆ จะถูกบันทึกลงในระบบบล็อกเชน ซึ่งระบบจะบันทึกทุกการเคลื่อนไหวของการทำงานทุกขั้นตอนของการเกิดขึ้นของเหตุการณ์และสิ่งต่าง ๆ ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือลบข้อมูลใด ๆ ได้ทั้งสิ้น เพื่อความโปร่งใส ทำให้ระบบบล็อกเชนถือเป็นระบบที่ปลอดภัยมากกว่าระบบของธนาคารอย่างมาก เพราะมีโอกาสที่จะถูกแทรกแซงข้อมูลได้ยาก รวมถึงข้อมูลจากบล็อกเชนจะถูกกระจายไปตามเครือข่ายที่มีอยู่ทั่วโลก (Haber and Stornetta, 1991; Finney, 2004; Lansiti and Lakhani, 2017) ทำให้วงการต่าง ๆ ทั่วโลกสามารถหาประโยชน์จากบล็อกเชนได้ ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ด้านการแพทย์ (Ekblaw, Azaria, Vieira and Lippman; 2016) ด้านการลงทุนเพื่อแสวงหากำไร คริปโทเคอร์เรนซีถูกยกให้เป็นสกุลเงินดิจิทัลที่สำคัญ โดยได้รับความสนใจและเป็นที่นิยมจากผู้คนในระดับโลกรวมถึงประเทศไทย โดยในประเทศไทยมีผู้สนใจลงทุนใน คริปโทเคอร์เรนซีมากถึงร้อยละ 56 ส่วนผู้ที่ลงทุนจริงในปัจจุบันอยู่ที่ร้อยละ 24.3 และในปี 2565 คาดการณ์ว่าจะมีผู้ลงทุนรายใหม่ ๆ ราวร้อยละ 43 (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2564)

โดยเริ่มมาจาก NFT หรือ Non-Fungible Token ซึ่งเปรียบเสมือนสิ่งที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงและจำเป็นต้องไม่มีสิ่งใดแบ่งแยกออกเป็นหน่วยย่อย ๆ หรือมาทดแทนกันได้ ซึ่ง NFT นั้นอยู่บนระบบของบล็อกเชน เป็นระบบที่ไม่มีผู้ควบคุม ทำให้ไม่เกิดการแทรกแซงและไม่ก่อให้เกิดความผิดพลาดของข้อมูล ทำให้

สินทรัพย์ดิจิทัลที่เป็นรูปแบบของ NFT หรือโทเคนนั้นมีมูลค่าที่มากขึ้น (Tom Bilyeu, 2020) พร้อมทั้งในปัจจุบันได้มี NFT Game ขึ้นมาอยู่บนระบบบล็อกเชนเช่นเดียวกัน โดยจะมีลักษณะการทำงานคล้ายคลึงกับการทำงานของ Bitcoin ที่มีความปลอดภัย ตรวจสอบได้ง่ายและรวดเร็ว โดยไม่จำเป็นต้องมีหน่วยงานหรือรัฐบาลใดมาควบคุม (zipmex, 2020) พร้อมทั้งมีการใช้สกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) ในการซื้อขายแลกเปลี่ยนไอเทมภายในเกม รวมทั้งการเล่นเกมนั้นจะมีการเล่นเกมเพื่อเก็บสะสมไอเทมภายในเกมต่าง ๆ เพื่อนำไปขายหรือแลกเปลี่ยนเป็นเหรียญสกุลดิจิทัลผ่านทางระบบของเกมนั้น ๆ (นิรันดร์ กาศรี, 2564) ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายหลักในการสร้างรายได้จากการเล่น NFT Game ขณะที่ปัจจุบันนี้มีเงินหมุนอยู่ในตลาดเกมเพื่อความบันเทิงสูงถึง 51 แสนล้านบาท นับเป็นจำนวนมหาศาลที่บ่งบอกได้ถึงเติบโตของตลาดในอนาคตได้อย่างยอดเยี่ยม (Luthra, 2021)

NFT Game ในประเทศไทยยังไม่เป็นที่นิยม เนื่องจากเป็นสิ่งที่ใหม่ที่ยากที่จะเข้าถึง รวมถึงการตัดสินใจที่จะเข้าสู่ตลาดในเกม ก่อนที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าสู่ตลาด NFT Game ต้องทำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ถึงความปลอดภัยและเข้าใจระบบในการใช้งาน รวมถึงความเสี่ยงจากการเข้าสู่ตลาด NFT Game เพื่อความไว้วางใจในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งธนาคารแห่งประเทศไทยยืนยันว่าไม่ได้ปิดกั้นการใช้จ่ายด้วยสกุลเงินดิจิทัล แต่ยังไม่สนับสนุนให้ใช้สกุลเงินดิจิทัลในการซื้อขาย ด้วยสาเหตุที่ว่าสกุลเงินดิจิทัลมีการผันผวนอยู่ตลอดเวลา (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) แต่ถึงอย่างนั้น NFT Game ก็เริ่มเป็นที่สนใจของผู้คนในช่วงเดือนกันยายนปี 2564 และยังมีการถูกค้นหาเพิ่มอยู่ตลอดเวลา (Everydaymarketing, 2564)

กลุ่มผู้บริโภค Generation Y เป็นกลุ่มประชากรที่เกิดในช่วงปีพุทธศักราช 2523 ถึง 2540 ซึ่งในปัจจุบันประชากรกลุ่มนี้มีจำนวนมากถึง 1.8 พันล้านคนทั่วโลก คิดเป็นร้อยละ 23 ของประชากรทั้งหมด (Brand Now Co., Ltd., 2021) โดยประชากรกลุ่มนี้เรียกได้ว่าเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในยุคของการพัฒนาเทคโนโลยีสามารถเข้าถึงโลกออนไลน์ได้อย่างคล่องแคล่ว ทำให้มีความเชี่ยวชาญในการปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้คนกลุ่มนี้มีการใช้อินเทอร์เน็ตในการทำงานและค้นหาข้อมูลเป็นหลัก อีกทั้งยังมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการดูหนัง ฟังเพลง หรือเล่นเกมบนโลกออนไลน์ โดยเฉพาะมากถึงร้อยละ 73.6 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) โดยในเรื่องของการลงทุน พฤติกรรมกลุ่มผู้บริโภค Generation Y มักเป็นกลุ่มที่มักกล้าได้กล้าเสีย ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ (กองทุนการออมแห่งชาติ, 2562) ทำให้คนกลุ่มนี้มีการลงทุนซื้อขายสินทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561) และการลงทุนซื้อขายสินทรัพย์ของคนกลุ่มนี้นั้นอาจมีการเปรียบเทียบข้อมูลต่าง ๆ จากอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้ในการพิจารณาประกอบการตัดสินใจให้ได้ตัวเลือกที่ดีที่สุด หรือเป็นการทดลองด้วยตัวเอง โดยคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางก็ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมากในกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ (วนิชชา วรรณวิสันต์, 2563)

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นเพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยทั้ง 4 ด้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจ NFT Game สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ วางแผนปรับปรุง พัฒนาต่อยอดธุรกิจให้สอดคล้องกับปัจจัยที่ผู้บริโภครับรู้ทั้ง 4 ด้านก่อนตัดสินใจเข้าสู่ตลาด และเพื่อประโยชน์สูงสุดในการเข้าสู่ตลาดใน NFT Game ของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y
3. เพื่อศึกษาความปลอดภัย (Security) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y
4. เพื่อศึกษาความไว้วางใจ (Trust) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y

สมมติฐาน

1. การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y
2. การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y
3. ความปลอดภัย (Security) ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y
4. ความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผลวิจัยที่ได้รับช่วยให้องค์กรเข้าใจสาเหตุของการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ทำให้ทราบถึงข้อเท็จจริงต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาตลาดให้สอดคล้องกับการตัดสินใจเข้าสู่ตลาดของผู้บริโภค ซึ่งสามารถช่วยให้ผู้บริโภค Generation Y เกิดความสนใจมากขึ้น รวมถึงขยายฐานผู้ใช้งาน NFT Game ในวันข้างหน้า
2. ผลวิจัยที่ได้รับในการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำมาขยายองค์ความรู้ ทำให้เกิดวิทยาการใหม่ ๆ เพิ่มพูนมากยิ่งขึ้นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด เพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้ที่สนใจเรียนรู้ในตลาด NET Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency)

คริปโทเคอร์เรนซี คือ สินทรัพย์ดิจิทัลประเภทหนึ่งที่กำลังเป็นสนใจอยู่ในขณะนี้ โดยคริปโทเคอร์เรนซีเกิดขึ้นมาเพื่อใช้แลกเปลี่ยนเสมือนเป็นเงินตราที่ไม่มีรูปร่าง ไม่สามารถจับต้องได้เหมือนธนบัตรหรือเหรียญ จึงจัดว่าเหรียญคริปโทเคอร์เรนซี เป็นทรัพย์สินดิจิทัลที่สามารถซื้อขาย แลกเปลี่ยน และเก็บสะสมได้ อีกทั้งได้รับการออกแบบมาเพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน โดยใช้การเข้ารหัส หรือป้อนรหัส (Cryptography) เพื่อการป้องกันและยืนยันธุรกรรมต่าง ๆ ซึ่งจากการที่คริปโทเคอร์เรนซินั้นมีข้อกำหนดการเข้าถึงฐานข้อมูลทำให้การเปลี่ยนแปลงข้อมูลเป็นไปได้ยาก (bangkokbiznews, 2021) อีกทั้งคริปโทเคอร์เรนซีสามารถใช้แทนมูลค่าของบริการที่ถูกสร้างไว้บนระบบบล็อกเชนหรือระบบบันทึกการดิจิทัลบนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ (Distributed Ledger Technology หรือ DLT) ทำให้ธุรกรรมของสินทรัพย์ดิจิทัลสามารถเกิดขึ้นได้อย่างปลอดภัย และตรวจสอบข้อมูลธุรกรรมได้ (zipmex, 2020) ในปัจจุบันสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) นั้นมีอยู่อย่างหลากหลายและได้ถูกนำมาปรับใช้งานภายในเกมออนไลน์จนกลายมาเป็นรูปแบบการสร้างรายได้ใหม่ให้แก่ นักลงทุนอย่าง NFT Game ซึ่งสามารถซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนไอเทมภายในเกมเป็นเหรียญสกุลดิจิทัลต่าง ๆ (Andrew Wilson, 2021)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ NFT (Non-Fungible Token)

NFT หรือ Non-Fungible Token ถือเป็นคริปโทเคอร์เรนซีประเภทหนึ่ง ซึ่งเป็นสินทรัพย์ดิจิทัลรูปแบบหนึ่งที่มีความเฉพาะตัวสูง จัดเป็นเหรียญดิจิทัล (Token) ที่มีลักษณะพิเศษ โดยแสดงความเป็นเจ้าของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่ว่าสิ่งนั้นจะอยู่ในรูปแบบดิจิทัลหรืออยู่ในรูปแบบที่สามารถจับต้องได้ก็ตาม อีกทั้งเหรียญดิจิทัล (Token) ไม่สามารถทดแทนกันได้ เพราะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Antonovici, 2021; สุมาพร มานะสันต์, 2564) เนื่องจาก NFT แต่ละเหรียญมีความแตกต่างกัน มูลค่าต่างกัน จึงเห็นได้ว่าเหรียญ NFT แต่ละเหรียญใช้แสดงความเป็นเจ้าของสินทรัพย์แต่ละตัวที่ผู้ซื้อได้ซื้อไป โดยการซื้อขาย NFT ถือเป็นการซื้อขายสิทธิ์ในการเป็นเจ้าของสินทรัพย์หรือ NFT นั้น ๆ และเมื่อเป็นเจ้าของแล้วจะเก็บสะสมไว้หรือโอนขายต่อได้ทั้งสิ้น จึงกล่าวได้ว่า NFT เป็นสิทธิ์สำหรับการครอบครองสินทรัพย์ดิจิทัลที่สามารถมีผู้เป็นเจ้าของได้เพียงผู้เดียวเท่านั้น สำหรับสินทรัพย์ขึ้นดังกล่าวและไม่สามารถแบ่งขายเป็นหน่วยย่อย ๆ ได้ เนื่องจาก NFT ทำงานบนระบบบล็อกเชน จึงนำเทคโนโลยีของระบบบล็อกเชนมาใช้ โดยทำการเข้ารหัสหรือป้อนรหัสของสินทรัพย์หรือผลงานชิ้นใด ๆ ก็ตามไว้ให้มีลักษณะที่เฉพาะตัว เป็นการสร้างสินทรัพย์ให้มีเพียงชิ้นเดียวเท่านั้นบนโลก (Ethereum.org, 2021; กมลวรรณ วิชัยรัตน์, 2564) ดังนั้น NFT (Non-Fungible Token) จึงเป็นการเปลี่ยนผลงานศิลปะหรือผลงานใดก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นเพลง ภาพถ่าย ภาพวาด วิดีโอ มีม การ์ตูน แฟชั่น รวมถึงการ์ดเกมหรือสังหาริมทรัพย์ ซึ่งหมายถึงอะไรก็ตามที่มีเพียงชิ้นเดียวในโลก ไม่ว่าจะเป็นจากออฟไลน์ทางกายภาพหรือออนไลน์ นำมาแปลงให้อยู่บนแพลตฟอร์มดิจิทัลในรูปแบบ NFT ทั้งสิ้น ซึ่งสามารถเปลี่ยนตัวชิ้นงานให้เป็นเหรียญ โดยการนำชิ้นงานเข้าสู่ระบบบล็อกเชน (Ethereum blockchain) ที่สามารถทำได้ผ่านแพลตฟอร์ม NFT เช่น Opensea ที่ทำหน้าที่สร้างงาน กำหนดราคาและโพสต์ขาย (Ethereum.org, 2021;

Antonovici, 2021) ซึ่งเป็นตลาดในการซื้อขายที่ถูกสร้างขึ้นสำหรับ NFT เท่านั้น เนื่องจาก NFT ไม่สามารถซื้อขายบนตลาดคริปโทเคอร์เรนซีทั่วไปได้ ซึ่งผู้ซื้อและผู้ขายในตลาด NFT จำเป็นจะต้องมีกระเป๋าเงินคริปโทเคอร์เรนซีโดยเงินในกระเป๋าและบัญชีผู้ใช้งานตามแพลตฟอร์มตลาด NFT ที่สนใจ (Antonovici, 2021) ซึ่งในการจะซื้อขาย NFT จำเป็นที่จะต้องใช้เหรียญ Ethereum เป็นสื่อกลางเนื่องจาก NFT ทำงานอยู่บน Ethereum ที่ระบบบล็อกเชนได้สร้าง NFT (Genc, 2021)

NFT Game

NFT ได้เข้ามามีบทบาทในวงการเกม ซึ่งถูกเรียกว่า NFT Game เป็นแนวเกมประเภทใหม่ เป็นลักษณะของ Game play to earn ที่สามารถเล่นเกมเพื่อสร้างรายได้ หรือจะเป็นการหารายได้จากวงการเกม โดย NFT Game เกิดขึ้นได้จากการพึ่งพาคริปโทเคอร์เรนซี ผ่านการทำงานของเทคโนโลยีบล็อกเชน ซึ่งวิดีโอเกมที่คุณเล่นได้เล่นนั้นจะถูกสร้างผ่านการเขียนโปรแกรมลงระบบบล็อกเชนที่มีความปลอดภัย ตรวจสอบได้ง่าย และมีความน่าเชื่อถือของระบบ (เกรียงไกร เรืองทรัพย์เดช, 2564; ธนภาคย์ อธิธิชัยพล, 2564; Nomaya, 2021) โดยการสร้างรายได้จาก NFT Game จะเป็นการที่ผู้เล่นทำการเก็บไอเทมภายในเกมซึ่งต้องทำการแข่งขัน หรือทำภารกิจภายในเกมเพื่อให้ได้รับมาซึ่งสกิลพิเศษ ตัวละครหรือไอเทมพิเศษต่าง ๆ ซึ่งล้วนแล้วแต่มีความหายาก มีจำนวนจำกัดทำให้แต่ละไอเทมมีความพิเศษและราคาที่แตกต่างกัน เพื่อนำมาประมูลหรือขาย (นิรันดร์ กาศรี, 2564) ทั้งนี้การซื้อขายไอเทมภายในเกมจำเป็นต้องใช้เหรียญดิจิทัลคริปโทเคอร์เรนซีในการแลกเปลี่ยน ซึ่งจะใช้เหรียญ Ethereum มาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนขายไอเทม โดยการนำไอเทมขายเป็นเหรียญในเกมนั้น ๆ แล้วนำเหรียญในเกมมาเปลี่ยนเป็นเหรียญ Ethereum แล้วปิดด้วยการนำ Ethereum ไปแลกเปลี่ยนเป็นเงิน รวมถึงการนำผลงานเกมคลาสสิกกลับมาวางขายใหม่ในรูปแบบ NFT (Harradence, 2021) อย่างไรก็ตามก่อนที่กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้สนใจจะตัดสินใจเข้าสู่วงการนี้ จำเป็นต้องศึกษาให้มากก่อนที่จะตัดสินใจ เนื่องจากตลาด NFT Game เป็นตลาดใหม่ที่ต้องอาศัยความรู้และความเข้าใจอย่างมาก (เกรียงไกร เรืองทรัพย์เดช, 2564)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use)

การรับรู้ความง่ายในการใช้งานเป็นการที่บุคคลมีความเชื่อที่ว่าในการใช้งานระบบใด ๆ หรือใช้งานเทคโนโลยีนั้น ๆ โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามในการเรียนรู้และศึกษาเพื่อการใช้งานมากเกินไป เพราะรับรู้ได้ถึงถึงความง่ายในการใช้งานของระบบเทคโนโลยี โดยจำเป็นต้องปราศจากความยาก ปราศจากความพยายามที่มากเกินไป ที่สามารถรับรู้ได้จากตัวบุคคลเองจากความรู้และประสบการณ์ของแต่ละคน (Davis, 1989) ทั้งนี้จากการศึกษาของ Davis โดยใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีที่ใช้กับการประยุกต์กับระบบสารสนเทศใหม่ ซึ่งพัฒนามาจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) พบว่าการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจที่จะใช้งานหรือความต้องการในการใช้งาน ดังนั้น หากเทคโนโลยีหรือระบบใช้งานยาก หรือมีความซับซ้อน ทศนคติที่ดีต่อการใช้งานก็จะไม่เกิดขึ้นเช่นกัน รวมถึงการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game จำเป็นต้องมองถึงความง่ายในการใช้งานที่ตนรับรู้ได้ด้วยตนเอง จากความรู้หรือประสบการณ์ของตน (เกรียงไกร เรืองทรัพย์เดช, 2564)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk)

ทฤษฎีการรับรู้ความเสี่ยงสามารถอธิบายได้จากพฤติกรรมตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค (Lin, 2008) การรับรู้ความเสี่ยงเป็นการรับรู้ผลเสียจากผลลัพธ์ที่คาดหวัง (Cunningham, 1967, Peter and Ryan, 1976) โดย Rindfleisch and Crockett (1999) ได้กำหนดการรับรู้ความเสี่ยงเป็นสองมิติ คือ ความไม่แน่นอนและผลเสีย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Pavlou (2003) ที่กล่าวว่าการรับรู้ความเสี่ยงเป็นความไม่แน่นอนมีทั้งผลดีและผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้น โดย Murphy and Enis (1986) ได้แบ่งประเภทของความเสี่ยงออกเป็น ความเสี่ยงด้านการเงินเป็นความเสี่ยงที่ผู้บริโภคจะสูญเสียเงินของเขาเพราะสินค้าไม่ถูกใจ ในที่นี้ความเสี่ยงด้านการเงิน คือ การที่ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะเข้าสู่ตลาด NFT Game หลังจากตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ผลลัพธ์ที่ตามมาที่สามารถเกิดขึ้น คือ การสูญเสียเงินที่ใช้ในการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในบางครั้ง และความเสี่ยงด้านการใช้งานเป็นความเสี่ยงที่จะได้รับผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถใช้งานได้ ในที่นี้ความเสี่ยงด้านการใช้งาน คือการที่ผู้บริโภคที่กำลังจะตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ยังไม่ทราบข้อมูลและวิธีการเข้าสู่ตลาด NFT Game ที่ถูกต้องอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นความเสี่ยงจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจที่จะเข้าสู่ตลาด NFT Game ของผู้บริโภค (Kiev, 2002)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย (Security)

ความปลอดภัย (Security) เป็นกระบวนการปกป้องรักษาข้อมูล สิทธิทรัพย์สินหรือทรัพยากรของบุคคลหรือองค์กรจากอันตรายที่เกิดขึ้นโดยความตั้งใจหรือบังเอิญ (ชีวิตและเทคโนโลยี, ม.ป.ป) หรือเป็นการทำให้บุคคลหรือองค์กรมีความมั่นใจได้ว่าบุคคลที่ไม่มีสิทธินั้นจะไม่สามารถเข้ามาแทรกแซงหรือมีผลกระทบต่อสิทธิหรือทรัพยากรได้ (สำนักงานบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาการศึกษา, 2563) โดยในปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีนี้นั้นทำให้มีระบบการรักษาความปลอดภัยบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Cyber Security) เพื่อป้องกันการบุกรุกการเข้ามาของเครือข่ายที่ไม่ได้รับอนุญาตช่วยให้มีความปลอดภัยและเป็นการปกป้องโครงสร้างพื้นฐานและยับยั้งบุคคลภายนอกที่อาจเข้ามา (Mplus International Co.,Ltd, 2021) และเนื่องจากปัจจุบันผู้คนมีการใช้อินเทอร์เน็ตในชีวิตประจำวันเป็นส่วนมาก โดยกิจกรรมส่วนมากที่ผู้คนทำผ่านอินเทอร์เน็ต คือ การทำงาน การเล่นเกมดูหนังหรือการลงทุน (กรมประชาสัมพันธ์, 2564) ทำให้ผู้คนมีความตระหนักถึงความปลอดภัยมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการทำงาน และการลงทุน เช่น การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล (Digital Token) บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของผู้คนที่มีจำนวนมากขึ้น ผู้คนเริ่มกลัวความสูญเสียทางการเงินของตนเองอันเป็นผลพวงมาจากการโจรกรรมของบุคคลที่ไม่มีสิทธิ (Bitdefender Thailand, 2019) แต่ถึงอย่างนั้นผู้คนก็ยังจะเลือกที่จะลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลเหมือนเดิม เพราะการลงทุนบนโลกออนไลน์นั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้นักลงทุนมีโอกาสและทางเลือกในสินทรัพย์ อีกทั้งมีการลงทุนที่กว้างขึ้นและหลากหลายขึ้น เช่น การลงทุนในคริปโทเคอร์เรนซี หรือการลงทุนใน NFT Game เป็นต้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการความไว้วางใจ (Trust)

ความไว้วางใจเป็นความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยคาดหวังถึงผลลัพธ์ของสิ่งที่ได้รับนั้นจะเป็นไปในทิศทางที่ดี (Golembiewski, and McConkie, M., 1975) ภายใต้เงื่อนไขที่สามารถยอมรับได้ อาทิเช่น ความเสี่ยง การพึ่งพาอาศัยกัน อีกทั้งความไว้วางใจเป็นได้ทั้งความน่าเชื่อถือ พร้อมทั้งสามารถทำให้เกิดการตัดสินใจและการกระทำตามมาได้ (Davis, Schoorman, Mayer, and Tan, 2000) ซึ่งระดับความน่าเชื่อถือจะมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน (Gefen, 2000) ความน่าเชื่อถือสามารถอธิบายได้ถึงขอบเขตของลูกค้านั้นจะได้รับความคุ้มครองและกำหนดความยั่งยืนของการทำธุรกรรมออนไลน์ได้ (Kooli et al., 2014) โดย Komiak , Benbasat (2004) และ Geyskens et.al. (1996) กล่าวว่าบุคคลที่รู้สึกได้ถึงความปลอดภัยจะเกิดความมั่นใจกับบริการที่ถูกเสนอจากผู้ค้า สิ่งนี้เรียกว่า ความไว้วางใจ ดังนั้นความไว้วางใจถือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดการลงทุนและทำธุรกรรมตามมาภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (bangkokbiznews, 2021)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game

การตัดสินใจเป็นกระบวนการคิดประเมินทางเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากหลายสิ่งเพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุดและมีประสิทธิภาพที่สุดของบุคคลหนึ่ง และยังเป็นการตอบสนองความต้องการของตนเอง (ลฎาภา พูลเกษม, 2550) มีผู้ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจการซื้อว่าเป็นลำดับขั้นตอนก่อนการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมหลังจากการตัดสินใจซื้อ ซึ่งในบริบทของการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game จะมีความหมายดังนี้ เริ่มตั้งแต่ 1.การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition) เป็นจุดเริ่มต้นของการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ผู้ที่จะเข้าตลาดต้องตระหนักถึงความต้องการและปัญหาที่มีโอกาสจะตามมา 2.การเสาะแสวงหาข่าวสาร (Information Search) เป็นการหาข้อมูลของเกมนั้น ๆ ที่ผู้บริโภคสนใจทั้งตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจขึ้นอยู่กับแรงผลักดันของตัวเกมและตัวผู้บริโภคเอง ทั้งนี้ผู้บริโภคสามารถหาข้อมูลได้จากหลายช่องทางเพื่อประกอบการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game 3.การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคใช้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่หามาในการประกอบการตัดสินใจเป็นขั้นตอนสุดท้ายก่อนที่จะตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game 4.การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ในขั้นตอนนี้ผู้ที่กำลังจะตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game จะจัดลำดับความชอบและตัวเลือกเป็นลำดับของเกมที่แต่ละเกมและจะสร้างความตั้งใจในการเข้าสู่ตลาด NFT Game 5.พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ผู้บริโภคจะพอใจกับการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game หรือไม่ขึ้นอยู่กับความคาดหวังของผู้บริโภค (อดุลย์จาตุรงค์กุล, 2543) การตัดสินใจเข้าสู่ตลาดเป็นส่วนที่สำคัญสำหรับนักธุรกิจรายใหม่หรือผู้ที่สนใจในการลงทุนบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (Haveman, 1993; Greve, 2000) โดยการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด นักธุรกิจหรือผู้ที่สนใจจะลงทุนจะต้องใช้ความสามารถรวมถึงการจัดการกับความเสี่ยงได้เป็นอย่างดี (Baum, 2000) ดังนั้นเมื่อจะเข้าสู่ตลาด NFT Game ผู้บริโภคจำเป็นที่จะต้องพิจารณาถึงผลที่อาจจะตามมาเพื่อประสิทธิภาพและโอกาสที่จะประสบความสำเร็จจากการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด (Audia et al., 2001)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้บริโภค Generation Y

กลุ่มผู้บริโภค Generation Y เป็นกลุ่มประชากรที่เกิดในช่วงปีพุทธศักราช 2523 ถึง 2540 ประชากรกลุ่มนี้เกิดมาในยุคของการเปลี่ยนแปลง ในด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้น ชอบติดตามข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ

โดยเฉพาะช่องทางอินเทอร์เน็ต หรือเรียกได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นหนึ่งในบทบาทที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ทำให้คนกลุ่มนี้มักจะมีค่านิยมเกี่ยวกับการสื่อสารบนโลกออนไลน์และสามารถตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตได้มากกว่ากลุ่มอื่น (ฐานเศรษฐกิจ, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมที่มีความอยากรู้อยากเห็นและชอบแสวงหาอยู่เสมอ (เทวีลักษณ์ สังข์มะ, 2552) และในด้านของการทำงานคนกลุ่มนี้มักประกอบอาชีพอิสระ และต้องการรายได้ที่สูงไม่ว่าจะได้มาจากช่องทางใด (นิเวศน์ ธรรมะ, 2552) คนกลุ่มนี้จะให้ความสนใจในเรื่องของการลงทุนที่มีความเสี่ยงสูงและมีการวางแผนทางการเงินที่ดีเพื่อการเก็บออมในอนาคต (เปมิกา กระแสแก้ว, 2561) ซึ่งในด้านการใช้จ่ายคนกลุ่มนี้มักจะมีค่าใช้จ่ายที่สูง แต่การใช้จ่ายนั้นจะต้องคุ้มค่าต่อพวกเขา โดยพวกเขาจะมีการพิจารณาหาข้อมูลของสินค้าหรือบริการก่อนทุกครั้ง อีกทั้งการซื้อสินค้าและบริการ พวกเขามักจะไม่ชอบใช้เงินสด เพราะพวกเขารักในความสะดวกรวดเร็ว (นายศิวิธ กรุณาเพ็ญ, 2560) และจากที่กล่าวมาข้างต้น กลุ่มผู้บริโภค Generation Y อาจให้ความสนใจในการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game เนื่องจากเป็นช่องทางการลงทุนที่แปลกใหม่ สามารถสร้างกำไรให้ประชากรกลุ่มนี้ได้ และสามารถหาข้อมูลได้ตามอินเทอร์เน็ตได้

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคกลุ่ม Generation Y ที่ใช้งาน NFT Game ซึ่งอยู่ในช่วงตั้งแต่ปีพ.ศ. 2523 ถึง 2540 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ เนื่องด้วยผู้วิจัยไม่ทราบถึงจำนวนทั้งหมดของผู้บริโภคกลุ่ม Generation Y ที่ใช้งาน NFT Game ที่แน่นอนได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้สูตรคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรด้วยวิธีการของ W.G.Cochran โดยเป็นการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การประมาณค่าสัดส่วนของประชากรขึ้นมาแทน ซึ่งมีค่าของระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ที่มีค่า Z เท่ากับ 1.96 และค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ 0.05 ที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ รวมถึงสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการเท่ากับ 0.5 (Cochran, 1977) โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ จำนวน 385 คน แต่ทั้งนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากข้อมูลหรือจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วนของกลุ่มตัวอย่างก็ตาม ผู้วิจัยจึงทำการเพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีกจำนวน 14 คน โดยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 399 ชุด เนื่องจากหากได้รับข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มากพอจะส่งผลดีให้งานวิจัยน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น (Taro Yamane, 1973) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพราะเป็นการกำหนดลักษณะเฉพาะเจาะจงของผู้สอบถาม คือ จำเป็นต้องเป็นผู้บริโภคที่ใช้งาน NFT Game หรือเคยใช้งาน NFT Game มาก่อนรวมถึงอยู่ในกลุ่ม Generation Y

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaires) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจำนวน 1 ชุด ประกอบด้วยคำถามคัดกรอง จำนวน 2 ข้อและคำถามทั้งหมด 6 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ส่วนที่ 2 แบบสอบถาม

เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 2 ข้อ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งาน NFT Game ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 2 ข้อ ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game จำนวน 20 ข้อ ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y จำนวน 6 ข้อ โดยแบบสอบถามมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด ใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Rating Scale) รวมจำนวนข้อคำถามทั้งสิ้น 34 ข้อ และส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มทดลองจำนวน 30 ชุด และนำผลการทดสอบมาคำนวณทางสถิติ เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป โดยการตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้วิธีของสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาในแต่ละปัจจัยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.816-0.886 ซึ่งพบว่าค่าที่ได้มีค่ามากกว่า 0.7 ทั้งหมด แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ เป็นไปตามเกณฑ์ และสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554)

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) และความถี่ (Frequency) โดยการวิเคราะห์ปัจจัยในการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ ความเสี่ยง ความปลอดภัยและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y จะใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์สถิติถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐานที่ 1-4

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งหมด 399 คน เป็นผู้บริโภคที่มีช่วงอายุที่เกิดปี 2523 ถึง 2540 โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 189 คน ร้อยละ 47.4 เป็นเพศหญิง 168 คน ร้อยละ 42.1 และอื่น ๆ จำนวน 43 คน ร้อยละ 10.5 โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 281 คน ร้อยละ 70.4 ต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 92 คน ร้อยละ 23.1 และอื่น ๆ จำนวน 27 คน ร้อยละ 6.5 ซึ่งรายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ที่ 15,001 ถึง 30,000 บาท จำนวน 181 คน ร้อยละ 45.5 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 128 คน ร้อยละ 32.1 และอื่น ๆ จำนวน 91 คน ร้อยละ 22.4 วัตถุประสงค์ที่เลือกใช้งานสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เพื่อสร้างรายได้มีจำนวน 113 คน ร้อยละ 28.8 เพื่อสร้างรายได้และเพื่อหาประสบการณ์จำนวน 70 คน ร้อยละ 17.5 และอื่น ๆ จำนวน 217 คน ร้อยละ 53.7 ซึ่งในส่วนนี้มีวัตถุประสงค์อื่น ๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามระบุด้วยตนเอง ถัดมาถึงสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้งาน ส่วนใหญ่เป็น Bitcoin (BTC) จำนวน 130 คน ร้อยละ 32.6 Bitcoin (BTC) และEthereum (ETH) จำนวน 105 คน ร้อยละ 26.3 และอื่น ๆ จำนวน 165 คน ร้อยละ 41 วัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคเลือกใช้งาน

NFT Game ส่วนใหญ่ คือ เพื่อสร้างรายได้จำนวน 99 คน ร้อยละ 24.8 เพื่อสร้างรายได้และเพื่อความสนุก จำนวน 61 คน ร้อยละ 15.3 และอื่น ๆ จำนวน 240 คน ร้อยละ 59.9 และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้งาน NFT Game นั้นจะมีบุคคลหลายประเภท ได้แก่ เพื่อน ยูทูบเบอร์/อินฟลูเอนเซอร์ เพื่อนร่วมงาน ครอบครัวและตัดสินใจด้วยตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่ ตัดสินใจด้วยตนเองจำนวน 72 คน ร้อยละ 18.0 เพื่อนจำนวน 44 คน ร้อยละ 11.0 และอื่น ๆ จำนวน 284 คน ร้อยละ 71.0

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง ความปลอดภัยและความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y พบว่าปัจจัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.13, S.D. =0.43) โดยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง ความไว้วางใจมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือการรับรู้ความเสี่ยง ($\bar{X}$ =4.34, S.D. =0.94) รองลงมาคือการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\bar{X}$ =4.28, S.D. =0.51) และความไว้วางใจ ($\bar{X}$ =4.23, S.D. =0.58) โดยด้านปลอดภัย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ ($\bar{X}$ =4.18, S.D. =0.59) ซึ่งผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.13, S.D. =0.63)

3. ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	S.E.	β		
ค่าคงที่ (a)	1.400	.227		6.163	.000
ความง่ายในการใช้งาน	.637	.053	0.519	12.102	.000

R= 0.519, R^2 = 0.270, Adjusted R^2 = 0.268, Std. Error = 0.541, F= 146.466, P<0.05

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y พบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (β = 0.519, p-value = 0.000) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (F = 146.466) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 ที่ว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y และสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y คิดเป็นร้อยละ 26.8 (Adjusted R^2 = 0.268)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	S.E.	β		
ค่าคงที่ (a)	1.564	.249		6.278	.000
ความเสี่ยง	.591	.057	.461	10.362	.000

R = 0.461, $R^2 = 0.213$, Adjusted $R^2 = 0.211$, Std. Error = 0.562, F = 107.369, $P < 0.05$

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภครุ่น Generation Y พบว่า การรับรู้ความเสี่ยง ($\beta = 0.461$, p-value = 0.000) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภครุ่น Generation Y ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (F = 107.369) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 ที่ว่า การรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภครุ่น Generation Y และสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภครุ่น Generation Y คิดเป็นร้อยละ 21.1 (Adjusted $R^2 = 0.211$)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ปัจจัยการรับรู้ความปลอดภัยส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	S.E.	β		
ค่าคงที่ (a)	1.623	.187		8.672	.000
ความปลอดภัย	.599	.044	.562	13.520	.000

R = 0.562, $R^2 = 0.315$, Adjusted $R^2 = 0.314$, Std. Error = 0.524, F = 182.802, $P < 0.05$

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ปัจจัยความปลอดภัยส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภครุ่น Generation Y พบว่า ความปลอดภัย ($\beta = 0.562$, p-value = 0.000) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภครุ่น Generation Y ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (F = 182.802) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 ที่ว่า ความปลอดภัยส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภครุ่น Generation Y และสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภครุ่น Generation Y คิดเป็นร้อยละ 31.4 (Adjusted $R^2 = 0.314$)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ปัจจัยการรับรู้ความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	S.E.	β		
ค่าคงที่ (a)	1.073	.173		6.216	.000
ความไว้วางใจ	.722	.040	.668	17.877	.000

R = 0.668, $R^2 = 0.446$, Adjusted $R^2 = 0.445$, Std. Error = 0.471, F = 319.594, $P < 0.05$

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ปัจจัยด้านความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y พบว่า ความไว้วางใจ ($\beta = 0.668$, p-value = 0.000) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (F = 319.594) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 4 ที่ว่า ความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y และสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y คิดเป็นร้อยละ 44.5 (Adjusted $R^2 = 0.445$)

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง ความปลอดภัย และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game (Non-Fungible Token) ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y พบว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y แสดงให้เห็นว่า การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ผู้บริโภคจะต้องรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานของ NFT Game (Non-Fungible Token) โดยที่ไม่ต้องใช้ความพยายามในการใช้งาน ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการเรียนรู้ถึงการใช้งานของ NFT Game สอดคล้องกับงานวิจัย เพ็ญพิชชา สมบัติเจริญเมือง (2564) พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผ่านทางแอปพลิเคชัน Shopee ของผู้บริโภค Generation Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคสามารถรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานแอปพลิเคชันได้ผ่านการเรียนรู้การใช้งานด้วยตนเอง จึงส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารผ่าน แอปพลิเคชัน Shopee และสอดคล้องกับทฤษฎีของ Davis (1989) ที่กล่าวว่า การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นสิ่งที่บุคคลมีความเชื่อว่าการใช้งานระบบใด ๆ หรือใช้งานเทคโนโลยีนั้น ๆ ที่ไม่ต้องอาศัยความพยายามในการเรียนรู้และศึกษาเพื่อการใช้งานมากเกินไป เพราะ

ผู้บริโภครับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานที่ไม่ต้องอาศัยความพยายามในการเรียนรู้และการศึกษาเพื่อการใช้งานที่มากขึ้น ซึ่งสามารถรับรู้ได้จากตัวบุคคลเองผ่านความรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y พบว่า การรับรู้ความเสี่ยง ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y แสดงให้เห็นว่า การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ผู้บริโภคจะต้องรับรู้ถึงความเสี่ยงของ NFT Game โดยที่จะต้องสามารถยอมรับความเสี่ยงนั้นได้ ไม่ว่าจะเป็นการสูญเสียเงินทุนที่ใช้ในการเข้าตลาด NFT Game ในบางครั้ง หรือความเสี่ยงด้านการใช้งานที่จะได้รับผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถใช้งานได้ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ความเสี่ยงและพิจารณาว่าความเสี่ยงนั้นตนสามารถยอมรับได้หรือไม่ก่อนการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game สอดคล้องกับงานวิจัย กษิติศ สังสีเพชร (2564) ที่พบว่า การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรือมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความเสี่ยงเป็นสิ่งที่นักลงทุนหรือผู้ใช้งานสกุลเงินดิจิทัลตระหนักรู้และสามารถยอมรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี ทั้งยังสอดคล้องกับสมาคมบริษัทหลักทรัพย์ไทย (2561) ที่พบว่านักลงทุนหรือผู้ใช้งานจำเป็นต้องพิจารณาถึงการรับรู้ความเสี่ยงรอบด้านก่อนการตัดสินใจลงทุน ซึ่งเป็นหลักพื้นฐานของการลงทุน รวมถึง Kiev (2002) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจที่จะเข้าสู่ตลาด ดังนั้นการรับรู้ความเสี่ยงจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game

ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Security) ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Security) ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y แสดงให้เห็นว่า การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ผู้บริโภคจะต้องรับรู้ถึงความปลอดภัยจากการใช้งานหรือความปลอดภัยจากระบบ NFT Game เนื่องจากผู้บริโภคมีการตระหนักถึงความปลอดภัยมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการทำงาน การลงทุน การเข้าสู่ตลาดและข้อมูลส่วนตัว ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการพิจารณาถึงความปลอดภัยก่อนการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด สอดคล้องกับงานวิจัย กษิติศ สังสีเพชร (2564) พบว่า การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรือมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า ความปลอดภัยของข้อมูลและทรัพย์สินทางการเงินที่อาศัยเทคโนโลยีบล็อกเชนในการเข้ารหัสไว้ สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การส่งต่อการทำธุรกรรมต่าง ๆ บนบล็อกเชนที่เป็นการเข้ารหัสไว้แล้วที่มีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งานที่เป็นแนวคิดของชัยยะ สุรารักษ์ (2562) ซึ่งสอดคล้องกับ Bitdefender Thailand (2019) พบว่า ผู้คนเริ่มกลัวความสูญเสียทางการเงินของตนเอง อันเป็นผลพวงมาจากการโจรกรรมของบุคคลที่ไม่มีสิทธิ รวมถึงตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2563) กล่าวว่า ผู้ใช้งานหรือผู้บริโภคเลือกที่จะลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลเหมือนเดิม เพราะการลงทุนบนโลกออนไลน์นั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้นผู้บริโภคจึงทำการพิจารณาถึงความปลอดภัยที่ตนสามารถยอมรับได้ก่อนการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด

ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่มผู้บริโภค Generation Y พบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจ (Trust) ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ในกลุ่ม

ผู้บริโภค Generation Y แสดงให้เห็นว่า การที่ผู้บริโภคจะเกิดความไว้วางใจในการเข้าสู่ตลาด NFT Game ได้ ต้องมาจากการที่องค์กรนั้นมีความน่าเชื่อถือสอดคล้องกับงานวิจัย มัสลิน ใจคุณ และ รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ (2561) ที่พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทาง Facebook LIVE ของกลุ่มผู้บริโภค Generation Y อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า ความไว้วางใจของผู้บริโภคเกิดจากการยอมรับและให้ความเชื่อมั่นกับผู้ค้าหรือองค์กรที่ไลฟ์ขายสินค้าผ่าน Facebook LIVE ซึ่งเกี่ยวข้องกับทฤษฎีของ Komiak, Benbasat (2004) และ Geyskens et.al. (1996) ที่กล่าวว่า บุคคลจะรู้สึกได้ถึงความปลอดภัย จึงเกิดความมั่นใจกับบริการที่ถูกเสนอจากผู้ค้า ดังนั้นความไว้วางใจถือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดการลงทุนและทำธุรกรรมตามมาภายใต้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ยอมรับได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจ NFT Game จำเป็นที่จะต้องพัฒนาระบบอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ว่าการใช้งาน NFT Game เป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยสามารถทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกสบายใน NFT Game และการใช้งาน NFT Game เป็นเรื่องที่ทุกคนสามารถที่จะเรียนรู้และทำความเข้าใจได้และเป็นระบบที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย
2. ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง เนื่องจากการตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game จะมีปัจจัยภายนอกที่เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สถานะเศรษฐกิจขณะนั้น อัตราการเติบโตของสกุลเงินคริปโทเคอร์เรนซี ที่มีความไม่แน่นอน ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจ NFT Game จึงควรมีคำแนะนำ เคล็ดลับ ตลอดจนไปถึงข้อมูลข่าวสารไว้คอยบริการผู้บริโภคที่เข้ามาใช้แพลตฟอร์ม NFT Game
3. ปัจจัยด้านการรับรู้ความปลอดภัย ผู้บริโภคการธุรกิจ NFT Game ควรออกแบบระบบประเมินความพร้อมในการเข้าถึง NFT Game ทั้งในเรื่องความรู้ เงิน เวลา และทักษะการเล่นเกมที่ให้ผู้บริโภคได้ทำประเมินก่อนตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game และให้ข้อมูลบริษัทที่สามารถตรวจสอบรวมถึงการจัดทำระบบการชำระเงินและระบบตรวจสอบธุรกรรมทางการเงินที่มีความปลอดภัย
4. ปัจจัยด้านความไว้วางใจ เนื่องจากผู้ตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game จะรับฟังความคิดหรือมุมมองในเชิงบวกจากคนรอบข้างหรือข้อมูลในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจ NFT Game ควรหาบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเป็นผู้ให้ข้อมูลว่า NFT Game อยู่ภายใต้ระบบที่มีความปลอดภัยสูง สามารถตรวจสอบได้ง่าย ทำให้การตัดสินใจเข้าสู่ตลาด NFT Game ได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กมลวรรณ วิชัยรัตน์. (2564). รู้จัก NFT การสร้างเงินแบบใหม่ สำหรับคนอยากขายงานศิลปะ. สืบค้น 1 ธันวาคม 2564, จาก <https://tonkit360.com/88402>

- กรมประชาสัมพันธ์. (2564). ผลสำรวจคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตปี 2564 เฉลี่ยสูงสุดวันละ 10 ชั่วโมงต่อวัน. สืบค้น 1 ธันวาคม 2564, จาก <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG210920105207958>
- กฤตภาส เลิศสงคราม. (2555). พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การพัฒนามนุษย์). กรุงเทพฯ.
- เกรียงไกร เรืองทรัพย์เดช. (2564). NFT Game สู่มิติใหม่แห่งการหารายได้ แค่เล่นเกมก็ได้เงิน. สืบค้น 1 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.nationtv.tv/original/378852228>
- ชีวิตและเทคโนโลยี. (ม.ป.ป.). ความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศ. สืบค้น 1 ธันวาคม 2564, จาก <https://sites.google.com/site/chiwitlaethek/bth-thi-5-khwam-mankhng-plxdphay-khxng-rabb-sarsnthes>
- ฐานเศรษฐกิจ. (2560). ประชากรไทย GenY ใหญ่สุด พฤติกรรมสร้างโอกาส-ความเสี่ยง. สืบค้น 1 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.thansettakij.com/columnist/234315>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2563). Digital Asset: มิติใหม่แห่งการลงทุนยุค Digital. สืบค้น 1 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/259-get-to-know-digital-asset>
- เทวีลักษณ์ สังข์ชนะ. (2552). ผลกระทบของสื่อออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธนภาคย์ อิทธิชัยพล. (2564). Cryptonian EP22: รู้จัก NFT Games ที่สร้างรายได้ไม่ใช้เล่นๆ ผ่านการเล่นเกม. สืบค้น 1 ธันวาคม 2564, จาก <https://themomentum.co/cryptonian-nft-game/>
- นิรันดร์ กาศรี. (2564). NFT Game คืออะไร?. สืบค้น 1 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.blogsdit.com/2021/08/nft-game.html>
- นิเวศน์ ธรรมะ. (2552). GEN B, GEN X, GEN Y: The Power of Generation. สืบค้น 1 ธันวาคม 2564, จาก <http://guru-marketing-thailand.blogspot.com/2009/05/gen-b-gen-x-gen-y-power-ofgeneration.html>
- เปมิกา กระแสแก้ว. (2564). พฤติกรรมการออมและความรู้ด้านการลงทุนของ Gen Y ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุมาพร (ศรีสุนทร)มานะสันต์. (2564). NFT: Token อ้างอิงกับทรัพย์สินที่มีขึ้นเดียวในโลก. สืบค้น 1 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/127480>
- สำนักงานบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาการศึกษา. (2563). Computer Network Security. อุดลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Antonovici, A. (2021). NFTs NFT Marketplaces: A Beginner's Guide. Retrieved December 1, 2021, from <https://www.coindesk.com/tech/2021/07/12/nft-marketplaces-a-beginners-guide/>

- Audia, P.G., Sorenson O. and Hage J. (2001). Tradeoffs in the organization of production: Multiunit firms, geographic dispersion and organizational learning. *Adv. Strategic Management* 18, 75–105.
- Bangkokbiznews. (2021). บทสรุป “ภาษีคริปโตฯ” นักเทรดต้องรู้ได้ “กำไร” จากการเทรด “เสียภาษี” อย่างไร. Retrieved December 1, 2021, from <https://www.bangkokbiznews.com/business/973062>
- Bangkokbiznews. (2021). ความไว้วางใจกันเสริมความมั่งคั่ง. Retrieved December 1, 2021, from <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/113751>
- Baum, Joel A.C., Li S.X. and Usher J.M. (2000). Making the next move: How experiential and vicarious learning shape the locations of chains’ acquisitions. *Admin. Sci. Quart.* 45, 766–801.
- Bitdefender Thailand. (2564). CYBER SECURITY (ความปลอดภัยบนโลกไซเบอร์) คืออะไร และเหตุใดจึงสำคัญกับธุรกิจของคุณ. Retrieved December 1, 2021, from <https://www.bitdefender.co.th/post/cybersecurity/>
- Cunningham, S.M. (1967). The major dimensions of perceived risk. In: Cox DF, editor. *Risk taking and information handling in consumer behaviour*. Boston: Harvard University Press.
- Davis, F.D. (2564). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.
- Davis, J. H., Schoorman, F. D., Mayer, R. C., and Tan, H. H. (2000). The trusted general manager and business unit performance: Empirical evidence of a competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 21: 563–576.
- Ethereum.org. (2021). Non-fungible tokens (NFT). Retrieved December 1 , 2 0 2 1 , from <https://ethereum.org/en/nft/>
- Gefen, D. (2000). E-commerce: The role of familiarity and trust. *Omega*, 28(6), 725–737.
- Genc. (2021). Beginner’s Guide to NFTs: How To Mint a Non-Fungible Token on Ethereum. Retrieved December 1, 2021, from <https://decrypt.co/resources/beginners-guide-to-nfts-how-to-mint-a-non-fungible-token-on-ethereum>
- Geyskens, I., Steenkamp, J. B. E., Scheer, L. K., and Kumar, N. (1996). The effects of trust and interdependence on relationship commitment: A trans-Atlantic study. *International Journal of Research in Marketing*, 13(4), 303–317.
- Golembiewski, R. T., and McConkie, M. (1975). The centrality of interpersonal trust in group processes. In C. L. Cooper (Ed.), *Theories of group processes* (2nd ed., 131-170). New York: John Wiley & Sons.

- Greve, H.R. (2000). Market niche entry decisions: Competition, learning, and strategy in Tokyo banking, 1894–1936. *Acad. Management J.* 43, 816–836.
- Harradence, M. (2564). SEGA Confirms It Will Start Selling NFTs For ‘Classic IP’ In Summer 2021. Retrieved December 1, 2021, from <https://www.psu.com/news/sega-confirms-it-will-start-selling-nfts-for-classic-ip-in-summer-2021/>
- Kiev, A. (2002). *The Psychology of Risk: Mastering Market Uncertainty*. John Wiley & Sons, Inc., New York.
- Komiak, S. Y., and Benbasat, I. (2006). The effects of personalization and familiarity on trust and adoption of recommendation agents. *MIS quarterly*, 941–960.
- Kooli, K, Ben Mansour, K., and Rizky, U. (2014). Determinants of online trust and their impact on online purchase intention. *International Journal of Technology Marketing*, 9(3), 305–319.
- Lin W.B. (2008). Investigation on the model of consumers’ perceived risk – integrated viewpoint. *Expert Syst Appl*, 34(1), 977–88.
- Mplus International Co.,Ltd. (2021). Cyber Security มีอะไรบ้าง อัปเดตความปลอดภัยทางไซเบอร์ในปี 2022. Retrieved December 1, 2021, from <https://prospace.services/types-cyber-security-2022/>
- Murphy, P.E., and Enis, B.M. (1986). “Classifying products strategically”. *Journal of Marketing*, Vol. 50, July, 24-42.
- Nonayo, O.A. (2021). Ready Player Earn: Where NFT gaming and the virtual economy coincide. Retrieved December 1, 2021, from <https://cointelegraph.com/news/ready-player-earn-where-nft-gaming-and-the-virtual-economy-coincide>
- Peter, J.P. and Ryan, M.J. (1976). “An investigation of perceived risk at the brand level”. *Journal of Marketing Research*, 13(2), 184-189.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134.
- Rindfleisch, A. and Crockett, D.X. (1999). “Cigarette smoking and perceived risk: a multidimensional investigation”. *Journal of Public Policy Marketing*, 18(2), 159-171.
- Wilson, A. (2021). CEO ของ EA กล่าว NFT และ Blockchain คืออนาคตใหม่ของอุตสาหกรรมเกม. Retrieved December 1, 2021, from <https://www.gamingdose.com/news/ceo-ของ-ea-กล่าว-nft-และ-blockchain-คืออนาคต/>
- Zipmex. (2021). Cryptocurrency คืออะไร? ทำความรู้จักกับสินทรัพย์ดิจิทัล. Retrieved December 1, 2021, from <https://zipmex.com/th/learn/what-is-cryptocurrency/>

การพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4
โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น
เขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดกาญจนบุรี

Developing the ability to create works of students in grades four by using
learning management in conjunction with local learning resources in the
Special Economic Zone, Kanchanaburi Province

Received 19 March 2022

Revised 20 March 2022

Accepted 25 March 2022

ศราววุฒิ ธารพร, กัลยา เทียนวงศ์, และมนัสนันท์ น้าสมบุญ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

Sarawut Tharaporn, Kanlaya Tienwong,

and Manasanan Namsomboon

Silpakorn University

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน 2) เปรียบเทียบผลการเรียนรู้ก่อนและหลังเรียน และ 3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่มีต่อการเรียนรู้ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดกาญจนบุรี การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงทดลองพื้นฐาน ใช้รูปแบบ One Group สอบก่อนและสอบหลัง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 3 แผน จัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น 2) แบบทดสอบวัดผลการเรียนรู้ จำนวน 1 ฉบับ เป็นปรนัย ชนิดเลือกคำตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ 3) แบบประเมินความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงานของนักเรียนหลังเรียน และ 4) แบบสอบถามความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4/9 โรงเรียนเทพมงคลรังษี อำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 30 คน ด้วยวิธีการจับฉลาก การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที แบบไม่เป็นอิสระต่อกัน และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น อยู่ในระดับดีมาก 2) ผลการเรียนรู้หลังเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น สูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) ความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

คำสำคัญ : การสร้างสรรค์ชิ้นงาน, การจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงาน, แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น, เขตเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี

Abstract

The research aims to 1) to study the ability to create work pieces. 2) To compare the learning outcomes before and after leaning 3) To study the opinions of Mathayom Suksa 4 students about learning with task-based learning with the use of local learning resources. The research instruments consisted of 1) Lesson Plan 1: Western Thailand, Lesson Plan task-based learning combined with using local learning resources 2: Assessments test 1 copy, 4 multiple choices, 30 questions 3) A Competency Assessment Form about the ability to create works of students after learning 4) A questionnaire on students' opinions on using task-based learning combined with using local learning resources. The sample group used in this research were students in Mathayom Suksa 4/9 at Thepmongkhonrangsri School. Mueang Kanchanaburi District Kanchanaburi Province, the first semester of the academic year 2021, a total of 30 students were obtained by using the Lottery method. The data were analyzed by using the mean, standard deviation (S.D.), dependent sample t-test and content analysis. Research finding were as : 1) Competence to create works of Mathayom Suksa 4 students by using task-based learning combined with using local learning resources have a good level. 2) Post-study outcomes with task-based learning combined with the use of local learning resources higher than before statistically significant at the .05 level 3) The students' opinions on learning by using task-based learning combined with using local learning resources at the most agreeable level.

Keywords: Work Creation, Workload Emphasis, Local Learning, Kanchanaburi Special Economic Zone

บทนำ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และฉบับที่ 3 พ.ศ. 2553 (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2553) ได้กำหนดแนวทางการจัดการศึกษาตามหมวดที่ 1 มาตราที่ 6 ไว้ว่า การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ และสติปัญญา ความรู้ คุณธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข และมาตรา 24 ได้กำหนดว่า การจัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียน โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ฝึกการปฏิบัติ ฝึกทักษะกระบวนการคิด การจัดการ การเผชิญสถานการณ์ และประยุกต์ความรู้ เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหา ควบคู่กับการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงามและคุณลักษณะอันพึงประสงค์ ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ที่มุ่งเน้นให้ทุกคนมีความรู้ ความเข้าใจ การดำรงชีวิตของมนุษย์ในฐานะปัจเจกบุคคลและการอยู่ร่วมกันในสังคม การปรับตัวในสภาพแวดล้อม การจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด เข้าใจถึงการพัฒนามีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย ตามเหตุปัจจัยต่าง ๆ ทำให้

เกิดความเข้าใจในตนเองและผู้อื่น มีความอดทนอดกลั้น ยอมรับความแตกต่างและมีคุณธรรม สามารถนำไปปรับใช้ในการดำรงชีวิตได้ อยู่ร่วมกันในสังคมไทยและสังคมโลกได้อย่างสันติสุข (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551)

จากผลการทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติขั้นพื้นฐาน (o-net) ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 สำหรับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2559 – 2561 ใน 5 กลุ่มรายวิชา คือ ภาษาไทย สังคมศึกษา ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ พบว่าคะแนนเฉลี่ย ทั้ง 5 รายวิชามีคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 50 จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน โดยเฉพาะวิชาสังคมศึกษา ระดับโรงเรียน ระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับประเทศ มีคะแนนที่แสดงให้เห็นว่าการศึกษาที่ผ่านมา นั้น ความสามารถของเด็กไทยลดลงอย่างต่อเนื่อง ระบบการศึกษาควรปรับการเรียนการสอน ที่ไม่เน้นแต่ความรู้ ความเข้าใจ ต้องส่งเสริมให้ผู้เรียน สร้าง คิด ประดิษฐ์ และพัฒนาสิ่งต่าง ๆ หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ดังนั้นการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ จึงมีความสำคัญอย่างมากที่จะพัฒนาและส่งเสริมผู้เรียนให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ที่เต็มตามศักยภาพ สอดคล้องกับความถนัดของผู้เรียน ผู้เรียนมีอิสรภาพในการสร้างองค์ความรู้ของตนเอง เรียนรู้อย่างมีความสุข ใช้ทักษะกระบวนการคิด การปฏิบัติจริง มีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ ทั้งร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ และสังคม รวมถึงผู้เรียนมีบทบาทในกิจกรรมการเรียนรู้มากกว่าผู้สอน (ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์, 2558)

รายวิชาเศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ เป็นส่วนหนึ่งของวิชาสังคมศึกษา ที่โรงเรียนเทพมงคลรังษี ได้สร้างหลักสูตรขึ้นเพื่อรองรับการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดกาญจนบุรี ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษจากนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ในประเด็นด้านการตลาด การค้า และการลงทุน โดยการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในบริเวณพื้นที่ที่มีศักยภาพ โดยเน้นจังหวัดที่มีชายแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้าน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการค้า การตลาด การลงทุน การจ้างงาน และการใช้วัตถุดิบจากประเทศเพื่อนบ้าน และเป็นการเพิ่มศักยภาพของการค้าประชาคมอาเซียน ซึ่งจังหวัดกาญจนบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีอาณาเขตติดกับประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพเรื่องการลงทุน การท่องเที่ยว การจ้างงาน และการตลาด ซึ่งสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดกาญจนบุรี เป็นกิจกรรมในระดับท้องถิ่นที่ต้องพึ่งพาตลาดภายในประเทศเป็นหลัก โดยเฉพาะภาคการเกษตร มีฐานการผลิตอุตสาหกรรมเกี่ยวข้องกับภาคการเกษตร และมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นฐานการผลิต ที่เชื่อมโยงกับท่าเรือปากน้ำลึกและนิคมทวาย ซึ่งแนวทางในการพัฒนานั้นขึ้นอยู่กับเสถียรภาพของการพัฒนาและดำเนินกิจกรรมของท่าเรือปากน้ำลึกและนิคมทวายเป็นปัจจัยสำคัญ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) สำหรับพื้นที่ที่ถูกกำหนดให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษของจังหวัดกาญจนบุรี มีพื้นที่ครอบคลุม 2 ตำบล คืออำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ ตำบลแก่งเสี้ยนและตำบลบ้านเก่า ซึ่งมีศักยภาพหลายด้าน เช่น แหล่งความรู้ท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนาและวัฒนธรรม การดำรงชีวิตของชาวบ้านที่ยังอาศัยทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาแปรรูป เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิต จึงเหมาะแก่การศึกษาเรียนรู้ สถานที่ดังกล่าวจึงเป็นทรัพยากรเป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญ และเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ผู้เรียนได้พัฒนาศักยภาพ ความสามารถของผู้เรียนได้อย่างเต็มที่ เพื่อให้มีนิสัยใฝ่รู้ ใฝ่เรียน แสวงหาความรู้ได้ด้วยตนเอง การนำแหล่งเรียนรู้ใน ชุมชน ท้องถิ่น ตลอดจนวิทยากรท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น มาใช้ประโยชน์ในการจัดกระบวนการเรียนการสอน จึงเป็นวิถีทางหนึ่งที่จะช่วยให้

กระบวนการเรียนการสอนบรรลุจุดมุ่งหมายได้ตามที่ต้องการ การนำภูมิปัญญาชาวบ้าน แหล่งเรียนรู้ มาใช้ในหลักสูตรการเรียน เป็นกิจกรรมที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่า ภูมิปัญญาชาวบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งเรียนรู้ เป็นชุดความรู้ในชุมชนที่มีการใช้เพื่อการดำเนินวิถีชีวิตที่ได้ผลมาในอดีต สามารถดำรงความสันติสุขแก่บุคคล ครอบครัว และชุมชน ตลอดจนความมีคุณภาพอยู่ร่วมกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างผสมกลมกลืน เป็นกระบวนการพัฒนาหลักสูตรที่ได้เน้นการมีส่วนร่วมของ ชุมชน โดยเฉพาะปราชญ์ชาวบ้านที่เป็นผู้เชื่อมโยงชุดความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมกับสถานศึกษาเข้าสู่หลักสูตร และกระบวนการเรียนการสอนของสถานศึกษา โดยผู้เรียนที่ได้ศึกษาเรียนรู้ในรายวิชาเศรษฐศาสตร์การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ จะได้รับความรู้พัฒนาทักษะและมีความพร้อม ในการรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นและนำความรู้ที่ได้ศึกษาไปต่อยอดเป็นอาชีพในอนาคตได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งได้นำวิธีการสอนแบบเน้นภาระงาน (Task Based – Learning) ร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น (Local – Based Learning) มาพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงานของนักเรียน และสามารถมุ่งเน้นทักษะ การคิดสร้างสรรค์ การทำงานกลุ่ม การสืบค้น การนำเสนอ และการนำความรู้ มาใช้บริการสังคม ผ่านการปฏิบัติจริง โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีนี้มาปรับใช้ การเรียนรู้ด้วยตนเอง จะเป็นการเน้นการทำความเข้าใจของกรอบการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษและลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดกาญจนบุรีรวมไปถึงบริบทของท้องถิ่น ในการสร้างชิ้นงานได้อย่างสร้างสรรค์ อีกทั้งการพัฒนาต่อยอดความรู้ สู่สาธารณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเรียนรู้ จากการลงมือปฏิบัติ ผู้เรียนจะเกิดความรู้ ในชั้นปฏิบัติการงาน อันแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจ หลังการปฏิบัติการงาน นักเรียนสามารถสรุป ทบทวน และการปฏิบัติจริง ทำให้ ความรู้คงทนกลายเป็นความจำระยะยาว และสามารถดึงความรู้มาใช้เมื่อต้องการ ซึ่งส่งผล ให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง เศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ สูงขึ้นและทำให้นักเรียนได้ตระหนักรู้ ในคุณค่าของบ้านเกิดที่เป็นแหล่งเรียนรู้ที่ยั่งยืน สำนึกในคุณค่าของท้องถิ่น สำนึกการเป็นพลเมืองที่ดีและเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น
2. เพื่อเปรียบเทียบผลการเรียนรู้ เรื่อง เศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ก่อนและหลังเรียน ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่มีต่อการเรียนรู้ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เป็นแนวทางให้ครูในการจัดการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์ชิ้นงาน ที่สามารถนำไปใช้จัดการเรียนการสอนในรายวิชาอื่น ๆ ให้มีความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2. นักเรียนได้เรียนรู้จากสิ่งที่นักเรียนสนใจ ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ที่สามารถนำไปแก้ปัญหาแปลกใหม่ในชีวิตประจำวันได้อย่างดี
3. ครูได้แนวทางการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงาน ในรายวิชาอื่น ๆ เช่น ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์
4. นักเรียนได้รับการส่งเสริมและปลูกฝังให้เกิดความตระหนักถึงคุณค่าและความรู้ ความสำคัญของชุมชนตนเอง
5. เป็นแนวทางในการทำวิจัยเพื่อพัฒนาการสอนที่จะพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงานร่วมกับวิธีการสอนต่าง ๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น ของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงทดลองพื้นฐาน (Pre-Experimental Research) ใช้รูปแบบ One Group Pretest Posttest Design สอบก่อนและสอบหลัง โดยมีวิธีและขั้นตอนการวิจัย มีวิธีการดำเนินการวิจัยทั้งหมด 4 ขั้นตอน ประกอบด้วยขั้นเตรียมการทดลอง ขั้นสร้างเครื่องมือ ขั้นดำเนินการทดลอง และขั้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนเทพมงคลรังษี อำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 400 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4/9 โรงเรียนเทพมงคลรังษี อำเภอเมืองกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 30 คน ด้วยวิธีจับฉลาก

ตัวแปรอิสระ การจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น ตัวแปรตามความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน ผลการเรียนรู้ เรื่องเศรษฐศาสตร์การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ และความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น

การวิจัยอ้างอิงเนื้อหาจากกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมรายวิชา เศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ รหัสวิชา ส 31201 ทั้ง 3 หน่วยการเรียนรู้ ได้แก่ หน่วยที่ 1 ตะวันตก แดนสยาม หน่วยที่ 2 เส้นทางเศรษฐกิจ หน่วยที่ 3 หมู่มิตรเมืองกาญจน์

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2564 ใช้เวลาในการทดลอง สัปดาห์ละ 2 คาบ คาบละ 50 นาที จำนวน 8 สัปดาห์ เป็นเวลา 16 คาบ รวม Pre – test, Post – test

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นเตรียมการทดลอง

ผู้วิจัยได้ศึกษาและสำรวจสภาพ ปัญหาที่พบจากผลการทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติขั้นพื้นฐาน (o-net) ของนักเรียนช่วงชั้นที่ 4 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2559 – 2560 โรงเรียนเทพมงคลรังษี จังหวัดกาญจนบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาญจนบุรี มีคะแนนต่ำกว่า 50 จากคะแนนเต็ม

100 คะแนน โดยเฉพาะวิชาสังคมศึกษา ที่มีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ จึงได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 เกี่ยวกับมาตรฐานการเรียนรู้ และตัวชี้วัด ซึ่งพบว่า นักเรียนขาดทักษะการคิดวิเคราะห์ คิดอย่างสร้างสรรค์ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะการคิดเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ พบว่า การจะพัฒนาทักษะการคิดได้นั้นครูต้องสร้างความสนใจให้กับนักเรียน เพื่อให้ นักเรียนเกิดความต้องการในการเรียนรู้ เมื่อเข้าใจในเนื้อหา นักเรียนสามารถสร้างองค์ความรู้และสามารถนำ องค์ความรู้ไปใช้ในอนาคตได้

ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์และสังเคราะห์รายวิชาเศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งเป็นวิชาหนึ่งของ วิชาสังคมศึกษา ที่โรงเรียนเทพมงคลรังษี ได้สร้างหลักสูตรขึ้นเพื่อรองรับการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัด กาญจนบุรี ในรายวิชานี้เมื่อนักเรียนได้ศึกษาเรียนรู้ จะสามารถส่งเสริมให้ผู้เรียน สร้าง คิด ประดิษฐ์ และ พัฒนาสิ่งต่าง ๆ หรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ได้ ซึ่งเป็นการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ทำให้ผู้เรียนเกิด ประสบการณ์การเรียนรู้ที่เต็มตามศักยภาพ สอดคล้องกับความถนัดของตนเอง มีอิสระในการสร้างองค์ความรู้ ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์และสังเคราะห์วิธีการจัดการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีการสร้างทักษะอาชีพ เพื่อส่งเสริมและ พัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน จนกลายเป็นการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงาน (Task Based – Learning) ร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น (Local – Based Learning)

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาความรู้ แนวคิด และทฤษฎีต่างๆ มาสร้างเครื่องมือ ที่ใช้ประกอบ การวิจัย ประกอบด้วย

1. แผนการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น จำนวน 3 แผน รวม ใช้เวลาทั้งหมด 16 คาบ สร้างแผนการจัดการเรียนรู้ ด้วยแนวคิดในการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น ดังนี้ ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมปฏิบัติการงาน (Pre - Task) ร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ ในท้องถิ่น ในการวิเคราะห์บริบทพื้นที่ท้องถิ่น เพื่อนำข้อมูลมาศึกษาในขั้นเตรียมปฏิบัติการงาน ขั้นที่ 2 ขั้น การปฏิบัติการงาน (Task) เป็นขั้นตอนของการลงพื้นที่ในการสร้างชิ้นงาน พัฒนานวัตกรรมตามขั้นตอนและ วิธีการที่นักเรียนได้กำหนดตามแผนงาน ขั้นที่ 3 ขั้นหลังการปฏิบัติการงาน (Post Task) เป็นขั้นตอนการ สะท้อนความคิด นำเสนอชิ้นงานจากการลงศึกษาพื้นที่ในท้องถิ่นเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มอื่น ๆ การ นำเสนอหรือรายงานผลการปฏิบัติงานประเมินผลการปฏิบัติงาน ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงแผนการจัดการเรียนรู้

แผนการจัดการเรียนรู้	เนื้อหาสาระ	จำนวนคาบ
1 .. ลักษณะทางกายภาพของจังหวัดกาญจนบุรี		2
ตะวันตกแดนสยาม	๒. เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกับจังหวัดกาญจนบุรี	2

ตารางที่ 1 (ต่อ)

แผนการจัดการเรียนรู้	เนื้อหาสาระ	จำนวนคาบ
2	.. ประโยชน์และคุณค่าของการเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ	2
เส้นทางเศรษฐกิจ	!. การพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ กาญจนบุรี เพื่อส่งเสริม ศักยภาพและโอกาสของเขตเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี	2
3	.. สภาพ บริบท ของพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี	4
ภูมิตรเมืองกาญจน์	!. การส่งเสริมอาชีพในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษกาญจนบุรี	4
รวม		16

หลังจากนั้นจึงเสนอแผนการจัดการเรียนรู้ต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความ เหมาะสมของภาษา และความตรงของเนื้อหา จากนั้นบันทึกผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ แล้วสรุปค่าดัชนีความสอดคล้อง พบว่ามีค่า ระหว่าง 0.67 - 1.00 อีกทั้งปรับปรุง แผนการจัดการเรียนรู้ตามคำแนะนำของ ผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำ แผน การจัดการเรียนรู้ที่ ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

2. แบบทดสอบผลการเรียนรู้ เรื่อง เศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ แบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ ซึ่งแต่ละข้อมี คำตอบที่ถูกต้องเพียงคำตอบเดียว ครอบคลุม เนื้อหาตามมาตรฐาน สาระการเรียนรู้ และ ตัวชี้วัด เรื่อง เศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 60 ข้อ หลังจากนั้นจึงนำเสนอ แบบทดสอบต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบ ความเหมาะสมของภาษา และความตรงของเนื้อหาโดยใช้เกณฑ์กำหนดคะแนนความคิดเห็น จากนั้นบันทึกผลการพิจารณาของ ผู้เชี่ยวชาญ แล้วหาค่าดัชนีความสอดคล้องโดยปรับปรุงแบบทดสอบ ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และแก้ไข การใช้ภาษาให้ถูกต้อง เพื่อนำแบบทดสอบ ที่ได้ปรับปรุง แล้วไปทดลองใช้กับนักเรียน ระดับชั้นมัธยมศึกษาปี ที่ 6 ที่ผ่านการเรียน เรื่อง เศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษมาแล้ว จำนวน 30 คน จากนั้น จึงตรวจ แบบทดสอบแล้วนำมาวิเคราะห์ หาค่าความยากง่าย และค่าอำนาจจำแนก ซึ่งผลการวิเคราะห์แบบทดสอบ จำนวน 60 ข้อ ค่าความยากง่าย มีค่าอยู่ระหว่าง 0.53 – 0.73 และค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่าง 0.20 - 0.60 จากนั้นผู้วิจัยจึงเลือกแบบทดสอบไว้ 30 ข้อ โดยแบบทดสอบ 30 ข้อนี้ มีค่าความยากง่ายอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 และค่าอำนาจจำแนกมีค่าอยู่ระหว่าง 0.20 – 0.80 แล้วหาค่าความเที่ยงด้วยวิธีการของ คูเดอร์- ริชาร์ดสัน 20 (KR - 20) ของแบบทดสอบซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.96 เพื่อนำแบบทดสอบที่คัดเลือกตามคำแนะนำ ของผู้เชี่ยวชาญจัดทำเป็นแบบทดสอบ ก่อนการทำการทดลอง จำนวน 1 ชุด 30 ข้อ และแบบทดสอบ หลัง การทำการทดลอง จำนวน 1 ชุด 30 ข้อ ซึ่งแบบทดสอบก่อนการทำการทดลอง และหลังการทำการทดลอง เป็นแบบทดสอบ ชุดเดียวกัน แตกต่างกันที่การสลับข้อ ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3. แบบประเมินความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน สร้างแบบประเมินความสามารถในการ สร้างสรรค์ชิ้นงาน จำนวน 1 ฉบับ จากการกำหนดประเด็นที่เป็นเกณฑ์การประเมินความสามารถในการ สร้างสรรค์ชิ้นงาน ได้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความเนื้อหา/ความรู้ ด้านการออกแบบชิ้นงาน และด้านการนำเสนอ รวม 10 ตัวชี้วัด จากนั้นนำแบบประเมินความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงานเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบ ความเหมาะสมของภาษาและความตรงของเนื้อหาโดยใช้ เกณฑ์กำหนดคะแนนแบบประเมินความสามารถใน

การสร้างสรรคขึ้นงานแล้วบันทึก ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นหาค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความ สอดคล้อง แบบประเมินความสามารถในการสร้างสรรค์ขึ้นงาน ทุกข้อพบว่า มีค่า 1.00 จากนั้นแก้ไขการใช้ภาษาให้ถูกต้อง ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

4. แบบสอบถามความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อการเรียน มี 3 ด้าน คือ ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ บรรยากาศในการจัดการเรียนรู้ และ ประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดกิจกรรม การเรียนรู้จำนวน 27 ข้อ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี หลักการ และแนวทางในการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็น แล้วสร้างขึ้น ตามแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ จำนวน 27 ข้อ จากนั้นนำแบบสอบถามเสนอ ต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความเหมาะสม ของภาษาและความตรงของเนื้อหาโดยใช้ เกณฑ์กำหนดคะแนนความคิดเห็นแล้วบันทึก ผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นหาค่า ดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความ สอดคล้อง แบบสอบถามทุกข้อพบว่า มีค่า 1.00 จากนั้นแก้ไขการใช้ภาษาให้ถูกต้อง ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนดำเนินการทดลอง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองโดยเริ่มใช้ แบบทดสอบวัดความรู้ เรื่อง เศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 30 ข้อ ก่อนแล้วดำเนินการจัดการเรียนการสอน โดยให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ได้เรียนกับแผนการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 3 แผน ซึ่งใช้เวลาในการเรียน 16 คาบ สัปดาห์ละ 2 คาบ เป็นระยะเวลา 8 สัปดาห์ หลังจากนั้นจึงทำแบบทดสอบ หลังการทำ การทดลองโดยใช้แบบทดสอบวัดความรู้ เรื่อง เศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 30 ข้อ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แล้วให้นักเรียนตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อการเรียน เรื่อง เศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น ด้วยแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จากนั้นนำคะแนนที่ได้ จากการทดสอบก่อนการทำการทดลองและหลังการทำการทดลองมาเปรียบเทียบความแตกต่าง แล้วจึงสรุปผล และวิเคราะห์ ข้อมูลต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 ขั้นตอนวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเหมาะสม ของภาษาและความตรงเชิงเนื้อหาของ แผนการจัดการเรียนรู้แบบทดสอบก่อน การทำการทดลอง และหลังเรียน แบบประเมินความสามารถในการสร้างสรรค์ขึ้นงาน และแบบสอบถามความคิดเห็น โดยใช้การวิเคราะห์ หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) แบบทดสอบวัดความรู้ เรื่อง เศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ โดยใช้การวิเคราะห์ หาค่าความยากง่าย (p) ค่าอำนาจจำแนก (r) และค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบประเมินความสามารถในการสร้างสรรค์ขึ้นงานแบบทดสอบและคะแนนผลการเรียนรู้ ผ่านแบบทดสอบก่อนการทำการทดลอง (pretest) และหลังเรียน และระดับความคิดเห็น ของนักเรียนโดยใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) มาเปรียบเทียบโดยใช้สถิติทดสอบที แบบไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test Dependent)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น ของเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดกาญจนบุรี

ตารางที่ 2 ความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน โดยภาพรวม

การบริหารงานวิชาการ โดยภาพรวม	μ	σ	ระดับ การปฏิบัติ
1. ด้านเนื้อหา/ ความรู้	2.60	0.36	ดีมาก
2. ด้านการออกแบบชิ้นงาน	2.77	0.25	ดีมาก
3. ด้านการนำเสนอ	2.58	0.11	ดีมาก
รวมเฉลี่ย	2.65	0.21	ดีมาก

จากการศึกษาพบว่าความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 หลังใช้การจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นของเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 2.65$, S.D. = 0.21) เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านการออกแบบชิ้นงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 2.77$, S.D. = 0.25) รองลงมา ได้แก่ ด้านเนื้อหา/ ความรู้ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 2.60$, S.D. = 0.36) เป็นลำดับที่สอง และด้านการนำเสนออยู่ในระดับดีมาก เป็นลำดับสุดท้าย ($\bar{X} = 2.58$, S.D. = 0.11) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ที่ได้กำหนดไว้

2. ผลการเปรียบเทียบผลการเรียน เรื่อง เศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษหลังเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น

ตารางที่ 3 แสดงการศึกษาผลการเปรียบเทียบ ผลการเรียน เรื่อง เศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษหลังเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น

การทดสอบ	จำนวน	คะแนนเต็ม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Df	T
ก่อนเรียน	30	30	12.00	2.69	29.00	35.61 **
หลังเรียน	30	30	28.30 *	1.49		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p < .01$, * $p < .05$

จากตารางที่ 2 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีค่าเฉลี่ยผลการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนจากการได้รับการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่ง

เรียนรู้ในท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 28.30 , SD. = 1.49) สูงกว่าคะแนนก่อนได้รับการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น ($\bar{X}$ = 12.00 , SD. = 2.69) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ที่ได้กำหนดไว้

3. ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น โดยภาพรวม

การบริหารงานวิชาการ โดยภาพรวม	μ	σ	ระดับ การปฏิบัติ
1. ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้	4.24	0.76	มากที่สุด
2. ด้านบรรยากาศ	4.32	0.72	มากที่สุด
3. ด้านประโยชน์ที่ได้รับ	4.18	0.71	มาก
รวมเฉลี่ย	4.25	0.73	มากที่สุด

จากการศึกษาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 0.73) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ นักเรียนมีความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.24, S.D. = 0.76) ด้านบรรยากาศ พบว่า นักเรียนมีความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ด้านบรรยากาศ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.72) ด้านประโยชน์ที่ได้รับ พบว่า นักเรียนมีความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ด้านประโยชน์ที่ได้รับ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.18, S.D. = 0.71) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ที่ได้กำหนดไว้

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นของเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดกาญจนบุรี สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 4 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น ของเขตเศรษฐกิจ พิเศษ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 4 หลังใช้การจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นของเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก เมื่อพิจารณารายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการออกแบบชิ้นงาน ด้านเนื้อหา และด้านการนำเสนอ ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการจัดการเรียนรู้ด้วยกระบวนการเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น มุ่งเน้นให้นักเรียนได้ฝึกการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ ด้วยการทำความเข้าใจเนื้อหาจากท้องถิ่นในการเรียนรู้ และนำแนวคิดต่าง ๆ มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ชิ้นงานสร้างสรรค์ ผ่านการลงมือปฏิบัติ สอดคล้องกับงานวิจัยของชนิษฐา เวชรังษี (2550) ที่ศึกษาความสามารถในการสร้างชิ้นงานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่เรียนด้วยการใช้ชุดกิจกรรม พบว่า ความสามารถในการสร้างชิ้นงานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หลังเรียนอยู่ในระดับเกณฑ์ที่กำหนด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lzadpanah (2010) ที่ศึกษาผลจากการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน TBL พบว่า ทำให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมได้ปฏิบัติจริงมีความคิดวิเคราะห์ความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้อาจเพราะการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นของเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดกาญจนบุรี นั้น ผู้วิจัยได้พยายามฝึกให้นักเรียนได้มีความคิดริเริ่มในการพัฒนาชิ้นงาน ด้วยความคิดที่แปลกใหม่ ใช้งานได้จริง ให้มีความคิดคล่อง มีการคิดหาวิธีการ การสร้างชิ้นงานเป็นขั้นตอน มีความคิดยืดหยุ่น และการคิดนำสิ่งที่อยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสามารถอธิบายการคิดนำสิ่งที่อยู่ในท้องถิ่น มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้ ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนเกิดการพัฒนาระบวนการเรียนรู้กระบวนการคิด มีการวางแผน ดำเนินงานแก้ปัญหา ตัดสินใจและประเมินงานของตนเองมากยิ่งขึ้น ซึ่งตรงกับทฤษฎี (Willis, 2000; Estaire and Zanon, 1994; Ellis, 2003); จรัสศรี พาเทพ, 2558) โดยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น เพื่อพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน เพื่อเป็นเครื่องสะท้อนความเข้าใจในการเรียน ส่งเสริมให้ ผู้เรียนรู้สึกสนุกสนาน มีความกระตือรือร้น และคิดอย่างเป็นขั้นตอน

2. ผลการเปรียบเทียบผลการเรียน เรื่อง เศรษฐศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ก่อนเรียนและหลังเรียน ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีค่าเฉลี่ยผลการเรียนหลังเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การจัดการเรียนรู้ด้วยกระบวนการเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นเป็นการจัดการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้นักเรียนเกิดทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณ ทักษะในการแก้ปัญหา ทักษะการสร้างสรรคชิ้นงาน ทักษะความร่วมมือ การทำงานเป็นทีม และภาวะผู้นำ ซึ่งเป็นองค์ประกอบของทักษะในศตวรรษที่ 21 (21st Century Skills) โดยผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมที่มุ่งเน้นให้นักเรียนเข้าใจสภาพบริบทของ

ท้องถิ่นกับการเปลี่ยนแปลงสู่การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อให้นักเรียนเข้าใจท้องถิ่น รู้ปัญหาและความต้องการของท้องถิ่น ผ่านการเรียนรู้ สังเกต สัมภาษณ์กับบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ สังเคราะห์การพัฒนาและความต้องการของท้องถิ่นที่แท้จริง โดยร่วมกันระดมความคิด เสนอแนวทางการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองเพื่อรองรับการเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับ วิจารย์ พานิช (2555) ทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ควรเริ่มจากการเรียนรู้ด้วยตัวเอง มีครูเป็นผู้แนะนำ และช่วยออกแบบกิจกรรมให้ผู้เรียนแต่ละคนสามารถประเมินความก้าวหน้าของการเรียนรู้ของตนเองได้ เพื่อนำไปใช้เพิ่มศักยภาพของนักเรียนเข้าสู่โลกการทำงานที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ครูต้องฝึกให้นักเรียนให้เกิดการเรียนรู้ผ่านการฝึกปฏิบัติจริง (Active Learning) เน้นทักษะและกระบวนการให้เกิดทักษะการเรียนรู้ รู้จักคิดวิเคราะห์ คิดแก้ปัญหา และคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรมทั้งในและนอกห้องเรียน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ, 2560) และผู้วิจัยได้สร้างสภาพแวดล้อมในห้องเรียนที่เหมาะสมและเอื้อต่อการทำงาน โดยนักเรียนทำงานร่วมกันเป็นทีม สมาชิกทุกคนมีความเท่าเทียมกัน สามารถแสดงความคิดเห็น เสนอแนวคิดได้อย่างอิสระ เน้นการปฏิบัติ การลงมือทำ และการสร้างสรรค์นวัตกรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สราลี หลงแยม (2556) พบว่า ผลการเปรียบเทียบหลังจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานหลังเรียนสูงกว่า ก่อนเรียน และการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นยังเป็นการจัดการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนดำเนินกิจกรรมให้สำเร็จสมบูรณ์ตามเป้าหมายที่กำหนดเอาไว้ โดยมีการระบุขั้นตอนในการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน ซึ่งผู้เรียนจะดำเนินกิจกรรมโดยมี ปฏิสัมพันธ์ต่อกันเพื่อให้เกิดผลสำเร็จ รวมถึงได้นำความรู้ไปลงมือปฏิบัติจริง ๆ จึงทำให้เข้าใจในบทเรียนมากขึ้น

3. ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ด้านบรรยากาศการเรียนรู้ และด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนรู้ พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการจัดการเรียนรู้ แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษา พบว่า ความคิดเห็นของนักเรียนเกิดความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น เพราะนักเรียนสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ ปราศจากการตีกรอบความคิด คำตอบที่ได้ไม่มีผิดไม่มีถูก ยอมรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนและช่วยกันระดมความคิดเห็น และมุ่งเน้นการคิดสร้างสรรค์ที่มีความหลากหลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของของสราลี หลงแยม (2556) พบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียนโดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพัตรา ราชยานต์ (2551) พบว่า นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบเน้นงานปฏิบัติมีเจตคติที่ดีต่อการเรียน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเรียนโดยใช้กิจกรรมเน้นภาระงานได้เปิดโอกาสให้ผู้เรียนสำรวจการเรียนรู้ด้วยตนเอง ทำให้เกิดความท้าทายความสามารถได้รู้จักการวิพากษ์วิจารณ์ส่งเสริมการการมีปฏิสัมพันธ์แลกเปลี่ยนข้อมูล และกิจกรรมการเรียนรู้ มีตัวป้อนที่สร้างความเข้าใจได้ง่ายและกระบวนการเรียนที่สอดคล้องกับตัวป้อนช่วยให้พัฒนาความคิด มีจุดมุ่งหมายในการคิดและปฏิบัติงานอย่างชัดเจน มีตอบสนองความแตกต่างระหว่างบุคคล นอกจากนี้ การนำกระบวนการแก้ปัญหาเป็นหลักในการจัดสภาพการเรียนรู้ทำให้ผู้เรียนพัฒนาการคิดอย่าง

เป็นระบบและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน จึงทำให้นักเรียนมีความเข้าใจมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง การพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นของเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดกาญจนบุรี ตามที่เสนอไปแล้ว ข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะนี้

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. การจัดการเรียนรู้ด้วยจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นในบางแผนการจัดการเรียนรู้ไม่สามารถดำเนินกิจกรรมให้แล้วเสร็จคาบเรียนได้ เนื่องจากเนื้อหาบางแผนการจัดการเรียนรู้มีมาก และนักเรียนใช้เวลาในการทำกิจกรรมแต่ละกิจกรรมค่อนข้างใช้ระยะเวลานาน ดังนั้น ครูควรมีการควบคุมเนื้อหาที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ให้เป็นไปตามจุดประสงค์การเรียนรู้และกำหนดระยะเวลาในการทำกิจกรรมแต่ละกิจกรรมให้ชัดเจนและเหมาะสม เพื่อให้ขั้นตอนการจัดกิจกรรมเป็นไปตามแผนการจัดการเรียนรู้ที่วางไว้

2. ความสามารถในการสร้างสรรค์ชิ้นงานของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นของเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดกาญจนบุรี ครูผู้สอนควรสอดแทรกทักษะการนำเสนอไปในแผนการเรียนรู้ให้มากขึ้นเพื่อเป็นการฝึกฝนนักเรียนให้เกิดความชำนาญและความกล้าแสดงออกนั้นใจมากขึ้น

3. ความคิดเห็นด้านของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ครูผู้สอนควรเพิ่มเนื้อหาการสอนนักเรียนได้เชื่อมโยงประสบการณ์กับชีวิตจริงเพื่อฝึกการคิด การแก้ปัญหา และการค้นพบความรู้ให้มากขึ้น ครูควรส่งเสริมให้นักเรียนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คิดวิเคราะห์ และด้านนี้ที่ผู้สอนควรเพิ่มเติมเนื้อหาเพื่อให้นักเรียนเกิดความพอใจมากขึ้น คือ ครูควรใช้วิธีการสอนและใช้สื่ออย่างหลากหลายเพื่อให้นักเรียนรู้สึกถึงความแปลกใหม่ ทันสมัย ไม่จำเจ อาจช่วยให้นักเรียนมีความสนใจเรียนมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการนำการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น ไปใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีอื่นๆ เพื่อเป็นการเปรียบเทียบผลการศึกษาศักยภาพในการสร้างสรรค์ชิ้นงานของนักเรียน ผลการเปรียบเทียบผลการเรียน และผลความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

2. ควรมีการนำการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานไปปรับใช้กับรายวิชาอื่น ๆ เพื่อให้นักเรียนได้ฝึกการคิดวิเคราะห์ และการลงมือปฏิบัติงานร่วมกับการเรียนรู้ในบทเรียน เพื่อให้นักเรียนได้เข้าใจในบทเรียนมากขึ้น

3. ควรมีการนำแนวคิดการจัดการเรียนรู้แบบเน้นภาระงานร่วมกับการใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่น ไปใช้ศึกษาและพัฒนา รูปแบบและวิธีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้ตรงกับความต้องการของนักเรียน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). *หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.
- ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์. (2558). *นวัตกรรมการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สราลี หลงแย้ม. (2556). *การพัฒนาทักษะฟัง พูด ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นภาระงาน*. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2557). *รายงานแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระดับพื้นที่ เล่มที่ 10 จังหวัดกาญจนบุรี*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สุภัทรา ราชายนต์. (2551). *ผลของการจัดการเรียนรู้แบบเน้นงานปฏิบัติที่มีต่อความสามารถด้าน การเขียน ภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนพระหฤทัยคอนแวนต์*. วิ ท ย า นี พ นธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนภาษาอังกฤษในฐานะภาษาต่างประเทศ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.
- Ellis, A. K. (2004). *Exemplars of Curriculum Theory*. Seattle: Eye on Education.
- Izadpanah, S. (2010). A Study on Task-Based Language Teaching : From Theory to Practice. *US-China Foreign Langage*, 8(3), 47-56.
- Willis, J. (2000). The Maturing of Constructivist Instructional Design : Some Basic Principles that can Guide Practice. *Educational Technology*, 40(1), 5-16.

แนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย

The development guidelines for efficiency of internal audit for the Rajabhat University in Thailand

Received 1 April 2022

Revised 1 April 2022

Accepted 25 April 2022

นิตยา อำไพกุล และขวัญนรี กล้าปราบโจร

มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

Nittaya Ampaikun and Kwannaree Klaprabchone

Kanchanaburi Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายใน และเพื่อวิเคราะห์แนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย เป็นงานวิจัยแบบผสมผสานระหว่างงานวิจัยเชิงปริมาณ และงานวิจัยเชิงคุณภาพ ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรสำนักงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย จำนวน 126 คน โดยเลือกตัวอย่างตามช่วงเวลา และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 12 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาอยู่ระหว่าง 0.80-1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.95 และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ และการวิเคราะห์เนื้อหา กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยการตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย ประกอบไปด้วย ด้านนโยบายและการสนับสนุนของผู้บริหาร ด้านความพร้อมของระบบสารสนเทศ ด้านความสามารถของผู้ตรวจสอบภายใน และด้านกระบวนการตรวจสอบภายใน 2) แนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย มีแนวทางพัฒนาดังนี้ โดยผู้บริหารระดับสูงควรนำผลการตรวจสอบไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานของหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยให้มีผลการปฏิบัติงานที่ถูกต้องเป็นไปตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับอย่างเคร่งครัด ผู้บริหารระดับสูงควรมีการกำหนดนโยบายและแนวทางในการมอบหมายงานอย่างชัดเจนและกำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างเหมาะสม รวมถึงการสนับสนุนงบประมาณ ทรัพยากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัยที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน และหัวหน้างานตรวจสอบภายในกำกับดูแลผู้ตรวจสอบภายในให้ปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐานการตรวจสอบภายในอย่างเคร่งครัด

คำสำคัญ : การพัฒนา, ประสิทธิภาพ, งานตรวจสอบภายใน

Abstract

The purpose of this research were to analyze the relationship between internal audit factors that affect the efficiency of internal audit work, and to analyze guidelines for improving the efficiency of internal audit work of Rajabhat University in Thailand. It is mixed research between quantitative research and qualitative research. The samples used in this research were 126 personnel from the Internal Audit Office of Rajabhat Universities in Thailand, selecting samples by time period and 12 key informants. The research instruments were, questionnaires 5-level estimation scale with content accuracy between 0.80-1.00 and a confidence value of 0.95; and an in-depth interview. The statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson's Correlation Coefficient Multiple regression analysis and content analysis. The statistical significance level was set at 0.05. The results showed that; 1) Internal audit factors affect the efficiency of internal audits of Rajabhat Universities in Thailand. It consists of policy and management support, availability of information systems, competency of internal audit staff and the internal audit process. 2) Guidelines for improving the efficiency of internal audits of Rajabhat Universities in Thailand, There are development guidelines as follows where executive must apply the results of audits to develop and improve the performance of departments within the university to have accurate results. strictly according to the rules, regulations and regulations Top management clearly defines policies and guidelines for assignments. and assign appropriate authority, duties and responsibilities. This includes supporting budgets, resources, equipment, tools and modern equipment that are needed to perform internal audits. and the head of the internal audit department regularly review that the internal auditors perform their duties strictly in accordance with the internal audit standards.

Keywords: Development, Efficiency, Internal audit

บทนำ

ปัจจุบันการบริหารงานของส่วนราชการในประเทศไทยต้องพบเจอกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุก ๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม การเมือง เทคโนโลยีสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงไป เหตุการณ์ความล้มเหลวของการดำเนินธุรกิจ กระบวนการบริหารงานที่มีความซับซ้อน รวมถึงการทุจริตของบุคลากรในองค์กรทุกระดับ สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้องค์กรต้องเผชิญกับความเสี่ยงและปัญหาในการบริหารจัดการเหตุการณ์ดังกล่าวได้สะท้อนถึงการไม่มีประสิทธิภาพของการตรวจสอบภายในและความล้มเหลวของระบบการควบคุมภายใน (อรพรรณ แสงศิระเวทย์, 2561) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้ให้ความสำคัญกับการบริหารงานแบบมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ของงาน โดยมีการตรวจสอบติดตามประเมินผลสัมฤทธิ์

ของการดำเนินงานมีระบบการบริหารจัดการที่ดี โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ ทำให้ส่วนราชการต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล โดยการนำการตรวจสอบภายในและระบบการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพมาใช้ในการบริหารงานขององค์กร (วิมลวรรณ งามแฉล้ม, 2559)

การตรวจสอบภายในถือเป็นเครื่องมือหรือกลไกที่สำคัญของผู้บริหารที่องค์กรจัดให้มีขึ้นเพื่อช่วย ในการกำกับดูแล ติดตาม ประเมินผลการปฏิบัติงาน ประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของระบบ การควบคุมภายในด้านต่าง ๆ ภายในองค์กร ในปัจจุบันรัฐบาลมีการสนับสนุนให้ทุกหน่วยงานในประเทศไทย มีการนำการตรวจสอบภายในและระบบการควบคุมภายใน มาใช้ในการบริหารงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อลดปัจจัยเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ที่จะก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กร ก่อให้เกิดการบริหารจัดการ ที่เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดี มีความโปร่งใส และเพื่อวิเคราะห์ประเมินความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับองค์กรในทุก ๆ ด้าน แล้วรายงานผลพร้อมข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้บริหาร เพื่อใช้ในการตัดสินใจและกำหนดมาตรการในการบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายในและการกำกับดูแล (อุดมศักดิ์ ปัญญาเข้ม, 2560) งานตรวจสอบภายในจึงมีบทบาทที่สำคัญในการสนับสนุนส่งเสริมให้การปฏิบัติงานในทุกระดับขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยผลักดันให้เกิดความสำเร็จในการบริหารงาน เช่น ส่งเสริมให้เกิดกระบวนการกำกับดูแลที่ดี การบริหารความเสี่ยง การควบคุมการปฏิบัติงานขององค์กร อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ดังนั้น ผู้ตรวจสอบภายในจึงต้องตรวจสอบให้ครอบคลุมทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน การบัญชี การปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ และรวมถึงการตรวจสอบการบริหารงานด้านต่าง ๆ ได้แก่ การบริหารงบประมาณ การบริหารทรัพย์สิน และการบริหารทรัพยากรบุคคล ผู้ตรวจสอบภายในยังต้องปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกระบวนการตรวจสอบภายใน รวมถึงมาตรฐานการตรวจสอบภายในตาม หลักสากล มาตรฐานการตรวจสอบภายในและจริยธรรมการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในของส่วนราชการอย่างสม่ำเสมอ (พรธิดา สีดำ, 2560)

งานตรวจสอบภายในของส่วนราชการ ได้เริ่มต้นจากมติคณะกรรมการรัฐมนตรี กำหนดให้ทุกส่วนราชการระดับกรมขึ้นไปมีผู้ตรวจสอบภายใน และได้เริ่มให้ความสำคัญของระบบการตรวจสอบภายใน เพื่อให้เกิดความโปร่งใส (Transparency) และสามารถตรวจสอบได้ (Audit Ability) มหาวิทยาลัยราชภัฏซึ่งเป็นส่วนราชการระดับกรม จึงได้มีการจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบภายในขึ้น ตามมติคณะรัฐมนตรี เพื่อเป็นเครื่องมือหรือกลไกที่สำคัญของผู้บริหารในการกำกับดูแล ติดตาม ประเมินผลของการดำเนินงาน และประเมินประสิทธิภาพ ประสิทธิผลของระบบการควบคุมภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ (ฐิติรัตน์ มีมาก, 2559) ผู้บริหารสามารถนำผลผลิตของงานตรวจสอบภายในไปใช้ในการตัดสินใจในการบริหารจัดการองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยตรวจสอบผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏ มุ่งเน้นความเป็นอิสระในการปฏิบัติงาน ช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย โดยจะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายใน และเพื่อวิเคราะห์แนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและเสริมสร้างการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในให้เป็นที่น่าเชื่อถือ และได้รับ

การยอมรับจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและเพื่อให้ผู้บริหารและผู้ตรวจสอบภายในใช้แนวทางในการแก้ไขและพัฒนาวิธีการปฏิบัติงานต่าง ๆ ในด้านการตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. มหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทยสามารถนำผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย ไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในที่มีประสิทธิภาพ
2. ผู้บริหาร และผู้ตรวจสอบภายในสามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาวิธีการปฏิบัติงานต่าง ๆ ในด้านการตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรการวิจัย ได้แก่ บุคลากรสำนักงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย จำนวน 145 คน ตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดขนาดตัวอย่างและเลือกตัวอย่างตามช่วงเวลา (Time Period Sampling) จำนวน 126 คน และตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 12 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

2.1 แบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับปัจจัยการตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย โดยแบ่งเป็น 9 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2-8 เป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตรวจสอบภายใน แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ และตอนที่ 9 เป็นข้อเสนอแนะอื่น ๆ

2.2 แบบสัมภาษณ์ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไป

ของผู้สัมภาษณ์ ตอนที่ 2 เป็นแนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย และตอนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้นำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล ในรูปแบบออนไลน์ ผ่าน Google Forms ถึงบุคลากรสำนักงานตรวจสอบภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทยได้แบบสอบถามตอบกลับมา จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 100

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้นำหนังสือขออนุญาตสัมภาษณ์พร้อมแบบสัมภาษณ์ไปยังบุคลากรสำนักงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ทั้ง 12 คน โดยส่งทางอิเล็กทรอนิกส์ และทางไปรษณีย์ได้รับการตอบแบบสัมภาษณ์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 75

4. การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบไปด้วย 1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการนำข้อมูลมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) 2) การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตรวจสอบภายใน ใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation S.D.) และนำมาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) จึงทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดทำแนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์

5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่ สถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) และการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย ประกอบไปด้วย ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านนโยบายและการสนับสนุนของผู้บริหาร ด้านความพร้อมของระบบสารสนเทศ ด้านความเป็นอิสระของผู้ตรวจสอบภายใน ด้านความสามารถของผู้ตรวจสอบภายใน และด้านกระบวนการตรวจสอบภายใน โดยการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) นำเสนอในรูปแบบตารางสรุปผล ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

ตัวแปร	IE	WE	PS	AS	IA	CS	IP
ด้านประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายใน (IE)	1.00						
ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน (WE)	0.48**	1.00					
ด้านนโยบายและการสนับสนุนของผู้บริหาร (PS)	0.67**	0.59**	1.00				
ด้านความพร้อมของระบบสารสนเทศ (AS)	0.74**	0.55**	0.75**	1.00			
ด้านความเป็นอิสระของผู้ตรวจสอบภายใน (IA)	0.49**	0.28**	0.64**	0.74**	1.00		
ด้านความสามารถของผู้ตรวจสอบภายใน (CS)	0.48**	0.63**	0.65**	0.63**	0.54**	1.00	
ด้านกระบวนการตรวจสอบภายใน (IP)	0.71**	0.58**	0.65**	0.79**	0.54**	0.70**	1.00

** ความสัมพันธ์มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01

* ความสัมพันธ์มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

ตารางที่ 1 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย อยู่ระหว่าง 0.28 ถึง 0.79 ทุกคู่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรพยากรณ์คู่ที่มีความสัมพันธ์สูงสุด 3 อันดับแรกคือ ด้านความพร้อมของระบบสารสนเทศ (AS) กับความสัมพันธ์ระหว่างด้านกระบวนการตรวจสอบภายใน (IP) ($r=0.79$), ด้านนโยบายและการสนับสนุนของผู้บริหาร (PS) กับความสัมพันธ์ระหว่างด้านความพร้อมของระบบสารสนเทศ (AS) ($r=0.75$) และด้านประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายใน (IE) กับความสัมพันธ์ระหว่างด้านความพร้อมของระบบสารสนเทศ (AS) ($r=0.74$)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.48 ถึง 0.74 ตัวแปรพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรเกณฑ์สูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความสัมพันธ์ระหว่างด้านความพร้อมของระบบสารสนเทศ (AS) ($r=0.74$), ด้านกระบวนการตรวจสอบภายใน (IP) ($r=0.71$) และด้านนโยบายและการสนับสนุนของผู้บริหาร (PS) ($r=0.67$) ซึ่งทุกค่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรอิสระกับประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายใน (Multiple Regression Analysis)

	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	coefficients		coefficients		
	B	Std. error	Beta		
(Constant)	0.75	0.34			
ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน (WE)	0.01	0.10	0.00	0.05	0.96
ด้านนโยบายและการสนับสนุนของผู้บริหาร (PS)	0.34	0.10	0.33	3.50	0.00**
ด้านความพร้อมของระบบสารสนเทศ (AS)	0.38	0.11	0.42	3.39	0.00**
ด้านความเป็นอิสระของผู้ตรวจสอบภายใน (IA)	-0.12	0.09	-0.13	-0.14	0.18
ด้านความสามารถของผู้ตรวจสอบภายใน (CS)	-0.18	0.09	-0.19	-2.10	0.04*
ด้านกระบวนการตรวจสอบภายใน (IP)	0.38	0.11	0.37	3.66	0.00**

R=0.80, R²=0.64, Adjusted R²=0.62, F=34.82, SE=0.313 Sig=0.00**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า $R^2 = 0.64$ หมายถึง ตัวแปรทั้งหมดนั้นสามารถอธิบายความมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย ร้อยละ 64.00

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการตรวจสอบภายในด้านนโยบายและการสนับสนุน ของผู้บริหาร ด้านความพร้อมของระบบสารสนเทศ ด้านความสามารถของผู้ตรวจสอบภายใน และด้านกระบวนการตรวจสอบภายในส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย ส่วนปัจจัยการตรวจสอบภายในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน และด้านความเป็นอิสระของผู้ตรวจสอบภายในไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย

2. แนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย

2.1 ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน พบว่า บุคลากรสำนักงานตรวจสอบภายในส่วนใหญ่มี ความต้องการให้ผู้บริหารระดับสูงจัดให้มีสถานที่ปฏิบัติงานสำหรับงานตรวจสอบภายในที่มีความปลอดภัยเป็นไปตามมาตรฐานการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน

2.2 ด้านนโยบายและการสนับสนุนของผู้บริหาร พบว่า บุคลากรสำนักงานตรวจสอบภายใน ส่วนใหญ่มีความต้องการให้ผู้บริหารระดับสูงจัดสรรทรัพยากร งบประมาณที่เพียงพอต่องานตรวจสอบภายใน

2.3 ด้านความพร้อมของระบบสารสนเทศ พบว่า บุคลากรสำนักงานตรวจสอบภายในส่วนใหญ่ มีความต้องการให้ผู้บริหารระดับสูงกำหนดสิทธิให้ผู้ตรวจสอบภายในเข้าถึงฐานข้อมูลที่สำคัญได้เพียงพอสำหรับการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน

2.4 ด้านความเป็นอิสระของผู้ตรวจสอบภายใน พบว่า บุคลากรสำนักงานตรวจสอบภายใน ส่วนใหญ่มีความต้องการให้ผู้บริหารระดับสูงกำหนดโครงสร้างของงานตรวจสอบภายในให้ขึ้นตรงต่อผู้บริหารระดับสูงหรือคณะกรรมการตรวจสอบตามมาตรฐานการตรวจสอบภายในที่กรมบัญชีกลางกำหนด

2.5 ด้านความสามารถของผู้ตรวจสอบภายใน พบว่า บุคลากรสำนักงานตรวจสอบภายในส่วนใหญ่มีความต้องการให้ผู้บริหารระดับสูงสนับสนุนงบประมาณให้ผู้ตรวจสอบภายในเข้ารับการฝึกอบรมในด้านการตรวจสอบภายใน และด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในอย่างสม่ำเสมอ

2.6 ด้านกระบวนการตรวจสอบภายใน พบว่า บุคลากรสำนักงานตรวจสอบภายในส่วนใหญ่ มีความต้องการว่าผู้ตรวจสอบภายในต้องปฏิบัติงานตรวจสอบภายในตามกระบวนการตรวจสอบภายในอย่างเคร่งครัด

2.7 ด้านประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายใน พบว่า บุคลากรสำนักงานตรวจสอบภายใน ส่วนใหญ่เห็นว่าผู้บริหารต้องนำผลการตรวจสอบไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานต่าง ๆ ของหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับอย่างเคร่งครัด

อภิปรายผล

1. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย

1.1 ปัจจัยการตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย ประกอบด้วย ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านนโยบายและการสนับสนุนของผู้บริหาร ด้านความพร้อมของระบบสารสนเทศ ด้านความเป็นอิสระของผู้ตรวจสอบภายใน ด้านความสามารถของผู้ตรวจสอบภายใน และด้านกระบวนการตรวจสอบภายใน ปัจจัยการตรวจสอบภายในดังกล่าว ล้วนมีความสำคัญกับงานตรวจสอบภายใน โดยเฉพาะด้านนโยบายและการสนับสนุนของผู้บริหาร ด้านความเป็นอิสระของผู้ตรวจสอบภายใน และด้านความสามารถของผู้ตรวจสอบภายใน ผู้บริหารควรให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้าน ซึ่งจะส่งเสริมให้งานตรวจสอบภายในมีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญพิชชา มีแสง (2561) พบว่า ปัจจัยการตรวจสอบภายในส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายใน โดยผู้บริหารให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายใน โดยการกำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงาน ให้ความสำคัญของผู้ตรวจสอบภายใน และสนับสนุนส่งเสริมในด้านอื่น ๆ ที่ช่วยให้งานตรวจสอบภายในดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน พบว่า ปัจจัยการตรวจสอบภายในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย เนื่องจาก ผู้ตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏต้องปฏิบัติงานตรวจสอบภายในให้เป็นไปตามมาตรฐานการตรวจสอบภายในและจริยธรรมการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในของส่วนราชการที่กรมบัญชีกลางกำหนด สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เพ็ญพิชชา มีแสง (2561) พบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานไม่ส่งผลต่อ

ประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในอย่างมีนัยสำคัญ เพราะผู้บริหารไม่ได้ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการทำงานของผู้ตรวจสอบภายในเท่าที่ควรแต่ด้วยภาระหน้าที่ของผู้ตรวจสอบภายในต้องดำเนินงานภายในกฎ ระเบียบ ข้อบังคับที่กระทรวงการคลังกำหนด และมีเกณฑ์การประกันคุณภาพงานตรวจสอบภายในเป็นตัวกำหนดที่ทำให้งานตรวจสอบภายในต้องปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ด้านนโยบายและการสนับสนุนของผู้บริหาร พบว่า ปัจจัยการตรวจสอบภายในด้านนโยบายและการสนับสนุนของผู้บริหารส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย เนื่องจากการที่ผู้บริหารให้ความสำคัญต่อบทบาทของงานตรวจสอบภายในอย่างเต็มที่ ในเรื่องของกฎหมาย ระเบียบ แนวการปฏิบัติงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานตรวจสอบภายใน ให้ความสำคัญต่อรายงานผลการตรวจสอบ ตลอดจนการสั่งการให้หน่วยรับตรวจมีการปฏิบัติตามข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ไขของผู้ตรวจสอบภายใน ให้การสนับสนุนงบประมาณ ทรัพยากรที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน ย่อมจะส่งผลให้เกิดการสนับสนุนและส่งเสริมงานตรวจสอบภายในให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เพ็ญพิชชา มีแสง (2561) และอรพรรณ แสงศิวะเวทย์ (2561) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้บริหารระดับสูงสนับสนุนการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน และมอบอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบได้อย่างเหมาะสม เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Salehi (2016) ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการตรวจสอบภายในมีความสัมพันธ์กับการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงจัดหาทรัพยากรให้งานตรวจสอบภายในอย่างเพียงพอ สนับสนุนให้หน่วยงานตรวจสอบภายในสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 ด้านความพร้อมของระบบสารสนเทศ พบว่า ปัจจัยการตรวจสอบภายในด้านความพร้อมของระบบสารสนเทศส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย ด้วยปัจจุบันเป็นยุคที่มีการเจริญเติบโตของเทคโนโลยี ระบบสารสนเทศที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ ในกระบวนการปฏิบัติงานต่าง ๆ เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล และการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายภายในองค์กร ลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน ประมวลผลด้วยความถูกต้อง แม่นยำ ผู้ตรวจสอบภายในสามารถนำเทคโนโลยี ระบบสารสนเทศมาช่วยในการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในมีความรวดเร็ว และถูกต้อง แม่นยำมากขึ้นก็จะส่งผลให้งานตรวจสอบภายใน มีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เพ็ญพิชชา มีแสง (2561) พบว่า ปัจจัยด้านความพร้อมของระบบสารสนเทศส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Vanchukhina, Leybert, Rudneva, Rogacheva, and Khalikova (2018) ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการนำระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพมาใช้ภายในองค์กร ด้วยการนำระบบสารสนเทศที่มีควมมีพร้อมใช้งานมาช่วยวิเคราะห์ข้อมูลของระบบการปฏิบัติงานภายในองค์กรให้มีความถูกต้อง และแม่นยำ จะช่วยให้งานตรวจสอบภายในปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องมากขึ้น

1.5 ด้านความเป็นอิสระของผู้ตรวจสอบภายใน พบว่า ปัจจัยการตรวจสอบภายในด้านความเป็นอิสระของผู้ตรวจสอบภายในไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย เนื่องจากผู้ตรวจสอบภายในเป็นผู้ได้บังคับบัญชาของผู้บริหารระดับสูง ผู้ตรวจสอบภายในไม่สามารถ

ปฏิบัติงานได้อย่างเป็นอิสระ รวมถึงไม่สามารถแสดงความคิดเห็นในรายงานผลการตรวจสอบได้ตามข้อเท็จจริงที่ตรวจพบมีการแทรกแซงการทำงานของผู้ตรวจสอบภายใน และจะส่งผลให้วัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงานต้องประสบปัญหา สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อรพรรณ แสงศิวะเวช (2561) พบว่า ความเป็นอิสระของผู้ตรวจสอบภายในไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายใน อาจเนื่องจากผู้บริหารยังไม่มีความรู้ความเข้าใจที่เพียงพอในงานตรวจสอบภายใน จึงไม่สามารถให้ความเป็นอิสระในการตรวจสอบแก่ผู้ตรวจสอบภายในได้อย่างเต็มที่ ยังมีการแทรกแซงการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน ไม่สามารถป้องกันการสูญเสียภายในองค์กรได้อย่างทันเวลา ฉะนั้นผู้ตรวจสอบภายในต้องได้รับความเป็นอิสระในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้ผลการรายงานที่สามารถนำไปพัฒนาผลการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างแท้จริง

1.6 ด้านความสามารถของผู้ตรวจสอบภายใน พบว่า ปัจจัยการตรวจสอบภายในด้านความสามารถของผู้ตรวจสอบภายในส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย โดยผู้ตรวจสอบภายในต้องมีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน และด้านอื่นๆ รวมถึงควรมีการพัฒนาทักษะ ความรู้ในด้านวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของผู้ตรวจสอบภายใน ให้มีการปฏิบัติงานที่มีความถูกต้องและเป็นไปตามมาตรฐานการตรวจสอบภายในอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรพรรณ แสงศิวะเวช (2561) พบว่า ความสามารถของผู้ตรวจสอบภายในส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Salehi (2016) พบว่า ความสามารถของผู้ตรวจสอบภายในส่งผลต่อประสิทธิภาพการตรวจสอบภายใน ผู้ตรวจสอบภายในควรเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ ทักษะ ความรู้ความสามารถที่จำเป็นต่อการตรวจสอบภายใน เพื่อลดความเสี่ยงขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.7 ด้านกระบวนการตรวจสอบภายใน พบว่า ปัจจัยการตรวจสอบภายในด้านกระบวนการตรวจสอบภายในส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย กระบวนการตรวจสอบภายในเป็นขั้นตอนที่สำคัญ ประกอบไปด้วย ด้านการวางแผนการตรวจสอบ การปฏิบัติงานตรวจสอบ การรายงานผลการตรวจสอบและติดตามผลการตรวจสอบ ผู้ตรวจสอบภายในต้องปฏิบัติตามกระบวนการตรวจสอบอย่างเป็นขั้นตอน เปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานตรวจสอบให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิมลวรรณ งามแฉล้ม (2559) พบว่า กระบวนการตรวจสอบภายในส่งผลต่อคุณภาพของงานตรวจสอบภายใน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรธิดา สีดำ (2560) ผลการวิจัยพบว่า หากผู้ตรวจสอบภายในให้ความสำคัญต่อกระบวนการตรวจสอบภายในด้านการวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน ด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน ด้านการติดตามผลการตรวจสอบจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ดี

2. แนวทางพัฒนาประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย

2.1 ด้านประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายใน พบว่า มีแนวทางการพัฒนาโดยผู้บริหารระดับสูงควรนำผลการตรวจสอบไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานต่าง ๆ ของหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยให้มีผลการปฏิบัติงานที่ถูกต้องเป็นไปตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับอย่างเคร่งครัด ผู้บริหารระดับสูงกำหนดนโยบายและแนวทางในการมอบหมายงานอย่างชัดเจน และกำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบอย่าง

เหมาะสม รวมถึงการสนับสนุนงบประมาณ ทรัพยากร อุปกรณ์ที่ทันสมัย เครื่องมือ เครื่องใช้ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน และหัวหน้างานตรวจสอบภายในกำกับดูแลติดตามผู้ตรวจสอบภายในให้ปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐานการตรวจสอบภายในอย่างเคร่งครัด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สอดคล้องงานวิจัยของ Rudhani, Vokshi, and Hashani (2017) พบว่า แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายใน โดยการกำหนดเป้าหมาย กำหนดนโยบายการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในอย่างชัดเจน การปรับปรุงสัมพันธภาพของบุคลากรภายในองค์กร รวมถึงให้การสนับสนุนผู้ตรวจสอบภายในได้รับการพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะ ความสามารถที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบภายในให้มีความเชี่ยวชาญมากขึ้น โดยเข้ารับการฝึกอบรม และการเรียนรู้จากหลักสูตรอื่น ๆ ส่งเสริมให้องค์กรมีระบบการตรวจสอบภายในที่เข้มแข็ง ส่งผลให้การปฏิบัติงานขององค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 บุคลากรสำนักงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในตามมาตรฐานการตรวจสอบภายใน เพื่อให้การปฏิบัติงานตรวจสอบภายในมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล

1.2 บุคลากรสำนักงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย ควรมุ่งเน้นในการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในให้เป็นไปตามกระบวนการตรวจสอบภายใน ทั้งด้านการวางแผนการตรวจสอบ ด้านการปฏิบัติงานตรวจสอบ ด้านการรายงานผลและการติดตามผลการตรวจสอบ เพื่อให้การปฏิบัติงานมีคุณภาพ

1.3 บุคลากรสำนักงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายใน เพื่อนำไปพัฒนางานตรวจสอบภายในให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.4 บุคลากรสำนักงานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย ต้องเข้ารับการฝึกอบรมด้านการตรวจสอบ ด้านการวิเคราะห์ และด้านการประเมินผลรวมถึงด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาผู้ตรวจสอบภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาผลกระทบ และความสัมพันธ์ของปัจจัยการตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในกับหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งส่วนราชการ และเอกชน เพื่อที่จะได้เปรียบเทียบกับผลการวิจัยในครั้งนี้

2.2 ควรมีการศึกษาหาความสัมพันธ์ของปัจจัยการตรวจสอบภายในด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายใน เช่น การกำกับดูแลกิจการที่ดี การบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายในตามหลัก COSO เป็นต้น

2.3 ควรนำผลการวิจัยไปต่อยอดเพื่อพัฒนางานตรวจสอบภายในของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ในประเทศไทย ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ฐิติรัตน์ มีมาก. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 2(2), 11-29.
- พรธิดา สีด้า. (2560). อิทธิพลของกระบวนการตรวจสอบภายในและการบริหารความเสี่ยงที่มีต่อ ประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม*.
- เพ็ญพิชชา มีแสง. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพงานตรวจสอบภายในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค. *การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตรวจสอบภายใน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*.
- วิมลวรรณ งามแจ่ม. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างการปฏิบัติตามมาตรฐานการตรวจสอบภายในกับคุณภาพการตรวจสอบภายในของเจ้าหน้าที่ตรวจสอบภายในของเทศบาลตำบลในเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*.
- อรพรรณ แสงศิระเวทย์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายใน: มุมมองของผู้ตรวจสอบภายใน. *วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ (JISB)*, 4(1), 30-37.
- อุดมศักดิ์ ปัญญาเข้ม. (2560). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพและประสิทธิผลการตรวจสอบภายในขององค์กรการบริหารส่วนจังหวัดในประเทศไทย : ในมุมมองของผู้ตรวจสอบภายใน. *วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*.
- Rudhani, L., Vokshi, N., & Hashani, S. (2017). Factors Contributing to the Effectiveness of Internal Audit: Case Study of Internal Audit in the Public Sector in Kosovo. *Journal of Accounting*, 2(2), 304-305.
- Salehi, T. (2016). Investigation Factors Affecting the Effectiveness of Internal Auditors in the Company: Case Study Iran. *Review of European*, 8(2), 2016.
- Vanchukhina, L.I., Leybert, T.B., Rudneva, Y.R., Rogacheva, A.R., & Khalikova, E.A. (2018). *Integrated assessment of the credit policy efficiency*. 10th International Scientific Conference «Business and Management 2018, May 3-4 Vilnius, Lithuania. Section: Financial Engineering pp. 456-465.

ความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี

People's opinion on the decision to choose a mayor in
Wangpho subdistrict municipality, Saiyok district, Kanchanaburi province

Received 20 April 2022

Revised 20 April 2022

Accepted 25 April 2022

ธัญชนก ไทรโยคจิตร และอรนันท์ กลันทปุระ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Tanchanok Saiyokwijit and Oranan Kalantapura

Kasetsart University

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีจุดประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี 2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ได้แก่ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 1,516 คน และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 317 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานใช้ การทดสอบค่าที (t-test) และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ผลการศึกษาพบว่า 1. ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในระดับมาก 2. ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ความคิดเห็นของประชาชน, การตัดสินใจเลือก, นายกเทศมนตรี

Abstract

The objectives of this study to 1) study level of People's Opinion on the Decision to Choose a Mayor in Wangpho Subdistrict Municipality, Saiyok District, Kanchanaburi Province and 2) to compare between demographic factors and People's Opinion on the Decision to Choose a Mayor in Wangpho Subdistrict Municipality, Saiyok District, Kanchanaburi Province. The sample groups were 317 people who live in Wangpho Subdistrict Municipality, Saiyok

District, Kanchanaburi Province, Questionnaire was as instrument to collect data and analyzed by using statistic programs. The statistics used to analyze were percentage, mean, Statistical Deviation; and for testing hypotheses t-test and One Way ANOVA

The research found that: 1) People have opinion about decision to choose a Mayor in Wangpho Subdistrict Municipality, Saiyok District, Kanchanaburi Province were at high level. 2) The different demographic factors such as sex, age, education level, career and income were not different opinion decision to choose a Mayor in Wangpho Subdistrict Municipality, Saiyok District, Kanchanaburi Province at significance level at 0.05

Keywords: People's Opinion, the Decision to Choose, a Mayor

บทนำ

หลักการกระจายอำนาจเป็นหลักการใช้อำนาจบริหารที่กำหนดให้รัฐบาลในส่วนกลางกระจายอำนาจภารกิจบางอย่างในความรับผิดชอบของส่วนกลางไปให้ส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ดำเนินการจัดทำแทน โดยให้องค์กรท้องถิ่นเป็นผู้บริหาร และวินิจฉัยสั่งการ เป็นอิสระภายใต้ที่กฎหมายกำหนดไว้ (อารีย์ วงศ์อารยะ, 2537) การปกครองท้องถิ่นกำหนดขึ้นบนพื้นฐานทฤษฎีการกระจายอำนาจและอุดมการณ์ประชาธิปไตย ซึ่งมุ่งเปิดโอกาสและสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทางการเมือง และกิจกรรมการปกครองตนเองในระดับหนึ่ง ซึ่งจะเห็นได้จากลักษณะสำคัญของการปกครองท้องถิ่นที่เน้นการมีอำนาจอิสระในการปกครองตนเอง มีการเลือกตั้ง มีองค์การหรือสถาบันที่จำเป็นในการปกครองตนเอง และที่สำคัญคือประชาชนในท้องถิ่นจะมีส่วนร่วมในการปกครองตนเองอย่างกว้างขวาง (โกวิทย์ พวงงาม, 2548)

การเลือกตั้งนับเป็นหัวใจของการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย เป็นกิจกรรมที่สำคัญที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการปกครองเพื่อคุณประโยชน์ เป็นการสร้างความชอบธรรมให้กับอำนาจรัฐ และเป็นกลไกแห่งการสืบทอดอำนาจโดยสันติในการปกครอง เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่า การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองของประชาชน โดยเฉพาะการเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการเลือกตั้ง และเป็นการให้เกียรติยกย่องประชาชนว่ามีความสามารถสรรหาผู้แทนของตนเองมาปกครองตนได้ ตามหลักการที่ว่า คนในท้องถิ่นย่อมรู้ปัญหาและความต้องการของคนในท้องถิ่นได้ดี นอกจากนี้ยังถือได้ว่าเป็นบันไดขั้นแรกของการนำประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของการเมืองระดับชาติต่อไปอีกด้วย (สมบัติ จันทรวงศ์, 2536)

การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นรูปแบบการปกครองตามระบอบประชาธิปไตยภายใต้แนวคิดการปกครองตนเอง เนื่องจากเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารงาน การจัดการทรัพยากรของชุมชนให้ตอบสนองต่อความต้องการของท้องถิ่น และเป็นกลไกสำคัญต่อการพัฒนาชุมชนตามอำนาจหน้าที่ในการให้บริการสาธารณะพื้นฐาน ทั้งในด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมซึ่งตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

พ.ศ. 2542 ได้กำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแบ่งเป็นรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล องค์การบริหารตำบล กรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นที่มีกฎหมายจัดตั้ง (ชวงค์ ฉายะบุตร, 2539)

ในปัจจุบันปัญหาทางการเมืองและการปกครองของประเทศไทยในท้องถิ่น ได้สะท้อนให้เห็นว่า บุคคลที่ได้รับเลือกเข้าไปเป็นตัวแทนของประชาชนส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลที่มีฐานะดีในท้องถิ่น หรือมีธุรกิจและกิจการในท้องถิ่น โดยบุคคลเหล่านั้นจะใช้กลยุทธ์หวัคะแนนในการหาเสียง ทั้งในการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุน นั่นคือ สิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการหาเสียงและเกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง เริ่มตั้งแต่การแย่งหมายเลขผู้สมัคร โปสเตอร์หาเสียง เวทีหาเสียง หวัคะแนน กลุ่มผู้ให้การสนับสนุน การจัดเลี้ยง การซื้อเสียง ซึ่งกลุ่มผู้ได้รับการเลือกตั้งจากวิธีการดังกล่าว ส่วนมากจะเป็นผู้มีทุนทรัพย์มาก และคาดหวังผลตอบแทนเมื่อได้รับการเลือกเข้าไปเป็นตัวแทนของประชาชนก่อให้เกิดการสร้างคำเรียกกลุ่มคนที่เรียกว่า “ธุรกิจการเมือง” ซึ่งบุคคลที่เข้ามานี้หวังว่าจะเข้ามามีบทบาทในการกำหนดนโยบายที่สอดคล้องหรือเอื้อประโยชน์ให้แก่ธุรกิจหรือกิจกรรมที่ตนเองมีอยู่ โดยใช้อำนาจของตนเองที่ได้มาจากการเลือกตั้ง อีกประการหนึ่งคือ ผู้สมัครรับเลือกตั้งจะได้รับการเลือกตั้งจากกลุ่มที่เป็นญาติ เพื่อนฝูง ผู้ใกล้ชิด เข้ามาเป็นเครือข่ายของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งทั้งในการลงคะแนนและการหาเสียงซึ่งก็เกิดปัญหาตามมา นอกจากนี้ ในกลุ่มประชาชนเองก็มีความคาดหวังว่าในการเลือกตั้งแต่ละครั้งจะได้รับประโยชน์จากผู้สมัครรับเลือกตั้ง เช่น รายได้จากการซื้อสิทธิขายเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง มีการฟรี ของกำนัลต่าง ๆ รวมไปถึงนโยบายต่าง ๆ ที่จะได้หลังจากได้รับการเลือกตั้งแล้ว ทำให้เกิดปัญหาในด้านการบริหารงานภายในองค์กรที่ไม่มีประสิทธิภาพตามมา ส่งผลให้องค์กรและประเทศโดยรวมไม่พัฒนาไปในทางเดียวกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในทางตรงข้ามผู้สมัครรับเลือกตั้งบางคนก็มีความตั้งใจจริงที่จะเข้ามาช่วยเหลือส่วนรวม ตั้งใจทำงานเพื่อประชาชนทำให้เกิดการพัฒนาเจริญก้าวหน้า (จรัส สุวรรณมาลา, 2553) จะเห็นได้ว่า คุณสมบัติส่วนตัวของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งในด้านการศึกษา ภาวะผู้นำ ความสามารถ ประสบการณ์เป็นส่วนหนึ่งในหลายๆ ปัจจัยที่ประชาชนผู้มีสิทธิลงคะแนนเลือกตั้งนำมาประกอบการพิจารณา นอกจากนี้ยังรวมถึงความใกล้ชิดคุ้นเคย พวกพ้อง ญาติพี่น้อง อุปนิสัยของผู้สมัครรับเลือกตั้ง และสิ่งที่มาควบคู่กับผู้สมัครรับเลือกตั้ง คือ หวัคะแนน ซึ่งมีอยู่มากมายหลายรูปแบบ หลายระดับ ทั้งภายนอกและภายในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยจะดูว่าบุคคลเหล่านี้มีพฤติกรรมเป็นที่น่าสนใจเพียงใด เป็นสิ่งที่ประชาชนผู้มีสิทธิลงคะแนนเลือกตั้งต้องนำมาพิจารณาก่อนการตัดสินใจเลือกผู้ใดเข้ามาเป็นผู้แทนประชาชนเพื่อทำหน้าที่ที่สำคัญต่อไป

การเลือกตั้งนายกเทศมนตรี ถือเป็นสนามสอบท้องถิ่นซึ่งเป็นการเลือกตัวแทนเข้ามาบริหารท้องถิ่นที่มีความใกล้ชิดกับประชาชน การหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งจึงมีการแข่งขันกันสูงเกิดความขัดแย้ง รุนแรงกันอย่างมาก ประชาชนจะเป็นผู้พิจารณาผู้สมัครรับเลือกตั้งจากคุณสมบัติทั่วไปของผู้สมัครรับเลือกตั้ง แต่ที่เป็นปัญหาในการใช้สิทธิเลือกตั้งของประชาชนบางราย คือการไม่สามารถตัดสินใจเลือกตั้งได้ด้วยตนเอง มีผลจากพฤติกรรมหาเสียงเลือกตั้งที่ไม่เหมาะสม และบางครั้งอาจเข้าข่ายทุจริตการเลือกตั้ง ซึ่งพบบ่อยครั้งคือ การถูกโน้มน้าวและชักจูงจากหวัคะแนน ผู้นำชุมชน การให้อามิสสินจ้าง การซื้อสิทธิขายเสียง การได้รับความช่วยเหลือ การอำนวยความสะดวกในการจัดรถนำประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้ง การกล่าวโจมตีระหว่าง

ผู้สมัครรับ เลือกตั้ง แต่ถ้าประชาชนไม่ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง ก็เท่ากับว่าประชาชนละสิทธิในการใช้อำนาจอธิปไตยเลือกผู้ที่จะเข้าไปปฏิบัติหน้าที่แทนตนในการบริหารบ้านเมือง แสดงถึงการไม่มีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตของชาติบ้านเมืองหรือท้องถิ่นตน แต่ถ้าประชาชนส่วนใหญ่ไปเลือกตั้งกันน้อยก็เท่ากับว่าประชาชนปล่อยประเทศชาติ บ้านเมืองไปตามยถากรรม หากผู้แทนที่ประชาชนส่วนน้อยเลือกเข้าไปไม่ดี ไม่มีความรู้ความสามารถอาจเข้าไปบริหารชาติบ้านเมืองแบบไม่มีคุณภาพ และอาจเข้าไปใช้ตำแหน่งแสวงหาผลประโยชน์ได้ (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง, 2558)

เทศบาลตำบลวังโพธิ์ ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลลุ่มสุม จัดตั้งตามพระราชบัญญัติลักษณะการปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2497 ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้างวังโพธิ์ ตำบลลุ่มสุม อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี และเทศบาลตำบลวังโพธิ์ ได้รับการจัดตั้งเป็นเทศบาล โดยกระทรวงมหาดไทย เมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2549 โดยเปลี่ยนชื่อมาจากเทศบาลตำบลลุ่มสุม มีที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี มีพื้นที่ 5.2 ตารางกิโลเมตรประกอบด้วย 524 ครัวเรือน มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,860 คน จำนวนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง จำนวน 1,516 คน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองของประชาชนในเขตตำบลวังโพธิ์ โดยดูจากสถิติการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีตำบลวังโพธิ์ ครั้งล่าสุดเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2564 ปรากฏว่า ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง 1,516 คน จำนวนผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้ง 955 คน คิดเป็นร้อยละ 63.04 จำนวนผู้ไม่มาใช้สิทธิ 561 คน คิดเป็นร้อยละ 36.96 ผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งมี 2 คน โดยผู้ที่ได้รับคะแนนอันดับ 1 ได้คะแนน 741 คะแนน ผู้ได้คะแนนอันดับ 2 ได้คะแนน 214 คะแนน การเลือกตั้งนายกเทศมนตรีตำบลวังโพธิ์ในครั้งนี้ แสดงให้เห็นปัญหาในการใช้เหตุผลในการตัดสินใจของประชาชนเพื่อตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งที่อาจก่อให้เกิดเป็นหลักปฏิบัติที่ไม่ถูกต้องต่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งในรุ่นต่อไป ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญในการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีในเขตเทศบาลตำบลวังโพธิ์ อันเป็นกิจกรรมการเลือกตั้งระดับท้องถิ่น ซึ่งเป็นการสร้างบรรทัดฐานอันมั่นคงของประเทศชาติได้ในอนาคต

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์สำหรับการพิจารณาการใช้สิทธิและการตัดสินใจใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกนายกเทศมนตรี เพื่อเข้ามาทำหน้าที่ในการพัฒนาและบริหารราชการส่วนท้องถิ่นให้มีเสถียรภาพและความเจริญก้าวหน้าต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผู้ที่จะลงสมัครรับเลือกตั้งสามารถนำผลการวิจัยไปวางแผนเพื่อพัฒนาตนเองให้ได้รับการเลือกตั้งจากประชาชน
2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการบริหารและการคาดการณ์แนวทางให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในการวางแผนเลือกตั้งในครั้งต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 1,516 คน ซึ่งปรากฏในข้อมูลประชากรผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ณ เดือนมกราคม 2564 (สำนักทะเบียนอำเภอไทรโยค, 2564)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามปลายปิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามปลายปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี โดยแยกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณสมบัติผู้สมัคร ปัจจัยด้านนโยบาย ปัจจัยด้านวิธีการหาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถามในส่วนที่ 2 มีเกณฑ์การให้คะแนน จำแนกออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยให้ผู้ตอบแบบถาม เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการเลือกตั้งนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปสอบถามกับประชาชนในเขตเทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงรายละเอียด และวัตถุประสงค์ในการเก็บแบบสอบถามให้ประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้รับทราบแล้ว จากนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกและเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง จนครบตามจำนวนทั้งสิ้น 317 คน ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ตอบแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม คัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกและเก็บเพิ่มให้ครบตามจำนวนที่กำหนดและนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูล โดยหาค่าสถิติ ดังนี้ 1) วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) 2) วิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์

อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 3) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ คือ เพศ กับความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี โดยการทดสอบที (Independent sample t-test) และ 4) เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในทางสถิติ ระดับ .05 ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบ LSD (Least Significant Difference)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมและรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านคุณสมบัติผู้สมัคร ปัจจัยด้านวิธีการหาเสียงเลือกตั้ง และปัจจัยด้านนโยบาย สรุปผลดังนี้

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี (n = 317)

ความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือก นายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี	$\bar{x}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. ปัจจัยด้านคุณสมบัติผู้สมัคร	3.78	0.47	มาก
2. ปัจจัยด้านนโยบาย	3.54	0.42	มาก
3. ปัจจัยด้านวิธีการหาเสียงเลือกตั้ง	3.69	0.51	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.67	0.47	มาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านคุณสมบัติผู้สมัคร พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประเด็นผู้สมัครควรเป็นที่พึ่งและที่ปรึกษาของประชาชนได้ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ประเด็นผู้สมัครควรเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เข้าถึงง่าย เป็นกันเอง สำหรับประเด็นผู้สมัครควรเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยด้านนโยบาย พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประเด็นนโยบายของผู้สมัครในการนำมาหาเสียง มีความชัดเจน เข้าใจได้ และปฏิบัติได้จริง กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ประเด็นนโยบายของผู้สมัครเน้นการบริหารจัดการ เช่น ยึดหลักธรรมาภิบาล บริหารงานแบบประชาชนมีส่วนร่วม สำหรับประเด็นนโยบายของผู้สมัครเน้นโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ปรับปรุงถนนในหมู่บ้าน จัดให้มีไฟฟ้าสาธารณะทั้งในภายในหมู่บ้านและระหว่างหมู่บ้าน กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยด้านวิธีการหาเสียงเลือกตั้ง พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประเด็นผู้สมัครหาเสียงโดยการประชาสัมพันธ์ข้อมูลส่วนตัว เช่น ประวัติ คุณวุฒิ คุณสมบัติ และประสบการณ์ของตนเอง เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานให้ประชาชนตัดสินใจเลือก กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ประเด็นผู้สมัครหาเสียงโดยเสนอนโยบายและผลงานด้านบวก สำหรับประเด็นผู้สมัครหาเสียงโดยให้ข้อมูลด้านลบของคู่แข่ง กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้ศึกษาวิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ว่า ประชาชนที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรีที่แตกต่างกัน การทดสอบสมมติฐานในการศึกษาวิจัยปรากฏผลดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรีไม่แตกต่างกันซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี จากผลการศึกษาวิจัยอภิปรายผล ดังนี้

ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรี จากการศึกษาวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากประเด็นดังนี้

ในส่วนของคุณลักษณะส่วนบุคคล เนื่องจากนายกเทศมนตรีนั้นมาจากการเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชนในเขตพื้นที่ โดยประชาชนมักจะตัดสินใจเลือกจากคุณสมบัติของผู้สมัคร ได้แก่ 1) สามารถเป็นที่ปรึกษา เป็นที่พึ่งได้ 2) เป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต 3) เป็นผู้ที่เข้าถึงได้ง่าย มีความเป็นกันเอง 4) เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และ 5) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานท้องถิ่น นอกจากนี้ นโยบายของผู้สมัครในการนำมาหาเสียงก็ถือเป็นตัวตัดสินใจที่สำคัญ เช่น ต้องมีความชัดเจน เข้าใจได้ ปฏิบัติได้จริง เน้นการบริหารจัดการ มีหลักในการทำงาน ให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วม และนโยบายสามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคมส่วนรวมได้เป็นอย่างดี อีกทั้งวิธีการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประชาชนมีส่วนในการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากผู้สมัครได้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลส่วนตัวของตนเองให้ประชาชนได้รู้จักเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานให้ประชาชนได้ตัดสินใจเลือก หรือมีการเสนอนโยบายและผลงานด้านบวกของตนเอง ไม่โจมตีผู้สมัครที่เป็นคู่แข่ง มีวิธีการหาเสียงที่แปลกใหม่ หลากหลายวิธี เข้าถึงประชาชนอย่างทั่วถึง โอกาสในการที่ประชาชนตัดสินใจเลือกผู้สมัครท่านนั้นก็มีความเป็นไปได้สูง

ในส่วนความคิดเห็นของประชาชนนั้น ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ทั้งผู้สมัครและประชาชนต่างเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เดียวกัน คือ เขตเทศบาล ประชาชนจึงเห็นว่า เป็นเรื่องที่ใกล้ตัว

เพราะการจะเลือกใครสักคนเข้ามาเป็นนายกเทศมนตรีนั้น ต้องพิจารณาทั้งคุณสมบัติผู้สมัคร นโยบาย และวิธีการหาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน ดังนั้นประชาชนจึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ปัจจัยด้านคุณสมบัติผู้สมัคร นายกเทศมนตรีควรเป็นที่พึ่งและที่ปรึกษาของประชาชนได้ทุกเรื่อง โดยเฉพาะหากมีเรื่องทุกข์ร้อนหรือปัญหาที่เกิดขึ้น นายกเทศมนตรีต้องสามารถแก้ปัญหาให้กับประชาชนได้
2. ปัจจัยด้านนโยบาย นายกเทศมนตรีควรมีนโยบายที่ชัดเจน เข้าใจได้ และสามารถปฏิบัติได้จริง รวมถึงมีหลักการบริหารที่ประชาชนสามารถตรวจสอบได้และมีส่วนร่วม ยึดหลักธรรมาภิบาล
3. ปัจจัยด้านวิธีการหาเสียงเลือกตั้ง นายกเทศมนตรีควรประชาสัมพันธ์ตัวเองให้เป็นที่รู้จักในเขตเทศบาลให้มากที่สุด เพราะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกของประชาชน ทั้งนี้ควรหาเสียงด้วยการเสนอนโยบายที่เป็นบวก และไม่ควรให้ข้อมูลด้านลบของคู่แข่ง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี ในเขตเทศบาลอื่นๆ ของจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่กว้างมากยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลต่างๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นพื้นฐานสำคัญในการได้ผู้นำท้องถิ่นตามความต้องการของประชาชน

เอกสารอ้างอิง

- จรัส สุวรรณมาลา. (2553). *การกระจายอำนาจกับการปฏิรูปประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมนวัตกรรมและธรรมาภิบาลท้องถิ่น (CLTG) คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูวงศ์ ฉายะบุตร. (2539). *การปกครองท้องถิ่นไทย*. กรุงเทพฯ: เฉลิมพรินต์ติ้งเซนเตอร์.
- ทวี พันธวาสิฎฐ์. (2537). *การปกครองท้องถิ่น*. มหาสารคาม: วิทยาลัยครูมหาสารคาม.
- เทศบาลตำบลวังโพธิ์. (2562). *รายงานจำนวนประชากรและหมู่บ้าน เขตท้องถิ่นเทศบาลตำบลวังโพธิ์ (ตำบลลุ่มลุ่ม)*. เทศบาลตำบลวังโพธิ์ อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี.
- บุญศรี มีวงศ์อุโฆษ. (2555). *แนวทางการปฏิรูประบบการเลือกตั้งและพรรคการเมือง*. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- ประยูร กาญจนดุล. (2535). *คำบรรยายกฎหมายปกครอง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประหยัด หงษ์ทองคำ. (2537). *การปกครองท้องถิ่นไทย*. กรุงเทพฯ: รัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวรรยจิรา ยมลพัทธ์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรี : ศึกษากรณีเทศบาลเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี*. สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารการเมือง วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก.

- สักชี ผ่านจันทาร. (2553). พฤติกรรมการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นของประชาชน : กรณีศึกษาการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลพรสวรรค์ อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. การค้นคว้าอิสระ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สุขุม นวลสกุล. (2542). การเมืองและการปกครองไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมคิด เลิศไพฑูรย์. (2550). กฎหมายการปกครองท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: เอ็กซเปอร์เน็ท.
- สมชาย วุฒิพิมลวิทยา. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งนายกเทศมนตรี เทศบาลนครนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี : ศึกษาในห้วงเวลา ปี 2558. สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารการเมือง วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก.
- อุดม เกสรโรทยาน. (2551). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลเมืองน่าน จังหวัดน่าน. ภาคนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- Anthony Downs. (2002). Anthony Downs Argues That Local Government Regulation *Reduces Housing Affordability*. The Planning Report. November 26, 2002 - From the November, 2002 issue.
- Bruce I. Newman. (1999). *The mass marketing of politics: Democracy in an age of manufactured images*. SAGE Publications, Inc; 1st edition (July 2, 1999).

The concept of smart Cities for Sustainable Tourism Development through tourists' behaviour in Thailand

Received 21 April 2022

Revised 25 April 2022

Accepted 30 May 2022

Sanhakot Vithayaporn

Stamford International University

Abstract

Tourism development is a significant trend in tourism worldwide, especially in Thailand. There are both positive and negative impacts on tourism destinations caused by increasing tourist arrivals, and sustainable tourism development is a linkage to the economic, social, and environmental aspects. Tourist behaviour is an important factor for future planning, management, and development of tourism destinations. The theory of planned behaviour (TPB) and the theory of reasoned action (TRA) are used to explain tourists' behavioural intent. A systematic literature review and thematic analysis of relevant peer-reviewed articles with the criteria of inclusion and exclusion were employed. The discussion and conclusions explain that sustainable development is needed in tourism, especially city management, as tourists consider the main cities as gateways to travel within a country, and tourist behaviour impacts the long-term sustainable development of tourism destinations. Limitations and recommendations for future research are also discussed.

Keywords: Tourist Behaviour, Sustainability, Development, Sustainable Development, Smart City Tourism, Asian Tourists

Introduction

Tourism is documented in the history of humankind as the largest migration, as it involves more than 10 per cent of the world's population yearly. The potential of tourism is desired by countries worldwide in order to generate income and economic growth, including

Thailand, as the country's income significantly depends on tourism, which is expanding fast and is predicted to double in the next 15 years (Sharpley, 2020).

According to the World Tourism Organization (2020), global international tourist arrivals have continually grown over the past several decades and highlighted the report of 1.5 billion international tourist arrivals in 2019, which is expected to reach 1.8 billion by 2030 (UNWTO, 2019). In recent decades, tourism has been the most rapidly growing industry in the world, and as an important tool that has contributed financially to tourist destinations such as cities as well as the private sector, it has become one of the most important factors for a country's economic growth. Likewise, the tourism sector in Thailand generated up to 1.9 trillion Thai baht of the country's revenue in 2019, with 39.7 million international tourist arrivals (Ministry of Tourism and Sports, 2020).

The conceptual framework of tourism planning and development has undergone a paradigm shift due to the emergence of the sustainable development concept. Indeed, the paradigm of sustainability is supported both directly and indirectly by tourist behaviour participation as the main element (Thacker et al., 2019; Silvestre and Țîrcă, 2019). The sustainable tourism paradigm aims for a balance between the traditional 'utility paradigm' and its derivative, 'social exchange theory, which focuses on the trade-off between economic costs and benefits, and the new environmental paradigm (NEP), which is focused on the preservation/conservation of all-natural resources and enhancement for new generations to come in terms of the well-being of communities (Xu et al., 2020).

The impact of tourist attitudes and behaviours toward the tourism perspective has been studied in tourism research for more than 30 years. The early studies focused on 'tourism impacts' resulting from tourist attitudes and behaviours. The findings from the paradigm summarised in this literature indicate that tourism in a wide range of countries seems to have a positively disposed impact on society. On the other hand, the negative impacts of tourism are caused by the tourists at the destination as well, despite the specific concerns varying with each destination. There are certainly exceptions to the overall positive behaviour of tourists as the study by Levitt et al. (2019) demonstrated; however, ordinarily, tourism as an industry is viewed positively. Alternatively, other research studies have focused on communities that have succeeded with tourism development or are already positively inclined toward tourism development as evidenced by their involvement in rural development programs.

Most of the research studies on tourism have concentrated on the natural resources and environmental protection of the destination, although the majority of the world's

population lives in the main urban areas and travel often happens within cities (World Tourism Organization, 2020). According to the United Nations, in 2015, 54 per cent of the world's population lived in urban areas and, by 2030, this share is expected to reach 60 per cent (UNWTO, 2019). Moreover, the smart city concept has become one of the innovations in the tourism sector that has had the most rapid growth in the world. However, managing a smart city is becoming complex and highly challenging because of rapid systematic changes in metropolitan areas and public concerns. Thus, other research focuses on its encompassing numerous stakeholders' involvement and activities.

Previous studies have revealed, overall, that tourists' behaviour have a positive impact on tourism (Meschini et al., 2021; Lavitte et al., 2019). Tourists generally express that they feel that tourism benefits provide positive outcomes of economic growth, more recreational and relaxation park initiatives, improved well-being and quality of life, improved images of destinations, encouragement of cultural activities (Najib et al., 2020; Meschini et al., 2021), and other benefits. Thus, the objective of this study is to examine and investigate tourist behaviours towards tourism, with humankind as the fundamental cause, and how they are related to the development and sustainability of tourism. The smart city is the most common type of tourism occurring in the main arrival cities, and to develop it in terms of sustainability, technology plays an essential part to drive the concepts. Hence, tourist behaviour towards destinations also influences smart cities to respond to their needs.

The term 'smart city' seems a new phenomenon in tourism research because smart tourism has been vastly studied by focusing on tourist development. "Smart Tourism" research can be categorised as the study of the transformation from conventional tourism to becoming smarter by using technology, innovations, and artificial intelligence to drive it, whilst smart city research in particular aims to develop technology, innovations, and infrastructure for residents in the city (Koo et al., 2019). Simply stated, smart tourism studies focus on tourists, whereas smart city studies focus on residents. Nonetheless, combining these two paradigms in this study provides insights into smart cities and tourism for long-term sustainable development, which is possibly influenced by tourists' behaviour.

The focus is on the Asian tourists in this study as the **number of Asian visitors' arrivals to Thailand** is expected to rise by 5 per cent from 2018, and Asian visitors provide the largest amount of tourism revenue for Thailand. The contribution of China, only one country, can certainly not be disregarded, as strategically, they brought in revenue of 543.707 billion Thai

baht in 2019. Therefore, clearly, China and the other countries in Asia comprise the most important region for the Thai tourism industry (Ministry of Tourism and Sports, 2020).

Asian tourist behaviour is often characterised by essentialist terms such as Asians are collectivistic and hierarchical (Oh et al., 2014). Asian tourists respond to circumstances and can react through a range of social behaviour even when they travel. Because of the rapid growth of tourism, especially in the region of Asia, which is one of the largest contributors to the world's tourism, Thailand depends heavily on Asian tourists, as per Figure 1.

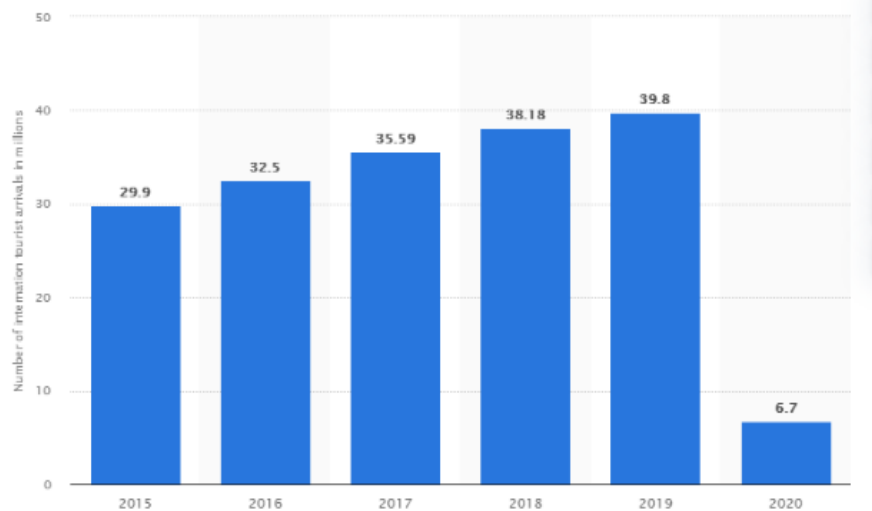


Figure 1: Number of tourist arrivals in Thailand 2015-2020

Source: Bank of Thailand, 2015-2020 Tourist Arrival Statistics

Figure 1 shows the number of tourist arrivals in Thailand in five consecutive years from 2015 to 2020. However, the year 2020 was affected by the unprecedented pandemic of COVID-19; hence, there was a drastic drop caused by this phenomenon. The analyses of this study, however, are based on 2019 with the total number of international tourist arrivals of 39.8 million (Vithayaporn, 2021). Asian tourists contributed up to 30,359,801 tourists, accounting for 76.13 per cent of the total arrivals in 2019. Figure 2 illustrates the number of international tourist arrivals by region, and Figure 3 presents the top ten markets of tourist arrivals, with eight Asian countries contributing to the total number of international tourist arrivals in 2019.

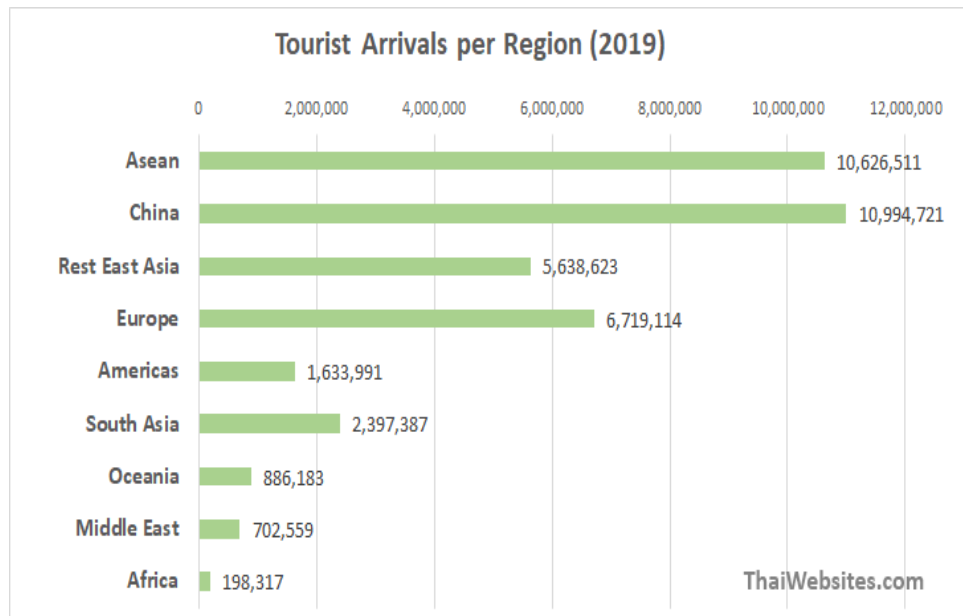


Figure 2: Tourist arrivals per region in 2019

Source: ThaiWebsites.com

Figure 2 illustrates the number of visitor arrivals to Thailand in 2019 by region, showing the significant number of Asian tourists that contributed to tourism in Thailand reaching 76.13 per cent of total arrivals.

Research questions and objectives

The main question is what factors affect Asian tourists' behaviour towards smart cities for sustainable development. Hence, the specific objectives are:

1. To examine the factors affecting tourists' behaviour towards smart cities.
2. To investigate the concept of the smart city for sustainable tourism development.

Subsequently, the theory of planned behaviour is presented, and Asian tourists are the target of the study.

Literature Review

Sustainability

The concept of sustainable development is rooted in the goal of sustainability, which originated in the environmental paradigm and continued to grow to prominence in the 1970s. The explicit concept of sustainable development was first introduced by the International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources in its World Conservation Strategy. Moreover, the Brundtland Commission, in a report in 1987, defined the term 'sustainable

development’ as ‘development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs’ (Rosati and Faria, 2019). Sustainable development is the process orientation, while sustainability is the philosophy. Elmqvist et al. (2019) stated that the distinct idea of sustainability originated in the middle of the 19th century, which can be first traced in Europe and the United States, as a phenomenon responding to the environmental problems created by industrialisation and urbanisation. Tourism has vastly risen in conjunction with these developments, firstly in the Western context after World War II, and this reflects the philosophies of this industrial-era paradigm. Since then, the study of sustainable tourism development has been prevalently related to the philosophy of sustainability.

Development

The term ‘development’ was first described by Welch in the year 1994 as being an ambiguous one that is applied for the measurement of both the process by which a community or country improves from one level to another in terms of the quality of its status and the goal of that process, which is that the community’s development process is able to achieve a developed state or condition (Shi et al., 2019). Nevertheless, development does not comprise only one process or series of events, nor does it refer to a single unchanging condition. Therefore, development as a term may be regarded as ‘bereft of precise meaning and little more than the lazy thinker’s catch-all term, used to mean anything from broad, undefined change to quite specific events’ (Shi et al., 2019). It is an extension of the concept of development (Whitley et al., 2019). Generally, in the Western context, it is considered as the modernisation that results from economic expansion (Whitley et al., 2019). In fact, the differences between development and economic growth are widely regarded as minimal and the two processes can be seen as being nearly identical.

However, the fact that the policies of economic growth often fail to solve sociological problems by increasing GDP per capita should be recognised, whereas the aim of economic development to enhance the industrial sector of the country to another level is redefined more broadly (Fisher and Yan, 2018). Mhatre et al. (2021) explained that ‘Development can be properly assessed only in terms of the total human needs, values, and standards of the good life and the good society perceived by the very societies undergoing change’. Therefore, the issue that needs to be addressed is: how can development be achieved through the growth of tourism? The potential responses to this approach can be revealed through a brief review of development theory.

This means that tourism's perceived contribution to development, such as foreign exchange earnings, the multiplier concept, and backward linkages throughout the economy, are clearly included within the theory. It is assumed that development occurs due to the economic benefits that result from the growth impulses (the tourism sector) and growth poles (resorts). Thus, although currently, the principles of sustainable tourism are broadly accepted, the role of tourism in development remains justified to a large extent based merely on the benefits of economic growth, which contrasts with more recent development theory (Mhatre et al., 2021).

Sustainable Development

It was further emphasised by the World Commission on Environment and Development in the year 1987, which stated that sustainable development does not manifest as a static balanced state but is instead a process of dynamic changes that 'are all in harmony and enhance both current and future potential to meet human needs and aspirations' (Sharpley, 2020). Therefore, it is useful to consider 'sustainable development' as being more oriented toward the process and concerned with changes that are managed in order to provide improved conditions for the communities affected by this development. Similarly, the definition for sustainable tourism is provided as all types of tourism (both conventional and alternative) that are compatible with or contribute to sustainable development. It should also be mentioned that 'growth' is not necessarily involved in development because it is essentially a process of achieving 'specific social and economic goals which may call for a stabilisation, increase, reduction, change of quality or even removal of existing products, firms, industries, or other elements' (Sachs et al., 2019; Zinina and Olentsova, 2020). The willingness to pay for protecting the environment (Grubler et al., 2018), the marketing of environmentally friendly goods, and green consumerism are the successful proposals of sustainable tourism products that respond to the behaviour of tourists who are willing to engage in environmentally responsible behaviours (Daly, 2017).

The link between the effects of tourist behaviour on sustainable tourism development

The theory of reasoned action (TRA), first studied by Ajzen, indicates that the most important determinant of a person's behaviour is behavioural intent (Ajzen, 2020), which reflects the willingness to perform a certain act and is determined by individual attitudes and subjective norms. Behaviours represent an individual's evaluation of the possibilities to perform various behaviours. Consequently, subjective norms reflect the individual's willingness to comply with the desires of the relevant social actors (Lortie and Castogiovanni,

2015), and result from normative beliefs according to social and moral values, balanced by personal motivations. TRA is related to tourist intention to perform behaviours during their trip towards tourism products and the overall destination, the smart city, in this study.

The TRA was developed further into the theory of planned behaviour (TPB) by including the concept of perceived behavioural control as a determinant of behavioural intent (Ajzen, 2015; Ajzen, 2020) based on the individual evaluation of the opportunities and resources available for performing behaviours. The TRA and TPB are among the most utilised models for explaining behaviours and beliefs related to ecological behaviours (Hsu and Huang, 2012), travel choices, willingness to pay for environmental protection (Conner, 2020), the marketing of environmentally friendly products (Ajzen and Schmidt, 2020), and green consumerism. In tourism, they are used for explaining the choice of destinations (Hsu & Huang, 2012), tourist segmentation and satisfaction with holiday experiences (Steinmetz et al., 2016).

Studies presented in the previous section of this article indicate that the positive behaviours of tourists towards environmentally benign holiday products and services are not reflected in their actions. Tourists' choice of natural or cultural holiday products may be easily confused with a willingness to protect these tourist attractions. Although related, these two are not equivalent as landscapes and the environment are the motivation for people to travel and sometimes an attraction, for example, deserts, tropical forests, and mountains. For others, climate and landscape are criteria in selecting of one-holiday package instead of another (Ajzen and Schmidt, 2020).

Some tools for breaking such social traps and leaning the balance in favour of environmentally responsible behaviour are:

1. Increasing the costs of environmentally destructive behaviour (fines and fees).
2. Decreasing the costs of environmentally proactive actions.
3. Providing education to make people more aware and show how they can contribute.
4. Giving feedback to people about the consequences of their behaviour.
5. Organising available resources for better distribution.

According to Egelman and Peer (2015), behavioural intention, which is the immediate antecedent to behaviour, has variations attributable to (a) evaluative beliefs, (b) social factors that provide a set of normative beliefs, and (c) situational factors. Moutinho's explanation seems to mainly come from the theory of reasoned action (Ajzen and Schmidt, 2020; Steinmetz et al., 2016), whereby behavioural beliefs are postulated to be the underlying influence on an individual's behaviour toward performing a behaviour, whereas normative

beliefs influence the individual's subjective norm about performing the behaviour. The environmental situation of many destinations demands quicker and more radical changes in tourist behaviour, which may be achieved using stronger mechanisms (taxes and fees) and incentives. Limited understanding of the dynamics between different determinants of tourists' sustainable behaviour is a challenge that hinders sustainable progress. In pursuit of sustainable tourism, both industry and the authorities share the challenges of providing incentives for tourists to adopt sustainable behaviours.

Why do Asian tourists have an impact on smart cities in Thailand for sustainable tourism development?

This industry has performed favorably as reflected by the growth of tourist arrivals and tourism receipts. Tourist arrivals and receipts from Asian countries are outstanding not only in terms of value but also in percentage growth (Kadir et al., 2013). This could be explained by the fact that Asian countries are located relatively near to Thailand, and hence, there are relatively low travel costs. Moreover, these countries also have significant trade relations with Thailand; hence, there is a further increase in travel between countries in the region. As Thailand took over the ASEAN chair for 2019, various opportunities were opened for hospitality-related businesses to attract tourists from ASEAN and Asian countries. These included sales of tourism-related products and services and a chance to cooperate with neighboring countries to develop the best routes for international tourists, whether they are from Asia or other parts of the world.

Under the Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) pillar, tourism is one of the priority sectors for integration through collaboration among country members. Tourism represents an important component of the economy of all Asia-Pacific countries, especially in Japan, Korea, Australia, Singapore, Cambodia, the Lao PDR, Malaysia, Philippines, and Thailand, where tourism accounts for more than 10 per cent of GDP¹ and provides significant employment in their economies. According to the WTTC, in 2013 the Asia-Pacific member states generated US\$112.6 billion in tourism, exports or foreign exchange earnings and \$294.4 billion in value-added linked to the travel and tour operations, shopping, entertainment, transportation, and various other tourism-related service occupations and productive sectors, accounting for 12.30 per cent of regional GDP (Walton, 2018).

In addition, because the economy continues to grow within the region by using tourism as the key driver, the traits of tourists related to tourism must not be overlooked as the tourist is the end consumer to use all kinds of tourism products, and the sustainability of tourism

depends on tourist behaviours to conserve or damage the tourism products. As Thailand received over 30 million Asian tourists and the member countries of Asia play a crucial role in promoting Thailand's tourism strategic planning, this plan is not only for the Thailand context, but it can be extensively applied to all Asian countries. The major source market is intra-Asia with a 76.13 per cent share of total international visitor arrivals to Thailand in 2019. Hence, most Asian countries should continue to study the behaviours and attitudes of Asian tourists related to sustainable tourism development (Ministry of Tourism and Sports, 2020).

Tourism in the city can be transformed into a smart system the city through investment in massive resources, for example, information technologies are likely the key factor for smart city destinations' competitiveness. Moreover, cities around the world recognise the smart city concept as it continues to grow. Several cities around the world face challenges to the design and development of the urban areas for better living and visiting (Li et al., 2017). The ideation of a smart city is to optimise its infrastructure to ensure the quality of life for citizens and tourists visiting the city, including transportation, water and power supply, waste management, and efficient urban mobility.

The definitions of 'smart city' have been vastly diverse depending on the meanings of the word 'smart', which can be interpreted as knowledge city, intelligent city, ubiquitous city, sustainable city, digital city, etc. (Zubizarreta et al., 2016). There are several definitions of the smart city existing; however, no specific definition has been universally acknowledged yet. According to scholarly analysis, it has emerged that the terms 'smart city' and 'digital city' are prevalently used to define the terminologies particular in the literature to indicate the smartness of a city.

The smart city concept represents the convergence of information communication technology (ICT) and infrastructure. It indicates new tourism braced by integrated efforts at the city destination (Chan et al., 2019). Accordingly, a large amount of literature indicates that urbanisation is the key element to creating smart cities in modern cities around the world. This has been foreseen with 25 smart cities emerging in 2015, predominantly in North America and Europe; however, the number of smart cities in Asia also continues to grow.

On the other hand, regarding smart tourism that basically focuses on tourists' development, Zhang et al. (2012) stated that smart tourism is elementally comprised of three specific components, which are cloud services, the Internet of Things (IoT) and the End-user Internet Service System. Gretzel et al. (2015) defined 'smart tourism' as the destinations effectively using all the various platforms to create unique experiences for tourists and visitors,

especially information communication technology. Likewise, Sigala and Marinidis (2012) pointed out that smart tourism is characterised by digitisation processes and services and a higher level of interface between the tourists and the destination, which involves the local community and government among other sectors.

It is extensively studied smart tourism development in the sense of destination branding strategy to become a smart destination (Gretzel and Collier de Mendonc, 2019). Brand elements initiate the strategies of the current smart destination brands; however, smart tourism is largely embedded within the smart city. Simply put, a smart city facilitates smart destination brand initiatives. Cooperation from stakeholders is, therefore, necessary to implement technology interfaces in the city to strategic branding at the destination that includes smart cities tourism.

Hess (2019) pointed out that Bangkok, the capital of Thailand, is one of the most visited city destinations in the world, ranking no. 1 in 2019 according to the Mastercard Global Destination Cities Index. With the number of 22.3 million tourist arrivals affecting Bangkok in terms of smart city tourism, in order to sustain this smart city tourism, tourists play a vital role in contributing during their stay; hence, this study focuses on tourists' behaviour towards smart city tourism in the Asian tourist context.

In the authors' point of view, smart cities, and smart tourism, based on the literature, are seemingly related to the information technology, information communication technology (ICT) and digitalisation implemented to optimise the city as smart. However, developing the infrastructure system is also needed to be a smart city in response to the demand of tourists. Similarly, tourist behaviour requires paying attention when using the infrastructure during their trip by following the instructions, complying with the policies, and avoidance of damaging any kind of tourism product.

Methods and resources of this study

Brau and Clark (2012) developed a thematic analysis approach in the year 2006. It is described as a simple theoretical and accessible interpretative approach to qualitative methods that facilitates the identification and data analysis of patterns or themes in each research work. For this paper, the scope of the search in the literature review was determined, and the data were collected from diverse sources of peer-reviewed papers and practitioners, particularly online channels, for example, Google Scholar, Wiley Library and Harvard Library, along with different databases such as Scopus, WOS, EBSCO and SSCI from the various

publishers, including Emerald, Sage, and Elsevier, to search for the relevant context and data, using content analysis and synthesis techniques. A specific 10-year period of searching from 2012 to 2022 was used to explore throughout the 21st century as the most up-to-date research in the study of tourism was conducted from then until the current time. The scope of the relevant topics was used for the search, beginning with the titles/terms of “tourists’ behaviour towards tourism development”, “smart city development”, “sustainable tourism development” and “Asian tourists’ behaviour towards smart cities in the context of Thailand” as well as the current trends of smart cities and smart tourism in the world, including Thailand. Finally, all the data and contents were analysed; therefore, the study’s workflow chart is presented accordingly:

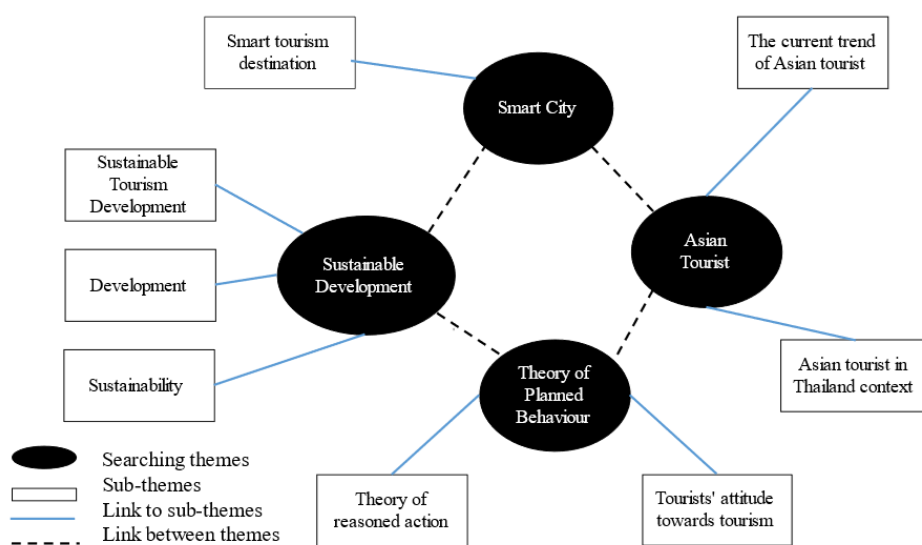


Figure 3: Initial Thematic Analysis

To align with the categorisation criteria to extract the data, there is alignment with the inclusion and exclusion criteria, in which the search process consolidated more than 100 preliminary articles related to the terms ‘sustainable tourism development’, ‘smart city tourism’, and ‘Asian tourist behaviour’. At this stage, both English and non-English literature were found, which were separated under the inclusion and exclusion criteria that met the requirements of the search criteria. After retrieving the search results, they were filtered into table form. This allowed for the identification and removal of 45 duplicate articles, resulting in 155 articles. Next, after reviewing the articles’ titles and abstracts, 110 articles were excluded and five more articles related to the topic were added, resulting in a total of 50 articles that were analysed. The search criteria were exported to the EndNote software, which aided the

inclusion and exclusion process. Further details on the inclusion and exclusion criteria are described in the following sections.

Inclusion criteria

The process to search for relevant literature involves adopting the inclusion criteria to facilitate the standardisation. Snyder (2019) recommended three criteria of inclusion that were applied in this systematic review, which are 1) Peer-reviewed empirical and conceptual papers from the past 10 years; 2) The most relevant studies on sustainable smart cities for sustainable tourism development in the context of Thailand, regarding both business development and tourism; and 3) Specification of the definitions and theories of planned behaviour towards smart cities for sustainable tourism development and Asian tourist behaviour and attitudes towards smart cities. It included all the related studies that met these criteria for further analysis (Xiao, 2019).

Exclusion criteria

Identification and elimination of irrelevant articles were applied in an extensive evaluation of the articles. First, it excluded studies not related to sustainable tourism development, for example, studies on sustainable tourism development in the nature-based perspective or cultural focuses. Second, if an article examined the influence of general tourists on sustainable tourism development, it was excluded. Lastly, it excluded articles from non-academic journals, abstracts without full papers, articles not in English, theses or dissertations, white papers, and PowerPoint presentations, in line with Rana et al. (2016).

Reliability and validity

Snyder (2019) suggested that the criteria outlined by the Database of Abstracts of Reviews of Effects (DARE), the Centre for Reviews and Dissemination (CRD), and York University have guided the performance of the systematic literature review to ensure the reliability and validity of the documents by using four quality assessment (QA) questions, as follows:

QA1. Were the authors' inclusion and exclusion criteria described and appropriate?

QA2. Was the literature search comprehensive of all relevant studies?

QA3. Did the authors evaluate the quality of the literature included studies?

QA4. Were the basic data/studies adequately described?

Accordingly, as discussed in our inclusion criteria, it was ensured that the selected peer-reviewed articles were published in top-ranking indexed journals. All selected articles were also relevant to the study areas and adequately fulfilled the above QA questions.

Results

To respond to the research question of what factors affect Asian tourists' behaviour towards smart cities for sustainable tourism development in the context of Thailand, the authors carried out the analysis and synthesis of the literature. The findings indicated that Asian tourists make the largest contribution to the country in terms of the number of arrivals, spending during their stay, and their demand for the facilities at the destination. Particularly in the cities, technologies and digital platforms are the factors that most inspire their intention to visit the destination. The high number of Asian tourists arrivals in Thailand indicates that cities, like tourism destinations, need to transition to achieve the desired level of smartness.

The theory of planned behaviour (TPB) was developed from the theory of reasoned action (TRA) and applied to explain the characteristics of tourists while they stay at a tourism destination. Notably, attitude, subjective norm and perceived behavioural control are the indicators of the theory. Tourists will react to the environment's influences, including the facilities at the destination. Presently, Asian tourists, such as those from Korea, Japan, China, Singapore, India, etc., have digitisation characteristics. Their behaviour toward the smart cities that they visit is that these destinations should provide more digitalisation to respond to their needs.

Smart cities have been broadly defined by using several meanings of the word 'smart'; however, a smart city in this study is defined as a city that uses information and communication technology to improve the systems operations within cities and to deploy the facilities that are convenient for residents and visitors as tourists to combine with their digital devices for a better quality of life. The concept of smart cities is interlinked with smart tourism, as smart cities focus on improving residents' quality of well-being whereas smart tourism focuses on tourists by providing technology to facilitate them. Both smart cities and smart tourism depend on technology and digitalisation, which contribute to economic sustainability as well as to the social and environmental pillars of the three pillars of sustainable development.

To achieve the two research objectives, which are 1) to examine the factors affecting tourists' behaviours towards smart cities and 2) to investigate the concept of smart cities for sustainable tourism development, the findings from the literature extracted using thematic analysis methods to search through the literature in addition to a systematic literature review were used to conduct the content analysis according to the inclusion, exclusion, and reliability and validity criteria, which are shown in Table 1.

Table 1: Summary of the systematic literature review of the findings

Author/Year	Title	Journal	Key findings
Ajzen (2020)	The theory of planned behaviour: Frequently asked questions	<i>Human Behaviour and Emerging Technologies</i>	Attitude, subjective norm, and perceived behavioural control are the indicators of consumers' attitudes, which are influenced by external factors and related internal factors within themselves.
Azevedo Guedes et al. (2018)	Smart cities: the main drivers for increasing the intelligence of cities	<i>Sustainability</i>	Urban planning and technology application for cities, which are the key driver of smart cities, and it represents the intelligence of the cities facilitating to residents and tourists/visitors
Boonchai and Beeton (2016)	Sustainable development in the Asian century: An inquiry of its understanding in Phuket, Thailand	<i>Sustainable Development</i>	Sustainable Development is a western initiated philosophy that needs to be extended in Asia and Asian culture in different perspectives, especially in the tourism context which needs to achieve the SD goals.
Chan et al. (2019)	Investigating visitors' perceptions of smart city dimensions for city branding in Hong Kong	<i>International Journal of Tourism Cities</i>	Smart cities through the perception of tourists look beyond the infrastructure that destinations provide but the convenience of the facilities is greatly related to technology. Asian visitors include more digital citizens.
Cacho et al. (2016)	Mobile tourist guide supporting a smart city initiative: a Brazilian case study	<i>International Journal of Tourism Cities</i>	Tourists travel with personal devices nowadays; thus, city destinations need to provide the technology to respond to these changes in tourists' behaviour.

Table 1: (Continued)

Author/Year	Title	Journal	Key findings
Coca-Stefaniak (2020)	Beyond smart tourism cities – towards a new generation of “wise” tourism destinations	<i>Journal of Tourism Futures</i>	Smart tourism research is still lacking in scholarship, whereas smart cities are broadly studied. These two perspectives are linked, but they are not a panacea. Consequently, smart tourism cities are the next generation of research.
Daly (2017)	Toward some operational principles of sustainable development	<i>The Economics of Sustainability</i>	The triple bottom line concept is the principle of sustainable development indicators. To achieve the three elements, the involvement of all stakeholders is needed.
Gretzel et al. (2015)	Smart tourism: foundations and developments.	<i>Electronic markets</i>	Information Communication Technology is undoubtedly the key driver of smart tourism destinations.
Gretzel and Collier de Mendonc (2019)	Smart destination brands: semiotic analysis of visual and verbal signs	<i>International Journal of Tourism Cities</i>	Smart tourism is a specialised area relevant to city destinations, and it is embedded with the overall concept of smart city development.
Hess (2019)	Thailand: Too popular for its own good	<i>Overtourism: Issues, realities and solutions</i>	Thailand is the most viewed of the inbound tourism destinations. Asian tourists view Thailand as a must-visit destination.
Koo et al. (2019)	Smart tourism and competitive advantages for stakeholders	<i>Tourism Review</i>	Smart tourism destinations rely on technology as the driver of the smartness of the destination. Likewise, a smart city is parallel to the support of smart tourism.

Table 1: (Continued)

Author/Year	Title	Journal	Key findings
Oktadiana and Pearce (2020)	Losing touch: Uncomfortable encounters with tourism technology	<i>Journal of Hospitality and Tourism Management</i>	Tourism technologies are user-based difficulties. Destination includes encounters with the annoying and uncomfortable facets of technology design for tourists to use during their trips
Zhang and Liu (2012)	On the basic concept of smarter tourism and its theoretical system	<i>Tourism Tribune</i>	Stakeholders' involvement is the key to becoming a smarter tourism destination: stakeholder theory can be applied in the research on smart tourism.
Zubizarreta et al. (2016)	Smart city concept: What it is and what it should be	<i>Journal of Urban Planning and Development</i>	A smart city is categorised as a digital city, intelligent city, knowledge city and sustainable city. When it becomes a smart city, both visitors and residents can benefit from that.

Discussion and Conclusion

The main city itself is the gateway for tourist arrivals in a country. However, a large city such as Bangkok has welcomed more than 30 million tourists per year; hence, it is beneficial to study the urban tourism development. As per this study, there is a summary of several positive impacts of city tourism that contribute to the urban development, as an income generator (both through paid taxes and through the development of other industries) and as a city promoter from the experienced tourists generating positive reviews and stories about the city. As in other parts of the world, urban growth cannot be stopped or reduced in large cities, but it can be steered in a more sustainable direction through integrated urban planning.

This paper, therefore, contributes a foundation and starting point for a new empirical study of smart city concepts for sustainable tourism development research, which will help structure the formation of knowledge in this area through further empirical studies in the years that follow. They have been new entries arrived in the field, redefining relationships among stakeholders and creating new impacts in tourism cities (Moreno-Gil and Coca-Stefaniak, 2020).

This paper only discusses intercity travel briefly, yet it is common in this context, and in urban travel more generally. Tourism is perceived as a development opportunity for a country's economic situation in terms of the main benefits. These are the important aspects of sustainable tourism development in urban areas. The development of tourism activity in urban areas generates extra income for the stakeholders that can be invested in future tourism development plans and conservation of tourism attractions, ensuring the sustainability of the area. There are various findings concerned with the link between the attitudes, behaviour, and support from tourists for tourism development.

The findings of this paper indicate that tourism in urban areas such as large cities have the potential to become an important source of sustainable tourism development. Future research should be extended to the rural area of the country to determine the support, attitudes, and behaviour of the tourists toward tourism development, on the one hand, and to identify the satisfaction level of the tourists. To develop proper and sustainable strategies, it is important to analyse the demand for urban tourism as well. This can provide vital information about the socio-demographic characteristics of the tourists, their preferences, and travel budget, which can later be used to develop proper tourism services and products.

The purpose of this study, which was the investigation the relationship between Asian tourist behaviour toward smart cities for sustainable tourism development, has been achieved. Asian tourists contributed up to 76.13 per cent of the total tourist arrivals in Thailand in 2019. Their behaviours toward tourism can make a huge difference in terms of sustainable tourism development in the urban areas and indirectly impact the urban sustainability and smart city perspectives. Asian tourists perceive smart city tourism in Bangkok as the holistic centre of the country's tourism industry, which contributes to the economic pillar, while an understanding of the social context of Thailand has enhanced the social pillar, and lastly, the environmental impacts have been alleviated by tourist behaviours to conserve the tourism products during their trip. Moreover, tourists from neighbouring countries such as Laos, Cambodia, and Myanmar are more likely to preserve the social aspects and culture as they are familiar with them.

With the 46 per cent tourist contribution of ASEAN (as part of the Asian region) to the tourism industry in Thailand, studying the behaviour of Asian tourists to strategically plan in response to this phenomenon is needed. This paper highlights the theory of planned behaviour (TPB), which involves behavioural intention, the immediate antecedent to behaviour that varies with regard to performing a behaviour. The foundation of development

theory is the route of the sustainable development principle. Furthermore, studying people's behaviour, particularly tourist behaviour, is beneficial for tourism industry development in both the practice and support of the sustainable development principles. Smart city tourism is the gateway of welcoming tourist arrivals from international and domestic locations.

This is the place where tourists spend most of their time during a trip; therefore, urban tourism planners must be aware of this top priority in terms of tourist behaviours. Based on the results of the study, the tourism-related stakeholders can certainly consider the independent variables, such as using eco-friendly tourism products and willingness to pay the prices as the benchmarks, as well as the characteristics of the tourists. For example, to provide products and services, tourism-related to environmental concerns must have reasonable prices that are in line with the current trends as well as the affordability of the tourists generally based on their intention. Additionally, the tourism promotion organisations can also offer secured accessibility with convenience and safety when providing products and services, which leads to another level of business advancement.

The policymakers should therefore play a vital role in providing the necessary infrastructure, both logistics systems and digitalisation, for tourists to have convenient accessibility throughout their trips to the city like tourism technology (Oktadiana and Pearce, 2020). Digital information should be provided promptly and integrated with cell phone applications available for tourists. Balasaraswathi et al. (2020) studied the interactivity to exploit Big Data Analytics to support the conversion of city tourism to smart city tourism as the tourist behaviours now pay forward to digitalisation accessibility. Thus, smart city tourism involves the development of cities to have effective facilities to support tourists during their stay.

Coca-Stefaniak (2020) analysed that developing a smart city using technology and innovation in urban tourism initiated the smart concepts for the city to become a smart city in the tourism aspect. More than one thousand free Wi-Fi spots have been provided to cover touristic areas for tourists to access travel information. For smart parking areas, a smart sensor system should be installed embedded under the roadside surfaces at the parking spots, showing the drivers the available parking spaces through their cell phone applications. Smart streetlights have been established and converted to LED lights to ensure the safety and security of tourists throughout the city. Smart garbage bins were installed that can manage trash when people throw it away. Smart city tourism is driven by tourist behaviours, and

similarly, tourists' satisfaction is affected by the infrastructure in the city development related to the creation of smart city tourism.

As mentioned earlier, Asian tourists are digital citizens who are in tune with the development of technology and travel with a variety of different devices, and their behaviour towards technology has become a part of their daily activities in their lives and whilst they travel. Therefore, the development of smart cities is a potentially effective response to Asian tourists' needs. Further, smart city tourism destinations will be able to achieve sustainable development. Policymakers and stakeholders need to be more aligned in creating marketing strategies for smart cities tourism (Coca-Stefaniak, 2019)

Limitation and Recommendation

Inevitably, a systematic review of the evident documentation was used, but there are several potential limitations. Firstly, this paper has been written in the midst of a pandemic and therefore, it focuses on the positive aspects of tourism during the normal situation, and the statistics used in the previous year for the forecasts are also from before the pandemic. Secondly, this paper does not intend to involve the COVID-19 situation in terms of analysis or recommendations as it is still ongoing without a conclusion yet. Lastly, a conceptual paper is without empirical data to confirm the context, and instead, the literature is used for discussion in this paper. Moreover, the literature on smart city tourism is limited; thus, the authors collected the most relevant evidence to support this study. Research on the factors influencing smart city tourism development is recommended in future research, for example, green marketing, green consumption, and production towards urban tourism development. In this study, the focus was on Asian tourist behaviour; therefore, the scope can be narrowed to ASEAN tourists. The study of Big Data Analytics for integration with tourist behaviour in terms of searching for the locations they wish to visit during their trip can also support city tourism to become smart city tourism. Furthermore, the study of Asian tourists' cultural complexity in the tourism field is recommended in future research because the diversity of ethnic cultures in Asia provides numerous implications to investigate more deeply.

References

Ajzen, I. (2015). Consumer attitudes and behaviour: the theory of planned behaviour applied to food consumption decisions. *Italian Review of Agricultural Economics*, 70(2), 121-138.

- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behaviour: Frequently asked questions. *Human Behaviour and Emerging Technologies*, 2(4), 314-324.
- Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). Changing behaviour using the theory of planned behaviour. *The handbook of behaviour change*, 17-31
- Azevedo Guedes, A. L., Carvalho Alvarenga, J., Dos Santos Sgarbi Goulart, M., Rodriguez y Rodriguez, M. V., & Pereira Soares, C. A. (2018). Smart cities: The main drivers for increasing the intelligence of cities. *Sustainability*, 10(9), 3121.
- Balasaraswathi, M., Srinivasan, K., Udayakumar, L., Sivasakthiselvan, S., & Sumithra, M. G. (2020). Big data analytics of contexts and cascading tourism for smart city. *Materials Today: Proceedings*.
- Boonchai, C., & Beeton, R. J. (2016). Sustainable development in the Asian century: An inquiry of its understanding in Phuket, Thailand. *Sustainable Development*, 24(2), 109-123.
- Braun, V., & Clarke, V. (2012). Thematic analysis. In H. Cooper, P. M. Camic, D. L. Long, A. T. Panter, D. Rindskopf, & K. J. Sher (Eds.), *APA handbook of research methods in psychology*, Vol. 2. Research designs: Quantitative, qualitative, neuropsychological, and biological (pp. 57-71). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/13620-004>
- Cacho, A., Mendes-Filho, L., Estaregue, D., Moura, B., Cachó, N., Lopes, F. & Alves, C. (2016). “Mobile tourist guide supporting a smart city initiative: a Brazilian case study”, *International Journal of Tourism Cities*, Vol 2 No. 2, pp. 164-183 <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0030>
- Chan, C. S., Peters, M., & Pikkemaat, B. (2019). Investigating visitors’ perception of smart city dimensions for city branding in Hong Kong. *International Journal of Tourism Cities*.F
- Coca-Stefaniak, J.A. (2019), “Marketing smart tourism cities – a strategic dilemma”, *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 5 No. 4.
- Coca-Stefaniak, J. A. (2020). Beyond smart tourism cities–towards a new generation of “wise” tourism destinations. *Journal of Tourism Futures*.
- Conner, M. (2020). Theory of planned behaviour. *Handbook of sport psychology*, 1-18.
- Daly, H. E. (2017). Toward some operational principles of sustainable development 1. In *The economics of sustainability* (pp. 97-102). Routledge.
- Egelman, S., & Peer, E. (2015, April). Scaling the security wall: Developing a security behavior intentions scale (sebis). In *Proceedings of the 33rd annual ACM conference on human factors in computing systems* (pp. 2873-2882).

- Elmqvist, T., Andersson, E., Frantzeskaki, N., McPhearson, T., Olsson, P., Gaffney, O., ... & Folke, C. (2019). Sustainability and resilience for transformation in the urban century. *Nature sustainability*, 2(4), 267-273.
- Fischer, K., & Yan, Z. (2018). The development of dynamic skill theory. In *Conceptions of Development* (pp. 279-312). Psychology Press.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic markets*, 25(3), 179-188.
- Gretzel, U. and Collier de Mendonça, M. (2019), "Smart destination brands: semiotic analysis of visual and verbal signs", *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 5 No. 4, pp. 560-580.
- Grubler, A., Wilson, C., Bento, N., Boza-Kiss, B., Krey, V., McCollum, D. L., ... & Valin, H. (2018). A low energy demand scenario for meeting the 1.5 C target and sustainable development goals without negative emission technologies. *Nature energy*, 3(6), 515-527.
- Hess, J. S. (2019). Thailand: Too popular for its own good. *Overtourism: Issues, realities and solutions*, 1, 111-124.
- Hsu, C. H., & Huang, S. (2012). An extension of the theory of planned behaviour model for tourists. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 36(3), 390-417.
- Kadir, N., Nayan, S., & Abdullah, M. S. (2013). A panel data analysis of international tourist arrivals from ASEAN countries to Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 7, 80-85.
- Koo, C., Mendes-Filho, L., & Buhalis, D. (2019). Smart tourism and competitive advantage for stakeholders: Guest editorial. *Tourism Review*, 74(1), 1-4.
- Levitt, J. A., Zhang, P., DiPietro, R. B., & Meng, F. (2019). Food tourist segmentation: Attitude, behavioural intentions, and travel planning behaviour based on food involvement and motivation. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 20(2), 129-155.
- Li, Y., Hu, C., Huang, C. and Duan, L. (2017) The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tour. Manag.*2017,58, 293–300
- Lortie, J., & Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behaviour in entrepreneurship research: what we know and future directions. *International entrepreneurship and management journal*, 11(4), 935-957.
- Mhatre, P., Gedam, V., Unnikrishnan, S., & Verma, S. (2021). Circular economy in built environment–Literature review and theory development. *Journal of Building Engineering*, 35, 101995.

- Meschini, M., Toffolo, M. M., Caroselli, E., Franzellitti, S., Marchini, C., Prada, F., ... & Goffredo, S. (2021). Educational briefings in touristic facilities promote tourist sustainable behaviour and customer loyalty. *Biological Conservation*, 259, 109122.
- Ministry of Tourism and Sports (2020). Tourist information. Retrieved from https://www.mots.go.th/mots_en/more_news_new.php?cid=316
- Moreno-Gil, S. and Coca-Stefaniak, J.A. (2020), "Overtourism and the sharing economy – tourism cities at a crossroads", *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 6 No. 1.
- Najib, M., Sumardi, R. S., Nurlaela, S., & Fahma, F. (2020). Determinant factors of Muslim Tourist motivation and attitude in Indonesia and Malaysia. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 31(3), 936-943.
- Oh, J. H., Kim, H. S., & Lee, J. H. (2014). Asian Cultural Collectivism, Acculturation, and Life Satisfaction among Ethnic Asian Brides in South Korea. *Asian Women*, 30(3).
- Oktadiana, H., & Pearce, P. L. (2020). Losing touch: Uncomfortable encounters with tourism technology. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42, 266-276.
- Rana, S., Ardichvili, A. and Polesello, D. (2016), "Promoting self-directed learning in a learning organization: tools and practices", *European Journal of Training and Development*, 40(7), pp. 470-489.
- Rosati, F., & Faria, L. G. (2019). Addressing the SDGs in sustainability reports: The relationship with institutional factors. *Journal of cleaner production*, 215, 1312-1326.
- Sachs, J. D., Schmidt-Traub, G., Mazzucato, M., Messner, D., Nakicenovic, N., & Rockström, J. (2019). Six transformations to achieve the sustainable development goals. *Nature sustainability*, 2(9), 805-814.
- Sharpley, R. (2020). Tourism, sustainable development, and the theoretical divide: 20 years on. *Journal of sustainable tourism*, 28(11), 1932-1946
- Shi, L., Han, L., Yang, F., & Gao, L. (2019). The evolution of sustainable development theory: Types, goals, and research prospects. *Sustainability*, 11(24), 7158.
- Sigala, M. and Marinidis, D. (2012). E-Democracy and Web 2.0: A Framework Enabling DMOS to Engage Stakeholders in Collaborative Destination Management. *Tour. Anal.* 17, 105–120. [CrossRef]
- Silvestre, B. S., & Țîrcă, D. M. (2019). Innovations for sustainable development: Moving toward a sustainable future. *Journal of cleaner production*, 208, 325-332.

- Steinmetz, H., Knappstein, M., Ajzen, I., Schmidt, P., & Kabst, R. (2016). How effective are behaviour change interventions based on the theory of planned behaviour? *Zeitschrift für Psychologie*.
- Snyder, H., (2019), "Literature review as a research methodology: An overview and guidelines", *Journal of Business Research*, vol. 104, pp. 333-339
- Thacker, S., Adshead, D., Fay, M., Hallegatte, S., Harvey, M., Meller, H., ... & Hall, J. W. (2019). Infrastructure for sustainable development. *Nature Sustainability*, 2(4), 324-331.
- UNWTO. (2019). International tourism highlights 2019. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>.
- Vithayaporn, S. (2021). COVID-19 Pandemic–A Testing Time for Tourism and Hospitality in Thailand. *ABAC ODI JOURNAL Vision. Action. Outcome*, 8(1), 41-53.
- Walton, J. (2018). Tourism and economic development in ASEAN. In *Tourism in South-East Asia* (pp. 214-233). Routledge.
- Whitley, M. A., Massey, W. V., & Wilkison, M. (2019). A systems theory of development through sport for traumatized and disadvantaged youth. *Psychology of Sport and Exercise*, 38, 116-125.
- World Tourism Organization. (2020). *Yearbook of tourism statistics, data 2014 – 2018* (2020 Edition). Madrid: UNWTO.
- Xiao, Y., & Watson, M. (2019). Guidance on conducting a systematic literature review. *Journal of Planning Education and Research*, 39(1), 93-112.
- Xu, Z., Chau, S. N., Chen, X., Zhang, J., Li, Y., Dietz, T., ... & Liu, J. (2020). Assessing progress towards sustainable development over space and time. *Nature*, 577(7788), 74-78.
- Zhang, L., Li, N. and Liu, M. (2012). On the basic concept of smarter tourism and its theoretical system. *Tourism. Tribune*. 27(5), 66–73
- Zinina, O. V., & Olentsova, J. A. (2020). Elements of sustainable development of agricultural enterprises. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 421, No. 2, p. 022003). IOP Publishing.
- Zubizarreta, I., Seravalli, A., & Arrizabalaga, S. (2016). Smart city concept: What it is and what it should be. *Journal of Urban Planning and Development*, 142(1), 04015005.

ยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

The Strategy for Technical and Vocational Education and Training (TVET) for supporting Eastern Economic Corridor (EEC)

Received 29 April 2022

Revised 29 April 2022

Accepted 3 May 2022

วิวัฒน์ ปัญจมะวัต

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

Wittawat Panjamawat

Office of Vocational Education Commission

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพและองค์ประกอบการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก 2) พัฒนายุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก 3) ถอดบทเรียนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และเสนอแนะนโยบายการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 15 คน ครูประจำการ จำนวน 256 คน ครูฝึกในสถานประกอบการ จำนวน 73 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 344 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงในสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษา ครูประจำการ ครูฝึกในสถานประกอบการ ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง และผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดทำยุทธศาสตร์ ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบรายงานข้อมูลตามตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ ประเด็นการประชุม และการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหาผลการวิจัย พบว่า

1. องค์ประกอบการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ได้แก่ 1) พัฒนาระบบการเรียนการสอนเน้นสร้างองค์ความรู้และการใช้เทคโนโลยี 2) พัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการวิจัยนวัตกรรมและเทคโนโลยี 3) เสริมสร้างโอกาสการศึกษาวิชาชีพอย่างเสมอภาคและบูรณาการการจัดการเรียนรู้เพื่อปลูกฝังแนวคิดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) การพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา และครูฝึกในสถานประกอบการ และ 5) สร้างความเข้มแข็งระบบความร่วมมือและเครือข่ายในการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา

2. ยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) การพัฒนาระบบการเรียนการสอนให้ผู้เรียนมีสมรรถนะเน้น

สร้างองค์ความรู้และการใช้เทคโนโลยี เพื่อการมีงานทำและเป็นผู้ประกอบการที่มีความเป็นเลิศมี 2 กลยุทธ์ 6 ตัวชี้วัด และ 3 โครงการ 2) การพัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการวิจัยนวัตกรรมและเทคโนโลยี รองรับการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มี 1 กลยุทธ์ 2 ตัวชี้วัด และ 1 โครงการ 3) การเสริมสร้างโอกาสการศึกษาวิชาชีพอย่างเสมอภาคและบูรณาการการจัดการเรียนรู้เพื่อปลูกฝังแนวคิดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มี 2 กลยุทธ์ 5 ตัวชี้วัด 3 โครงการ 4) การพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา และครูฝึกในสถานประกอบการ ให้มีศักยภาพด้านความรู้ ทักษะ และความสามารถด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม มี 2 กลยุทธ์ 5 ตัวชี้วัด 2 โครงการ และ 5) การสร้างความเข้มแข็งระบบเครือข่ายความร่วมมือเพื่อพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาในเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มี 1 กลยุทธ์ 3 ตัวชี้วัด 2 โครงการ โดยยุทธศาสตร์ที่พัฒนาขึ้น ผ่านการประเมินด้านความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด และผลการทดลองใช้ยุทธศาสตร์ที่ 4 และยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้วยโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ พบว่า ผลการทดลองผ่านเกณฑ์ Baseline ตามที่ตัวชี้วัดกำหนดไว้ทุกตัวชี้วัดและผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

3. ผลการถอดบทเรียนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากดำเนินโครงการตามตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ และ 8 กลยุทธ์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผ่านเกณฑ์ Baseline ตามที่ตัวชี้วัดกำหนดไว้ทุกตัวชี้วัดและผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และข้อเสนอแนวนโยบายการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ส่วนใหญ่คือ พัฒนากำลังคนให้ตรงความต้องการของอุตสาหกรรมเป้าหมาย การจัดสรรงบประมาณ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ระบบการติดตามและประเมินผล

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์, การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา, เขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

Abstract

The purposes of this research were 1) to study to conditions and the components for Technical and Vocational Education and Training (TVET) for supporting Eastern Economic Corridor (EEC), 2) to develop the strategy for TVET for supporting EEC 3) to review the driving of strategy and support the policy for TVET for supporting EEC. The samples for quantitative research who were obtained Multi-Stage Sampling consisted of 344 persons namely 15 school administrators, 256 teachers and 73 trainers in the establishments. The samples for qualitative research who were obtained by Purposive Sampling consisted of chief executive in the Office of the Vocational Education Commission, the school administrators of vocational institute, teachers, teachers, trainers in establishments government and private sector representatives and the experts in strategic management. The research instruments were

strategic reports, a questionnaire, an interview, issue meeting and focus group discussion. The data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, and content analysis. The results revealed that;

1. The components for TVET for supporting EEC were as follows: 1) Developing instructional system which focused on knowledge setting and technological implementation. 2) Improving manpower's abilities for innovative and technology research. 3) Enhancing equitable vocational education and integrating learning management for educating the concept of environmentally friendly. 4) Developing teachers and educational persons and trainers in establishments and 5) Strength the cooperation and network management of TVET

2. The strategy for TVET for supporting EEC consisted of 5 strategies as follows: 1) Developing instructional system to enhance students' competencies for knowledge setting and technological implementation in order to let students get the jobs and be excellent entrepreneurs. This strategy had 2 strategies 6 indicators and 3 projects. 2) Improving manpower's abilities for innovative and technology research for supporting EEC with 1 strategy, 2 indicators and 1 project. 3) Enhancing equitable vocational education and nitrating learning management for educating the concept of environmentally friendly with 2 strategies, 5 indicators and 3 projects. 4) Developing teachers and educational persons and trainers in the establishments for knowledge and technology and innovation. This strategy had 2 strategies, 5 indicators and 2 projects, and 5) Strength the cooperation and network management for TVAT for supporting EEC with 1 strategy 3 indicators and 2 projects. The developed strategies passed the evaluation of agreement, appropriateness, possibility and utility at the highest level. The results of the evaluation for the fourth strategy and the fifth strategy passed Baseline criteria. Informant's satisfaction was at the high level.

3. The review for driving the strategy for TVET for supporting EEC was found that the researcher collected the performances of 5 strategies and 8 sub strategies. The result of the evaluation was found that they passed Baseline criteria. Informants' satisfaction was at the highest level. The suggestions for the policy for TVET for supporting EEC were as followed: Developing manpower to be consistent with industrial requirement. The others policies were budget allocation, network management and evaluation.

Keyword: Strategy, Technical and Vocational Education and Training (TVET), Eastern Economic Corridor (EEC)

บทนำ

โลกในปัจจุบันมีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว เป็นการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง โดยมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นตัวขับเคลื่อน หรือก้าวเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) ซึ่งเป็นยุคโลกไร้พรมแดนด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่เชื่อมโลกเข้าด้วยกัน ส่งผลจากสังคมฐานความรู้สู่สังคมแห่งภูมิปัญญา (Wisdom Society) โลกที่เปลี่ยนวิถีชีวิตมนุษย์สู่ความเป็นอิสระและการพึ่งพาอาศัยกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างประเทศในทุก ๆ ด้านมากยิ่งขึ้น ในภูมิภาคเอเชียมีการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจโลกที่ทวีความสำคัญเพิ่มขึ้น กลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ เช่น จีน เกาหลีใต้ สิงคโปร์ ไต้หวัน และกลุ่มประเทศอาเซียน มีแนวโน้มเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมโลก (เศรษฐกิจ มลีสวรรณ, 2560) ในขณะเดียวกันประเทศไทยก็ต้องการยกระดับผลิตภาพสินค้าและบริการให้สูงขึ้นและใช้นวัตกรรมมากขึ้น แต่กำลังคนของประเทศไทยยังไม่สามารถยกระดับความรู้และทักษะการทำงานของตนได้เท่าที่ควร รวมทั้งมีการขาดแคลนกำลังคนในบางสาขา/ระดับ และเกินความต้องการในบางสาขา/ระดับ ซึ่งรัฐบาลตระหนักถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการผลิตและพัฒนาากำลังคนของประเทศให้มีคุณภาพและปริมาณที่เพียงพอ เพื่อสนับสนุนความสามารถในการแข่งขันของประเทศในสาขาต่าง ๆ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2562)

สอดคล้องกับแนวทางยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ที่มีเป้าหมายการพัฒนาประเทศ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” โดยยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ พัฒนาคนในทุกมิติ และในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) และการดำเนินการนโยบายประเทศไทย 4.0 ซึ่งเป็นนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยภายใต้แนวคิดที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม” ได้ริเริ่มโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor Development: EEC) ซึ่งเป็นโครงการที่ต่อยอดจากโครงการพัฒนาชายฝั่งทะเลตะวันออก (Eastern Seaboard) มีเป้าหมายเพื่อยกระดับการพัฒนาประเทศไทยไปสู่ยุค “Thailand 4.0” มีพื้นที่เป้าหมายใน 3 จังหวัด คือ จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดระยอง มีการสนับสนุนส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมให้ลงทุนใน 10 อุตสาหกรรม ซึ่งจากนโยบายดังกล่าว กระทรวงศึกษาธิการ โดยสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เกิดความตระหนักและเห็นความสำคัญที่จะต้องผลิต และพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก เพื่อให้เป็นแรงงานที่สอดคล้องกับ 10 อุตสาหกรรม สร้างความร่วมมือกับ สถานประกอบการในการผลิตกำลังแรงงาน และเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรทางการศึกษา (คณะกรรมการบูรณาการนโยบายพัฒนาภาค, 2561)

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (สอศ.) กระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการจัดการอาชีวศึกษาและการฝึกอบรมวิชาชีพ ที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนการศึกษาแห่งชาติ จากการดำเนินการขับเคลื่อนนโยบายของรัฐบาล ตามโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ที่ผ่านมามีปัญหาและอุปสรรค ในการผลิต

และพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาไม่เพียงพอกับความต้องการแรงงานในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักงานศึกษาธิการภาคตะวันออก (2563) ได้ศึกษาแนวทางการผลิตและพัฒนากำลังคนด้านอาชีวศึกษาระดับภาคตะวันออก พบว่า ปัญหา อุปสรรคของการจัดการอาชีวศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน ระดับภาคตะวันออก การจัดการอาชีวศึกษายังไม่เพียงพอกับความต้องการแรงงานในพื้นที่ จากข้อมูลความต้องการกำลังแรงงานและการผลิต ปี 2562 กลุ่มจังหวัด ชลบุรี จันทบุรี ระยอง ตราด มีความต้องการแรงงาน จำนวน 229,492 คน แต่มีการผลิตแรงงานในภาคการศึกษา จำนวน 10,442 คน และจังหวัดสระแก้ว ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี นครนายก สมุทรปราการ มีความต้องการแรงงาน จำนวน 21,998 คน แต่มีการผลิตแรงงานในภาคการศึกษา จำนวน 6,695 คน ซึ่งเป็นปัญหาให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือที่รับผิดชอบจะต้องเร่งศึกษารูปแบบหรือกลยุทธ์เพื่อการผลิตและพัฒนากำลังคนด้านอาชีวศึกษา เขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการพัฒนากำลังคนของรัฐบาล

จากความสำคัญและความจำเป็นในการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ผู้วิจัยในฐานะผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผนการอาชีวศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จึงได้ตระหนักและให้ความสำคัญในการบริหารจัดการด้านการผลิตและพัฒนากำลังคนด้านอาชีวศึกษา เขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ให้ประสบผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้ยุทธศาสตร์การพัฒนาและหลักการบริหารเชิงยุทธศาสตร์ เพราะเป็นการบริหารกระบวนการในการตัดสินใจอย่างเป็นระบบ มีการวางทิศทางการบริหารหรือทิศทางกลยุทธ์ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายที่ชัดเจน ผู้วิจัยจึงสนใจและตระหนักถึงความจำเป็นถึงการพัฒนายุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาสนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เพื่อดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาล และสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อการพัฒนาผู้เรียน การพัฒนาคุณภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการศึกษา การสร้างความเข้มแข็งของสถานศึกษาอาชีวศึกษา และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษามีทักษะที่สอดคล้องกับตลาดแรงงานในพื้นที่ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพและองค์ประกอบการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
2. เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
3. เพื่อถอดบทเรียนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และเสนอแนะนโยบายการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและพัฒนากำลังคน

อาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา ในเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกในอนาคตต่อไป

2. ได้ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับองค์ประกอบการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

3. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาและสถานศึกษาอาชีวศึกษา มียุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ที่มีคุณภาพสามารถนำไปใช้พัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา ในเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ได้ข้อเสนอแนะนโยบายการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

5. ผู้เรียนที่สำเร็จการศึกษาอาชีวศึกษาในจังหวัดเขตระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก มีศักยภาพตรงตามความต้องการในอุตสาหกรรมเป้าหมาย เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จในการผลักดันการเติบโตของอุตสาหกรรมเป้าหมายและระบบเศรษฐกิจ

บททวนวรรณกรรม

กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) และแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579

คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ (2561) ได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งจะต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ภายในช่วงเวลาดังกล่าว เพื่อความสุขของคนไทยทุกคน โดยประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 เป็นการกำหนดขึ้นจากความท้าทายที่เป็นพลวัตของโลกศตวรรษที่ 21 ทั้งในส่วนที่เป็นแรงกดดันภายนอก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของบริบทเศรษฐกิจและสังคมโลก อันเนื่องจากการปฏิวัติดิจิทัล (Digital Revolution) การเปลี่ยนแปลงสู่อุตสาหกรรม 4.0 (The Fourth Industrial Revolution) การดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ 2573 (Sustainable Development Goals : SDGs 2030) ที่ประเทศไทยได้ให้สัตยาบัน รวมทั้งผลกระทบของการเป็นประชาคมอาเซียน และความต้องการกำลังคนที่มีทักษะในศตวรรษที่ 21 จำเป็นที่ประเทศไทยต้อง

ปฏิรูปการศึกษา เพื่อให้ระบบการศึกษาเป็นกลไกหลักของการขับเคลื่อนประเทศภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยฉบับใหม่ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560)

หลักการบริหารเชิงระบบ (IPO) โดยองค์ประกอบของระบบทางการบริหาร ประกอบด้วย 1) ปัจจัยนำเข้า (Input) หมายถึง ทรัพยากรทางการบริหารทุก ๆ ด้าน ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ การบริหารจัดการ และแรงจูงใจ ที่เป็นส่วนร่วมเริ่มต้นและเป็นตัวสำคัญในการปฏิบัติงานขององค์กร 2) กระบวนการ (Process) คือ การนำปัจจัยทางการบริหารทุกประเภทมาใช้ในการดำเนินงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และ 3) ผลลัพธ์ (Output) เป็นผลที่เกิดจากกระบวนการของการนำเอาปัจจัยมาปฏิบัติ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (จันทราณี สงวนนาม, 2553)

แนวคิดและทฤษฎี Business Model Canvas แบบจำลองธุรกิจ หรือ Business Model Canvas (BMC) เป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจที่จะทำให้มองธุรกิจของตนเองได้อย่างโปร่งและทำให้บุคลากรในองค์กรได้รับรู้รูปแบบและปัญหาของธุรกิจไปในทิศทางเดียวกัน วิภาวรรณ มัณยานนท์ (2560) กล่าวว่า ในการออกแบบแบบจำลองธุรกิจโดยทั่วไป สิ่งที่เหมาะสมพิจารณาเป็นลำดับแรก คือ ตลาด หากไม่มีตลาดการก่อตั้งและดำเนินธุรกิจก็ไม่มี ความหมาย เนื่องจากไม่มีผู้ที่สนใจในสิ่งที่เรานำเสนอ ดังนั้นในภาพรวมจะเห็นว่าการดำเนินธุรกิจ มี 4 ด้านหลักที่ต้องพิจารณา นั่นก็คือ ลูกค้า ข้อเสนอหรือสินค้า ผลตอบแทนหรือรายได้ และโครงสร้างพื้นฐานหรือทรัพยากร ซึ่งแบบจำลองธุรกิจ (The Business Model Canvas) ได้แจกแจงประเด็นทั้ง 4 ด้าน ออกเป็น 9 ส่วนประกอบ ได้แก่ 1) กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) 2) การเสนอคุณค่า (Value Propositions) 3) ช่องทาง (Channels) 4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) 5) กระแสรายได้ (Revenue Streams) 6) ทรัพยากรหลัก (Key Resources) 7) กิจกรรมหลัก (Key Activities) 8) พันธมิตรหลัก (Key Partners) 9) โครงสร้างต้นทุน (Cost Streams)

แนวคิดเชิงระบบในการยกระดับคุณภาพการอาชีวศึกษาของธนาคารโลก (The World Bank, SABER) การผลิตและพัฒนากำลังคนให้มีทักษะที่เกี่ยวข้องกับงานถือเป็นความท้าทายอย่างต่อเนื่องทั่วโลก ธนาคารโลกได้พัฒนาเครื่องมือวิเคราะห์สำหรับการพัฒนานโยบาย โดยกำหนดกรอบการวิเคราะห์และการออกแบบเครื่องมือเชิงปฏิบัติที่เรียกว่า Systems Approach for Better Education Results (SABER) สำหรับการประเมินระบบการผลิตและพัฒนาคน (WfD) เพื่อใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ จุดเน้นของ SABER-WfD คือ ความคิดเชิงระบบที่เตรียมกำลังคนให้พร้อมตอบสนองความต้องการทักษะในตลาดแรงงาน มุ่งเน้นความชัดเจนในมิติการทำงานสามมิติ (Dimension) ประกอบด้วย (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2564) 1) กรอบนโยบาย (Strategic Framework) 2) การบริหารจัดการ (System Oversight) และ 3) การจัดการเรียนรู้ (Service Delivery)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาสภาพและองค์ประกอบการผลิตและพัฒนาคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสอบถาม

กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 15 คน ครูประจำการ จำนวน 256 คน ครูฝึกในสถานประกอบการ จำนวน 73 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 344 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) และการศึกษาองค์ประกอบการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 17 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (s.d.) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ตอนที่ 2 การพัฒนายุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ดำเนินการโดยแบ่งเป็น 3 ตอนย่อย

2.1 วิเคราะห์ SWOT และร่างยุทธศาสตร์ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการประชุมเชิงปฏิบัติการ ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เกี่ยวข้องที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก จำนวน 93 คน

2.2 ตรวจสอบความเหมาะสมและความสอดคล้องของยุทธศาสตร์ โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) จำนวน 20 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และประเมินคุณภาพยุทธศาสตร์ ด้านความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิและนักวิชาการที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการพัฒนายุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 22 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบประเมิน

2.3 ทดลองใช้ยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ทำการทดลองใช้ยุทธศาสตร์ในสถานศึกษาอาชีวศึกษาเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยผู้วิจัยเลือกยุทธศาสตร์ที่ 4 และยุทธศาสตร์ที่ 5 ไปทดลองใช้ แหล่งข้อมูลในการทดลองใช้ยุทธศาสตร์ นำไปทดลองใช้กับสถานศึกษาอาชีวศึกษาที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ผู้ให้ข้อมูลผู้วิจัยได้ศึกษาเป็นรายโครงการตามยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย ครู บุคลากรทางการศึกษา และครูฝึกใน สถานประกอบการ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบรายงานและแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (s.d.)

ตอนที่ 3 การถอดบทเรียนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และเสนอแนวนโยบายการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก แบ่งเป็น 2 ตอนย่อย

3.1 การถอดบทเรียนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เป็นการดำเนินการนำยุทธศาสตร์สู่ปฏิบัติ (Implement) หลังจากได้นำยุทธศาสตร์ที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้ และได้ศึกษาผลการทดลองใช้ โดยการนำยุทธศาสตร์ที่พัฒนาขึ้นทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ 8 กลยุทธ์ และ 11 โครงการ ไปขับเคลื่อนปฏิบัติจริง ในปีการศึกษา 2564 กับสถานศึกษาอาชีวศึกษาในจังหวัดเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย ครู บุคลากร

ทางการศึกษา ครูฝึกในสถานประกอบการ และผู้เรียน ในปีการศึกษา 2564 เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบรายงานและแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (s.d.)

3.2 การจัดทำข้อเสนอแนะนโยบายการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยการประชุมรับฟังความคิดเห็นสาธารณะ (Public Hearing) แหล่งข้อมูล ได้แก่ ผลจากการวิจัยและผลการประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 54 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูง สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จำนวน 4 คน ผู้บริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษา จำนวน 20 คน ครูประจำการ จำนวน 15 คน ครูฝึกในสถานประกอบการ จำนวน 10 คน และผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง จำนวน 5 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลจากประเด็นการประชุมรับฟังความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เกี่ยวข้อง โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก สรุปผลการวิจัยดังนี้

1. การศึกษาสภาพและองค์ประกอบการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

1.1 ผลการศึกษาสภาพด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยใช้แบบสอบถาม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่เป็นจุดแข็ง ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 3.87$) และด้านงบประมาณ ($\bar{X} = 3.80$) ด้านที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.37$) และด้านวัสดุ/อุปกรณ์ ($\bar{X} = 3.19$) ด้านที่เป็นโอกาส ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.10$) และด้านการเมือง/กฎหมาย ($\bar{X} = 3.53$) ด้านที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ ด้านสังคม/วัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.42$) และด้านเทคโนโลยี ($\bar{X} = 3.41$)

1.2 ผลการศึกษาองค์ประกอบการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก พบว่า ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) พัฒนาระบบการเรียนการสอน เน้นสร้างองค์ความรู้และการใช้เทคโนโลยี 2) พัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการวิจัยนวัตกรรมและเทคโนโลยี 3) เสริมสร้างโอกาสการศึกษาวิชาชีพอย่างเสมอภาคและบูรณาการการจัดการเรียนรู้เพื่อปลูกฝังแนวคิดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) การพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา และครูฝึกในสถานประกอบการ และ 5) สร้างความเข้มแข็งระบบความร่วมมือและเครือข่ายในการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาในเขตพื้นที่ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

2. ผลการพัฒนายุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

2.1 ยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ประกอบด้วย วิสัยทัศน์: ผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาให้มีความรู้ ทักษะ และมีสมรรถนะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม สนับสนุนการพัฒนาเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มีจำนวน 4 พันธกิจ 4 เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 5 ยุทธศาสตร์ 8 กลยุทธ์ 21 ตัวชี้วัด และ 11 โครงการ ได้ผ่านการตรวจสอบ และการประเมินความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

2.2 ผลการทดลองใช้ยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก พบว่า ผลการทดลองผ่านเกณฑ์ Baseline ตามที่ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์กำหนดไว้ทุกตัวชี้วัด โดยจำนวนครู บุคลากรทางการศึกษา และครูฝึกในสถานประกอบการ ที่ได้รับการพัฒนาในสาขา กลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เป็นครู 4.0 คิดเป็นร้อยละ 82.88 จำนวนครูที่ได้รับการพัฒนาเสริมสร้างกิจนัยในการทำงานมีจรรยาบรรณในวิชาชีพและมีสมรรถนะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม คิดเป็นร้อยละ 82.40 จำนวนสถานประกอบการและหน่วยงานในชุมชนที่ร่วมจัดอาชีวศึกษาในสาขาเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 87.335 และความพึงพอใจของครูที่มีต่อการพัฒนาเสริมสร้างกิจนัยในการทำงาน มีจรรยาบรรณในวิชาชีพและมีสมรรถนะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

3. การถอดบทเรียนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และเสนอแนวนโยบายการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

3.1 ผลการถอดบทเรียนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผ่านเกณฑ์ Baseline ตามที่ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์กำหนดไว้ทุกตัวชี้วัด เช่น จำนวนหลักสูตรฐานสมรรถนะอาชีพที่ได้รับการพัฒนาและปรับปรุงให้สอดคล้องกับ Super Cluster และ กลุ่ม New Engine of Growth คิดเป็นร้อยละ 84.61 ร้อยละของผู้เรียนที่ผ่านการประเมินมาตรฐานวิชาชีพอาชีวศึกษาตามหลักสูตรฐานสมรรถนะ คิดเป็นร้อยละ 97.12 ร้อยละของผู้สำเร็จการศึกษาสาขาเป้าหมายมีงานทำหลังสำเร็จการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 66.32 จำนวนครู บุคลากรทางการศึกษา และครูฝึกในสถานประกอบการ ที่ได้รับการพัฒนาในสาขากลุ่ม เป้าหมายเพื่อให้เป็นครู 4.0 คิดเป็นร้อยละ 82.88 และความพึงพอใจของครูที่มีต่อการพัฒนาเสริมสร้างกิจนัยในการทำงาน มีจรรยาบรรณในวิชาชีพและมีสมรรถนะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

3.2 การเสนอแนวนโยบายการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ได้แก่ 1) ควรกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาทักษะบุคลากรในเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2565-2569) 2) พัฒนาบุคลากร ให้ตรงความต้องการ (Demand Driven) ของอุตสาหกรรมเป้าหมาย 12 อุตสาหกรรม ตามรูปแบบอีอีซีโมเดล 3) พัฒนาสิ่งแวดล้อมการศึกษา (Education Ecology) ให้เท่าทัน การปรับตัวของเทคโนโลยีสมัยใหม่ ยุคศตวรรษที่ 21 ในทุกระดับ 4) สถานศึกษาอาชีวศึกษาควรปลูกฝังทั้งด้านคุณธรรม จริยธรรม และคุณภาพผู้เรียน ควบคู่กันไปอย่างมีประสิทธิภาพ 5) สร้างองค์การความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและสถานประกอบการ 6) ผลักดันความร่วมมือด้านข้อมูลสารสนเทศทางการศึกษาและการพัฒนาบุคลากรในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

ร่วมกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง 7) มีระบบกำกับติดตามให้ครบถ้วน เพื่อให้การดำเนินงานการผลิตและพัฒนา กำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียง เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ที่นำเสนอข้างต้นผู้วิจัยดำเนินการอภิปรายผลในประเด็นหลักที่สำคัญตาม ผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาสภาพและองค์ประกอบการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 จากผลการวิจัยพบว่า สภาพด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นราย ด้าน พบว่า ด้านที่เป็นจุดแข็ง ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการและด้านงบประมาณ ด้านที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ ด้าน บุคลากรและด้านวัสดุ/อุปกรณ์ ด้านที่เป็นโอกาส ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ และด้านการเมือง/กฎหมาย ด้านที่เป็น อุปสรรค ได้แก่ ด้านสังคม/วัฒนธรรมและด้านเทคโนโลยี ซึ่งกรอบปัจจัยที่นำมาศึกษาสอดคล้องกับแนวคิด ของรังสรรค์ มณีเล็ก (2558) ได้เสนอแนะให้ผู้บริหารพิจารณาปัจจัยหรือข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในสถานศึกษา ได้แก่ 1. ด้าน บุคลากร (Man) 2. ด้านเงิน (Money) 3. ด้านวัสดุอุปกรณ์ (Materials) 4. ด้านการบริหารจัดการ (Management) และ จุมพล พูลภัทรชีวิน และคณะ (2553) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์บริบทภายนอกด้วย C-PEST ประกอบด้วย C : Customer ลูกค้าหรือผู้รับบริการ (Customer) P : Politics สถานการณ์ทางการเมือง (Politics) E : Economics สภาพเศรษฐกิจ (Economic) ของชุมชนที่อยู่โดยรอบสถานศึกษาเป็นอย่างไร S : Society สภาพสังคม (Society) วัฒนธรรม (Culture) ค่านิยม (Value) ของประชาชนที่อาศัยโดยรอบ สถานศึกษา เป็นอย่างไร และ T : Technology เทคโนโลยี (Technology) หมายถึง เทคโนโลยีระบบ สารสนเทศ (Information Technology) และเทคโนโลยีทางการบริหาร (Management Technology) และ ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐธิดา เอื้อประเสริฐ (2562) ที่ได้วิจัย การนำนโยบายการผลิตและ พัฒนาคณาภาพกำลังคนอาชีวศึกษาไปปฏิบัติ กรณีศึกษา : สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำนโยบายการผลิตและพัฒนาคณาภาพกำลังคนอาชีวศึกษาไปปฏิบัติ ระดับความ คิดเห็นของบุคลากรในสถานศึกษา โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

1.2 ผลการศึกษาองค์ประกอบการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียง เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก พบว่า ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) พัฒนาระบบการเรียนการสอน เน้นสร้างองค์ความรู้และการใช้เทคโนโลยี 2) พัฒนาศักยภาพกำลังคนด้านการวิจัยนวัตกรรมและเทคโนโลยี 3) เสริมสร้างโอกาสการศึกษาวิชาชีพอย่างเสมอภาคและบูรณาการการจัดการเรียนรู้เพื่อปลูกฝังแนวคิดที่เป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4) การพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษา และครูฝึกในสถานประกอบการ และ 5) สร้าง

ความเข้มแข็งระบบความร่วมมือและเครือข่ายในการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาในเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยองค์ประกอบที่พัฒนาขึ้นนี้ได้สังเคราะห์และประยุกต์มาจากองค์ประกอบแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การบริหารเชิงระบบ (System Approach: IPO) แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC) และแนวคิดเชิงระบบในการยกระดับคุณภาพการอาชีวศึกษาของธนาคารโลก (The World Bank, SABER-Systems Approach for Better Education Results) สอดคล้องกับแนวคิดของ จันทราณี สงวนนาม (2553) ได้กำหนดองค์ประกอบของระบบทางการบริหาร ประกอบด้วย 1) ปัจจัยนำเข้า (Input) 2) กระบวนการ (Process) 3) ผลลัพธ์ (Output) และวิบูลย์ จุง (2555) ให้รายละเอียดของ Business Model Canvas กล่าวว่า มี 9 องค์ประกอบหลักในการวิเคราะห์ ได้แก่ 1) กลุ่มของลูกค้า (Customer Segments - CS) 2) การนำเสนอคุณค่า (Value Proposition - VP) 3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships - CR) 4) ช่องทางการติดต่อลูกค้า (Channels - CN) 5) กระแสรายได้ (Revenue Streams - RS) 6) คู่ค้าสำคัญในการดำเนินธุรกิจ (Key Partners - KP) 7) กิจกรรมหลัก (Key Activities - KA) 8) ทรัพยากรหลัก (Key Resources-KR) และ 9) โครงสร้างค่าใช้จ่าย (Cost Structure-CS) รวมทั้งสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2564) กล่าวถึง จุดเน้นของ SABER-WfD คือความคิดเชิงระบบที่เตรียมกำลังคนให้พร้อมตอบสนองความต้องการทักษะในตลาดแรงงาน มุ่งเน้นความชัดเจนในมิติการทำงานสามมิติ (Dimension) ประกอบด้วย กรอบนโยบาย (Strategic Framework) การบริหารจัดการ (System Oversight) และการจัดการเรียนรู้ (Service Delivery)

2. การพัฒนายุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 ยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ประกอบด้วย วิสัยทัศน์: ผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาให้มีความรู้ ทักษะ และมีสมรรถนะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม สนับสนุนการพัฒนาเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มีจำนวน 4 พันธกิจ 4 เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ 5 ยุทธศาสตร์ 8 กลยุทธ์ 21 ตัวชี้วัด และ 11 โครงการ ได้ผ่านการตรวจสอบ และการประเมินความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ยุทธศาสตร์ที่พัฒนาขึ้นเน้นพัฒนาสมรรถนะกำลังคนอาชีวศึกษาทั้งด้านความรู้ ทักษะและสมรรถนะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม สอดคล้องกับสำนักงานศึกษาธิการภาคตะวันออก (2561) ได้จัดทำแผนบูรณาการด้านการศึกษาภาคตะวันออก (พ.ศ. 2562- 2564) โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ การวิจัยและเทคโนโลยี ในการพัฒนาพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษ ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบการเรียน การสอนให้เกิดองค์ความรู้ และใช้เทคโนโลยีให้ผู้เรียนมีสมรรถนะและทักษะเพื่อการทำงาน ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาผู้เรียนและบุคลากรรองรับพื้นที่เศรษฐกิจชายแดนให้เติบโตอย่างยั่งยืนเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้คุณธรรม มีทักษะในการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 และยุทธศาสตร์ที่ 5 สนับสนุนการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมในการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และผลการประเมินยุทธศาสตร์สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สมพร ปานดำ (2563) ที่ได้วิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การ

ผลิตกำลังคนอาชีวศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประเทอุตสาหกรรมรองรับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม พบว่า ผลการประเมินด้านความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของยุทธศาสตร์ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

2.2 ผลการทดลองใช้ยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งดำเนินการทดลองตามกิจกรรมภายใต้โครงการทดลองใช้ยุทธศาสตร์ ตามตัวชี้วัดในแต่ละกลยุทธ์ พบว่า ผลการทดลองผ่านเกณฑ์ Baseline ตามที่ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์กำหนดไว้ทุกตัวชี้วัด และความพึงพอใจของครูที่มีต่อการพัฒนาเสริมสร้างกึ๋นสั้ในการทำงาน มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ และมีสมรรถนะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า กระบวนการพัฒนายุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกครั้งนี้ ได้ดำเนินการอย่างเป็นระบบ มีการศึกษาวิจัยตามขั้นตอนการวิจัยและพัฒนาที่มีประสิทธิภาพ โดยการเริ่มจากการศึกษาสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบการผลิตและพัฒนา กำลังคนอาชีวศึกษา พัฒนายุทธศาสตร์ การทดลองใช้ และการนำยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติจริง พร้อมทั้งประเมินผลการใช้ตามตัวชี้วัดของกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่พัฒนาขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ ญัฎฐพันธ์ เชรนนั้ (2553) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการบริหารเชิงยุทธศาสตร์หรือจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Process) มีส่วนประกอบสำคัญ ดังนี้ 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environment Analysis) หรือที่เรียกว่า “การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)” 2) การกำหนดทิศทางขององค์การ (Set Organization Direction) 3) การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formulation) 4) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategy Implementation) และ 5) การควบคุมและการประเมินกลยุทธ์ (Strategy Evaluation and Control) และผลการทดลองใช้ยุทธศาสตร์สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ญัฎฐธิดา เอื้อประเสริฐ (2562) ได้ศึกษาวิจัย การนำนโยบายการผลิตและพัฒนาคุณภาพกำลังคนอาชีวศึกษาไปปฏิบัติ กรณีศึกษา : สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำนโยบายการผลิตและพัฒนาคุณภาพกำลังคนอาชีวศึกษาไปปฏิบัติ ระดับความคิดเห็นของบุคลากรในสถานศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2560) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาความต้องการกำลังคนเพื่อวางแผนการผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ ผลการศึกษาจำนวนกำลังคนที่ขาดแคลน (Skill: Shortage) พบว่าในปี 2560 แรงงานที่มีการขาดแคลนทั้งหมด 344,748 คน และที่ขาดแคลนมากที่สุด คือ แรงงานในด้านการผลิต/แรงงานทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 23.55 ของจำนวนแรงงานที่ขาดแคลนทั้งหมด รองลงมา คือ ผู้จัดการฝ่ายผลิต/ฝ่ายปฏิบัติการด้านการผลิต (อุตสาหกรรมผลิตต่าง ๆ เช่น เหมืองแร่ ไฟฟ้า ก๊าซ และประปา) และพนักงานขับรถยนต์บรรทุกขนาดเล็กและรถตู้ คิดเป็นร้อยละ 7.78 และ 2.75 ตามดับ และอาชีพที่ขาดแคลนแรงงานส่วนใหญ่จะอยู่ในสายอาชีพการผลิตและการบริการ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าภาคอุตสาหกรรม การผลิตและการบริการ มีความต้องการกำลังคนเพิ่มขึ้นเพื่อที่จะทำให้ภาคอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการสามารถขับเคลื่อนต่อไปได้

3. การถอดบทเรียนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

ผลการถอดบทเรียนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาสนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากดำเนินโครงการตามตัวชี้วัดของเป้าประสงค์ยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ และ 8 กลยุทธ์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผ่านเกณฑ์ Baseline ตามที่ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์กำหนดไว้ทุกตัวชี้วัด และความพึงพอใจของครูที่มีต่อการพัฒนาเสริมสร้างกิจนิสัยในการทำงาน มีจรรยาบรรณในวิชาชีพและมีสมรรถนะด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ยุทธศาสตร์ที่พัฒนาขึ้นได้กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ และยุทธศาสตร์สนองนโยบายรัฐบาล ในการพัฒนาคนให้สามารถผลิตนวัตกรรมและใช้เทคโนโลยีในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ส่งเสริมผู้เรียนให้มีศักยภาพ มีความรู้ด้านทักษะอาชีพ ศึกษาต่อสายอาชีวศึกษาและพัฒนาเป็นผู้ประกอบการในพื้นที่ สอดคล้องกับ สำนักงานศึกษาธิการภาคตะวันออก (2561) กล่าวว่า การขับเคลื่อนการส่งเสริมการจัดการศึกษาด้านอาชีวศึกษาในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก รัฐบาลได้มอบให้กระทรวงศึกษาธิการดูแลการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษาในช่วงของการปฏิรูปการศึกษา ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี และนโยบาย Thailand 4.0 มุ่งเน้นการผลิต และพัฒนาคนให้สามารถผลิตนวัตกรรมและใช้เทคโนโลยีในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศในด้านต่าง ๆ และผลการประเมินผลการนำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติตามตัวชี้วัดดังกล่าว สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุชาติ บุญเรือง (2563) ที่ได้ศึกษาการบริหารจัดการพัฒนาบุคลากรในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมายในอนาคต ในพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ผลการวิจัยพบว่า สภาพการพัฒนาศักยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ความต้องการการพัฒนาศักยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพการพัฒนาศักยภาพในปัจจุบันกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพ มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำและในทิศทางเดียวกัน และความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการพัฒนาศักยภาพกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางและในทิศทางเดียวกัน ($r = 0.517$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับรามซารูป (Ramsaroop, 2019) ได้ศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงของการอาชีวศึกษาที่เป็นแนวทางการเปลี่ยนแปลงสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของตรินิแดดและโตเบโก ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องแสดงให้เห็นถึงจุดสำคัญของการอาชีวศึกษาที่สัมพันธ์กับกิจกรรมต่าง ๆ ส่งผลต่อการเริ่มต้นในการพัฒนาเศรษฐกิจ ปัจจัยสำคัญที่สุดปัจจัยแรกคือ ปัจจัยด้านการเข้าถึงและคุณภาพการศึกษาของการอาชีวศึกษา คิดเป็นร้อยละ 15 ของความแปรปรวนที่สามารถอธิบายปัจจัยได้ ปัจจัยที่สองรองลงมาคือ ปัจจัยด้านคุณภาพหลักสูตรการอาชีวศึกษา และปัจจัยด้านคุณลักษณะพื้นฐานของการอาชีวศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ควรจัดประชุมสัมมนาเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

1.2 รัฐบาลควรจัดงบประมาณสนับสนุนการดำเนินงานในโครงการ/กิจกรรมของยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นให้เหมาะสมและเพียงพอ

1.3 ผู้บริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษาเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถานประกอบการ ชุมชน หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ให้ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

1.4 ควรมีการนิเทศติดตามการดำเนินงานตามโครงการ/กิจกรรมของยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) พัฒนาความพร้อมในการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

2.2 ควรทำการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

2.3 ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

2.4 ควรทำการวิจัยเก็บข้อมูลเชิงลึก เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการผลิตและพัฒนากำลังคนอาชีวศึกษา สนับสนุนเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

2.5 ควรทำการวิจัยสมรรถนะของผู้เรียนที่สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการบูรณาการนโยบายพัฒนาภาค. (2561). รัฐบาลเตรียมแนวทางพัฒนาพื้นที่ EEC ให้เป็นเขตเศรษฐกิจที่ทันสมัยที่สุดในอาเซียน. สืบค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2564]. จาก <http://asean.dla.go.th/public/news. dojsessionid=20E2040D833BF&lang=en&cmd=news>.

คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580). ฉบับประกาศราชกิจจานุเบกษา. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

จันทร์ธานี สงวนนาม. (2553). ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี : บุ๊คพอยท์.

จุมพล พูลภัทรชีวิน. (2553). การวิเคราะห์บริบท : ความท้าทายของการบริหารการศึกษาในอนาคต. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณัฐธิดา เอื้อประเสริฐ. (2562). การนำนโยบายการผลิตและพัฒนาคุณภาพกำลังคนอาชีวศึกษาไปปฏิบัติกรณีศึกษา : สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2553). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

- รังสรรค์ มณีเล็ก. (2558). *การวางแผนกลยุทธ์และการจัดทำงบประมาณในสถานศึกษา*. กรุงเทพฯ : เกรทเอดดูเคชั่น.
- วิบูลย์ จง (2555). *Business Model Generation : 9 Building Blocks*. สืบค้นเมื่อ 16 กรกฎาคม 2563. จาก <https://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=wbj&group=50>.
- วิภาวรรณ มัณยานนท์. (2560). *Business Model คืออะไร?*. สืบค้นเมื่อ 16 กรกฎาคม 2563. จาก <https://www.shoplus.me/th/business-model-canvas/>.
- สมพร ปานดำ. (2563). ยุทธศาสตร์การผลิตกำลังคนอาชีวศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประเภทอุตสาหกรรมรองรับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*. 33(116) ; 22-24.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *การศึกษาความต้องการกำลังคนเพื่อวางแผนการผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ*. กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- _____. (2562). *นโยบายการศึกษา*. กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- _____. (2564). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีเพื่อตอบสนองการปฏิรูปประเทศด้านการศึกษา*. กรุงเทพฯ : ทริปเพิ้ลกรุ๊ป.
- สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561 – 2580*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานศึกษาธิการภาคตะวันออก. (2561). *แนวทางการผลิตและพัฒนากำลังคนด้านอาชีวศึกษาระดับภาคตะวันออก*. ชลบุรี : สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.
- _____. (2563). *แนวทางการผลิตและพัฒนากำลังคนด้านอาชีวศึกษาระดับภาคตะวันออก*. ชลบุรี : สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.
- สุชาติ บุญเรือง. (2563). การบริหารจัดการพัฒนาบุคลากรในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก. *วารสารรัชภาคย์*. 15(40) ; 135-136.
- Ramsawroop, (2019). *The transformation of vocational education that guides the transformation towards economic development of Trinidad and Tobago*. Arizona : Arizona University of Arizona Press.

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

Causal factors that influence the decision to purchase toothpaste products of consumers in Bangkok

Received 17 May 2022

Revised 19 May 2022

Accepted 19 May 2022

ปิยะชาติ วัชรพินธุ์, ศิริพร สัจจนันท์,

และฐนันวริน โฆษิตคณิน

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Piyachat Watcharapin, Siriporn Sajjanan,

and Thananwarin Kositkanin

Bangkok Thonburi University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ด้านคุณค่าที่ผู้บริโภครับรู้ ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคในฐานะตัวแปรส่งผ่าน และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟัน โดยงานวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างคือกลุ่มผู้เคยใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบ Multi-Stage Sampling โดยแบ่งกรุงเทพมหานครออกเป็น 50 เขต จากนั้น จึงสุ่มแบบสัดส่วน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย สถิติเชิงพรรณนา สถิติวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ และสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) และคุณค่าที่รับรู้ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟัน ผ่านตัวแปรด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค นอกจากนี้แล้ว ยังพบอีกว่า ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคมีอิทธิพลโดยตรงเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : ปัจจัยเชิงสาเหตุ, ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps), คุณค่าที่รับรู้, ความพึงพอใจ, การตัดสินใจซื้อ

Abstract

The purpose of this research is mainly to study the causal factors that influence the decision to purchase toothpaste products of consumers in Bangkok. In this respect, four factors have been studied, which included marketing mix elements (4Ps), customer perceived value,

customer satisfaction as a transmission variable, and the decision to buy toothpaste products. Quantitative research methodology has been adopted using questionnaires as a research tool. The sample for this study was a group of 400 consumers in Bangkok who have used toothpaste products. Sampled consumers were randomly selected using a multi-stage sampling method, starting by dividing Bangkok into 50 districts, followed by proportional randomization. The statistics used in the data analysis consisted of descriptive statistics, followed by statistics that measure the relationship between observable variables, and Structural Equation Modeling. The results showed that, marketing mix factors (4Ps), and customer perceived value had a positive direct effect on consumers' decision to purchase toothpaste products in Bangkok. The study also showed that, those factors had a positive indirect influence on the decision to purchase toothpaste products through the consumer satisfaction variable. Additionally, it was also found that the customer satisfaction had a direct positive effect on consumers' decision to purchase toothpaste products in Bangkok.

Keywords: causal factors, marketing mix (4Ps), perceived value, customer satisfaction, decision to purchase

บทนำ

ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของไทยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ปี อ้างอิงข้อมูลจาก Euromonitor พบว่า มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไทยในปี 2016 (พ.ศ. 2559) มีมูลค่าถึง 1.56 แสนล้านบาท และเพิ่มขึ้นแตะมูลค่า 1.79 แสนล้านบาทในปี 2017 ซึ่งเป็นปีถัดไป คิดเป็นร้อยละ 14.74 และเมื่อพิจารณาตัวเลขมูลค่าตลาดในปี 2018 และ 2019 พบว่า มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้น กล่าวคือ มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในปี 2018 ซึ่งอยู่ที่ 2.04 แสนล้านบาท เติบโตจากมูลค่าตลาดในปี 2017 คิดเป็นร้อยละ 13.97 และในปี 2019 มีอัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 6.86 เมื่อเทียบกับปี 2018 (Euromonitor, 2019) อย่างไรก็ตาม ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือ Covid-19 พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม ประกาศใช้พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 หรือ พรก.ฉุกเฉิน ในวันที่ 24 มีนาคม 2563 เพื่อควบคุมสถานการณ์การระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2019 หรือ Covid-19 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2563 เป็นต้นไป ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 ดังกล่าว เป็นผลให้เกิดการชะลอตัวด้านเศรษฐกิจ โดยธุรกิจที่ได้รับผลกระทบรุนแรงคือธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และขนส่งผู้โดยสาร

ด้วยสถานะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว บวกกับความกังวลด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นความไม่แน่นอนของสถานการณ์จ้างงาน รายได้ของผู้บริโภคที่ลดลง ความจำเป็นในการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ด้วยการใส่หน้ากากอนามัยทุกครั้งที่ออกสู่พื้นที่สาธารณะ ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ล้วน

แล้วแต่ทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเปลี่ยนไปทั้งสิ้น โดยในปี พ.ศ. 2563 ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางทรงตัวอยู่ที่มูลค่า 2.21 แสนล้านบาท (ไม่รวมช่องทางขายตรง) และการแข่งขันในตลาดระหว่างแบรนด์สินค้าทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ

อย่างไรก็ดี จากข้อมูลของ Euromonitor (2019) ตลาดรวมผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปาก หรือ ออรัลแคร์ในประเทศไทย มีมูลค่าประมาณ 25,600 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 12 ของตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี และเมื่อพิจารณารายละเอียดตลาดรวมผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปาก จะพบว่า ปัจจุบัน มิได้มีแค่ตลาด Mass เท่านั้น แต่มีตลาด Premium ที่มีราคาสูง เช่น Marvis และ Curaprox และมีผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปากที่ขายในช่องทาง Mass เช่น Dentiste และ Sensodyne เป็นต้น ซึ่งตลาด Premium ดังกล่าว มีส่วนแบ่งในตลาดรวมผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปากที่ร้อยละ 20 หรือคิดเป็นมูลค่า 4,000 ล้านบาท

ตลาดรวมผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปากในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2563 และ 2564 ยังคงรักษาอัตราการเติบโตอยู่ที่เฉลี่ยร้อยละ 5 และเมื่อพิจารณาอยู่ในรายละเอียดของตลาดรวมผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปากในประเทศไทย จะพบว่า มูลค่าตลาดยาสีฟัน มีสัดส่วนเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 42 (Smart SME, 2563) และโดยภาพรวม ยังคงมีการขับเคลื่อนอย่างรุนแรง แม้ว่าจะเข้าสู่ภาวะอิ่มตัวโดยสะท้อนจากอัตราการเข้าถึงครีวเรื้อน (Penetration) เพิ่มขึ้นร้อยละ 100 แล้วก็ตาม สินค้าคอนซูเมอร์อย่าง “ยาสีฟัน” ถือเป็นสินค้าจำเป็นสำหรับชีวิตประจำวัน และเข้าถึงผู้บริโภคได้เกือบร้อยละ 100 อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของตลาดในเชิงปริมาณอยู่ในภาวะทรงตัว เพราะในสังคมไทยยุคปัจจุบัน อัตราการเกิดอยู่ในระดับต่ำ แนวโน้มจึงไปเติบโตด้านมูลค่า ด้วยนวัตกรรมสูตรใหม่ และการโฆษณาที่เน้นการสร้างคุณค่าทางอารมณ์ให้กับผู้บริโภค จะเห็นได้ว่า นอกจากกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด แล้ว กลยุทธ์การสร้างคุณค่าให้ผู้บริโภครับรู้ ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าทางราคาและคุณภาพที่รับรู้ได้ ได้กลายเป็นทางออกสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันหลาย ๆ ท่าน ด้วยมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟัน ที่มีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 40 ของตลาดรวมผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพช่องปาก และสภาพการแข่งขันที่รุนแรง ในขณะที่ตลาดเริ่มเข้าสู่ภาวะอิ่มตัว เนื่องจากเข้าถึงผู้บริโภคได้เกือบร้อยละ 100 รวมถึงความแตกต่างด้านกลยุทธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันใช้ เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาดของตน ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันในการวางกลยุทธ์การตลาด เพื่อเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคให้มากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันในการวางกลยุทธ์การตลาด อันจะนำมาซึ่งผลประโยชน์ที่เติบโตอย่างยั่งยืน และฐานลูกค้าที่มีความภักดีต่อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันของตนในระยะยาวต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพิ่มเติมและขยายองค์ความรู้ทางวิชาการ และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ด้านคุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ด้านความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และด้านการตัดสินใจซื้อ (Buyers' Decision to Purchase) ผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งเป็นช่วงที่เศรษฐกิจอยู่ในสภาวะชะลอตัว ผู้บริโภคหลายกลุ่มมีกำลังซื้อที่ถดถอย ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติดในระยะยาว
2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการและนักการตลาดในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติดในการปรับกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติดของตนมากขึ้นกว่าเดิม อันจะนำมาซึ่งการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainable growth) ในอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กำหนดวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยาเสพติดในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ยาเสพติดในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) เริ่มต้นจากการแบ่งประชากรกรุงเทพมหานครออกเป็น 50 เขต (กรมการปกครอง, 2564) เรียงตามลำดับจำนวนประชากร เริ่มต้นจากเขตที่มีประชากรมากที่สุด เรียงไปหาเขตที่มีจำนวนน้อยที่สุด จากนั้น จัดสรรขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิแบบสัดส่วน (Proportional allocation) และเมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิแล้ว ถัดไป ผู้วิจัยได้เลือกตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัย นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้น นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) และนำคำแนะนำมาปรับปรุง

แก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้อง เหมาะสม จากนั้น นำแบบสอบถามที่ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้กับผู้บริโภคที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ท่าน และนำไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของข้อคำถามรายข้อ โดยใช้หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ทดสอบค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามรายข้อ (Cronbach, 1990) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น (α) ตั้งแต่ 0.70 ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ ได้ค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามรายข้อและโดยรวมอยู่ระหว่าง 0.774 - 0.985 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 นั่นคือสามารถยอมรับแบบสอบถามดังกล่าวเพื่อการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไปได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Survey) โดยมีขั้นตอนคือ ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form และให้อาสาสมัครลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละเขต จากนั้น ผู้วิจัยนำผลการตอบแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำสถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนามาใช้อธิบายหรือบรรยายคุณสมบัติของข้อมูลตัวแปรต่างๆ ตามปัจจัยด้านคุณลักษณะของกลุ่ม อันได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จากนั้น ผู้วิจัยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ระบุความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ และขนาดความสัมพันธ์มีค่าอยู่ในระดับใด เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเกณฑ์การบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์ หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง แต่ถ้าหากค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันในระดับที่น้อย หรือไม่มีเลย จากนั้น ผู้วิจัยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) หรือ SEM ในการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 และเป็นเพศชายจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 โดยช่วงอายุ 25 - 41 ปี มีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 42 - 56 ปี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 และในช่วงอายุ 75 ปีขึ้นไป มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ด้านรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ร้อยละ 28.5 ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้อยู่ในช่วง 20,000 - 30,000 บาท รองลงมา เป็นกลุ่มผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ต่ำกว่าเดือนละ 20,000 บาท มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 ส่วนกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ (จำนวน 211 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 52.75) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รองลงมา เป็นกลุ่มที่จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และกลุ่มที่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25

2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักผลิตภัณฑ์ยาเสพติดผ่านช่องทางการรับชมจากโทรทัศน์ จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 และน้อยที่สุด รู้จักผ่านทางวิทยุ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 2.40 เหตุผลหลักในการซื้อผลิตภัณฑ์ยาเสพติด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนซื้อผลิตภัณฑ์ยาเสพติดเพื่อใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 100 เหตุผลรองลงมาคือเพื่อเพิ่มความขาวของฟัน จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 ตามด้วยเหตุผลเพื่อเพิ่มความสดชื่นในช่องปาก จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ตามด้วยเหตุผลเรื่องระงับกลิ่นปาก เสริมความมั่นใจ จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31 ในขณะที่เหตุผลเรื่อง ลดอาการเสียวฟัน จำนวนผู้ที่เลือกตอบข้อนี้ มี 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 ด้านความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65 ซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติด 1 ครั้งต่อเดือน ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติด 2 ครั้งต่อเดือน ด้านงบประมาณในการซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.25 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติด ใช้งบประมาณครั้งละไม่ถึง 100 บาท รองลงมาเป็นกลุ่มที่ใช้งบประมาณประมาณ 100 – 150 บาทในการซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติดแต่ละครั้ง มีจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23 ส่วนกลุ่มที่ใช้จ่ายมากกว่า 150 บาทในการซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติดแต่ละครั้ง มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ด้านผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์ / โฆษณา / ดารา นักร้อง เป็นผู้มีอิทธิพลสูงสุดในการตัดสินใจซื้อ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาเป็นทันตแพทย์ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ตามมาด้วยสมาชิกในครอบครัวและญาติ จำนวน 61 คนและ 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 และ 14.75 ตามลำดับ

3. ระดับความคิดเห็นของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.66 ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 ปัจจัยด้านความพึงพอใจ โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 และปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาเสพติด โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 ดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาเสพติด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับ การประเมิน
1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	4.15	0.66	มาก
2. ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้	4.12	0.50	มาก
3. ปัจจัยด้านความพึงพอใจ	4.19	0.51	มาก
4. ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาเสพติด	4.30	0.81	มากที่สุด

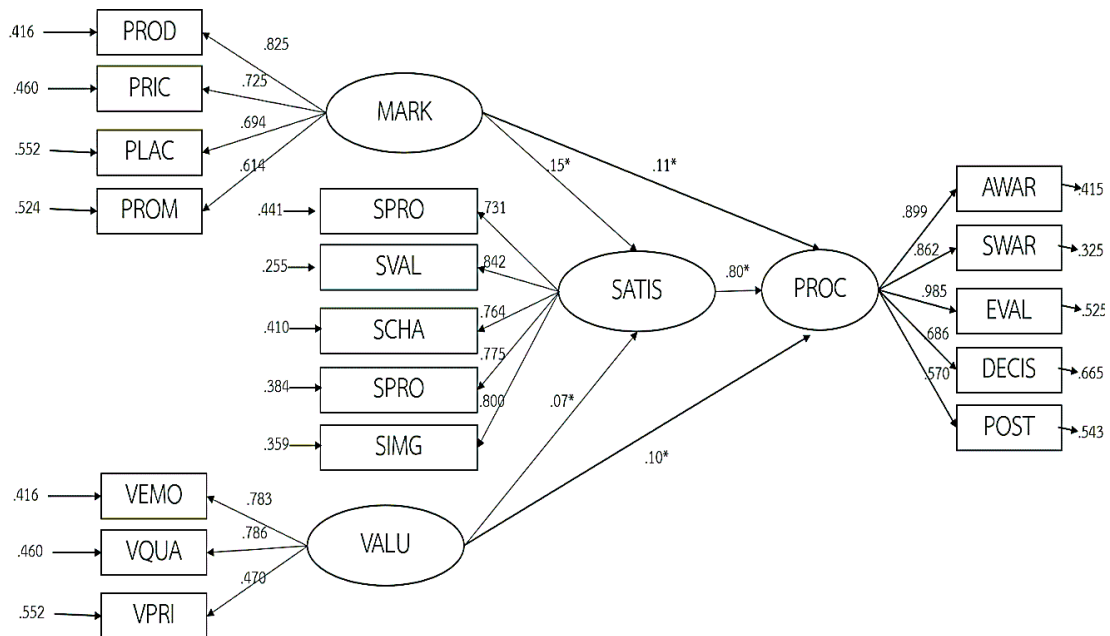
4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 17 ตัวแปร โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ของตัวแปรที่สังเกตได้ในงานวิจัยนี้อยู่ในช่วงตั้งแต่ 0.500 จนถึง 0.704 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.80 แสดงว่า ตัวแปรที่สังเกตได้มีความสัมพันธ์กันอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด (กัลยา วานิชย์บัญชาและจิตา วานิชย์บัญชา, 2564)

5. ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ตามโมเดลเชิงสาเหตุ ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) คุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีตัวแปรสังเกตได้ 17 ตัวแปร และตัวแปรแฝง 4 ตัวแปร ทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ในตอนแรก ได้ค่าสถิติที่สะท้อนถึงความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์คือ $\chi^2=272.40$, $df=114$, $p=.000$, $CFI=.943$, $RMSEA=.065$, $SRMR=.060$ โดยค่าสถิติที่ได้ บ่งชี้ว่า โมเดลเชิงสาเหตุที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการปรับโมเดล โดยยอมให้ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้ (Error Variance) มีความสัมพันธ์กันได้ โดยดำเนินการปรับโมเดลทั้งหมด 10 คู่ความสัมพันธ์ ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลเชิงสาเหตุที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้วยค่าสถิติดังนี้ $\chi^2=102.23$, $df=80$, $p=.055$, $CFI=.994$, $RMSEA=.024$, $SRMR=.034$ ผลจากการวิเคราะห์สามารถสรุปค่าสถิติในการพิจารณาความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติที่บ่งชี้ระดับความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าสถิติ	เกณฑ์	ก่อนปรับโมเดล	หลังปรับโมเดล	ผลการประเมิน
χ^2	-	272.40	102.23	-
df	-	114	80	-
p	>.05	.000	0.55	ผ่านเกณฑ์
χ^2/df	<2.00	3.03	1.27	ผ่านเกณฑ์
CFI	>.90	.943	.994	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	<.08	.065	.024	ผ่านเกณฑ์
SRMR	<.08	.060	.035	ผ่านเกณฑ์

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า โมเดลเชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) คุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ผ่านเกณฑ์ ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอค่าสัมประสิทธิ์ต่าง ๆ ในโมเดล ได้แก่ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน และการทดสอบนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์ต่างๆ ของพารามิเตอร์ในโมเดล โดยแสดงผลไว้ในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลเชิงสาเหตุระหว่างส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) คุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาเสพติดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

จากภาพที่ 2 สามารถสรุปผลค่าอิทธิพลรวม อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อม ในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาเสพติดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพฯ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์แยกค่าอิทธิพลของตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาเสพติดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผลลัพธ์					
	การตัดสินใจซื้อ			ความพึงพอใจ		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ส่วนประสมทางการตลาด	.11*	-	.11*	.15*		.15*
คุณค่าที่รับรู้	.10*	-	.10*	.07*		.07*
ความพึงพอใจ	.80*	-	.80*	-	-	-
ตัวแปรแฝงภายใน	ความพึงพอใจ			การตัดสินใจซื้อ		
	0.462			0.937		
R ²	0.462			0.937		
χ ² =102.23, df=80, p=.055, CFI=.994, TLI=.990, RMSEA=.024, SRMR=.034						

- ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .110 ($p=.000$) นั่นคือ ผลการวิเคราะห์ สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1
- คุณค่าที่รับรู้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .100 ($p=.000$) นั่นคือ ผลการวิเคราะห์ สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2
- ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .150 ($p=.000$) นั่นคือ ผลการวิเคราะห์ สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3
- คุณค่าที่รับรู้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .07 ($p=.000$) นั่นคือ นั่นคือ ผลการวิเคราะห์ สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4
- ความพึงพอใจ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .80 ($p=.000$) นั่นคือ ผลการวิเคราะห์ สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5

ซึ่งรายละเอียดข้างต้น สามารถสรุปเป็นตารางดังปรากฏในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ความสัมพันธ์ของตัวแปร	ผลการทดสอบ
H1	ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง
H2	คุณค่าที่รับรู้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง
H3	ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง
H4	คุณค่าที่รับรู้ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง
H5	ความพึงพอใจ มีอิทธิพลต่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยมีการนำทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงเพื่อการอภิปรายผล ปรากฏดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษา พบว่า

1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด อันประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .110 ($p=.000$) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของจุฑามาศ ผีผืน (2562) ที่ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยของรัฐธนนท์ ธัญชัยวรรณ (2559) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันเพื่อลดอาการเสียวฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ อันประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ และปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .100 ($p=.000$) สอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรชานนท์ อธิก้องเกียรติ (2562) ที่พบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์และปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมประเภทคอลลาเจน อย่างไรก็ดี ประเด็นที่น่าสนใจสำหรับปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้คือ ผลการวิจัยของผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ในขณะที่พัชรชานนท์ อธิก้องเกียรติ (2562) พบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ด้านราคาไม่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงมองว่า ด้วยผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ งานของผู้วิจัย ศึกษาผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นสินค้าอุปโภคที่ “จำเป็นต้องใช้ ไม่ใช่ไม่ได้” ในขณะที่งานวิจัยของพัชรชานนท์ อธิก้องเกียรติ (2562) เป็นเรื่องเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารเสริม ซึ่งผู้บริโภคบางกลุ่มมองเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ดังนั้น ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา จึงออกมาแตกต่างกันก็เป็นได้ อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างย่อมมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลให้เกิดความแตกต่างของผลการวิจัย

3. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด อันประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .150 ($p=.000$) สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ จันจินดา (2559) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ ด้านผลิตภัณฑ์ในที่นี้ หมายถึง ปัจจัยด้านสรรพคุณพื้นฐานในการรักษาความสะอาดของสุขภาพในช่องปากและสุขภาพฟัน ปัจจัยด้านสรรพคุณเฉพาะอย่าง

คุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟัน และความเชื่อถือของตราสินค้า ปัจจัยเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น ส่วนด้านราคา ไม่ว่าจะเป็นราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ เทียบกับสรรพคุณหลัก สรรพคุณเฉพาะด้าน และราคาเปรียบเทียบกับสินค้าคู่แข่ง ปัจจัยเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น นอกจากนั้นแล้ว ผลการศึกษาของผู้วิจัย ด้านปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของจุฑารัตน์ จันจินดา (2559) ที่พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายมีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เช่นกัน อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญคือ การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านตลาดธุรกรรมเชิงพาณิชย์ (e-commerce) เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้หลากหลายขึ้น ส่วนในด้านของการส่งเสริมการตลาด จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายประเภทลดราคา ซึ่งถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สามารถจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ทันที ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมส่งเสริมการขายเช่นกัน แต่ต้องไม่ลืมที่จะพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันให้โดดเด่น มีสรรพคุณที่ชัดเจนเหนือคู่แข่ง

4. ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ อันประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ด้านอารมณ์ ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ด้านคุณภาพ และปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ด้านราคา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .07 ($p=.000$) สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณพร นางาม (2561) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำยาสีฟันเพื่อลดอาการเสียวฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า คุณค่าที่รับรู้มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ Fornell et al. (1996) ที่ว่า คุณค่ามาจากการเปรียบเทียบระหว่างราคาหรือต้นทุนที่จ่ายกับสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ หากผู้บริโภคประเมินว่าเหมาะสม คุณค่าในการรับรู้ของผู้บริโภคก็จะเกิดขึ้น ในทางตรงกันข้าม หากผู้บริโภคไม่สามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค และมีแนวโน้มจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในที่สุด

5. ความพึงพอใจของผู้บริโภค อันประกอบไปด้วย ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจต่อความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย ความพึงพอใจต่อช่องทางการจำหน่าย ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด และความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ของตราสินค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .80 ($p=.000$) สอดคล้องกับงานวิจัยของจารุณี ศรีปฐมาธรรม (2558) ที่ศึกษาเรื่องคุณภาพของยาสีฟันสมุนไพรที่มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าเมื่อรับรู้ว่าคุณภาพผลิตภัณฑ์นั้นๆ มีคุณค่าและมีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริรัตน์ วงศ์วีระนนท์ชัย (2559) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์กลุ่มดูแลสุขภาพช่องปากของกลุ่มประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าที่รับรู้ของผลิตภัณฑ์กลุ่มดูแลสุขภาพช่องปาก ส่งผลผ่านความพึงพอใจของผู้บริโภค ผ่านไปยังการตัดสินใจซื้อ หากผู้ผลิตได้ส่งมอบสินค้าที่ดี มีคุณภาพตามที่ได้มีการโฆษณาไว้ จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ และตัดสินใจ

ซื้อโดยง่าย ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับโมเดล ACSI (Claes Fornell, 1994) ที่ได้อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะถูกขับเคลื่อนจากตัวแปร 3 ตัว คือ ความคาดหวังของผู้บริโภค (Customer Expectations) การรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ (Perceived Quality) การรับรู้คุณค่าของสินค้าและบริการ (Perceived Value) ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ นอกจากนี้ ยังสัมพันธ์กันกับงานวิจัยของสิทธิชัย บุษหมั่น และคณะ (2562) ที่ศึกษาเรื่องอิทธิพลของความพึงพอใจต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางบนสื่อออนไลน์ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางบนสื่อออนไลน์มาจากการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้า และความพึงพอใจที่เกิดขึ้นนั้น ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อตามมา

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อที่ 2 เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า โมเดลเชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) คุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ผ่านเกณฑ์ อย่างไรก็ดี ประเด็นสำคัญสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้อยู่ที่ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางจะสังเกตได้ว่า ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางระหว่างตัวแปรด้านความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับสูง (ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ .80 และ $p=.000$) แสดงถึงระดับอิทธิพลสูงของความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของตัวแปรอื่นอยู่ในระดับต่ำ แสดงให้เห็นถึงระดับอิทธิพลที่ค่อนข้างต่ำ นั่นหมายความว่า ในการตัดสินใจซื้อ ถึงแม้ว่าผู้บริโภคจะพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการซื้อ การส่งเสริมการตลาด และคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับ แต่ยังคงมีปัจจัยด้านอื่นอีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอในข้อเสนอแนะต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 ผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟัน ว่ามีผลทำให้สุขภาพฟันดีและได้รับประโยชน์จากสรรพคุณผ่านการโฆษณา ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางการตลาด และคุณภาพที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ตนเอง มีหลากหลายรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ สรรพคุณ ข้อควรระวัง รวมถึงวันหมดอายุที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจว่ามีสรรพคุณและประโยชน์ตามที่ได้โฆษณาไว้

1.2 ผลจากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด คุณค่าที่รับรู้ และความพึงพอใจของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟัน และการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์กลุ่มยาสีฟันนั้น ส่งผลผ่านความพึงพอใจของผู้บริโภคในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อมูล

เหล่านี้ จะเป็นประโยชน์ในเชิงธุรกิจต่อผู้ประกอบการในการนำไปพัฒนารูปแบบการนำเสนอสินค้า วางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้ และในการสร้างความเชื่อมั่น และการนำไปประยุกต์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การสื่อสารการตลาด ประเภทการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ คุณค่าตราสินค้า ผสมผสานกับแบบจำลอง ACSI เพื่อจะได้ทราบถึงความแตกต่างของข้อมูล อันจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจหรือผู้ประกอบการ และสามารถนำข้อมูลมาวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้

2.2 งานวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคไปยังพื้นที่เมืองใหญ่ ในเขตภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศเพิ่มเติม เนื่องจากมีความแตกต่างในแง่ของการดำเนินชีวิตและสภาพแวดล้อม เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ มาเปรียบเทียบ และวางแผนการตลาดให้เหมาะสมกับลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชยบัญชาและฐิตา วาณิชยบัญชา. (2560). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. (พิมพ์ครั้งที่ 30). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- จันทกร กออิสรานภาพ. (2547). *หลักการตลาด*. (เอกสารประกอบคำสอน). นครพนม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครพนม.
- ฉัตยาพร เสมอใจและมัทนียา สมมิ. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ธรรมการพิมพ์.
- ชูชัย สมบัติไกร. (2563). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2546). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ : ประชุมช่าง.
- ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2563). *การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พนิตสุภา ธรรมประมวล. (2563). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภวรรณ คณานุรักษ์. (2563). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัฐชนนท์ ธัญชัยวัฒน์. (2559).
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2563). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วุฒิ สุขเจริญ. (2559). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริรัตน์ วงศ์วิระนนท์ชัย. (2559). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าระดับมัธยมศึกษาตอนปลายทั้งชายและหญิงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในการเลือกซื้อรองเท้าผ้าใบเพื่อใส่ไปโรงเรียน ”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การจัดการคุณภาพชีวิตพนักงานท่าอากาศยานของรัฐขณะเกิดโควิด-19 ที่ต้องทำงานที่บ้านสลับกับท่าอากาศยาน

Quality of life management of government airport employees during the covid-19 outbreak having to alternate between working from home and working at the airport

Received 31 May 2022

Revised 31 May 2022

Accepted 18 July 2022

ธีรวัฒน์ หังสพฤกษ์¹, รักเกียรติ อินทับทัน¹,

มะดาโอะ สุธลง², และ ภรณ์ยู สกุลประดิษฐ์¹

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์¹

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี²

Theerawat Hungsapruk¹, Rakkiat Intabtan¹,

Madaoh Sulong², and Parunyoo Sakulpradit¹

Prince of Songkla University¹

Rajamangala University of Technology Thanyaburi²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาเปรียบเทียบผลของการจัดการคุณภาพชีวิตก่อนและขณะเกิดโรคโควิด-19 ที่ต้องทำงานที่บ้านสลับกับท่าอากาศยาน โดยกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 175 คน การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า การจัดการคุณภาพชีวิตของพนักงานท่าอากาศยานขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจมากกว่าขณะเกิดโรคระบาดโควิด-19 จำนวน 4 ข้อ น้อยกว่า จำนวน 1 ข้อ และไม่แตกต่างกัน จำนวน 3 ข้อ งานวิจัยนี้มีประโยชน์ต่อผู้บริหารที่จะทำการเตรียมรับปรับตัว ปรับการทำงานต่าง ๆ เมื่อเกิดวิกฤติขึ้นอีกครั้ง และเป็นประโยชน์ต่อตัวพนักงานที่จะทราบล่วงหน้าว่าอะไรจะเกิดกับตัวเองในการทำงาน เพื่อป้องกันแก้ไขไว้ล่วงหน้า

คำสำคัญ: ท่าอากาศยาน, คุณภาพชีวิต, โควิด-19, ความสุขในการทำงาน, การจัดการ

Abstract

The goal of this study was to compare the effects of quality-of-life management on employees who had to alternate between working from home and working at the airport before and after the commencement of COVID-19. A total of 175 participants were included in the study. The investigation was conducted in a quantitative manner. The findings revealed

that before the COVID-19 epidemic, Hat Yai Airport personnel were more satisfied with 4 items than they were with 1 item, and there were no variations in their satisfaction with 3 items. This research will help CEOs modify themselves and their varied functions in the event of another catastrophe. Employees also benefit from knowing what will happen at work and being able to anticipate changes.

Keywords: Airport, Quality of life, COVID-19, Satisfaction at work, Management

บทนำ

เมื่อมีการปฏิวัติอุตสาหกรรม โดยนำเครื่องจักรเข้ามาใช้มีผลทำให้คนงานทำงานหนักมากขึ้น จนเกิดความขัดแย้งของฝ่ายบริหารและพนักงาน การแก้ปัญหาคือความขัดแย้งนี้ในยุโรปแก้โดยปรับปรุงคุณภาพชีวิตพนักงานให้ดีขึ้น (Delamotte and Takezawa, 1984) ซึ่งสอดคล้องกับประเทศอเมริกา ที่ฝ่ายบริหารสนใจคุณภาพชีวิตการทำงานของคนงานมากขึ้น (Deloitte, 2021) เพื่อลดความขัดแย้ง โดยที่นักวิชาการที่เสนอองค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงาน ได้แก่ วอลตัน ซึ่งมีวิธีการสร้างคุณภาพชีวิตการทำงาน 8 ประการ (Walton, 1973, pp. 12-16) หากในองค์กรพนักงานมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดี ความขัดแย้งในองค์กรจะลดลง มีผลทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ ทำให้เศรษฐกิจ องค์กรเติบโต (อรรวรา กล้าหาญ, 2564; ผจญ เณริมสาร, 2555)

อย่างไรก็ตาม เมื่อธันวาคม ค.ศ. 2019 เกิดโรคระบาดโควิด-19 ขึ้นที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน และจากนั้นระบาดลุกลามไปต่อ ๆ กันไป และเข้าสู่ประเทศไทย เมื่อ ค.ศ. 2020 โดยที่จะติดต่อกันทางการไอลการจาม การพูด ละอองน้ำลาย (มัญญ ลีเชวงวงศ์, 2563) ประเทศไทยจึงออกกฎหมายการป้องกันออกมาหลายประการ อาทิเช่น 1) ให้ทำงานที่บ้านสลับกับที่ทำงาน 2) ให้อยู่ห่างกัน 1-2 เมตร 3) ให้ปิดจมูก ปาก ด้วยหน้ากากอนามัย (กระทรวงสาธารณสุข, 2563) นอกจากนั้น ยังกำหนดการให้งดเดินทาง ปิดร้านอาหาร ร้านค้า เป็นระยะ ๆ (คณะกรรมการเฉพาะกิจพิจารณาการผ่อนคลายการบังคับใช้มาตรการในการป้องกันและยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19), 2563) โดยที่ความสุขของคนไทย จากปี พ.ศ. 2549 มีความสุขร้อยละ 56.9 ลดลงมาเหลือความสุข ร้อยละ 52.4 (โพสต์ทูเดย์, 2563) กล่าวโดยสรุป การเกิดโรคระบาดโควิด-19 มีผลทำให้คุณภาพชีวิตการทำงานลดลง

ในงานวิจัยนี้ มุ่งเน้นศึกษาความสุขในการทำงานของพนักงานท่าอากาศยาน ด้วยท่าอากาศยานเป็นที่ขึ้นลงของเครื่องบิน และเป็นส่วนที่รองรับนักท่องเที่ยวที่เคยนำเงินเข้าประเทศไทย เป็นอันดับหนึ่ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563) และท่าอากาศยานที่ศึกษานี้ มุ่งเน้นท่าอากาศยานสังกัดกรมการบิน และกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ท่าอากาศยานหาดใหญ่ ด้วยเป็นท่าอากาศยานที่มีทั้งคนไทย และต่างประเทศ เดินทางเข้าออกเพื่อติดต่อธุรกิจในภาคใต้และการท่องเที่ยว (หอการค้าจังหวัดสงขลา, 2563) ขณะเกิดโรคระบาดพนักงานท่าอากาศยานหาดใหญ่มีคุณภาพชีวิตการทำงาน หรือความสุขอย่างไร ด้วยจะมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และเศรษฐกิจ ขณะเกิดโรคระบาดโควิด-19 และต่อเนื่องหลังจากโควิด-19 หาย ก็อาจจะเป็นได้

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาเปรียบเทียบผลของการจัดการคุณภาพชีวิต ก่อนและขณะเกิดโรคระบาดโควิด-19 ที่ต้องทำงานที่บ้านสลับกับทำอาภาศยาน

สมมติฐาน (ถ้ามี)

คุณภาพชีวิตการทำงานก่อนโควิด-19 มากกว่า คุณภาพชีวิตการทำงานขณะเกิดโควิด-19

ประโยชน์ที่ได้รับ

ได้แนวทางให้ผู้บริหารดำเนินการในการทำให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีแก่พนักงาน

บททวนวรรณกรรม

คุณภาพชีวิตการทำงานของ Walton (1974) มี 8 ประการ ได้แก่ 1) ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอกับงานที่ทำ 2) สภาพทำงานที่ถูกต้องลักษณะ และปลอดภัย 3) โอกาสได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถ 4) โอกาสความเจริญก้าวหน้า และความมั่นคงในการทำงาน 5) สิ่งที่ได้จากสังคมหรือความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ดีในการทำงาน 6) มีประชาธิปไตยในองค์กร 7) ความสมดุลระหว่างการดำเนินชีวิตกับการทำงาน 8) ความภาคภูมิใจในองค์กร

รณชฤดี ป้องกันภัย (2557) ได้วิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลกับคุณภาพชีวิตการทำงาน ความเจริญก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน ได้แก่ อัตราเงินเดือน ลักษณะงานที่ปฏิบัติการบังคับบัญชา และสภาพแวดล้อมการทำงาน ปัจจัยที่มีอิทธิพลกับคุณภาพชีวิตการทำงานด้านโอกาสพัฒนาขีดความสามารถตนเอง ได้แก่ ลักษณะที่ปฏิบัติการบังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน และชีวิตที่สมดุลระหว่างทำงานกับชีวิตส่วนตัว ได้แก่ ตำแหน่งงานที่ปฏิบัติ

ศุภา เลหาวิริยะกมล (2558) ได้วิจัยเรื่อง คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานทำอาภาศยานและการบิน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน ประกอบด้วย การปรับปรุงบรรยากาศของทำอาภาศยาน การออกแบบงานใหม่ ๆ การบริหารแบบมีส่วนร่วม การสร้างกลุ่มคุณภาพ

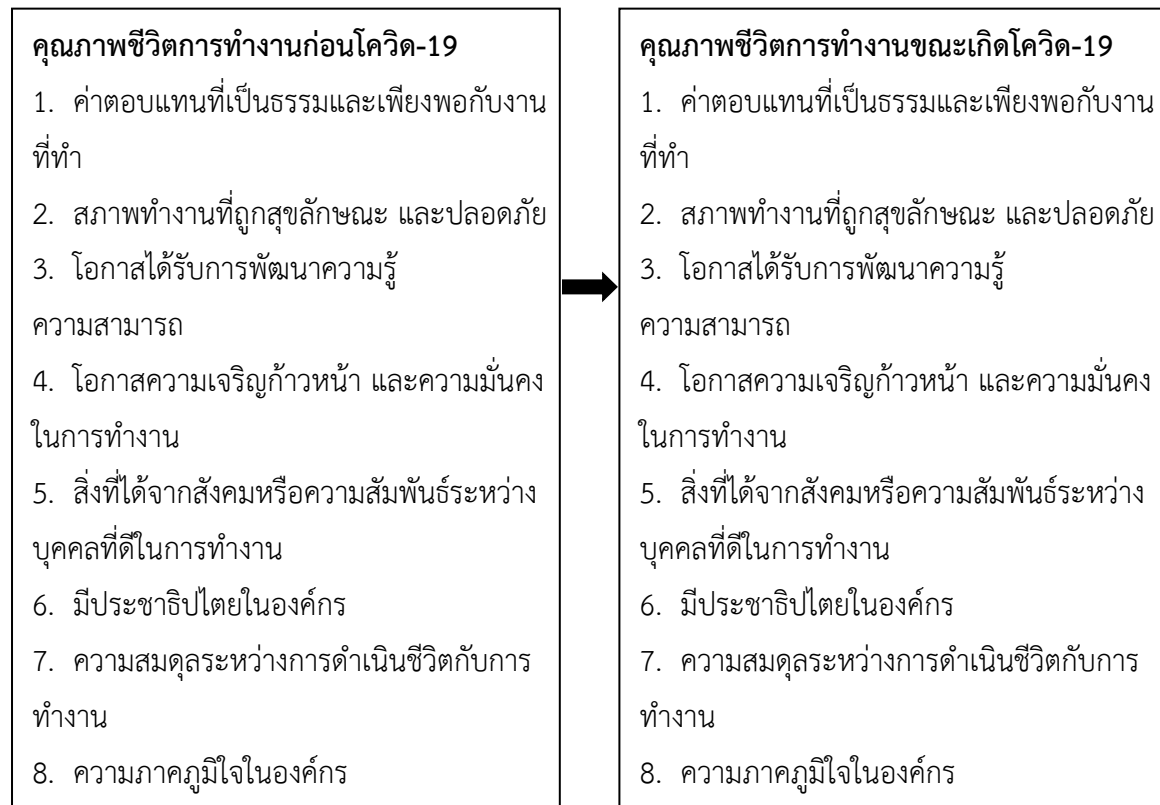
สมพร สังข์เพิ่ม (2555) วิจัยพบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่ ขนาดองค์กรต่างกัน คุณภาพชีวิตการทำงานแตกต่างกัน

นพมาศ คงเมือง (2564) ให้ข้อสังเกตว่า การได้รับพัฒนาตนเองให้เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทันเหตุการณ์ และการส่งข่าวให้ผู้บังคับบัญชาเร็วขึ้น ทำให้คุณภาพชีวิตการทำงานดีขึ้น

ทะนงศักดิ์ แสงสว่างวัฒนา และณิชนันท์ ศิริไสยาสน (2563) ได้วิจัยพบว่า ชีวิตการทำงานยุคโควิดที่ดีขึ้น หากสามารถปรับเปลี่ยนวิธีทำงานที่บ้าน โดยไม่ต้องไปผจญโรคติดต่อ จากคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงาน สิ่งหนึ่งที่จะต้องสื่อสารทั้งผู้บริหารไปพนักงาน และพนักงานไปยังผู้บริหาร จะต้องตรงไปตรงมา

ไม่เสแสร้งนำข้อมูลผิดไปสื่อสาร เพราะจะเป็นข่าวปลอม สอดคล้องกับ ธนากร ศรีสุกใส (2565) ที่ให้ข้อสรุปว่า ความรู้ที่จริงไม่มีอะไรมาหักล้างได้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาประชากรที่เป็นพนักงานท่าอากาศยานขนาดใหญ่ ด้วยเป็น 16 ท่าอากาศยานของกรมการท่าอากาศยานที่มีความสำคัญทางภาคใต้ตอนล่าง มีพนักงานทั้งหมด 318 คน ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตาราง เครปซี และมอร์แกน ที่ความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่าง 175 คน

เครื่องมือ

โดยใช้แบบสอบถามที่วัดระดับประมาณค่า 4 3 2 1 0 ซึ่ง 4 หมายถึง มีความสุขในชีวิตการทำงานมากที่สุด 3 หมายถึง มีความสุขในชีวิตการทำงานมาก 2 หมายถึง มีความสุขในชีวิตการทำงานปานกลาง 1 หมายถึง มีความสุขในชีวิตการทำงานน้อย 0 หมายถึง ไม่มีความสุขในชีวิตการทำงาน และแปรค่าระดับ ดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543) 3.21-4.00 หมายถึง มีระดับความสุขในชีวิตการทำงานมากที่สุด 2.41-3.20 หมายถึง มีระดับความสุขในชีวิตการทำงานมาก 1.61-2.40 หมายถึง มีระดับความสุขในชีวิตการทำงานปานกลาง

กลาง 0.81-1.60 หมายถึง มีระดับความสุขในชีวิตการทำงานน้อย 0.00-0.80 หมายถึง มีระดับความสุขในชีวิตการทำงานที่ไม่มีความสุขเลย

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงอนุมานเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของข้อมูล 2 ชุด ได้แก่ สถิติทดสอบที่ Paired Samples t-test แต่เนื่องจากงานวิจัยนี้ ลักษณะข้อมูลมีการแจกแจงไม่ปกติ (ไม่เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการทดสอบที่) จึงใช้สถิติทดสอบ Wilcoxon signed-rank test

ผลการวิจัย

การจัดการคุณภาพชีวิตของพนักงานท่าอากาศยานหาดใหญ่ ก่อนและขณะเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผลดังตารางที่ 1-8

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19

ด้านคำตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอกับงานที่ทำ

คำตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ กับงานที่ทำ	ก่อนเกิด COVID-19		ขณะเกิด COVID-19		t	P-value
	Mean	SD	Mean	SD		
1. ท่านได้รับคำตอบแทนที่เหมาะสมกับ ปริมาณ งานที่ทำอยู่	3.46	0.72	3.02	0.84	6.97	0.00**
2. ท่านพอใจในอัตราเงินเดือนและ ผลตอบแทนต่าง ๆ ที่ได้รับเมื่อ เปรียบเทียบกับบริษัทอื่น	3.37	0.74	3.32	0.75	0.91	0.36
3. คำตอบแทนที่ท่านได้รับเป็นไปตาม ความคาดหวังของท่าน	3.19	0.82	2.80	0.99	5.16	0.00**
รวม	3.24	1.00	3.08	0.99	3.58	0.00**

** $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19 ด้านคำตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอกับงานที่ทำ ในภาพรวมก่อนเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 3.24 และขณะเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 3.08 เปรียบเทียบโดยใช้ค่าสถิติ Pair t-test แสดงว่า พนักงานท่าอากาศยานหาดใหญ่ มีความพึงพอใจด้านคำตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอกับงานที่ทำ ก่อนเกิด COVID-19 มากกว่าขณะเกิด COVID-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19 ด้านสภาพการทำงานที่ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัย

สภาพการทำงานที่ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัย	ก่อนเกิด COVID-19		ขณะเกิด COVID-19		t	P-value
	Mean	SD	Mean	SD		
4. ทำอาภาศยานมีระบบป้องกันและ รักษาความปลอดภัยต่าง ๆ อย่าง เหมาะสมและเพียงพอ เช่น หน้ากาก อนามัย ถุงมือ เจลล้างมือ เป็นต้น	3.43	0.73	3.56	0.62	2.71	0.00**
5. ทำอาภาศยานมีการปรับปรุงสถานที่ ทำงาน เพื่อความสะดวก ปลอดภัย และ เหมาะสมกับลักษณะงานที่ทำอยู่เสมอ	2.99	1.00	3.11	1.10	1.37	0.17
6. ทำอาภาศยานมีการบำรุงรักษา ซ่อมแซมวัสดุอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพที่ดี พร้อมใช้งานเสมอ	3.50	0.66	3.09	1.04	4.99	0.00**
รวม	3.29	0.68	3.33	0.64	1.46	0.14

** $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19 ด้านสภาพการทำงานที่ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัย ในภาพรวมก่อนเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 3.29 และขณะเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 3.33 เปรียบเทียบโดยใช้ค่าสถิติ Pair t-test แสดงว่า พนักงานทำอาภาศยานขนาดใหญ่ มีความพึงพอใจด้านสภาพการทำงานที่ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัย ก่อนเกิด COVID-19 น้อยกว่าขณะเกิด COVID-19 และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19 ด้านโอกาสได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถ

โอกาสได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถ	ก่อนเกิด COVID-19		ขณะเกิด COVID-19		t	P-value
	Mean	SD	Mean	SD		
7. ทำอาภาศยานมีการสนับสนุนและ เปิดโอกาสให้พนักงานมีความก้าวหน้า ในตำแหน่งหน้าที่ตามความรู้ ความสามารถ	2.97	1.04	2.67	1.28	2.81	0.00**
8. ท่านได้รับการเพิ่มพูนความรู้ และ ประสบการณ์ทำงานเสมอ เช่น ศึกษา งาน ฝึกอบรม สัมมนา	2.66	1.32	2.91	0.98	2.17	0.03**

ตารางที่ 3 (ต่อ)

โอกาสได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถ	ก่อนเกิด COVID-19		ขณะเกิด COVID-19		t	P-value
	Mean	SD	Mean	SD		
9. ทำอาภาศยานให้โอกาสบุคลากร ในการศึกษาต่อ เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ	2.97	1.12	2.91	1.04	0.66	0.50
รวม	3.14	0.79	2.82	0.88	6.02	0.00**

** $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19 ด้านโอกาสได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถ ในภาพรวมก่อนเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 3.14 และขณะเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 2.82 เปรียบเทียบโดยใช้ค่าสถิติ Pair t-test แสดงว่า พนักงานทำอาภาศยานหาดใหญ่ มีความพึงพอใจด้านโอกาสได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถ ก่อนเกิด COVID-19 มากกว่าขณะเกิด COVID-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19 ด้านโอกาส
ความเจริญก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน

โอกาสความเจริญก้าวหน้า และความมั่นคงในการทำงาน	ก่อนเกิด COVID-19		ขณะเกิด COVID-19		t	P-value
	Mean	SD	Mean	SD		
10. ท่านมีโอกาสได้รับการพิจารณาให้เลื่อน ตำแหน่งในระดับที่สูงขึ้นไปเท่าเทียมกับคนอื่น	2.85	1.22	3.13	0.84	3.04	0.00**
11. ทำอาภาศยานมีตำแหน่งหน้าที่พร้อม ที่จะให้ท่านก้าวไปสู่ตำแหน่งงานที่สูงขึ้น	3.15	0.84	2.70	1.12	4.50	0.00**
12. งานที่ท่านทำในปัจจุบันมีความมั่นคง และสามารถเป็นหลักประกันให้แก่ครอบครัวได้	3.46	0.71	3.18	0.86	4.84	0.00**
รวม	3.08	0.84	2.91	0.90	4.30	0.00**

** $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 4 พบว่า ระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19 ด้านโอกาสความเจริญก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ในภาพรวมก่อนเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 3.08 และขณะเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 2.91 เปรียบเทียบโดยใช้ค่าสถิติ Pair t-test แสดงว่า พนักงานทำอาภาศยานหาดใหญ่ มีความพึงพอใจด้านโอกาสความเจริญก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ก่อนเกิด COVID-19 มากกว่าขณะเกิด COVID-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19 ด้านสิ่งที่ได้จากสังคมหรือความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ดีในการทำงาน

สิ่งที่ได้จากสังคมหรือความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ดีในการทำงาน	ก่อนเกิด COVID-19		ขณะเกิด COVID-19		t	P-value
	Mean	SD	Mean	SD		
13. ในการทำงานท่านได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดีเสมอ	3.37	0.70	3.06	0.79	5.15	0.00**
14. เพื่อนร่วมงานต่างให้เกียรติ และยอมรับความคิดเห็นของท่าน	3.24	0.75	3.41	0.72	2.73	0.00**
15. ท่านมีเพื่อนร่วมงานที่ไว้วางใจได้	3.41	0.69	3.38	0.69	0.55	0.58
รวม	3.27	0.70	3.20	0.72	2.28	0.02**

** $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 5 พบว่า ระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19 ด้านสิ่งที่ได้จากสังคมหรือความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ดีในการทำงาน ในภาพรวมก่อนเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 3.27 และขณะเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 3.20 เปรียบเทียบโดยใช้ค่าสถิติ Pair t-test แสดงว่า พนักงานท่าอากาศยานหาดใหญ่ มีความพึงพอใจด้านสิ่งที่ได้จากสังคมหรือความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ดีในการทำงาน ก่อนเกิด COVID-19 มากกว่าขณะเกิด COVID-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19 ด้านประชาธิปไตยในองค์กร

ประชาธิปไตยในองค์กร	ก่อนเกิด COVID-19		ขณะเกิด COVID-19		t	P-value
	Mean	SD	Mean	SD		
16. ท่านมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นด้านการปฏิบัติงานต่อผู้บริหาร	3.24	0.80	3.29	0.81	1.23	0.21
17. ทุกคนในที่ทำงานของท่านจะได้รับความสะดวกสบายในเรื่องกฎระเบียบ และการประเมินผลงาน	2.98	0.83	3.24	0.85	4.63	0.00**
18. เพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาของท่านให้เกียรติ และเคารพในสิทธิส่วนบุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน	2.99	0.84	3.18	0.78	3.80	0.00**
รวม	2.95	0.78	2.93	0.80	0.82	0.41

** $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 6 พบว่า ระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19 ด้านประชาธิปไตยในองค์กร ในภาพรวมก่อนเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 2.95 และขณะเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 2.93 เปรียบเทียบโดยใช้ค่าสถิติ Pair t-test แสดงว่า พนักงานท่าอากาศยานหาดใหญ่ มีความพึงพอใจด้านประชาธิปไตยในองค์กร ก่อนเกิด COVID-19 มากกว่าขณะเกิด COVID-19 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19

ด้านความสมดุลระหว่างการดำเนินชีวิตกับการทำงาน

ความสมดุลระหว่างการดำเนินชีวิตกับการทำงาน	ก่อนเกิด COVID-19		ขณะเกิด COVID-19		t	P-value
	Mean	SD	Mean	SD		
19. ท่านสามารถจัดสรรเวลาในการทำงาน ชีวิตส่วนตัว และครอบครัวได้อย่างเหมาะสม	3.26	0.83	3.35	0.77	1.41	0.15
20. ท่าอากาศยาน จัดวันหยุด และเวลา พักผ่อนได้อย่างเพียงพอต่อความต้องการ	3.29	0.80	3.14	0.82	2.06	0.04**
21. ท่านพอใจกับช่วงเวลาปฏิบัติงาน และเวลาพักในแต่ละวัน	3.50	0.71	3.21	0.75	5.18	0.00**
รวม	3.26	0.73	3.21	0.70	1.33	0.18

** $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 7 พบว่า ระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19 ด้านความสมดุลระหว่างการดำเนินชีวิตกับการทำงาน ในภาพรวมก่อนเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 3.26 และขณะเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 3.21 เปรียบเทียบโดยใช้ค่าสถิติ Pair t-test แสดงว่า พนักงานท่าอากาศยานหาดใหญ่ มีความพึงพอใจด้านความสมดุลระหว่างการดำเนินชีวิตกับการทำงาน ก่อนเกิด COVID-19 มากกว่าขณะเกิด COVID-19 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19

ด้านความภูมิใจในองค์กร

ความภูมิใจในองค์กร	ก่อนเกิด COVID-19		ขณะเกิด COVID-19		t	P-value
	Mean	SD	Mean	SD		
22. ท่านมีความภูมิใจในบริษัทของท่าน	3.42	0.68	3.36	0.72	1.72	0.08
23. การทำงานในบริษัทนี้ สามารถทำให้ ท่านประสบความสำเร็จในชีวิต	3.29	0.87	3.23	0.87	1.37	0.17
24. ท่าอากาศยานแห่งนี้ทำประโยชน์ เพื่อสังคมอยู่เสมอ	3.37	0.74	3.34	0.72	0.89	0.37
รวม	3.36	0.71	3.31	0.72	1.56	0.12

** $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 8 พบว่า ระดับความพึงพอใจก่อนเกิด COVID-19 และขณะเกิด COVID-19 ด้านความภูมิใจในองค์กร ในภาพรวมก่อนเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 3.36 และขณะเกิด COVID-19 มีค่าเฉลี่ย 3.31 เปรียบเทียบโดยใช้ค่าสถิติ Pair t-test แสดงว่า พนักงานท่าอากาศยานหาดใหญ่ มีความพึงพอใจด้านความภูมิใจในองค์กร ก่อนเกิด COVID-19 มากกว่าขณะเกิด COVID-19 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปผล

การจัดการคุณภาพชีวิตของพนักงานท่าอากาศยานหาดใหญ่ มีผลเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1. การจัดการคุณภาพชีวิตของพนักงานท่าอากาศยานหาดใหญ่ มีความพึงพอใจ มากกว่าขณะเกิดโรคระบาดโควิด-19 ได้แก่

- 1.1 ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ
- 1.2 โอกาสที่ได้รับการพัฒนาความรู้ ความสามารถ
- 1.3 โอกาสความเจริญก้าวหน้า และความมั่นคงในการทำงาน
- 1.4 สิ่งที่ได้จากสังคมหรือความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ดีในการทำงาน

2. การจัดการคุณภาพชีวิตของพนักงานท่าอากาศยานหาดใหญ่มีความพึงพอใจ น้อยกว่าขณะเกิดโรคระบาดโควิด-19 ได้แก่

- 2.1 สภาพการทำงานที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย

3. การจัดการคุณภาพชีวิตของพนักงานท่าอากาศยานหาดใหญ่มีความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน กับขณะเกิดโรคระบาดโควิด-19

- 3.1 ประชาธิปไตยในองค์กร
- 3.2 ความสมดุลระหว่างการดำเนินชีวิตกับการทำงาน
- 3.3 ความภาคภูมิใจในองค์กร

อภิปรายผล

ด้วยการทำงานที่บ้านกำลังเป็นที่นิยม โดยในหลาย ๆ งานจะเกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผลเท่ากัน และครั้งนี้ การจัดการคุณภาพชีวิตของพนักงานท่าอากาศยานหาดใหญ่ มีข้อสรุปสนับสนุนหลักการนี้ 3 ข้อ ได้แก่ ประชาธิปไตยในองค์กร ความสมดุลระหว่างการดำเนินชีวิตกับการทำงาน ความภาคภูมิใจในองค์กร สอดคล้องกับ Kowalski and Swanson (2005) ที่พบว่า การทำงานทางไกลหรืออยู่กับบ้านสามารถประสบความสำเร็จเท่ากับทำที่ทำงาน หากได้รับการสนับสนุน การสื่อสาร และสร้างความเข้าใจกัน แสดงถึงการจัดการของผู้บริหารเกิดใน 3 ปัจจัยนี้ และผลต่อคุณภาพชีวิตทั้ง 3 ข้อ ดังกล่าว และยังพบว่า สภาพการทำงานที่ท่าอากาศยานถูกสุขลักษณะและปลอดภัยน้อยกว่า ขณะเกิดโรคระบาดโควิด-19 ที่ทำงานที่ท่าอากาศยาน สลับกับที่บ้าน อาจเป็นเพราะ แม้จะเกิดโรคระบาดโควิด-19 แต่ราชการมีนโยบายให้ป้องกันด้วยมาตรการต่าง ๆ เช่น ฉีดวัคซีน เว้นระยะห่าง และสลับทำงานที่บ้าน ทำให้พนักงานรู้สึกปลอดภัย สอดคล้องกับ Gomez and Ramcharan (2022) พบว่า ขณะเกิดโควิด-19 และรับรู้อัตราการตาย จะทำให้คนระมัดระวังและการ

ทำงานอยู่กับบ้านก็เป็นมาตรการหนึ่งที่ทำให้เกิดห่างไกลโควิด-19 และพบว่า การจัดการคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานท่าอากาศยานหัดใหญ่ก่อนเกิดโรคระบาดโควิด-19 ความพึงพอใจมากกว่าขณะเกิดโควิด-19 อยู่ 4 ข้อ ในเรื่องค่าตอบแทน โอกาสพัฒนาความรู้ โอกาสเจริญก้าวหน้า สิ่งที่ได้รับจากสังคม อาจจะเป็นเพราะก่อนเกิดโรคโควิด-19 ภาพเศรษฐกิจเติบโตมาก การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีสูงมาก มีผลทำให้เกิดรายได้หรือมีเงินโบนัส เงิน OT ต่าง ๆ สู้พนักงาน จึงมีผลทำให้คุณภาพชีวิต 4 ข้อ เกิดขึ้นมาและตกลง เมื่อเศรษฐกิจตกเกิดจากคนเดินทางน้อยลงมาก สอดคล้องกับ ดอน นาครทรรพ (2563) ที่สรุปว่า โควิด-19 ทำให้เศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่ ในปี พ.ศ. 2563 ประเทศไทยติดลบ 6.6 และปี พ.ศ. 2564 ติดลบ 3.2 ซึ่งในลักษณะนี้ผู้บริหารอาจจะต้องสื่อสารต่อพนักงานให้เข้าใจธรรมชาติและผลกระทบที่เกิดขึ้น อย่างตรงไปตรงมา สอดคล้องกับ Gomez and Ramcharan (2022) ที่สรุปว่าต้องมีการแบ่งปันข้อมูลที่แท้จริงให้ประชาชนได้รับทราบ เมื่อรับทราบก็จะเกิดความเข้าใจนั่นเอง

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการนำไปใช้

เมื่อสถานการณ์หายจากโควิด-19 แล้ว ผู้บริหารอาจจะแบ่งให้พนักงานท่าอากาศยานปฏิบัติงานที่บ้านสลับกันไป ด้วยเพราะเป็นเครื่องพิสูจน์แล้วว่า การทำงานที่บ้านเกิดผลดีอยู่ 1 ประการ ได้แก่ สภาพการทำงานที่ถูกต้องลักษณะและปลอดภัย แต่ไม่แตกต่างกัน 3 ประการ ได้แก่ 1) ประชาธิปไตยในองค์กร 2) ความสมดุลของชีวิตกับงาน 3) ความภาคภูมิใจในองค์กร คนที่เป็นพนักงาน หรือฝ่าย HRM ควรที่จะเข้าใจและร่วมกันยอมรับความเป็นจริงว่า หากสถานการณ์วิกฤตอย่างน้อยสิ่งที่หายไปจากชีวิตปกติมี 4 ประการ คือ ค่าตอบแทน โอกาสพัฒนาความรู้ ความเจริญก้าวหน้า และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และอาจจะมีแผนสำรองไว้ในชีวิตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข. (2563). *มาตรการป้องกันและควบคุมการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019*. นนทบุรี: กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). *โครงการสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- คณะกรรมการเฉพาะกิจพิจารณาการผ่อนคลายการบังคับใช้มาตรการในการป้องกันและยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19). (2563). *แนวปฏิบัติตามข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548*. กรุงเทพฯ: ศ.บ.ค.
- คทา เลาววิริยะกมล. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานสายงานมาตรฐานท่าอากาศยานและการบิน*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ดอน นาครทรรพ. (2563). *ผวา “เทรตวอร์” ซ้ำเติมโควิด อดศก. โลก “ถดถอย” ครั้งใหญ่*. เข้าถึงได้จาก <https://today.line.me/th/v2/article/vWVGy8>

- ทองคำดี แสงสว่างวัฒนะ และณิชนันท์ ศรีไสยาสน. (2563). New Normal วิถีชีวิตใหม่และการปรับตัวของคนไทยหลัง
โควิด-19: การงาน การเรียน และธุรกิจ. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 4(3), 371-386.
- ธนกร ศรีสุกใส. (2565). สร้างการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อสร้างวัคซีนทางปัญญาให้สังคม. *วารสารกองทุนพัฒนาสื่อ
ปลอดภัยและสร้างสรรค์*, 1(1), 1-21.
- นพมาศ คงเมือง. (2564, 8 มีนาคม). เจ้าหน้าที่บริหาร 7 ส่วนรักษาความปลอดภัย ท่าอากาศยานขนาดใหญ่
บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์.
- ผจญ เฉลิมสาร. (2555). *คุณภาพชีวิตการทำงาน*. เข้าถึงได้จาก http://www.society.go.th/article_attach
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนัก
ทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- โพสต์ทูเดย์. (2563). *โควิดลดความสุขคนไทยต่ำสุดในรอบ 13 ปี 10 เดือน*. เข้าถึงได้จาก
<https://www.posttoday.com/social/general/620578>
- มนูญ ลีเชวงวงศ์. (2563). *หมอมนูเผย WHO ยอมรับแล้ว โควิด-19 แพร่เชื้อทางอากาศได้*. เข้าถึงได้จาก
<https://socialnews.teenee.com/famouspost/27441.html>
- รณชฎี ป้องกันภัย. (2557). *คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานการเคหะแห่งชาติ: กรณีศึกษาพนักงานผู้
ปฏิบัติหน้าที่ในสำนักงานใหญ่*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา
สังคม, คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมพร สังข์เพิ่ม. (2555). *คุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเอกชนใน
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสถิติประยุกต์, คณะ
สถิติประยุกต์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- หอการค้าจังหวัดสงขลา. (2563). *สรุปรายงานประจำปี พ.ศ. 2562*. สงขลา: หอการค้าจังหวัดสงขลา.
- อรรธา กล้าหาญ. (2564). *คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานการ
รถไฟแห่งประเทศไทย สำนักงานใหญ่*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบัญชี,
คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Delamotte, Y., & Takezawa, S. I. (1984). *Quality of working life in international perspective*.
Geneva: International Labour Office.
- Gomez, J., & Ramcharan, R. (2022). COVID-19 and Infodemic in Southeast Asia. *Thai Media
Fund Journal*, 1(1), 80-103.
- Kowalski, B. K., & Swanson, J. A. (2005). Critical success factors in developing teleworking
programs. *Benchmarking: An International Journal*, 2(3), 236-249.
- Deloitte. (2021). *Global human capital trends*. Retrieved from [https://www2.deloitte.com
/us/en/insights/focus/human-capital-trends.html](https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/human-capital-trends.html)
- Walton, R. E. (1973). Quality of work life: What is it? *Sloan Management Review*, 15, 11-21.
- Walton, R. E. (1974). Improving Quality of Work Life. *Harvard Business Review*, 15(5), 12-16.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักห้องประเภท Club Room ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

Service Marketing Mix Affecting the Decision Making to Stay in Hotel's Club Room in Pattaya, Chonburi

Received 2 June 2022

Revised 15 June 2022

Accepted 18 July 2022

ธนพล อินประเสริฐกุล¹ และดาวศุกร์ บุญญะสานต์²

มหาวิทยาลัยบูรพา¹ และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์²

Thanapol Inprasertkul¹ and Daosook Boonyasarn²

Burapha University¹ and Dhurakij Pundit University²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกห้องพักห้องประเภท Club Room ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักห้องประเภท Club Room ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมาพักห้องประเภท Club Room ในเขตเมืองพัทยา จำนวน 384 คน โดยมีแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เป็นเครื่องมือการวิจัย และใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลหาความสัมพันธ์หรืออิทธิพลของตัวแปร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคคลหรือผู้ให้บริการ มีความระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$) ตามด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือการบริการ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักห้องประเภท Club Room ของโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักห้องประเภท Club Room อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลจากการศึกษานี้ จะช่วยให้ผู้ประกอบการโรงแรมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดแนวทางพัฒนากลยุทธ์การบริการของธุรกิจโรงแรมที่พักที่มีห้อง Club Room ให้มีคุณภาพและสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้มากขึ้น

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดบริการ การตัดสินใจเลือก ห้องพักห้องประเภท Club Room

Abstract

This study applies a quantitative research method with the objectives 1) to study the importance level of service marketing mix toward decision making to stay in hotel's club room in Pattaya and 2) to study the factor of service marketing mix affecting the decision making to stay in hotel's club room in Pattaya. The data was collected from 384 Thai tourists who used to stay in hotel's club room in Pattaya by using the closed-end questionnaires with 5 level of Likert's scale. The descriptive statistics were used to analyze the importance level of service marketing mix while the inferential statistics, Multiple Regression Analysis, was used to analyze the factors of service marketing mix affecting the decision making to stay in hotel's club room. The result revealed that service marketing mix factor of person demonstrated highest importance level at $\bar{x} = 4.49$, followed by factors of product and service, and process respectively. There were 4 factors of service marketing mix; person, price, process, and physical evidence, affecting the decision making to stay in hotel's club room in Pattaya with significant level of .05. Hoteliers can apply the outcomes of this study to decide guidelines for developing strategies in response to attracting club room customers and increasing their competitive advantage.

Keywords: Service Marketing Mix, Decision Making, Club Room

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยเป็นอันดับแรก ช่วยสร้างรายได้ให้กับประเทศ พร้อมทั้งนำเงินจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาในประเทศเป็นจำนวนมาก แต่ด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในช่วงปลายปี 2562 ถึงปี 2564 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างมาก โดยเฉพาะจากนโยบายการปิดประเทศที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ เมื่อดูจากสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2563 นักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง 82% ส่งผลให้รายได้นักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง 81% การท่องเที่ยวภายในประเทศลดลง 46% รายได้จากนักท่องเที่ยวไทยลดลง 55% เมื่อการท่องเที่ยวลดลง กลุ่มธุรกิจโรงแรมซึ่งเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ก็ได้รับผลกระทบอย่างหนักเช่นกัน ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด เช่น การลดจำนวนห้องให้เหมาะสมกับจำนวนนักท่องเที่ยว ลดจำนวนวันในการเปิดให้บริการ การลดจำนวนพนักงาน การปิดกิจการชั่วคราวหรือถาวร เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2564)

สำหรับภาคการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ถือเป็นแหล่งรายได้ของผู้ประกอบการและประเทศ อีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักที่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งธุรกิจโรงแรมเป็นหนึ่งในภาคธุรกิจที่เป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของภาคการท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่ช่วยการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้กับท้องถิ่น ก็ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์นี้เช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตามในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จนถึงปัจจุบัน รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ เช่น โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศและช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ดำเนินต่อไปได้ ทำให้ธุรกิจโรงแรมที่พักในเมืองพัทยาริเริ่มมีการฟื้นตัวและกลับมาเปิดให้บริการมากขึ้น แต่ด้วยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป (บริสุทธิ์ แสนคำ, 2564) ไม่ว่าจะเป็นวิถีใหม่ (New Normal) หรือ วิถีถัดไป (Next Normal) ทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักจำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการบริการเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รวมถึงปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้ จากนโยบายของภาครัฐที่มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี (Affluent Tourists) ที่มีคุณภาพและศักยภาพในการซื้อมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอื่น ที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวมีรายได้มากขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ถือเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจโรงแรมในการนำนโยบายดังกล่าวมาสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มโรงแรมที่มีการให้บริการเน้นตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งรวมไปถึงการให้บริการห้องพักแบบ Club Room ที่มีราคาสูง มีการบริการพิเศษเฉพาะ มีความเป็นส่วนตัว และมีความปลอดภัยหรือความเสี่ยงน้อยกว่าจากการติดโรค ทั้งนี้กล่าวได้ว่า หนึ่งในกลไกของการส่งเสริมศักยภาพของธุรกิจสามารถทำได้โดยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดผ่านกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาด (Marketing Tool) เพื่อนำมาใช้ในการตอบสนองความต้องการของตลาดและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ สำหรับภาคการท่องเที่ยวและบริการนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือการตลาดที่สำคัญสำหรับภาคธุรกิจในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Jain, 2013)

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักในห้อง Club Room ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางพัฒนากลยุทธ์การบริการของธุรกิจโรงแรมที่พักที่มีห้อง Club Room ให้มีคุณภาพและสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกห้องพักประเภท Club Room ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักประเภท Club Room ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

องค์กร หรือสถานประกอบการ ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้อง Club Room ของโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และนำผลวิจัยที่ได้ไปพัฒนากลยุทธ์การบริการขององค์กร เพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการให้สามารถดึงดูดและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้สูง อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้วย

ทบทวนวรรณกรรม

การตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่จะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2550) และมีขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) ของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินผลทางการเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2546) และเสรี วงษ์มณฑา (2547) สรุปว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ กลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติเพื่อให้วัตถุประสงค์ทางการตลาด และตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย Kotler (2003) ผ่านส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ที่นำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและทำให้เกิดความพึงพอใจ สำหรับภาคธุรกิจการบริการ มีลักษณะพิเศษและแตกต่างจากภาคธุรกิจอื่นที่ขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ทั่วไป ได้แก่ การบริการเกี่ยวข้องกับเวลาขณะให้บริการเป็นหลัก จึงไม่สามารถเก็บรักษาได้ รวมทั้งเป็นสิ่งที่จำต้องไม่ได้ ทำให้องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดบริการมีปัจจัยเพิ่มขึ้น 3 ด้าน รวมเป็น 7 ด้าน โดยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 Ps ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ (Kotler and Keller, 2016 และ Armstrong and Kotler, 2014)

ห้องพักแบบ Club Room ของโรงแรม

ห้องพักชั้นพิเศษ Club or Executive Floor สำหรับโรงแรมที่เน้นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อ อาทิเช่น นักธุรกิจ และนักท่องเที่ยวรายได้สูง สำหรับการบริการที่เป็นส่วนตัวแยกจากแขกที่จ่ายค่าห้องพักดี ห้องพักชั้นพิเศษจึงมักถูกแยกไว้เป็นกลุ่มชั้น เช่น ชั้น 29-30 แล้วเรียกทั้งชั้นรวมกันว่า Executive Floor ห้องพักในกลุ่มนี้จะมีขนาดใหญ่กว่าห้องธรรมดา ใช้อุปกรณ์ดี ราคาแพง คัดสรรเป็นพิเศษสำหรับตกแต่งภายใน ลูกค้าที่เข้า

พักจะรู้สึกถึงความหรูหราและสะดวกสบาย มีบริการพิเศษส่วนตัว สิ่งอำนวยความสะดวกชั้นเลิศ (เอลิซาไทยลีธา, 2560)

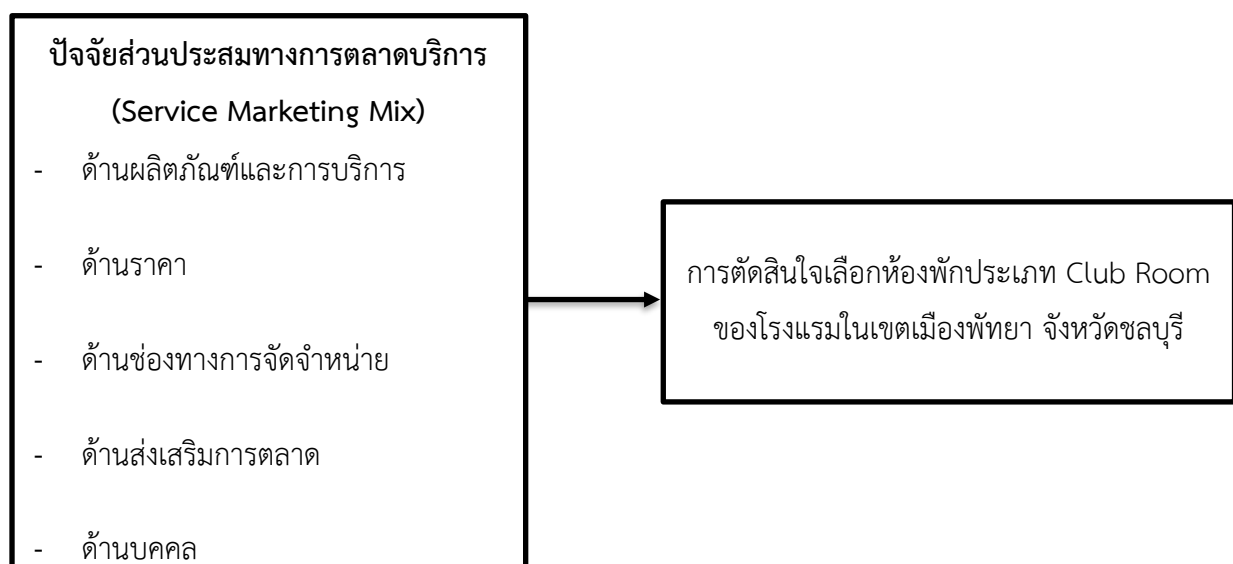
นอกจากนี้ จะได้รับความสะดวกสูงสุดกับบริการเช็กอินและเช็กเอาท์ส่วนตัว รวมไปถึงสิทธิพิเศษในการใช้บริการที่ Club or Executive Lounge บริการบุฟเฟ่ต์อาหารเช้า รวมไปถึงบริการเครื่องดื่มน้ำผลไม้ กาแฟ ที่มีให้ตลอดวัน และเครื่องดื่มค็อกเทลยามเย็นได้ทุกวัน และมีบริการพิเศษที่กลุ่มนักธุรกิจจำเป็นต้องใช้ เช่น ห้องประชุม ห้องอาหาร บริการเลขา บริการต้นห้องส่วนตัวที่เรียกว่า บัตเลอร์ (Butler) เป็นต้น โดยแต่ละโรงแรมอาจตั้งชื่อห้องพักให้แตกต่างไปจากเดิมเพื่อเป็นการสร้างจุดขาย และเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แบบเฉพาะเจาะจงมากขึ้น สำหรับตัวอย่างโรงแรมในพัทยาที่มีห้องพักพิเศษและสิทธิพิเศษในการใช้บริการ Club Lounge อาทิเช่น โรงแรมฮิลตัน โรงแรมเคปดารา โรงแรมดุสิตธานี โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ มิราจ บีช รีสอร์ท และโรงแรมโมเวนพิก สยาม โฮเทล เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัทธนันท์ ศุภภาคิน และคณะ (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟ่ต์ บางกอก บาโคนี โรงแรมใบหยกสกาย พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการห้องอาหารบุฟเฟ่ต์ บางกอก บาโคนี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 57.1

อาริตา จินดา (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยการตลาดบริการที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อโรงแรม ระดับ 4 ดาว ในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองพัทยา พบว่า ความคิดเห็นด้านการบริการและด้านราคามีความสำคัญในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีระดับความสำคัญในระดับมาก

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักในห้อง Club Room ของโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้ระเบียบวิธีการเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยพักในห้อง Club Room ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinite Population) ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) โดยใช้สูตรของ Cochran (1977) ระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน และผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ไปยังพื้นที่ศึกษา คือ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยขอความอนุเคราะห์จากโรงแรมในพื้นที่ศึกษาที่มีห้องพักที่มีการให้บริการ Club Room ในการฝากแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจในการทำแบบสอบถาม และใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยตามแหล่งท่องเที่ยวในเมืองพัทยา โดยกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ จะต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์เข้าพักในห้อง Club Room ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา รวมถึงมีความเต็มใจและสะดวกในการเข้าร่วมการสำรวจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับประเด็นคำถามของส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการห้องพักโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ตรวจสอบความสอดคล้อง (Consistency) และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และพบว่าทุกข้อคำถามมีค่า IOC มากกว่า 0.6 ขึ้นไปซึ่งมีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้ และได้ทำการปรับปรุงข้อคำถามแก้ไขตามข้อเสนอของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้น ได้ทำการทดลองใช้แบบสอบถามกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's coefficient alpha) เท่ากับ 0.916 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง (Nunnally, 1994)

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลเชิงบวกต่อการเลือกพักในห้อง Club Room ของโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และวิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ

2. การวิเคราะห์ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้สถิติ สมการการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักในห้อง Room ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยาจังหวัด ชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 384 ชุด ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบถาม

จากผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (64.5%) อายุระหว่าง 31-40 ปี (48%) มีสถานภาพสมรส (52.5%) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (68.5%) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (46.2%) มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 35,001 - 45,000 (33.2%)

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเข้าพักห้องประเภท Club Room ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

2.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวม

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบุคคลหรือผู้ให้บริการ มีความระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$) ตามด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือการบริการ และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ	4.48	0.55	มากที่สุด	2
ด้านราคา	4.39	0.59	มากที่สุด	7
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.41	0.61	มากที่สุด	5
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.44	0.60	มากที่สุด	4
ด้านบุคคล	4.49	0.56	มากที่สุด	1
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.40	0.56	มากที่สุด	6
ด้านกระบวนการ	4.47	0.57	มากที่สุด	3

2.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นรายด้าน

2.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือความเพียบพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มากกว่า ($\bar{X} = 4.56$) รองลงมาคือการมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก ($\bar{X} = 4.55$) และความหรูหราของห้องพักและ club lounge ($\bar{X} = 4.50$) ตามลำดับ ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มากกว่า	4.56	0.52	มากที่สุด	1
การมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก	4.55	0.53	มากที่สุด	2
ความหรูหราของห้องพักและ Club Lounge	4.50	0.56	มากที่สุด	3
อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงฟรีในห้องพักและที่ Club Lounge	4.48	0.59	มากที่สุด	4
การให้บริการเครื่องดื่ม และอาหารว่างตลอดทั้งวัน	4.44	0.58	มากที่สุด	5
เช็คอินเช็คเอาท์แบบส่วนตัวที่ห้องรับรองพิเศษ (Club Lounge) ได้โดยตรง	4.36	0.56	มากที่สุด	6
ภาพรวม	4.48	0.55	มากที่สุด	

2.2.2 ด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือราคาที่ได้รับแจ้งตลอดการเข้าพักมีความถูกต้องชัดเจน ($\bar{x}$ = 4.48) รองลงมาคือความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป ($\bar{x}$ = 4.43) และราคาของอาหารและเครื่องดื่มที่ตั้งไว้มีความเหมาะสม ตามลำดับ ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
ราคาที่ได้รับแจ้งตลอดการเข้าพักมีความถูกต้อง ชัดเจน	4.48	0.57	มากที่สุด	1
ความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป	4.43	0.62	มากที่สุด	2
ราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	4.39	0.60	มากที่สุด	3
ราคาห้องพักมีความเหมาะสม	4.27	0.58	มากที่สุด	4
ภาพรวม	4.39	0.59	มากที่สุด	

2.2.3 ด้านช่องทางการจำหน่าย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือศูนย์บริการลูกค้าที่คอยให้ความช่วยเหลือตลอดเปิด 24 ชั่วโมง ($\bar{x}$ = 4.48) รองลงมาคือ เว็บไซต์ของโรงแรม มีความสวยงาม ใช้งานง่ายและมีข้อมูลครบถ้วน ($\bar{x}$ = 4.44) และระยะทางจากห้องพักไปยัง Club Lounge ใกล้และสะดวกต่อผู้ให้บริการ ($\bar{x}$ = 4.42) ตามลำดับ ตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
ศูนย์บริการลูกค้าที่คอยให้ความช่วยเหลือตลอดเปิด 24 ชั่วโมง	4.48	0.62	มากที่สุด	1
เว็บไซต์ของโรงแรมมีความสวยงาม ใช้งานง่าย และมีข้อมูลครบถ้วน	4.44	0.60	มากที่สุด	2
ระยะทางจากห้องพักไปยัง Club Lounge ใกล้และสะดวกต่อผู้ให้บริการ	4.42	0.61	มากที่สุด	3
การจองห้องพักผ่านช่องทางช่องทางออนไลน์ ได้สะดวก	4.30	0.59	มากที่สุด	4
ภาพรวม	4.41	0.61	มากที่สุด	

2.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ การมีระบบสะสมคะแนน เพื่อใช้แทนเงินสดในการใช้บริการ ($\bar{x}$ = 4.50) รองลงมาคือ กิจกรรมส่งเสริมการขายตามฤดูกาลหรือเทศกาลต่าง มีความน่าสนใจ ($\bar{x}$ = 4.50) และการมีบัตรกำนัลหรือบัตรแลกซื้อ (voucher) ($\bar{x}$ = 4.47) ตามลำดับ ตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
การมีระบบสะสมคะแนน เพื่อใช้แทนเงินสดในการใช้บริการ	4.50	0.65	มากที่สุด	1
กิจกรรมส่งเสริมการขายตามฤดูกาลหรือเทศกาลต่าง มีความน่าสนใจ	4.50	0.62	มากที่สุด	2
การมีบัตรกำนัลหรือบัตรแลกซื้อ (Voucher)	4.47	0.63	มากที่สุด	3
การมีส่วนลดราคาของห้องพัก Club Room	4.45	0.59	มากที่สุด	4
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของที่พักแรม ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์/ป้ายโฆษณา	4.30	0.54	มากที่สุด	5
ภาพรวม	4.44	0.60	มากที่สุด	

2.2.5 ด้านบุคคล

จากตารางที่ 4-18 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ พนักงานมีอัธยาศัยดี เป็นกันเอง เข้ากับลูกค้าได้ดี ($\bar{x}$ = 4.56) รองลงมาคือ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน ($\bar{x}$ = 4.53) และพนักงานมีความรู้และความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมเป็นอย่างดี ($\bar{x}$ = 4.51) ตามลำดับ ตามตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคล	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
พนักงานมีอัธยาศัยดี เป็นกันเอง เข้ากับลูกค้าได้ดี	4.56	0.56	มากที่สุด	1
พนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน	4.53	0.57	มากที่สุด	2
พนักงานมีความรู้และความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมเป็นอย่างดี	4.51	0.53	มากที่สุด	3
พนักงานดูแลเอาใจใส่และเต็มใจให้บริการ	4.48	0.58	มากที่สุด	4
พนักงานแต่งกายและมีกิริยาสุภาพ	4.39	0.56	มากที่สุด	5
ภาพรวม	4.49	0.56	มากที่สุด	

2.2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ เมื่อพิจารณารายชื่อ นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ อุปกรณ์ที่เลือกใช้ ทำให้รู้สึกสะดวกสบาย ($\bar{x} = 4.47$) รองลงมาคือ การตกแต่งภายในและภายนอกที่สวยงาม ($\bar{x} = 4.47$) และรายการอาหารและเครื่องดื่ม มีความหลากหลาย ($\bar{x} = 4.46$) ตามลำดับ ตามตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
อุปกรณ์ที่เลือกใช้ ทำให้รู้สึกสะดวกสบาย	4.47	0.58	มากที่สุด	1
การตกแต่งภายในและภายนอกที่สวยงาม	4.47	0.54	มากที่สุด	2
รายการอาหารและเครื่องดื่ม มีความหลากหลาย	4.46	0.58	มากที่สุด	3
ความเป็นส่วนตัว บรรยากาศเงียบสงบ และมีทัศนียภาพที่งดงาม	4.22	0.57	มากที่สุด	4
ภาพรวม	4.40	0.56	มากที่สุด	

2.2.7 ด้านกระบวนการ

จากตารางที่ 4-20 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ การพัฒนาปรับปรุงการบริการโดยอาศัยข้อมูลจากความเห็นของลูกค้า ($\bar{x} = 4.48$) รองลงมาคือระบบจองห้องพักที่ถูกต้องแม่นยำ ($\bar{x} = 4.48$) และการให้ความสำคัญด้านการรักษาความปลอดภัยสูงสุด ($\bar{x} = 4.47$) ตามลำดับ ตามตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
การพัฒนาปรับปรุงการบริการโดยอาศัยข้อมูลจากความเห็นของลูกค้า	4.48	0.59	มากที่สุด	1

ระบบจองห้องพักที่ถูกต้องแม่นยำ	4.48	0.57	มากที่สุด	2
ตารางที่ 8 (ต่อ)				
ปัจจัยด้านกระบวนการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
การให้ความสำคัญด้านการรักษาความปลอดภัยสูงสุด	4.47	0.53	มากที่สุด	3
ความรวดเร็วขณะเช็คอินเช็คเอาท์ห้องพัก	4.46	0.59	มากที่สุด	4
ภาพรวม	4.47	0.57	มากที่สุด	

3. ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักในห้อง Club Room ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักประเภท Club Room ของโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักประเภท Club Room อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักในห้อง Club Room ของโรงแรม ในเขตเมืองพัทยาลจังหวัด ชลบุรี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	การเลือกพักในห้อง Club Room		
	β	t	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product/Service)	0.13	2.52	0.12
ด้านราคา (Price)	0.15	3.49	0.00
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	0.02	0.41	0.68
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	0.04	1.05	0.29
ด้านบุคคล (People)	0.20	3.64	0.00
ด้านกระบวนการ (Process)	0.09	1.94	0.05
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	0.19	3.35	0.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักในห้อง Club Room ของโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีผลการสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

เมื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกพักในห้อง Club Room ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อสามลำดับแรกพบว่า ความเพียบพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มากกว่า อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 รองลงมาคือการมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 และความหรูหราของห้องพักและ Club Lounge อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50

ด้านราคา มีความสำคัญต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อสามลำดับแรกพบว่า ราคาที่ได้รับแจ้งตลอดการเข้าพักมีความถูกต้อง ชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมาคือความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และราคาของอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสำคัญต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อสามลำดับแรก พบว่า ศูนย์บริการลูกค้าที่คอยให้ความช่วยเหลือตลอดเปิด 24 ชั่วโมง อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมาคือเว็บไซต์ของโรงแรมมีความสวยงาม ใช้งานง่าย และมีข้อมูลครบถ้วน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และระยะทางจากห้องพักไปยัง Club Lounge ใกล้และสะดวกต่อผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อสามลำดับแรก พบว่า การมีระบบสะสมคะแนน เพื่อใช้แทนเงินสดในการใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 รองลงมาคือ กิจกรรมส่งเสริมการขายตามฤดูกาลหรือเทศกาลต่าง มีความน่าสนใจ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และการมีบัตรกำนัลหรือบัตรแลกซื้อ (voucher) อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

ด้านบุคคล มีความสำคัญต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อสามลำดับแรก พบว่า พนักงานมีอัธยาศัยดี เป็นกันเอง เข้ากับลูกค้าได้ดี อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 รองลงมาคือพนักงานมีความกระตือรือร้นในการทำงาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และพนักงานมีความรู้และความสามารถในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51

ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อสามลำดับแรก พบว่า อุปกรณ์ที่เลือกใช้ ทำให้รู้สึกสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 รองลงมาคือ การตกแต่งภายในและภายนอกที่สวยงาม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 และรายการอาหารและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

ด้านกระบวนการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อสามลำดับแรก พบว่า การพัฒนาปรับปรุงการบริการโดยอาศัยข้อมูลจากความเห็นของลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมาคือ ระบบจองห้องพักที่ถูกต้องแม่นยำ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และ การให้ความสำคัญด้านการรักษาความปลอดภัยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักประเภท Club Room ของโรงแรม ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักประเภท Club Room อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกพักในห้อง Club Room ของโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อภิปรายผลดังนี้

1. ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเข้าพักห้องประเภท Club Room ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยหลัก 3 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกห้องพักประเภท Club Room โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านบุคลากร เนื่องจากในธุรกิจบริการ บุคลากรหรือพนักงานถือเป็นหัวใจของงานบริการในฐานะเป็นผู้ส่งมอบคุณภาพการบริการโดยตรงซึ่งส่งผลต่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีและสร้างความแตกต่างในการบริการ จึงส่งผลให้ปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่พัก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Soulidou, Karavasilis, Vrana, Kehris, Theocharidis, and Azaria (2018) ที่เน้นว่าบุคลากรหรือพนักงานบริการเป็นหนึ่งในปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเมื่อตัดสินใจเลือกที่พัก อีกทั้งยังส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวอีกด้วย (Lee, and Choi, 2020) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจำแนกรายข้อพบว่า พนักงานมีอัธยาศัยดี เป็นกันเอง เข้ากับลูกค้าได้ดี เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความเป็นมิตร สุภาพและเป็นกันเอง เป็นคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับคุณลักษณะดังกล่าว ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการคัดเลือกและการฝึกอบรมการจูงใจเพื่อให้พนักงานสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ (Caber and Albayrak, 2014)

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกพักในห้อง Club Room ของโรงแรมในเมืองพัทยา พบว่า ปัจจัยด้านบุคคล ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกห้องพักประเภท Club Room สำหรับปัจจัยด้านบุคคลหรือผู้ให้บริการพบว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกพัก เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวมักคาดหวังกับการให้บริการ ซึ่งตัวชี้วัดว่าการบริการนั้นดีและมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หรือไม่นั้น ส่วนใหญ่จะวัดจากความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร (2558) ที่พบว่าบุคลากรที่ให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุด และยังระบุว่าปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งราคาที่จ่ายไปมีความคุ้มค่าเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับมา สำหรับด้านลักษณะทางกายภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกพัก อาจเป็นผลจากการที่นักท่องเที่ยวต้องการความเป็นส่วนตัว บรรยากาศเงียบสงบ ไม่แออัด ที่จะเสี่ยงต่อการติดโรคระบาดและมีทัศนียภาพที่งดงาม จึงให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับลักษณะทางกายภาพของที่พัก ส่วนด้านกระบวนการ นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเลือกพักที่ใด อาจจะพิจารณาจากที่โรงแรมมีขั้นตอนการเช็คอินและเช็คเอาท์ที่สะดวกและรวดเร็ว มีสิ่งอำนวยความสะดวกและมีระบบรักษาความปลอดภัยอย่าง

เหมาะสม ทั้งนี้สามารถมองได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเป็นเพราะส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นตัวสื่อสารข้อมูลที่สำคัญระหว่างผู้ให้บริการ กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการตอบสนองต่อความต้องการหรือการสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2556) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ผลิตสินค้าหรือเจ้าของบริการสามารถขายสินค้าหรือบริการของตนเองได้มากกว่าคู่แข่ง และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของณภัทร ธาณิรัตน์ และภักจิรา นักบรรเลง (2564) ที่เน้นว่าผู้ประกอบการที่พักแรมควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการ เพื่อให้สามารถรักษาคุณภาพการบริการไว้ รวมถึงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เพื่อสร้างจุดเด่นให้กับโรงแรมที่พักให้เป็นที่ยอมรับและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาพักที่โรงแรมของตน เนื่องจากปัจจัยทั้ง 2 นี้ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

จากผลการศึกษาทำให้ทราบถึงระดับความสำคัญและอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกพักในห้อง Club Room ของโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี สถานประกอบการโรงแรมที่พักสามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปพัฒนากลยุทธ์การบริการขององค์กร เพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ ที่มุ่งเน้นในเรื่องของการพัฒนา ยกระดับ ความสามารถและทักษะการบริการของบุคลากร มีกลยุทธ์การตั้งราคาห้องพักแบบ Club Room ที่มีความคุ้มค่าและคุณภาพสูงต่อราคาที่จ่ายไป รวมทั้งต้องเสริมสร้างภูมิทัศน์การบริการ (Servicescape) ให้มีบรรยากาศการบริการที่เหมาะสมและน่าดึงดูด และต้องมีกระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทันที เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้สูงมาให้เลือกใช้บริการห้อง Club Room ของโรงแรม และเพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของโรงแรมได้

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่ม เนื่องจากนโยบายการเปิดประเทศในปัจจุบันทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวและพักในเขตพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีมากขึ้น เพื่อให้ได้ผลงานวิจัย ที่สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มรายได้ดีด้วย
2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณควบคู่กับข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวต่างชาติและผู้บริหารโรงแรมที่พัก เกี่ยวกับการให้บริการห้องพักแบบ Club Room รวมทั้งการบริการรูปแบบอื่น เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึก มาใช้วิเคราะห์หรือพัฒนาแนวทางในการยกระดับคุณภาพการให้บริการ ให้เหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2. (พ.ศ.2560-2564).
- ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร (2558) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- เตือนใจ ศรีชะภา (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่เมืองพัทยา (รายงานผลการวิจัย). มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- บริสุทธิ์ แสนคำ (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด 19. วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ. 4(1).
- ณภัทร ธาณรัตน์ และภักจิรา นักบรรเลง (2564) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลก. โครงการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ.2564. National Postgraduate Student Colloquium. มหาวิทยาลัยนเรศวร
- ศุภลักษณ์ สุริยะ (2013). แนวทางการปรับปรุงคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับของโรงแรม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา: Boutique Hotel Bangkok. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุธาสินี คำสำราญ (2551). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ที่พักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีศึกษา โรงแรม รีสอร์ท และบังกะโล อำเภอเกาะสมุย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อิสรา ภัทรธรรมาภรณ์ (2554). พฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกที่พักแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดน่าน. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- เอลิซา ไทยสิทธิ (2560). ประเภทห้องพักและเตียงนอน ศาสตร์ที่คนทำโรงแรมต้องรู้. สืบค้นจาก <https://www.a-lisa.net/topic/2106> เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2565
- Caber, M., & Albayrak, T. (2014). Does the importance of hotel attributes differ for senior tourists? A comparison of three markets. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd Edition, John Wiley & Sons, New York.
- Jain, M. K. (2013). *An analysis of marketing mix: 7Ps or more*. Asian Journal of Multidisciplinary Studies, 1(4), 23-28.
- Kotler, P. and Keller, K. (2016). *Marketing Management*. 15th ed. New Jersey: Pearson Education
- Lee, B., & Choi, J. (2020). Effect of staff appearance on customer satisfaction and revisit intention. *International Journal of Services, Economics and Management*, 11(2), 119-136.
- Soulidou, A., Karavasilis, G., Vrana, V., Kehris, E., Theocharidis, A., & Azaria, A. (2018). *Factors affecting hotel selection: Greek customers' perception*. Retrieved 20 May 2022 from <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/98937/>

ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps และ 4Es ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟ คุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง

Factors of Marketing Mixed 4Ps and 4Es Affecting Continuance of Use of Specialty Coffee

Received 26 June 2022

Revised 30 June 2022

Accepted 18 July 2022

วีรพร สุวนันท์รัตน์ และบุญญาดา นาสมบุญ

สถาบันเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น

Veeraporn Suwanantararat and Boonyada Nasomboon

Thai-Nichi Institute of Technology

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps ประกอบด้วยสินค้า ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง และ 2. ปัจจัยการตลาด 4Es ประกอบด้วย การสร้างประสบการณ์ การสร้างคุณค่า การเข้าถึงผู้บริโภค และการสร้างความสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสุ่มแบบสะดวกจากผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) จำนวน 400 คน โดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps การส่งเสริมการตลาด สินค้า และราคา ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง สามารถเขียนเป็นสมการตัวแปรพยากรณ์ ดังนี้ $Y = 0.285(\text{ส่งเสริมการตลาด}) + 0.221(\text{สินค้า}) + 0.155(\text{ราคา})$ ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดทำโปรโมชั่น ส่งเสริมการตลาดเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการและซื้อสินค้า เช่น การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาล จับคู่ขนมกับกาแฟ มีเมล็ดกาแฟที่หลากหลายสายพันธุ์ เมล็ดกาแฟที่มาจากหลากหลายแหล่งเพาะปลูก เป็นต้น และพบว่า ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es การสร้างประสบการณ์ การเข้าถึงผู้บริโภค และการสร้างความสัมพันธ์ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง สามารถเขียนเป็นสมการตัวแปรพยากรณ์ ดังนี้ $Y = 0.301(\text{การสร้างประสบการณ์}) + 0.232(\text{การเข้าถึงผู้บริโภค}) + 0.195(\text{การสร้างความสัมพันธ์})$ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีเมนูพิเศษสูตรเฉพาะของทางร้านให้ผู้บริโภคได้ลิ้มลองรสชาติที่แตกต่าง การบอกเล่าเรื่องราวของกาแฟที่มีคุณภาพ (สร้าง Story) โดยการมีป้ายบอกเล่าเรื่องราวภายในร้าน จัดทำแผ่นพับ จัดทำสื่อสารผ่านทาง Social Media เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าของการได้ดื่มกาแฟคุณภาพพิเศษของทางร้านมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : ส่วนผสมการตลาด 4Ps, ส่วนผสมการตลาด 4Es, กาแฟคุณภาพพิเศษ

Abstract

The objectives of this study were to 1. to examine factors of 4Ps marketing consists of Product, Price, Place, and Promotion affect continuance to use of specialty coffee and 2. to examine factors of 4Es marketing consists of Experience, Exchange, Everyplace, and Evangelism affect continuance to use of specialty coffee. This research was conducted using a questionnaire as an instrument to collect data from 400 customers who had ever been to used specialty coffee shops with convenience sampling were collected online and onsite. The statistic used for the data analysis consisted of Percentage, Mean, Standard Deviation, and Multiple Linear Regression Analysis. The results of this research found that factors of 4Ps the Promotion, Product, and Price had affected the continuance to use of specialty coffee. As shown in the following equation $Y = 0.285(\text{Promotion}) + 0.221(\text{Product}) + 0.155(\text{Price})$. Therefore, entrepreneurs should pay attention to Promotion to make consumers motivated to use the service and purchase products such as promotions by the festivals, and pairing bakeries with coffee. There are various products such as coffee beans from a variety of plantations etc. And results also found that factors of 4Es the Experience, Everyplace, and Evangelism had affected the continuance to use of specialty coffee. As shown in the following equation $Y = 0.301(\text{Experience}) + 0.232(\text{Everyplace}) + 0.195(\text{Evangelism})$. Therefore, the entrepreneurs should have a special menu, a special recipe only at coffee shops as another option that can make a different experience for consumers. Storytelling about the quality of coffee such as there is signed about the story of coffee inside the shop, creating brochures, through social media to communicate to make consumers get more value from drinking specialty coffee at the coffee shop.

Keyword: Marketing Mixed 4Ps, Marketing Mixed 4Es, Specialty coffee

บทนำ

ปัจจุบันการบริโภคกาแฟของโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา การบริโภคกาแฟของโลกเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 1.9 ต่อปี (International Coffee Organization, 2021) ซึ่งอุตสาหกรรมกาแฟไทยก็มีแนวโน้มเติบโตไปในทิศทางเดียวกันโดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ปีพ.ศ. 2560 – พ.ศ. 2564) ปริมาณความต้องการใช้เมล็ดกาแฟของไทยในโรงงานแปรรูปเพิ่มขึ้นจาก 85,234 ตัน ในปีพ.ศ. 2560 เพิ่มขึ้นเป็น 86,701 ตัน ในปีพ.ศ. 2564 คาดว่าในปีพ.ศ. 2565 ความต้องการใช้เมล็ดกาแฟจะเพิ่มขึ้นเป็นปี พ.ศ. 2564 ไทยสามารถผลิตเมล็ดกาแฟดิบได้เฉลี่ย 21,773 ตัน ทำให้ผลผลิตไม่เพียงพอกับความต้องการบริโภค จึงถือเป็นโอกาสให้อุตสาหกรรมกาแฟไทยเพิ่มผลผลิตและสร้างสรรค์กาแฟใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของ

ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ (สำนักการค้าสินค้ากรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2565) จากข้อมูลบริษัทเนสท์เล่ (ไทย) จำกัด ตลาดกาแฟในบ้านมีมูลค่า 33,000 ล้านบาท ตลาดกาแฟนอกบ้าน 27,000 ล้านบาท ในปี.ศ.2563 กาแฟในบ้านเติบโต 10.7% เพราะผู้บริโภคปรับพฤติกรรมช่วงโควิด-19 หันมาทำกาแฟดื่มเองที่บ้านมากขึ้นกาแฟนอกบ้านเติบโตลดลง 30-40% (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2563)

ปัจจุบันมีร้านกาแฟอิสระจำนวนมากที่มุ่งเน้นภาพลักษณ์ด้านสิ่งปลูกสร้างแนวคาเฟ่รูปแบบของร้านกาแฟที่หลากหลายในปัจจุบันสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ 1.ร้านกาแฟเคลื่อนที่ 2.ร้านกาแฟประเภทมุมกาแฟ 3.ร้านกาแฟ Stand-alone นอกเหนือจากรูปแบบร้านกาแฟที่ได้กล่าวไปแล้ว ธุรกิจร้านกาแฟยังสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ ร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์ (Franchise) และร้านกาแฟประเภทที่ไม่ใช่แฟรนไชส์ (Non-Franchise) ในส่วนของร้านกาแฟที่ไม่ใช่แฟรนไชส์ (Non-Franchise) มีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 94.4 ของธุรกิจร้านกาแฟทั่วประเทศไทยในปี พ.ศ. 2561 โดยร้านกาแฟประเภทนี้จะมีความหลากหลายของรูปแบบสินค้า บริการและการตกแต่งร้านกาแฟประเภทนี้มีการแข่งขันที่สูงมากเนื่องจากไม่ได้เป็นที่รู้จักของกลุ่มลูกค้ามาก่อนอาจต้องใช้เวลาในการประชาสัมพันธ์และสร้างฐานลูกค้า ประกอบกับการกระจุกตัวของจำนวนร้านกาแฟที่มีมากในหลายพื้นที่ซึ่งต่างจากร้านกาแฟประเภท Franchise ที่เป็นที่รู้จักและมีฐานลูกค้ารองรับเช่นร้านกาแฟสตาร์บัคส์ (Starbucks) เป็นกาแฟเบอร์หนึ่งของร้านกาแฟระดับพรีเมียมที่ดำเนินการโดยบริษัท สตาร์บัคส์คอฟฟี่ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นสาขามาจากประเทศสหรัฐอเมริกาในปี.ศ. 2541 และผู้บริโภคเลือกใช้บริการเนื่องจากมีชื่อเสียง (วิภาวรรณ สุวรรณวงศ์, 2561) รวมถึงร้านกาแฟเอมซอนที่เป็นที่รู้จักและมีหลากหลายสาขามากตามสถานีปั้มน้ำมันจึงทำให้ปัจจุบันผู้ประกอบการบางส่วนได้ปรับตัวโดยหันมาเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche) ที่ให้ความสนใจในองค์ประกอบอื่นของร้านกาแฟนอกเหนือจากการบริโภคกาแฟโดยนำเสนอสินค้าหรือบริการรูปแบบใหม่โดยร้านกาแฟชนิดนี้ส่วนใหญ่จะเป็นร้านกาแฟประเภท Stand-alone ธุรกิจกาแฟในอดีตถึงปัจจุบันนั้นถูกผลักดันโดยคลื่นอุตสาหกรรมกาแฟทั้งหมด 3 ลูก โดยปัจจุบันมาถึงคลื่นลูกที่ 3 ที่มาจากกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่างๆของสินค้าและบริการในห่วงโซ่ธุรกิจตั้งแต่การปลูก การคั่ว การชงกาแฟ รวมถึงบาร์ิสต้าและสถานที่ ส่งผลให้ธุรกิจร้านกาแฟมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

การตลาดแบบดั้งเดิมที่รู้จักกันในชื่อ “4Ps” ที่กล่าวถึงกลยุทธ์ด้านสินค้า (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพื่อนำเสนอคุณค่ามุ่งเน้นผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางการชนะใจลูกค้าจากคู่แข่งก่อนจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้าก่อน Kotler (2020) จากยุคสมัยที่เปลี่ยนไป Brian Fetherstonhaugh ประธานและซีอีโอของ Ogilvy One Worldwide ได้สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงการตลาดยุคใหม่ด้วยรูปแบบสมัยใหม่ “4Es” การเปลี่ยนแปลงนี้ประกอบกับการผสมผสานรวมเข้ากับแผนการตลาดแบบเดิมเพื่อการพัฒนากลยุทธ์ที่ครอบคลุมและเหมาะสมซึ่งจะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น จากแนวคิดการตลาด 4Es ได้แก่ การสร้างประสบการณ์ (Experience) ผู้บริโภคในปัจจุบันไม่ได้ต้องการแค่ “สินค้า”หรือ”บริการ”แต่คาดหวังกับประสบการณ์ที่ดีในระหว่างการซื้อขายไปจนถึงหลังการขายคือการสร้าง “Experience” ในเรื่องการสร้างคุณค่า

(Exchange) ในอดีตผู้บริโภคให้ความสนใจเกี่ยวกับ ”ราคา” และใช้เป็นปัจจัยในการเปรียบเทียบเพื่อเลือกซื้อสินค้าและบริการแต่ในปัจจุบัน ผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสนใจกับราคามากเท่าแต่ก่อนแต่ให้ความสนใจกับ ”คุณค่า” ที่ได้มากกว่าเป็นการแลกเปลี่ยนความพึงพอใจระหว่างผู้บริโภคกับผู้ขายการเข้าถึงผู้บริโภค (Everyplace) ถือเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องให้ความสนใจแต่สำหรับในปัจจุบันที่หน้าร้านถูกย้ายเข้าสู่โลกออนไลน์แล้วทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่าย เช่น มีเพจของร้านบนโซเชียลมีเดียอย่าง Facebook หรือ Instagram รวมถึงมีบริการส่งแบบเดลิเวอรี่เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น ในด้านการสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) เป็นแนวทางในการเปลี่ยนลูกค้าขาจรให้เป็นลูกค้าประจำเพื่อให้เกิดเป็น Brand Loyalty และกลับมาซื้ออย่างต่อเนื่อง

หลักการตลาดในมุมมองโลกยุค 4.0 มากกว่าแค่เข้าใจในความปรารถนาหรือความต้องการของลูกค้า การตลาด ยุค 4.0 นี้ ต้องเจาะให้เข้าถึงประสบการณ์ของลูกค้าและต้องสามารถสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับลูกค้า ดังนั้นหากจะเข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภคยุคใหม่ก็อาจจะต้องใส่ใจที่จะรู้และตอบให้ได้ หากผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการตลาด 4Es สูง การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้เข้ากับยุคปัจจุบันเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบใหม่ซึ่งมีองค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการมอบประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการ ด้านการสร้างคุณค่าโดยการสร้างความแตกต่างให้กับบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทั่วถึงและสะดวกต่อการใช้บริการและด้านการเผยแพร่ที่เหมาะสมทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจแล้วแนะนำต่อ (สโรชา ภู่อาร, 2563)

จากข้อมูลที่ได้ศึกษามาดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps และ 4Es ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง โดยผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาส่วนผสมการตลาด 4Ps ประกอบด้วย สินค้า (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจส่วนผสมการตลาด 4Es ประกอบด้วย การสร้างประสบการณ์ (Experience) การสร้างคุณค่า (Exchange) การเข้าถึงผู้บริโภค (Everyplace) และการสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง

การทบทวนวรรณกรรม

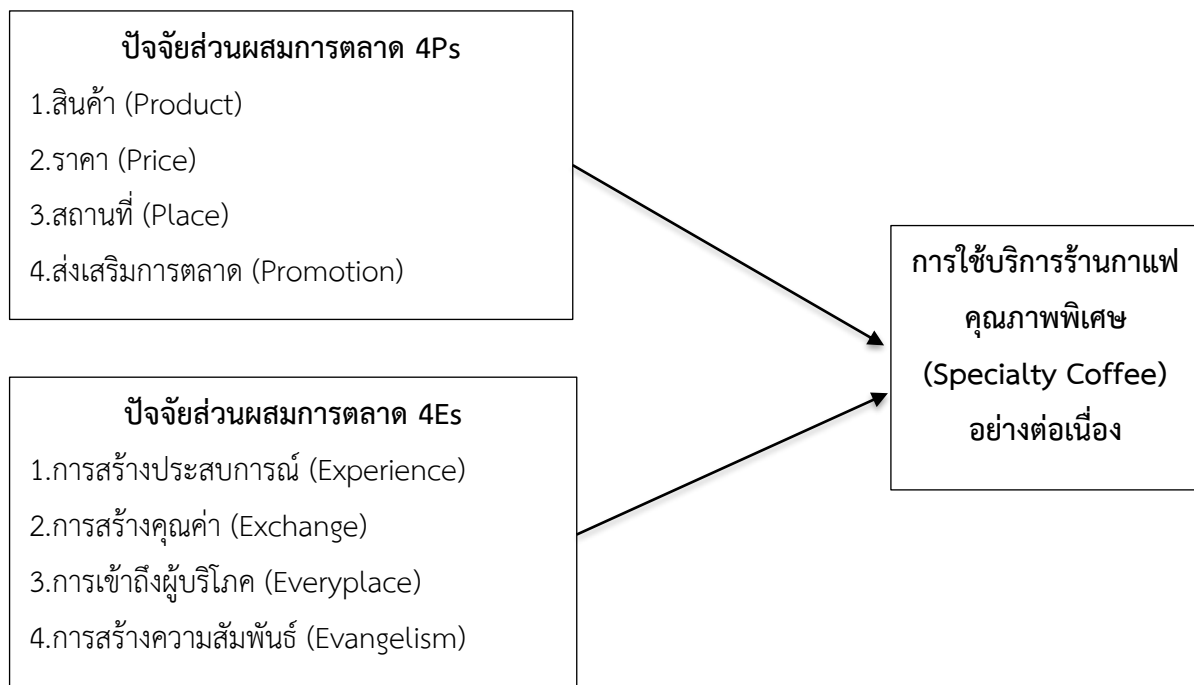
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนผสมการตลาด 4Ps และ 4Es ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาและนำมา

กำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1. ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps โดยใช้แนวคิดของ Phillip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, Hongwei He (2020) ประกอบด้วย 1.1 สินค้า (Product) 1.2 ราคา (Price) 1.3 สถานที่ (Place) 1.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 2. ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es โดยใช้แนวคิดของ Brian Fetherstonhaugh (2009) ประกอบด้วย 2.1 การสร้างประสบการณ์ (Experience) 2.2 การสร้างคุณค่า (Exchange) 2.3 การเข้าถึงผู้บริโภค (Everyplace) 2.4 การสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) 3. การใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดของธุรกิจร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee)
2. ผู้ประกอบการได้ทราบเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่ส่งผลต่อการให้บริการอย่างต่อเนื่องและนำไปปรับปรุงพัฒนากลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) จำนวน 400 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามในรูปแบบกระดาษและรูปแบบออนไลน์ ได้ข้อมูลกลับมารวมทั้งสิ้น 400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ประกอบด้วยชุดคำถาม 4 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและราคาเฉลี่ยต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) แต่ละครั้งซึ่งมีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) แบบสอบถามในส่วนที่ 2-4 เป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ เริ่มตั้งแต่มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด โดยส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นของปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps ประกอบด้วย 1) ด้านสินค้า(Product) 2) ด้านราคา(Price) 3) ด้านสถานที่(Place) และ 4) ด้านส่งเสริมการตลาด(Promotion) ส่วนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นของปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es ประกอบด้วย 1) ด้านการสร้างประสบการณ์(Experience) 2) ด้านการสร้างคุณค่า(Exchange) 3) ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค(Everyplace) และ 4) ด้านการสร้างความสัมพันธ์(Evangelism) และส่วนที่ 4 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยนำหลักแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของเนื้อหา จากนั้นเสนอแก่ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพและพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.50 เป็นค่าที่ยอมรับได้ ข้อคำถามนั้นมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจึงนำไปทดลองใช้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2556:83) จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบจากผู้เชี่ยวชาญซึ่งได้ทำการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลอง (Try Out) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แสดงความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach's Alpha Coefficient ครอนบาค (Cronbach. 1990: 204) โดยทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) กับกลุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้จำนวน 30 ตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มที่แยกออกจากกลุ่มที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจริงเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แสดงความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา ผลจากการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.744 – 0.867 แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือโดยมีค่ามากกว่า 0.70 ทุกหัวข้อ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556:101)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS AMOS Authorized User Initial Fixed Term License Version 28 License Code สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้ความถี่และร้อยละแปลผลโดยใช้สูตรคำนวณช่วงห่างโดย 4.50 - 5.00 ระดับสูงมากและ 1.00 - 1.49 ระดับต่ำมาก เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ราคาเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ และเพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps และ 4Es ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง

2. การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยได้ทดสอบความปกติของข้อมูล (Normality) การแจกแจงข้อมูลทั้ง 9 ตัวแปรมีการแจกแจงแบบปกติ มีค่าการกระจายที่สมมาตร (Skewness) อยู่ในช่วง -0.874 ถึง +0.264 และความสูงของการกระจาย (Kurtosis) อยู่ในช่วง 1.257 ถึง 2.692 อยู่ในช่วง -3.0 ถึง + 3.0 (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2556: 83) จึงสรุปได้ว่าตัวแปรมีการกระจายตัวของข้อมูลปกติและทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation) การตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง มีค่าอยู่ระหว่าง 0.255 ถึง 0.540 โดยตัวแปรมีค่าไม่เกิน 0.9 ดังนั้นจึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556:101) และจำนวน 1 ตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัวโดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) เพื่อนำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐานและวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) วิเคราะห์ความสัมพันธ์และการพยากรณ์ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps และ 4Es ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่องโดยใช้วิธี Stepwise เพื่อคัดเลือกตัวแปรพยากรณ์ที่ดีที่สุดเข้าสมการ

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 8 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ส่วนใหญ่เพศหญิง จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-35 ปี จำนวน 337 คน ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือปริญญาตรี จำนวน 365 คน คิดเป็นร้อยละ 91.25 โดยอาชีพของผู้ตอบ เป็นพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.75 มีรายได้เฉลี่ย 15,001 -30,000 บาท จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.75 และ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างใช้จ่ายแต่ละครั้ง ไม่เกิน 200 บาท จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.75

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณารายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย ด้านสินค้า (Product) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ด้านราคา (Price) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ด้านสถานที่ (Place) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เมื่อพิจารณารายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย การสร้างประสบการณ์ (Experience) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 การสร้างความสัมพันธ์ (Evangelism) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 การสร้างคุณค่า (Exchange) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 การเข้าถึงผู้บริโภค (Everyplace) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

4. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps จำนวน 4 ตัวแปร และปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es จำนวน 4 ตัวแปร ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันของตัวแปร

ตัวแปรพยากรณ์	ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps				ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es				Y
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	
สินค้า (X1)									
ราคา (X2)	.255**								
สถานที่ (X3)	.329**	.314**							
ส่งเสริมการตลาด (X4)	.477**	.379**	.329**						
การสร้างประสบการณ์ (X5)	.478**	.318**	.275**	.471**					
การสร้างคุณค่า (X6)	.300**	.530**	.307**	.354**	.474**				
การเข้าถึงผู้บริโภค (X7)	.354**	.425**	.291**	.319**	.443**	.386**			
การสร้างความสัมพันธ์ (X8)	.266**	.326**	.199**	.356**	.484**	.436**	.340**		
การใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y)	.456**	.370**	.264**	.478**	.540**	.398**	.454**	.423**	

หมายเหตุ : ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps จำนวน 4 ตัวแปร และปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es จำนวน 4 ตัวแปร รวมทั้งสิ้น 8 ตัวแปร พบว่าตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัว ไม่มีความสัมพันธ์กันเองเกินกว่า 0.9 ดังนั้นจึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity

นอกจากนี้ยังพบอีกว่าตัวแปรตามการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่องจำนวน 1 ตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัวโดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเชิงพหุของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน (Beta) ของตัวแปรปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเชิงพหุเพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง

การใช้บริการร้าน กาแฟคุณภาพพิเศษ อย่างต่อเนื่อง	Unstandardized		Standardized		Collinearity		
	Coefficients		Coefficients		Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	25.817	5.322		4.851	0.000**		
X4	0.281	0.050	0.285	5.582	0.000**	0.720	1.388
X1	0.246	0.054	0.221	4.576	0.000**	0.809	1.237
X2	0.168	0.051	0.155	3.311	0.001**	0.861	1.161

$R = 0.505$ $R^2 = 0.225$ Adjusted $R^2 = 0.249$ $SE_{est} = 16.109$ $F = 45.070$

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (X4) ด้านสินค้า (X1) และด้านราคา (X2) ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) เนื่องจากค่าความทนทาน (Tolerance) ทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.1 และค่า VIF (Variance inflation factors) ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน (กลยา วาณิชย์บัญชา. 2556) ค่า Adjusted R^2 มีค่าเท่ากับ 0.249 มีค่าคงที่ของสมการในรูปคะแนนดิบเท่ากับ 25.817 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.225 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนายอยู่ที่ 16.109

ตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่องมากที่สุด (Beta = 0.285) รองลงมาเป็นด้านสินค้า (Beta = 0.221) และด้านราคา (Beta = 0.155) สามารถเขียนเป็นสมการตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง (Y) ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ การใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง = $25.817 + 0.281(X4) + 0.246(X1) + 0.168(X2)$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน การใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง = $0.285(X4) + 0.221(X1) + 0.155(X2)$

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเชิงพหุเพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง

การใช้บริการร้าน กาแฟคุณภาพพิเศษ อย่างต่อเนื่อง	Unstandardized		Standardized		Collinearity		
	Coefficients		Coefficients		Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(ค่าคงที่)	9.972	5.435		1.835	.067**		
X5	0.331	0.054	.301	6.129	.000**	.704	1.421
X7	1.438	0.290	.232	4.954	.000**	.770	1.298
X8	0.222	0.054	.195	4.145	.000**	.765	1.307

$R = 0.574$ $R^2 = 0.330$ Adjusted $R^2 = 0.325$ $SE_{est} = 15.273$ $F = 64.975$

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 ปัจจัยด้านการสร้างประสบการณ์(X5) ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค(X7) และด้านการสร้างความสัมพันธ์(X8) ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) เนื่องจากค่าความทนทาน (Tolerance) ทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.1 และค่า VIF (Variance inflation factors) ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2556) Adjusted R^2 มีค่าเท่ากับ 0.325 มีค่าคงที่ของสมการในรูปแบบคะแนนดิบเท่ากับ 9.972 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.330 และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนายอยู่ที่ 15.273

ตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างประสบการณ์ ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่องมากที่สุด (Beta = 0.301) รองลงมาด้านการเข้าถึงผู้บริโภค (Beta = 0.232) และด้านการสร้างความสัมพันธ์ (Beta = 0.195) สามารถเขียนเป็นสมการตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง (Y) ในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ การใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง = $9.972 + 0.331(X4) + 1.438(X1) + 0.222(X2)$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบมาตรฐาน การใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง = $0.301(X4) + 0.232(X1) + 0.195(X2)$

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps ที่ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps ด้านส่งเสริมการตลาด (Beta = 0.285) ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง แสดงว่าการส่งเสริมการตลาด เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการและซื้อสินค้า การส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย มีการจัดโปรโมชั่น เช่น การจัดโปรโมชั่นตามเทศกาลต่างๆ การจัดโปรโมชั่นสินค้าที่ออกใหม่ ก็จะสามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าและมาใช้บริการ การมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย เช่น มีเมล็ดกาแฟที่หลากหลายสายพันธุ์ มีเมล็ดกาแฟที่มาจากแหล่งปลูกที่หลากหลายภูมิภาครูปแบบการคั่ว การชงที่หลากหลายซึ่งจะทำให้กาแฟมีรสชาติที่แตกต่างกันออกไป รวมถึงภาชนะแก้วกาแฟที่สวยงาม สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps ด้านสินค้า (Beta = 0.221) ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง แสดงว่า สินค้ากาแฟยังคงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้บริโภคในการมาใช้บริการ ดังนั้น ร้านกาแฟจะต้องค้นหาเมล็ดกาแฟคุณภาพดี กาแฟพิเศษ มีความหลากหลายสายพันธุ์ มีความหลากหลายในภูมิภาคที่ปลูกมาให้ผู้บริโภคได้ลิ้มลอง เมล็ดพันธุ์กาแฟที่หาได้ยากหรือเมล็ดพันธุ์กาแฟที่ได้รับรางวัลต่างๆ สรรหาให้ผู้บริโภคได้ลอง ช่วยดึงดูดให้ผู้บริโภคอยากมาลิ้มลองเมล็ดกาแฟที่แตกต่างจากร้านอื่นทั่วไป ทั้งเมล็ดกาแฟที่มาจากในประเทศ และต่างประเทศ เป็นต้น ผลลัพธ์อาจไม่ได้หมายถึงเพียงแค่เมล็ดกาแฟเท่านั้น ทางร้านกาแฟอาจจัดทำแก้วหรือสินค้าอื่นๆที่เป็นเอกลักษณ์ของทางร้าน และนำมาจัดจำหน่าย จัดโปรโมชั่นส่งเสริมการตลาด เป็นการช่วยโปรโมท ผลลัพธ์ สินค้า และบริการอีกช่องทางหนึ่ง

ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps ด้านราคา (Beta = 0.155) ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง แสดงว่าราคายังคงเป็นปัจจัยสำคัญส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคนำมาซึ่งความเหมาะสมของราคาและรสชาติ หากกาแฟมีรสชาติไม่ดีผู้บริโภคอาจรู้สึกว่าราคาที่ต้องจ่ายไปไม่เหมาะสมกับรสชาติที่ได้รับและผู้บริโภคยังต้องการความชัดเจนในเรื่องของราคา ดังนั้นการมีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจนจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคตัดสินใจ เปรียบเทียบความเหมาะสมของราคากับบริการที่ได้รับและตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าและเข้ามาใช้บริการ

ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es ด้านการสร้างประสบการณ์ (Beta = 0.301) ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง แสดงว่าผู้บริโภคให้ความสนใจกับการได้รับประสบการณ์ที่ดีจากทางร้าน การได้ลิ้มลองกาแฟที่มาจากหลากหลายแหล่งผลิตที่มีลักษณะเฉพาะ ลิ้มลอง

รสชาติใหม่ๆที่แตกต่างออกไป ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ สร้างประสบการณ์ให้กับผู้บริโภค ขณะที่ร้านกาแฟทั่วไปผู้บริโภคไม่สามารถรับรู้และสร้างประสบการณ์ในการเลือกเมล็ดกาแฟตามความต้องการได้ และเมื่อผู้บริโภคได้ลิ้มลองเมนูกาแฟพิเศษเฉพาะของทางร้านเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่แก่ผู้บริโภคและส่งผลให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการร้านกาแฟมากขึ้น ร้านกาแฟที่มีเมล็ดกาแฟที่มาจากแหล่งผลิตที่มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างจากร้านกาแฟทั่วไปอาจดึงดูดให้ผู้บริโภคที่มีความสนใจในเรื่องราวของกาแฟเข้ามาใช้บริการบรรยากาศในร้านที่ดี การตกแต่งที่สวยงาม มุมเคาน์เตอร์กาแฟ การแสดงขั้นตอนการคั่วเมล็ดกาแฟ วิธีการชงกาแฟ เป็นการสร้างบรรยากาศที่ดีให้ผู้บริโภครู้สึกถึงประสบการณ์ในการเข้ามาใช้บริการร้านกาแฟอย่างแท้จริง

ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค (Beta = 0.232) ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง แสดงว่าการที่ร้านกาแฟที่มีช่องทางการเข้าถึงข้อมูลสินค้าและบริการที่หลากหลาย เช่น Facebook, Instagram, Line เป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ร้านกาแฟรวมถึงเมนูกาแฟของทางร้านให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น การมีช่องทางในการซื้อกาแฟที่หลากหลาย เช่น การส่งผ่านเดลิเวอรี่ เพิ่มความสะดวกให้ผู้บริโภคที่ไม่สะดวกในการเดินทางไปใช้บริการที่ร้าน ผู้บริโภคที่มีชีวิตจำกัดด้านเวลาให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้นและในขณะที่โลกเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล ความสะดวกในการชำระเงินเป็นสิ่งสำคัญยุคดิจิทัลที่ทุกคนไม่ต้องการสัมผัสเงิน (Cashless) การที่ร้านกาแฟมีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น ชำระผ่าน QR CODE, E-Payment, Prompt pay ทำให้ผู้บริโภคสะดวก ง่ายต่อการใช้จ่าย ส่งผลให้ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ(Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง แสดงว่าร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) เป็นสถานที่ดึงดูดกลุ่มคนที่หลงใหลในกาแฟที่มีลักษณะพิเศษมาทำกิจกรรมร่วมกันเช่น กิจกรรมการชงกาแฟ การเลือกเมล็ดกาแฟ ให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกาแฟและบาร์ิสต้าเป็นช่างฝีมือที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องราวของกาแฟ รวมถึงกระบวนการและขั้นตอนการคั่ว บด ชง ซึ่งมีหลากหลายวิธีแตกต่างไปตามเมล็ดพันธุ์ของกาแฟทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลในกลุ่มคนที่มีความหลงใหลในกาแฟ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริโภคและร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) ทั้งยังเป็นสถานที่ที่ดึงดูดกลุ่มคนที่มีความหลงใหลในกาแฟมาพบปะพูดคุยและแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับกาแฟ บาร์ิสต้าใส่ใจ สามารถให้คำแนะนำเมล็ดพันธุ์กาแฟ เมนูกาแฟ รสชาติ ที่เหมาะสมกับความชอบของผู้บริโภคได้ จะส่งผลให้ผู้บริโภคมาใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ด้านปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps ซึ่งประกอบไปด้วย สินค้า (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่งผลต่อการใช้บริการร้านกาแฟคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) อย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps เป็นกลยุทธ์การตลาดขั้นพื้นฐานที่ผู้ประกอบการ

ธุรกิจต่างๆไม่เพียงแต่ธุรกิจประเภทร้านอาหารที่ควรนำมาใช้จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการที่ร้านอาหารมีการส่งเสริมการตลาดมากที่สุดเป็นอันดับแรก ร้านอาหารต้องกำหนดกลยุทธ์ให้มีการส่งเสริมการตลาด โปรโมชันที่หลากหลายเพื่อดึงดูดความสนใจผู้บริโภค การให้ส่วนลดในการใช้บริการในครั้งต่อไป กระตุ้นให้ผู้บริโภคต้องการกลับมาใช้บริการร้านอาหารเพื่อใช้ส่วนลดนั้นอีกครั้ง หรือบัตรสะสมแต้มเพื่อรับเมล็ดกาแฟพิเศษซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสนใจและควรนำเสนอโปรโมชันที่แตกต่างกันอยู่ตลอดเวลาเพื่อกระตุ้นผู้บริโภคที่ให้ความสนใจกับโปรโมชันส่งเสริมการตลาดเป็นพิเศษ เช่น การนำกาแฟพิเศษมาจับคู่กับขนม ในด้านสินค้า ร้านอาหารจะต้องค้นหาเมล็ดกาแฟคุณภาพดี กาแฟพิเศษ มีความหลากหลายสายพันธุ์และมีความหลากหลายในภูมิภาคที่ปลูกมาให้ผู้บริโภคได้ลิ้มลองเมล็ดพันธุ์กาแฟที่หาได้ยากหรือเมล็ดพันธุ์กาแฟที่ได้รับรางวัลต่างๆ สรรหาให้ผู้บริโภคได้ลอง ช่วยดึงดูดให้ผู้บริโภคอยากมาลิ้มลองเมล็ดกาแฟที่แตกต่างจากร้านอื่นทั่วไป ทั้งเมล็ดกาแฟที่มาจากในประเทศและต่างประเทศ ในขณะที่ราคายังมีความสำคัญต่อการเข้ามาใช้บริการของผู้บริโภค การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของกาแฟเป็นสิ่งที่ยังคงต้องพิจารณา ราคาแพงผู้บริโภคอาจไม่ซื้อ หรือราคาที่ต่ำเกินไปอาจทำให้ผู้บริโภคขาดความมั่นใจในสินค้า ไม่เชื่อมั่นว่าร้านอาหารใช้เมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพพิเศษ ในด้านสถานที่ไม่ส่งผลต่อการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นร้านอาหารควรเพิ่มเติมในส่วน สถานที่ตั้ง ทำเล ควรมีความสะดวกต่อการเดินทาง การสร้างบรรยากาศที่ดีภายในร้าน เพิ่มการตกแต่งร้านให้สวยงามหรือมีความเป็นเอกลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญที่ร้านอาหารคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) มีป้ายชื่อร้านที่สังเกตเห็นได้ง่าย ป้ายแจ้งข้อมูลหรือป้ายชี้บ่งว่าร้านเป็นร้านอาหารคุณภาพพิเศษ ความเพียงพอของที่นั่งในการให้บริการ ทางร้านอาหารควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้ เพื่อปรับปรุง พัฒนาร้านอาหารคุณภาพพิเศษ (Specialty Coffee) ให้เป็นที่รู้จักและเพื่อให้ผู้บริโภคพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง การมุ่งเน้นไปที่คุณภาพหรือการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด สร้างความหลากหลายและความแปลกใหม่ของสินค้าให้ครอบคลุมทุกความต้องการที่แตกต่างกันของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคแต่ละคนมีทางเลือกและสามารถตอบสนองความต้องการและให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง สร้างความเติบโตในธุรกิจและคงอยู่ต่อไป

2. ด้านปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es เปรียบเสมือนตัวเสริมที่สำคัญเพราะส่วนผสมการตลาด 4Ps เปรียบเสมือนตัวหลัก ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Es ได้ปรับปรุงและพัฒนาจากส่วนผสมการตลาด 4Ps เพื่อให้ก้าวทันยุคสมัยที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ในขณะที่โลกยุคดิจิทัลเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารควรนำกลยุทธ์ในด้านการตลาด 4Es มาผสมผสาน ประยุกต์ใช้ให้เข้ากับตลาดเป้าหมายของร้านอาหาร มุ่งเน้นไปที่การสร้างประสบการณ์ (Experience) การปรับการตลาดให้ทันกับโลกยุคใหม่ ผู้บริโภคมุ่งเน้นไปที่การสร้างประสบการณ์ในสินค้า ต้องการได้รับประสบการณ์ที่ดีเมื่อเข้ามาใช้บริการในร้านอาหาร การให้ผู้บริโภคได้ทดลองชิมกาแฟสูตรใหม่หรือลงทะเบียนเพื่อรับเมล็ดกาแฟพิเศษ เพื่อสร้างประสบการณ์เกี่ยวกับสินค้าของร้านให้กับผู้บริโภค ในกรณีที่สั่งซื้อผ่านออนไลน์ ควรคำนึงถึงว่าจะเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างไรและจะทำให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการสั่งซื้อออนไลน์ได้อย่างไรและในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคที่ซื้อผ่านออนไลน์ด้วยการสอบถาม ติดตามถึงรสชาติกาแฟ การขนส่งหรือบริการจากผู้ส่งที่ส่งมอบกาแฟ ในขณะที่การสร้างคุณค่าที่เหมาะสมกับราคาก็ยังเป็นสิ่งที่ร้านอาหารต้อง

พิจารณาให้เหมาะสมถึงแม้จะเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคไม่ได้พิจารณาเป็นสิ่งที่แรกก็ตาม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่และเป็นการสร้างความสัมพันธ์และประสบการณ์ที่ดีระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการ ทำให้ผู้บริโภคประทับใจ พึงพอใจและกลับมาใช้บริการต่อไปสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจร้านกาแฟพิเศษต่อไป และเนื่องจากผู้บริโภคอาจยังไม่เข้าใจและไม่ได้รับรู้ถึงแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเมล็ดกาแฟคุณภาพพิเศษ ผู้ประกอบการควรอธิบาย บอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของกระบวนการเพาะปลูก ผลิต แปรรูป ขั้นตอน ตั้งแต่ต้นกระบวนการจนผลิตออกมาเป็นเมล็ดกาแฟที่มีคุณภาพ (สร้าง Story) สื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าของการได้ดื่มกาแฟพิเศษของทางร้าน อาจมีป้ายบอกเล่าเรื่องราวภายในร้าน จัดทำแผ่นพับ สื่อสารผ่านทาง Social Media ของร้าน เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวก และการให้คำจำกัดความของชื่อร้านอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะบ่งบอกว่าร้านกาแฟได้ใช้เมล็ดกาแฟคุณภาพพิเศษในการให้บริการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้ศึกษาโดยใช้ ปัจจัยส่วนผสมการตลาด 4Ps และ 4Es สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของส่วนผสมการตลาด 7Ps และการตลาดบริการทำให้สามารถนำกลยุทธ์มาปรับใช้ทางการตลาดได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
2. ศึกษาโดยจำกัดขอบเขตให้เฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น ศึกษาร้านกาแฟในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ร้านกาแฟตามแต่ละจังหวัด
3. เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภค ข้อเสนอแนะอื่นๆที่ผู้บริโภคต้องการให้ร้านกาแฟคุณภาพพิเศษปรับปรุงและพัฒนา เพื่อศึกษาเชิงยืนยันกับผลการวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). *การวิเคราะห์ความถดถอยและสหสัมพันธ์เชิงซ้อน* (พิมพ์ครั้งที่ 14). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรไพลิน จุลพันธ์. (2563). ‘เนสกาแฟ’ ชี้โควิดเปลี่ยนเกม กาแฟอินโฮมพุ่ง พุ่งตลาด 6 หมื่นล้าน. สืบค้น 29 กันยายน 2563, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/899915>
- วิภาวรรณ สุวรรณวงศ์. (2561). *การมีอิทธิพลของกลยุทธ์สามซี (Triple C Strategy) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ร้านกาแฟสตาร์บัคส์ (Starbucks) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.) สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/>
- สโรชา ภู่อาร. (2563). อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของส่วนประสมทางการตลาดแบบใหม่ที่มีต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยว. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 12 (5), 1061-1075.

- สำนักงานการค้าสินค้ากรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2565). *สินค้ากาแฟและผลิตภัณฑ์กาแฟ*. สืบค้น 24 มีนาคม 2565, จาก <https://www.dtn.go.th/th/tradeinfo/category/5d303ed3ef41400db11a9a60?p=2&type=>.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2556). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 24) กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Brain Fetherstonhaugh. (2009). The 4Ps Are Out, the 4Es Are in Retrieved April,19 2009, from http://www.ogilvy.com/On-Our-Minds/Articles/the_4E_-are_in.aspx
- Santos, J. A. (1999). Cronbach's Alpha: A Tool for Assessing the Reliability of Scales. *The Journal of Extension*, 37(2), 1-5.
- International Coffee Organization. (2020). The Value of Coffee Sustainability, Inclusiveness, and Resilience of the Coffee Global Value Chain Retrieved June,2020, from <https://www.internationalcoffeecouncil.com/cdr2020>
- International Coffee Organization. (2021). Coffee Market Report Retrieved June,2021, from <https://www.ico.org/Market-Report-20-21-e.asp>
- International Trade Centre. (2021). *The Coffee Guide* (4th ed.). Geneva: Author.
- Pamela N. Danziger. (2019). *Luxury Marketing Disrupted Evolving from the 4Ps to the 4Es of Marketing*. PA: Unity Marketing.
- Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris & Hongwei He. (2020). *Principles of marketing eight European edition* (8th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Santos, J. A. (1999). Cronbach's Alpha: A Tool for Assessing the Reliability of Scales. *The Journal of Extension*, 37(2).
- Yamane, T. (1973). *Statistics An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row Publications.

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

Guidelines for tourism promotion in Mueang District SuphanBuri Province

Received 17 May 2022

Revised 31 May 2022

Accepted 18 July 2022

สิริลักษณ์ พิชัยณรงค์, พิมพร ศรีรุ่งเรือง,
คณศ ภัคดิภักดิ์, ภวรัญชน์ เกษมสวัสดิ์,
และอดิگانต์ จันทรรักงาม
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Siriluk Pichainarongk, Pimporn Srirungraung,
Kanet Pakdeepak, Phavarun Kasemsawas,
and Atikarn Chanrakngam
Kasetsart University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเมืองจังหวัดในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีขอบเขตการวิจัยจะศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว และศึกษา ปัญหาในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่เดินทาง ไปท่องเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดสุพรรณบุรี ในเดือนตุลาคม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ SPSS ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา ด้านการเข้าถึง มีป้ายบอกทางตลอดเส้นทาง เข้าใจง่าย เป็นแรงจูงใจในการเดินทางมาเที่ยวมากที่สุดด้านสิ่งแวดล้อมจะพบว่าสิ่งแวดล้อมเพียงพอกับนักท่องเที่ยว เช่น ห้องสุขา ร้านอาหาร แรงจูงใจให้เดินทางเที่ยวมากที่สุดด้านกิจกรรมต่างๆ จะพบว่ากิจกรรมที่ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งขัดต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และกฎหมาย เป็นแรงจูงใจในการเดินทางมาเที่ยวมากที่สุดด้านที่พัก จะพบว่าสิ่งแวดล้อมในห้องพักมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพักเป็นแรงจูงใจในการเดินทางเที่ยวมากที่สุด

คำสำคัญ: การส่งเสริมการท่องเที่ยว, จังหวัดสุพรรณบุรี, แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว

Abstract

The purpose of this research was to find guidelines for tourism promotion in Mueang District, Province in Suphanburi Province. With the scope of research to study tourism promotion guidelines and study tourism promotion problems in Mueang District, Suphanburi

Province. By using quantitative research methods Use to collect data from questionnaires from tourists traveling Travel in Mueang District, Suphanburi Province in October from a sample of 400 people, the instrument used in the analysis was SPSS. The results showed that the majority of tourists are female. Age between 20 - 30 years old have an education level Bachelor's degree or higher, most are students/students in access There are signs throughout the route, easy to understand, are the motivation for traveling most. Facilities Will find enough facilities for tourists such as toilets, restaurants, incentives for traveling the most Various activities Will find that non-changing activities that are against the morals, ethics, and laws are the most motivating reasons for visiting a place of residence. Is the most motivation to travel

Keyword: Tourism promotion, SuphanBuri Province, Guidelines for tourism promotion

บทนำ

การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีบทบาทสำคัญต่อหลายประเทศที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำรายได้เข้าสู่ประเทศสร้างอาชีพและรายได้แก่ประชาชน อุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตอย่างไม่หยุดยั้งและมีการพัฒนาและสร้างสรรค์ แหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่อยู่ตลอดเวลาที่มีการแข่งขันทางการท่องเที่ยวอย่างเข้มข้นทั้งระหว่างประเทศ และตัวธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแต่ละประเทศจะมีการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวภายในประเทศ รัฐบาลมีนโยบายชัดเจนให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและชุมชนด้วยการผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางเชื่อมโยงจากเมืองหลักสู่ “เมืองรอง” มากขึ้น เพื่อให้เม็ดเงินมาสะพัดที่เมืองรองและกระจายลงสู่ท้องถิ่น หนุนให้เกิดการกระจายรายได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง ตามนโยบายลดความเหลื่อมล้ำ (สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์, 2561) อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังเมืองท่องเที่ยวเมืองรองเพิ่มขึ้นในระยะข้างหน้า หลายจังหวัดยังมีที่ต้องพัฒนา อาทิ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมและระบบการขนส่งสาธารณะในจังหวัด ให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ทั้งนี้มีข้อจำกัดของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแต่มีจุดเด่นการท่องเที่ยวเชิงชุมชนและวัฒนธรรม ที่สามารถนำมาต่อยอดด้านการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวขณะนี้ เพื่อบรรเทาผลกระทบจากนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ผสมผสานความเป็นท้องถิ่นและความทันสมัยเข้าด้วยกัน โดยการส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้นหลายแห่ง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวกระจายไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561) จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นหนึ่งในจังหวัดการท่องเที่ยวเมืองรองของภาคกลางที่มีเอกลักษณ์และมีความโดดเด่นด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิต มีแหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลาย ทั้งทางธรรมชาติ วิถีชีวิต เชิงประวัติศาสตร์ พุทธศาสนา และแหล่งปลูกสร้างเพื่อการท่องเที่ยว กระจายอยู่ในทุกอำเภอ สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นจังหวัดชั้นนำในด้านแหล่งผลิตอาหารและผลิตภัณฑ์คุณภาพมาตรฐานสู่สากล เป็นศูนย์ กลางการศึกษา การกีฬา และการ

ท่องเที่ยว โดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ชุมชนเข้มแข็ง คุณภาพชีวิตดี และยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีทั้งหมดปี 2018 จำนวน 491,738 คน และในปี 2019 จำนวน 481,719 หากเทียบ มีจำนวนท่องเที่ยวลดลง -1.97% รายได้จากนักท่องเที่ยวปี 2018 เป็นจำนวน 707.75 และในปี 2019 เป็นจำนวน 687.25 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารายได้ลดลง -2.90% (กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา, 2562) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจ และต้องการที่จะศึกษาแรงจูงใจ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้ให้สวยงาม และคงอยู่กับชาวจังหวัดสุพรรณบุรี

วัตถุประสงค์

เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเมืองจังหวัดในจังหวัดสุพรรณบุรี

ประโยชน์ที่ได้รับ

ได้ทราบถึงแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเมืองจังหวัดในจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีความเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ Roscoe, 1969 (กุสุมาลี โพธิ์ปัสสา, 2554 อ้างถึง Roscoe, 1969) จำนวน 400 เครื่องมือในการวิจัย ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามในส่วนแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามด้วยความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวใน อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรีมีวัตถุประสงค์ เพื่อค้นหาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรีซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวใน

เดือน ตุลาคม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีของ Roscoe ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% คิดเป็นร้อยละ 100 จากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลประชากรศาสตร์กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	142	35.5
หญิง	258	64.5
รวม	400	100

ตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5

ตารางที่ 2 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลประชากรศาสตร์กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
อายุน้อยกว่า 20 ปี	70	18.8
20 - 30 ปี	139	34.8
31 - 40 ปี	92	23.0
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	94	23.5
รวม	400	100

ตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม อายุระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8

ตารางที่ 3 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลประชากรศาสตร์กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือประถมศึกษา	7	1.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	11	2.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	64	16
อนุปริญญา หรือ ปวส.	66	16.5
ปริญญาตรีขึ้นไป	252	63.0
รวม	400	100

ตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0

ตารางที่ 4 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลประชากรศาสตร์กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	138	34.5
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	64	16.0
พนักงานเอกชน	106	26.5
ธุรกิจส่วนตัว	70	17.5
อื่นๆ	9	5.5
รวม	400	100

ตารางที่ 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถาม ประกอบอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอเมืองสุพรรณบุรี

แรงจูงใจเดินทางมา ท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					ค่า เฉลี่ย	ส่วน เบี่ยงเบน
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านการเข้าถึง							
1. เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้หลายเส้นทาง	150 (37.5%)	160 (40%)	81 (20.2%)	7 (1.8%)	2 (0.5%)	4.122	0.824
2. สภาพถนนมีความ สะดวกสบายตลอด เส้นทาง	16.7 (41.8%)	161 (40.2%)	65 (16.2%)	6 (1.5%)	1 (0.2%)	4.217	0.785
3. มีป้ายบอกทางตลอด เส้นทางเข้าใจง่าย	115 (28.8%)	201 (50.2%)	76 (19%)	7 (1.8%)	1 (0.2%)	4.055	0.153
4. มีรถโดยสารสาธารณะ ให้บริการสม่ำเสมอ	90 (22.5%)	138 (34.5%)	111 (27.8%)	55 (13.8%)	6 (1.5%)	3.621	1.025
5. มีเส้นทางเชื่อมโยงไป ยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้ สะดวก	150 (37.5%)	167 (41.8%)	64 (16%)	14 (3.5%)	5 (1.2%)	4.107	0.881

ตารางที่ 5 (ต่อ)

แรงจูงใจเดินทางมา ท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านสิ่งดึงดูดใจทาง							
การท่องเที่ยว							
1. ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	150 (37.5%)	150 (37.5%)	80 (20%)	20 (5%)	0 (0%)	4.107	0.878
2. ความเหมาะสมของภูมิทัศน์อากาศถ่ายเทสะดวกและปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์	127 (31.8%)	192 (48%)	73 (18.2%)	8 (2%)	0 (0%)	4.095	0.756
3.ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ของแหล่งท่องเที่ยว	139 (34.8%)	203 (50.8%)	54 (13.5%)	4 (1%)	0 (0%)	4.192	0.697
4.ความสวยงามและความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	153 (38.2%)	180 (45%)	63 (15.8%)	2 (0.5%)	2 (0.5%)	4.200	0.752
5.ความหลากหลายของกิจกรรมสินค้าและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว	133 (33.2%)	171 (42.8%)	89 (22.2%)	6 (1.5%)	1 (0.2%)	4.072	0.796
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก							
1. การบริการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวและจุดบริการตำรวจท่องเที่ยว	113 (28.2%)	125 (31.2%)	119 (29.8%)	41 (10.2%)	2 (0.5%)	3.765	0.991
2. ที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยว	134 (33.5%)	174 (43.5%)	88 (22%)	4 (1%)	0 (0%)	4.095	0.766
3. สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ร้านอาหาร	108 (27%)	203 (50.8%)	86 (21.5%)	3 (0.8%)	0 (0%)	4.040	0.717
4. มีร้านขายของที่ระลึกและสินค้าสะท้อนอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยว	143 (35.8%)	168 (42%)	82 (20.5%)	5 (1.2%)	2 (0.5%)	4.112	0.804

ตารางที่ 5 (ต่อ)

แรงจูงใจเดินทางมา ท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านกิจกรรมต่างๆ							
1. ความหลากหลายของกิจกรรมมีความน่าสนใจ เช่น กิจกรรมไหว้พระ	190 (47.5%)	151 (37.8%)	53 (13.2%)	5 (1.2%)	1 (0.2%)	4.310	0.765
2. กิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งขัดต่อ หลักคุณธรรม จริยธรรม และกฎหมาย	125 (31.2%)	210 (52.5%)	55 (13.8%)	10 (2.5%)	0 (0%)	4.125	0.731
3. เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมกิจกรรมได้อย่างดี	127 (31.8%)	146 (36.5%)	109 (27.2%)	15 (3.8%)	3 (0.8%)	3.947	0.898
ด้านที่พัก							
1. ความสะอาดของห้องพักและบริเวณโดยรอบ	145 (36.2%)	160 (40%)	85 (21.2%)	10 (2.5%)	0 (0%)	4.100	0.816
2. ห้องพักระบายกลิ่นสดชื่น	121 (30.2%)	176 (44%)	94 (23.5%)	8 (2%)	1 (0.2%)	4.020	0.800
3. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของห้องพัก	129 (32.2%)	182 (45.5%)	86 (21.5%)	10 (2.5%)	1 (0.2%)	4.030	0.800
4. ที่พักมีความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สิน	129 (32.2%)	182 (45.5%)	80 (20%)	8 (2%)	1 (0.2%)	4.075	0.787
5. สิ่งอำนวยความสะดวกใน ห้องพักมีความเหมาะสมและ เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก	121 (30.2%)	186 (46.5%)	85 (21.2%)	8 (2%)	0 (0%)	4.050	0.770

ตารางที่ 5 แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเมืองสุพรรณบุรี พบว่า ด้านการเข้าถึง มีป้ายบอกทางตลอดเส้นทาง เข้าใจง่าย เป็นแรงจูงใจในการเดินทางมาเที่ยวมากที่สุด ส่วนมีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆได้สะดวก เป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมาก ส่วนสภาพถนนมีความ

สะดวกสบายตลอดเส้นทางและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้หลายเส้นทาง เป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวบ่อย และในส่วนมีทรัพยากรสาธารณะให้บริการสม่ำเสมอ เป็นแรงจูงใจในการเดินทางเที่ยวบ่อยที่สุด

ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว จะพบว่าความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยว จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวมากที่สุด ส่วนความเหมาะสมของภูมิทัศน์ อากาศถ่ายเทสะดวก และปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์ เป็นแรงจูงใจในการเดินทางเที่ยวมาก ส่วนความสวยงามและความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวและความหลากหลายของกิจกรรม สินค้าและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว เป็นแรงจูงใจการเดินทางมาเที่ยวปานกลาง และในส่วนชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจในการเดินทางเที่ยวบ่อยที่สุด

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จะพบว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอแก่นักท่องเที่ยวเช่น ห้องสุขา ร้านอาหาร แรงจูงใจให้เดินทางเที่ยวมากที่สุด ส่วนที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยว จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเที่ยวมาก ส่วนร้านขายของที่ระลึกและสินค้าสะท้อนอัตลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวแรงจูงใจให้เดินทางเที่ยวปานกลาง และในด้านการบริการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวและจุดบริการตำรวจท่องเที่ยว แรงจูงใจให้เดินทางเที่ยวบ่อยที่สุด

ด้านกิจกรรมต่างๆ จะพบว่ากิจกรรมที่ไม่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งขัดต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และกฎหมาย เป็นแรงจูงใจในการเดินทางมาเที่ยวมากที่สุด ส่วนความหลากหลายของกิจกรรมที่มีความน่าสนใจเช่น กิจกรรมไหว้พระ เป็นแรงจูงใจในการเดินทางเที่ยวมากที่สุด และในส่วนเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วมกิจกรรมได้ดี เป็นแรงจูงใจการเดินทางเที่ยวบ่อยที่สุด

ด้านที่พัก จะพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก เป็นแรงจูงใจในการเดินทางเที่ยวมากที่สุด ส่วนราคาเหมาะสมกับคุณภาพของห้องพัก และที่พักรมีความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สิน แรงจูงใจเดินทางเที่ยวมาก ส่วนห้องพักสะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชน จูงใจให้เดินทางท่องเที่ยวปานกลาง และในส่วนความสะอาดของห้องพักและบริเวณโดยรอบ แรงจูงใจให้เดินทางมาเที่ยวบ่อย

ตารางที่ 6 แสดงผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

แรงจูงใจเดินทางมาท่องเที่ยว	ชาย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน	หญิง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน	t	Sig
ด้านการเข้าถึง				
1. เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้ หลายเส้นทาง	4.16 0.84	4.09 0.79	0.837	0.165
2. สภาพถนนมีความ สะดวกสบายตลอด เส้นทาง	4.30 0.75	4.17 0.80	1.615	0.745
3. มีป้ายบอกทางตลอด เส้นทาง เข้าใจง่าย	4.09 0.73	4.03 0.76	0.719	0.366

ตารางที่ 6 (ต่อ)

แรงจูงใจเดินทางมาท่องเที่ยว	ชาย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน	หญิง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน	t	Sig
4. มีรถโดยสารสาธารณะ ให้บริการสม่ำเสมอ	3.67 1.01	3.60 1.03	0.702	0.570
5. มีเส้นทางเชื่อมโยงไป ยัง แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆได้ สะดวก	4.19 0.89	4.06 0.87	1.392	0.083
ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการ ท่องเที่ยว				
1. ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	4.04 0.93	4.09 0.84	-0.553	0.341
2. ความเหมาะสมของภูมิทัศน์ อากาศถ่ายเทสะดวก และ ปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์	4.14 0.77	4.06 0.74	0.899	0.334
3.ความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ของแหล่งท่องเที่ยว	4.21 0.77	4.18 0.64	0.399	0.009*
4.ความสวยงามและความ สะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.16 0.82	4.22 0.71	-0.749	0.387
5.ความหลากหลายของกิจกรรม สินค้าและของที่ระลึกในแหล่ง ท่องเที่ยว	4.18 0.78	4.01 0.79	2.070	0.165
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก				
1. การบริการศูนย์รับเรื่อง ร้องเรียนจากนักท่องเที่ยว และ จุดบริการตำรวจท่องเที่ยว	3.85 1.01	3.71 0.97	1.411	0.747
2. ที่จอดรถมีจำนวน เพียงพอ กับปริมาณ นักท่องเที่ยว	4.09 0.74	4.09 0.77	0.069	0.478
3. สิ่งอำนวยความสะดวก เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ร้านอาหาร	4.09 0.71	4.01 0.71	1.066	0.314

ตารางที่ 6 (ต่อ)

แรงจูงใจเดินทางมาท่องเที่ยว	ชาย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน	หญิง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน	t	Sig
4. มีร้านขายของที่ระลึก และ สินค้าสะท้อนอัตลักษณ์สถานที่ ท่องเที่ยว	4.15 0.78	4.08 0.81	0.783	0.647
ด้านกิจกรรมต่างๆ				
1. ความหลากหลายของ กิจกรรมมีความน่าสนใจ เช่น กิจกรรมไหว้พระ	4.28 0.84	4.32 0.71	-0.412	0.086
2. กิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงซึ่งขัดต่อ หลัก คุณธรรม จริยธรรม และ กฎหมาย	4.12 0.75	4.12 0.72	0.036	0.564
3. เจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ ความเข้าใจก่อนเข้าร่วม กิจกรรมได้อย่างดี	3.95 0.96	3.94 0.85	0.053	0.039
ด้านที่พัก				
1. ความสะอาดของห้องพักและ บริเวณโดยรอบ	4.16 0.84	4.06 0.79	1.127	0.072
2. ห้องพักระท้อนถึงอัตลักษณ์ ชุมชน	4.04 0.83	4.00 0.78	0.542	0.513
3. ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพ ของห้องพัก	3.94 0.07	0.77 0.80	-0.604	0.274
4. ที่พักมีความปลอดภัย แก่ชีวิต และทรัพย์สิน	4.11 0.81	0.77	0.842	0.280
5. สิ่งอำนวยความสะดวกใน ห้องพักมีความเหมาะสมและ เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก	4.02 0.79	4.06 0.75	-0.420	0.690

เมื่อเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ โดยใช้การทดสอบทางสถิติ t-test พบว่าเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อกิจกรรมท่องเที่ยว โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมท่องเที่ยวและอายุ พบว่า บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.26 ให้ความสำคัญการมีรถโดยสารสาธารณะให้บริการสม่ำเสมอ มากกว่าบุคคลอายุ 20 – 30 ปี ส่วนชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า บุคคลที่มีอายุ 20 – 30 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.36 ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงแหล่งท่องเที่ยว มากกว่า บุคคลอายุ 31 – 40 ปี ส่วนความเหมาะสมของภูมิทัศน์ อาคารถ่ายเทสะดวกและปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์ พบว่า บุคคลที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.274 ให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของภูมิทัศน์ อาคารถ่ายเทสะดวกและปราศจากกลิ่นไม่พึงประสงค์ มากกว่า บุคคลอายุ 20 -30 ปี ส่วนความหลากหลายของกิจกรรม สินค้าและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.41 ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของกิจกรรม สินค้าและของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยว มากกว่า บุคคลอายุ 20 – 30 ปี ส่วนการบริการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวและจุดบริการตำรวจท่องเที่ยวพบว่าบุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.25 ให้ความสำคัญกับการบริการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวและจุดบริการตำรวจท่องเที่ยวมากกว่า บุคคลอายุ 20 – 30 ปี ส่วนที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยว พบว่า บุคคลอายุ 31 – 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.31 ให้ความสำคัญกับมีที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยวมากกว่า บุคคลที่มีอายุ 20 – 30 ปี ส่วน สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอกับนักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ร้านอาหาร พบว่า บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.32 ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอกับนักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ร้านอาหาร มากกว่า บุคคลที่มีอายุ 20 -30 ปี ส่วนความหลากหลายของกิจกรรมมีความน่าสนใจ เช่น กิจกรรมไหว้พระ พบว่า บุคคลที่มีอายุ 31 – 40 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.21 ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของกิจกรรมมีความน่าสนใจ เช่น กิจกรรมไหว้พระ มากกว่าบุคคลที่มีอายุ 20 – 30 ปี ส่วนกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งขัดต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และกฎหมายพบว่าบุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.29 ให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งขัดต่อหลักคุณธรรม จริยธรรม และกฎหมาย มากกว่า บุคคลที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ส่วนเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วม กิจกรรมได้ดี พบว่า บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.28 ให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วม กิจกรรมได้ดี มากกว่า บุคคลที่มีอายุ 20 -30 ปี ส่วนที่พักมีความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สิน พบว่า บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.28 ให้ความสำคัญกับที่พักมีความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สิน มากกว่าบุคคลที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก พบว่า บุคคลที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.24 ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพักมากกว่า บุคคลที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป

เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมท่องเที่ยวและระดับการศึกษา จะพบว่าบุคคลที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีค่าเฉลี่ย 3.78 ให้ความสำคัญกับ การบริการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวและจุดบริการตำรวจท่องเที่ยวมากกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนราคาเหมาะสมกับ

คุณภาพของห้องพัก บุคคลที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีค่าเฉลี่ย 4.17 ให้ความสำคัญมากกว่าบุคคลที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา หรือ ปวส. ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก บุคคลที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. มีค่าเฉลี่ย 4.23 ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก มากกว่า บุคคลที่มีระดับการศึกษา อนุปริญญา หรือ ปวส.

เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมท่องเที่ยวและอาชีพ พบว่าบุคคลที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 3.94 ให้ความสำคัญกับการบริการศูนย์รับเรื่องร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวและจุดบริการตำรวจท่องเที่ยว มากกว่าพนักงานเอกชน ส่วนที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยว บุคคลที่มีอาชีพ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 4.29 ให้ความสำคัญกับที่จอดรถมีจำนวนเพียงพอกับปริมาณนักท่องเที่ยว มากกว่า พนักงานเอกชน ในส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอกับนักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ร้านอาหาร บุคคลที่มีอาชีพ ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย 4.53 ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอกับนักท่องเที่ยว อาทิ ห้องสุขา ร้านอาหาร มากกว่านักเรียน/นักศึกษา ส่วนเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วม กิจกรรมได้อย่างดี บุคคลที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.12 ให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่/ผู้ดูแล ให้ความรู้ความเข้าใจก่อนเข้าร่วม กิจกรรมได้อย่างดี มากกว่าพนักงานเอกชน ส่วนบุคคลที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.21 ให้ความสำคัญกับความสะอาดของห้องพักและบริเวณโดยรอบ มากกว่าพนักงานเอกชน ส่วนบุคคลที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 4.14 ให้ความสำคัญกับห้องพัก สะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชน มากกว่า พนักงานเอกชน และในส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก บุคคลที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.18 ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักมีความเหมาะสมและเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพัก มากกว่าพนักงานเอกชน

อภิปรายและข้อเสนอแนะในการวิจัย

เนื่องจาก สถานการณ์ในช่วงนี้มีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ส่งผลให้การเก็บแบบสอบถามติดขัด เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีจำนวนลดลง และ นักท่องเที่ยวอยากให้มีการจัดการสภาพถนนให้ดีขึ้น อยากให้มีจุดกระจายรถสาธารณะเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในอำเภอเมืองสุพรรณบุรีและยังอยากให้มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนกว่านี้ เนื่องจากถนนส่วนมากขยายเส้นทางใหม่ๆ ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวอยากให้มีการจุดเช่ารถเพิ่มเพื่อความสะดวกสบายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา. (2562). สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนจังหวัดสุพรรณบุรี (Online). https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411., 13 กุมภาพันธ์ 2563.

- กัลยา สมมาตย์. (2550). *สภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรม การท่องเที่ยวปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว รวมทั้งเปรียบเทียบปัญหา และโอกาสทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดบัณฑิตวิทยาลัย, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2559). *สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. (Online). <http://library.ap.tu.ac.th/dublin.php?ID=13399126144>., 16 ตุลาคม 2562
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี. (2555). *ประวัติความเป็นมา*. (Online). <http://www.tatsuphan.net/Shistory.html>., 16 ตุลาคม 2562
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี. (2555). *งานนมัสการหลวงพ่อดโต*. (Online). <http://www.tatsuphan.net/Stradition.html> 1 มีนาคม 2563
- กรุงเทพธุรกิจ. (2557). *ททท.สุพรรณเปิดแผนตลาด ปี 58 ดึงนักท่องเที่ยวกลุ่ม AEC* (Online). <https://www.smethailandclub.com/news-2516-id.html>., 28 มกราคม 2563
- กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย. (2552). *มาตรฐานการส่งเสริมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: สำนักมาตรฐานการบริหารงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- กรวรรณ สังขกร. (2559). *การพัฒนาผลสัมฤทธิ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม กรณีศึกษา: เส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา*. ศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาภูมิภาควิทยา, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2554). *ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมาณของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชีวานันท์ วุฒิพันธ์. (2550). *ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้บริการโรงแรมประเภทเต็นท์ กรณีศึกษาเขาเขียว เอส ตา เต๋ รีสอร์ท จังหวัดชลบุรี*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการโรงแรมและภัตตาคาร, วิทยาลัยดุสิตธานี.
- ชนาธิป แห่งกระโทก. (2558). *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเยาวราช*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ดร.จิตติพันธ์ จันทรหอม. (2557). *การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ผ้าทอภูมิปัญญาของชาวไทยทรงดำ ในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ดร. ขวัญกมล ดอนขวา. (2557). *การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ตันติกร โคตรชาลี. (2557). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา พระธาตุประจำวันเกิด จังหวัดนครพนม*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- เทศบาลเมืองสุพรรณบุรี. (2560). *แผนพัฒนาท้องถิ่นสี่ปีเทศบาลเมืองสุพรรณบุรี พ.ศ. 2561 – 2564* (Online). <http://www.suphancity.go.th/pragad/10.02.60.pdf>., 2 มีนาคม 2563

- ธฤชวรรณ มาตกุล. (2556). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีสาน กรณีศึกษา วัดศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นางสาวประภาวี วงษ์บุตรศรี. (2556). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- นางสาวประภาวี วงษ์บุตรศรี. (2556). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- พยอม ธรรมบุตร. (2550). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต การจัดการวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มานิตย์ สิงห์ทองชัย. (2552). การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวบึงบอระเพ็ดที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชน. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- ศรัณพร ขวนเกริกกุล. (2561). กลยุทธ์การยกระดับการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองรอง จังหวัดสิงห์บุรี. บริหารธุรกิจ วิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยสยาม.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมहनุนตลาดไทยเที่ยวไทย. (Online). <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/>, 8 กุมภาพันธ์ 2563.
- ศศิพร บุญชู. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรร ในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจ ม ห า บั ณฑิต , มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศศิกานต์ กุลวานิช. (2553). การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน: กรณีศึกษา ชุมชนเมืองเทศบาลเมืองตะกั่วป่า อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต การปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศรินทิพย์ คาวาโนเบะ. (2554). แรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาอำเภอเมือง จังหวัดน่าน. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุรียรัตน์เตชาทวิวรรณ. (2550). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว:เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการจัดการ. ขอนแก่น. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สมเกียรติ ชัยพิบูลย์. (2552). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม อำเภอเมืองจังหวัดกำแพงเพชร. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

- สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์. (2561). นโยบายผลักดันนักท่องเที่ยวเดินทางจากเมืองหลักสู่เมืองรอง. สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ (Online). http://thainews.prd.go.th/th/news/print_news/, 8 กุมภาพันธ์ 2563
- หทัยชนก ฉิมบ้านไร่. (2557). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองจังหวัดน่าน. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อรรณพ เนตรทิพย์. (2552). การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในตำบลดงพญา อำเภอบ่อเกลือ จังหวัดน่าน. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต การบริหารและพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- อารียา พนมไพบ. (2558). ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โดยรรางเทศบาลนครเชียงราย ทุนวิจัยขนาดเล็ก (HRS). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 2700 – 1001. (2562). ความหมายของการท่องเที่ยว. (Online). <https://sites.google.com/site/xutsahkrmthxngtheiyw27001001/3-nak-thxng-theiyw/3-1-khwam-hmay-khxng-nak-thxng-theiyw.>, 16 ตุลาคม 2562.
- เอนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. (2554). จิตวิทยาบริการ *Service Psychology*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: อักษรสยามการพิมพ์. 17 มีนาคม 2563.
- Suphan.BIZ. (2519). คติโบราณ “ห้ามมิให้เจ้านายเสด็จไปเมืองสุพรรณ”. (Online). <http://www.suphan.biz/suphanhistory.htm>,. 16 ตุลาคม 2562.
- Welovesuphan. (2019). งานนมัสการหลวงพ่อดโต. (Online). <http://welovesuphan.com/th/>,. 16 ตุลาคม 2562.

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นปกติใหม่ (New Normal) เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านอีต่อง ตำบลปิหลอก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี

Tourism Management Guideline in New Normal for Sustainable Tourism of E-Tong Village, Pilok Subdistrict, Thong PhaPhum District, Kanchanaburi Province

Received 26 April 2022

Revised 29 April 2022

Accepted 25 August 2022

สุวิมล จันทอทัย, เขวีกา สุขเอี่ยม,

และนุชประวีณ์ ลิขิตศรีณย์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Suwimol Chanthothai, Khewika Sukiam,

and Nuchpravee Likitsarun

Kasetsart University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมต่อการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านอีต่อง สถานการณ์ปัจจุบันของหมู่บ้านอีต่อง และแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นปกติใหม่เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านอีต่อง ตำบลปิหลอก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวนทั้งสิ้น 15 คน โดยมีแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างจากการนำแนวคิดทฤษฎีด้านผลกระทบทางการท่องเที่ยว 3 ด้าน สถานการณ์ปัจจุบันของหมู่บ้านอีต่อง และทฤษฎีการจัดการสมัยใหม่ (POLC) ในการจัดการการท่องเที่ยว 4 ด้าน ผลการวิจัยด้านผลกระทบต่อการท่องเที่ยว พบว่า ด้านบวก คือ ชุมชนมีรายได้และอาชีพหลักจากการท่องเที่ยวและอยู่ร่วมกันแบบครอบครัว มีความสามัคคี ยังคงอนุรักษ์ไว้ซึ่งวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีผลิตภัณฑ์น้อยลง ผลกระทบด้านลบ พบว่า ภายหลังเกิดสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้รายได้และอัตราการจ้างงานลดลง ความสัมพันธ์ของคนในชุมชนลดน้อยลง งดการทำกิจกรรมรวมกลุ่ม และทรัพยากรทางธรรมชาติได้รับการฟื้นฟู ด้านสถานการณ์ปัจจุบันของหมู่บ้านอีต่อง พบว่า ชุมชนมีความพร้อมในด้านการท่องเที่ยว แต่ในด้านการเตรียมพร้อมปรับตัวด้านการท่องเที่ยวของชุมชนต่อสถานการณ์โควิด-19 พบว่า ยังมีบางด้านที่ยังต้องมุ่งเน้นในการพัฒนาเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น กระบวนการคัดกรองนักท่องเที่ยว การตรวจสอบไหม้ไลน์ของนักท่องเที่ยว และการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อให้เพียงพอต่อขีดความสามารถในการรองรับและสามารถดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัย ด้านแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นปกติใหม่เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า มีครบทุกองค์ประกอบ แต่ในแต่ละองค์ประกอบยังไม่เด่นชัด

ต้องเร่งพัฒนาโดยการให้ทุกภาคส่วนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องและแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการดูแล ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาคนักท่องเที่ยว โดยด้านการวางแผน ชุมชนควรเพิ่มแผนรองรับนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวในยุครีชีวิตปกติใหม่ ด้านการจัดการองค์กร ควรกำหนดแนวทางในการให้บริการนักท่องเที่ยวตามมาตรการกระทรวงสาธารณสุข (SHA) และกรมควบคุมโรค ด้านผู้นำ ผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการหมู่บ้าน และสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล ควรทำหน้าที่สื่อสารนโยบายต่างๆ ให้แก่ทุกภาคส่วนได้รับทราบและใช้มาตรการในการควบคุมกำกับดูแลทุกพื้นที่ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเว้นระยะห่างทางสังคม การจัดโซนพื้นที่ในการให้บริการ การควบคุมในเรื่องปริมาณของนักท่องเที่ยว และด้านการควบคุม ควรมีการจัดตั้งกลุ่มในการตรวจสอบการให้บริการของแต่ละธุรกิจให้เป็นไปตามมาตรการกระทรวงสาธารณสุข หากฝ่าฝืนควรมีบทลงโทษ

คำสำคัญ: ผลกระทบทางการท่องเที่ยว, การจัดการการท่องเที่ยว, ปกติใหม่, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, สถานการณ์ปัจจุบันของหมู่บ้านอีต่อง

Abstract

This research aims to study the economic, social, cultural and environmental impacts on tourism, the present situation, and the tourism management guideline in new normal for sustainable tourism of E-Tong Village, Pilok Subdistrict, Thong Pha Phum District, Kanchanaburi Province. This research used qualitative research method with in-depth interview using 15 key informants. The semi-structured interview was applied in this research by using the concept and theory of tourism impacts in 3 aspects, the present situation of E-Tong Village, and the Principles of Management (POLC) in 4 aspects of tourism management. The positive results on tourism impacts showed that the community's income and main job came from tourism and their people lived like family with unity. Moreover, they still preserved their own local culture and the pollution in their community decreased. However, the negative results showed that the COVID-19 pandemic caused their income and employment went down. The relationship between people in community declined, the group activities was banned and the natural resources were restored. Currently, E-Tong Village is ready for tourism. But the preparation of community's tourism adaptation to COVID-19 is found that some issues must be developed to support the tourists i.e., COVID-19 screening measures, tourist's timeline checking and restriction on tourist numbers to sufficiently support and take care of tourists in safety. About tourism management guideline in new normal for sustainable tourism, it shows that it contains all elements but they are not clear and must be developed quickly. All sectors such as public sector, private sector, community sector and tourist sector, need to participate

in and take responsibility for caring community. Regarding to planning, the community should increase a plan to support tourists in new normal era. For organizational management, guidelines to provide service for tourists should be set according to Ministry of Public Health's Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA) and Department of Disease Control's measures. As for the leader, village heads, village committees and members of Subdistrict Administrative Organization communicated policies to all sectors and applied measures to control and regulate all service areas involving tourism activities i.e., social distancing, service area zoning and restriction on tourist numbers. To control, it should establish a group for checking the service of each business if it operates in line with Ministry of Public Health's measures. If not, it should have penalty for that.

Keywords: Tourism Impact, Tourism management, New normal, Sustainable tourism, Tourism Current Situation of E-Tong Village Community

บทนำ

ขณะนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้สร้างผลตอบแทนให้กับระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ซึ่งเน้นการพัฒนาทางอุตสาหกรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ก่อให้เกิดการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ประโยชน์ทางการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์จนเกินขอบเขต ซึ่งการท่องเที่ยวนั้นสามารถเป็นได้ทั้งผู้สร้างและผู้ทำลายไปพร้อมกัน ส่งผลให้เกิดความเสื่อมโทรมและทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลาย วัฒนธรรมท้องถิ่นได้รับผลกระทบและยากต่อการปรับคืนสู่สภาพเดิมได้ นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 อย่างมาก ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมความเป็นอยู่ สาธารณสุข และส่งผลกระทบต่อด้านการท่องเที่ยวของไทยเป็นอย่างมาก ภายหลังจากมาตรการล็อกดาวน์ประเทศ นักท่องเที่ยวคำนึงถึงความปลอดภัยและเสี่ยงการออกเดินทางท่องเที่ยว ส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องต้องพบกับภาวะวิกฤติอย่างมาก แต่อย่างไรก็ดีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้ร่วมมือกันในการการควบคุมการระบาดของโควิด-19 ตามมาตรการความปลอดภัยของกระทรวงสาธารณสุข (สถาบันวัคซีนแห่งชาติ, 2563) โดยมีแนวทางปฏิบัติทั้งสำหรับสถานประกอบการและนักท่องเที่ยว และให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ควบคุมกำกับดูแล ควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว มีการเว้นระยะห่างทางสังคมที่เหมาะสม มีการคัดกรองและตรวจสอบไหม้ไลน์ของนักท่องเที่ยว มีจุดให้บริการล้างมือพร้อมสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์ จัดให้มีถังขยะสำหรับขยะติดเชื้อ เป็นต้น โดยปัญหาดังกล่าวนี้จะถูกแก้ไขได้ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน การนำ และการควบคุม เพื่อให้มีภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแผนรองรับในการปรับตัวสำหรับการให้บริการนักท่องเที่ยวในยุควิถีปกติใหม่อย่างยั่งยืน และส่งเสริมให้มีการพัฒนาภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ตระหนักและสร้างจิตสำนึกต่อการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติสู่ความยั่งยืน เพื่อชุมชนรุ่นหลังจะได้รับโอกาสและพึ่งพาอาศัยทรัพยากรธรรมชาติได้ใน

ภายภาคหน้า ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ที่มีเป้าหมายมุ่งสู่ความ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” โดยยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว ได้กำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2580 ไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาค (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

หมู่บ้านอีต่องเป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้านได้อย่างใกล้ชิด เคยเป็นเหมืองแร่ที่รุ่งเรืองในอดีต มีวิถีชีวิตการเป็นอยู่ที่เรียบง่าย เป็นชุมชนขนาดเล็ก มีอากาศเย็นสบายตลอดปี บรรยากาศของหมู่บ้านมีความเงียบสงบ เต็มไปด้วยความงดงามของธรรมชาติ และมีความหลากหลายทางเชื้อชาติและสัญชาติ ทำให้เกิดวัฒนธรรมที่แตกต่างที่ผสมผสานกันอย่างลงตัว อาทิ ไทย พม่า กระเหรี่ยง เป็นต้น (องค์กรบริหารส่วนตำบลปิ๊ลอก, 2561) ซึ่งนับว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงาม มีความน่าสนใจสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านอีต่องเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดรายได้และสร้างอาชีพให้กับคนในชุมชนท้องถิ่น จึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจสามารถพัฒนาตามแผนพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่า การท่องเที่ยวของหมู่บ้านอีต่อง ตำบลปิ๊ลอก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี อยู่ในขั้นของการพัฒนา (Development) เป็นระยะที่นักท่องเที่ยวเริ่มรู้จักและได้ยินชื่อเสียงความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวพอสมควร นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ในระยะนี้ผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวเริ่มก่อตัวขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของขยะมูลฝอยที่มากขึ้น ไม่มีพื้นที่จัดเก็บที่ดี ร้านอาหารและร้านขายสินค้าที่ระลึกเกิดขึ้นเรียงรายอย่างไม่เป็นระเบียบ นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมหลากหลายและเป็นไปในแนวทางที่ไม่ดี แต่อย่างไรก็ตาม จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวนั้น ทำให้ผลกระทบทางลบทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมย่อมก่อให้เกิดปัญหาการทำลายทรัพยากรทางธรรมชาติ ประสบปัญหาขยะ เกิดปัญหามลพิษ เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว และส่งผลกระทบแก่คนในชุมชนในระยะยาว

ดังนั้นคนในชุมชนจึงต้องมีความตระหนักต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวดังกล่าว เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านอีต่อง ตำบลปิ๊ลอก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี โดยมีประเด็นที่ต้องการศึกษา คือ 1) ผลกระทบของแหล่งท่องเที่ยว 3 ด้าน ประกอบไปด้วย ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อสามารถป้องกันก่อนจะเกิดปัญหาต่างๆ หรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน อันจะทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการกับนักท่องเที่ยวในรูปแบบปกติใหม่ได้อย่างแท้จริง 2) สถานการณ์ทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่เป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบปกติใหม่ (New Normal) ของหมู่บ้านอีต่อง ซึ่งได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ การปรับตัวของชุมชน และแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบปกติใหม่ (New normal) ให้ดำเนินไปในทิศทางที่ยั่งยืนสามารถบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ และชุมชนสามารถดำเนินชีวิตได้

ภายใต้ภาวะวิถีปกติใหม่ และนำไปสู่ 3) แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นปกติใหม่ (New Normal) เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านอิต้อง ตำบลปิล็อก อำเภอดงหลวง จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อให้ชุมชนสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้แข็งแรง มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 และเป็นไปตามนโยบายการพัฒนาประเทศใน 20 ปีข้างหน้า ควบคู่กับการยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุข (SHA) กรมควบคุมโรค และนโยบายของภาครัฐในการดำเนินการตามมาตรการความปลอดภัยในการเฝ้าระวังการติดเชื้อโรคระบาดโควิด-19

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมต่อการท่องเที่ยวภายในชุมชนของหมู่บ้านอิต้อง ตำบลปิล็อก อำเภอดงหลวง จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของหมู่บ้านอิต้อง ตำบลปิล็อก อำเภอดงหลวง จังหวัดกาญจนบุรี
3. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นปกติใหม่ (New Normal) เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของหมู่บ้านอิต้อง ตำบลปิล็อก อำเภอดงหลวง จังหวัดกาญจนบุรี

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เกณฑ์ที่เป็นตัวชี้วัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระดับสากลขององค์การการท่องเที่ยวโลกแล้ว ยังได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงตัวชี้วัดที่นำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดความยั่งยืน จากงานของ Roberts and Tribe (2008) ที่ได้พัฒนาตัวชี้วัดการดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดย่อมในประเทศสหราชอาณาจักร โดยตัวชี้วัดที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ 1) ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ เป็นลักษณะตัวชี้วัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ผลกำไรทางธุรกิจ การรื้อไหลทางการแลกเปลี่ยนของต่างชาติและความร่วมมือกันภายในประเทศ และคุณภาพของการจ้างงาน เป็นต้น 2) ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม เป็นลักษณะตัวชี้วัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การจัดการและการตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม ประสิทธิภาพทางพลังงาน ประสิทธิภาพของน้ำ การนำกลับมาใช้ใหม่ การจัดการขยะมูลฝอย การจัดการน้ำเสีย การจัดการผลกระทบด้านมลพิษ และการจัดการมลพิษทางทัศนียภาพ เป็นต้น และ 3) ความยั่งยืนทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นลักษณะตัวชี้วัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในด้านสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ ความเกี่ยวข้องของชุมชน สิทธิของผู้พักอาศัย ปฏิสัมพันธ์ของเจ้าของงานที่มีต่อนักท่องเที่ยว อาชญากรรมและการก่อการร้าย และการส่งเสริมวัฒนธรรม เป็นต้น

ดังนั้น หากสามารถนำแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้ง 3 มิติ ไปใช้ในการจัดการผลกระทบทางการท่องเที่ยว เพื่อให้คนในชุมชนตระหนักถึงผลกระทบต่อการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ก็จะนำมาซึ่งรูปแบบการพัฒนาที่นำไปสู่การเพิ่มผลกระทบทางบวก และการลดผลกระทบทางลบให้น้อยที่สุด ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม อันจะนำไปสู่การอนุรักษ์ทรัพยากรไปสู่รุ่นลูกหลาน การลดการทำลาย และการพัฒนาสู่ความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวที่แท้จริง

แนวคิดและทฤษฎีการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นปกติใหม่ (Tourism in New Normal)

จากสถานการณ์ในปัจจุบัน ที่เกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทำให้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมบริการในหลายภาคส่วน อาทิ ด้านธุรกิจที่พักแรม ด้านธุรกิจท่องเที่ยว ด้านธุรกิจร้านอาหาร ด้านธุรกิจการขนส่ง เป็นต้น ซึ่งสิ่งที่ทำให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจน คือ พฤติกรรมการดำรงชีวิตของคนในสังคม จึงก่อให้เกิดคำศัพท์ที่เป็นที่รู้จัก คือ คำว่า นิวนอร์มอล หมายถึง “ความปกติในรูปแบบใหม่” ปัจจุบันนี้มีการนำมาใช้ในหลายมิติมากขึ้น โดยเฉพาะด้านวิถีชีวิตใหม่ หลังโควิด-19 ที่ต้องปรับตัวกันทั้งโลก โดยสิ่งที่พบความเปลี่ยนแปลงด้านวิถีชีวิตใหม่ในสังคม ได้แก่ 1. การสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยก่อนออกจากบ้าน 2. การทำงานออนไลน์ Work from Home 3. การเรียนออนไลน์ 4. การจัดตั้งจุดคัดกรอง 5. มีจุดบริการเจลแอลกอฮอล์ก่อนเข้าร้านค้าต่าง ๆ 6. ร้านอาหารมีการจัดให้นั่งแยกโต๊ะ และการซื้ออาหารกลับ 7. การปรับตัวใช้ธุรกรรมออนไลน์ 8. การเว้นระยะในการเดินทางสาธารณะ และ 9. การใช้บริการส่งของถึงบ้าน (ไทยรัฐออนไลน์, 2563)

การท่องเที่ยวแบบนิวนอร์มอล (New Normal) ในยุคหลัง COVID-19 เป็นมาตรการสำคัญที่ทุกภาคส่วนด้านการท่องเที่ยวต้องใส่ใจ เราต้องเตรียมความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในวิถีนิวนอร์มอล (New Normal) โดยยกระดับมาตรการด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับด้านสาธารณสุข ใส่ใจเรื่องความสะอาด ถูกสุขอนามัย คำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ในการลดความเสี่ยงของการแพร่เชื้อโรค COVID-19 ที่อาจจะกลับมาแพร่ระบาดได้อีก รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจและรู้สึกว่าการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย นิวนอร์มอล (New Normal) สำหรับ 2 กลุ่ม มีดังนี้ (กรมการท่องเที่ยว, 2563)

1. สำหรับผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ ได้แก่ ตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย บันทึกประวัติผู้ให้บริการและผู้รับบริการหรือนักท่องเที่ยว สวมใส่หน้ากากอนามัยและถุงมือตลอดเวลา จัดให้มีสถานที่ล้างมือและจุดบริการแอลกอฮอล์ มีระบบจัดการขยะ และของเสียที่ถูกสุขอนามัย เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร กำหนดแนวเส้นการใช้บริการอย่างชัดเจน และเพิ่มความถี่ในการทำความสะอาด

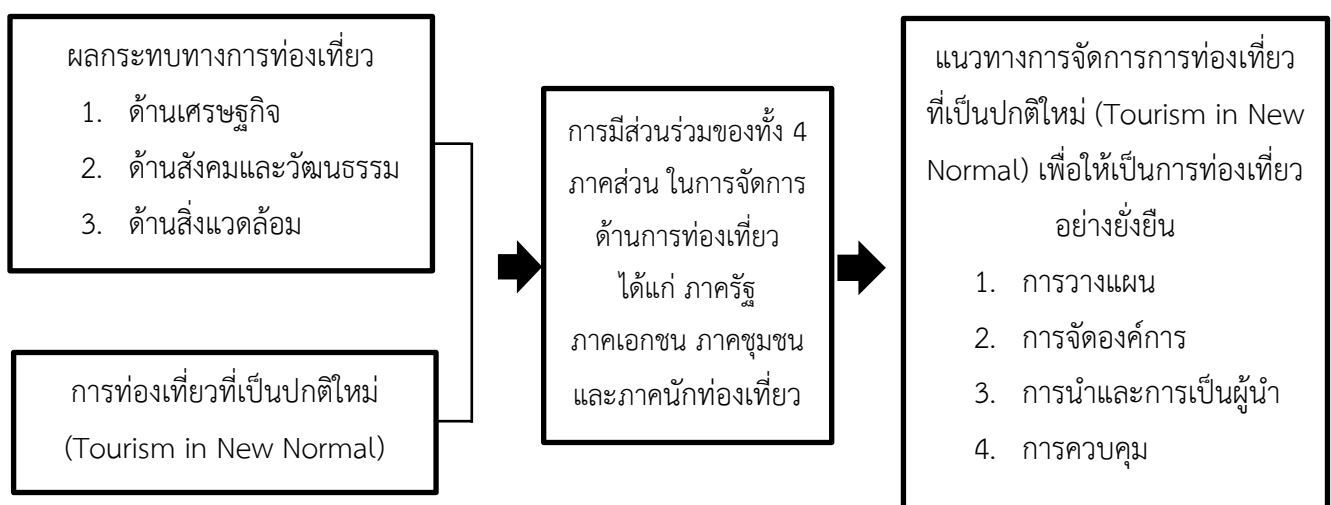
2. สำหรับนักท่องเที่ยว/ผู้รับบริการ ได้แก่ ตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย สวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร ล้างมือด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์บ่อยครั้ง และเปลี่ยนการชำระเงินด้วยเงินสดเป็นระบบโอนเงิน พร้อมเพย์ E-Wallet

ดังนั้น จากสถานการณ์ที่เกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้น จะก่อให้เกิดทฤษฎี New Normal ซึ่งจะเป็นความปกติรูปแบบใหม่ ที่จะมีผลกระทบอย่างมากกับสภาพเศรษฐกิจธุรกิจการตลาด ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว และธุรกิจอื่นๆ จากผลกระทบดังกล่าว จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการ จะต้องเตรียมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ด้วยการส่งมอบข้อมูลที่เชื่อถือได้ และการปรับตัวของธุรกิจเพื่อให้เข้ากับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบทางธุรกิจและการตลาดมากขึ้น และสามารถปรับตัวอยู่รอดได้ โดยการพลิกวิกฤติให้เป็นโอกาส ซึ่งจะสามารถดำเนินงานได้ต่อไปในสถานการณ์ปัจจุบันบนฐานของวิถีชีวิตในรูปแบบปกติใหม่ได้ในที่สุด

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ชุมชนสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการประเมินระดับความตระหนักต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวเพื่อนำไปใช้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. ชุมชน สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนหมู่บ้านอิต้องตำบลปลีลอก อำเภอนาทม จังหวัดน่าน เพื่อพัฒนาให้เป็นชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ชุมชนได้แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นปกติใหม่ (New Normal) เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ไปปรับใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนหมู่บ้านอิต้องตำบลปลีลอก อำเภอนาทม จังหวัดน่าน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวในชุมชน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนหมู่บ้านอิต้อง โดยเครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ขึ้นมาจากการทบทวนวรรณกรรม และนำผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ได้ มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ตรวจสอบยืนยันจากข้อมูลเอกสาร โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บและรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่ ตั้งแต่ขั้นตอนการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น การศึกษาผลกระทบต่อการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านอิต้อง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสังคมและวัฒนธรรม 3) ด้านสิ่งแวดล้อม (Roberts and Tribe, 2008) สถานการณ์ในปัจจุบันของหมู่บ้านอิต้อง (New Normal) และแนวทางการ

จัดการการท่องเที่ยวที่เป็นปกติใหม่ (New Normal) เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้ทฤษฎีการจัดการสมัยใหม่ (POLC) ในการจัดการการท่องเที่ยว 4 ด้าน ได้แก่ 1) การวางแผน 2) การจัดองค์การ 3) การนำและการเป็นผู้นำ 4) การควบคุม (Samuel, C., and Trevis, C., 2006)

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านอีต่อง ตำบลปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงที่พื้นที่ชุมชนหมู่บ้านอีต่อง และทำการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวและผู้ที่อยู่อาศัยภายในหมู่บ้านอีต่อง โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ออกเป็น 4 กลุ่ม อันได้แก่ คนในชุมชนท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน และนักท่องเที่ยว มีจำนวนทั้งหมด 15 คน ดังต่อไปนี้ 1) หน่วยงานภาครัฐ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านอีต่อง นายกองค์การบริหารส่วนตำบลปิล็อก เจ้าหน้าที่ตำรวจตระเวนชายแดน เจ้าหน้าที่ตำรวจ สภ. ปิล็อก 2) หน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 4 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านที่พัก ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการรถโดยสาร-รถเช่า และผู้ประกอบการร้านขายของที่ระลึก 3) คนในชุมชนท้องถิ่น โดยเลือกคนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านอีต่อง จำนวน 2 คน และ 4) นักท่องเที่ยว โดยเลือกนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในหมู่บ้านอีต่อง จำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยมีรายละเอียด 3 ส่วน 1) คำถามผลกระทบต่อการท่องเที่ยว จำนวน 3 ด้าน 2) สถานการณ์ปัจจุบันของหมู่บ้านอีต่อง และ 3) แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นปกติใหม่ เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4 ด้าน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจัดทำบันทึกภาคสนาม (Field Note) การสังเกต พร้อมทั้งจัดทำรายละเอียดจากการเก็บข้อมูล (Transcripts) และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสรุปใจความสำคัญ (Thematic Analysis) เพื่อตอบคำถามในการวิจัย โดยมีกระบวนการดังนี้ 1) วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกต ภาพถ่ายนำข้อมูลที่ได้นำจัดหมวดหมู่ให้ตรงประเด็นในการศึกษา 2) ตรวจสอบข้อมูลให้ถูกต้องและตีความข้อมูลให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ศึกษา และ 3) นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์และนำมาตรวจสอบข้อมูล เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวในรูปแบบปกติใหม่เพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) มาวิเคราะห์หาประเด็นที่คล้ายคลึงกัน และมีทิศทางเดียวกัน แล้วนำมาจัดเข้ากลุ่ม และเขียนข้อมูลเป็นข้อความเชิงบรรยายจัดทำข้อสรุปในแต่ละประเด็นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คือ ผลการวิเคราะห์ผลกระทบต่อการท่องเที่ยว 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ส่วนที่ 2 คือ ผลการวิเคราะห์สถานการณ์

ปัจจุบันของหมู่บ้านอีต่อง และส่วนที่ 3 คือ แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นปกติใหม่ (New Normal) เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของหมู่บ้านอีต่อง ตำบลปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี

ส่วนที่ 1 ผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ทั้ง 3 ด้าน ภายในชุมชนหมู่บ้านอีต่อง ตำบลปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี

1. ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ พบว่า ชุมชนหมู่บ้านอีต่อง เป็นชุมชนที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวจำนวนมาก เพราะด้วยความสวยงามของสถานที่และบรรยากาศที่ดีของชุมชน แต่หลังจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้หมู่บ้านและผู้ประกอบการโฮมสเตย์ต่างได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ต้องปิดหมู่บ้านเพื่อตอบรับมาตรการของรัฐ เพื่อยับยั้งการแพร่ระบาดเชื้อไวรัส โดยทยอยงดรับนักท่องเที่ยวตั้งแต่วันที่ 1-30 เมษายน 2563 (โอเอ็นบีนิวส์, 2563) ซึ่งการปิดล่อคควานนี้ส่งผลให้ชาวบ้านขาดรายได้ เนื่องจากรายได้หลักของหมู่บ้านมาจากการให้บริการด้านการท่องเที่ยว โดยในช่วงก่อนการเกิดโควิด-19 ชุมชนมีรายได้ที่ค่อนข้างมากและมีการกระจายรายได้กันอย่างทั่วถึง ด้วยวิธีการจ้างงานบุคคลในพื้นที่มาร่วมทำงานด้วย แต่หลังโควิด-19 ได้รับความเดือดร้อน พบว่า ชุมชนต้องปิดรับนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการสูญเสียรายได้ ในหมู่บ้านไม่มีอาชีพใหม่ที่เกิดขึ้นรวมทั้งอาชีพสำรองที่จะรองรับ ถึงแม้ว่าค่าครองชีพที่ชุมชนจะไม่สูง แต่ชาวบ้านจำเป็นที่จะต้องชำระหนี้สินที่ได้กู้ยืมมา ทำให้รายได้ที่มีอยู่ไม่เพียงพอ

2. ผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า สังคมชุมชนหมู่บ้านอีต่อง เป็นหมู่บ้านขนาดเล็กอยู่ติดกับริมชายแดนประเทศเมียนมาร์ มีการรวมกลุ่มกันของโฮมสเตย์ภายในหมู่บ้าน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและหาแนวทางการปฏิบัติของโฮมสเตย์ไปในทางเดียวกัน ด้านวัฒนธรรมส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับศาสนาพุทธ ทำให้ชาวไทยและชาวเมียนมาร์สามารถเกิดวัฒนธรรมร่วมกัน เช่น การทำบุญตักบาตร เกิดการเปลี่ยนแปลงจากหมู่บ้านเหมืองแร่กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวท่ามกลางธรรมชาติ แหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมพื้นบ้านที่เรียบง่าย ยังคงไว้ซึ่งความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ในอดีตเป็นพื้นที่ที่มีความเจริญรุ่งเรืองจากการทำเหมืองแร่ดีบุก แต่ในปัจจุบันพื้นที่นั้นมีสภาพทรุดโทรมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและภาพลักษณ์ แต่อย่างไรก็ดีจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ต้องปิดหมู่บ้านเพื่อตอบรับมาตรการของรัฐ ซึ่งภายหลังจากมาตรการผ่อนคลายชุมชนก็สามารถกลับมาให้บริการนักท่องเที่ยว เริ่มมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน แต่ต้องมีการปรับตัวตามนโยบายของภาครัฐและกระทรวงสาธารณสุข (SHA) หากมองถึงความยั่งยืนทางสังคมและวัฒนธรรมของหมู่บ้านอีต่อง คือ การนำธรรมชาติดั้งเดิมที่มีอยู่มาทำเป็นจุดท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยที่ไม่มีการทำลายธรรมชาติ มีการดำรงรักษามรดกทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหมู่บ้านอีต่องกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว ชาวบ้านในหมู่บ้านก็มีการปรับตัวตาม คือ การนำการท่องเที่ยวมาเป็นส่วนขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น สร้างอาชีพและรายได้ให้กับครอบครัว โดยการนำการท่องเที่ยวมาขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่นหรือ Supporting Local ซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่คนในชุมชน

3. ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ชุมชนหมู่บ้านอีต่องมีการดูแลรักษาอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยคนในชุมชน เช่น มีการปลูกต้นไม้ การไม่ตัดไม้ทำลายป่า ช่วยกันรักษาความสะอาด หลังจากหมู่บ้านได้รับความนิยมในการเข้ามาท่องเที่ยวเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเล็กน้อย เช่น มลพิษทาง

อากาศและปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้น ในส่วนผลกระทบจากสถานการณ์ โควิด-19 พบว่าส่งผลกระทบด้านบวก ทำให้ธรรมชาติและระบบนิเวศได้รับการฟื้นฟู มลพิษทางอากาศและขยะมีจำนวนน้อยลง นอกจากนี้จากการศึกษาความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า มีทรัพยากรหลายอย่างที่คนในหมู่บ้านร่วมกันใช้และร่วมกันอนุรักษ์ จึงมีการประชุมร่วมกันเพื่อวางแผนอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ดังนั้นสถานที่ใดที่มีการพัฒนา กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวย่อมก่อให้เกิดผลกระทบขึ้นทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่คนในหมู่บ้านคำนึงถึง คือ เรื่องของขยะที่เพิ่มมากขึ้น และการไม่นำเทคโนโลยีหรือสิ่งทีก่อให้เกิดมลพิษมาใช้ในหมู่บ้านหรือนำเข้ามาใช้ให้น้อยมากที่สุด เช่น เครื่องทำน้ำอุ่นที่ใช้เป็นแบบเตาแก๊สแทนแบบไฟฟ้า และหมู่บ้านนี้ยังมีการจำกัดปริมาณการใช้ไฟฟ้าเพราะต้องปันไฟใช้แบ่งกันทั้งหมู่บ้าน ดังนั้นปัญหาผลกระทบจากการการท่องเที่ยวในชุมชนไม่สามารถแก้ไขได้ด้วยการอนุรักษ์ของคนในชุมชนเพียงอย่างเดียวแต่จำเป็นต้องสร้างการเรียนรู้ ให้ความรู้ และทำให้นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึงการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อก่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและการรักษาความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ก็จะเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนได้

ส่วนที่ 2 สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันของหมู่บ้านอิต้อง

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนในยุคปกติใหม่ (New normal) ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนอิต้อง นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยเป็นอย่างมาก ส่งผลให้ในช่วงระยะเวลาแรกที่มีการแพร่ระบาดของโควิด-19 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว ณ หมู่บ้านอิต้องลดลงเป็นจำนวนมาก เนื่องจากต้องการป้องกันการติดเชื้อและรักษา ระยะห่างตามมาตรการที่ทางรัฐบาลและกระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดไว้ แต่เมื่อเวลาผ่านไปสถานการณ์การระบาดของโควิดดีขึ้น รัฐบาลเริ่มประกาศให้มีการเดินทางท่องเที่ยวได้ แต่ต้องรักษาความปลอดภัยและรักษาระยะห่าง นักท่องเที่ยวจึงเริ่มเดินทางท่องเที่ยวอีกครั้ง โดยให้ความสำคัญกับด้านสุขอนามัยและการรักษาความสะอาดมากขึ้น ดังนั้นผลกระทบจากโควิด-19 ส่งผลต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันของหมู่บ้านอิต้อง ทำให้ชุมชนไม่มีรายได้ในช่วงที่นักท่องเที่ยวไม่กล้าออกเดินทาง เศรษฐกิจของหมู่บ้านแย่ลง และจำเป็นต้องมีการปรับตัวหลายอย่างเพื่อให้สามารถเปิดหมู่บ้านต้อนรับนักท่องเที่ยวได้ โดยหมู่บ้านอิต้องมีการปรับตัวและการเตรียมความพร้อมกับสถานการณ์โควิดในปัจจุบัน พบว่า ในช่วงระยะแรก ทางชุมชนได้มีการตั้งด่านตรวจเป็นด่านใหญ่ เพื่อคุมเข้ม และคัดกรองนักท่องเที่ยวที่จะเข้าไปภายในหมู่บ้านอิต้อง มีการตรวจใช้ชกประวัติ เป็นต้น แต่เมื่อสถานการณ์ดีขึ้น พบว่า ทางชุมชนได้มีการยกเลิกด่านตรวจดังกล่าวไป เหลือเพียงจุดคัดกรองเล็กๆ ก่อนเข้าที่พัก และมีเจลแอลกอฮอล์ไว้บริการบริเวณร้านอาหาร จะเห็นได้ว่าหมู่บ้านอิต้องมีการปรับตัวและเตรียมความพร้อมกับสถานการณ์โควิดในปัจจุบันแต่ยังทำได้ไม่ดึ้นัก โดยสังเกตจากการยกเลิกด่านตรวจที่เร็วเกินไป และถึงแม้จะมีการบริการแอลกอฮอล์บริเวณจุดต่างๆ มีป้ายขอความร่วมมือในการใส่หน้ากากอนามัย แต่ไม่ได้มีการประกาศและบังคับใช้อย่างจริงจัง เช่น พ่อค้าแม่ค้าบางส่วนไม่ใส่หน้ากากอนามัย ไม่มีการเว้นระยะห่างตามมาตรการการรักษาความปลอดภัย เนื่องจากทางชุมชนยังมีการรับ

นักท่องเที่ยวแบบไม่จำกัด และยังขาดการจัดเตรียมอุปกรณ์ในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มทำงานที่บ้าน (work from home) เป็นต้น

ส่วนที่ 3 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นปกติใหม่ (New Normal) เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากการสัมภาษณ์ทั้ง 4 ด้าน พบว่า **ด้านการวางแผน (Planning)** ทางชุมชนก็ต้อง มีการวางแผนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนควบคู่กันไปกับแผนพัฒนาหมู่บ้าน โดยเน้นในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐาน และมีการวางแผนการท่องเที่ยวควบคู่กับนโยบายด้านสาธารณสุขเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวยุคปกติใหม่ โดยกำหนดแนวปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ในส่วนของผู้ประกอบการ มีการวางแผนกำหนดรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสมในยุคโควิด-19 และด้านชุมชนร่วมวางแผนกำหนดกฎระเบียบการท่องเที่ยวในหมู่บ้าน

ด้านการจัดองค์การ (Organizing) ในช่วงแรกของสถานการณ์โควิด-19 ชุมชนก็ต้องได้มีการจัดตั้งจุดคัดกรองตรวจสอบไหม้ไลน์ของนักท่องเที่ยว แต่ภายหลังมาตรการล็อกดาวน์ได้ยกเลิกในส่วนนี้ไป ในด้านกลุ่มผู้ประกอบการ มุ่งเน้นจัดการด้านสุขอนามัยของบุคลากรตามมาตรฐานด้านสุขอนามัย SHA มีการจัดตั้งกลุ่มในการดูแลนักท่องเที่ยว 2 กลุ่ม คือ กลุ่มโฮมสเตย์และกลุ่มรถโดยสารนำเที่ยว โดยผู้ใหญ่บ้านทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎระเบียบการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน เช่น วัดไข้ สวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา เว้นระยะห่างระหว่างบุคคล ล้างมือด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์บ่อยครั้ง เป็นต้น แต่อย่างไรก็ดียังพบว่าผู้ประกอบการหลายที่ยังขาดความเข้มงวดในการปฏิบัติ

ด้านการเป็นผู้นำ (Leading) ผู้นำกลุ่มหลักภายในหมู่บ้านก็ต้อง ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการหมู่บ้าน และสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล แต่โดยส่วนมากการเป็นผู้นำหลักของชุมชนจะอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของผู้ใหญ่บ้านเป็นหลักภายใต้ความรับผิดชอบของผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทางสังคมและวัฒนธรรมทางด้านบวกและด้านลบ เนื่องจากชาวบ้านให้ความเคารพและรับฟังผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งมักจะมีการสื่อสารกับชุมชนและนักท่องเที่ยวผ่านการประชาสัมพันธ์เสียงเรียกตามสายของหมู่บ้าน เพื่อให้ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎระเบียบการท่องเที่ยวของหมู่บ้านและ

ด้านการควบคุม (Controlling) ชุมชนก็ต้อง มีการดำรงชีวิตแบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ในการควบคุมดูแลให้ชุมชนเป็นไปในทิศทางเดียวกันนั้นเป็นหน้าที่ของของผู้ใหญ่บ้าน โดยควบคุมให้ชาวบ้านทุกคนปฏิบัติตามมาตรการความปลอดภัย ส่วนเจ้าหน้าที่ตำรวจจะร่วมดูแลความปลอดภัยในทุกจุดของชุมชนเพื่อเลี่ยงการเกิดเหตุการณ์ไม่ปกติ เช่น อาชญากรรม การลักทรัพย์ ปัญหาด้านยาเสพติด เป็นต้น และชุมชนจะมีการประชุมกันทุกวันที่ 5 ของเดือน ซึ่งผู้ใหญ่บ้านจะนำข้อกำหนด หรือเอกสารต่างๆ ทางราชการมาชี้แจงให้คนในชุมชนได้ทราบ และร่วมกันแก้ปัญหาต่างๆ

การอภิปรายผล

ประเด็นที่ 1 ผลกระทบทางการท่องเที่ยวของหมู่บ้านที่ต้อง ตำบลปิล็อก อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี

1. **ด้านเศรษฐกิจ** พบว่า แต่เดิมชุมชนมีรายได้ส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยว เนื่องจากคนในชุมชนประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยวเป็นหลัก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Erkus-Ozturk (2010) ศึกษาเรื่อง

Planning of Tourism Development: The Case of Antalya พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเติบโตในด้านการลงทุน การจ้างงานและการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศตุรกี เป็นผลเนื่องมาจากนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวใน Antalya ก่อให้เกิดผลกระทบทางบวกในด้านเศรษฐกิจและเกิดการพัฒนามีประสิทธิภาพ แต่เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 นั้น ส่งผลกระทบต่อคนในชุมชน เนื่องจากรายได้ส่วนใหญ่มาจากการท่องเที่ยว และมีการว่างงานเกิดขึ้น ในส่วนการปรับตัวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวยุคโควิด ต้องนำแนวปฏิบัติตามมาตรการกระทรวงสาธารณสุข (SHA) มาใช้ในชุมชน ดังนั้นสิ่งที่ชุมชนต้องมีการปรับตัว ในช่วงที่ไม่มีนักท่องเที่ยว อาจมีการรวมกลุ่มพัฒนาด้านการผลิตสินค้าของชุมชน หรือหันไปทำอาชีพพอกผ้า รับจ้างทั่วไป เกษตรกร เพื่อสร้างรายได้ระหว่างที่ไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในชุมชน สอดคล้องกับผลการวิจัยของอนุมล อนุสนธิ์พัฒน์ (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤต โควิด 19 (Coronavirus Disease 2019) ในประเทศไทย พบว่า แม้สถานการณ์โควิด-19 จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แต่ผู้ประกอบการต้องปรับตัวในการปรับเปลี่ยนบริการในรูปแบบวิถีปกติใหม่ โดยเน้นเรื่องสุขภาพ ความสะอาด และความปลอดภัยมากขึ้น

2. ด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า หมู่บ้านอิต้องมีการต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ดำรงประจำพื้นที่ทำหน้าที่ดูแลความปลอดภัยให้แก่ชุมชน ปัจจุบันหมู่บ้านอิต้อง เป็นที่อาศัยของของหลายชนชาติ สองสัญชาติหลักคือ ไทย-พม่า จึงมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทำให้เกิดความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกับชาวพื้นเมือง อาจจะทำให้เกิดปัญหาสังคมเกิดขึ้น ไม่ว่าทางด้านอาชญากรรม หรือการประทุพติผิดทางด้านศีลธรรม สอดคล้องกับงานของ Jovicic, D. Z. (2014) ศึกษาเรื่อง Key Issues in the Implementation of Sustainable Tourism. Current Issues in Tourism พบว่า การเติบโตของการท่องเที่ยวภายในพื้นที่จากการพัฒนาการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่น เกิดความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม ส่งผลให้มีการสร้างจริยธรรมให้เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยว การปลูกฝังนักท่องเที่ยวให้มีการรับรู้และให้ความเคารพต่อคนในชุมชน นอกจากนี้สถานการณ์โควิด-19 ส่งผลให้เกิดรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนลดน้อยลง เนื่องจากต้องรักษาระยะห่างทางสังคม งดการรวมกลุ่ม เป็นต้น สิ่งที่ชุมชนควรปรับตัว คือ ระหว่างที่ไม่มีนักท่องเที่ยว ยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัยของชุมชนควบคู่ไปกับด้านสาธารณูปโภคของชุมชน

3. ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า สภาพอากาศก็ยังคงดีอยู่เหมือนเดิม เนื่องจากตั้งอยู่บนภูเขาสูง และยังสามารถเห็นหมอกได้ตลอดเกือบทั้งปี ในส่วนสถานการณ์โควิด-19 นั้น ส่งผลกระทบด้านบวก เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่ลดน้อยลง ทำให้ธรรมชาติและแหล่งน้ำได้ฟื้นฟูตัวเองอย่างเต็มที่ มลพิษทางอากาศของชุมชนน้อยลง สอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณพล ศิริเวชพันธุ์ (2565) ศึกษาเรื่องศักยภาพในการปรับตัวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ภายใต้สถานการณ์ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019: กรณีศึกษากันเมืองจันทร์ อำเภอกันเมืองจันทร์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในสถานการณ์โควิด มลพิษทางอากาศของชุมชนน้อยลง ดังจะเห็นได้จากฝุ่น คvdn ละอองตาม สถานที่ต่างๆ ลดลง ซึ่งมีผลดีต่อชุมชนทั้งมลภาวะทางอากาศและทางเสียง สิ่งที่ชุมชนควรปรับตัว คือ การรณรงค์ให้คนในชุมชนหันมาอนุรักษ์ทรัพยากรด้านสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น เช่น การทิ้งขยะเป็นที่ มีการคัดแยกขยะที่เป็นระบบ

โดยเฉพาะขยะติดเชื้อ ต้องมีถุงแยกใส่ และมีวิธีการจัดที่ถูกต้อง การไม่ตัดไม้ทำลายป่า การปลูกต้นไม้เพิ่มเติม เป็นต้น อันจะส่งผลให้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมในชุมชนไม่เกิดความเสื่อมโทรมและคงอยู่กับชุมชนได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อินัฐตา พิมพ์พวง (2560) พบว่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ปัญหาขยะมูลฝอย ปัญหาทรัพยากรน้ำ ปัญหาการจราจรทางบก และปัญหาด้านการวางผังเมืองของชุมชน ปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพในด้านลบ แต่หากมีการจัดการที่ดีก็จะส่งผลดีต่อชุมชน

ประเด็นที่ 2 สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันของหมู่บ้านอีต่อง

ชุมชนหมู่บ้านอีต่อง ด้านการปรับตัวในด้านการจัดการด้านมาตรการความปลอดภัยต่อสถานการณ์โควิด-19 และด้านผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร ที่พัก ขนส่ง ดำเนินการตามมาตรการข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัย ในการคัดกรอง ล้างมือ สวมหน้ากากอนามัย และใช้หลักการเว้นระยะห่างทางสังคม รวมถึงมีการปรับเปลี่ยนการท่องเที่ยวเป็นแบบ New normal ยกกระดานการท่องเที่ยวควบคู่กับด้านสาธารณสุข พบว่าทั้ง 2 ด้านนี้ ชุมชนยังทำได้ไม่คืบหน้า เนื่องจากแต่เดิมในช่วงแรกชุมชนได้มีจุดคัดกรองนักท่องเที่ยวทุกคนก่อนจะเดินทางเข้ามาเที่ยวในหมู่บ้าน แต่ภายหลังมาตรการผ่อนคลายชุมชนได้ยกเลิกจุดนี้ไป ซึ่งถือว่าเป็นการเปิดช่องให้นักท่องเที่ยวที่มีความเสี่ยงเข้ามาในชุมชน และมีผู้ประกอบการหลายราย ยังขาดการดำเนินการตามมาตรการข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัยอย่างเคร่งครัด เช่น ไม่มีการวัดไข้การคัดกรอง ไม่มีเจลแอลกอฮอล์ในการให้บริการตามจุดต่างๆ พ่อค้าแม่ค้า ไม่สวมหน้ากากอนามัย เป็นต้น ในส่วนของที่พัก หรือบริการรถโดยสารขนส่ง นักท่องเที่ยว ไม่มีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว ทำให้ไม่ปฏิบัติตามมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม นอกจากนี้ พบว่าชุมชนยังไม่มีมีการปรับรูปแบบการให้บริการให้แหล่งท่องเที่ยวกลายเป็นสถานที่พักผ่อนและแหล่งที่ทำงาน เช่น ที่พัก ร้านค้า หรือจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว (Work from Home) เช่น การจัดเตรียมโต๊ะ เก้าอี้ ปลั๊กเสียบ สำหรับอำนวยความสะดวกในการทำงานให้แก่ลูกค้า ซึ่งหากชุมชนสามารถจัดหาอำนวยความสะดวกเหล่านี้ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ อาจทำให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการอยู่ในชุมชนนานมากขึ้น ด้านการพัฒนาหรือปรับตัวแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว หลังจากที่ชุมชนได้รับผลกระทบโควิด พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวยังคงเดิม ไม่ได้มีการพัฒนารูปแบบกิจกรรมอะไรที่แตกต่างจากช่วงก่อนเกิดโควิด-19 มีเพียงแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่ปิดตัวลง ไม่เปิดให้เข้าชม ดังนั้นหากคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวร่วมมือร่วมใจกันในการปฏิบัติตามมาตรการความปลอดภัย ก็จะเกิดผลดีนำมาซึ่งการปรับตัวในการอยู่ร่วมกันได้บนรูปแบบการใช้ชีวิตในรูปแบบวิถีปกติใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภิสฐา ธารารัตนสุวรรณ (2563) ทำการศึกษาเรื่อง ผลกระทบเชื้อไวรัส COVID-19 ต่อวิกฤตการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยส่งผลให้ธุรกิจอย่างเช่น สายการบิน เครื่องโรงแรม และบริษัททัวร์ รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่างได้รับผลกระทบอย่างมาก ภาครัฐออกมาตรการดูแลและเยียวยาทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อลดผลกระทบและเสริมสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการและหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 คลี่คลายลง ควรฟื้นฟูการท่องเที่ยว กระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ สร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภค กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการใช้จ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น กระตุ้นไทยเที่ยวไทย ด้วยรูปแบบ

การเดินทางท่องเที่ยวที่ปลอดภัยต่อสุขภาพและบริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

ประเด็นที่ 3 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นปกติใหม่ (New Normal) เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านอีต่อง ตำบลปิล็อก อำเภอดงหลวง จังหวัดกาญจนบุรี

1. **ด้านการวางแผน (Planning)** ทางชุมชนอีต่อง ได้มีการวางแผนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนระหว่างแผนพัฒนาหมู่บ้าน โดยทำร่วมกับกลุ่มองค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีระยะเวลาของแผนคือระยะเวลา 1 ปี และแผน 3 ปี ที่จะมีการประชุมทำแผนกันในทุกๆ ปี จะเป็นในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐานในด้านใช้ไฟฟ้า เนื่องจากภายในหมู่บ้านไฟฟ้าไม่เพียงพอต่อการใช้ โดยแผนด้านการท่องเที่ยวจะยึดหลักการปฏิบัติตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุข (SHA) เพื่อนำไปสู่ความปลอดภัยของชาวบ้านและความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณพล ศิริเวชพันธุ์ (2565) ศึกษาเรื่องศักยภาพในการปรับตัวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ภายใต้สถานการณ์ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019: กรณีศึกษาบ้านเมืองจันทร์ อำเภอมะนัง จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า การดำเนินการของชุมชนหนองสนนั้นได้นำมาตรฐานความปลอดภัยด้าน สุขอนามัย (SHA) มาประยุกต์ใช้ ซึ่งมุ่งเน้นองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ด้านผู้ประกอบการ ด้านผู้ให้บริการ และ ด้านผู้รับบริการ

2. **การจัดองค์การ (Organizing)** ในช่วงแรกของสถานการณ์โควิด-19 ด้านชุมชนอีต่องได้มีการจัดตั้งจุดคัดกรองตรวจสอบไข้ของนักท่องเที่ยว แต่ภายหลังมาตรการล็อกดาวน์ก็ได้ยกเลิกไป ด้านกลุ่มผู้ประกอบการในชุมชน มุ่งเน้นจัดการด้านสุขอนามัยของบุคลากรและมีการจัดตั้งกลุ่มในการดูแลนักท่องเที่ยว คือ กลุ่มโฮมสเตย์และกลุ่มรถโดยสารนำเที่ยว โดยมีผู้ใหญ่บ้านทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎระเบียบการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน แต่อย่างไรก็ดีก็ยังพบว่าผู้ประกอบการหลายที่ยังขาดความเข้มงวดในการปฏิบัติ เช่น ไม่มีการวัดไข้ ไม่ให้บริการแอลกอฮอล์ และไม่สวมใส่หน้ากาก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ที่ไม่ดีในเรื่องของความปลอดภัยในมุมมองของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของซึ่ง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของบุญสมหญิง พลเมืองดี และคณะ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องโครงการแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนสามเรือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ตำบลสามเรือนมีแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติที่สมบูรณ์เหมาะแก่การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนที่คงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิม ส่วนจุดอ่อนของชุมชนประชาชนยังขาดความรู้ในด้านการท่องเที่ยว และชุมชนขาดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน

3. **การเป็นผู้นำ (Leading)** ผู้นำกลุ่มหลักภายในหมู่บ้านอีต่อง ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการหมู่บ้าน และสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งผู้นำจะใช้การสื่อสารกับชุมชนและนักท่องเที่ยวผ่านการประชาสัมพันธ์เสียงเรียกตามสายของหมู่บ้าน เพื่อให้ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎระเบียบการท่องเที่ยวของหมู่บ้านตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) สอดคล้องกับผลงานวิจัยของไททัศน์ มาลา (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องการคงอยู่ของกำนันผู้ใหญ่บ้านในบริบทของการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น พบว่า บทบาททางสังคมของกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน มีความสำคัญต่อประชาชนในฐานะผู้นำตามธรรมชาติแบบ

บารมี โดยมีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้ประสานเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐกับประชาชนและผู้นำทางจิตวิญญาณในระดับชุมชน

4. การควบคุม (Controlling) ภายในชุมชนก็ต้อง มีการดำรงชีวิตแบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ในการควบคุมดูแลให้ชุมชนเป็นไปในทิศทางเดียวกันนั้นส่วนใหญ่เป็นหน้าที่หลักของผู้ใหญ่บ้านที่จะ ควบคุมให้ชาวบ้านทุกคนปฏิบัติตามมาตรการความปลอดภัย โดยหากมีสิ่งของที่ผิดปกติหรือต้องได้รับการแก้ไขจะต้องนำเข้าสู่ที่ประชุม เพื่อติดตามการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน นอกจากนี้ยังมีในส่วนของเจ้าหน้าที่ตำรวจที่จะร่วมควบคุมดูแลความปลอดภัยในทุกจุดของชุมชน เพื่อเลี่ยงการเกิดเหตุการณ์ไม่ปกติ เช่น อาชญากรรม การลักทรัพย์ ปัญหาด้านยาเสพติด เป็นต้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุวิมล จันททัย (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่องความตระหนัก การมีส่วนร่วม และขีดความสามารถที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา: ภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า คนในชุมชนท้องถิ่นเล็งเห็นถึงความสำคัญของการตรวจสอบและการควบคุมเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ หากการดำเนินงานพบปัญหาที่สามารถแก้ไขได้ทันทีอย่างทันท่วงที รวมถึงการนำผลของการติดตามไปพัฒนาหรือปรับปรุงให้ยิ่งขึ้นได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอในการจัดการผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน 3 ด้าน ได้แก่ **ด้านเศรษฐกิจ** ในช่วงที่ไม่มีนักท่องเที่ยว อาจจะมีการรวมกลุ่มคนในชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างรายได้ทดแทน นำเอาสินค้าทางการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน อาทิเช่น ของฝากที่ระลึก ตะเกียง ปายไม้ ขนม มาจัดทำแพคเกจ และเปิดขายช่องทางออนไลน์ หรือหันไปทำอาชีพทอผ้า รับจ้างทั่วไปเกษตรกร เพื่อสร้างรายได้ระหว่างที่ไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในชุมชน นอกจากนี้ ชุมชนอาจต้องเข้าร่วมนโยบายและการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น การจัดแคมเปญกระตุ้นการท่องเที่ยว การให้สิทธิพิเศษแก่ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจในชุมชน **ด้านสังคมและวัฒนธรรม** ผู้ใหญ่บ้านควรสร้างความเข้าใจให้แก่คนในชุมชนในการปรับตัวใช้ชีวิตตามวิถีปกติ ปราศจากความวิตกกังวล ประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกในชุมชนปฏิบัติตามคำแนะนำของกระทรวงสาธารณสุข เข้าร่วมอบรมเรื่องของสุขอนามัย นอกจากนี้ระหว่างที่ไม่มีนักท่องเที่ยว อาจจะมุ่งเน้นไปในด้านปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในชุมชน อาทิเช่น ถนนหนทาง ระบบอินเทอร์เน็ต ไฟฟ้า น้ำประปา สถานที่จอดรถ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่จะเข้ามาภายหลังการระบาคคลีคลายลงและพยายามผลักดันชุมชนให้เข้าสู่มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) **ด้านสิ่งแวดล้อม** ควรมีการรณรงค์ให้คนในชุมชนหันมาอนุรักษ์ทรัพยากรด้านสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น เช่น การไม่ทิ้งขยะไม่เป็นที่ มีการคัดแยกขยะที่เป็นระบบ โดยเฉพาะขยะติดเชื้อ ต้องมีถุงแยกใส่ และมีวิธีกำจัดที่ถูกต้อง การไม่ตัดไม้ทำลายป่า การปลูกต้นไม้เพิ่มเติม และการเคารพกฎระเบียบในการใช้ประโยชน์ร่วมกัน อันจะส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนไปสู่แนวทางในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันของหมู่บ้านที่ต้อง ชุมชนควรมีการปรับตัวให้ทันในยุคปกติใหม่ (New normal) เช่น มีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่ดี ดำเนินการตาม

มาตรการข้อปฏิบัติด้านสุขอนามัยในการคัดกรอง ล้างมือ สวมหน้ากากอนามัย และใช้หลักการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) อย่างเคร่งครัด เข้มงวดในการตรวจสอบไทม์ไลน์ของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาจากพื้นที่เสี่ยง ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเชื่อมั่นและไว้วางใจในความความปลอดภัยของชุมชน นอกจากนี้ควรปรับตัวในด้านการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม work from home ในส่วนของที่พักหรือบริการรถโดยสารขนส่งนักท่องเที่ยว ควรกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เป็นไปตามมาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม และควรมีการพัฒนาารูปแบบกิจกรรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในยุคปกติใหม่ (New normal)

3. ข้อเสนอแนะในด้านแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่เป็นปกติใหม่ (New Normal) เพื่อให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหมู่บ้านอีต่อง ตำบลปิล็อก อำเภอดงหลวง จังหวัดกาญจนบุรี แบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1) ด้านการวางแผน (Planning) ในส่วนภาครัฐ ควรวางแผนออกรองรับนักท่องเที่ยวยุคปกติใหม่ (New Normal) โดยกำหนดมาตรการนโยบายร่วมกับกระทรวงสาธารณสุขสำหรับเป็นแนวปฏิบัติแก่ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว **ภาคเอกชน** ผู้ประกอบการในชุมชนควรวางแผนกำหนดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวและรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสมกับสถานการณ์การท่องเที่ยวแบบปกติใหม่และวางแผนการทำกิจกรรมแยกสำหรับกลุ่มเสี่ยง อาทิ เด็ก ผู้สูงอายุ หรือกลุ่มผู้มีโรคประจำตัว เป็นต้น **ภาคชุมชน** ควรวางแผนจัดการแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวตามขีดความสามารถเชิงพื้นที่ของชุมชน กำหนดกฎระเบียบการท่องเที่ยวในหมู่บ้านร่วมกับภาคเอกชน และวางแผนฉุกเฉินในการรับมือหากเกิดเหตุการณ์ไม่ปกติกับผู้ป่วยในชุมชนและนักท่องเที่ยว ในการเคลื่อนย้าย ส่งต่อ หรือประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง **ภาคนักท่องเที่ยว** ควรวางแผนการเดินทางโดยต้องได้รับวัคซีนอย่างน้อย 2 เข็ม เตรียมหลักฐานสำหรับยืนยันที่จุดคัดกรอง ซึ่งก่อนเดินทางจะต้องทำการจองในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน เช่น ที่พัก กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น และควรวางแผนเดินทางท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก 3-5 คน งดการท่องเที่ยวแบบรวมกลุ่มใหญ่

2) ด้านการจัดองค์การ (Organizing) ในส่วนภาครัฐ ควรประสานงานร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข กรมควบคุมโรค กรมอนามัยท้องถิ่น ในการแบ่งหน้าที่การทำงานระหว่างกันตามภารกิจของหน่วยงาน ในส่วนของหมู่บ้านมอบหมายให้ อสม. ชุมชนมาทำหน้าที่ในการคัดกรองตรวจสอบไทม์ไลน์ของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในชุมชน และดูแลกรณีนักท่องเที่ยวได้รับการเจ็บป่วย หรือเกิดอุบัติเหตุ ด้านเจ้าหน้าที่ตำรวจ ร่วมดูแลความปลอดภัยในทุกจุดของชุมชน ส่วนผู้ใหญ่บ้านควรสร้างศูนย์ให้ความรู้เรื่องโรคโควิด เพื่อสร้างความมั่นใจและให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยให้ชาวบ้านที่ได้ไปทำการอบรมมาแล้วเป็นผู้อบรม **ภาคเอกชน** ผู้ประกอบการในชุมชนควรจัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เช่น กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มรถโดยสารนำเที่ยว กลุ่มร้านอาหาร กลุ่มร้านขายของฝากที่ระลึก เพื่อวางแผนการตั้งราคา การเข้าใช้บริการในร้านช่วงยุคโควิด การทำโปรโมชั่นและการตลาดต่างๆ ร่วมกัน เพื่อให้เกิดเครือข่ายทางการท่องเที่ยวร่วมกันและเกิดการกระจายรายได้ โดยรายได้ส่วนหนึ่งของทุกธุรกิจอาจถูกแบ่งเปอร์เซ็นต์มาใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน รวมถึงร่วมกันปฏิบัติตามมาตรการที่กำหนด และร่วมกันให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และต้องเน้นในเรื่องสุขอนามัยของบุคลากร การรักษาความสะอาดภายในสถานประกอบการตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย SHA และ SHA+ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างความมั่นใจให้แก่

นักท่องเที่ยวในการเข้าพักและใช้บริการในธุรกิจต่างๆ ในชุมชน **ภาคชุมชน** ควรเพิ่มความรู้ด้านการป้องกันโควิดและอบรมการเป็นมัคคุเทศก์ภายในชุมชน เช่น มัคคุเทศก์น้อย เป็นต้น และรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชนตามขีดความสามารถเชิงพื้นที่ของชุมชน โดยอิงจากปัจจัยผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว สถานที่จอดรถ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของชุมชน เพื่อไม่ให้เกิดการแออัด และไม่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของชุมชน **ภาคนักท่องเที่ยว** ควรให้ความร่วมมือในการดูแลตนเองโดยปฏิบัติตามกฎระเบียบการท่องเที่ยวของหมู่บ้านตามมาตรการความปลอดภัยของภาครัฐอย่างเคร่งครัด เช่น ตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย สวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร ล้างมือด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์บ่อยครั้ง เป็นต้น

3) ด้านการเป็นผู้นำ (Leading) ภาครัฐ ควรใช้มาตรการในการควบคุมกำกับดูแลทุกพื้นที่ที่ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเว้นระยะห่างทางสังคม การจัดโซนพื้นที่ในการให้บริการ การควบคุมในเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยว โดยผู้นำกลุ่มหลักภายในหมู่บ้านต้อง ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการหมู่บ้าน และสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล ควรทำหน้าที่สื่อสารนโยบายต่างๆ ให้แก่ทุกภาคส่วนได้รับทราบ **ภาคเอกชน** ควรมีประธานกลุ่มชมรมผู้ประกอบการของแต่ละธุรกิจ มาเป็นผู้นำหลักในการประชุมกับทางหน่วยงานภาครัฐ และนำไปแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบกับคนในกลุ่มชมรม นอกจากนี้ประธานกลุ่มชมรมแต่ละธุรกิจควรผลักดันและนำกลุ่มของตนเองในการขอเข้ารับการประเมินมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจรวมไปถึงมาตรฐานการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น **ภาคชุมชน** ในแต่ละครัวเรือนควรมีผู้นำ 1 คน ที่เป็นตัวหลักในการเข้าร่วมประชุมทุกอย่างในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน หรือการพัฒนาหมู่บ้าน เนื่องจากในหมู่บ้านต้องจะมีการจัดประชุมทุกเดือน โดยจะขอความร่วมมือให้ทุกครัวเรือนเข้าร่วมประชุม ซึ่งหากไม่สะดวกเข้าร่วมขอให้ส่งตัวแทนครัวเรือนละ 1 คนในการเข้าร่วม และนำข้อมูลไปบอกต่อแก่สมาชิกในครอบครัว **ภาคนักท่องเที่ยว** ในแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยว ควรมีผู้นำอย่างน้อย 1 คน ดูแลสมาชิกในกลุ่มที่เดินทางมาท่องเที่ยว เช่น การย้ำเตือนการปฏิบัติตนก่อนมาท่องเที่ยว ระหว่างท่องเที่ยวอยู่ในชุมชน เพื่อให้ไม่เกิดความขัดแย้งระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน หรือหากมีการกระทำใดที่ขัดต่อกฎระเบียบของหมู่บ้าน จะได้เป็นหู เป็นตา ช่วยเตือนสติสมาชิกในการห้ามการกระทำนั้น เป็นต้น

4) การควบคุม (Controlling) ในส่วนภาครัฐ ควรควบคุมให้หน่วยงานทุกส่วนปฏิบัติตามมาตรการความปลอดภัย หากฝ่าฝืนจะได้รับโทษ โดยผู้ใหญ่บ้านทำหน้าที่ควบคุมดูแลให้ชุมชนให้เป็นไปตามแนวปฏิบัติเดียวกัน โดยการจัดประชุมเดือนเพื่อให้ผู้ใหญ่บ้านสามารถนำข้อกำหนด หรือเอกสารต่างๆ ทางราชการมาชี้แจงให้สมาชิกในชุมชนได้ทราบ และร่วมกันแก้ปัญหาต่างๆ **ภาคเอกชน** ควรมีการจัดกลุ่มสำหรับตรวจสอบรูปแบบการให้บริการแต่ละธุรกิจว่าเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว หากพบว่าใครที่ละเลย ไม่ปฏิบัติตาม อาจมีบทลงโทษ (ตามข้อตกลงของแต่ละกลุ่ม) เพื่อให้การให้บริการมีมาตรฐานไปในทิศทางเดียวกันและเกิดความปลอดภัยกับทุกภาคส่วน **ภาคชุมชน** ควรกำกับดูแลแหล่งท่องเที่ยวในด้านเรื่องปริมาณนักท่องเที่ยว ไม่ให้มีจำนวนที่มากเกินไปจนอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อความปลอดภัย **ภาคนักท่องเที่ยว** เมื่อเดินทางกลับจากชุมชน ควรกักตัวแยกกับคนใน

ครอบครัว เพื่อเป็นการติดตามอาการของตนเองว่าได้รับเชื้อโควิด-19 หรือไม่ โดยอาจใช้ชุดตรวจโควิดเพื่อเป็นการคัดกรองเบื้องต้น โดยหากพบว่ามีอาการที่เข้าข่าย เช่น เป็นไข้ ไอ เจ็บคอ ควรรีบพบแพทย์ในทันที

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับ “ทุนอุดหนุนมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จากสถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์” โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนามัย ดำเนตร ที่ปรึกษางานวิจัย ขอบพระคุณ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลปิล็อก ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่ตำรวจตระเวนชายแดน เจ้าหน้าที่ตำรวจ สภ.ปิล็อก และชุมชนหมู่บ้านอีต่อง ที่อำนวยความสะดวกในการลงพื้นที่ และให้ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2563). *เตรียมตัวท่องเที่ยวในแบบวิถี New Normal*. สืบค้น 10 มิถุนายน 2563, จาก https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=3095009683917140&id=115794925171979
- ไททัศน์ มาลา. (2560). การคงอยู่ของกำนันผู้ใหญ่บ้านในบริบทของการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น. *วารสารวิจัยและพัฒนาวิจัยลงกรณีในพระบรมราชูปถัมภ์*, 11 (1), 305-317.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2563). *New Normal คืออะไร? วิถีชีวิตใหม่ในสังคมเปลี่ยนแปลงไปแค่ไหน!!*. สืบค้น 4 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.thairath.co.th/lifestyle/life/1859731>
- อินฐิตา พิมพ์พวง. (2560). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อสุขภาพจากกิจกรรมท่องเที่ยว ในตำบลศาลาด่าน อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่. *วารสารการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม*, 40 (4), 68-81.
- นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์. (2563). การปรับตัวทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตโควิด 19 ในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 8 (1), 1-25.
- บุญสมหญิง พลเมืองดี และคณะ. (2559). โครงการแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนสามเรือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 9 (3), 167-177.
- ศุทธิฉา ธารรัตน์สุวรรณ. (2563). *ผลกระทบเชื้อไวรัส COVID-19 ต่อวิกฤตการท่องเที่ยวของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา
- สถาบันวัคซีนแห่งชาติ. (2563). *เที่ยวชายหาดให้ปลอดภัย การ์ดอย่าตก*. สืบค้น 20 มีนาคม 2565, จาก <https://www.facebook.com/nvikm/posts/1582770108564845/>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สุวิมล จันททัย. (2558). *ความตระหนัก การมีส่วนร่วม และขีดความสามารถที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา: ภูทับเบิก จังหวัดเพชรบูรณ์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตร).
- กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- องค์การบริหารส่วนตำบลปิล็อก. (2561). *ประวัติความเป็นมา*. สืบค้น 20 ตุลาคม 2564, จาก <https://pilok.go.th/public/list/data/index/menu/1142>
- อรรถพล ศิริเวชพันธุ์. (2565). การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ (New Normal) เพื่อรองรับสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา ชุมชนหนองหะอำเภอย้ายทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 8 (1), 101-110.
- โอเอ็นบีนิวส์. (2563). *พิษโควิด-19 ทำผู้ประกอบการโฮมสเตย์บ้านอีต่อง จ. กาญจนบุรี กระทบหนัก ไร้ นทท. เข้าพัก*. สืบค้น 15 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.onbnews.today/post/25217>
- Erkus-Ozturk, H. (2010). Planning of Tourism Development: The Case of Antalya. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. 21 (1): 107-122.
- Jovicic, D. Z. (2014). Key Issues in the Implementation of Sustainable Tourism. *Current Issues in Tourism*. 17 (4): 297-302.
- Roberts, S. and Tribe, J. (2008). Sustainability Indicators for Small Tourism Enterprises – An Exploratory Perspective. *Journal of Sustainable Tourism*. 16 (5): 575-594.
- Samuel, C., & Trevis, C. (2006). *Modern management*. New Jersey, NJ: Pearson education.

ผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ต่อประชาชนในพื้นที่ชายขอบ ในจังหวัดกาญจนบุรี

The impact of Coronavirus disease 2019 (COVID-19) on people in the marginalized areas in Kanchanaburi Province

Received 10 July 2022

Revised 15 July 2022

Accepted 15 August 2022

เผ่าพันธุ์ ดอกมะลิปา และ ศรชัย ท้าวมิตร

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Paophan Dokmalipa and Sornchai Taomitr

Pibulsongkram Rajabhat University

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ต่อประชาชนในพื้นที่ชายขอบในจังหวัดกาญจนบุรี โดยผู้เขียนในฐานะคนที่อยู่ในจังหวัดที่เรียกว่าพื้นที่ชายขอบเป็นจังหวัดเขตเศรษฐกิจพิเศษติดประเทศเมียนมาร์ จังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย รายได้หลักของประชาชนมาจากการปลูกพืชเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ซึ่งในระยะเวลาที่ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ประชาชนในพื้นที่ชายขอบของจังหวัดกาญจนบุรีก็ได้รับผลกระทบด้านรายได้จากการทำงาน การจ้างงาน การท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสนี้ส่งผลต่อเนื่องไปสู่ระดับความยากจนและความเหลื่อมล้ำที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งผลกระทบในระยะสั้นเหล่านี้อาจส่งผลไปสู่ผลกระทบระยะยาวได้ โดยจังหวัดกาญจนบุรีที่เป็นพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยวได้มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับประชาชนในพื้นที่ และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดผลกระทบกับประชาชนน้อยที่สุด และพื้นที่ตัวกลับมามีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวได้เร็วที่สุด

คำสำคัญ: โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19), ประชาชนพื้นที่ชายขอบ, จังหวัดกาญจนบุรี

Abstract

This article aims to present the impact of Coronavirus disease 2019 (COVID-19) on people in the marginal areas of Kanchanaburi Province. By the author as a person in a province called the marginal area, province in a special economic zone next to Republic of the Union of Myanmar. Province with many tourist attractions, People's main income comes from economic crops and tourism. During the period Thailand was affected by Coronavirus disease 2019 (COVID-19), people in the marginalized areas of Kanchanaburi Province were also affected

by from work, employment, tourism. The impact epidemic has continued to lead to rising levels of poverty and inequality; these short-term effects can lead to long-term effects. Kanchanaburi Province is a pilot area for tourism, there are guidelines for people and tourism operators in order to have the least impact on the people and return the fastest economic and tourism growth rate.

Keywords: Coronavirus disease 2019 (COVID-19), people in the marginalized areas, Kanchanaburi Province

บทนำ

นับตั้งแต่ปลายปี 2562 เป็นต้นมา มนุษยชาติต้องเผชิญกับปัญหาการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ทั้งนี้เมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2563 องค์การอนามัยโลก (WHO) ออกแถลงการณ์ระบุว่าไวรัสโคโรนา (COVID-19) ได้เข้าสู่ภาวะแพร่ระบาดไปทั่วโลกแล้ว ซึ่งผลกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ส่งผลต่อการเติบโตของ GDP โลก ซึ่งเกิดภาวะถดถอยทั่วโลกต่ำที่สุด นับตั้งแต่สิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 เศรษฐกิจโลกหดตัวร้อยละ 3.5 ในปี 2563 จากรายงานของ World Economic Outlook Report ประจำเดือนเมษายนปี 2564 ที่เผยแพร่โดย กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) กล่าวถึงภาวะเศรษฐกิจโลกจะขาดทุน ร้อยละ 7 จากที่เคยถูกคาดการณ์การเติบโตร้อยละ 3.4 เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนตุลาคม 2562 และเกือบทุกประเทศทั่วโลกมีการเติบโตติดลบและภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจที่ชัดเจน แม้จะมีการคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจโลกจะฟื้นตัวในปี 2564 แต่ระดับของ GDP ณ สิ้นปี 2564 ทั้งในตลาดเกิดใหม่และประเทศกำลังพัฒนา (EMDE) ยังคงต่ำกว่าระดับปกติก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 เช่นเดียวกับผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยประเทศกำลังพัฒนาประสบความสูญเสียมากที่สุด

การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ของประเทศไทย ระลอกแรกอยู่ในช่วงเดือนมีนาคมถึงเมษายน 2563 เมื่อสถานการณ์มีความรุนแรงขึ้น พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินทั่วราชอาณาจักรโดยอาศัยอำนาจตามพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินฯ เพื่อควบคุมสถานการณ์การระบาดของโรค ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2563 ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 รัฐบาลไทยออกพระราชกำหนดกักเงิน จำนวน 1 ล้านล้านบาท เพื่อแก้ไขปัญหาด้านสาธารณสุข บรรเทาความทุกข์ยาก และฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ ตัวเลขประเมินระบุว่าประชาชนชาวไทย 44 ล้านคน ได้รับประโยชน์จากโครงการสังคมสงเคราะห์และประกันสังคมระหว่างช่วงการแพร่ระบาดของโรค อัตราความยากจนของประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2 จากร้อยละ 6.2 ในปี พ.ศ. 2562 เป็นร้อยละ 6.4 ในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งหากปราศจากโครงการเยียวยาข้างต้น อัตราความยากจนของประเทศก็อาจจะเพิ่มสูงขึ้นถึง ร้อยละ 7.4 ในปี พ.ศ. 2563

เมื่อประเทศไทยประสบกับการแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกที่สี่ในปี พ.ศ. 2564 กลุ่มเปราะบางจึงได้รับผลกระทบแล้วมีการฟื้นตัวที่ช้าลงมากกว่ากลุ่มอื่น อัตราการจ้างงานโดยรวมของประเทศยังคงตัวอยู่ที่

ร้อยละ 68 นับตั้งแต่เริ่มมีการระบาด แม้อัตรานี้จะแตกต่างกันบ้างตามกลุ่มประชากรและภูมิภาคต่าง ๆ แม้การจ้างงานในเมืองจะลดลง แต่การจ้างงานในแถบชนบทกลับเพิ่มขึ้นเนื่องจากผู้คนที่ต้องออกจากงานในตัวเมืองหวนคืนสู่ภาคการเกษตร จากการสัมภาษณ์คนในพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า งานส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 บางคนต้องออกจากงาน บ้างถูกลดจำนวนชั่วโมงทำงานหรือค่าตอบแทนลง ความเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลกระทบต่อครัวเรือนที่มีรายได้ต่ำ ผู้มีการศึกษาไม่สูงนัก สำหรับคนพื้นที่ชายขอบ

ผลกระทบของโรคโควิด 19 ต่อเศรษฐกิจและสังคมแรงงานของประเทศไทย

เมื่อมีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ตอนต้นปี 2563 แม้ความรุนแรงของการระบาดยังไม่มากนัก แต่ทางรัฐบาลก็ใช้มาตรการปิดเมือง (Lockdown) ห้ามการเดินทางเข้าออกต่างประเทศ และมาตรการเคอร์ฟิวในประเทศ ทำให้เศรษฐกิจที่มีสภาพไม่ดีมาตั้งแต่ปีที่ 2562 ได้รับผลกระทบทั้งภาคธุรกิจและประชาชนที่ได้รับความเดือดร้อน ซึ่งมาตรการของรัฐเพื่อการเยียวยาประชาชนภาคเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในหลายๆ รูปแบบ ด้วยเงินงบประมาณตามปกติและเงินกู้เกือบ 2 ล้านล้านบาท คาดว่าจะทำให้เศรษฐกิจของไทยฟื้นตัวได้ในไตรมาสที่สี่ของปี 2563 แต่โชคไม่ดีที่เกิดการระบาดของโรคโควิด-19 รอบ 2 ในช่วงปลายเดือนธันวาคม 2563 ทำให้การขยายตัวของเศรษฐกิจที่คาดว่าจะฟื้นตัวต้องติดลบทุกไตรมาส ส่งผลให้การขยายตัวตลอดทั้งปี ติดลบถึง ร้อยละ 6.1 ภาคบริการปกติที่ยังคงขยายตัวทางเศรษฐกิจได้ดีตลอดปี 2562 แต่ในที่สุดก็หนีไม่พ้นผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 ที่ยืดเยื้อไปตลอดทั้งปี ทำให้การขยายตัวของภาคบริการติดลบทุกไตรมาส ร้อยละ 1.2 ถึง ร้อยละ 12.1 ส่งผลไปถึงตลอดทั้งปี 2563 เช่นกัน ซึ่งกลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลกระทบอันดับแรกและหนักที่สุดก็คือ ธุรกิจการท่องเที่ยว และผลกระทบได้ส่งผลกระทบไปในภาคส่วนอื่น ๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ทำให้เกิดส่งผลกระทบในทุกกลุ่มธุรกิจได้รับผลกระทบกันถ้วนหน้า

นอกจากนี้ ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ด้านการบริโภคภายในประเทศของกรุงเทพฯ และปริมณฑลอยู่ที่ประมาณ ร้อยละ 40 ของประเทศ แปลว่าการสั่งหยุดกิจการแรงงานในภาคธุรกิจแค่ภายในกรุงเทพฯ ทั้งงานทั้งคนก็หายไปแล้วเกือบครึ่งหนึ่ง ตัวเลขคนทำงานในระบบแรงงานมีตัวเลขอยู่ที่ประมาณ 10 ล้านคน และแน่นอนว่าคนทำงานที่อยู่นอกระบบ จะมีจำนวนที่มากกว่านั้น จากผลการวิจัยของ ศรุตานนท์ ขอบประดิษฐ์ (2563) เกี่ยวกับวิกฤตของโรคโควิด 19 พบว่าได้ส่งผลต่อเนื่องไปสู่ระดับความยากจนและความเหลื่อมล้ำที่จะเพิ่มสูงขึ้นได้ ซึ่งผลกระทบในระยะสั้นเหล่านี้อาจส่งผลไปสู่ผลกระทบระยะยาวได้ เช่น การที่ประเทศจะสูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขันและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว (Long-Term Economic Growth) เนื่องจากจะต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมากในการป้องกันและรักษาโรคโควิด-19 นี้ จนขาดแคลนทรัพยากรในการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น นอกจากนี้ยังเกิดการสูญเสียทางด้านทุนมนุษย์ (Human Capital) ของประเทศ ที่จะต้องเจ็บไข้ได้ป่วยเรื้อรัง (เช่นโรคที่เกี่ยวข้องกับปอด) หรือการที่นักเรียนนักศึกษาจะต้องหยุดเรียน โดยเฉพาะในประเทศที่มีฐานะยากจนที่ระบบการพัฒนาทุนมนุษย์อย่างระบบสาธารณสุขและระบบการศึกษายังไม่ครอบคลุมทั่วถึงนัก เมื่อคนไม่สามารถเดินทางออก จากบ้านได้ ธุรกิจจำนวนมากจึงได้รับผลกระทบโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจค้าขาย ธุรกิจท่องเที่ยว ฯลฯ ในช่วง

ไม่กี่เดือนที่ผ่านมา บริษัทและห้างร้านจำนวนมากต้องทยอยปิดตัว และในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งสภาพแวดล้อม โรคอุบัติใหม่ และพฤติกรรมการใช้ชีวิตอย่างฉับพลัน

สอดคล้องกับผลการรายงานของแรงงานของ Thailand Development Research Institute: TDRI (ยงยุทธ แฉล้มวงษ์ และสิริวิชญ์ รัตนประทีปทอง, 2564) จากมาตรการสั่งปิดสถานที่เสี่ยง 26 ประเภท และห้ามสายการบินเข้าประเทศส่งผลกระทบต่อสถานประกอบการและการจ้างงานในสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องอย่างรุนแรง หลายหน่วยงานประเมินว่าแรงงานไทยเสี่ยงที่จะตกงานมากกว่า 8 ล้านคนภายในปี 2563 นี้ สำหรับพื้นที่ขายขอรับการลักลอบเข้ามาทำงาน ของแรงงานต่างด้าวประมาณ 3 ล้านคนเมื่อปลายปี 2562 เปรียบเทียบกับเดือนมิถุนายน 2563 ลดลงไปกว่า 5 แสนคนหรือร้อยละ 18 โดยจำนวนที่หายไปเป็นแรงงานเข้ามาทำงานตามมาตรา 62 มาตรา 63 และมาตรา 64 รวมกันเพียงประมาณ 73,924 คน แต่ที่ลดลงมากคือแรงงานต่างด้าวตามมาตรา 59 ประเภทพิสูจน์สัญชาติและประเภทนำเข้าตาม MoU รวมกันลดลง 447,536 คน

แต่จากการสรุปผลการประชุมคณะกรรมการบริหารสถานการณ์เศรษฐกิจจากผลกระทบของการระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ครั้งที่ 5/2564 เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2564 สศช. รายงานสรุปข้อมูลเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 3 ปรับตัวลดลงร้อยละ 0.3 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี และเมื่อปรับผลของฤดูกาลแล้ว เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 3 ของปี 2564 ลดลงจากไตรมาสที่ 2 ร้อยละ 1.1 เมื่อพิจารณาเครื่องชี้ทางเศรษฐกิจไทยในเดือนตุลาคม 2564 พบว่า เศรษฐกิจไทยปรับตัวดีขึ้น โดยดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชนลดลงในอัตราที่ช้าลงสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคและดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ สำหรับเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจด้านการผลิต ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมกลับมาขยายตัวและอัตราการใช้กำลังการผลิตสูงขึ้นจากช่วงเดือนก่อนหน้าและช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศในเดือนตุลาคม 2564 อยู่ที่ 20,272 คน เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับ 12,237 คน ในเดือนกันยายน และ 1,201 คนในช่วงเดียวกันของปีก่อน สอดคล้องกับอัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั่วประเทศในเดือนตุลาคม 2564 อยู่ที่ร้อยละ 16.2 เทียบกับร้อยละ 9.4 ในเดือนกันยายน แต่ยังคงต่ำกว่าร้อยละ 30.4 ในเดือนเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรชะลอตัว จากข้อมูลผู้เดินทางเข้าประเทศ ณ ท่าอากาศยาน ตั้งแต่วันที่ 1-29 พฤศจิกายน 2564 พบว่า มีผู้เดินทาง เข้ารวม 128,466 คน เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 98,080 คน สถานการณ์ด้านแรงงาน โดยกระทรวงแรงงาน สรุปได้ว่า สถานการณ์การว่างงานของแรงงานในระบบประกันสังคมในปี 2564 ปรับตัวดีขึ้นจากปี 2563 สะท้อนจากจำนวนผู้ประกันตนที่ขอรับสิทธิประโยชน์การว่างงานที่ลดลง และจำนวนผู้ประกันตนที่เข้าสู่ระบบมากกว่าจำนวนผู้ที่ออกจากระบบ สอดคล้องกับการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจทั้งในภาคการส่งออก การผลิต และการบริโภค ซึ่งช่วยพยุงการจ้างงานโดยเฉพาะในกลุ่ม SMEs รวมทั้งผลจากการดำเนินมาตรการส่งเสริมการจ้างงานของภาครัฐ และโครงการ Factory Sandbox ซึ่งถือว่าเป็นสัญญาณที่ดีทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่จะดีขึ้นของประเทศไทย

ผลกระทบของโรคโควิด 19 ต่อประชาชนพื้นที่ชายขอบ

นิตยา เอียการนา ผู้อำนวยการสมาคมศูนย์รวมการศึกษาและวัฒนธรรมของชาวไทยภูเขาในประเทศไทย กล่าวว่าประเทศไทยมีประชากรชนเผ่าพื้นเมืองกว่าสี่ล้านราย ในช่วงสถานการณ์โควิดนั้นหลายคนเข้าไม่

ถึงข้อมูล ไม่ว่าจะการดูแลตัวเอง ป้องกันหรือการรับรู้ข้อมูลอาการบ่งชี้ต่างๆ ทั้งนี้ หมู่บ้านหลายแห่งเป็นหมู่บ้านห่างไกลทำให้ปิดชุมชนได้สะดวกรวดเร็ว หลายแห่งปิดชุมชนก่อนมีคำสั่งจากภาครัฐเสียอีก แต่ก็ก็มีกลุ่มชนพื้นเมืองหลายรายที่ใช้ชีวิตในเมือง ส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้แรงงาน และประสบความสำเร็จลำบากมากเนื่องจากส่วนใหญ่ตกงานและต้องอยู่อย่างแออัด มีหน้าซำ การเข้าถึงความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐในช่วงแรกก็ถูกเลือกปฏิบัติชนพื้นเมืองหลายคนจึงแทบจะเข้าไม่ถึงการเยียวยาจากรัฐ หลายคนไม่กล้าไปรับวัคซีน เนื่องจากข้อมูลข่าวสารไม่เพียงพอจนทำให้ผู้คนหวาดกลัว การระบาดในรอบที่สองและสามที่ผ่านมาทำให้ชนพื้นเมืองที่ทำงานในเมืองหลายคนเดินทางกลับชุมชน แต่ด้วยความที่ขาดความรู้ในการป้องกันตัวเองก็ทำให้เป็นพาหะนำโควิดไปกระจายให้คนในชุมชน ซึ่งโรคนี้แพร่กระจายอย่างรวดเร็วจนหลายชุมชนรับมือไม่ทัน ทั้งยังพบว่าด่านหน้าอย่าง อสม. ก็แทบไม่มีอุปกรณ์ในการดูแลผู้ช่วยซึ่งเป็นชุมชนพื้นเมืองจนต้องลุกขึ้นมาขอรับบริจาค ทั้งที่งบประมาณจากรัฐนั้นมหาศาลมาก นอกจากนี้ การจะให้หน่วยงานรัฐเข้ามาช่วยเหลือต้องใช้เวลา 1-2 วัน ระหว่างนั้นชุมชนต้องจัดการตัวเองแบบไม่มีทิศทาง (Amnesty International Thailand, 2565)

กรณีตัวอย่างผลกระทบและการปรับตัวของประชาชนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบและการปรับตัวของประชาชน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มวัยทำงานได้รับผลกระทบมากที่สุด ปัญหาหลักๆ ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ ทำให้รายได้ของประชาชนส่วนใหญ่ลดลง 2) ด้านสุขภาพ ทำให้สมาชิกในครัวเรือนตื่นตัวในการป้องกันการติดเชื้อและดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น 3) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้การเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ โทรศัพท์ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากขึ้น 5) ด้านการศึกษา ทำให้นักเรียน/นักศึกษาต้องเรียนออนไลน์อยู่ในระดับมากขึ้น ส่วนการปรับตัวของประชาชน พบว่า 1) ด้านเศรษฐกิจ มีการสร้างอาชีพใหม่ของสมาชิกในครัวเรือนเพื่อการเพิ่มรายได้ 2) ด้านสุขภาพ มีการปรับตัวเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับการหมั่นล้างมือให้สะอาดด้วยน้ำและสบู่ 3) ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่า วิธีการพูดคุยกัน อยู่ในระดับปกติ และการได้รับความช่วยเหลือในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การขอความช่วยเหลือจากญาติ 4) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า มีการปรับตัวเกี่ยวกับการเรียนรู้การใช้อุปกรณ์สื่อสารด้วยตนเอง และ 5) ด้านการศึกษา พบว่า มีการขอให้คนรู้จักสอนหนังสือให้ลูก/หลาน เนื่องจากไม่สามารถไปเรียนที่โรงเรียนได้ (วิเชียร มั่นแหล่ และคณะ, 2564)

สถานการณ์ของพื้นที่ชายขอบในจังหวัดกาญจนบุรี

เอกสารแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 (กาญจนบุรี ราชบุรี สุพรรณบุรี) พ.ศ. 2566-2570 ของกลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์ (2565) ภาพรวมเศรษฐกิจของจังหวัดกาญจนบุรี ตามตัวชี้วัดของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พบว่า อัตราขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมแบบปริมาณลูกโซ่ เท่ากับ 107,144 ล้านบาท และมีมูลค่าผลิตภัณฑ์ฯ เฉลี่ยต่อหัว (per capita) เท่ากับ 155,615 ล้านบาท เศรษฐกิจของจังหวัดเพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากภาคเศรษฐกิจหลักทั้งภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรมมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ จำนวนโรงงานในจังหวัดกาญจนบุรี มีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 1,704 แห่ง และมีจำนวนแรงงานรวม 39,416 คน ด้านการท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่สามารถสร้างรายได้ จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้มาก เนื่องจากมี

ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ป่าเขา น้ำตก แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น เส้นทางรถไฟสายมรณะ สะพานข้ามน้ำแคว ด่านเจดีย์สามองค์ และแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ขึ้นหรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ชุมชนท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ ผู้ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดจึงสามารถสัมผัสได้ทั้งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เพื่อการผจญภัย และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เดียวกัน

แต่เมื่อเกิดการระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) นายจีระเกียรติ ภูมิสวัสดิ์ ผู้ว่าราชการจังหวัดกาญจนบุรี ในฐานะประธานคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัดกาญจนบุรี อาศัยอำนาจตามมาตรา 35 แห่ง พ.ร.บ.โรคติดต่อ พ.ศ. 2558 และโดยความเห็นชอบของคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัดกาญจนบุรี ออกประกาศเมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2563 เรื่อง การกำหนดมาตรการควบคุมแก้ไขปัญหามาจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) กำหนดมาตรการควบคุมแก้ไขปัญหามาจากโรคโควิด 19 มอบหมายให้ส่วนราชการและหน่วยงานอื่นของรัฐ ภาคเอกชน เฝ้าระวัง ติดตามสถานการณ์อย่างต่อเนื่องและดำเนินการตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด ให้สำนักงานแรงงานจังหวัดกาญจนบุรี ติดตามและดูแลแรงงานคนไทยที่พำนักอยู่ในประเทศที่มีการระบาดของโรคโควิดใน 19 อำเภอ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำท้องถิ่น อาสาสมัครสาธารณสุข ร่วมดำเนินการทำความสะอาดในบริเวณจุดเสี่ยง สถานที่สาธารณะ และให้ความรู้แก่ประชาชนในชุมชนในการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อ สร้างการรับรู้ ตระหนัก และขอความร่วมมือให้ประชาชนทุกคนปฏิบัติตามมาตรการที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด โดยเฉพาะขั้นตอนการเฝ้าระวังและการป้องกัน “กินร้อน ช้อนกลาง ล้างมือ และสวมหน้ากากอนามัย เมื่อเข้าไปในที่ชุมชน” ให้ทุกภาคส่วนดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องตามอำนาจหน้าที่อย่างเคร่งครัด และให้หน่วยงานภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานแก้ไขปัญหามาจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)

โดยทาง กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้จัดทำประกาศเกี่ยวกับแนวทางการกำกับ ตรวจสอบ ประเมินติดตาม และเฝ้าระวัง กิจการ กิจกรรม และสถานประกอบการในพื้นที่เปิดประเทศ จัดทำมาตรการสำหรับองค์กร หรือ COVID Free Setting (CFS) เพื่อรองรับให้ผู้ประกอบกิจการ กิจกรรม และสถานประกอบการ ได้ดำเนินการเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การดำเนินการในส่วนของจังหวัด ให้จัดทำรายชื่อ (Name List) ของกิจการ กิจกรรม และสถานประกอบการ ให้ครอบคลุมทุกกิจการในพื้นที่ที่กำหนดให้เปิดประเทศ หรือ COVID Free Zone ตามที่จังหวัดกำหนด ซึ่งอาจเป็นจังหวัด อำเภอ หรือพื้นที่เฉพาะ ซึ่งนายอธิสรศ อินทร์ตรา ผู้อำนวยการศูนย์ปฏิบัติการแก้ไขปัญหามาจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) จังหวัดกาญจนบุรี ออกหนังสือถึงหัวหน้าส่วนราชการทุกส่วนราชการ หัวหน้าหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ นายอำเภอ นายกองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้แทนภาคเอกชนทุกแห่ง แจ้งประชาสัมพันธ์ รมรงค์ให้ กิจการ กิจกรรม และสถานประกอบการดำเนินการศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดบริการตามมาตรการ CFS ในกรณีที่เป็นกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ราชการส่วนท้องถิ่นได้ออกข้อบัญญัติท้องถิ่นควบคุมไว้แล้ว หากไม่ประเมินตนเองผ่าน Thai Stop COVID Plus ถือเป็นการฝ่าฝืนประกาศกระทรวงสาธารณสุข จะมีความผิดตามมาตรา 68 แห่ง พ.ร.บ.การสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม จะต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 50,000 บาท และให้จังหวัดสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชน นักท่องเที่ยว ทราบถึงสิทธิของประชาชนในการตรวจมาตรการ CFS ของกิจการ กิจกรรม และสถานประกอบการ ในจังหวัด

กาญจนบุรี แต่จากประสบการณ์ของผู้เขียนบทความซึ่งเป็นคนในพื้นที่ชายขอบ ปัญหาหนึ่งของจังหวัดกาญจนบุรีในสถานการณ์ของพื้นที่ชายขอบที่เกิดปัญหา พบว่า จังหวัดกาญจนบุรีมีชายแดนติดประเทศเมียนมาร์ที่มีพรมแดนข้ามผ่านทางธรรมชาติได้ ถึงแม้เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง และฝ่ายทหารจะมีการตรวจสอบและตรวจตรา แต่ด้วยแนวชายแดนที่ติดกับประเทศเมียนมาร์ มีระยะทางกว่า 370 กิโลเมตร มีช่องทางเข้า-ออกตามแนวชายแดนประมาณ 43 จุด ทำให้พบปัญหาการลักลอบแรงงานเข้าประเทศอย่างต่อเนื่อง และเป็นการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ผ่านแรงงานที่ลักลอบเข้าประเทศ

เมื่อสถานการณ์ต่าง ๆ ภายในประเทศไทยดีขึ้น ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ตามคำสั่งของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ลงนามโดย พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี กำหนดพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 17 จังหวัด มีผล 1 พ.ย. 64 เป็นต้นไป ทำให้จังหวัดกาญจนบุรีเป็นพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยว และจากประกาศฉบับนี้ นายจิระเกียรติ ภูมิสวัสดิ์ ผู้ว่าราชการจังหวัดกาญจนบุรี ประธานคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัดกาญจนบุรี และผู้กำกับการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินจังหวัดกาญจนบุรี ได้ลงนามในประกาศคำสั่งคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัดกาญจนบุรี ที่ 5477/2564 กำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับประชาชน และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยมีสาระสำคัญหลักๆ ดังนี้

1. ข้อปฏิบัติในการสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้า การสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าอย่างถูกวิธีตามคำแนะนำของกระทรวงสาธารณสุข เมื่ออยู่นอกเคหสถานหรือเมื่ออยู่ในที่สาธารณะยังคงเป็นข้อปฏิบัติและมาตรการป้องกันโรคที่สำคัญเพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่หรือรับเชื้อ

2. ให้อำเภอ องค์รปกครองส่วนท้องถิ่น กำนัน และผู้ใหญ่บ้านตรวจสอบดูแลการดำเนินการจัดกิจกรรม และข้อกำหนดในการงด หรือทำกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่ที่รับผิดชอบ พร้อมทั้งให้ความเห็นกรณีมีกลุ่มเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรค การจัดกิจกรรมรวมกลุ่มของบุคคลที่มีจำนวนมากพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยวสามารถทำได้ตามความเหมาะสม โดยปฏิบัติตามมาตรการด้านสาธารณสุขที่ทางราชการกำหนดอย่างเคร่งครัด เช่น มาตรการป้องกันการติดเชื้อแบบครอบจักรวาล (Universal Prevention) มาตรการปลอดภัยสำหรับองค์กร (Covid Free Setting)

3. ร้านจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่ม สามารถเปิดให้บริการบริโภคอาหารหรือเครื่องดื่มในร้านได้ตามเวลาปกติ โดยอนุญาตให้มีการบริโภคสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในร้านได้เฉพาะร้านที่ผ่านการตรวจประเมินตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration) ในระดับ SHA หรือตามมาตรฐานความปลอดภัยป้องกันโรคโควิด-19 รองรับสุขภาพดีวิถีใหม่ (Thai Stop Covid Plus) ของกรมอนามัย สถานประกอบการที่มีลักษณะคล้ายสถานบริการ สถานบันเทิง ผับ บาร์ คาราโอเกะ ยังคงมีความจำเป็นให้ปิดดำเนินการไว้ก่อน โดยให้หน่วยงานและผู้ประกอบการเตรียมความพร้อมสำหรับการผ่อนคลายการเปิดสถานประกอบการกิจการได้ตามแผนและกรอบเวลาที่รัฐบาลจะประกาศกำหนดต่อไป

4. มาตรการเพื่อการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดในกลุ่มแรงงานก่อสร้าง ใช้มาตรการป้องกันและควบคุมโรคในพื้นที่เฉพาะ (Bubble and Seal) และมาตรการการเดินทางเคลื่อนย้ายระหว่างที่พักและ

สถานที่ทำงานภายใต้การกำกับควบคุม (Sealed Route) มาใช้บังคับให้เหมาะสมกับสถานการณ์การแพร่ระบาดในพื้นที่และลักษณะของพื้นที่ หรือสถานที่ก่อสร้าง หากมีการเกิดการแพร่ระบาดขึ้นในสถานประกอบการกิจการหรือโรงงาน ให้ผู้ประกอบการหรือผู้รับผิดชอบในสถานประกอบการกิจการหรือโรงงานดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรการป้องกันควบคุมโรคในพื้นที่เฉพาะ (Bubble and Seal) ซึ่งต้องมีการปรับระดับความเข้มข้นของมาตรการ ทั้งนี้ ยังคงให้สถานประกอบการกิจการหรือโรงงานดำเนินการต่อไป ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด

และจากผลการสำรวจและวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนและศักยภาพกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 ได้มีการจัดเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 22 มิ.ย. – 17 ก.ค. 64 โดยกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้อยู่อาศัย ผู้פקพิง ผู้ประกอบการกิจการ หรือผู้ที่มีการดำเนินกิจกรรมด้านใดด้านหนึ่งภายในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 มีข้อมูลที่น่าสนใจ ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานส่วนท้องถิ่น ควรส่งเสริม/จัดให้มีตลาดซื้อขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรทั้งแบบออนไลน์ (Online) และแบบออนไซต์ (On-site) และจัดให้มีการประกันราคาผลิตภัณฑ์การซื้อขายในตลาด ส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปในท้องถิ่นให้มีความหลากหลายและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าสูงขึ้น

2. หน่วยงานส่วนท้องถิ่นควรส่งเสริมให้มีกิจกรรมและอาชีพที่สนับสนุนคนสูงอายุ เช่น การอบรมหรือลงพื้นที่ให้ความรู้ทักษะด้านการเกษตรในรูปแบบต่าง ๆ อาทิเช่น การทำการเกษตรกรรมเชิงนิเวศ การปลูกพืชหรือการเลี้ยงสัตว์แบบผสมผสาน การปลูกพืชเพื่อใช้เป็นปุ๋ยพืชสด เช่น ปอเทืองหรือແฉนแดง ซึ่งควรเป็นองค์ความรู้ที่สามารถเข้าใจได้ง่าย และสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริง และควรส่งเสริมให้คนในพื้นที่รู้จัก/เข้าใจสภาพแวดล้อมที่ตนเองอาศัยอยู่เพื่อให้สามารถเลือกประกอบอาชีพที่เหมาะสมกับพื้นที่ได้ เช่น การปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ ที่เหมาะสมต่อลักษณะพื้นที่ และสภาพอากาศในพื้นที่

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับพื้นที่ชายขอบในจังหวัดกาญจนบุรี

การพัฒนาระบบราชการ 4.0 เป็นแนวทางการบริหารจัดการพัฒนาประเทศไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0 ถูกวางระบบโครงสร้างตั้งแต่ก่อนสถานการณ์โควิด มีหลักการแนวคิดสำคัญ 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบแรก การสานพลังระหว่างภาครัฐและภาคส่วนอื่น ๆ ในสังคม (Collaboration) ในรูปแบบ “ประชารัฐ” องค์ประกอบที่สอง การสร้างนวัตกรรม (Innovation) เป็นการคิดค้นและแสวงหาวิธีการ หรือ Solutions ใหม่ ๆ ทำให้เกิด Big impact เพื่อปรับปรุงและออกแบบการให้บริการสาธารณะและนโยบายสาธารณะให้สามารถตอบโจทย์ความท้าทายของประเทศหรือตอบสนองปัญหาความต้องการของประชาชน องค์ประกอบที่สาม การปรับเข้าสู่ความเป็นดิจิทัล (Digitization/Digitalization) เป็นการผสมผสานกันของการจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลผ่านระบบคลาวด์ (Cloud Computing) อุปกรณ์ประเภทสมาร์ทโฟน (Smartphone) และเครื่องมือเพื่อการใช้งานร่วมกัน

ในระบบราชการ ส่วนกลาง กระทรวง กรม ในการเป็น E-government ที่เป็นพื้นฐานสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัล มีการวางแผนแพลตฟอร์ม 4.0 (Platform 4.0) ได้ ส่งผลดีต่อการสั่งการและรับมือกับสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) รวมทั้งการทำงาน Work from home ด้วย ในส่วนการวางแผนโครงสร้างพื้นฐานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ แม้ว่าอาจจะดำเนินการไปได้เพียงขั้นต้นของการวางแผนแพลตฟอร์มต่าง ๆ

และโครงสร้างด้านกายภาพของระบบสนับสนุนดิจิทัลในราชการส่วนกลางที่จะนำไปสู่การเป็นรัฐบาลดิจิทัลต่อไปนั้น ทำให้มีระบบที่เปิดกว้างและเชื่อมโยงกัน (Open & Connected Government) งานราชการบริหารส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคประชาสังคมสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ซึ่งถือว่าเป็นการสนับสนุนให้รับมือวิกฤตโรคโควิด-19 ได้ดี รองรับมาตรการ Social Distancing และ Work from home สะท้อนว่าการบริหารงานภาครัฐอยู่บนภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอันเป็นพลวัต (Dynamic)

สำหรับจังหวัดกาญจนบุรีที่ได้ถูกประกาศให้เป็นจังหวัดพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยว การประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐและหน่วยงานเอกชน การสร้างความเข้มแข็งให้ประชาชนชายขอบในมิติต่าง ๆ ดังนี้

มิติการด้านเศรษฐกิจ ควรมีเป้าหมายให้คงดำรงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนฐานวิถีปกติแบบใหม่ โดยสร้างแพลตฟอร์มและพัฒนาทักษะอาชีพบนฐานเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy)

มิติด้านสังคม ควรกำหนดเป้าหมายให้ประชาชนสามารถกลับมาดำรงชีวิตได้อย่างผาสุกในฐานวิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) โดยรัฐควรสนับสนุนผู้ประกอบการประกอบการดำเนินการธุรกิจ มีการจ้างงานและขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การฝึกทักษะอาชีพและการบริหารการเงินในครัวเรือนของประชาชน รวมทั้งปลูกฝังแนวความคิดการพึ่งตนเองแบบยั่งยืน

มิติด้านสิ่งแวดล้อม ควรมีเป้าหมายการสร้างสมดุลวิถีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับมาตรการการป้องกันการระบาดของโรคโควิด 19 โดยกำหนดมาตรการข้อจูงใจด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่กับมาตรการด้านสาธารณสุข

และหลังจากวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ทำให้เกิดรูปแบบการใช้ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) คำถามที่พบคือ เราจะใช้ชีวิตแบบ “New Normal” อีกนานแค่ไหน ? เราเชื่อว่าเหตุการณ์ โรคโควิด 19 ครั้งนี้เป็นเสมือนตัวเร่งปฏิกิริยาให้หลาย ๆ เทรนด์ที่แต่เดิมเชื่อว่าจะใช้เวลาอีกนานหลายปีหรืออาจจะเป็นสิบปี ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) เป็นแนวทางที่หลาย ๆ คนจะต้องปรับเปลี่ยนชุดพฤติกรรม ในช่วงไวรัสออกมาระบาดแล้วเปลี่ยนชีวิตเราไปอีกนาน ทำให้เราต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบวิถีชีวิตไปพร้อมกันทั่วโลก จากที่เคยออกจากบ้าน เพื่อไปทำงาน ไปโรงเรียน เราต้องหันมาทำทุกอย่างที่บ้าน หากมีความจำเป็นต้องออกจากบ้านไปซื้อของ หรือแม้กระทั่งไปพบแพทย์ เราต้องใส่หน้ากากเพื่อป้องกันโรค ต้องเว้นระยะห่างสำหรับบุคคล ล้างมือบ่อย ๆ เช็ดมือด้วยแอลกอฮอล์ รวมถึงการปรับเปลี่ยนทางด้านธุรกิจและบริการต่าง ๆ ให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน การเปิดระบบลงทะเบียนออนไลน์ การใช้ระบบซื้อขายและบริการทางออนไลน์ สิ่งเหล่านี้ เกิดเป็นวิถีใหม่ในการดำรงชีวิต ซึ่งเมื่อเราจำต้องปฏิบัติกันเป็นปกติต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่งจนเกิดเป็นความพอใจ ในที่สุดทั้งหมดนี้ก็ได้กลายเป็น New Normal ในสังคมของเราท่าน จากประสบการณ์ของผู้เขียนบทความ จังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทั้งด้านการท่องเที่ยว เขตอุตสาหกรรมพิเศษที่เชื่อมต่อด้วยทางหลวงหมายเลข 81 ไปสู่ประเทศเมียนมาร์เป็นเส้นทางหลักด้านระบบโลจิสติกส์ในอนาคตจากมหาสมุทรอินเดียไปสู่ทะเลจีนใต้ ดังนั้นการเตรียมประชาชนชายขอบเป็นเรื่องสำคัญเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตหลังผ่านวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และเตรียมรับการประกาศเป็นโรคประจำถิ่นในเดือนกรกฎาคม 2565 นี้ โดยแนวโน้มการใช้ชีวิตวิถีใหม่ มีดังนี้

1. เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยกลุ่มคนที่มีรายได้น้อย (Rise of Non-OECD) แม้ GDP ต่อหัวอาจจะต่ำ แต่เมื่อรวมจำนวนประชากรกลุ่มนี้แล้ว ขนาดเศรษฐกิจจะใหญ่กว่าคนที่รวย จังหวัดกาญจนบุรีจะต้องส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ชายขอบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง เมื่อรวมกับจุดแข็งคือเรื่องของการท่องเที่ยว จะทำให้เกิดรายได้เข้าสู่ชุมชนและเป็นการยกระดับคุณภาพและรายได้ให้กับกลุ่มคนที่มีรายได้น้อยในพื้นที่ชายขอบ

2. สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ผู้สูงอายุในอนาคตจะไม่เหมือนในอดีต ผู้สูงอายุในอนาคตจะมีสุขภาพที่ดีขึ้น คนสูงอายุจะไลฟ์สไตล์เหมือน Middle Income Class หรือ Middle Age มากขึ้น พื้นที่ชายขอบของจังหวัดกาญจนบุรีจะมีผู้สูงอายุจำนวนมาก ดังนั้นการดูแลสุขภาพและการสร้างรายได้ให้กับผู้สูงอายุจึงเป็นเรื่องสำคัญเพื่อให้สามารถดูแลตนเองได้และตอบโจทย์ผู้สูงอายุยุคใหม่

4. กลุ่มชนชั้นกลางที่มีจำนวนมากขึ้น (Rise of Middle Income Class) ทำให้กลุ่มคนที่มีกำลังซื้อที่จะเพิ่มมากขึ้น หากย้อนกลับไปดูข้อหนึ่งกับข้อสอง จะพบว่าการเป็นผู้สูงอายุ เป็นชนชั้นกลาง อาศัยอยู่ในเมือง กับจังหวะชีวิตเพื่อการท่องเที่ยว หนึ่งในเป้าหมายหลักของกลุ่มคนทั้งสองกลุ่มคือจังหวัดกาญจนบุรี ดังนั้นส่วนงานราชการต้องบูรณาการกับชุมชนในพื้นที่สร้างความน่าจดจำ สร้างความประทับใจให้กับผู้คนที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดให้กลับมาเยี่ยมเยือนและมาร่วมพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน

5. นวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ (Technology Disruption) จะสร้างมูลค่าให้กับตลาดและเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยี และประเด็นนี้ก็จะส่งผลกระทบต่อตลาดผลิตภัณฑ์เดิม ที่ไม่มีการปรับตัว นอกจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ตามธรรมชาติแล้ว การนำเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่หน่วยงานในท้องถิ่นต้องร่วมพัฒนาเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และเผยแพร่สิ่งที่ได้รับจากการให้บริการสู่สาธารณชนได้รับทราบ โดยเฉพาะปัจจุบันสังคมโซเชียลเป็นยุคของการเข้าถึงข้อมูลอย่างรวดเร็ว ถ้าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีได้รับการพัฒนาจะได้รับการกล่าวถึงเป็นอย่างมากและเป็นจุดแข็งอีกอย่างหนึ่งสำหรับจังหวัดเล็กๆ ที่อยู่ในพื้นที่ชายขอบ

ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) เหล่านี้เป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่สามารถรับมือได้ หากตระหนักรู้วางแผน และดำเนินการแก้ไขความเปราะบางอย่างถูกต้องและเร่งด่วน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษา ของจังหวัดกาญจนบุรี จะต้องเตรียมประชาชนในเมืองและชายขอบของจังหวัดให้เกิดความเข้าใจพร้อมพัฒนาท้องถิ่นให้อยู่กับโรคโควิด 19 (COVID-19) ที่กำลังจะกลายเป็นโรคประจำถิ่นในอนาคตอันใกล้

องค์ความรู้ใหม่



จากผลกระทบของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ในภาพรวมของประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านตลาดแรงงาน ด้านการท่องเที่ยว ส่งผลกระทบมาถึงประชาชนพื้นที่ชายขอบในจังหวัดกาญจนบุรี ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ จังหวัดกาญจนบุรีได้กำหนดมาตรการต่างๆ อย่างเข้มข้นเพื่อให้เป็นไปตามข้อกำหนดของคณะกรรมการบริหารสถานการณ์เศรษฐกิจจากผลกระทบของการระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) และทำให้สถานการณ์ภายในจังหวัดกลับมาสู่ความปกติโดยเร็วที่สุด ผู้เขียนขอเสนอแนวคิดเพื่อให้จังหวัดอันเป็นบ้านเกิดและจังหวัดชายขอบอื่นๆ ที่มีบริบทคล้ายกับจังหวัดกาญจนบุรีได้เตรียมการให้ประชาชนเข้าใจการใช้ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ใน 4 ด้าน คือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยกลุ่มคนที่มีรายได้น้อย สังคมผู้สูงอายุ กลุ่มชนชั้นกลางที่มีจำนวนมากขึ้น และนวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่

สรุป

ผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ต่อประชาชนพื้นที่ชายขอบในจังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย รายได้หลักของประชาชนมาจากการปลูกพืชเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่ชายขอบได้รับผลกระทบด้านรายได้จากการทำงาน การจ้างงาน การท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ จังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยวได้มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับประชาชนในพื้นที่ และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้เศรษฐกิจและการท่องเที่ยวฟื้นตัวกลับมา มีอัตราการขยายตัวได้เร็วที่สุดซึ่งจะส่งผลต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ ด้วยความพร้อมทั้ง

ด้านการท่องเที่ยว เขตอุตสาหกรรมพิเศษที่เชื่อมต่อกับทางหลวงหมายเลข 81 ไปสู่ประเทศเมียนมาร์ การเตรียมประชาชนชายขอบเป็นเรื่องสำคัญเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตหลังผ่านวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) และเตรียมรับการประกาศเป็นโรคประจำถิ่นในเดือนกรกฎาคม 2565 นี้ ด้วยแนวคิดการใช้ชีวิตวิถีใหม่

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). *ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal)*. ค้นจาก <https://www.tosh.or.th/covid-19/index.php/new-normal>
- กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 (ศูนย์ปฏิบัติการจังหวัดราชบุรี). (2564). *แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 (กาญจนบุรี ราชบุรี สุพรรณบุรี) พ.ศ. 2566-2570*. ราชบุรี: ผู้แต่ง.
- ไชยา ออกแดง และภริญญา อุไรรัตน์. (2563). *ฝ่าวิกฤติ COVID-19 : มาตรการปลดล็อกกับแนวทางการเตรียมความพร้อมสำหรับความมั่นคง*. ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ: ผู้แต่ง.
- ธัญวรัตน์ แซ่มสนิท. (2564). ผลกระทบของมาตรการทางการค้าตามประเพณีชายแดนไทย-ลาว ในสถานการณ์แพร่ระบาดของ COVID-19 : กรณีศึกษา ผู้ประกอบการค้าสินค้าและผู้ประกอบการขนส่งทางเรือ ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย. *วารสารสังคมวิวัฒน์*, 12(2), 32-51.
- บดินทร์ บรรหาร และเท็ดดี อธิกสัน. (2564). “New normal” ในโลกหลัง COVID-19 ที่ไม่มีอะไรเหมือนเดิม. ค้นจาก <https://www.tmbameastspring.com/insights/new-normal>
- ยงยุทธ แฉล้มวงษ์ และสิริวิษณุ รัตนประทีปทอง. (2564). *ผลกระทบของ Covid-19 ที่มีผลต่อการบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวในประเทศไทย*. ค้นจาก <https://tdri.or.th/2020/08/covid-19-impact-on-migrant-workers/>
- วิเชียร มั่นแหล่ และคณะ. (2564). ผลกระทบและการปรับตัวของประชาชนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศน์*, 8(11), 327-340.
- ศุภตานนท์ ขอบประดิษฐ์. (2563). วิกฤตโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างไร. *วารสารชัยภูมิปริทรรศน์*, 3(2), 1-14.
- สาคร ศรีมุข. (2564). การส่งออกผลไม้ของประเทศไทยในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). *วารสารวิชาการ สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา*, 10 (11), 1-16.
- โสภิต นาสืบ. (2564). *ผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคมจากการระบาดของโรคโควิด-19 ในระดับโลก และในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: กองโรคไม่ติดต่อ กรมควบคุมโรค.
- Amnesty International Thailand. (2565). *ผลกระทบจากโรคโควิด-19 ต่อกลุ่มเปราะบางในประเทศไทย*. ค้นจาก <https://www.amnesty.or.th/latest/news/952/>
- Hfocus. (2565). *องค์การอนามัยโลกประกาศโควิด-19'เข้าสู่ภาวะ'ระบาดใหญ่'ทั่วโลกแล้ว*. ค้นจาก <https://www.hfocus.org/content/2020/03/18661>

คุณภาพการบริการ และประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของตราสินค้าต่อความภักดีใน สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย

Service Quality and Brand Image Benefits to Loyalty in Chinese branded Smartphones of Thai Consumers

Received 31 July 2022

Revised 15 August 2022

Accepted 12 September 2022

สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ, วณิชยุดา วาจิรัมย์,

และกิตติ บวรพศวัตกิตติ

มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

Surassawadee Bovornphasavatkitt, Wanichyada Wajirum,

and Kitti Bovornphasavatkitt

Western University

บทคัดย่อ

การศึกษาคูณภาพการบริการ และประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของตราสินค้าต่อความภักดีในสมาร์ตโฟน ตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย จำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ กับความภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของตราสินค้า กับความภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเลือกเฉพาะผู้บริโภคคนไทยที่ใช้หรือเคยใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน จำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30 - 39 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาท ขึ้นไป ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ อยู่ในระดับดี ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของตราสินค้า อยู่ในระดับมาก และความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน อยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความภักดีในตราสินค้า แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคุณภาพการบริการ ในด้านการเข้าถึงจิตใจ และด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย ในระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน และประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของตราสินค้า ด้านประโยชน์จากประสบการณ์ที่ได้รับ ด้านประโยชน์จากการใช้งาน และด้านประโยชน์ในเชิงสัญลักษณ์ มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย ในระดับค่อนข้างสูงในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ตราสินค้า, สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน

Abstract

Service quality education and brand image benefits to smartphone loyalty, Chinese brand of Thai consumers Objective 1) To study loyalty in Chinese branded smartphones. of Thai consumers Classified by demographic factors 2) to study the relationship between service quality with loyalty in Chinese branded smartphones of Thai consumers and 3) to study the relationship between brand image benefits. with loyalty in Chinese branded smartphones of Thai consumers. The sample group used in this research A random sampling method was used to select only 400 samples of Thai consumers who have used or used to use Chinese-branded smartphones. The instrument used to collect data was a questionnaire. and inferential statistics. The results showed that Most of the consumers are female, aged 30 - 39 years, with a bachelor's degree or equivalent. Occupation Private employee/employee and have an average monthly income of 45,001 baht or more, commenting on the quality of service in good level Comments on the brand's visual benefits at a high level and opinions about the loyalty of Chinese smartphone brand users. At a high level, it was found that Chinese smartphone users of Thai consumers with different occupations had different brand loyalty with statistical significance at the 0.05 level. in terms of access to the mind and reliability It correlates with the loyalty of Chinese branded smartphone users. of Thai consumers moderately in the same direction and benefits in terms of brand image Benefit from the experience Benefit from use and symbolic benefits It correlates with the loyalty of Chinese branded smartphone users. of Thai consumers at a relatively high level in the same direction statistically significant at 0.01 level.

Keywords: Service Quality, Brand Image Benefit, Chinese Smartphone Brands

บทนำ

การสื่อสารทางไกลของมนุษย์เกิดขึ้นมีมาช้านาน อีกทั้งมีการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาอย่างต่อเนื่องขึ้นเป็นลำดับ เนื่องด้วยมนุษย์เป็นสัตว์สังคมประเภทหนึ่งที่อยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ฉะนั้น การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการอยู่ร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการทำกิจกรรมภายในกลุ่มสังคมตามวัตถุประสงค์ต่างๆ ความชาญฉลาดของมนุษย์ซึ่งเหนือ กว่าสัตว์เดียรฉานประเภทอื่น ส่งผลให้มนุษย์สร้างสรรค์หลากหลายวิธีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการเกิดเป็นวิวัฒนาการทางการสื่อสารขึ้นของมวลมนุษยชาติ หากย้อนกลับไปเมื่อ 10 กว่าปีที่ผ่านมามีโทรศัพท์มือถือถือกำเนิดขึ้นมีบทบาทเพียงติดต่อสื่อสารกับบุคคลทั่วไปเท่านั้น เพียง

แค่สามารถโทรเข้าออก ส่งข้อความ หรืออาจมีเล่นเกมผ่านทางหน้าจอสีขาวดำ แต่เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารในโลกปัจจุบันมีการพัฒนา ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดดเพื่อตอบสนองความต้องการใช้งานในหลายรูปแบบ ทั้งเพิ่มความสะดวก สบายในชีวิตประจำวัน ทั้งตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้โทรศัพท์มือถือกลายเป็นสมาร์ทโฟนมีหน้าจอลักษณะสัมผัสเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตได้ รองรับแอปพลิเคชัน ทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์มากมายจนกลายเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการใช้ชีวิตประจำวัน โดยอาจสรุปได้ว่าสมาร์ทโฟนเป็นปัจจัยที่ 5 ในการดำรงชีวิตของคนในยุคปัจจุบันอย่างขาดไม่ได้ สำหรับตลาดสมาร์ทโฟนในประเทศไทยนั้นขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นช่องทาง และโอกาสในการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี ดังนั้นทั้งผู้ประกอบการ ผู้จำหน่ายสมาร์ทโฟน ทรานส์คำจิ้นได้เล็งเห็นความน่าสนใจของตลาดทยอยเข้ามาทำตลาดในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ผลจากการที่มีผู้ประกอบการ และผู้ผลิตสมาร์ทโฟนจากประเทศจีน หมายถึง สมาร์ทโฟนที่มีต้นกำเนิดจากผู้ประกอบการสัญชาติจีน โดยทำการผลิต จัดจำหน่ายภายในประเทศจีน จากนั้นจึงขยายตลาดสู่ต่างประเทศ ได้แก่ ทรานส์คำออปโป้ (Oppo) ทรานส์คำหัวเหว่ย (Huawei) ทรานส์คำวีโว่ (Vivo) และทรานส์คำเสี่ยวมี่ (Xiaomi) ซึ่งเชี่ยวชาญในเทคโนโลยีการผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เข้าสู่ตลาดจำหน่ายสมาร์ทโฟนในประเทศไทยมากขึ้น จึงทำให้มีราคาจำหน่ายปรับตัวลดลง เมื่อพิจารณาแนวโน้มตลาดสมาร์ทโฟนภายในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2563 พบว่าตลาดสมาร์ทโฟนภายในประเทศ ปี พ.ศ. 2563 ขยายตัวขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 6.9 – 9.4 มียอดจำหน่ายโดยรวมอยู่ที่ 16.9 – 17.3 ล้านเครื่อง คิดเป็นมูลค่าตลาดเท่ากับ 99,290 – 98,075 ล้านบาท สำหรับส่วนแบ่งทางการตลาดในไตรมาสสอง ปี 2564 ของสมาร์ทโฟน 5 ทรานส์คำหลักในประเทศไทย ได้แก่ วีโว่ (Vivo) ซัมซุง (Samsung) ออปโป้ (Oppo) เรียลมี (Realme) และแอปเปิล (Apple) ตามลำดับ (We are Social and Hootsuite, 2021) การรักษาลูกค้าให้อยู่กับทรานส์คำให้ยาวนานที่สุดนั้น เปรียบเสมือนความยั่งยืนของทรานส์คำ ความภักดีของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทรานส์คำควรตระหนัก ด้วยผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลาย มากมายไม่ว่าจะด้วยทรานส์คำคุณภาพ ราคา รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดที่หลากหลายด้วยแล้ว โดยภาพรวมตลาดสมาร์ทโฟนยังคงมีผู้ผลิตรายใหม่ ๆ ที่กำลังเข้าสู่ตลาดมากยิ่งขึ้น แต่คุณภาพสินค้าควรมีการปรับปรุง พัฒนาให้อยู่ในระดับการใช้งานที่ดีขึ้น ผลจากที่ราคาปรับตัวลดลงทำให้ผู้บริโภคระดับล่างถึงระดับกลางสามารถจับต้องเข้าถึงใช้งานได้ง่ายมากขึ้นเนื่องจากกระแสราคามีช่วงราคาที่หลากหลายขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสมาร์ทโฟนทรานส์คำจิ้นที่กำลังเข้ามาสู่ตลาดต่างประเทศ รวมถึงตลาดประเทศไทยนั้น จึงควรศึกษาและทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของผู้บริโภค คุณภาพการบริการ ประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของทรานส์คำต่อความภักดีในสมาร์ทโฟนทรานส์คำจิ้น ของผู้บริโภคไทย ให้ลึกซึ้งตรงตามตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของแต่ละทรานส์คำที่ได้วางไว้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันในตลาดสมาร์ทโฟนภายในประเทศไทยให้มากขึ้น

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาคุณภาพการบริการ และประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของทรานส์คำต่อความภักดีในสมาร์ทโฟนทรานส์คำจิ้น ของผู้บริโภคไทย เพื่อจะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจ ผู้ประกอบการผลิต และจำหน่ายในอนาคต สามารถนำข้อมูลที่ได้ศึกษาวิจัยนี้มาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ตลอดทั้ง

สามารถวาง แผนกลยุทธ์ให้แตกต่างเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย จำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ กับความภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของตราสินค้า กับความภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย

สมมติฐาน

1. ผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทยที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ แตกต่างกันมีความภักดีต่อตราสินค้าเงิน แตกต่างกัน
2. คุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย
3. ประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย

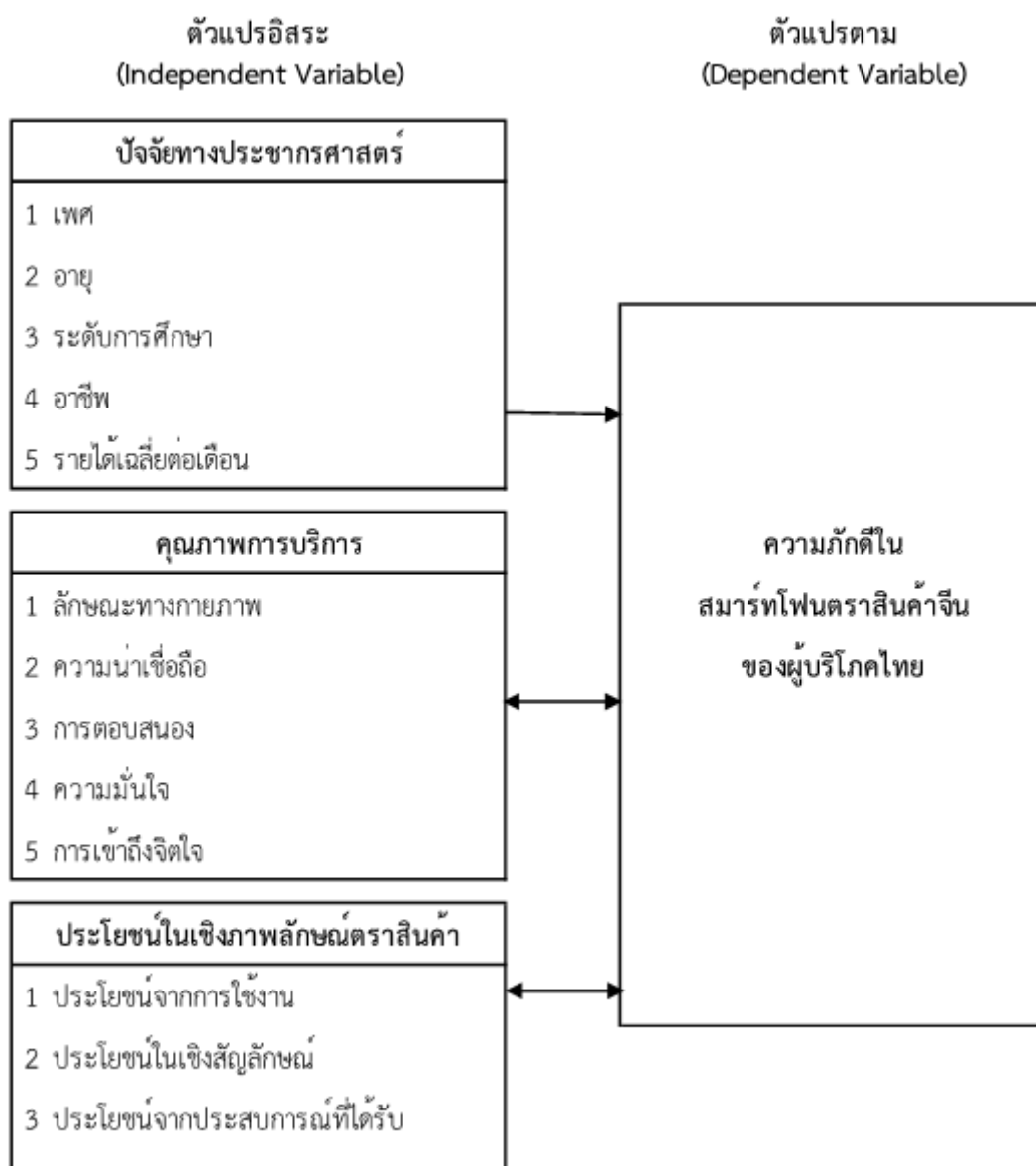
ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของตราสินค้าต่อความภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาพร้อมทั้งนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1) แนวคิด และทฤษฎีคุณภาพการบริการ ของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry, (2008) ประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ และการเข้าถึงจิตใจ 2) แนวคิด และทฤษฎีประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ตราสินค้า Keller, (2003) ประกอบด้วย ประโยชน์จากการใช้งาน ประโยชน์ในเชิงสัญลักษณ์ และประโยชน์จากประสบการณ์ที่ได้รับ และ 3) แนวคิด และทฤษฎีความภักดีในตราสินค้า ของ Oliver, (1999)

ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ Kumar, (2020) ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคและความภักดีในการให้บริการในอุตสาหกรรมด้านโทรคมนาคมในประเทศอินเดีย พบว่า การเข้าถึงจิตใจ ความมั่นใจ การตอบสนอง และลักษณะทางกายภาพมีผลต่อความภักดีของผู้บริโภคในอุตสาหกรรมด้านโทรคมนาคม งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ตราสินค้า (จิตติมา จันทพร และญาภา ศรีวิฑูรย์, 2563) ได้ศึกษาถึงภาพลักษณ์ตราสินค้าโทรศัพท์สมาร์ตโฟนจากประเทศจีนที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้าน

คุณสมบัติของสมาร์ทโฟนประเทศจีนในส่วนของกรออกแบบให้ดูทันสมัยน่าใช้ หรูหรา มีสีให้เลือกหลากหลาย สี ใช้วัสดุคุณภาพ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยน่าใช้ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความภักดีในตราสินค้า Zeng, Bhutto, and Soomro (2021) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีด้านทัศนคติ และพฤติกรรมในผู้บริโภคคนจีนต่อโทรศัพท์มือถือที่ผลิตในประเทศจีน พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้า ความพึงพอใจในตราสินค้ามีผลโดยตรงกับการสร้างความภักดีต่อตราสินค้าที่ผลิตภายในประเทศจีน นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภค มีความภักดีต่อแบรนด์สมาร์ทโฟน หากแบรนด์มอบคุณภาพที่ดี การรับรู้ที่ดี และสามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเฉพาะผู้บริโภคคนไทยที่ใช้ หรือเคยใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน เนื่องด้วยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบประชากร (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2561, น.54) โดยยอมรับระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และสำรองการผิดพลาดของการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีสำรวจมุ่งศึกษาคุณภาพการบริการ และประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของตราสินค้าต่อความภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย เครื่องมือใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบบสอบถามดังกล่าว ได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และตามกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม และเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยนำหลักแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม รวมถึงตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของเนื้อหา จากนั้นนำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงทางเนื้อหา (Content Validity) หรือความสอดคล้องระหว่างข้อความในแบบสอบถามกับนิยามศัพท์ ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.86 แสดงว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ผ่านเกณฑ์สามารถนำไปใช้ได้ จากนั้นนำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำผลการทดลอง มาใช้คำนวณเพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability Test) ของแบบสอบถาม ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา (α -coefficient) (Cronbach, 1990) ผลการวิเคราะห์พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา เท่ากับ 0.80 ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในระดับดี หมายถึงแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) โดยแจกแจงความถี่ (Frequency) แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมทั้งค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการของตราสินค้า ประโยชน์เชิงภาพลักษณ์ของตราสินค้า และเกี่ยวกับความภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคคนไทย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ได้แก่ การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ t-test, One Way-ANOVA และสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ ในการ

วิเคราะห์คุณภาพการของตราสินค้า และประโยชน์เชิงภาพลักษณ์ของตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับความภักดีในสมาร์ตโฟน ตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคคนไทย

ผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอเป็นภาพโดยรวม และข้อสรุปผลการวิจัยที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ ตามลำดับดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 อายุ มีช่วงอายุ 30-39 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 39 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการของตราสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่าผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคคนไทย มีระดับความคิดเห็นในระดับดีมาก จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.23$) และส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับดี จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 4.17$) ด้านความมั่นใจ ($\bar{x} = 4.14$) ด้านการเข้าถึงจิตใจ ($\bar{x} = 4.11$) และด้านการตอบสนอง ($\bar{x} = 4.07$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของตราสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่าผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคคนไทย ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านประโยชน์จากประสบการณ์ที่ได้รับ ($\bar{x} = 4.26$) และด้านประโยชน์จากการใช้งาน ($\bar{x} = 4.23$) และมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านประโยชน์ในเชิงสัญลักษณ์ ($\bar{x} = 3.66$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อความภักดีในตราสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่าผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคคนไทย ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์แรก ($\bar{x} = 4.04$) ด้านการแนะนำสินค้าให้คนรอบข้างใช้ ($\bar{x} = 3.91$) และด้านความมุ่งมั่นในการใช้สินค้าในอนาคต ($\bar{x} = 3.82$) ตามลำดับ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทยที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีความภักดีต่อตราสินค้าจีน แตกต่างกัน ผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย ที่มีเพศอายุ และระดับการศึกษา แตกต่างกัน มีความภักดีในตราสินค้า ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ผู้ใช้สมาร์ทโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความภักดีในตราสินค้า แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ผู้ใช้สมาร์ทโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกันมีความภักดีในตราสินค้า ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้สมาร์ทโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความภักดีในสมาร์ทโฟน ตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย โดยใช้สถิติค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

คุณภาพการบริการ	ความภักดีในสมาร์ทโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย			
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.404**	0.000	ค่อนข้างต่ำ	เดียวกัน
2. ด้านความน่าเชื่อถือ	0.420**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
3. ด้านการตอบสนอง	0.381**	0.000	ค่อนข้างต่ำ	เดียวกัน
4. ด้านความมั่นใจ	0.386**	0.000	ค่อนข้างต่ำ	เดียวกัน
5. ด้านการเข้าถึงจิตใจ	0.425**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน
คุณภาพการบริการโดยรวม	0.453**	0.000	ปานกลาง	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

ตารางที่ 1 พบว่า โดยภาพรวมคุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์กับความภักดีในสมาร์ทโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คุณภาพการบริการด้านการเข้าถึงจิตใจ และด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับความภักดีในสมาร์ทโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน ส่วนคุณภาพการบริการด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความมั่นใจ และด้านการตอบสนอง มีความสัมพันธ์กับความภักดีในสมาร์ทโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในระดับค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 3 ประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้สมาร์ทโฟน ตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ตราสินค้าโดยรวม มีความสัมพันธ์กับความภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย โดยใช้สถิติค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ตราสินค้า	ความภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย			
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
1. ด้านประโยชน์จากการใช้งาน	0.643**	0.000	ค่อนข้างสูง	เดียวกัน
2. ด้านประโยชน์ในเชิงสัญลักษณ์	0.629**	0.000	ค่อนข้างสูง	เดียวกัน
3. ด้านประโยชน์จากประสบการณ์ที่ได้รับ	0.676**	0.000	ค่อนข้างสูง	เดียวกัน
ประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ตราสินค้าโดยรวม	0.733**	0.000	ค่อนข้างสูง	เดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

ตารางที่ 2 พบว่า โดยภาพรวมประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ตราสินค้า ด้านประโยชน์จากประสบการณ์ที่ได้รับ ด้านประโยชน์จากการใช้งาน และด้านประโยชน์ในเชิงสัญลักษณ์ มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในระดับค่อนข้างสูงในทิศทางเดียวกัน ตามลำดับ

สรุป และอภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการ และประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของตราสินค้าต่อความภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย สามารถนำผลการศึกษามาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทยที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ แตกต่างกันมีความภักดีต่อตราสินค้าจีน แตกต่างกัน ด้านเพศ ผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย ที่มีเพศแตกต่างกันมีความภักดีในตราสินค้า ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากสมาร์ตโฟนเป็นอุปกรณ์สื่อสารที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน โดยไม่จำกัดเพศไม่ว่าเพศชายหรือหญิงก็สามารถตัดสินใจใช้โทรศัพท์มือถือได้ อีกทั้งเลือกที่จะภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าต่าง ๆ ได้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yang, (2020) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้โทรศัพท์มือถือ Huawei ของนักศึกษาจีนและนักศึกษาไทย พบ ว่าผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีความภักดีในโทรศัพท์มือถือตรา Huawei ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากความภักดีของแต่ละบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับความรู้และประสบการณ์ส่วนบุคคล ด้านอายุ ผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย ที่มีอายุแตกต่างกันมีความภักดีในตราสินค้า ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากสมาร์ตโฟนเป็นอุปกรณ์สื่อสารที่ครอบคลุมการใช้งานได้ทั้งเพื่อประโยชน์ทางการทำงาน ตลอดจนความบันเทิง โดยสามารถใช้ได้ในเกือบทุกช่วงอายุ จึงทำให้สามารถเลือกที่จะภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าต่าง ๆ ได้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yang, (2020) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้โทรศัพท์มือถือ Huawei ของนักศึกษาจีน

และนักศึกษาไทย พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีความภักดีในโทรศัพท์มือถือตรา Huawei ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากความภักดีของแต่ละบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับการรับรู้และประสบการณ์ส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา ผู้ใช้สมาร์ทโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความภักดีในตราสินค้า ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องด้วยผู้บริโภคมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งจะมีทัศนคติไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถเลือกซื้อสมาร์ทโฟนตราสินค้าต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับการใช้งานของตน ส่งผลให้มีความภักดีที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุพงศ์ พ่วงพันธ์, (2562) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ OPPO พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความภักดีในตราสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ OPPO ไม่แตกต่างกัน ด้านอาชีพ ผู้ใช้สมาร์ทโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความภักดีในตราสินค้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/อื่น ๆ มีความภักดีในสมาร์ทโฟนตราสินค้าเงิน มากที่สุด เนื่องด้วยอาชีพดังกล่าวมีต้นทุนและความเสี่ยงด้านธุรกิจมากกว่าอาชีพอื่น ๆ จึงมีความมั่นใจและคุ้นชินในการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Haverila, (2011) ที่ศึกษาเรื่องความภักดีของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และบริการอินเทอร์เน็ต ประเภท FTTx ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความภักดีต่อผลิตภัณฑ์และบริการอินเทอร์เน็ต ประเภท FTTx ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ใช้สมาร์ทโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความภักดีในตราสินค้า ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องด้วยตลาดสมาร์ทโฟนตราสินค้า ต่าง ๆ มีการแข่งขันกันรุนแรง จึงผลิตโทรศัพท์หลากหลายรุ่น หลากหลายราคาตามความต้องการ เพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลาย อีกทั้งมีการตั้งราคาที่สามารถจับต้องได้อีก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุพงศ์ พ่วงพันธ์, (2562) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดี ในตราสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ OPPO พบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความภักดีในตราสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ OPPO ไม่แตกต่างกัน

คุณภาพการบริการ มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้สมาร์ทโฟนตราสินค้าเงิน ของผู้บริโภคไทย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากในปัจจุบันสมาร์ทโฟนถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถสร้างประโยชน์ให้กับผู้บริโภคได้มากมาย จึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในชีวิตประจำวัน ดังนั้นในมุมมองของผู้บริโภคจึงมองหาคุณภาพการบริการที่ดีควบคู่ไปกับการใช้งานสมาร์ทโฟน โดยหากผู้บริโภคประเมินว่าคุณภาพการบริการของตราสินค้ามีคุณภาพที่ดีตามที่คาดหวังไว้ ผู้บริโภคย่อมเกิดความภักดีต่อตราสินค้าได้เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zeng, Bhutto, and Soomro (2021) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีด้านทัศนคติ และพฤติกรรมในผู้บริโภคคนจีนต่อโทรศัพท์มือถือที่ผลิตในประเทศจีน พบว่าคุณภาพการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ โดยหากผู้บริโภครู้สึกว่าได้รับประโยชน์ตามที่คาดหวังไว้ และได้รับคุณภาพที่ต้องการผู้บริโภคจะมีความตั้งใจซื้อสูงนำไปสู่การซื้อสินค้าต่อไป อภิปรายเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ใช้สมาร์ทโฟนตราสินค้าเงิน ในระดับค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน เนื่องด้วยการจัดพื้นที่ให้มีความสะดวกต่อการใช้บริการ มีความทันสมัยถือเป็นความประทับใจแรกที่ถูกค่าสามารถเห็นและจับต้องได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rozaq and Soni, (2018) ที่

ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้ iPhone ในประเทศอินโดนีเซีย พบว่าคุณภาพการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภค โดยลูกค้าจะมีความภักดีต่อตราสินค้าเมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจอย่างต่อเนื่อง ด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ในระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน เนื่องด้วยการที่พนักงานบริการสามารถแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ถูกต้องนั้น ช่วยให้ลูกค้าวางใจได้ว่าปัญหาต่าง ๆ พนักงานบริการสามารถช่วยเหลือได้แน่นอน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Haverila, (2011)) ที่ศึกษาเรื่อง ความภักดีของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และบริการอินเทอร์เน็ต ประเภท FTTx พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับความภักดีของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้เกิดความภักดีต่อไป ด้านการตอบสนอง มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ในระดับค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ในทันทีนั้น อาจช่วยทดแทนความไม่สะดวกที่ลูกค้าเผชิญอยู่ได้ ดังนั้นความพร้อมในการให้บริการได้ตลอดเวลาด้วยความกระตือรือร้นจะช่วยส่งผลให้ลูกค้าได้รับการช่วยเหลือตามที่คาดหวัง ซึ่งส่งผลให้เกิดความพอใจและนำไปสู่ความภักดีในตราสินค้าได้ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ Haverila, (2011) ที่ศึกษาเรื่อง ความภักดีของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์และบริการอินเทอร์เน็ต ประเภท FTTx พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับความภักดีของลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้ามีความภักดีต่อผลิตภัณฑ์และบริการเพิ่มมากขึ้น ด้านความมั่นใจ มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ในระดับค่อนข้างต่ำในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากการให้บริการที่ถูกต้อง อธิบายรายละเอียดให้ลูกค้าเข้าใจ สามารถนำพาให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและเชื่อใจในการให้บริการของพนักงาน ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kumar, (2020) ที่ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคและความภักดีในการให้บริการในอุตสาหกรรม ด้านโทรคมนาคมในประเทศอินเดีย พบว่าคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจมีผลในทิศทางบวกต่อความภักดีของผู้บริโภคใน อุตสาหกรรมด้านโทรคมนาคม ด้านการเข้าถึงจิตใจ มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ในระดับปานกลางในทิศทางเดียวกัน เนื่องด้วยพนักงานบริการเป็นผู้ให้บริการแก่ลูกค้าโดยตรงเปรียบเสมือนเป็นตัวแทนของตราสินค้า ดังนั้นการให้บริการลูกค้าเป็นอย่างดีด้วยความใส่ใจ สามารถช่วยให้พนักงานให้บริการเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกถึงความใส่ใจ ซึ่งจะนำไปสู่ความประทับใจในการใช้บริการและเพิ่มระดับความภักดีในตราสินค้าได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kumar, (2020) ที่ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคและความภักดีในการให้บริการในอุตสาหกรรม ด้านโทรคมนาคมในประเทศอินเดีย พบว่า พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการในด้านความเอาใจใส่ส่งผลต่อผู้ใช้บริการให้มีความพึงพอใจ และความภักดีต่อเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในจังหวัดสงขลา

ประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีนของผู้บริโภคไทย ประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ตราสินค้า มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของตราสินค้าในการใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ถือได้ว่าเป็นการสะท้อนค่านิยมส่วนตัวของผู้บริโภคที่ยึดติดกับลักษณะของ

สินค้า หรือบริการ โดยสมาร์ทโฟน สามารถให้ประโยชน์กับผู้บริโภคได้หลากหลายด้าน ทั้งด้านประโยชน์จากการใช้งาน ด้านประโยชน์ในเชิงสัญลักษณ์ และด้านประโยชน์จากประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่ง การได้รับประโยชน์ต่าง ๆ จะสามารถนำไปสู่ความภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าจีนได้ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ จิตติมา จันทรรพร และ ญาฎา ศรีวิฑูรย์, (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ตราสินค้าโทรศัพท์สมาร์ตโฟนจากประเทศจีนที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าด้านคุณสมบัติของโทรศัพท์สมาร์ตโฟนประเทศจีนในส่วนของ การออกแบบให้ ดูทันสมัยน่าใช้ มีความหรูหรา มีสีให้เลือกหลากหลายสี ใช้วัสดุคุณภาพ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยน่าใช้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร อภิปรายเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านประโยชน์จากการใช้งาน มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ในระดับค่อนข้างสูงในทิศทางเดียวกัน เนื่องด้วยสมาร์ตโฟนเป็นอุปกรณ์ที่สำคัญต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ที่สามารถใช้เพื่อโทรติดต่อสื่อสาร เพื่อการทำงาน เพื่อความบันเทิง ดังนั้นประโยชน์จากการใช้งานจึงเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่จะสามารถทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน และยังคงเลือกใช้ต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Haverila, (2011) ที่ศึกษาเรื่อง คุณสมบัติของโทรศัพท์มือถือ ความพึงพอใจ และความมุ่งมั่นในการซื้อซ้ำของเพศชายที่เป็นผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ พบว่าผู้ใช้โทรศัพท์เพศชายจะตัดสินใจซื้อซ้ำเมื่อเห็นถึงด้านประโยชน์จากการใช้งาน ด้านประโยชน์ในเชิงสัญลักษณ์ มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ในระดับค่อนข้างสูงในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่พกพาสมาร์ตโฟนตลอดเวลา ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการเลือกใช้นั้นสามารถสะท้อนถึงตัวตนของผู้ใช้ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rozaq and Soni, (2018) ที่ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณภาพการบริการมีผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้ iPhone ในประเทศอินโดนีเซีย พบว่าประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ตราสินค้า ด้านประโยชน์ในเชิงสัญลักษณ์มีผลต่อการซื้อโทรศัพท์มือถือ ถือ เนื่องจากเป็นการสะท้อนถึงสถานะของผู้ใช้งาน ด้านประโยชน์จากประสบการณ์ที่ได้รับ มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน ในระดับค่อนข้างสูงในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากประโยชน์ที่ผู้ใช้สมาร์ตโฟนตราสินค้าจีนได้รับนั้น เกิดขึ้นจากการได้ใช้เป็นประจำทำให้รู้สึกดีที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้เกิดความประทับใจในการใช้งาน และมีความสบายใจที่ได้ใช้ตราสินค้านี้ถือเป็นการประสบการณ์ที่ดีที่ผู้บริโภครู้สึกไว้ใจ ซึ่งจะทำให้อยากใช้ผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา จันทรรพร และ ญาฎา ศรีวิฑูรย์, (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ตราสินค้าโทรศัพท์สมาร์ตโฟนจากประเทศจีน ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าหากผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องในด้าน ประโยชน์จากประสบการณ์ที่ได้รับ ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือซัมซุงนั้น จะส่งผลในเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้าที่จะซื้อซ้ำ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาคุณภาพการบริการ และประโยชน์ในเชิงภาพลักษณ์ของตราสินค้าต่อความภักดีในสมาร์ตโฟน ตราสินค้าจีน ของผู้บริโภคไทย โดยผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการ และผู้ผลิตในธุรกิจสมาร์ตโฟน ควรพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรักษฐานลูกค้าให้มีความภักดีในสมาร์ตโฟนตราสินค้าจีน โดยทำโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารถึงสิทธิประโยชน์ รวมถึง

เจาะกลุ่มที่มีกำลังซื้อสมาร์ทโฟนในรุ่นที่มีราคาสูง ซึ่งจะเป็นอีกปัจจัยที่ช่วยส่งผลให้ธุรกิจได้รับผลกำไรเพิ่มขึ้นได้เช่นกัน แต่ยังคงควรให้ความสำคัญกับผู้บริโภคกลุ่มอื่น ๆ ด้วย เพื่อให้สามารถรักษา และขยายส่วนแบ่งทางการตลาดได้ต่อไป

2. ผู้ประกอบการ และผู้ผลิตในธุรกิจสมาร์ทโฟน ควรทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มเป้าหมายรู้สึกเข้า ถึงได้ง่าย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็นถึงความตั้งใจในการช่วยแก้ไขทุกปัญหาของผู้บริโภค เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ในการบริการ รวมทั้งให้ผู้บริโภคเห็นถึงความตั้งใจ และวางใจที่จะใช้บริการมากขึ้น

3. ผู้ประกอบการ และผู้ผลิตในธุรกิจสมาร์ทโฟน ควรจัดอบรมในด้านการบริการให้แก่พนักงานที่ให้การ บริการลูกค้า โดยที่พนักงานสามารถให้บริการได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม ถูกต้อง และตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าได้ทันที ช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และมั่นใจเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนจัดอบรมเน้นในส่วนของการเข้าถึงจิตใจลูกค้า ไม่ปฏิเสธที่จะช่วยเหลือ ซึ่งเมื่อลูกค้ามีความประทับใจในการรับ บริการแล้วมีความภักดีต่อตราสินค้า และทำหน้าที่เหมือน Brand Ambassador ที่ช่วยแนะนำสินค้าให้คนรอบข้างได้เป็นอย่างดี

4. ผู้ประกอบการ และผู้ผลิตในธุรกิจสมาร์ทโฟน ควรแสดงถึงความทันสมัย ความพร้อมสู่โลกอนาคต นอกจากนี้ควรเลือกวิธีการแสดงผลลักษณ์ของสมาร์ทโฟน ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ด้วยการใช้เทคโนโลยีความเสมือนจริง (Virtual Reality) เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้แก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อตราสินค้าจีน และภาพลักษณ์เชิงบวกให้แก่ลูกค้า โดยไม่ได้เน้นการขายสินค้าเพียงอย่างเดียว

5. ผู้ประกอบการ และผู้ผลิตในธุรกิจสมาร์ทโฟน ควรจัดทำโปรโมชั่นในช่วงการเปิดตัวสมาร์ทโฟนตราสินค้าจีนรุ่นใหม่ โดยการให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้าเดิมสามารถซื้อเครื่องใหม่ได้ในราคาพิเศษ และมอบส่วนลด ในการแนะนำคนรู้จักที่ยังไม่ได้ใช้สมาร์ทโฟนตราสินค้าจีน ให้เข้ามาเป็นลูกค้า (Member get Member) ด้วย ทั้งนี้ นอกจากจะสามารถรักษาลูกค้าเดิมได้แล้วยังสามารถเพิ่มยอดขายจากฐานลูกค้าใหม่ได้อีกด้วย

6. ผู้ประกอบการ และผู้ผลิตในธุรกิจสมาร์ทโฟน ควรสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้บริโภคที่ใช้สมาร์ตโฟน ตราสินค้าจีน และควรรักษาคุณภาพการใช้งานให้มีมาตรฐานที่ดีอยู่เสมอ มีการพัฒนาฟังก์ชันการใช้งานให้มีประสิทธิภาพ ทันสมัย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ มีความทนทานต่อการใช้งาน ตลอดจนยังควรพัฒนาการใช้งานให้แตกต่างจากคู่แข่งในราคาที่เหมาะสม เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าให้ภักดีต่อตราสินค้าจีนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- จิตติมา จันทพร, และ ญาฎา ศรีวิฑูรย์. (2563). *ภาพลักษณ์ตราสินค้าโทรศัพท์สมาร์ทโฟน จากประเทศจีนที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- เพ็ญแข แสงแก้ว. (2561). *การวิจัยทางสังคมศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). ปทุมธานี : ภาควิชาคณิตศาสตร์ และสถิติมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ภาณุพงศ์ พ่วงพันธ์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ OPPO. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Cronbach, Lee J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers. (pp.202-204).
- Haverila, M. (2011). Mobile phone feature preferences, customer satisfaction and repurchase intent among male users. *Australasian Marketing Journal*, 19(4): 238-246.
- Keller, K. L. (2003). *Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity*. *Journal of Marketing*, 57(1): 1-22.
- Kumar, A. (2020). *Effect of service quality on customer loyalty and the mediating role of customer satisfaction: an empirical investigation for the telecom service industry*. *Journal of Management Research and Analysis*, 4(4): 159-166.
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63(1): 33-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2008). *Seroquel: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perc.* *Journal of Retailing*, 64: 12-40.
- Rozaq, F. A., & Soni, H. (2018). *The effect of brand image and service quality on customer satisfaction and loyalty of iPhone users in surabaya*. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 7(79): 261-269.
- We are Social and Hootsuite. (2021). *Digital 2021 Global Digital Overview. Essential Insights into How People around the World use the Internet Mobile Devices, social media, and Ecommerce*. Retrieved March 31, 2022, from <https://wearesocial.com/digital-2020>
- Yang, L. (2020). ปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าในการใช้โทรศัพท์มือถือ HUAWEI ของนักศึกษาจีนและนักศึกษาไทย. การค้นคว้าอิสระ บธ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Zeng, F., Bhutto, M. Y., & Soomro, Y. A. (2021). *Chinese Smartphone Brands: Gender, Consumers Behavioral and Attitudinal Loyalty*. *Marketing and Management of Innovations*, 2(1): 83-98.

คุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทยต่อผลการดำเนินงาน

Entrepreneurial characteristics of Thai Traditional Medicine towards the Performance

Received 20 August 2022

Revised 20 August 2022

Accepted 12 September 2022

ชนัญญา มาพุท¹, ชนิสร่า แก้วสวรรค์¹

และธีทัต ตรีศิริโชติ²

มหาวิทยาลัยบูรพา¹

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี²

Chananya mapudh¹, Chanisara kaesawon¹,

and Teetut tresirichod²

Burapha University¹

Rajamangala University of Technology Thanyaburi²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทยต่อผลการดำเนินงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ผู้ประกอบการในสถานประกอบการแพทย์แผนไทย จำนวน 312 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติอนุมานในการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัย พบว่ามีคุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทย 5 ด้าน ประกอบด้วย การมีนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความเป็นอิสระในการบริหาร การยอมรับความเสี่ยง และความสามารถในการแข่งขัน พบว่ามี 2 ด้านได้แก่ ด้านการทำงานเชิงรุก มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .640 ($p < .000$) และด้านการยอมรับความเสี่ยง มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .276 ($p < .000$) ที่ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน ด้านการทำงานเชิงรุก ผู้ประกอบการแพทย์แผนไทย ต้องแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ สร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับธุรกิจ การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าได้ มองเห็นการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจ และเป็นผู้นำในธุรกิจ และด้านการยอมรับความเสี่ยง ต้องสามารถตัดสินใจอย่างแน่วแน่ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เป็นผู้ตัดสินใจลงทุนในธุรกิจ เลือกการลงทุนในตลาดใหม่ ๆ สามารถกู้ยืมเงินจำนวนมากเพื่อธุรกิจ และยอมรับความเสี่ยงได้

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ แพทย์แผนไทย คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ABSTRACT

The objective of this research was to study the entrepreneurial characteristics of Thai traditional medicine towards the performance. The sample group used in this research, namely 312 Thai traditional medicine practitioners, by stratified sampling. It was survey research and questionnaire were used as a tool to collect data. for data analysis Using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean and standard deviation. and inferential statistics were used to test the hypothesis using stepwise multiple regression analysis. The results showed that the Characteristics of Thai traditional medicine practitioners in 5 areas: innovation proactive Management independence risk tolerance and the ability to compete, found that there are 2 aspects: proactive work. The coefficient was .640 ($p < .000$) and the risk tolerance aspect. It has a coefficient of .276 ($p < .000$) that positively affects performance. Proactive work Thai traditional medicine practitioners must seek business opportunities Make a change for the business Forecasting customer needs See intense competition in the business and be a leader in business and risk acceptance Must be able to make firm decisions under uncertain circumstances. is the decision maker to invest in the business Choose to invest in new markets Able to borrow large amounts of money for business and can accept the risk.

Keywords: Entrepreneur, Thai Traditional Medicine, Entrepreneurial Characteristics

บทนำ

ปัจจุบันอัตราการเกิดของประเทศไทยลดลงอย่างมาก จากความก้าวหน้าทางการแพทย์และระบบทางสาธารณสุขของประเทศส่งผลให้คนไทยอายุยืนยาวขึ้นโดยมีอายุเฉลี่ย 77 ปี เมื่อโครงสร้างประชากรเปลี่ยนแปลง (Demographic change) ในอนาคตสัดส่วนผู้สูงอายุจะเพิ่มมากขึ้นถึง 1 ใน 3 ของประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2579 ประเทศไทยจะเป็นประเทศที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Ageing society) อย่างรวดเร็วและรุนแรง (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2562) จากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเป็นปรากฏการณ์ที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากจากนักประชากรศาสตร์ ผู้นำระดับชาติ นักธุรกิจ และนักลงทุนจากทั่วโลกโดยเฉพาะในภาคธุรกิจมหภาคต่างกำลังให้ความสนใจ (ศิริวรรณ อรุณทิพย์ไพฑูรย์, 2563) ผู้สูงอายุถือเป็นกลุ่มอายุหลักเพียงกลุ่มเดียวที่เพิ่มจำนวนขึ้นเป็นอย่างมากในอีก 15 ปีข้างหน้า และส่วนแบ่งของผู้สูงอายุในจำนวนประชากรทั้งหมดก็เพิ่มขึ้นทุกแห่งเช่นกัน ทำให้ประชากรสูงวัยเป็นเรื่องที่ทั่วโลกต่างกังวล (United nations, 2015) ข้อมูลตั้งแต่ปีพ.ศ. 2543 – 2562 พบว่า สาเหตุการเสียชีวิตของประชากรโลกเสียชีวิตด้วยโรคไม่ติดต่อมากที่สุดเป็นอันดับแรก โดยมีความเด่นชัดขึ้นในขณะที่โรคติดต่อมีแนวโน้มลดลง ประกอบกับข้อมูลการเสียชีวิตของคนไทยในปีพ.ศ. 2562 พบว่า สาเหตุการเสียชีวิตที่สำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ โรคมะเร็งทุกชนิด โรคหลอดเลือดสมอง โรคปอดอักเสบ โรคหัวใจขาดเลือด และอุบัติเหตุจากการ

คมนาคมขนส่งทางบก (สถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ, 2565) ส่งผลให้มูลค่าการส่งยาแผนปัจจุบันสำหรับมนุษย์มีมูลค่าเพิ่มสูงมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, ม.ป.ป.) แนวโน้มผลการประมาณการค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของประเทศไทยปีพ.ศ. 2575 พบว่า ประเทศไทยมีอัตราค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพสูงถึง 1,854 พันล้านบาท ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2563 (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2561) เมื่อพิจารณาหนี้สาธารณะคงค้าง (Thailand's public debt outstanding) พบว่า อัตราหนี้คงค้างสูงถึง 7,848,155.88 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 49.35 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross national product หรือ GDP) โดยพระราชบัญญัติการเงินการคลังของรัฐ พ.ศ. 2561 (ราชกิจจานุเบกษา, 2561) กำหนดไว้ไม่เกินร้อยละ 60 (สำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ, 2563) ทั้งนี้ ข้อมูล ณ มีนาคม 2565 พบว่าหนี้สาธารณะคงค้างของประเทศ เพิ่มขึ้นจากเดิมเป็นร้อยละ 60.58 (สำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ, 2565)

ปัจจุบันสังคมโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากสาเหตุ การเปลี่ยนแปลงประชากร (Demographic shifts) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (The advent of the smart era) และการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างทางเศรษฐกิจ (Changes to the established economic stature) (Bhongsatiern, 2014) องค์การอนามัยโลก (World health organization หรือ WHO) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการแพทย์ดั้งเดิม (Traditional medicine) ทั่วโลก โดยมีเป้าหมายสำคัญสนับสนุนให้ประเทศสมาชิกนำศักยภาพของการแพทย์ดั้งเดิมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสุขภาพให้ประชาชนอยู่ดีมีสุขและเน้นคนเป็นศูนย์กลาง ส่งเสริมการใช้สมุนไพรไทยอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ โดยการบูรณาการบริการการแพทย์ดั้งเดิมและการดูแลสุขภาพด้วยตนเองเข้าในระบบสุขภาพแห่งชาติ เพื่อแก้ปัญหาการเข้าถึงระบบสุขภาพของคนในประเทศที่ยังเข้าไม่ถึง (World health organization, 2016) ในสถานประกอบการการแพทย์แผนไทย (Enterprise Thai traditional medicine) ผู้ที่เป็นแพทย์แผนไทยที่สมบูรณ์แบบจะต้องมีบทบาทหน้าที่ในการประกอบวิชาชีพ 4 ด้าน ได้แก่ เวชกรรมไทย เภสัชกรรมไทย ผดุงครรภ์ไทย และนวดไทย แพทย์แผนไทยมีหน้าที่ตรวจวินิจฉัยโรค บำบัดรักษา ป้องกัน ส่งเสริมและฟื้นฟูสุขภาพ ผดุงครรภ์ นวด และการผลิตยาสมุนไพร (ราชกิจจานุเบกษา, 2556) ทั้งนี้ในปัจจุบันศาสตร์การแพทย์แผนไทยได้รับการยอมรับจากผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดสถานประกอบการทางการแพทย์แผนไทยและแพทย์แผนไทยประยุกต์ที่ขึ้นทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย จำนวน 1,142 แห่งทั่วประเทศ (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2563) ดังนั้น ผู้ประกอบการการแพทย์แผนไทย จึงต้องเพิ่มศักยภาพของการเป็นผู้ประกอบการเพื่อรองรับกลุ่มผู้ใช้บริการ และต้องพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด พร้อมทั้งการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐให้สามารถสร้างรายได้ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่กับการยกระดับรายได้ (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) การปรับตัวในธุรกิจสุขภาพของประเทศไทยให้ทันกับสถานการณ์การแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ความท้าทายที่ทุกองค์การจะต้องเผชิญทั้งในปัจจุบันและในอนาคตเป็นเรื่องของการพัฒนาองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและการสื่อสารคมนาคมจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลไปสู่การปรับตัวและเปลี่ยนแปลงองค์การ จึงต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการดำรงอยู่ (กฤษฎิยา มูลสร, 2562)

จากความจำเป็นและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทยต่อผลการดำเนินงาน 4 มิติ เพื่อให้ผู้ประกอบการเผชิญสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสมในสังคมปัจจุบันและอนาคตโดยการนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาตนเองในคุณลักษณะที่สำคัญและส่งผลต่อองค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

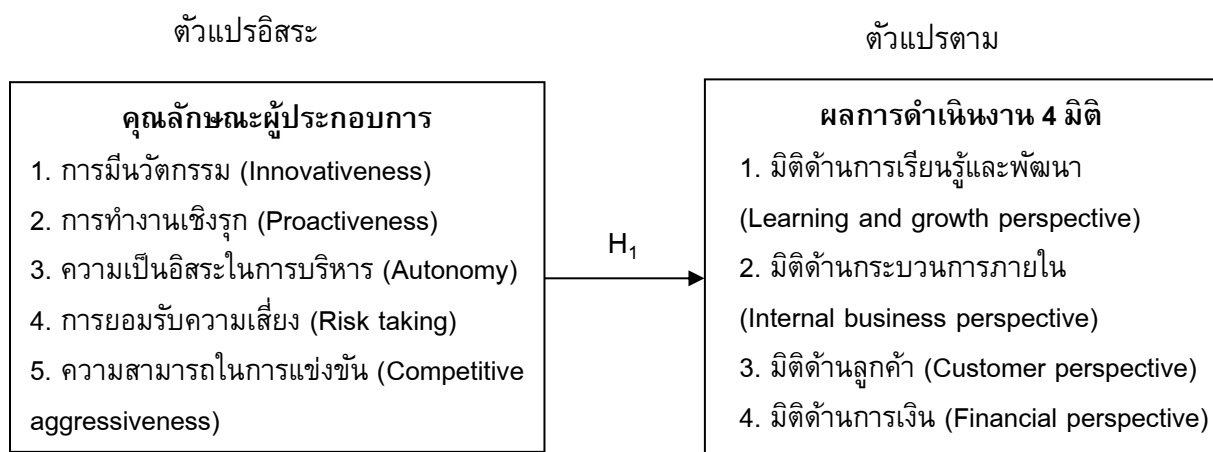
วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทยต่อผลการดำเนินงาน

สมมติฐานของการวิจัย

1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทย ประกอบด้วย การมีนวัตกรรม (Innovativeness) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) ความเป็นอิสระในการบริหาร (Autonomy) การยอมรับความเสี่ยง (Risk taking) ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative method) โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขต ดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาก่อตั้ง รูปแบบสถานประกอบการ จำนวนพนักงาน รายได้สุทธิ การสืบทอดกิจการ และประสบการณ์ของการได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจของผู้ประกอบการ 2) คุณลักษณะผู้ประกอบการ ได้แก่ การ

มีนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความเป็นอิสระในการบริหาร การยอมรับความเสี่ยง และความสามารถในการแข่งขัน

ตัวแปรตาม ผลการดำเนินงาน 4 มิติ ได้แก่ มิติด้านการเรียนรู้และพัฒนา มิติด้านกระบวนการภายใน มิติด้านลูกค้า และมิติด้านการเงิน

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการในสถานประกอบการแพทย์แผนไทย จำนวน 1,142 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 8 กรกฎาคม 2563) (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2563)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการในสถานประกอบการแพทย์แผนไทย จำนวน 312 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยในครั้งนี้เก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ผลการวิจัย ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2564 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 8 เดือน

ทบทวนวรรณกรรม

คุณลักษณะผู้ประกอบการ (Entrepreneurial characteristics)

ความหมายผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)

บุคคลที่มีแรงบันดาลใจใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อริเริ่มก่อตั้งกิจการเมื่อเริ่มก่อตั้งแล้วต้องลงทุนกำลังกายกำลังทรัพย์กำลังความคิดในการจัดสรรเงินทุน (สุภาภรณ์ เจริญประดับ, 2563) โดยมองเห็นโอกาสที่มีอยู่ในตลาดดำเนินงานด้วยความมุ่งมั่น มีการบริหารงานอย่างเป็นอิสระ กล้าเสี่ยง เพื่อที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ หากต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคก็ไม่ล้มเลิกความตั้งใจโดยง่าย มีความมุ่งมั่น พยายามแก้ปัญหาให้สำเร็จ (วรรณ นามวงศ์ และคณะ, 2562) เพื่อแสวงหาผลกำไรและความเติบโต มุ่งหาความต้องการของตลาดเพื่อสนองความต้องการในทางเศรษฐศาสตร์ โดยเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนทางธุรกิจ (กัลยารัตน์ ชีระชนชัยกุล, 2562)

คุณลักษณะผู้ประกอบการ (Entrepreneurial characteristics)

Frese (2000) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 1) ความเป็นตัวของตัวเอง 2) ความมีนวัตกรรม 3) ความกล้าเสี่ยง 4) ความสามารถในการแข่งขัน 5) ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และ 6) ความใส่ใจในความสำเร็จ และกัลยารัตน์ ชีระชนชัยกุล (2562) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมี 10 คุณลักษณะ เรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ 1) ความมีมนุษยสัมพันธ์ 2) ความเชื่อมั่นในตนเอง 3) ความซื่อสัตย์ 4) มีความรู้พื้นฐานและประสบการณ์ในธุรกิจที่ทำ 5) ความขยันทุ่มเทให้กับธุรกิจ 6) มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ 7) มีวิสัยทัศน์ 8) ประหยัด 9) พัฒนาและฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง 10) มีความเชื่อเรื่องโชค

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 5 คุณลักษณะ ได้แก่ การมีนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความเป็นอิสระในการบริหาร การยอมรับความเสี่ยง และความสามารถในการ

แข่งขัน (Windapo, 2018; สุธีรา อะทะวงษา และสมบุญณวัฒน์ สัตยารักษ์วิทย์, 2557; สุธีรา อะทะวงษา, 2556; กัลยารัตน์ ธีระชนชัยกุล, 2562)

การมีนวัตกรรม หมายถึง ความตั้งใจที่จะนำเสนอสิ่งใหม่และบริการใหม่ ๆ ผ่านกระบวนการพัฒนาด้วยกระบวนการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการที่มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

การทำงานเชิงรุก หมายถึง ลักษณะของการมองไปข้างหน้าเพื่อแสวงหาความเป็นผู้นำในตลาดและสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับธุรกิจ ต้องให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานในองค์กรเพื่อก้าวเข้าสู่การแข่งขัน

การเป็นอิสระในการบริหาร หมายถึง ความสามารถในการตัดสินใจอย่างอิสระของบุคคลที่จะผลักดันแนวคิดของธุรกิจสู่การนำไปปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย ความสามารถในการปฏิบัติขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรที่จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน

การยอมรับความเสี่ยง หมายถึง ความกล้าในการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และยอมรับความเสี่ยงได้ เพื่อหวังผลกำไรการดำเนินงาน ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เป็นผู้ที่สามารถยอมรับความเสี่ยง

ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง การดำเนินการให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จะมุ่งไปที่การต่อสู้เพื่อแข่งขันกับคู่แข่ง โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และภัยคุกคาม (Threats) ความสามารถในการแข่งขันสร้างความเปรียบในการแข่งขันในธุรกิจ

กล่าวโดยสรุป คุณลักษณะผู้ประกอบการ 5 ประการ หมายถึง บุคคลที่แสดงถึงแนวทางการกระทำการปฏิบัติหรือกระบวนการคิด การตัดสินใจ การวางแผนอนาคต ความเข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้ง ตระหนักในความเป็นไปได้ ของอัตราผลตอบแทนการลงทุน ประกอบด้วย การมีนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความเป็นอิสระในการบริหาร การยอมรับความเสี่ยง และความสามารถในการแข่งขัน

ผู้ประกอบการทางการแพทย์แผนไทย

ราชกิจจานุเบกษา (2556) พระราชบัญญัติวิชาชีพการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2556 ระบุความหมายของการแพทย์แผนไทย หมายถึง กระบวนการทางการแพทย์เกี่ยวกับการตรวจ การวินิจฉัยโรค การบำบัด การรักษา การป้องกันโรค การส่งเสริมฟื้นฟูสุขภาพของมนุษย์ การผดุงครรภ์ การนวด การเตรียมการผลิตยาแผนไทย และการประดิษฐ์อุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ ทั้งนี้ โดยอาศัยความรู้หรือตำราที่ได้ถ่ายทอดและพัฒนาสืบต่อกันมาโดยวิชาชีพที่เกี่ยวกับการประกอบวิชาชีพการแพทย์แผนไทยและการประกอบวิชาชีพการแพทย์แผนไทยประยุกต์เท่านั้น ทั้งนี้ มีความแตกต่าง ดังนี้

1) แพทย์แผนไทย (Thai traditional medicine) การประกอบวิชาชีพที่กระทำหรือมุ่งหมายจะกระทำต่อมนุษย์ เกี่ยวกับการแนะนำ การตรวจโรค การวินิจฉัยโรค การบำบัดโรค การรักษาโรค การป้องกันโรค การส่งเสริมและการฟื้นฟูสุขภาพ โดยอาศัยองค์ความรู้ด้านเวชกรรมไทย เภสัชกรรมไทย การผดุงครรภ์ไทย การนวด การแพทย์พื้นบ้านไทย และองค์ความรู้ด้านอื่นตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด โดยคำแนะนำ

ของคณะกรรมการ ทั้งนี้ ด้วยกรรมวิธีการแพทย์แผนไทยซึ่งถ่ายทอดหรือพัฒนาสืบต่อกันมา ตามตำราการแพทย์แผนไทยหรือจากสถานศึกษาที่ได้รับการรับรองจากสภาการแพทย์แผนไทย

2) แพทย์แผนไทยประยุกต์ (Applied Thai traditional medicine) การประกอบวิชาชีพการแพทย์แผนไทยโดยอาศัยองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และวิทยาศาสตร์การแพทย์ซึ่งศึกษาจากสถานศึกษาที่สภาการแพทย์แผนไทยรับรอง รวมทั้งการประยุกต์ใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ ทั้งนี้ ตามระเบียบและข้อบังคับของสภาการแพทย์แผนไทย (ราชกิจจานุเบกษา, 2556)

ทั้งนี้ การจะเป็นผู้ประกอบวิชาชีพได้นั้น กล่าวคือ ต้องเป็นบุคคลซึ่งได้ขึ้นทะเบียนและได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบวิชาชีพการแพทย์แผนไทยและการแพทย์แผนไทยประยุกต์จากสภาการแพทย์แผนไทย (ราชกิจจานุเบกษา, 2562) โดยต้องได้รับใบอนุญาต

แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน 4 มิติ

Kaplan and Norton (2006) ได้เสนอแนวคิด Balanced scorecard หรือ BSC เพื่อใช้ในการวัดผลของกิจการที่จะทำให้ผู้บริหารระดับสูงเห็นภาพรวมขององค์กรได้ชัดเจนในภาพรวมขององค์กรอย่างสมดุล โดยการวัดผลทางด้านการเงินที่เป็นผลของการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการสร้างอนาคตให้แก่องค์กร องค์กรประกอบในการวัดผลตามแนวคิด Balanced scorecard ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ (Objectives) ตัวชี้วัด (Performance) เป้าหมาย (Target) และแผนงานที่ตั้งไว้ (Initiatives) จากแนวคิดดังกล่าวสามารถนำมากำหนดเป็นรูปแบบเพื่ออธิบายกระบวนการบริหารจัดการองค์กรในภาพรวม ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างแนวคิดด้านการบริหารจัดการกลยุทธ์ วัดผลตามแนวคิดของ Balanced scorecard

1. มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and growth perspective)

เป็นมุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ซึ่งประกอบด้วย การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานและวัฒนธรรมองค์กร ทั้งการพัฒนาในตัวบุคคลและภาพรวมของทั้งองค์กรโดยที่ Kaplan & Norton ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การเรียนรู้ (Learning) เป็นมากกว่าการฝึกอบรม (Training) เนื่องจากการเรียนรู้ได้รวมถึงการเป็นผู้ให้คำปรึกษา (Mentors) และการดูแล (Tutors) ในองค์กร รวมถึงการสื่อสารระหว่างคนทำงาน ซึ่งจะทำให้สามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่คนทำงานต้องการความช่วยเหลือได้ นอกจากนั้นยังรวมถึงเครื่องมือทางด้านเทคโนโลยี เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ เราจะทำอย่างไรในการรักษาความสามารถในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา เช่น การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ความพึงพอใจของพนักงานในองค์กร ขวัญและกำลังใจของพนักงาน พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกในการทำงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน ทักษะการทำงานต่าง ๆ ระบบสารสนเทศที่ทันสมัย เป็นต้น (พิชญุตม์ ทรงประกอบ และสมบูรณ์ สารหัด, 2561; ทินกร ศรีลา, 2559; นพดล ร่มโพธิ์, 2553)

มิติด้านการเรียนรู้และการพัฒนา หมายถึง การวัดผลความสำเร็จทางด้านการเรียนรู้และการพัฒนาของสถานประกอบการการแพทย์แผนไทย ประกอบด้วย การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานและวัฒนธรรมองค์กร ทั้งการพัฒนาในตัวบุคคลและภาพรวมของทั้งองค์กร

2. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal business perspective)

เป็นมุมมองด้านกระบวนการทำงานภายในองค์กร โดยผู้บริหารขององค์กรต้อง-ดำเนินงานตามทิศทางขององค์กรที่ถูกกำหนดไว้ รวมถึงสินค้าและบริการที่ต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ประกอบด้วย การจัดโครงสร้างองค์กร การประสานงานภายในองค์กร การจัดการด้านการผลิต เป็นการตอบคำถามว่า เพื่อตอบสนองความพอใจของผู้ถือหุ้นและลูกค้า องค์กรเราควรมีกระบวนการที่เป็นเลิศอะไรบ้าง ได้แก่ การจัดโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ระบบและเครื่องมือดำเนินงานที่ทันสมัยเพื่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้น (พิชญุตม์ ทรงประกอบและสมบูรณ์ สารหัด, 2561; ทินกร ศรีลา, 2559; นพดล ร่มโพธิ์, 2553)

มิติด้านกระบวนการภายใน หมายถึง การวัดผลความสำเร็จทางด้านกระบวนการภายในของสถานประกอบการการแพทย์แผนไทย ประกอบด้วย การจัดโครงสร้างองค์กร การประสานงานภายในองค์กร การจัดการด้านการผลิต

3. มุมมองด้านลูกค้า (Customer perspective)

เป็นมุมมองที่ให้ความสำคัญกับลูกค้าและความพึงพอใจของลูกค้า โดยที่มุมมองด้านลูกค้าจะเป็นตัวชี้วัดหนึ่งที่จะพยากรณ์ถึงอนาคตขององค์กร ประกอบด้วย ความพึงพอใจของลูกค้า ภาพลักษณ์ การจัดการด้านลูกค้าสัมพันธ์ การที่จะพัฒนาให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจนั้นจำเป็นต้องวิเคราะห์ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และพัฒนา กระบวนการที่จะทำให้สินค้าและบริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายตรงตามความต้องการ เป็นการตอบคำถามเพื่อให้องค์กรบรรลุวิสัยทัศน์ เราควรตอบสนองลูกค้าอย่างไร เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า ภาพลักษณ์ กระบวนการด้านการตลาด การจัดการด้านลูกค้าสัมพันธ์ เป็นต้น (พิชญุตม์ ทรงประกอบและสมบูรณ์ สารหัด, 2561; ทินกร ศรีลา, 2559; นพดล ร่มโพธิ์, 2553)

มิติด้านลูกค้า หมายถึง การวัดผลความสำเร็จทางด้านลูกค้าของสถานประกอบการการแพทย์แผนไทย ประกอบด้วย วิเคราะห์ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และพัฒนา กระบวนการที่จะทำให้สินค้าและบริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตรงตามความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้า

4. มุมมองทางการเงิน (Financial perspective)

เป็นมุมมองแรกที่ต้องให้ความสำคัญ ทั้งนี้การพิจารณาถึงระยะเวลาและความถูกต้องของข้อมูลทางการเงินก็ควรจะต้องให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก ประกอบด้วย ข้อมูลของรายได้ ต้นทุนและค่าใช้จ่าย อัตราผลตอบแทน นอกจากนั้นยังรวมถึงการประเมินความเสี่ยง (Risk assessment) เป็นการตอบคำถาม ถ้าองค์กรเราจะประสบความสำเร็จด้านการเงิน ผลการดำเนินงานทางการเงินควรเป็นอย่างไรในสายตาผู้ถือหุ้น ได้แก่ การเพิ่มรายได้ ประสิทธิภาพในการผลิตที่มีต้นทุนต่ำและมีการสูญเสียระหว่างการผลิตน้อย การหาแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำ การเพิ่มขึ้นของกำไร (พิชญุตม์ ทรงประกอบ และสมบูรณ์ สารหัด, 2561; ทินกร ศรีลา, 2559; นพดล ร่มโพธิ์, 2553)

มิติด้านการเงิน หมายถึง การวัดผลความสำเร็จทางการเงินของสถานประกอบการการแพทย์แผนไทย ประกอบด้วย ข้อมูลของรายได้ ต้นทุนและค่าใช้จ่าย อัตราผลตอบแทน นอกจากนั้นยังรวมถึงการประเมินความเสี่ยง

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งหมด 312 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จำแนกตาม เพศ พบว่า ผู้หญิง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 50.60 และผู้ชาย จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 49.40 อายุ พบว่า อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และอายุ 21 – 30 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 ตามลำดับ ระดับการศึกษา พบว่า ปริญญาตรี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 86.90 มากที่สุด รองลงมา คือ ระดับปริญญาโท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 ระดับปริญญาเอก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 และระดับประถมศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ ระยะเวลาการก่อตั้ง พบว่า ระยะเวลา 5 ปี ขึ้นไป จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 มากที่สุด รองลงมา คือ ระยะเวลา 3-5 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 9.90 และระยะเวลา 1-3 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 ตามลำดับ

รูปแบบสถานประกอบการ พบว่า เป็นแบบเจ้าของคนเดียว จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 93.30 มากที่สุด รองลงมา คือ แบบห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 แบบบริษัทจำกัด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 และ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล นิติบุคคล และรูปแบบอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60 ตามลำดับ จำนวนพนักงาน พบว่า พนักงานจำนวน 2 คนขึ้นไป จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50 มากที่สุด รองลงมา คือ จำนวนพนักงานน้อยกว่า 2 คน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 จำนวนพนักงาน 20 คนขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20 และจำนวนพนักงาน 50 คนขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับ รายได้สุทธิ พบว่า รายได้ตั้งแต่ 750,001-1,000,000 บาท/ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 มากที่สุด รองลงมา คือ รายได้สุทธิ 1,000,000 ขึ้นไป จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 รายได้สุทธิ 500,001-750,000 บาท/ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 รายได้สุทธิ 0-150,000 บาท/ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 รายได้สุทธิ 300,001-500,000 บาท/ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 และรายได้สุทธิ 150,001-300,000 บาท/ปี น้อยที่สุดจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ การสืบทอดกิจการ พบว่า เป็นกิจการที่เริ่มด้วยตนเอง จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 77.60 มากที่สุด รองลงมา คือ เป็นกิจการสืบทอดต่อจากครอบครัว จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์

คุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทย ประกอบด้วย การมีนวัตกรรม (Innovativeness) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) ความเป็นอิสระในการบริหาร (Autonomy) การยอมรับความเสี่ยง (Risk taking) ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทยต่อผลการดำเนินงาน

Model		R^2	Adjusted	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		R Square	R Square	Coefficients		Coefficients		
				B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.650	.649	.926	.136		6.808	.000
	การทำงานเชิงรุก			.749	.031	.806	23.985	.000
2	(Constant)	.664	.661	.842	.136		6.207	.000
	การทำงานเชิงรุก			.560	.062	.602	9.088	.000
	การยอมรับความเสี่ยง			.214	.060	.236	3.558	.000
3	(Constant)	.670	.667	.988	.147		6.711	.000
	การทำงานเชิงรุก			.640	.069	.688	9.227	.000
	การยอมรับความเสี่ยง			.276	.065	.304	4.258	.000
	ความเป็นอิสระในการบริหาร			-.174	.071	-.170	-2.445	.015

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ในการเลือกตัวพยากรณ์ตัวแรกเพื่อเข้าสู่สมการ ซึ่งมีอำนาจทำนาย (R^2) เท่ากับ .650 ซึ่งหมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทย ด้านการทำงานเชิงรุกเป็นตัวพยากรณ์ที่สามารถทำนายผลการดำเนินงานของสถานประกอบการการแพทย์แผนไทย ได้ร้อยละ 65.0

ตัวพยากรณ์ตัวที่ 2 ที่นำเข้าสู่สมการถดถอยพหุคูณ คือ ด้านการยอมรับความเสี่ยง หลังจาก que เพิ่มตัวพยากรณ์ตัวที่ 2 เข้าสู่สมการถดถอยแล้ว มีผลให้ค่าอำนาจการทำนาย (R^2) เท่ากับ .664 ซึ่งหมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทย ด้านการยอมรับความเสี่ยง เป็นตัวพยากรณ์ที่สามารถทำนายผลการดำเนินงานของสถานประกอบการการแพทย์แผนไทย ได้ร้อยละ 66.4

ตัวพยากรณ์ตัวที่ 3 ที่นำเข้าสู่สมการถดถอยพหุคูณ คือ ด้านความเป็นอิสระในการบริหาร หลังจาก que เพิ่มตัวพยากรณ์ตัวที่ 3 เข้าสู่สมการถดถอยแล้ว มีผลให้ค่าอำนาจการทำนาย (R^2) เท่ากับ .670 ซึ่งหมายความว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทย ด้านความเป็นอิสระในการบริหาร เป็นตัวพยากรณ์ที่สามารถทำนายผลการดำเนินงานของสถานประกอบการการแพทย์แผนไทย ได้ร้อยละ 67.0

เนื่องจากผู้วิจัยตั้งสมมติฐานคุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทย ประกอบด้วย การมีนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความเป็นอิสระในการบริหาร การยอมรับความเสี่ยง ความสามารถในการแข่งขัน ส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน แต่จากผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านความเป็นอิสระในการบริหารมีผลเชิงลบ จึงไม่มีผลต่อผลการดำเนินงานของสถานประกอบการการแพทย์แผนไทย

ดังนั้นสรุปได้ว่า ตัวแปรต่อไปนี้ คือ ด้านการมีนวัตกรรม ด้านความเป็นอิสระในการบริหาร และ ความสามารถในการแข่งขัน ไม่สามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานของสถานประกอบการการแพทย์แผนไทย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ ดังนี้

ผลการดำเนินงานของสถานประกอบการแพทย์แผนไทย = $0.988 + .640$ (ด้านการทำงานเชิงรุก) + $.276$ (ด้านการยอมรับความเสี่ยง)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

คุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทยต่อผลการดำเนินงานของสถานประกอบการแพทย์แผนไทย ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่ามี 2 ด้านจาก 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการทำงานเชิงรุก และด้านการยอมรับความเสี่ยง

ด้านการทำงานเชิงรุก ผู้ประกอบการแพทย์แผนไทย ต้องแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ สร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับธุรกิจ การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าได้ มองเห็นการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจและเป็นผู้นำในธุรกิจ และด้านการยอมรับความเสี่ยง ต้องสามารถตัดสินใจอย่างแน่วแน่ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เป็นผู้ตัดสินใจลงทุนในธุรกิจ เลือกลงทุนในตลาดใหม่ๆ สามารถกู้ยืมเงินจำนวนมากเพื่อธุรกิจ และสามารถยอมรับความเสี่ยงได้ สอดคล้องกับ ปัทมา อินทรจันทร์และสุลยา ธีระธัญศิริกุล (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จด้านผู้ประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จประกอบด้วย 1) บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความเป็นตัวเอง ความสามารถทางด้านนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุกและความสามารถในการแข่งขัน 2) ประสบการณ์การทำงาน 3) ทักษะการบริหารจัดการ 4) ความพร้อมของเงินทุน 5) ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ และธีทัต ตรีศิริโชติ (2564) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ต่อการดำเนินธุรกิจ พบว่า ด้านความซื่อสัตย์ ด้านความรู้ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความใส่ใจในความสำเร็จ ด้านความมุ่งมั่นอดทน และด้านความกล้าเสี่ยง มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1.1 สำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต ควรศึกษาการส่งเสริมผู้ประกอบการด้านการทำงานเชิงรุกและด้านการยอมรับความเสี่ยงเพื่อการดำเนินธุรกิจสถานประกอบการแพทย์แผนไทย

1.2 ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทยต่อผลการดำเนินงานแบ่งตามขนาดของธุรกิจ

2. ในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

คุณลักษณะของผู้ประกอบการแพทย์แผนไทยที่มีผลต่อการดำเนินงาน มี 2 ด้าน ดังนี้

2.1 ด้านการทำงานเชิงรุก ผู้ประกอบการแพทย์แผนไทย ต้องแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ สร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับธุรกิจ การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าได้ มองเห็นการแข่งขันที่รุนแรงในธุรกิจและเป็นผู้นำในธุรกิจ

2.2 ด้านการยอมรับความเสี่ยง ต้องสามารถตัดสินใจอย่างแน่วแน่ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เป็นผู้ตัดสินใจลงทุนในธุรกิจ เลือกลงทุนในตลาดใหม่ๆ สามารถกู้ยืมเงินจำนวนมากเพื่อธุรกิจ และสามารถยอมรับความเสี่ยงได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2563, 15 กรกฎาคม). *จดหมาย*.
กฤษฎิญา มูลศร. (2562). กรอบแนวคิดแมคคินซี 7 s และการจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อ
ผลสัมฤทธิ์ธุรกิจ. *วารสารสหวิทยาการวิจัย*, 8(1), 40-53.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562).
สรุปขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศ. เข้าถึงได้จาก
https://www.mots.go.th/old/ewt_dl_link.php?nid=12032
- กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2562). *สถิติสาธารณสุข พ.ศ. 2561*.
เข้าถึงได้จาก https://bps.moph.go.th/new_bps/sites/default/files/statistic%2061.pdf
- กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล. (2562). *การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่*, กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด
ยูเคชั่น.
- ทินกร ศรีลา. (2559). *การบริหารองค์การแบบสมดุลของเทศบาลตำบลน้ำแพร่พัฒนา*, วิทยานิพนธ์
ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารองค์การภาครัฐและเอกชน,
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ธีทัต ตรีศิริโชติ. (2564). การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ต่อการ
ดำเนินธุรกิจ. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 16 (2), 49-64.
- นพดล ร่มโพธิ์. (2553). *การวัดผลองค์กรแบบสมดุล* พิมพ์ครั้งที่ 1, กรุงเทพฯ: คณะบุคคลเอมิเจเนียร์.
- ปัทมา อินทรจันทร์ และพุลิยา ธีระธัญศิริกุล. (2561). ปัจจัยแห่งความสำเร็จด้านผู้ประกอบการของ
ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 11 (1), 289-303.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2556). *พระราชบัญญัติ วิชาชีพการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2556*. เข้าถึงได้จาก
https://hss.moph.go.th/fileupload_doc_slider/2016-11-14-25-16-192406.pdf
- ราชกิจจานุเบกษา. (2561). *พระราชบัญญัติ วินัยการเงินการคลังของรัฐ พ.ศ. 2561*. เข้าถึงได้จาก
<https://www.mof.go.th/th/view/attachment/file/3134393632/3พ.ร.บ.วินัยการเงินการคลัง2561.pdf>
- ราชกิจจานุเบกษา. (2562). *ประกาศสภาการแพทย์แผนไทย เรื่อง กำหนดแบบคำขอและแบบใบอนุญาตตาม
ข้อบังคับสภาการแพทย์แผนไทย ว่าด้วยแบบและประเภทใบอนุญาตหลักเกณฑ์ วิธีการและ
เงื่อนไขการขึ้นทะเบียน การออกใบอนุญาต และการออกใบแทนใบอนุญาต พ.ศ. 2562*. เข้าถึงได้จาก
<https://thaimed.or.th/download/ประกาศสภาแพทย์แผนไทย-2/?wpdmdl=11138&refresh=62fa4dedd94c01660571117>
- พิชญุตม์ ทรงประกอบ และสมบุรณ์ สารหัด. (2561). การศึกษาการใช้ระบบวัดผลการดำเนินงาน
แบบดุลยภาพ = The study of performance measurement balanced scorecard in
organizations. *วารสารสมาคมส่งเสริมการวิจัย*, 9 (1), 169-174.

- วรมรรณ นามวงศ์, ประภัศร วรณสถิต, กัญญพัทธ์ กล่อมจงเจริญ และชัยวัฒน์ ไบไม้. (2562). คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของเจ้าของธุรกิจปศุสัตว์ที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ กรณีศึกษา: พื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 1(1), 48-59.
- ศิริวรรณ อรุณทิพย์ไพฑูรย์. (2563). *สังคมสูงวัยความท้าทายประเทศไทย*. เข้าถึงได้จาก <https://www.dop.go.th/th/know/3/276>
- สถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ. (2565). *สถานการณ์และแนวโน้มสุขภาพและการแพทย์ฉุกเฉิน (ระดับโลกและประเทศไทย)*. เข้าถึงได้จาก https://www.niems.go.th/1/UploadAttachFile/2022/EBook/414529_20220111124457.pdf
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2561). *รายงานการศึกษา เรื่อง ประเมินการค่าใช้จ่าย สาธารณะด้านสุขภาพในอีก 15 ปี ข้างหน้า*. เข้าถึงจาก <https://tdri.or.th/wpcontent/uploads/2019/12/ประเมินการค่าใช้จ่ายสาธารณะด้านสุขภาพ ในอีก-15-ปีข้างหน้า.pdf>
- สุภาภรณ์ เจริญประดับ. (2563). *การเป็นผู้ประกอบการเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ผลิตตำราเรียนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- สุธีรา อะทะวงษา. (2556). *คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุธีรา อะทะวงษา และสมบุญณวัฒน์ สัตยารักษ์วิทย์. (2557). *คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย*. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 28 (85), 61-79.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (ม.ป.ป.) *มูลค่าการผลิตยาแผนปัจจุบันสำหรับมนุษย์แยกตามฤทธิ์ทางเภสัชวิทยา ประจำปี 2554 -2563*. วันที่ค้นข้อมูล 22 พฤษภาคม 2565, เข้าถึงได้จาก <https://www.fda.moph.go.th/sites/drug/Shared%20Documents/Statistic/Value-I-ATC54-63.pdf.pdf>
- สำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ. (2563). *รายงานประจำปี 2563*. เข้าถึงได้จาก <https://www.pdmo.go.th/pdmomedia/documents/2021/Nov/รายงานประจำปี%202563.pdf>
- Bhongsatiern, J. (2014). *The Development of the Corporate School Programme in Thailand* (Doctoral dissertation, Institute of Education).
- Frese, Michael. (2000). *Success and Failure of Micro business Owners in Africa: A Psychological Approach*. United States of America: Greenwood Publishing Group.
- Kaplan, R. S. and Norton, D.P. (2006). *Alignment: Using Balanced Scorecard of Create Corporate Synergy*. Boston: Harvard Business School Press.
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2015). *Population 2030: Demographic challenges and opportunities for sustainable*

development planning (ST/ESA/SER.A/389), Retrieved from <https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/trends/Population2030.pdf>.

Windapo, A. (2018). Entrepreneurial factors affecting the sustainable growth and success of a South African construction company. *Sustainability*, 10(4), 1276.

World health organization. (2016). *Traditional medicine in kingdom of Thailand*, SEARO, p.99.

การศึกษาเชิงประจักษ์ความพร้อมทางเทคโนโลยีของผู้โดยสารที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT

An Empirical Study of Passengers' Technological Readiness influencing Sawasdee by AOT Application Usage

Received 27 August 2022

Revised 31 August 2022

Accepted 12 September 2022

เมทินี วงศ์ธราวัฒน์, ณัฏฐนิช ณัฐเอก, นิชชาภรณ์ ครุฑ,

นันทน์ภัส จันทะกุล, ปัทมिता ชมชื่น, พรธิดา สubin,

และ มธุรดา ปานทั้งทอง

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Maytinee Vongtharawat, Natthanit Natthaaek, Nichapron Khрут,

Nanapas Juntakool, Pathitta Chomchuen, Pornthida Subin

and Maturada Panthungthong

Kasetsart University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยความพร้อมทางเทคโนโลยีของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยความพร้อมทางเทคโนโลยีของผู้โดยสารที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยเดินทางทางอากาศยานท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจำนวน 400 คน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ ผลการวิจัยเชิงประจักษ์พบว่าปัจจัยความพร้อมทางเทคโนโลยีของผู้โดยสาร จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ มุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยี ความสนใจเทคโนโลยีใหม่ และความยุ่งยากในการใช้เทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน ในขณะที่ความกังวลต่อความปลอดภัยไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน จากสมการถดถอยเชิงโลจิสติกส์พบว่าตัวแบบสามารถทำนายพยากรณ์ได้ถูกต้องร้อยละ 90.8

คำสำคัญ: ความพร้อมทางเทคโนโลยี, การเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน

Abstract

This research has two main aims. The first objective is to study passengers' technology readiness influencing SAWASDEE by AOT application usage. The second objective is to analyze the relationship of factors influencing SAWASDEE by AOT application usage. The survey instrument was conducted by 400 Thai passengers who had traveled by air at Suvarnabhumi Airport. The data are analyzed by frequency, mean, percentage, standard deviation, and binary logistic regression analysis. The empirical findings confirm that the three factors of passengers' technology readiness which are labelled as optimism, innovativeness, and discomfort have relation with passengers' technology readiness influencing SAWASDEE by AOT application usage. While insecurity has no relation with passengers' technology readiness influencing SAWASDEE by AOT application usage. According to the result of the binary logistic regression analysis reveals that the model can predict 90.8% correctly.

Keywords: Technology readiness, Application usage

บทนำ

อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ที่ขับเคลื่อนกลไกเศรษฐกิจเพื่ออนาคต ที่ช่วยผลักดันให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve) ที่ให้ความสำคัญการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม (สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560) ในปัจจุบัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญ และมีอิทธิพลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานและการบริการในธุรกิจการบิน จากสภาวะวิกฤตโลกที่เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่เริ่มระบาดตั้งแต่ช่วงเดือนธันวาคมปี 2562 ส่งผลให้อุตสาหกรรมการบินปรับตัวเร่งนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูสถานการณ์ภายใน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและปรับปรุงคุณภาพการบริการที่เกิดความคุ้มค่า (Taufik and Mohd Hafiz, 2019)

ในขณะเดียวกัน รัฐบาลของแต่ละประเทศให้ความสำคัญการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน มุ่งเน้นประเด็นเทคโนโลยีการท่องเที่ยวอัจฉริยะ (Smart tourism) ที่ให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางผ่านอุปกรณ์อัจฉริยะ (Smart devices) เช่น สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตพีซี (Eleader, 2017) ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวที่จำเป็นได้โดยง่าย ประหยัดค่าใช้จ่าย ช่วยค้นหาสถานที่เพื่อวางแผนการตัดสินใจใช้บริการ ถือเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงบวกและความพึงพอใจในการเดินทาง (Jarrara et al., 2020) อีกทั้งการคาดการณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกล่าวว่า หากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) คลี่คลายลง จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยกว่า 13 ล้านคนและสร้าง

รายได้ให้ประเทศสูงถึง 1.6 ล้านล้านบาท ในการนี้ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (AOT) และ บริษัท สกาย ไอซีที จำกัด (มหาชน) (SKY) จึงดำเนินการรีแบรนด์ AOT Airport Application เป็นแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT ด้วยนวัตกรรมใหม่บนดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อมุ่งสู่การเป็นท่าอากาศยานดิจิทัล (Digital Airports) พร้อมก้าวสู่การเป็น Super App ด้านการท่องเที่ยวของไทย เพื่อส่งมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในการเดินทางรูปแบบวิถีความปกติใหม่ (Next Normal) (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2564; Sky ICT, 2021)

จากการศึกษาเกี่ยวกับความพร้อมทางเทคโนโลยีแอปพลิเคชันโทรศัพท์เพื่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องหาข้อมูลอย่างละเอียด จึงกังวลเกี่ยวกับความถูกต้องของข้อมูล หรือกังวลในการเกิดข้อผิดพลาดระหว่าง การใช้งาน และกังวลในการเข้าถึงความเป็นส่วนตัวเมื่อใช้บริการ จากความกังวลเหล่านี้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงการใช้แอปพลิเคชัน โดยมั่นใจและคงเลือกใช้บริการจากพนักงาน (Pradhan et al., 2018) แต่เนื่องจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลให้ท่าอากาศยานนำแอปพลิเคชัน มาใช้เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ Transport New Normal มุ่งสู่การเป็นท่าอากาศยานดิจิทัลในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยความพร้อมทางเทคโนโลยีของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT
2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยความพร้อมทางเทคโนโลยีของผู้โดยสารที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT

สมมติฐาน

ปัจจัยความพร้อมทางเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT สมมติฐานย่อยที่ 1 ปัจจัยมุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT

สมมติฐานย่อยที่ 2 ปัจจัยความสนใจเทคโนโลยีใหม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT

สมมติฐานย่อยที่ 3 ปัจจัยความกังวลต่อความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT

สมมติฐานย่อยที่ 4 ปัจจัยความยุ่งยากในการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบและเข้าใจถึงปัจจัยความพร้อมทางเทคโนโลยีที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT
2. บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนสายงานเทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสาร สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นวางแผนกำหนดแนวทางพัฒนาปรับปรุง เพื่อให้ผู้โดยสารตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT
3. บริษัท สกาย ไอซีที จำกัด (มหาชน) สามารถนำผลจากการวิจัยมาพัฒนาระบบการใช้งานแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT ให้ครอบคลุมตรงตามความต้องการของผู้ใช้งาน

ทบทวนวรรณกรรม

ความพร้อมทางเทคโนโลยี (Technology Readiness: TRI) เป็นการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้และปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับเทคโนโลยี โดยความรู้สึกด้านบวกและลบเกี่ยวกับเทคโนโลยีจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สอดคล้องกับแนวโน้มที่จะเปิดรับและใช้เทคโนโลยีใหม่ (Parasuraman and Colby, 2015) ความพร้อมทางเทคโนโลยีใช้ประมาณการแนวโน้มการยอมรับและใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อบรรลุเป้าหมายในชีวิต (Na et al., 2021) สะท้อนถึงความเชื่อเกี่ยวกับเทคโนโลยี (Chotijah and Retrialisca, 2020) และสามารถแยกแยะได้ว่าบุคคลนั้นจะเป็นผู้ใช้เทคโนโลยีหรือไม่ (Larasati et al., 2017) โดย Parasuraman และ Colby (2015) พัฒนามาตราส่วนความพร้อมของผู้ใช้เทคโนโลยี สามารถแบ่งออกเป็น 4 มิติ (Tuan, 2021) ได้แก่ 1) มิติมุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยี เป็นความเชื่อที่ว่าเทคโนโลยีสามารถควบคุม มีความยืดหยุ่น และมีประสิทธิภาพ 2) มิติความสนใจเทคโนโลยีใหม่ เป็นแนวโน้มที่ผู้ใช้งานจะใช้เทคโนโลยีใหม่เป็นรายแรก 3) มิติความกังวลต่อความปลอดภัยเกิดขึ้นจากความวิตกด้านความเป็นส่วนตัวและความไม่ไว้วางใจในเทคโนโลยี 4) มิติความยุ่งยากในการใช้เทคโนโลยี เป็นความยากในการควบคุมเทคโนโลยี และความรู้สึกถูกเทคโนโลยีครอบงำ (Pradhan et al., 2018) ทฤษฎีความพร้อมทางเทคโนโลยีอธิบายความพร้อมทางจิตใจของแต่ละบุคคล ที่จะยอมรับเทคโนโลยีใหม่โดยมุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยีและความสนใจเทคโนโลยีใหม่เป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดการใช้เทคโนโลยีใหม่ ในขณะที่ความกังวลต่อความปลอดภัยและความยุ่งยากในการใช้เทคโนโลยีเป็นตัวยับยั้ง การใช้เทคโนโลยีใหม่ (Mukerjee et al., 2019)

มุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยี (Optimism) หมายถึง การมองโลกในแง่ดีและความเชื่อที่ว่าเทคโนโลยี ให้การควบคุม ความยืดหยุ่น และมีประสิทธิภาพ (Flavián et al., 2021) เทคโนโลยีใหม่ช่วยให้ผู้ใช้ได้รับประโยชน์โดยไม่ใส่ใจกับผลลัพธ์เชิงลบต่อเทคโนโลยี (Nugroho and Fajar, 2017) ผู้ที่มองเชิงบวกรับรู้ว่าเทคโนโลยีเป็นอุปกรณ์ที่มีประโยชน์และเพิ่มความสะดวกแก่ผู้โดยสาร และไม่ต้องวิตกกังวลกับผลเสีย (Pradhan et al., 2018) มุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยีในองค์กรธุรกิจกระตุ้นให้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้โดยสามารถสร้างประโยชน์และความสะดวกในการดำเนินงาน อีกทั้งก่อให้เกิดผลกำไร (Chotijah and

Retrialisca, 2020) นอกจากนี้ มุมมองเชิงบวกมีอิทธิพลโดยตรงต่อการเปิดรับเทคโนโลยี ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเทคโนโลยี ได้โดยง่าย ไร้ความกังวล และรับรู้ถึงประสิทธิภาพการใช้งานเทคโนโลยี (Shim et al., 2021)

ความสนใจเทคโนโลยีใหม่ (Innovativeness) หมายถึง แนวโน้มที่จะเป็นผู้ใช้เทคโนโลยี และผู้นำทางความคิดที่เปิดใจและเต็มใจที่จะใช้เทคโนโลยี โดยผู้ที่สนใจเทคโนโลยีใหม่เกิดความประทับใจต่อการทำงานของเทคโนโลยี แม้ว่าเทคโนโลยีจะมีประสิทธิภาพที่ไม่แน่นอน (Flavián et al., 2021) ซึ่งผู้ใช้สามารถวิเคราะห์ระดับการยอมรับเทคโนโลยีได้ หากผู้ใช้ยอมรับและสามารถปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีได้ในระดับสูงจะเป็นผู้ที่นำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในช่วงแรกโดยเชื่อว่าเทคโนโลยีใหม่ไม่มีความซับซ้อน อีกทั้งเห็นว่าอาจสูญเสียผลประโยชน์เมื่อไม่ลองใช้เทคโนโลยีใหม่ (Nugroho and Fajar, 2017; Pradhan et al., 2018) บุคคลที่สนใจเทคโนโลยีใหม่จะสนับสนุนยอมรับเทคโนโลยี แสดงว่าระดับความสนใจเทคโนโลยีรายบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญในการเปิดรับการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ (Chotijah and Retrialisca, 2020) ทั้งนี้ ความสนใจเทคโนโลยีใหม่มีอิทธิพลต่อความพร้อมทางเทคโนโลยี (Shim et al., 2021) โดยกระตุ้นให้ผู้ใช้งานเป็นผู้นำทางความคิดและผู้บุกเบิกเทคโนโลยี (Tuan, 2021)

ความกังวลต่อความปลอดภัย (Insecurity) หมายถึง ความไม่ไว้วางใจในเทคโนโลยีจากความสงสัยเรื่องความสามารถในการทำงานและผลลัพธ์หลังการใช้งาน ผู้ใช้ที่ไม่มั่นใจในความปลอดภัยทางเทคโนโลยีและการล่วงละเมิดความเป็นส่วนตัวจนเกิดความกลัว (Jarrar et al., 2020) อาจหลีกเลี่ยงการใช้งานและปฏิเสธที่จะรับบริการ (Flavián et al., 2021) ผู้ใช้บริการที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยีใหม่จะกังวลต่อความเสถียรข้อจำกัดในการใช้ ส่งผลให้เกิดความรู้สึกเสี่ยงและไม่ปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยี (Pradhan et al., 2018) จึงหลีกเลี่ยงการใช้ซึ่งส่งผลทางลบที่เป็นอุปสรรคต่อการรับรู้ถึงความง่าย และการรับรู้ประโยชน์ในการใช้เทคโนโลยี (Chotijah and Retrialisca, 2020)

ความยุ่งยากในการใช้เทคโนโลยี (Discomfort) หมายถึง ผู้ใช้งานรู้สึกว่ายากเกินกว่าที่จะควบคุมได้ (Jarrar et al., 2020) การถูกรบกวนรำคาญใจต่อความปลอดภัยในการใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อนและไม่สามารถตอบสนองความต้องการ (Flavián et al., 2021) ผู้ใช้งานจึงขาดความไว้วางใจในผลลัพธ์ของเทคโนโลยี และกังวลถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีใหม่ แสดงว่าหากความยุ่งยากในการใช้งานเทคโนโลยีมีระดับสูง จะส่งผลทำให้ความตั้งใจผู้ใช้งานลดลงโดยมีแนวโน้มที่จะไม่รับรู้ถึงประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยี (Chotijah and Retrialisca, 2020; Na et al., 2021)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นจึงนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยเดินทางทางอากาศผ่านท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ การเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่เคยเดินทางทางอากาศผ่านท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีคำนวณจากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 384 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อน ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้โดยสารชาวไทยทั้งหมด 400 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่ในช่วงเดือนมีนาคม – เมษายน 2565 ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทางช่องทางออนไลน์

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก จำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพร้อมทางเทคโนโลยี (Technology Readiness) เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 16 ข้อ ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT จำนวน 1 ข้อ ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม จำนวน 1 ข้อ

การตรวจสอบเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ร่วมตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) ทั้งนี้ ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ที่มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) แสดงว่าเครื่องมืออยู่ในระดับดีมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ทดสอบ จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เมื่อนำแบบสอบถาม ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด พบว่าค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.861 ซึ่งถือว่า มีค่าความเชื่อมั่นสูงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 257 คน ร้อยละ 64.3 มีอายุระหว่าง 21-29 ปี จำนวน 256 คน ร้อยละ 64 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 316 คน ร้อยละ 79 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 197 คน ร้อยละ 49.3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 171 คน ร้อยละ 42.8 มีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว/การพักผ่อน จำนวน 272 คน ร้อยละ 68 และมีความถี่ในการเดินทาง 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 329 คน ร้อยละ 82

ตารางที่ 1: ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความพร้อมทางเทคโนโลยีของผู้โดยสาร

ปัจจัยความพร้อมทางเทคโนโลยี	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. มุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยี	4.22	0.05	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ความสนใจเทคโนโลยีใหม่	4.08	0.09	เห็นด้วยมาก
3. ความกังวลต่อความปลอดภัย	3.68	0.03	เห็นด้วยปานกลาง
4. ความยุ่งยากในการใช้เทคโนโลยี	3.25	0.04	เห็นด้วยปานกลาง
รวม	3.81	0.03	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 1 แสดงปัจจัยความพร้อมทางเทคโนโลยีของผู้โดยสารโดยรวม พบว่าผู้โดยสารให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความพร้อมทางเทคโนโลยีโดยมีความเห็นด้วยในระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่าปัจจัยด้านมุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ย 4.22 ปัจจัยด้านความสนใจเทคโนโลยีใหม่มีค่าเฉลี่ย 4.08 ปัจจัยด้านความกังวลต่อความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ย 3.68 และปัจจัยด้านความยุ่งยากในการใช้เทคโนโลยีมีค่าเฉลี่ย 3.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 : ปัจจัยความพร้อมทางเทคโนโลยีของผู้โดยสารชาวไทย

ตัวแปร	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
มุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยี (OPT)	0.785	0.281	7.784	1	0.005	2.192
ความสนใจเทคโนโลยีใหม่ (INN)	1.382	0.317	18.951	1	0.000	3.981
ความกังวลต่อความปลอดภัย (INS)	0.012	0.259	0.002	1	0.962	1.012
ความยุ่งยากในการใช้เทคโนโลยี (DIS)	-0.842	0.249	11.393	1	0.001	0.431
ค่าคงที่	-3.665	1.059	11.984	1	0.001	0.026

Chi-square = 85.608 , df = 4 , Sig. = 0.000

-2 Log likelihood = 227.282

Nagelkerke R Square = 0.355

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาผลสถิติของแบบจำลอง พบว่าค่า Chi-square เท่ากับ 85.608 และค่า Sig. เท่ากับ .000 แสดงว่าโมเดลมีความเหมาะสม โดยปัจจัยความพร้อมทางเทคโนโลยีของผู้โดยสารมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT อย่างน้อยหนึ่งปัจจัย ค่า -2 Log likelihood เท่ากับ 227.282 แสดงว่าสมการโลจิสติกมีความเหมาะสมในการทดสอบนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาค่า Nagelkerke R Square แสดงว่าตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยความพร้อมทางเทคโนโลยีของผู้โดยสารที่ปรากฏในแบบจำลองสามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT ได้ร้อยละ 35.5 ทั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT มี 3 ปัจจัย ได้แก่ มุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยี ความสนใจเทคโนโลยีใหม่ และความยุ่งยากในการใช้เทคโนโลยี

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่า $\text{Exp}(B)$ แสดงถึงน้ำหนักหรือความสำคัญของตัวแปรที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT ได้แก่ ปัจจัยด้านมุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยีเท่ากับ 2.192 และปัจจัยด้านความสนใจเทคโนโลยีใหม่เท่ากับ 3.981 ซึ่งปัจจัยทั้งสองด้านนี้มีค่ามากกว่า 1 สามารถอธิบายได้ว่า หากผู้โดยสารมีมุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยี และความสนใจเทคโนโลยีใหม่เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้การเลือกใช้อัปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT ของผู้โดยสารเพิ่มขึ้น ในขณะที่ปัจจัยด้านความยุ่งยากในการใช้เทคโนโลยีเท่ากับ 0.431 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1 สามารถอธิบายได้ว่า หากผู้โดยสารประสบความยุ่งยากในการใช้เทคโนโลยีเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการเลือกใช้อัปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT ที่ลดลง จากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยโลจิสติก $\text{Exp}(B)$ สามารถเขียนสมการถดถอยโลจิสติกได้ดังนี้

$$\hat{Y} = -3.665 + 0.785 \text{ OPT} + 1.382 \text{ INN} - 0.842 \text{ DIS}$$

ตารางที่ 3: การพยากรณ์โอกาสในการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT ของผู้โดยสาร

การเลือกใช้บริการ แอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT	การพยากรณ์โอกาส		
	การเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT		การพยากรณ์ (ร้อยละ)
	ไม่ใช้บริการ	ใช้บริการ	
ไม่ใช้บริการ	20	33	37.7
ใช้บริการ	4	343	98.8
รวม			90.8

จากตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบจำลองสมการถดถอยโลจิสติกโดยเป็นการเปรียบเทียบค่าพยากรณ์กับข้อมูลตัวอย่างสามารถอธิบายได้ดังนี้ จากผลการจำแนกค่าเฉลี่ยของตัวแปรตามจากข้อมูลตัวอย่างหรือความน่าจะเป็นของการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT ถ้ามีค่า 1 จำแนกว่าผู้โดยสารเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT ถ้ามีค่า 0 จำแนกว่าผู้โดยสารไม่เลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT ตัวแบบสามารถพยากรณ์การเลือกใช้อัปพลิเคชันได้ถูกต้องร้อยละ 98.8 และพยากรณ์การไม่เลือกใช้อัปพลิเคชันได้ถูกต้องร้อยละ 37.7 หากพิจารณาในภาพรวมจะเห็นได้ว่า ตัวแบบสามารถจำแนกการเลือกใช้อัปพลิเคชันได้ถูกต้องร้อยละ 90.8

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่า ค่า $\text{Exp}(B)$ ของตัวแปรมุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยีเท่ากับ 2.192 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 สามารถอธิบายได้ว่า หากผู้โดยสารมีมุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้การเลือกใช้อัปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT ของผู้โดยสารเพิ่มขึ้น จากการศึกษาของ Nugroho and Fajar (2017) พบว่ามุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้เชิงบวก โดยมุมมองเชิงบวกจะนำไปสู่ทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยี การรับรู้ว่าเทคโนโลยีเป็นอุปกรณ์ที่มีประโยชน์ ใช้งานได้ง่าย โดยผู้ใช้จะไม่วิตกกังวลกับผลลัพธ์

เชิงลบของเทคโนโลยี (Pradhan et al., 2018; Shim et al., 2021) ดังนั้น ผู้ที่มีมุมมองเชิงบวกต่อเทคโนโลยีเป็นผู้ยอมรับนวัตกรรมใหม่ จึงมีแนวโน้มการเลือกใช้และเข้าถึงเทคโนโลยีมากขึ้น (Chotijah and Retrialisca, 2020; Flavián et al., 2021) ทั้งนี้ ผู้โดยสารที่เห็นประโยชน์จากการใช้งานในแต่ละฟังก์ชันของแอปพลิเคชันที่ตอบสนองต่อกระบวนการเดินทาง เช่น ระบบแจ้งเตือนวางแผนการเดินทาง รวบรวมข้อมูลการเดินทาง อำนวยความสะดวก ในการบอกเส้นทาง ระบบติดตามสัมภาระ อีกทั้งการจ่ายเงินผ่าน E-Wallet ที่สามารถใช้งานได้ผ่านแอปพลิเคชัน เนื่องจากผู้โดยสารเกิดความเชื่อมั่นและทราบประโยชน์ของแอปพลิเคชัน จึงส่งผลต่อพฤติกรรมและความตั้งใจใช้บริการซึ่งตอบสนองการเดินทางแบบ Transport New Normal

2. ผลการวิจัยพบว่า ค่า $Exp(B)$ ของตัวแปรความสนใจเทคโนโลยีใหม่เท่ากับ 3.981 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 สามารถอธิบายได้ว่า หากผู้โดยสารมีความสนใจเทคโนโลยีใหม่เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้การเลือกใช้แอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT ของผู้โดยสารเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ผู้ที่สนใจเทคโนโลยีใหม่ ได้แก่ ผู้ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่อยู่เสมอจึงตระหนักว่าการใช้เทคโนโลยีมีประโยชน์และเป็นสิ่งที่ท้าทาย จึงมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ใช้เทคโนโลยี ผู้นำทางความคิดที่เปิดใจและเต็มใจใช้เทคโนโลยี (Larasati et al., 2017) พึงพอใจต่อการทำงานของเทคโนโลยีแม้ว่าจะมีประสิทธิภาพไม่แน่นอน (Flavián et al., 2021) โดยเกิดการยอมรับความสามารถปรับตัว ให้เข้ากับเทคโนโลยีได้ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีในระดับสูง (Pradhan et al., 2018; Na et al., 2021) จะเห็นได้ว่าหากผู้โดยสารรับทราบข้อมูลและให้ความสนใจแอปพลิเคชันจะเพิ่มปริมาณและความถี่ในการใช้งาน มีการบอกต่อถึงประโยชน์จากการใช้งานอันนำไปสู่ผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ซึ่งส่งผลให้เกิดแนวโน้ม ความต้องการนำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้ในชีวิตประจำวันระหว่างการเดินทาง (Jarrar et al., 2020)

3. ผลการวิจัยพบว่า ค่า $Exp(B)$ ของตัวแปรความยุ่งยากในการใช้เทคโนโลยีเท่ากับ 0.431 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1 สามารถอธิบายได้ว่า หากผู้โดยสารประสบความยุ่งยากในการใช้เทคโนโลยีเพิ่มขึ้น จะส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT ที่ลดลง สืบเนื่องจากผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้เทคโนโลยีมีความซับซ้อนและยากต่อการควบคุม จึงเกิดความกังวลต่อความปลอดภัยระหว่างการใช้งาน ทั้งนี้ ผู้โดยสารที่มีพฤติกรรมความเคยชินจนรู้สึกว่าการบริการระหว่างการเดินทางในรูปแบบเดิมเป็นกระบวนการที่สะดวกกว่าการใช้บริการ แอปพลิเคชัน เช่น การเช็คอินที่เคาน์เตอร์กับพนักงาน การเรียกแท็กซี่บริเวณภายนอกท่าอากาศยาน แสดงว่าทัศนคติเชิงลบต่อการใช้งานจะยับยั้งการยอมรับเทคโนโลยี และการไม่รู้ถึงประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยี (Chotijah and Retrialisca, 2020; Jarrar et al., 2020; Flavián et al., 2021) ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อโอกาสในการใช้เทคโนโลยีจึงเกิดการปฏิเสธการใช้บริการ (Na et al., 2021)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำวิจัยไปใช้ประโยชน์เชิงการจัดการ

1. แอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT เป็นแอปพลิเคชันที่มอบความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้งาน มีฟังก์ชัน ที่เพิ่มประสิทธิภาพในการเดินทางของผู้โดยสารในแต่ละกระบวนการที่ช่วยลดการสัมผัสในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อีกทั้งช่วยให้ผู้โดยสารปรับตัวตามวิถีความปกติใหม่ได้

อย่างไร้กังวล จะเห็น ได้ว่าในช่วงก่อนการเดินทาง มี Explore function ที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยว แนะนำร้านอาหาร และจองโรงแรมภายในประเทศ ฟังก์ชัน Virtual Thailand by AOT ฟังก์ชัน Itinerary ฟังก์ชัน Home to Gate ให้ข้อมูล เพื่อแจ้งเตือนการเดินทาง ช่วงที่อยู่ภายในท่าอากาศยาน มีฟังก์ชันค้นหาเที่ยวบิน การค้นหาข้อมูลสถานที่ภายในท่าอากาศยาน ฟังก์ชันบอกเส้นทางภายในท่าอากาศยาน (Indoor map) ไปยังจุดเช็คอิน เช็คอิน ร้านค้า ร้านอาหาร จุดขอคืนภาษี จุดตรวจคนเข้าเมือง ประตูขึ้นเครื่อง ฟังก์ชันสำหรับเช็คอิน การโหลดกระเป๋าแบบ Drop-off ฟังก์ชัน AOT PASS ที่ใช้จ่ายผ่าน E-wallet และฟังก์ชัน Royal orchid plus การเก็บสะสมคะแนน โดยให้ข้อมูลพิกัดแต่ละจุด บอกเส้นทางไปยังปลายทาง ปรับรูปแบบการชำระเงินที่มอบความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้ ช่วงระหว่างการเดินทาง มีระบบ PBRS แจ้งสถานะและติดตามสัมภาระแบบเรียลไทม์ นอกจากนี้ ช่วงเที่ยวบิน ขาเข้า (Arrival flight) มีฟังก์ชันแจ้งข้อมูลสำหรับรถโดยสาร ระบบการจองรถแท็กซี่ (Taxi Reservation) ที่มอบความสะดวกสบายและความปลอดภัยแก่ผู้โดยสาร ทั้งนี้ จากผลการวิจัยพบว่าความยุ่งยากในการใช้เทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้แอปพลิเคชัน ประกอบกับข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดพบว่า ผู้โดยสารเกิดความกังวลขณะใช้งานแอปพลิเคชันเนื่องจากประสบปัญหาแอปพลิเคชันค้าง การทำงานที่ไม่เสถียร หลังจากกดเข้าใช้งานในฟังก์ชันแล้วไม่สามารถเข้าถึงการใช้งานในขั้นตอนถัดไปได้ ดังนั้น หน่วยงานผู้ดูแลระบบควรปรับปรุง แอปพลิเคชันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีความเสถียรของระบบและเตรียมพร้อมสำหรับการใช้งานที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต

2. แอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT มีรูปแบบการให้บริการที่น่าสนใจ เนื่องจากมีฟังก์ชันหลากหลายเหมาะแก่การปรับใช้ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยให้คำแนะนำการติดตามข่าวสารจากแหล่งหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หน้าเว็บไซต์ทางการของท่าอากาศยาน แต่จากผลการตอบแบบสอบถามพบว่าผู้โดยสารยังทราบถึงข่าวสารของแอปพลิเคชันได้ไม่เพียงพอ เนื่องจากปัจจุบันมีการให้บริการ ตู้เช็คอินอัตโนมัติ ทำให้ผู้โดยสารบางส่วนใช้บริการตู้เช็คอินอัตโนมัติแทนการใช้งานแอปพลิเคชัน ดังนั้น ท่าอากาศยานควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น การประชาสัมพันธ์ภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการประชาสัมพันธ์ที่ท่าอากาศยานโดยมีเจ้าหน้าที่ประจำจุด ณ ท่าอากาศยาน เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานแอปพลิเคชันกับผู้โดยสาร จะส่งผลให้ผู้โดยสารได้รับรู้ข้อมูลการใช้งานแอปพลิเคชันที่สามารถทำงาน ได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งช่วยให้การใช้เวลาในท่าอากาศยานมีความคุ้มค่ามากขึ้น

3. แอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT มีรูปแบบการใช้งานที่ซับซ้อนหลายขั้นตอน ยากต่อการใช้งาน เนื่องจากมีฟังก์ชันที่หลากหลายทั้งระบบการจองรถ การสะสมคะแนน และการใช้สิทธิพิเศษร่วมกับโรงแรม อีกทั้งไม่สามารถดึงข้อมูลจากการเช็คอินจึงต้องป้อนข้อมูลใหม่ ทำให้ผู้โดยสารเกิดความสับสนและยุ่งยากในการใช้งานที่ต้องใช้เวลาค่อนข้างนานหากเทียบกับการติดต่อกับเจ้าหน้าที่โดยตรง ดังนั้น ฝ่ายเทคโนโลยีดิจิทัลและการสื่อสารของท่าอากาศยานร่วมกับหน่วยงานผู้ดูแลระบบควรร่วมพิจารณาปรับรูปแบบการใช้งานให้ง่ายขึ้น เพื่อความเหมาะสมแก่ผู้ใช้งานทุกเพศทุกวัย หรือควรนำเสนอวีดีโอขั้นตอนการเข้าใช้งาน เช่น การเลือกร้านอาหาร การกดใช้งานสิทธิพิเศษ เพื่อให้ผู้โดยสารเกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาพฤติกรรม ความคาดหวังและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการใช้แอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT เพื่อให้ได้ปัจจัยผลลัพธ์จากการใช้แอปพลิเคชันเพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาปรับปรุงแอปพลิเคชันให้มีความเหมาะสมกับผู้ใช้งาน
2. ควรศึกษาความพร้อมทางเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชัน SAWASDEE by AOT โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งผู้โดยสารชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพื่อศึกษามุมมองความพร้อมทางเทคโนโลยีตามลักษณะการจัดกลุ่มตามปัจจัยประชากรศาสตร์

เอกสารอ้างอิง

- Chotijah, U. & Retrialisca, F. (2020). Analysis of information technology readiness in furniture business in Indonesia. *Indonesian Journal of Information Systems*, 3(1), 16-21.
- ELEADER. (2017). *Smart Tourism อีกก้าวของการยกระดับการท่องเที่ยวที่ทันสมัยมากขึ้น*. สืบค้น 31 มกราคม 2565, จาก <https://www.theeleader.com/newsenterprise/smart-tourism-the-pace-of-modern-travel-upgrades>
- Flavián, C., Pérez-Rueda, A., Belanche, D. & Casaló, L. (2021). Intention to use analytical artificial intelligence (AI) in services – the effect of technology readiness and awareness. *Journal of Service Management*, 33(2), 293-320.
- Jarrar, Y., Awobamise, A. & Sellos, P. (2020). Technological readiness index (TRI) and the intention to use smartphone apps for tourism: A focus on in Dubai mobile tourism app. *International Journal of Data and Network Science*, 4, 1-8.
- Larasati, N., Widyawan & Santosa, P. (2017). Technology readiness and technology acceptance model in new technology implementation process in low technology SMEs. *International Journal of Innovation*, 8(2), 113-117.
- Mukerjee, H., Deshmukh, G. & Prasad, U. (2019). Technology readiness and likelihood to use self-checkout services using smartphone in retail grocery stores: empirical evidences from Hyderabad, India. *Business Perspectives and Research*, 7(1), 1-15.
- Na, T., Lee, S., & Yang, J. (2021). Moderating effect of gender on the relationship between technology readiness index and consumers continuous use intention of self-service restaurant kiosks. *Information*, 12, 1-12.
- Nugroho, M. & Fajar, M. (2017). Effects of technology readiness towards acceptance of mandatory web-based attendance system. *Procedia Computer Science*, 124, 319-328.
- Parasuraman, A. & Colby, C. (2015). An updated and streamlined technology readiness index: TRI 2.0. *Journal of Service Research*, 18(1), 59-74.

- Pradhan, M., Oh, J. & Lee, H. (2018). Understanding travelers' behavior for sustainable smart tourism: A technology readiness perspective. *Sustainability*, 10(11), 1-20.
- Shim, H., Han, S. & Ha, J. (2021). The effects of consumer readiness on the adoption of self-service technology: moderating effects of consumer traits and situational factors. *Sustainability*, 13(1), 1-17.
- SKY ICT Public Company (Limited). (2021). *Sawasdee By AOT*. สืบค้น 31 มกราคม 2565, จาก https://www.skyict.co.th/en/platforms/sawasdee_by_aot
- Taufik, N. & Mohd Hafiz, H. (2019). Airport passengers' adoption behaviour towards self-check-in kiosk services: the roles of perceived ease of use, perceived usefulness and need for human interaction. *Heliyon*, 5(12), 1-9.
- Tuan, N. (2021). Customer readiness- customer participation link in e-services. *The Service Industries Journal*, 42(9-10), 738-769.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 29). กรุงเทพฯ: สยามลดา.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 31). กรุงเทพฯ: สยามลดา.
- บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2564). *SAWASDEE by AOT แอปเดียวจบครบทุกเรื่องสำหรับนักเดินทาง*. สืบค้น 31 มกราคม 2565, จาก <https://www.airportthai.co.th/th/sawasdee-by-aot>
- สถาบันทรัพยากรเส้นทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2560). *รายงานการวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมขนส่งและการบิน*. สืบค้น 31 มกราคม 2565, จาก https://www.ipthailand.go.th/images/3534/web_01052018/Report_CHU/10_Aviation_and_Logistics-revised_19-12-60_CHU.pdf

แนวทางการพัฒนาศักยภาพและวิเคราะห์ต้นทุนทางการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการชุมชนตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่

The Potential Development and Analysis of Marketing Costs of Products and Services of Mae Win Sub-district, Mae Wang District, Chiang Mai Province

Received 31 August 2022

Revised 31 August 2022

Accepted 12 September 2022

จิตติคุณ นิยมสิริ, เจนจิรา อาซากิจ, อนุวัติ ศรีแก้ว,

และกนกวรรณ กะดีแดง

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

Jittikhun Niyomsiri, Janejira Arsarkij, Anuwat Srikaew,

and Kanokwan Kadeedeng

Chiang Mai Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพและวิเคราะห์ต้นทุนทางการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการชุมชนตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วมผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชนห้วยอีค่าง ตำบลแม่วิน มีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากชาวบ้านในชุมชนห้วยอีค่าง ตำบลแม่วิน จำนวน 30 ชุดและการสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างจากตัวแทนชุมชนจำนวน 9 คน ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกกลุ่มให้ความสำคัญกับต้นทุนที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติห้วยอีค่าง แต่การกำหนดราคายังไม่ได้คำนวณจากต้นทุนที่แท้จริง และจากการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติห้วยอีค่าง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนห้วยอีค่าง มีความต้องการการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดในทุกด้าน

คำสำคัญ: ต้นทุน, ผลิตภัณฑ์ชุมชน, กลยุทธ์ทางการตลาด

Abstract

Research on potential development approaches and analysis of marketing costs of products and services in the Mae Win community, Mae Wang District, Chiang Mai Province. The objectives of this research were 1) to analyze the real cost of products of Mae Win Sub-district,

Mae Wang District, Chiang Mai Province 2) to study the market potential development of products in Mae Win Sub-district, Mae Wang District, Chiang Mai Province. The methodology of this research is a participatory research of products and services of the Huay E-Kang community, Mae Win Sub-district. The data collection was to collect 30 sets of questionnaires from the people in Huay E-Kang community and the use of semi-structured interview guideline with 9 representatives from this community. The research findings revealed that the members of local products put their attention to the real cost of Huai Lang Lang natural dyed textile products. However, the pricing has not been calculated based on the actual cost. The results from the study of the market potential development of Huai Yi Lang natural dyed woven fabric, it was found that the marketing mix factors of Huai Yi Lang community products needed to develop market potential in all areas.

Keywords: costs, community product, marketing strategy

บทนำ

ตำบลแม่วิน เดิมเป็นส่วนหนึ่งของอำเภอสันป่าตอง แต่ในปัจจุบันเป็นส่วนหนึ่งของอำเภอแม่อาย อยู่ในความดูแลขององค์การบริหารส่วนตำบลแม่วิน พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาสูงสลับซับซ้อน มีสภาพเป็นป่าดิบเขา ประชากรมีทั้งหมด 12,223 คน แยกเป็นชาย 6,195 คน และหญิง 6,028 คน ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยภูเขาเผ่ากระเหรี่ยงประมาณร้อยละ 60 มีพื้นที่ครอบคลุม 19 หมู่บ้าน ประกอบด้วย หมู่บ้านชาวปกากะญอ (กระเหรี่ยง) 12 หมู่บ้าน หมู่บ้านคนพื้นที่ราบ 4 หมู่บ้าน หมู่บ้านชาวม้ง 2 หมู่บ้าน หมู่บ้านปกากะญอรวมกับคนพื้นที่ราบ 1 หมู่บ้าน (องค์การบริหารส่วนตำบลแม่วิน อำเภอแม่อาย จังหวัดเชียงใหม่, 2559)

เศรษฐกิจและการประกอบอาชีพ ประชากรร้อยละ 60 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ร้อยละ 20 ประกอบอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 10 ประกอบอาชีพหัตถกรรม ร้อยละ 5 ประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยว และร้อยละ 5 ประกอบอาชีพอื่น ๆ ชาวบ้านที่เป็นเกษตรกรจะปลูกข้าวเพื่อบริโภคเป็นหลัก ปีละ 1 ครั้ง เนื่องจากใช้น้ำธรรมชาติในการเพาะปลูก และมีการทำไร่หมุนเวียนควบคู่ โดยทำหลังเสร็จจากการเก็บเกี่ยวข้าว มีชาวบ้านบางส่วนที่นำพื้นที่นาหลังการเก็บเกี่ยวไปปลูกพืชเศรษฐกิจ เช่น ถั่วเหลือง ข้าวโพด ข้าวไร้ ดอกไม้ต่าง ๆ ผักสลัด หอมญี่ปุ่น เป็นต้น และบางส่วนก็ทำสวนสำหรับปลูกผลไม้เมืองหนาว เช่น พลับ สาลี่ ท้อ บ๊วย อโวคาโด ฯลฯ เป็นการหารายได้เสริม มีทั้งขายให้กับโครงการหลวงและขายเอง แต่ก็มีความไม่แน่นอนของราคาสินค้าในตลาด ในส่วนของอุตสาหกรรมนั้นเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนขนาดเล็ก ใช้แรงงานคนในครอบครัวเป็นหลัก ได้แก่ โรงสีข้าว หัตถกรรมเครื่องเงิน ทอผ้า จักสาน ทำผลิตภัณฑ์จากไม้ เช่น เรือใบจำลอง เกมสัฟฟิง สมอ ฯลฯ

ตารางที่ 1 ข้อมูลจำนวนผู้ประกอบการ OTOP อำเภอแม่ว่าง จำแนกตามประเภทของสินค้า

ที่	ประเภท	จำนวน (ราย)	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์/สินค้า
1	ของใช้/ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก	10	เรือจำลอง สิ่งประดิษฐ์จากไม้ เกมสไม้มัด ตุ๊กตาโบราณ ร่ม โบราณ แกะสลักพระพิฆเนศ และหมอนใบกัญชง เป็นต้น
2	ผ้าและเครื่องแต่งกาย	6	ผ้าจก เข็มกลัดเงิน กระเป๋าผ้า แหวนนิล เป็นต้น
3	อาหาร	6	ลำไยอบแห้งสีทอง น้ำผึ้งลำไย สาหร่ายสไปรูริน่า น้ำพริกปลา/ น้ำพริกกุ้ง/ น้ำพริกทูน่า ขนมไทย เต้าหู้หลอดไข่ เป็นต้น
รวม		22	

เรือใบจำลองและเกมส์ไม้นั้นได้รับการคัดสรรให้เป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับห้าดาวของจังหวัดเชียงใหม่ แหล่งผลิตนั้นตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 9 บ้านสบวิน ตำบลแม่วิน ภาที่ 1 แสดงให้เห็นข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแม่ว่าง (2559) ระบุว่าอำเภอแม่ว่างมีผู้ประกอบการ OTOP ที่ลงทะเบียนแล้วประจำปี 2557-2558 ทั้งสิ้น 22 ราย

ความหลากหลายของกลุ่มคนที่อยู่อาศัยในพื้นที่ทำให้มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต ประกอบด้วย คนพื้นราบ (คนเมือง) คนปกาเกอญอ (กระเหรี่ยง) และคนม้ง หากแต่มีความผสมกลมกลืนกันอย่างลงตัวอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข โดยแต่ละกลุ่มชนยังคงรักษาสืบทอด ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตของตนเอง คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ เช่น การแต่งกาย ภาษา จารีตประเพณี ความเชื่อ เช่น ประเพณีปีใหม่ม้ง ประเพณีสงกรานต์ในซ่งสงกรานต์ รดน้ำดำหัวผู้อาวุโส การเลี้ยงผีในพิธีกรรมต่าง ๆ การทำกิจกรรมในวันสำคัญทางศาสนา ผูกข้อมือปกาเกอญอ (กระเหรี่ยง) ประเพณีเดือนญี่เป็ง (ลอยกระทง) เป็นต้น

การท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลแม่วินนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. ปางช้าง ให้บริการขี่ช้างชมธรรมชาติ มีจำนวนปางช้างมากกว่า 40 แห่ง
2. โครงการหลวงฯ สถานีวิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่ (ขุนวาง) ผลิตภัณฑ์ผลไม้ พืชดอกไม้เมืองหนาว มีที่พักไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
3. สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ น้ำตก 12 แห่ง, ถ้ำ 2 แห่ง, เขื่อน/อ่างเก็บน้ำ 4 แห่ง, วัดเก่าแก่โบราณสถาน 1 แห่ง, สำนักสงฆ์ 7 แห่ง, ศูนย์หัตถกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น 5 แห่ง, มีบริการการท่องเที่ยวด้านการทัวร์ป่า สัมผัสวิถีชาวบ้าน (home stay), ล่องแพไม้ไผ่ลำนน้ำแม่แม่ว่าง

4. ผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ หัตถกรรมจากไม้เรือใบจำลอง, เกมส์ไม้ฝึกสมอง, ผ้าทอกระเหรี่ยง

เห็นได้ว่าตำบลแม่วินนั้นมีความหลากหลายในเรื่องของชาติพันธุ์ วัฒนธรรม และประเพณี อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากมาย เป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวจากทั้งในและต่างประเทศ ชาวบ้านสามารถสร้างรายได้จากการประกอบเกษตรกรรมที่เป็นวิถีชีวิตดั้งเดิม บ้านพัก home stay และจากผลิตภัณฑ์ชุมชน หากแต่ลักษณะการขายสินค้านั้นเป็นการขายผ่านพ่อค้าคนกลางทำให้กำไรไปตกอยู่ที่นายทุน โดยราคาที่ชาวบ้านขายก็จะเป็นราคาที่เคยขายเดิมไม่มีการเปลี่ยนแปลงราคาให้เหมาะสมกับต้นทุนที่ผันแปรเปลี่ยนไป

ส่งผลให้ได้กำไรจากการขายสินค้าต่ำกว่าที่ควรจะเป็น ดังนั้น งานวิจัยนี้จะเข้าไปช่วยชาวบ้านคิดวิเคราะห์ต้นทุนที่แท้จริงของสินค้า เพื่อสะท้อนต้นทุนให้เป็นไปตามสภาพการณ์จริงมากที่สุด และเมื่อได้ต้นทุนที่ถูกต้องแล้ว จะนำมาผนวกกับกลยุทธ์การตั้งราคาทางการตลาด เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดให้กับสินค้า เมื่อชาวบ้านขายสินค้าได้กำไร ก็จะก่อให้เกิดรายได้และความมั่งคั่ง มั่นคงให้กับเศรษฐกิจของชุมชนตำบลแม่วินต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่
2. ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับ

การคำนวณต้นทุนที่ถูกต้องเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจนั้นอยู่รอด เนื่องจากหากมีการคำนวณที่ตกหล่นหรือผิดพลาดไปก็จะส่งผลกระทบต่อกำไรและผลประกอบการโดยรวม การคำนวณและรายงานข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนของสินค้าและบริการนั้นจะใช้เวลาและลงรายละเอียดมากโดยเฉพาะในกิจการที่ผลิตสินค้าเอง การวิจัยนี้จึงมีแนวทางในการมุ่งพัฒนาวิธีการคิดคำนวณต้นทุนทางการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการชุมชนตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบถึงต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน นำต้นทุนทั้งหมดมาเปรียบเทียบกับราคาขายในปัจจุบันว่าสะท้อนกำไรหรือขาดทุนอย่างไร ดังนั้น ต้นทุนจะเป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจลงทุนหรือวางแผนการจัดสรรงบประมาณในการดำเนินธุรกิจของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น เมื่อชาวบ้านมีรายได้จากการผลิตสินค้ามากขึ้น นำมาซึ่งความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระดับฐานราก พัฒนาความเป็นอยู่ และยกระดับคุณภาพชีวิตต่อไป

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพและวิเคราะห์ต้นทุนทางการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการชุมชนตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 แนวคิด ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน และแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพทางการตลาด ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน

1.1 ความหมายของต้นทุน

ความหมายของต้นทุนในทางบัญชี ต้นทุน หมายถึง มูลค่าที่สามารถวัดได้เป็นจำนวนเงินของสินทรัพย์ หรือความเสียหายที่เกิดจากการได้ลงทุนไป เพื่อให้ได้สินทรัพย์หรือบริการต่าง ๆ ซึ่งกิจการคาดว่าจะใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ในภายหลัง (ดวงมณี โกมารทัต, 2551) นอกจากนี้ อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์ (2559) ได้ให้ความหมาย

ของต้นทุน หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่สูญเสียไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ โดยมูลค่านั้นจะต้องสามารถวัดได้เป็นหน่วยเงินตรา ซึ่งเป็นลักษณะของการลดลงในสินทรัพย์หรือเพิ่มขึ้นในหนี้สิน ต้นทุนที่เกิดขึ้นอาจจะให้ประโยชน์ในปัจจุบันหรือในอนาคตก็ได้ เมื่อต้นทุนใดเกิดขึ้นแล้ว และกิจการได้ใช้ประโยชน์ไปทั้งสิ้นแล้ว ต้นทุนนั้นก็จะถือเป็น “ค่าใช้จ่าย” ดังนั้น ค่าใช้จ่ายจึงหมายถึงต้นทุนที่ได้ให้ประโยชน์และกิจการได้ใช้ประโยชน์ทั้งหมดไปแล้วในขณะนั้น และสำหรับต้นทุนที่กิจการสูญเสียไป แต่จะให้ประโยชน์แก่กิจการในอนาคตเรียกว่า “สินทรัพย์”

เฉลิมขวัญ ครุฑบุญยงค์ (2554) ได้ให้คำจำกัดความของต้นทุนไว้ว่า หมายถึง เงินสดหรือสิ่งที่เทียบเท่าเงินสดที่ได้ใช้ไปเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ก่อให้เกิดรายได้จากสินค้าและบริการ โดยมีมูลค่าที่วัดได้ในหน่วยเงินตราของสินทรัพย์หรือประโยชน์อื่นใดที่กิจการได้ลงทุนไปเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการต่าง ๆ ต้นทุนนั้นอาจก่อให้เกิดประโยชน์ได้ในทันทีหรือเกิดภายหลัง หากก่อประโยชน์ทันทีจะถือว่าต้นทุนนั้นเป็นค่าใช้จ่าย เช่น เงินเดือนพนักงาน แต่ถ้าประโยชน์นั้นเกิดขึ้นภายหลังต้นทุน จะถือว่าต้นทุนเป็นสินทรัพย์ เช่น อุปกรณ์ เครื่องจักร โดยสินทรัพย์ที่ถูกใช้ไปจะถือเป็นค่าใช้จ่ายในรูปของค่าเสื่อมราคา

ความหมายของต้นทุนในทางเศรษฐศาสตร์นั้นจะมีความแตกต่างจากต้นทุนในทางบัญชีหรือต้นทุนทั่วไป กล่าวคือ ต้นทุนทางบัญชีนี้นจะสามารถวัดค่าใช้จ่ายที่เสียไปเป็นตัวเลขเพียงอย่างเดียว หรือเรียกได้ว่าเป็นต้นทุนที่เห็นชัดแจ้ง (Explicit Cost) แต่สำหรับต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Cost) นั้น จะรวมไปถึงค่าใช้จ่ายที่เสียไปทั้งที่สามารถวัดเป็นตัวเลขได้และวัดเป็นตัวเลขไม่ได้ นั่นก็คือต้นทุนที่เห็นชัดแจ้ง (Explicit Cost) และต้นทุนที่ไม่ชัดแจ้ง (Implicit Cost) โดยในทางเศรษฐศาสตร์นั้นจะเรียกต้นทุนที่มองไม่เห็นอีกอย่างหนึ่งว่า “ต้นทุนค่าเสียโอกาส” (Opportunity Cost) และเป็นต้นทุนอีกตัวหนึ่งที่ต้องมีการประเมิน ดังนั้น ต้นทุนทางบัญชีจะมีค่าน้อยกว่าต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ และมีผลทำให้กำไรทางบัญชีมีค่าสูงกว่ากำไรทางเศรษฐศาสตร์

1.2 การจำแนกประเภทของต้นทุน

สามารถแบ่งได้อย่างหลากหลายและแต่ละชนิดมีความหมายที่แตกต่างกันไป สามารถสรุปได้ ดังนี้
จำแนกต้นทุนตามการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยการผลิตที่ใช้ แบ่งเป็น 4 ชนิด ดังนี้

1. ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs) คือ ต้นทุนที่ไม่เปลี่ยนแปลงตลอดช่วงการผลิต ไม่ว่าจะผลิตมากหรือน้อยเพียงใด เช่น เงินเดือน ค่าเสื่อมราคา เป็นต้น

2. ต้นทุนผันแปร (Variable Costs) คือ ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิตและเป็นสัดส่วนเดียวกันตลอดช่วงการผลิตหนึ่ง ๆ เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงานที่ทำการผลิต เป็นต้น

3. ต้นทุนกึ่งผันแปร (Semi Variable Costs) คือ ต้นทุนที่มีบางส่วนคงที่และบางส่วนผันแปร จำนวนรวมของต้นทุนจะเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณการผลิต แต่จะไม่เป็นอัตราส่วนเดียวกับปริมาณการผลิต เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ต้นทุนผสม (Mixed Costs) เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า เป็นต้น

4. ต้นทุนกึ่งคงที่ (Semi Fixed Costs) คือ ต้นทุนที่คงที่ในแต่ละช่วงของระดับการผลิต แต่เมื่อช่วงของระดับการผลิตเปลี่ยนแปลง ต้นทุนก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วยและจะคงที่ตลอดช่วงของระดับการผลิตใหม่นี้

ลักษณะการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนจะมีลักษณะคล้ายกับขั้นบันได เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ต้นทุนขั้นบันได (Step Costs)

จำแนกต้นทุนตามวัตถุประสงค์ของหน่วยต้นทุน แบ่งเป็น 2 ชนิด ดังนี้

1. ต้นทุนทางตรง คือ ต้นทุนที่สามารถระบุต้นทุนหรือติดตามเข้าหน่วยวัดต้นทุนได้ง่ายและชัดเจน เช่น ต้นทุนวัตถุดิบทางตรง และค่าแรงงานทางตรงที่ใช้ในการผลิตงานหน่วยใดหน่วยหนึ่ง หรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการผลิตของหน่วยงานนั้นโดยตรง อาจวัดเป็นจำนวนหน่วยหรือจำนวนเงินได้

2. ต้นทุนทางอ้อม คือ ต้นทุนที่ไม่สามารถติดตามเข้าหน่วยวัดต้นทุนได้ง่ายหรือไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าเกิดจากการผลิตสินค้าชนิดใด หน่วยใด เนื่องจากต้นทุนเหล่านี้เกิดจากหน่วยวัดต้นทุนหลายหน่วยให้ประโยชน์แก่สินค้าหลายชนิด หลายหน่วยงาน เช่น ค่าไฟฟ้าโรงงาน เงินเดือนผู้ควบคุมงาน ค่าเสื่อมราคาโรงงาน ค่าเบี้ยประกันโรงงาน เป็นต้น ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายรวม จึงไม่สามารถระบุได้ กรณีนี้กิจการจะต้องหาหลักเกณฑ์และวิธีการที่เหมาะสมมาปันส่วนจัดสรรเข้าหน่วยวัดต่าง ๆ

จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการตัดสินใจเฉพาะเรื่อง แบ่งเป็น 3 ชนิด ดังนี้

1. ต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Costs) คือ ผลประโยชน์ที่ควรจะได้รับหากเลือกดำเนินการตามทางเลือกนั้นแต่ไม่ได้รับเพราะไปเลือกทางเลือกอื่น

2. ต้นทุนส่วนต่าง (Differential Costs) คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจเลือกกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจจะมีลักษณะเพิ่มขึ้น เรียกว่า ต้นทุนส่วนเพิ่ม (Incremental Cost) หรือ ต้นทุนส่วนลด (Decreasing Cost) ก็ได้

3. ต้นทุนจม (Sunk Costs) คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นในอดีต ซึ่งเป็นต้นทุนที่เกิดจากการตัดสินใจ ณ เวลาที่ผ่านมาแล้ว ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นจึงไม่ควรนำมาพิจารณากับการตัดสินใจในปัจจุบัน

จำแนกต้นทุนตามหน้าที่งานในกิจการ เป็นการพิจารณาต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานหรือปฏิบัติงานของหน้าที่งานต่าง ๆ โดยปกติแล้วจะสามารถแบ่งหน้าที่งานในกิจการออกเป็น 4 หน้าที่งานหลัก คือ การผลิต การตลาด การบริหาร และการเงิน ดังนั้นต้นทุนที่จะเกิดขึ้นในหน้าที่งานต่าง ๆ มีดังนี้

1. ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการผลิต (Manufacturing Costs) คือ ต้นทุนที่มีความสัมพันธ์กับการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายการผลิต

2. ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการตลาด (Marketing Costs) คือ ต้นทุนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ค่าโฆษณา ค่านายหน้าพนักงานขาย

3. ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร (Administrative Costs) คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นในลักษณะที่เกี่ยวกับการสั่งการ การควบคุม และการดำเนินงานของกิจการ เงินเดือนของผู้บริหาร และพนักงานในแผนกต่าง ๆ ที่ไม่เกี่ยวกับแผนกผลิต และแผนกขาย

4. ต้นทุนทางการเงิน (Financial Costs) คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการจัดหาเงินทุน หรือการบริหารเงินทุนของกิจการ เช่น ค่าดอกเบี้ย ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพทางการตลาด

2.1 ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด คือ ปัจจัยทางการตลาด 4 ประการที่กิจการสามารถควบคุมได้ (Controllable Factors) ซึ่งนิยมเรียกกันว่า 4P's (The Four P's) (Kotler, 2002) และได้มีการพัฒนาปัจจัยเพิ่มขึ้นอีก 2 ประการ รวมเป็นส่วนประสมทางการตลาด 6 ประการ หรือ 6Ps (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2547) ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง การผสมผสานของสินค้าและบริการที่กิจการเสนอต่อตลาดเป้าหมาย หลักการที่สำคัญ คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับผู้บริโภคเป้าหมาย (The Right Product for The Target Market) โดยผลิตภัณฑ์ทั้งที่มีตัวตนและไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นที่พึงพอใจที่สุด

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสม (The Right Price) นักการตลาดต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ ในปัจจัยนานาประการที่มีผลกระทบถึงราคา เพราะการกำหนดราคา ณ ระดับใดแล้วไม่สามารถเปลี่ยนแปลงบ่อย ๆ ได้ การปรับราคาขึ้นและลงจะมีผลทางการตลาดทั้งในด้านบวกและลบเสมอ ในอีกประการหนึ่ง ราคาจัดเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนั้น การกำหนดระดับราคาสินค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กิจกรรมของกิจการที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ไปสู่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ความพยายามที่จะจัดนำผลิตภัณฑ์ที่ได้กำหนดขึ้นไปสู่ตลาดเป้าหมาย อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้อย่างดีมากเพียงใดก็ตาม หากไม่ได้ถูกจัดเสนอไว้ในสภาพอันเหมาะสม ในระยะเวลาที่ผู้บริโภคมีความต้องการ ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถแสวงหาซื้อจากสถานที่ที่เขาคาดหวังไว้ ย่อมหมายถึงนักการตลาดไม่สามารถขายสินค้านั้นในตลาดได้

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมเพื่อสื่อสารถึงข้อดีของผลิตภัณฑ์และชักชวนให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายซื้อผลิตภัณฑ์ อีกทั้งการส่งเสริมการตลาดเป็นการพยายามที่จะบอกกล่าวเรื่องราวของสินค้าของกิจการให้ผู้บริโภคได้รับรู้รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ และในขณะเดียวกันก็เป็นความพยายามที่จะชักจูงให้ผู้บริโภคเหล่านั้นเลือกซื้อสินค้าไปด้วย (Telling and Selling) ขอบข่ายงานการส่งเสริมการตลาดเน้นหนักไปทางด้านการสื่อสารกับผู้บริโภค และการกระตุ้นเร้าใจให้ผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้านั้น นักการตลาดจะพิจารณาดำเนินการส่งเสริมการตลาดโดยผ่านเครื่องมือต่อไปนี้ การโฆษณา (Advertising) การขายโดยบุคคล (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) และการแพร่ข่าวสาร (Publicity)

5. กระบวนการ (Process) กระบวนการผลิตและบริการที่ดีควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติไม่เกิดความสับสน ทำงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผนเดียวกัน เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานหรือผลผลิตดีและมีประสิทธิภาพ

6. บุคลากร (People) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดซึ่งจะทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยต้องมีการเตรียมกระบวนการเกี่ยวกับบุคลากรตั้งแต่ การสรรหา รับเข้าทำงาน การฝึกอบรม โดยเฉพาะบุคลากรที่มีหน้าที่ในการติดต่อกับลูกค้าหรือผู้บริโภคโดยตรง

2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) เป็นการศึกษาแนวโน้มการพัฒนาธุรกิจให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยวิเคราะห์ทั้งจากปัจจัยภายในที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ และปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้แต่ส่งผลกระทบต่อกิจการ เพื่อกำหนดแนวทาง/กลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจ (บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ, 2547)

1. สภาพแวดล้อมภายใน เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของธุรกิจ โดยจุดแข็งและจุดอ่อนจะปรากฏอยู่ในรูปของทักษะการปฏิบัติงานของบุคลากรภายในองค์กร ทรัพยากรทุกชนิดที่มีอยู่ในองค์กร (โครงสร้างองค์กร กระบวนการทำงาน บุคลากร เทคโนโลยี และการบริหารจัดการ) นอกจากนั้นยังรวมถึงสมรรถนะหรือขีดความสามารถขององค์กรในการแข่งขันกับคู่แข่งด้วย

- จุดแข็ง (Strengths) คือ ข้อดีของธุรกิจที่มีลักษณะเด่นหรือเหนือกว่าคู่แข่งอื่น ซึ่งทำให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ โดยในส่วนของนักศึกษาวิจัยนั้นหมายความว่าความถึงจุดเด่นที่กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์และบริการชุมชนมีอยู่เหนือกว่าธุรกิจในภาคเอกชน ซึ่งได้แก่ วัตถุดิบที่นำมาใช้ผลิตที่หาไม่ได้จากแหล่งอื่น หรือทักษะฝีมือที่ต้องอาศัยการสั่งสมประสบการณ์จึงจะสามารถผลิตสินค้าได้ เป็นต้น

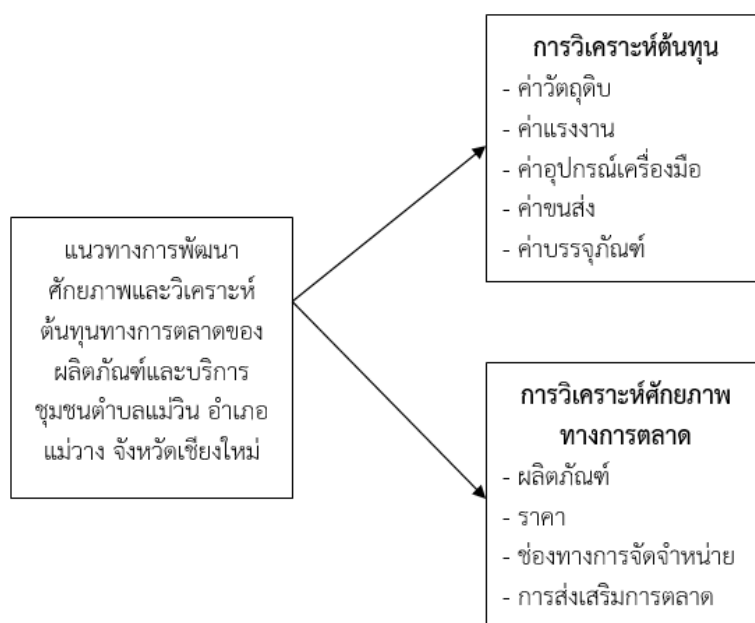
- จุดอ่อน (Weaknesses) คือ ข้อด้อยของธุรกิจ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ แล้ว ธุรกิจของเรา มีความสามารถหรือศักยภาพด้อยกว่าหรือไม่เท่ากับคู่แข่ง ซึ่งในส่วนของนักศึกษาวิจัยนี้จุดอ่อนของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์และบริการชุมชน ได้แก่ เงินลงทุน ความรู้ในการคิดต้นทุนและราคาสินค้า เทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นต้น

2. สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ขององค์กร ซึ่งปัจจัยชนิดนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี สังคม ซึ่งเป็นปัจจัยแวดล้อมในเชิงกว้าง นอกจากนั้นยังมีปัจจัยแวดล้อมในเชิงลึก ได้แก่ ความต้องการของลูกค้า นโยบายภาครัฐ ผู้ป้อนทรัพยากร คู่แข่งขัน แรงงาน ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้สามารถส่งผลกระทบโดยตรงต่อองค์กรได้ทั้งในทางบวกและในทางลบ

- โอกาส (Opportunities) คือ ภาวะของธุรกิจที่สามารถนำเสนอสินค้าหรือบริการของตนให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้บริโภคหรือตลาด โดยในการศึกษาวิจัยนี้ ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนตำบลแม่วินที่เพิ่มมากขึ้น เส้นทางคมนาคมที่สะดวก เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ทำให้สามารถขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ โครงการ OTOP เป็นต้น

- อุปสรรค (Threats) คือ ข้อจำกัดหรือสิ่งกีดขวางความสามารถของธุรกิจ ซึ่งตัวอย่างของอุปสรรคในกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์และบริการชุมชน ได้แก่ แรงงานวัยหนุ่มสาวมักจะเข้าไปหางานทำในเมือง ราคาของวัตถุดิบจากผู้ป้อนทรัพยากร ความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมาข้างต้น เป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัยโดยคณะวิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 รอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่ง ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่จะใช้ในการนำเสนอในรายงานวิจัย รวมถึงข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ได้จากการค้นคว้าจากวารสาร เอกสาร ตำรา และข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ตลอดทั้งแนวคิดและทฤษฎีที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการอธิบายผลของการวิจัยให้มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ

ประชากรและตัวอย่าง

จำนวนประชากรของการวิจัย คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตขององค์การบริหารส่วนตำบลแม่วิน มีจำนวน 12,223 คน แยกเป็น ชาย 6,195 คน และหญิง 6,028 คน จากทั้งหมด 19 หมู่บ้าน (องค์การบริหารส่วนตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่, 2559) กลุ่มตัวอย่าง การวิจัยนี้ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 9 หมู่บ้าน กระจายไปทั้งในส่วน of ชุมชนที่ตั้งอยู่ลุ่มแม่น้ำวางตอนบนและตอนล่าง หมู่บ้านที่ตั้งอยู่ลุ่มแม่น้ำวางตอนบนมีจำนวน 4 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านห้วยข้าวลีบ-บ้านโป่งสมิ บ้านห้วยอีค่าง บ้านห้วยตอง และบ้านขุนวาง หมู่บ้านที่ตั้งอยู่ลุ่มแม่น้ำวางตอนล่างมีจำนวน 5 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านแม่สะป๊อก บ้านแม่มุด บ้านห้วยโป่ง บ้านสบวิน และบ้านวังผาปูน จาก 9 หมู่บ้านนี้ คณะวิจัยได้ลงสำรวจศักยภาพในการพัฒนาต่อยอดของผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มทอผ้าห้วยอีค่าง มีความพร้อมในการพัฒนาสูงที่สุด ทั้งในเรื่องของกำลังแรงงาน การร่วมมือกันของชุมชน ลักษณะสินค้าที่เป็นที่ยอมรับของตลาดซึ่งตรงกับความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบันที่ต้องการสินค้าที่ตอบสนองการอนุรักษ์

ธรรมชาติ รวมถึงผลิตภัณฑ์ประเภทผ้านั้นสามารถพัฒนาต่อยอดได้อย่างหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับไอเดีย ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติบ้านห้วยอีค่าง ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 30 คน ในการเก็บแบบสอบถาม และตัวแทนจำนวน 9 คน ในการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

เครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Guide) โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการสร้างแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ สำหรับแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทำการวิเคราะห์ด้วยวิธี Item Objective Congruence (IOC) สำหรับแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เป็นข้อคำถามปลายเปิดสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ของชุมชน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 6 ประการ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การบวนการ (Process) และบุคลากร (People) นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-test) กับสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านห้วยอีค่าง จำนวน 5 ชุด เพื่อหาข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นและนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ชัดเจนและสมบูรณ์ที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มีขั้นตอนดังนี้

- 1) การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อทราบถึงภาพรวม ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการ ทำการวิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) การวิเคราะห์ลำดับความสำคัญของต้นทุนแต่ละด้าน ทำการวิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ (Frequency)
- 3) การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการย้อมสีฝ้ายและทอผ้าโดยใช้ค่าเฉลี่ย

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ประกอบไปด้วย 1) การจัดระเบียบข้อมูล 2) การทำดัชนีกำหนดรหัสข้อมูล 3) การกำจัดข้อมูลหรือสร้างข้อมูลสรุปชั่วคราว 4) การสร้างบทสรุป 5) การพิสูจน์ความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ (รัตนะ บัวสนธ์, 2551, 228-235)

ในขั้นตอนสุดท้ายจะนำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาผนวกกับแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงทำการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้ให้เกิดแนวทาง เพื่อสร้างให้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาศักยภาพต่อไป

สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่าสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านห้วยอีค่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นสมาชิกของกลุ่มทอผ้ามาประมาณ 3 – 6 ปี จำนวน 13 คน โดยใช้เงินลงทุนจำนวนน้อยกว่า 30,000 บาท ซึ่งแหล่งที่มาของเงินทุนนั้นมาจากเงินทุนส่วนตัว

การวิเคราะห์ ลำดับความสำคัญของต้นทุนแต่ละด้านของสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านห้วยอีค่าง ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ต้นทุนด้านการตลาด ต้นทุนด้านการผลิต ต้นทุนด้านการเงิน และต้นทุนด้านการจัดการ พบว่า สมาชิกกลุ่มให้ความสำคัญกับต้นทุนด้านการผลิตเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ต้นทุนด้านการเงิน ต้นทุนด้านการจัดการ และต้นทุนด้านการตลาด ตามลำดับ

จากการเก็บข้อมูลในส่วน of ต้นทุนการผลิตสินค้า พบว่า กลุ่มสมาชิกไม่ได้มีการคิดค่าแรงงานลงไปในการคำนวณ ดังนั้น จึงต้องมีการคำนวณต้นทุนใหม่ทั้งหมด เนื่องจากจำนวนวันที่แรงงานใช้ในการทอผ้าแต่ละแบบนั้นมีความแตกต่างกัน ทำให้ต้นทุนในการทอผ้าของสินค้าแต่ละแบบนั้นไม่เท่ากัน เช่น การทอเสื้อต้องใช้เวลา 4 วันขึ้นไป ในส่วนของการทอเป็นย่าม (กระเป๋) ใช้เวลา 2 วันขึ้นไป หากนำมาทอเป็นผืนธรรมดา ใช้เวลาในทอ 1 วัน โดยหากเสื้อหรือย่ามมีการปักเพื่อตกแต่งลวดลาย (เพิ่มลูกเต๋อย) ก็จะใช้เวลาในการปักต่อไปกว่า 1 เดือน ปัญหาของการคำนวณต้นทุนที่เป็นอยู่ในปัจจุบันคือชาวบ้านไม่ได้มีการคิดในส่วน of ค่าแรงงานลงไป เนื่องจากคิดว่าเป็นการว่างเว้นจากการดำรงการเกษตรจึงนำเวลามาทอผ้า โดยคำนวณต้นทุนจากค่าวัตถุดิบและอุปกรณ์เพียงเท่านั้น ดังนั้น ทางคณะผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวมข้อมูลกรรมวิธีและต้นทุน โดยสามารถสรุปได้ดังภาพที่ 2-4 ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1: นำด้ายดิบสีขาว มาย้อมสี**ค่าวัตถุดิบ**

1. ค่าด้ายดิบ 5 ห่อ ๆ ละ 500 บาท = 2,500 บาท
2. ค่าฝืนในการต้ม 300 บาท/ครั้ง
3. ค่าน้ำ 20 ลิตร ประมาณการที่ 140 บาท

ค่าแรงงาน

1. ค่าแรง (ในวันย้อม) 1 วัน จำนวน 20 คน ๆ ละ 100 บาท = 2,000 บาท
2. ค่าแรงในการพลิกฝ้าย 2 คน 2 วัน ๆ ละ 100 บาท = 400 บาท

รวมต้นทุนในการย้อมด้ายดิบ 5 ห่อ เป็นเงิน 5,340 บาท
(ห่อละ 1,068 บาท; ม้วนละ 71.2 บาท)

**ขั้นตอนที่ 2: การม้วนฝ้าย****ค่าแรงงาน**

1. ค่าม้วน ลูกละ 10 บาท
- จากการย้อมด้ายดิบ 5 ห่อ นำม้วนได้ จำนวน 75 ม้วน (1 ห่อ ได้ 15 ม้วน)
รวมต้นทุนในการม้วนฝ้ายจากด้ายดิบ 5 ห่อ เป็นเงิน 750 บาท
(ห่อละ 150 บาท; ม้วนละ 10 บาท)

**ขั้นตอนที่ 3: การทอเสื่อ 18 ตัว****ค่าวัตถุดิบ**

เสื่อ 18 ตัว ใช้ฝ้าย 36 ม้วน เป็นเงิน $(71.2+10)*36 = 2,923.20$ บาท

ค่าอุปกรณ์

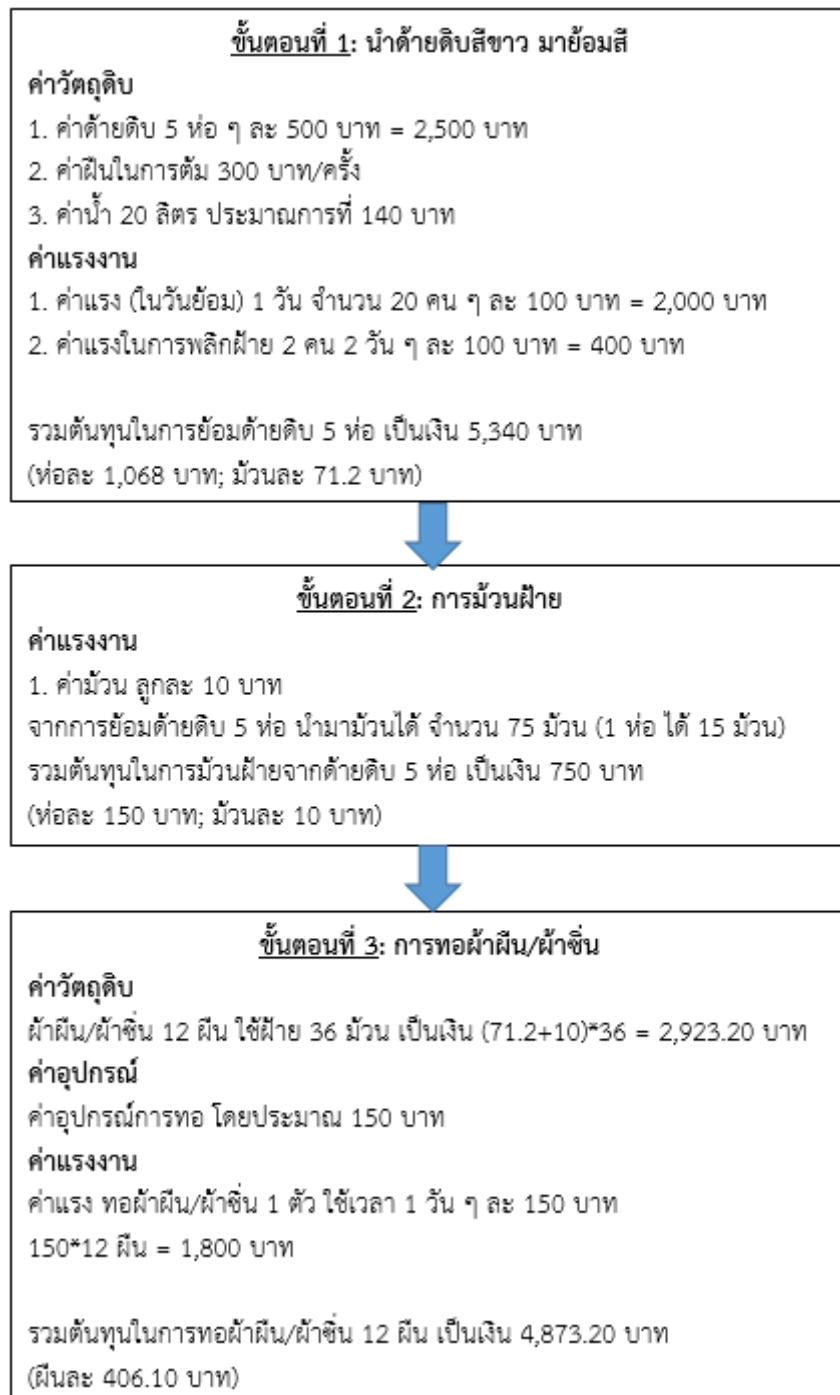
ค่าอุปกรณ์การทอ โดยประมาณ 150 บาท

ค่าแรงงาน

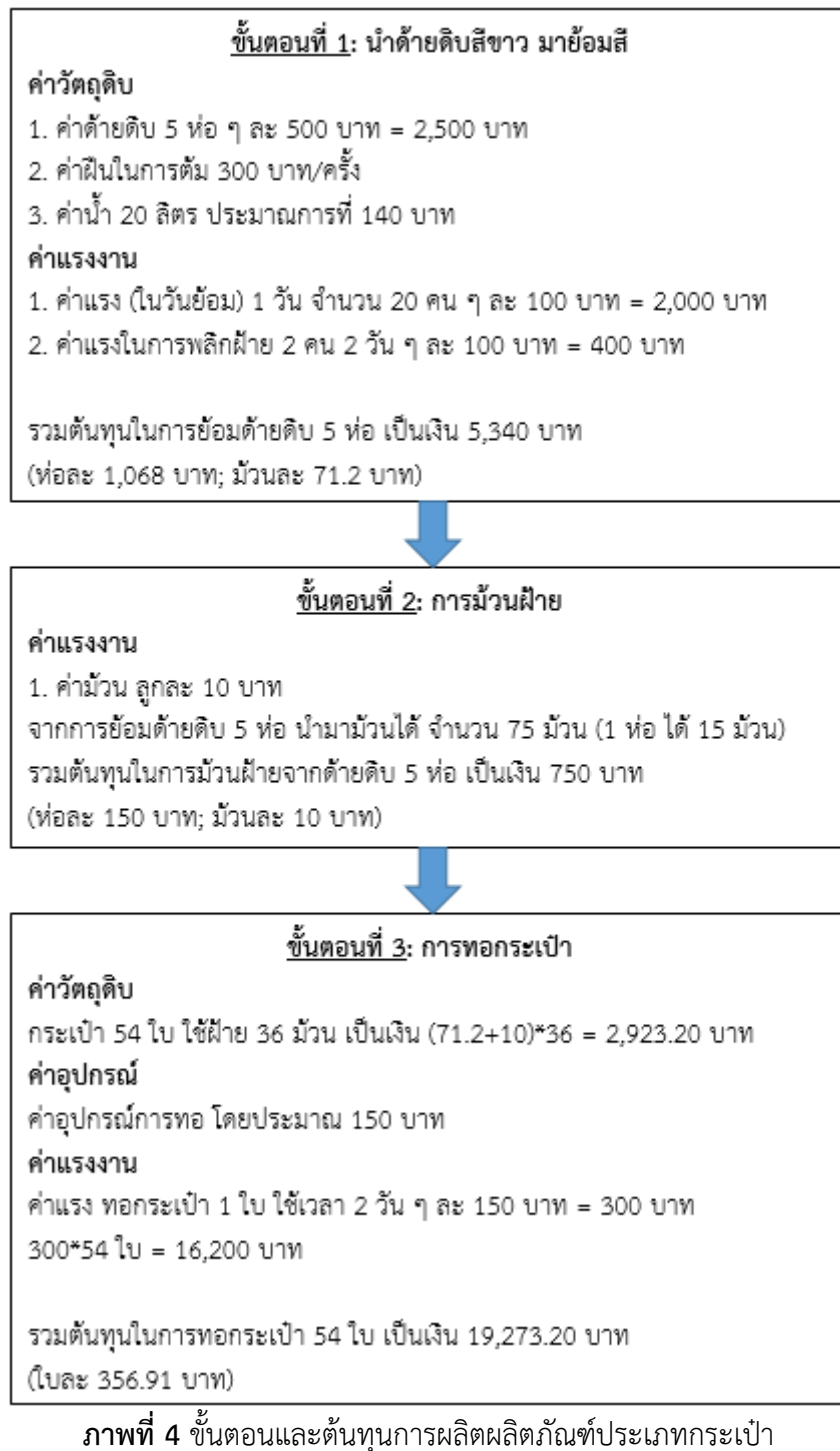
ค่าแรง ทอเสื่อ 1 ตัว ใช้เวลา 4 วัน ๆ ละ 150 บาท = 600 บาท
 $600*18$ ตัว = 10,800 บาท

รวมต้นทุนในการทอเสื่อ 18 ตัว เป็นเงิน 13,873.20 บาท
(ตัวละ 770.73 บาท)

ภาพที่ 2 ขั้นตอนและต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทเสื่อ



ภาพที่ 3 ขั้นตอนและต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าฝืน/ผ้าชิ้น



จากภาพที่ 2-4 สามารถสรุปผลการศึกษาด้านต้นทุนกลุ่มทอผ้าบ้านห้วยอีค่าง ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ทอผ้ากลุ่มห้วยอีค่าง มีจำนวนต้นทุนรวมการทอผ้าฝ้ายเป็นเสื้อผู้ชาย จำนวน 18 ตัว เป็นเงินจำนวน 13,873.20 บาท แยกได้ดังนี้ ค่าวัตถุดิบ จำนวน 2,923.20 บาท ค่าแรงงาน จำนวน 10,800 บาท และค่าใช้จ่ายในการผลิต จำนวน 150 บาท ดังนั้น จึงมีต้นทุนในการผลิตเสื้อผู้ชาย 1 ตัว เป็นเงินประมาณ 770.73 บาท

(2) ผลิตภัณฑ์ทอผ้ากลุ่มห้วยอีค่าง มีจำนวนต้นทุนรวมการทอผ้าฝ้ายเป็นผ้าผืน/ผ้าชิ้น จำนวน 12 ผืน เป็นเงินจำนวน 4,873.20 บาท แยกได้ดังนี้ ค่าวัตถุดิบ จำนวน 2,923.20 บาท ค่าแรงงาน จำนวน 1,800 บาท และค่าใช้จ่ายในการผลิต จำนวน 150 บาท ดังนั้น จึงมีต้นทุนในการผลิตผ้าผืน/ผ้าชิ้น 1 ผืน เป็นเงินประมาณ 406.10 บาท

(3) ผลิตภัณฑ์ทอผ้ากลุ่มห้วยอีค่าง มีจำนวนต้นทุนรวมการทอผ้าฝ้ายเป็นกระเป๋า จำนวน 54 ใบ เป็นเงินจำนวน 19,273.20 บาท แยกได้ดังนี้ ค่าวัตถุดิบ จำนวน 2,923.20 บาท ค่าแรงงาน จำนวน 16,200 บาท และค่าใช้จ่ายในการผลิต จำนวน 150 บาท ดังนั้น จึงมีต้นทุนในการผลิตกระเป๋า 1 ใบ เป็นเงินประมาณ 356.91 บาท

นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายในการนำไปขาย ดังนี้

(1) ค่าบรรจุภัณฑ์ 20 บาท/ 1 ชิ้นผลิตภัณฑ์

(2) ค่าเช่ารถขนของ 500 – 1,000 บาท/ครั้ง (คิดที่ 1,000 บาท/ครั้ง)

(3) ค่าแรงพนักงานขาย 300 บาท/คน/วัน 2 คน/วัน = 600 บาท/วัน (คิดที่รอบละ 5 วัน/ครั้ง)

ดังนั้น ในการนำ เสื้อ 18 ตัว ผ้าผืน/ผ้าชิ้น 12 ผืน และกระเป๋า 54 ใบ ไปขาย = 84 ชิ้น

เป็นเงิน $(18 \times 20) + 1,000 + (600 \times 5) = 4,360$ บาท หรือ 51.90 บาท/ชิ้น

จึงสรุปได้ว่าต้นทุนในการผลิตและนำไปขายของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ดังนี้

- เสื้อผู้ชาย เท่ากับ 822.63 บาท

- ผ้าชิ้น/ผ้าผืน เท่ากับ 458 บาท

- กระเป๋า เท่ากับ 408.81 บาท

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชนตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์และทำโฟกัสกรุ๊ป หน่วยงานท้องถิ่นของตำบลแม่วิน ผู้นำกลุ่มชุมชนแม่วิน และชุมชนห้วยอีค่าง รวมถึงผู้นำกลุ่มผ้าย้อมสีธรรมชาติห้วยอีค่าง เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชนตำบลแม่วิน เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชนตำบลแม่วิน แบ่งการสรุปผลออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอย้อมสีธรรมชาติชุมชนห้วยอีค่างที่มีอยู่ มีข้อจำกัดทางด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่ยังเป็นรูปแบบดั้งเดิม ไม่มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ หรือการต่อยอดด้วยการ นำสินค้าที่มีอยู่ของผลิตภัณฑ์ชุมชนห้วยอีค่างไปแปรรูป หรือเป็นส่วนประกอบผลิตเป็นรูปแบบสินค้าแบบใหม่ โดยยังคงเอกลักษณ์การใช้สีย้อมผ้าจากธรรมชาติ และการปักลายด้วยเมล็ดพันธุ์พืช ที่มีลวดลายสวยงาม สามารถนำไปเป็นส่วนประกอบในการแปรรูปหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชนิดอื่น ๆ เพื่อเพิ่มรูปแบบสินค้าให้กลุ่มคนที่หลากหลายสามารถใส่ได้

(2) ด้านราคา การกำหนดราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมสีธรรมชาติห้วยอีค่าง ยังขาดการคิดคำนวณค่าแรงงานของคนในชุมชนในบางขั้นตอน เช่น การย้อมผ้าในแต่ละครั้ง ซึ่งจะเป็นการช่วยกันทำงานใน

ชุมชน โดยไม่มีการนำต้นทุนแรงงานของชุมชนไปคำนวณร่วมกับต้นทุนการผลิต รวมถึงการตั้งราคาขายที่มีจากการคิดร่วมกันของคนในชุมชนเอง ไม่มีการคิดคำนวณค่าใช้จ่ายและค่าแรงงานต่าง ๆ ที่ไม่ได้นำมาคำนวณ เพราะเกิดจากการขาดความรู้ความเข้าใจในด้านนี้

(3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมสีธรรมชาติห้วยอีค่างนั้น มีความต้องการจะพัฒนาศักยภาพของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์และดิจิทัล แม้ทางชุมชนจะมีเพจเฟซบุ๊กเป็นของตนเองในการขายสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมสีธรรมชาติห้วยอีค่าง แต่เป็นเพียงช่องทางเดียวและมีข้อจำกัดของคนที่อยู่ช่องทางจำหน่ายนี้ ซึ่ง สามารถให้ความรู้และพัฒนาช่องทางการขายออนไลน์ เช่น การขายใน Shopee Lazada หรือแพลตฟอร์มอื่น ๆ

(4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ทางกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมสีธรรมชาติห้วยอีค่าง นั้น ยังไม่มีแผนการส่งเสริมการตลาด มีเพียงการลดราคาเล็กน้อยเมื่อลูกค้ามีการต่อรองราคา หรือเมื่อมีการซื้อหลายชิ้น แต่ไม่ได้มีการวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่ชัดเจน แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีการวางแผนการขายเป็นรายปี รวมถึงการออกงาน การร่วมการจัดนิทรรศการ ในหลากหลายสถานที่ จึงสามารถ วางแผนการส่งเสริมการตลาดล่วงหน้าได้

(5) ด้านกระบวนการผลิต กระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น เป็นแนวทางการผลิตตามความต้องการ และเวลาว่างของผู้ผลิตหลังจากการทำอาชีพหลักคือการทำเกษตร ไม่มีการวางแผนการผลิตร่วมกันภายในกลุ่ม และคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยม และแบ่งการผลิตตามความถนัดของสมาชิกในกลุ่ม รวมถึงกระบวนการผลิตในบางขั้นตอน เช่นการย้อม ซึ่งจะมีการย้อมครั้งใหญ่อยู่ 2-3 ครั้งต่อปี และย้อมสีย่อย อีกประมาณ 5-6 ครั้งต่อปี หากมีการวางแผนการผลิตที่ดี และคำนวณปริมาณวัตถุดิบที่ต้องใช้ในการทอผ้า เพื่อลดจำนวนการย้อมสี ทำให้เสียเวลาและเพิ่มเวลาในกระบวนการผลิตให้มากขึ้น

(6) ด้านบุคลากร บุคลากรและสมาชิกภายในกลุ่ม ดำเนินงานการผลิตสินค้าตามความถนัด และผลิตสินค้าตามความสะดวกและความต้องการของสมาชิก มีการถ่ายทอดความรู้และทักษะที่เป็นการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์กับคนในครอบครัว แต่ไม่ได้มีการถ่ายทอดระหว่างคนสมาชิกในกลุ่ม เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีการปักลาย และมีส่วนประกอบของเมล็ดพันธุ์พืชที่ได้รับความนิยม แต่มีคนที่มีฝีมือดีและสามารถปักได้สวยเพียงไม่กี่คน ทำให้ผลิตสินค้าที่มีลายปักออกมาได้ไม่มากนัก ทำให้เสียโอกาสในการผลิตสินค้าที่ได้รับความนิยม และเสียรายได้ที่ควรจะได้รับมากกว่าที่ได้รับอยู่ และเพื่อขยายการผลิตของผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการผลการวิเคราะห์ต้นทุนและศักยภาพทางการตลาด คณะวิจัยเห็นควรมีข้อเสนอแนะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

(1) ข้อเสนอแนะต่อองค์กรภาครัฐ

ในส่วนของหน่วยงานที่อยู่ในสังกัดของภาครัฐ แนะนำให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์แยกตามหมู่บ้านที่ชัดเจน เพราะในแต่ละแห่งมีจุดเด่น จุดด้อย จุดที่ต้องการความช่วยเหลือที่ไม่เหมือนกัน โดยควรมีการตั้งทีมงานเฉพาะของแต่ละหมู่บ้านเพื่อดำเนินการขับเคลื่อนไปพร้อมกัน การดำเนินงานนี้จำเป็นต้องใช้การ

ติดตามตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง ถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สำเร็จผล หากเป็นเพียงการอบรมและปล่อยให้ชาวบ้านสานต่อกันเอง จะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงผลกระทบ ดังนั้นจึงขอเสนอแนวทางนี้เพื่อเป็นวิธีในการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง

(2) ข้อเสนอแนะต่อนักวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ทั้ง 6 ด้านของแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านห้วยอีค่าง และได้เจาะลึกในส่วนของด้านราคาเพื่อแสดงให้เห็นถึงต้นทุนที่แท้จริง จึงเห็นได้ว่ายังคงมีพื้นที่ให้ศึกษาต่อไปอีกใน 5 ด้านที่เหลือ นักวิจัยสามารถลงไปวิจัยในรายละเอียดของแต่ละด้าน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนที่ครอบงำประกอบทางการตลาดอย่างสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2547). *การจัดการและการตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส.
- เฉลิมขวัญ คุรุบุญยงค์. (2554). *การวิเคราะห์รายงานทางการเงิน*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ดวงมณี โกมารทัต. (2551). *การบัญชีต้นทุน* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ. (2547). *การจัดการและการตลาดบริการสำหรับ CEO* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สุขุมและบุตร.
- รัตน์ บัสนันท์. (2551). *วิจัยเชิงคุณภาพทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: คำสมัย.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแม่วง. (2559). *แผนชุมชน*. สืบค้น 5 เมษายน 2559, จาก <https://district.cdd.go.th/maewang/>
- องค์การบริหารส่วนตำบลแม่วิน. (2559). *องค์การบริหารส่วนตำบลแม่วิน*. สืบค้น 6 เมษายน 2559, จาก <http://www.maewin.net/>
- อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์. (2559). *การบัญชีต้นทุน Cost Accounting*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- Kotler, P. (2002). *Marketing Management* (11th ed.). Upper Sanddle River, NJ: Prentice Hall.

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทย

The Causal Factors Influencing the Success of Business of Billet Manufacturing Industry with Induction Furnace in Thailand

Received 8 September 2022

Revised 12 September 2022

Accepted 15 September 2022

ศักดิ์ชัย ธนบดีจิรพงศ์, บุรพร กำบุญ,

ศิริพร สัจจนันท์, และธรรณวริน โฆษิตคณิน

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Sakchai Tanabodeejirapong, BurapornKumboon,

Siriporn Sajjanand, and Thananwarin Kositkanin

Bangkok Thonburi University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) ศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทย (2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทย และ (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ของแอร์ และคณะ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้บริหารทุกระดับชั้นของอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาหลอมอินดักชั่นในประเทศไทย จำนวน 395 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยโปรแกรมเอมอส

ผลการวิจัยพบว่า (1) องค์ประกอบปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยบริหารจัดการคุณภาพโดยรวม ปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต ปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ปัจจัยการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ และปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (2) ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ พบว่า ตัวชี้วัดทุกตัวผ่านเกณฑ์มาตรฐาน สรุปได้ว่าผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งมีค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องของโมเดล $\chi^2/df=1.107$, $GFI=0.953$, $CFI=0.992$, $AGFI=0.940$, $SRMR=0.026$, $RMSEA=0.016$ และ $HOELTER=417.000$ และ (3) พบว่าปัจจัยบริหารจัดการคุณภาพโดยรวม ปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต ปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ปัจจัยการบริหารต้นทุน

เชิงกลยุทธ์ และปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ โดยมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.412, 0.435, 0.355, 0.377 และ 0.349 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ปัจจัยเชิงสาเหตุ, ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ, เตาอินดักชั่น

Abstract

The objectives of this research were: (1) to study the level of factors affecting the business success of the billet manufacturing industry with induction furnace in Thailand; (2) to examine the conformity of the structural equation model with the empirical data of the factors and (3) to study the influence of factors influencing the business success of the induction furnace industry. in Thailand.

This research was a quantitative research using a simple random sampling method. by determining the sample size according to the criteria of Hair and the team, which the sample group is There were 395 executives at all levels in the billet manufacturing industry with induction furnaces in Thailand. The instrument used for data collection was a questionnaire. The statistics used in this research were percentage, mean, deviation. standard and structural equation model analysis by Amos program.

Major Findings: (1) The causal factor elements affecting business success are at a high level. In order from highest to lowest, the overall quality management factors dynamic capability factor Differentiation Strategy Factors Strategic Cost Management Factors and factors for accepting innovation and technology. (2) The conformity of the structural equation model was checked by the statistical package program. It was found that all indicators passed the standard criteria. It was concluded that the analysis results obtained from this research were consistent with the empirical data. which has the model conformanceindex $\chi^2/df = 1.107$, GFI=0.953, CFI=0.992, AGFI=0.940, SRMR=0.026, RMSEA=0.016 and HOELTER=417.000 (3) found that overall quality management factors dynamic capability factor Differentiation Strategy Factors Strategic Cost Management Factors and factors for accepting innovation and technology have a positive direct influence on business success The total influence values were 0.412, 0.435, 0.355, 0.377 and 0.349 respectively with statistical significance.

Keywords: Causal Factors, Business Success, Induction Furnace

บทนำ

อุตสาหกรรมหลอมเหล็กหรืออุตสาหกรรมเหล็กสำเร็จรูป ถือเป็นอุตสาหกรรมสำคัญในวงจรของอุตสาหกรรมเหล็กไทย เป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญขับเคลื่อนวงจรการผลิตอื่นและมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการจ้างแรงงานทั้งแรงงานฝีมือและแรงงานไร้ฝีมือก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในระดับรากหญ้าและมีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมหลักอื่นๆอีกด้วย ทั้งนี้อุตสาหกรรมหลอมเหล็กนั้นมุ่งเน้นไปที่การผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศมากกว่าการส่งออก (ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมเหล็กและโลหการ, 2563)

เตาอินดักชั่นหรือเตาไฟฟ้าเหนี่ยวนำ (Electric Induction Furnace: IF) นั้นเป็นเตาหลอมที่ใช้เทคโนโลยีที่ได้รับการยอมรับในยุโรป อเมริกา และเอเชีย เนื่องด้วยมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ ใช้พลังงานต่ำ ต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าการผลิตด้วยเตาหลอมชนิดอื่นอีกทั้งผลผลิตได้เกณฑ์ตามมาตรฐานดีกว่ามาตรฐานที่กระทรวงอุตสาหกรรมกำหนด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของทัศนะ พิทักษ์อรณพ (2560) ได้ทำการศึกษาพบว่าการผลิตเหล็กด้วยเตาอินดักชั่นเป็นการนำเทคโนโลยีการประยุกต์ใช้กระแสไฟฟ้าเหนี่ยวนำมาผลิต เป็นที่นิยมใช้งานในหลายประเทศ และการผลิตเหล็กโดยเตาอินดักชันนั้นจะใช้วิธีการกรองฝุ่นแบบแห้ง (Dry Process) โดยติดตั้งปล่องดูดควันเคลื่อนที่ได้อยู่เหนือเตา และมีการติดตั้งปล่องดูดควันที่ใช้ดูดฝุ่นควันที่เกิดจากการเป่าออกซิเจนนอกจากนี้เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนการนำเหล็กกลับมาใช้ใหม่ปรากฏว่าเตาอินดักชันนำเหล็กกลับมาใช้ใหม่ได้ถึง 95-98% อีกทั้งยังใช้พลังงานในการผลิตต่ำและมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำอีกด้วย

จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจการเมืองและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันมีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานซึ่งถือได้ว่าเป็นความท้าทายต่อความสามารถในการบริหารจัดการของผู้บริหารองค์กร อย่างไรก็ตามจากวิกฤติเศรษฐกิจของโลก ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การขยายตัวทางการค้าระหว่างประเทศ วิธีการใหม่ๆ ในการทำงานที่ถูกคิดค้นและพัฒนาขึ้น และการเปลี่ยนแปลงของกฎหมาย จำเป็นต้องมีการพัฒนาให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นบริษัทผู้ประกอบการหลอมเหล็กด้วยเตาอินดักชันในประเทศไทยจึงต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วและทันทั่วทั้งเพื่อให้กิจการมีผลการดำเนินงานประสบผลสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยทางด้านต่างๆ อาทิเช่น ปริมาณการผลิตเหล็กแท่งของอุตสาหกรรมโดยรวมมีน้อยกว่าปริมาณความต้องการในการใช้เหล็กแท่งภายในประเทศ ความผันผวนของราคาวัตถุดิบ การโดนโจมตีเรื่องคุณภาพสินค้าจากผู้ผลิตเตาแบบอื่น การบริหารต้นทุนการผลิตทั้งหมด การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีในการผลิต การเปลี่ยนแปลงกฎหมาย เศรษฐกิจและการเมือง หรือความตื่นตัวทั้งจากภาครัฐและชุมชนในเรื่องผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพ วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ผู้บริหารองค์กรต้องต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยความเสี่ยงเหล่านี้ ซึ่งวิธีการที่นักบริหารจำเป็นต้องทราบถึงกลยุทธ์บริหารจัดการเพื่อรับมือและการสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กร (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562)

ในสภาวะปัจจุบันอุตสาหกรรมทั้งในภาคผลิตและภาคบริการ ต่างให้ความสนใจเกี่ยวกับการพัฒนาองค์กร เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน รวมทั้งส่วนสร้างความสำเร็จและคุณภาพให้เกิดขึ้นกับพนักงานในองค์กรด้วยกันทั้งสิ้น\การบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมเป็นเส้นทางสู่การบริหารจัดการเพื่ออนาคต ที่ไม่เพียงแต่เน้นในส่วนของคุณภาพด้านผลิตภัณฑ์และบริการเท่านั้น แต่เป็นวิธีการ

ที่จะสร้างความมั่นใจในการบริหารด้านทรัพยากรบุคคล และกระบวนการทางธุรกิจให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าภายนอก และลูกค้าภายในได้อย่างสมบูรณ์ เป็นปัจจัยสำคัญในการก้าวไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนโดยที่อุตสาหกรรมการผลิตส่วนใหญ่มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรที่คล้ายคลึงกันอาทิการผลิตหรือการให้บริการสินค้าที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้าสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในการใช้สินค้าหรือรับบริการสิ่งเหล่านี้เป็นเป้าหมายหลักในการดำเนินธุรกิจหากการผลิตสินค้าและบริการเหล่านั้นสามารถทำให้ต้นทุนสินค้าลดลงมีการจัดส่งสินค้าที่รวดเร็วกว่าคู่แข่งแต่สินค้ายังคงมีคุณภาพตามความต้องการของลูกค้าย่อมส่งผลถึงความได้เปรียบและความสามารถในการแข่งขันที่สูงกว่าคู่แข่งภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) การบริหารจัดการในศตวรรษที่ 21 มีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นมีระบบเทคโนโลยีข้อมูลและข่าวสารที่มีความรวดเร็วในภาวะข้อมูลข่าวสารที่ไร้พรมแดนเช่นนี้องค์กรในปัจจุบันจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้องค์กรนั้นอยู่รอดและเติบโตต่อไปได้โดยในปัจจุบันระบบการบริหารจัดการที่ใช้ภาคอุตสาหกรรมการผลิตมีอยู่มากมายแต่ที่นิยมใช้กันโดยทั่วไปในภาคอุตสาหกรรมการผลิตคือการบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมที่มุ่งเน้นการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ดังนั้น ผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมจำเป็นต้องพัฒนาการบริหารงานให้มีคุณภาพซึ่งจะเป็นองค์ประกอบหลักของการดำเนินธุรกิจให้เกิดผลความสำเร็จอย่างยั่งยืนซึ่งจะต้องได้รับความร่วมมือจากบุคลากรทุกภาคส่วน นอกจากนั้นภาพลักษณ์ของธุรกิจ สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นพลวัต การใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีการผลิต บริหารจัดการเพื่อสร้างความแตกต่าง และการบริหารจัดการต้นทุนที่ดีนั้นถือเป็นส่วนสำคัญในการส่งผลให้ผลการดำเนินงานของกิจการให้ดีขึ้นและเป็นปัจจัยในการกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจเพื่อความสำเร็จทั้งสิ้น จากที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทย โดยข้อค้นพบสามารถช่วยสร้างองค์ความรู้ให้เพิ่มขึ้น เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับองค์กรทั้งทางทฤษฎีด้านการบริหารจัดการ เพิ่มมูลค่าผลกำไรและผลการดำเนินงานในอนาคตและยังเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทย
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทย

สมมติฐาน

แบ่งออกเป็น 11 ข้อดังนี้

H1 : การบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์

H2 : การบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน

H3 : ความสามารถเชิงพลวัตที่มีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

H4 : ความสามารถเชิงพลวัตที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยี

H5 : ความสามารถเชิงพลวัตที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน

H6 : การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยี

H7 : การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน

H8 : กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยี

H9 : กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน

H10 : การยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน

H11 : สมการโครงสร้างของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมการผลิตหลักแห่งด้วยเตาอินดักชันในประเทศไทยที่สร้างขึ้นโดยมีทฤษฎีและงานวิจัยสนับสนุนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตหลักด้วยเตาหม้ออินดักชันในประเทศไทยสามารถบ่งชี้ถึงปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมการผลิตหลักแห่งด้วยเตาอินดักชันในประเทศไทย

2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาเพื่อนำไปประยุกต์หรือปรับใช้กับองค์กรทางด้านธุรกิจที่ต่อเนื่องกันได้เหมาะสมตามความต้องการยิ่งขึ้น

3. เพื่อเป็นแนวทางให้ภาคอุตสาหกรรมทางด้านผลิตหลักด้วยเตาหม้ออินดักชันไปจนถึงระดับนานาชาติเพื่อนำข้อมูลไปประกอบกับการกำหนดแผนหรือนโยบายให้เหมาะสมต่อการบริหารจัดการของอุตสาหกรรมการผลิตหลักแห่งด้วยเตาอินดักชันในประเทศไทยเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานที่ยั่งยืนต่อไป

ทบทวนวรรณกรรม

การบริหารจัดการคุณภาพโดยรวม (Total quality management)

บริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management) มีหลากหลายแนวความคิดแนวทางการปฏิบัติงานและของแนวทางตะวันตก แต่ไม่ว่าเป็นแนวทางของใครสิ่งที่มีมุ่งเน้น เป็นปรัชญาการบริหารจัดการคือการบริหารมุ่งความสำคัญของลูกค้า เพื่อที่จะสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ด้วยการมีส่วนร่วมของทุกคนภายในองค์กรในการพัฒนาองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าที่สุด

โดยการพัฒนาและใช้ประโยชน์สูงสุดจากศักยภาพของพนักงานทุก ๆ คน ที่จะมุ่งไปสู่การปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาแนวทางการบริหารคุณภาพโดยทั้งหลักการและองค์ประกอบของการบริหารคุณภาพ โดยจากการรวบรวมผลงานและแนวความคิดของนักคิดด้านการจัดการคุณภาพของทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยการสังเคราะห์ปัจจัยที่ศึกษาได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการคุณภาพโดยรวม (EC) มี 5 ตัวแปร ประกอบด้วย

- 1) ผู้นำและการบริหารงาน (EC1)
- 2) การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (EC2)
- 3) การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ (EC3)
- 4) การมีส่วนร่วมและผูกพันของบุคลากร (EC4)
- 5) การปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง (EC5)

ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities)

เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการบริการจัดการขององค์กรเพื่อทำให้การบรรลุเป้าหมาย มีผลการดำเนินงานเพิ่มขึ้นดีขึ้น นอกจากนี้ยังสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กร (Samad et al., 2016) ทักษะและความสามารถขององค์กรจึงมีความจำเป็นต้องยกระดับและสร้างความสามารถเชิงพลวัตขึ้นมาใหม่ ให้แน่ใจว่าจะประสบความสำเร็จในการปรับเปลี่ยนเพื่อการเติบโต (Zahra et al., 2006 ; Açıkıllı and Ayhan, 2013)

ปัจจัยด้านความสามารถเชิงพลวัต (ED) มี 3 ตัวแปร ประกอบด้วย

- 1) ความสามารถในการปรับตัว (ED1)
- 2) ความสามารถในการดูดซับ (ED2)
- 3) ความสามารถด้านเทคโนโลยี (ED3)

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation)

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเป็นการนำเอากลยุทธ์ด้านการตลาดมาใช้ในการทำให้ธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จ ปัจจุบันธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างรุนแรง ซึ่งการแข่งขันนั้นมาจากสภาพแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี หรือแม้กระทั่ง นวัตกรรมต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการเกิดการเปลี่ยนแปลงนำไปสู่การการจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จสูงสุด ซึ่งการแข่งขันนั้นมีตั้งแต่ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับโลก (Phadungtin, 2015) ดังนั้นการนำเอากลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมาใช้ จะสามารถทำให้ผู้บริโภครู้จักและจดจำสินค้าได้ เกิดการรับรู้ อีกทั้งยังสามารถสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้าทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (DS) มี 4 ตัวแปร ประกอบด้วย

- 1) ความแตกต่างในด้านสินค้า (DS1)
- 2) ความแตกต่างในด้านการบริการ (DS2)
- 3) ความแตกต่างในด้านบุคลากร (DS3)
- 4) ความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์ (DS4)

การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Cost Management)

ต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่ปัจจุบันยังคงนำมาปรับใช้กับธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตเพื่อการบริหารต้นทุนขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ ถือเป็นปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจสำหรับ จึงถูกให้ความสำคัญ เพื่อตอบสนองสถานการณ์ของตลาดในปัจจุบันสิ่งที่เป็นมาตรวัดความสำเร็จอย่างหนึ่งของกลยุทธ์การผลิต กล่าวคือ การจัดโครงสร้างที่เหมาะสม การจัดลำดับความสำคัญเชิงกลยุทธ์ และการให้ข้อมูลบัญชีบริหาร ดังนั้นกลยุทธ์การบริหารต้นทุนที่เป็นเครื่องมืออันจะนำไปสู่ความสำเร็จของการผลิตซึ่งมีต้นทุนต่ำแต่คุณภาพสูง ดังนั้นองค์กรส่วนใหญ่ต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างและรูปแบบการผลิตและการบริหารให้ยืดหยุ่นตามสภาพการตลาด (Kouvelis, Chambers, & Wang, 2006) จึงทำให้เกิดแนวคิดการพัฒนาการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ยุคใหม่

ปัจจัยด้านการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (CS) มี 4 ตัวแปร ประกอบด้วย

- 1) การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า (CS1)
- 2) การมีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง (CS2)
- 3) จัดให้มีกระบวนการวิเคราะห์คุณค่า (CS3)
- 4) มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (CS4)

การยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยี (The Diffusion of Innovation Technology)

ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทและสร้างโอกาสให้กับองค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จในการดำเนินงานเป็นอย่างดี ทำให้การติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูล การแบ่งปันประสบการณ์เป็นเรื่องสะดวกและทำได้โดยง่าย และมีส่วนช่วยสนับสนุนให้กระบวนการจัดการความรู้ มีประสิทธิภาพมากขึ้นในหลายมิติ การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีเปิดโอกาสให้องค์กรมีการผลิตสินค้าและให้บริการใหม่ๆ ด้วยวิธีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรต้องให้ความสนใจกับลูกค้ามากเป็นพิเศษเนื่องจากความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพราะฉะนั้น องค์กรและระบบการบริหารจัดการที่มีใช้อยู่ จึงต้องปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อให้ทุกภาคส่วนในองค์กรสามารถรับรู้ถึงประโยชน์การเข้าใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีโดยง่าย

ปัจจัยด้านการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยี (AT) มี 2 ตัวแปร ประกอบด้วย

- 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ (AT1)
- 2) การเข้าใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีโดยง่าย (AT2)

ความสำเร็จในการดำเนินงาน (Perform Business Success)

ความสำเร็จของธุรกิจนั้นเป็นสิ่งที่องค์กรทุกองค์กรให้ความสำคัญเนื่องจากองค์กรตั้งขึ้นมาก็เพื่อดำเนินกิจกรรมขององค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Neely, et al., 2002) ความสำเร็จของธุรกิจนั้นเป็นผลที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรที่จะทำงานบรรลุซึ่งเป้าหมายตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้ (Lok and Crawford, 2000) โดยการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องอาศัยความสามารถในการใช้ทรัพยากรให้เกิดความสอดคล้องประสานกันกับวิธีที่จะทำให้ภารกิจต่าง ๆ เสร็จสิ้นสมบูรณ์ตามเป้าหมายโดยการที่มีต้นทุนต่ำที่สุด โดย Neely, et al. (2002) ได้ให้ความเห็นว่าความสำเร็จเป็นสิ่งที่เป็ผลสัมฤทธิ์จากการที่องค์กรมีการวางแผน (Plan and Build) การนำแผนไปปฏิบัติใช้ (Implement) และการปรับเปลี่ยนให้

เข้ากับสภาวะแวดล้อม (Refresh) ซึ่งกระบวนการเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จตามเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ Solomon, et al. (2013) ที่กล่าวไว้ว่าความสำเร็จในภาคธุรกิจนั้นเป็นผลลัพธ์ของการวางแผนและการดำเนินกลยุทธ์ของกิจการที่นำมาซึ่งผลตอบแทนทางธุรกิจ

ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงาน (P) มี 4 ตัวแปร ประกอบด้วย

- 1) ด้านการเงิน (P1)
- 2) ด้านลูกค้า (P2)
- 3) ด้านกระบวนการภายใน (P3)
- 4) ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (P4)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทยเป็นการศึกษาผู้วิจัยได้สังเคราะห์จากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสรุปเป็นตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารทุกระดับของอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาหลอมอินดักชั่นในประเทศไทย ที่ประกอบด้วยผู้ประกอบการ เจ้าของ กรรมการบริหาร ผู้จัดการ หัวหน้าฝ่าย หัวหน้าส่วน หัวหน้างานและตัวแทนผู้บริหารอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาหลอมอินดักชั่นในประเทศไทยจำนวน 456 คน (การสำรวจจำนวนจากการสอบถามโดยผู้วิจัย ณ เดือนพฤศจิกายน 2564 - เดือนมกราคม 2565)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ตามข้อเสนอของ Schumacker and Lomax. (1996), Hair, Anderson, Tatham and Black. (1998) ที่นักสถิติวิเคราะห์ตัวแปรพหุนิยมใช้ คือ ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 10 - 20 คนต่อตัวแปรในการวิจัยหนึ่งตัวแปร (Schumacker and Lomax, 1996., Hair et al., 1998) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 395 ตัวอย่าง

เครื่องมือ

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งการสร้างเครื่องมือการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดนิยามศัพท์เฉพาะและโครงสร้างของตัวแปรที่ต้องการจะศึกษา จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการสร้างข้อคำถามตามนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มีผู้ทำการพัฒนาเครื่องมือวัดและประเด็นคำถามที่ได้ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงให้เหมาะสมกับการวิจัย มีการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยหรือแบบสอบถามนั้นได้ถูกดำเนินการนำร่อง มีการทดสอบความตรงจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ ไปใช้ในการทดสอบจริงกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อการอธิบายถึงคุณสมบัติหรือลักษณะของการแจกแจงข้อมูล ตัวแปรต่างๆ ตามปัจจัยด้านคุณลักษณะของกลุ่ม โดยกำหนดการวัดเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป รวมถึงการทดสอบสมมติฐานความเบ้และความโด่งว่าแตกต่างจากศูนย์หรือไม่ ด้วยสถิติทดสอบ Z (Z-test)

2. สถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient) ซึ่งทำให้ผู้วิจัยทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ว่ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่ สามารถระบุทิศทางของความสัมพันธ์ และขนาดของความสัมพัทธ์มีค่าอยู่ในระดับใด เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทย

3. สถิติการวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝงและค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ โดยผู้วิจัยพิจารณาความเที่ยงของตัวแปรแฝง และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ โดยการใช้สูตรของ Diamantopoulos and Siguaw (2000)

4. สถิติการวิเคราะห์รูปแบบสมการโครงสร้าง ผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทย ที่ผู้วิจัยทำการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย และกำหนดให้เป็นรูปแบบการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของรูปแบบการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยดัชนีที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของรูปแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วย ดัชนีค่า χ^2/df , CFI, GFI, AGFI, RMSEA และ RMR

สรุปผลการวิจัย

1. ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทยที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต ปัจจัยการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ปัจจัยบริหารจัดการคุณภาพโดยรวม ปัจจัยกลยุทธ์การสร้างแตกต่าง และปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี

2.สรุปผลตามสมมติฐานในการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 การบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ พบว่า การบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีอิทธิพลทางบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.513 นั่นคือ ถ้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทยให้

ความสำคัญกับปัจจัยการบริหารจัดการคุณภาพโดยรวม ย่อมส่งผลให้การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีประสิทธิภาพที่เพิ่มสูงขึ้น สรุปได้ว่า การบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 การบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน พบว่า การบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมของธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน โดยผ่านการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีอิทธิพลทางบวก ให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.412 (TE = 0.412; DE = 0.218, IE = 0.194) นั่นคือ ถ้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยการบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมย่อมส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานทางการเงินเพิ่มสูงขึ้น สรุปได้ว่า การบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินและโดยทางอ้อมผ่านการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง พบว่า ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีอิทธิพลทางบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.435 นั่นคือ ถ้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต ย่อมส่งผลให้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีประสิทธิภาพที่เพิ่มสูงขึ้น สรุปได้ว่า ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี พบว่า ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม ต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีโดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีอิทธิพลทางบวก ให้ค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.490 (TE = 0.490; DE = 0.358, IE = 0.132) นั่นคือ ถ้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยความสามารถเชิงพลวัตย่อมส่งผลให้แนวโน้มการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีของธุรกิจก็จะมากขึ้น สรุปได้ว่า ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีและโดยทางอ้อมผ่านทางกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน พบว่า ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน โดยผ่านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ($P < 0.05$) โดยมีอิทธิพลทางบวก ให้ค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.435 (TE=0.435; DE=0.155, IE=0.280) นั่นคือ ถ้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยความสามารถเชิงพลวัตย่อมส่งผลให้แนวโน้มผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น สรุปได้ว่า ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินและโดยทางอ้อมผ่านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี พบว่า การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีอิทธิพลทางบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.343 นั่นคือ ถ้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ย่อมส่งผลให้ธุรกิจมีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพิ่มสูงขึ้น สรุปได้ว่า การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7 การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน พบว่า การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานทางการเงินโดยผ่านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีอิทธิพลทางบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.377 (TE = 0.377; DE = 0.258, IE = 0.120) นั่นคือ ถ้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ย่อมส่งผลให้แนวโน้มผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น สรุปได้ว่า การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินและโดยทางอ้อมผ่านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 8 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี พบว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีอิทธิพลทางบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.303 นั่นคือ ถ้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างย่อมส่งผลให้ธุรกิจมีการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพิ่มสูงขึ้น สรุปได้ว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 9 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน พบว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานทางการเงินโดยผ่านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีอิทธิพลทางบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.355 (TE = 0.355; DE = 0.249, IE = 0.106) นั่นคือ ถ้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างย่อมส่งผลให้แนวโน้มผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น สรุปได้ว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินและโดยทางอ้อมผ่านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 10 การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน พบว่า การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($P < 0.01$) โดยมีความสัมพันธ์ทางบวกให้ค่า

สัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) = 0.349 นั่นคือ ถ้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชันในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ย่อมส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานทางการเงินเพิ่มสูงขึ้นเช่นกัน สรุปได้ว่าการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 11 ซึ่งเป็นการทดสอบสมมติฐานของโมเดล เพื่อการทดสอบว่าโมเดลเส้นทางที่สร้างขึ้น ตามทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลจริงเชิงประจักษ์หรือไม่

H0 : โมเดลเส้นทางตามทฤษฎี = โมเดลตามข้อมูลจริง

H1 : โมเดลเส้นทางตามทฤษฎี $\neq$ โมเดลตามข้อมูลจริง

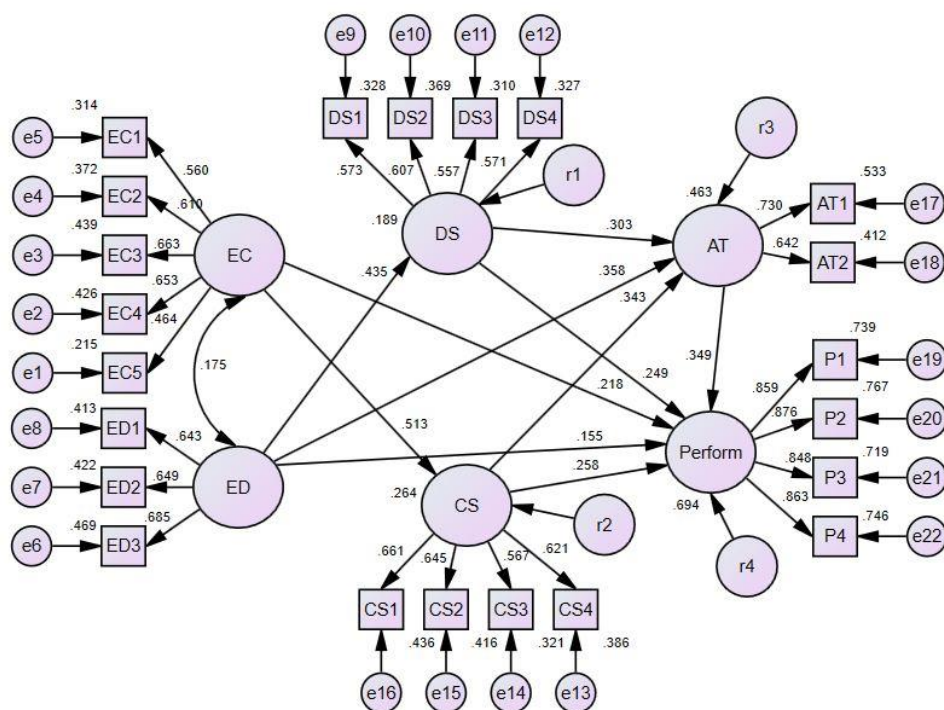
โดยการประเมินความสอดคล้องของตัวแบบ (Evaluation the Data-Model Fit) ค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแบบทางทฤษฎี ก็คือการใช้ค่า p-value ซึ่งต้องมีความสำคัญทางสถิติ (Significant: Sig.) ที่มีค่ามากกว่า $p > 0.05$ จึงถือว่าตัวแบบมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพราะเมื่อ ค่า $p > 0.05$ ผลก็คือจะไม่ Sig. ซึ่งความหมายว่า ไม่แตกต่างกันหรือมีความสอดคล้องกัน นั่นเอง ซึ่งค่าที่คำนวณได้จากผลการวิจัย คือ มีค่าเท่ากับ $p = 0.145$ สรุปได้ว่า โมเดลสมการโครงสร้างที่สร้างขึ้นโดยมีทฤษฎีและงานวิจัยสนับสนุนนั้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1 และ ภาพที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 การบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์	✓	
สมมติฐานที่ 2 การบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมมีอิทธิพลเชิงทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	✓	
สมมติฐานที่ 3 ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	✓	
สมมติฐานที่ 4 ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี	✓	
สมมติฐานที่ 5 ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	✓	
สมมติฐานที่ 6 การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี	✓	
สมมติฐานที่ 7 การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	✓	

ตารางที่ 1 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 8 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี	✓	
สมมติฐานที่ 9 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	✓	
สมมติฐานที่ 10 การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	✓	
สมมติฐานที่ 11 โมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชันในประเทศไทยที่สร้างขึ้นโดยมีทฤษฎีและงานวิจัยสนับสนุนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์	✓	



chi-square=219.114, df=198, chi-square/df=1.107, P-value=.145,
RMR=.026, GFI=.953, RMSEA=.016, CFI=.992, AGFI=.940, HOELTER=417.000

ภาพที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลไกของโมเดลโดยรวม (SEM)

จากภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดได้ค่า $\chi^2/\text{df} = 219.114$, $\text{df} = 198$, $\text{Chi-}\chi^2/\text{df} = 1.107$, $\text{p-value} = 0.145$, $\text{GFI} = 0.953$, $\text{CFI} = 0.992$, $\text{AGFI} = 0.940$, $\text{SRMR} = 0.026$, $\text{RMSEA} = 0.016$, $\text{HOELTER} = 417.000$ แสดงให้เห็นว่าโมเดลการวัดองค์ประกอบ การบริหารจัดการคุณภาพโดยรวม (EC) ความสามารถเชิงพลวัต (ED) การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ (CS) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (DS) การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (AT) และ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (Perform) ซึ่งเป็นตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 22 ตัวแปร มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของทุกองค์ประกอบมีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการนำแบบจำลองและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ไปทำการวิจัยในธุรกิจอื่น ๆ ในบริบทของประเทศไทยหรือในประเทศอื่น ๆ เพื่อทำการตรวจสอบโมเดลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป
2. ควรมีการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชันในประเทศไทย เช่น การวางระบบเชิงกลยุทธ์ การบัญชีสิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น
3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ อาจใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้บริหาร และค้นหาปัจจัยเชิงสาเหตุอื่นๆต่อไป เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมที่ศึกษาต่อไป
4. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในด้านอื่น ๆ เช่น ผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินของอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชันในประเทศไทยที่มีขนาดแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำผลการศึกษาวិจัยไปใช้

1. การบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์และ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้อุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชันในประเทศไทยมีผลการดำเนินงานหรือความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจนมากขึ้น ผู้บริหารต้องนำปัจจัยการบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมซึ่งประกอบด้วยผู้นำและการบริหารงาน การมีส่วนร่วมและผูกพันของบุคลากร การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ และการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง มาใช้ในการบริหารกิจการและดำเนินธุรกิจ และควรให้ความสำคัญและมุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่องและเพื่อให้ธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชันในประเทศไทยมีผลการดำเนินงานหรือความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มขึ้น ผู้บริหารซึ่งมีหน้าที่ในการจัดการธุรกิจควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหตุด้านการบริหารจัดการคุณภาพโดยรวมที่ส่งผลต่อการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ทั้งในเรื่องของการ

สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า การมีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง จัดให้มีกระบวนการวิเคราะห์คุณค่า และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อความเกี่ยวเนื่องให้ธุรกิจมีความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างชัดเจนและเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ

2. ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับนวัตกรรม เทคโนโลยีและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้อุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชันในประเทศไทยมีผลการดำเนินงานหรือความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจนมากขึ้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญต่อความสามารถเชิงพลวัตของผู้บริหารซึ่งประกอบไปด้วย ความสามารถในการปรับตัว ความสามารถในการดูดซับ และความสามารถด้านเทคโนโลยี เน้นไปที่การเปลี่ยนแปลงแนวคิดและองค์ความรู้ไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ กระบวนการและระบบอันเป็นประโยชน์กับกิจการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง มีกิจกรรมที่มีรูปแบบแน่นอนและสามารถเรียนรู้ได้ในการทำให้องค์กรสามารถสร้างและปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญกับและใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างกลยุทธ์ การสร้างความแตกต่างและการยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีเนื่องจากการเติบโตของตลาดอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชันยังเติบโตได้อีกมากจึงควรเร่งขยายธุรกิจด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตให้มีศักยภาพต่อไป การค้นหาเทคโนโลยีจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับความสำเร็จในระยะยาว ขณะที่การใช้ผลประโยชน์จากเทคโนโลยีถูกกำหนดให้เป็นการพัฒนาความสามารถในการที่จะใช้ประโยชน์จากความรู้ที่มีอยู่อย่างรวดเร็วและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์เดิม โดยมีกระบวนการผลิตเป็นตัวขับเคลื่อนผลการดำเนินงานความสำเร็จของกิจการอย่างยั่งยืน

3. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับนวัตกรรม เทคโนโลยี และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้อุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชันในประเทศไทยมีผลการดำเนินงานหรือความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจนมากขึ้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ซึ่งประกอบไปด้วยความแตกต่างในด้านสินค้า ความแตกต่างในด้านการบริการ ความแตกต่างในด้านบุคลากร และความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์ ทั้งนี้ทั้งนั้นมุ่งพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรของธุรกิจ เน้นการสร้าง รักษา และปกป้องภาพลักษณ์ขององค์กรซึ่งเป็นหน้าที่ของบุคลากรทุกคนในทุกระดับขององค์กร ให้ความสำคัญกับสร้างให้มีช่องทางบริการที่แตกต่าง แม้ว่าการบริการหรือคุณภาพอาจจะใกล้เคียงกับคู่แข่งอื่นๆในตลาด ที่ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม เทคโนโลยี และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสามารถเพิ่มโอกาสในการแข่งขันในตลาดเดียวกันและตลาดสินค้าทดแทน เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวนี้ส่งผลต่อความสำเร็จจากการดำเนินธุรกิจโดยตรง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับผลการดำเนินงานและความสำเร็จให้สูงขึ้น โดยอย่างยิ่งการพัฒนาวัฒนธรรมในสินค้าอย่างสม่ำเสมอจะช่วยสร้างเสริมศักยภาพของบริษัทในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ารวมทั้งก่อให้เกิดความภักดีต่อกิจการ ตลอดจนอาจส่งผลในการสร้างเสริมประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตที่ทำให้บริษัทสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น

4. การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการยอมรับนวัตกรรม เทคโนโลยี และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ปัญหาสำคัญของการอุตสาหกรรมผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชัน ในปัจจุบัน

คือ การสนับสนุนจากภาครัฐ และวัตถุดิบการผลิตที่มีราคาผันผวน ส่งผลให้เกิดภาวะต้นทุนการผลิตสูงในบางกรณี และหากอยู่ภายใต้สภาวะเดิม ซึ่งจะมีการแข่งขันจากสินค้าทดแทนแล้ว อุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศจะมีศักยภาพในการแข่งขันที่ต่ำลง และเพื่อให้ธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทยมีผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น ผู้บริหารซึ่งมีหน้าที่ในการจัดการธุรกิจควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหตุด้านการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ ประกอบไปด้วยการสร้างคามพึงพอใจให้ลูกค้า การมีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง จัดให้มีกระบวนการวิเคราะห์คุณค่า และ มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เช่น ใช้เวลาในการผลิตน้อยลง ส่งมอบสินค้าได้ตรงตามกำหนดนัดหมายหรือเร็วกว่า พัฒนานวัตกรรมในกระบวนการผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิตและบริหารต้นทุนให้คุ้มค่าโดยรักษาหรือพัฒนาคุณภาพของสินค้าภายใต้ทรัพยากรเดิม ใช้ข้อมูลสารสนเทศด้านต้นทุนเพื่อการตัดสินใจทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อเพิ่มศักยภาพในการเลือกลงทุน ใช้การบริหารต้นทุนเป็นเครื่องมือในการจัดการทรัพยากร กิจกรรมและผลผลิตเปรียบเทียบกับประมาณกับผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงนำไปสู่การพยากรณ์ต้นทุนในอนาคต

5. การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นในประเทศไทยมีผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น ผู้บริหารซึ่งมีหน้าที่ในการจัดการธุรกิจควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหตุด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ซึ่งมีบทบาทสำคัญ ตลอดจนอาจส่งผลในการสร้างเสริมประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตที่ทำให้บริษัทสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น ใช้เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการเพื่อให้กิจการมีศักยภาพในการบริหารทางการเงินและด้านอื่นๆเพิ่มสูงขึ้นได้ สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ นำไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตเหล็กแท่งด้วยเตาอินดักชั่นให้มีศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจอันจะส่งผลให้มีความสำเร็จที่ยั่งยืน พัฒนาศักยภาพของธุรกิจให้มั่นคง และการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพื่อให้ธุรกิจสามารถพัฒนาและแข่งขันได้ทั้งภายในประเทศและตลาดโลก

เอกสารอ้างอิง

- ทัศนะ พิทักษ์อรณพ. (2560). *การศึกษาเปรียบเทียบวิธีการผลิตเหล็กและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมระหว่างการผลิตด้วยเตาอาร์คไฟฟ้าและเตาไฟฟ้าแบบเหนี่ยวนำ*. ประชาชาติธุรกิจ. สืบค้น 5 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.consmag.com/en/news/7127>
- ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมเหล็กไทย สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย. (2563). *ข้อมูลสรุปอุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้าของประเทศไทย (Summary of steel industry profile)*. สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). *อุตสาหกรรมเหล็กไทย*, สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2563, จาก <https://kasikornresearch.com/th>
- Açıkdilli, G., & Ayhan, D. Y. (2013). *Dynamic capabilities and entrepreneurial orientation in the new product development*. *International journal of business and social science*, 4(11), 144-150.

- Diamantopoulos, A & Siguaw, A.D.(2000). *Introducing LISREL :A Guide for the Uninitiated*. Sage Publications : London.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis (5th ed)*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kouvelis, P. C., Chambers, & Wang, H. (2006). *Supply chain management research and production and operations management: Review, trends, and opportunities*. *Production and Operations Management*, 15(3), 449-469
- Lok, P. & Crawford, J. (2000). *The Application of Diagnostic Model and Surveys in Organizational Development*. *Journal of Management Psychology*. 15(2), 1-7.
- Mike Kennerley, Andy Neely, (2002) "A framework of the factors affecting the evolution of performance measurement systems", *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 22.
- Phadungtin, P. (2009). *Analysis of guidelines for improving the efficiency of logistics operations*. Bangkok: Thammasat University. [In Thai].
- Samad, S., Aziz, N. N. A., Jaidi, J., & Masoud, Y. A. (2016). *Influence of Organizational Capability on Competitive Advantage in Small and Medium Enterprises (SMEs)*. *International Business Management*, 10(18), 4163-4171.
- Schumacker, R.E. & Lomax, R.G. (1996). *A beginner's guide to structural equation Modeling*. Mahwah, NJ: Lawrence Earlbaum.
- Solomon, Michael & Russell-Bennett, Rebekah & Previte, Josephine. (2013). *Consumer Behaviour: Buying, Having, Selling*.
- Zahra, S. A., Sapienza, H. J., & Davidsson, P. (2006). *Entrepreneurship and dynamic capabilities: A review, model and research agenda*. *Journal of Management studies*, 43(4), 917-955.

ศึกษาวิธีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในสถานประกอบการ
สำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ให้มี
คุณลักษณะตามความต้องการ กรณีศึกษา เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

Study of the training methods for the development of unskilled
foreign workers in enterprises for the electrical and electronic
components assembly industry to have characteristics according to
their needs: a case study of the Eastern Economic Corridor

Received 24 September 2022

Revised 25 September 2022

Accepted 27 September 2022

ขวัญชิตา กระชั้น¹, ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน¹,
และธีทัต ตริศิริโชติ²

Kwunchida Krachan¹, Supasit Lertbuasin¹,
and Teetut Tresirichod²

มหาวิทยาลัยบูรพา¹

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี²

Burapha University

Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Thailand²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในสถานประกอบการสำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ให้มีคุณลักษณะตามความต้องการในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ สถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก จำนวน 15 สถานประกอบการ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผลการวิจัย พบว่า 1. ด้านความรู้ในการปฏิบัติงานที่จำเป็น ใช้วิธีการสอนงาน ด้วยการสอนวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง เพื่อให้แรงงานต่างด้าวได้ทราบถึงขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง ขั้นตอนกระบวนการผลิตรูปแบบการใช้วัตถุดิบต่าง ๆ ลงไปในเครื่องจักร การคิดวิเคราะห์ปัญหา พร้อมทั้งแนวทางการแก้ไขเบื้องต้น 2. ด้านความสามารถในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ ใช้วิธีการฝึกงานในสถานการณ์จริง รวมถึงให้มีการสอนงานและให้ทดลองปฏิบัติงานในสถานที่จริง เพื่อให้แรงงานต่างด้าวเกิดความคุ้นเคยกับสภาวะแวดล้อม และสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว 3. ด้านความประพฤติที่ดี ใช้วิธีบอกกล่าวด้วยการบรรยาย โดยบอกให้แรงงานต่างด้าวปฏิบัติงานให้ดีได้ โดยไม่ต้องมีคนคอยควบคุมหรือตรวจตราอยู่ตลอดเวลา มีความรับผิดชอบ แยกแยะระหว่างเรื่องส่วนตัวและเรื่องงาน 4. ด้านสุขภาพที่ดี ใช้วิธีการแสดง การจำลองสถานการณ์ให้แรงงานต่างด้าว

เห็นถึงวิธีการต่าง ๆ เช่น การรักษาสุนัขส่วนบุคคล ให้สวมเสื้อผ้าที่เหมาะสมและแต่งกายสุภาพเรียบร้อย สามารถปฏิบัติงานได้ภายใต้ภาวะความเครียดได้ดี 5. ด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่น ใช้วิธีการแสดงบทบาทสมมติ ด้วยการจัดให้แรงงานต่างด้าวที่เข้ารับการฝึกอบรมแสดงบทบาทตามเรื่องราวที่สมมติขึ้นให้เหมือนอยู่กับสถานการณ์จริง เพื่อให้แรงงานต่างด้าวมีความพร้อมและสามารถปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ 6. ด้านทักษะในการสื่อสาร ใช้วิธีการระบบพี่เลี้ยง ซึ่งให้แรงงานต่างด้าวที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน รวมทั้ง สร้างระบบพี่เลี้ยง/buddy ช่วยเหลือแนะนำ พร้อมทั้งกำหนดให้มีการประเมินการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง 7. ด้านทักษะอื่น ๆ ใช้วิธีการศึกษาดูงาน โดยให้แรงงานต่างด้าวได้เห็นถึงวิธีการปฏิบัติงาน ที่แรงงานต่างด้าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของตนเอง และมีความสามารถในการปรับตัว/สามารถปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

คำสำคัญ: คุณลักษณะ, แรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือ, เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

Abstract

This research is qualitative research to study the training methods for developing unskilled foreign workers in enterprises in the electrical and electronic assembly industry to have characteristics as required. Study on the Eastern Economic Corridor The samples used in this research was electrical and electronic industry operators in the Eastern Economic Corridor of 15 places. Data were collected from interviews and selecting a specific sample group. The results showed that 1. Knowledge of the necessary operations Use the teaching method by teaching how to perform the task correctly to allow foreign workers to know the correct procedures and methods of operation Process steps Forms of use of various raw materials into machines problem analysis along with preliminary solutions. 2. The ability to perform the tasks that are responsible Use the internship method in real-life situations. Including teaching work and giving practice in the real place. To make foreign workers familiar with the environment and can adapt quickly. 3. good behavior Use the method of telling with narration. by telling foreign workers to do their job well without having to have someone to control or monitor all the time responsible Distinguish between personal and work matters. 4. good health use show method Simulating situations for migrant workers to see methods such as maintaining personal hygiene Wear appropriate and modest clothing. Able to work well under stress. 5. Relationship with others Uses the role-playing method. By providing migrant workers who have been trained to play roles based on fictional stories to be like real situations. so that migrant workers are ready and able to adapt to various situations. 6. communication skills Use the nanny system method which

provides foreign workers with experience in working Communicate and exchanging ideas with colleagues. including creating a nanny/buddy system Help recommend as well as requiring continuous assessment of the performance. 7. For other skills, use the study tour method. by allowing foreign workers to see how to work that foreign workers can apply in their work and can adapt/adjust the way of working following the current situation.

Keywords: Characteristics, Unskilled Foreign Workers, Eastern Economic Corridor

บทนำ

อุตสาหกรรมภาคการผลิตมีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ การพัฒนาอุตสาหกรรมของไทยที่ผ่านมามุ่งเน้นการผลิตเพื่อการส่งออก โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมประสิทธิภาพในการผลิตเพื่อการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ ภาคอุตสาหกรรมของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2562) ในช่วง 3 ปี ที่ผ่านมา (ปี 2560-2563) ประสิทธิภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity: TFP) เฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.45 ต่อปี ซึ่งสูงกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคอุตสาหกรรมที่เฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.93 ต่อปี สะท้อนให้เห็นว่าผลผลิตภาคการผลิตที่มีการเติบโตที่สูงกว่านั้นมีความแข็งแกร่งและเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญของการเติบโตในภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะปัจจัยเชิงคุณภาพที่เสมือนเป็นภูมิคุ้มกันที่สำคัญของภาคการผลิตให้สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ถึงแม้จะต้องเผชิญกับสภาวะความผันผวนรุนแรงทางเศรษฐกิจและสังคม การแข่งขันที่สูงมากขึ้นทั้งในเรื่องการส่งออกและการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยี รวมทั้งข้อจำกัดด้านแรงงาน (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2564)

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในฐานการผลิตอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของโลก โดยได้รับการลงทุนจากต่างประเทศตั้งแต่ พ.ศ. 2515 จากนโยบายส่งเสริมการลงทุนเพื่อเอื้ออำนวยให้เกิดการลงทุนจากต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์หลัก ๆ ประกอบด้วยกลุ่มการประกอบวงจรรวม (IC packaging) การประกอบฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ (HDD) การประกอบแผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์ (PCB Assembly) (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562) สถานการณ์การผลิตของอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเดือนธันวาคม 2563 จากดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีค่าดัชนีผลผลิตเป็น 99.22 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.54 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนและเดือนเดียวกันของปีก่อน ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.70 เนื่องจากการปรับตัวเพิ่มขึ้นของสินค้าไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ โดยสินค้าไฟฟ้าปรับตัวเพิ่มขึ้นในกลุ่มผลิตภัณฑ์หม้อแปลงไฟฟ้า เครื่องซักผ้าและตู้เย็น เป็นต้น มีค่าดัชนีปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.08, 28.14 และ 23.17 ตามลำดับ เนื่องจากมีความต้องการเพิ่มขึ้นทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ส่วนสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ปรับตัวเพิ่มขึ้นในกลุ่มผลิตภัณฑ์หน่วยรับข้อมูล/แสดงผล Printer, Printed Wiring Board และ Integrated Circuits (IC) มีค่าดัชนีปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 83.53, 36.39 และ 13.14 ตามลำดับ เนื่องจากความต้องการใช้ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ของตลาดโลกมีทิศทางเติบโตขึ้น โดยเฉพาะในชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุปกรณ์ทางการแพทย์ ชิ้นส่วน

อุปกรณ์โทรคมนาคมและคอมพิวเตอร์ (ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สถาบันเครือข่ายของกระทรวงอุตสาหกรรม, 2564)

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทยมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตสินค้าเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดโลกและเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันในตลาดโลกให้มากขึ้น โดยแนวคิด Internet of Things และเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) คือการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ตั้งแต่ภาคการผลิตจนถึงการขาย โดยเทคโนโลยีที่กล่าวมานั้นมีหลายรูปแบบตั้งแต่เทคโนโลยีการสื่อสาร เทคโนโลยีการขนส่ง และเทคโนโลยีการผลิต เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้น เนื่องจากจะช่วยให้ความต้องการชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ความต้องการสินค้าอาจมีการเปลี่ยนรูปแบบออกไป โดยเฉพาะความต้องการใช้งานชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ขั้นสูง ในขณะที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังผลิตสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีไม่สูง ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทยมีความจำเป็นต้องเร่งปรับตัวในด้านการพัฒนาทักษะความสามารถของแรงงาน เพื่อให้อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทยพัฒนาได้อย่างยั่งยืนและมีความสามารถทางการแข่งขันในตลาดโลก (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2564) ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องหันมาพัฒนาคุณภาพแรงงานต่างด้าวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (ทวีผล มาสุข, 2559)

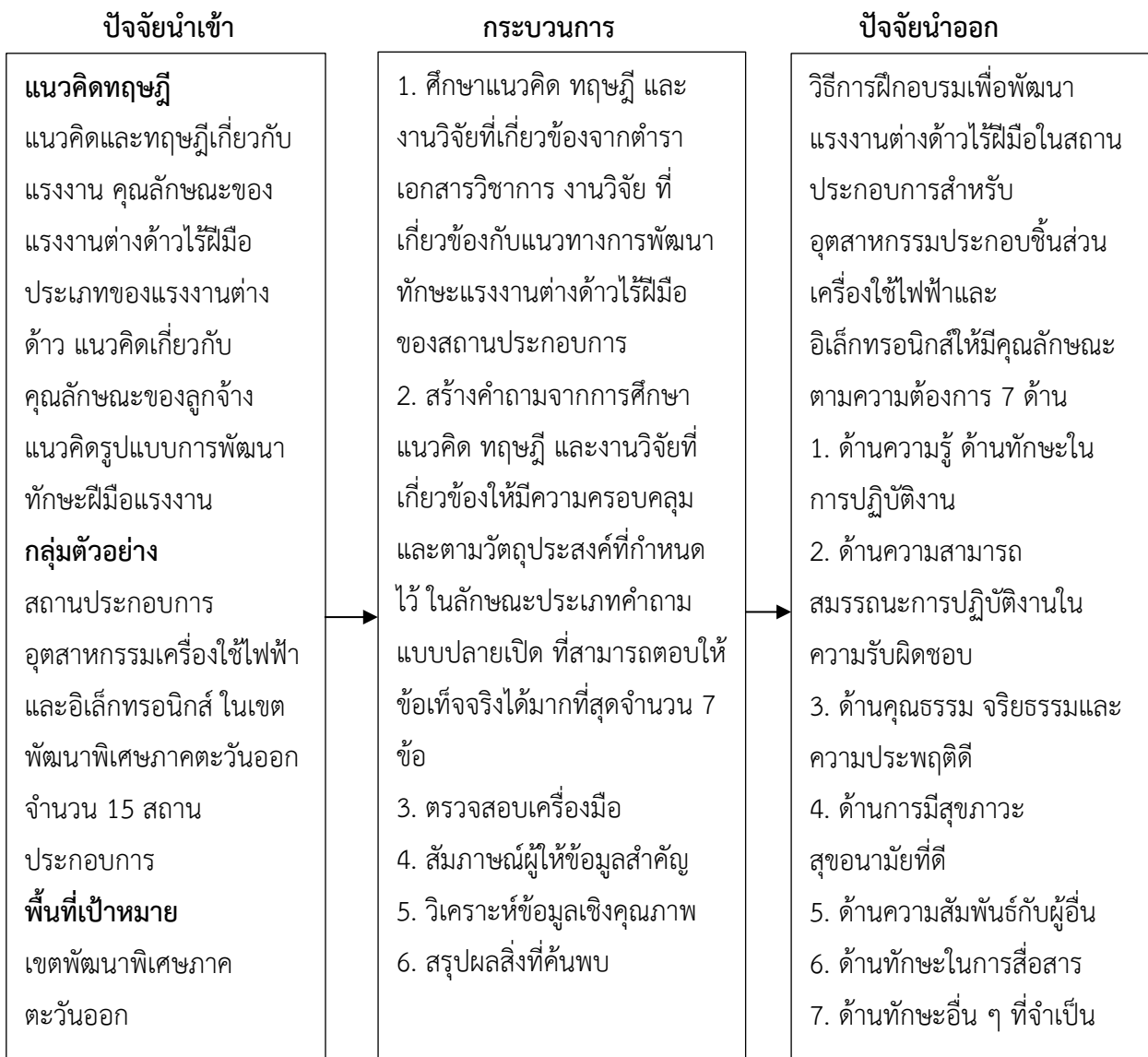
การพัฒนาเขตพิเศษภาคตะวันออก เป็นนโยบายของรัฐบาลที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีนโยบายหลักในการส่งเสริมการค้าและการลงทุน การอำนวยความสะดวกในการประกอบกิจการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ทั้งนี้เป้าหมายที่สำคัญของการพัฒนาเขตพิเศษภาคตะวันออก คือการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการลงทุนใน 12 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เพื่อที่สามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก และก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมากขึ้น (กรมการจัดหางาน, 2561) แรงงานต่างด้าวจึงเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเฉพาะสถานประกอบการอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก

จากความสำคัญและความเป็นมาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาวิธีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในสถานประกอบการสำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ให้มีคุณลักษณะตามความต้องการ ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อตัวแรงงานต่างด้าวและต่อภาครัฐรวมถึงภาคเอกชนในการกำหนดนโยบายและการวางแผนการฝึกการพัฒนาและฝึกอบรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาวิธีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในสถานประกอบการสำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ให้มีคุณลักษณะตามความต้องการ ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขต ดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาโดยการศึกษา แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ
แรงงาน คุณลักษณะของแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือฯ ประกอบด้วย ทักษะด้านความรู้ในการปฏิบัติงานที่จำเป็น
สำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ทักษะด้านความสามารถในการ
ปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ มีความประพฤติดี มีสุขภาพดี ความสัมพันธ์กับผู้อื่น ทักษะการสื่อสารในการปฏิบัติงาน
ทักษะอื่น ๆ และแนวคิดรูปแบบการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดประชากรสำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ
(Qualitative research) หรือผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) สถานประกอบการ

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก จำนวน 37 แห่ง (ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สถาบันเครือข่ายของกระทรวงอุตสาหกรรม, 2564) ประกอบด้วย สถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จังหวัดชลบุรี จำนวน 26 แห่ง สถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 4 แห่ง สถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จังหวัดระยอง จำนวน 7 แห่ง สำหรับคุณสมบัติหรือเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยพิจารณาจากสถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก โดยเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (Purposive sampling) ซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้ 1. สถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ตามนโยบายของรัฐบาล 2. สถานประกอบการที่ผลิตอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า 3. สถานประกอบการฯ ที่จ้างแรงงานต่างด้าวทำงาน 4. สถานประกอบการฯ ขนาดเล็กและขนาดกลาง

กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีลักษณะตรงกับที่ผู้วิจัยต้องการ สามารถให้ข้อมูลได้อย่างเที่ยงตรง มีคุณภาพและครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในสถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกจำนวน 15 แห่ง ดังนี้ 1. สถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จังหวัดชลบุรี จำนวน 7 แห่ง 2. สถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 3 แห่ง 3. สถานประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จังหวัดระยอง จำนวน 5 แห่ง

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ โดยกำหนดพื้นที่เป้าหมาย คือ จังหวัดชลบุรี ฉะเชิงเทรา และระยอง โดยมุ่งเน้นการศึกษาในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ในช่วงระยะเวลา เริ่มเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2564 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2565

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงงาน

กวี วงศ์พุ่ม (2538) ได้ให้ความหมายของแรงงานโดยแยกเป็นความหมายกว้าง ความหมายแคบและความหมายแคบที่สุด ดังนี้ แรงงานหมายถึง ประชากรทุกคนที่สามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศชาติได้ และความหมายของแรงงานในความหมายแคบหมายถึงกำลังคน (Manpower) หรือประชากรทุกคนที่อยู่ในวัยทำงานสุดท้ายการให้ความหมายของแรงงานในความหมายแคบที่สุดหมายถึง กรรมกร (Labor)

ณรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัย (2538) ได้แบ่งประเภทของแรงงานออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. แรงงานฝีมือ (Skilled Labor) หมายถึง ผู้ที่มีความรู้ทางทฤษฎีและปฏิบัติ ทั้งนี้ความชำนาญในงานอาชีพสามารถตัดสินใจและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ในการทำงานด้วยตนเองได้

2. แรงงานกึ่งฝีมือ (Semi-skilled Labor) หมายถึง ผู้ที่มีความรู้ทางทฤษฎีและปฏิบัติที่มีความชำนาญเพียงบางส่วนของการงานอาชีพ

3. แรงงานไร้ฝีมือ (Unskilled Labor) หมายถึง ผู้ที่ทำงานโดยใช้กำลังกาย ไม่จำเป็นต้องใช้ความรู้ ความชำนาญ เพียงได้รับคำแนะนำบ้างเล็กน้อยก็สามารถทำงานได้

สรุปได้ว่า แรงงานคือบุคคลต่าง ๆ ซึ่งทำงานโดยอาศัยกำลังกายและหรือความอดสาหัสของมนุษย์ในการกระทำกิจต่าง ๆ โดยกำลังกาย เพื่อการดำรงอยู่ของเขาผู้ทำงาน โดยได้รับผลตอบแทนในรูปค่าจ้าง ซึ่งมีความสามารถในการทำงานเพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศชาติได้

คุณลักษณะแรงงาน

รัชดา เลิศไพฑูรย์สาคร (2544) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ปฏิบัติงานในทุกกระดับ ไม่ว่าจะเป็นอยู่ในตำแหน่งหน้าที่การงานใดไว้ว่าควรมีลักษณะ “ALERT” จึงจะมีส่วนสร้างเสริมประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้เห็นผลอย่างจริงจังได้คุณลักษณะที่ว่ามี ได้แก่

A คือ มีทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะทัศนคติเชิงบวก จะต้องมองงาน มองปัญหาในเชิงสร้างสรรค์ (Attitude)

L คือ ความจงรักภักดีต่อองค์กร (Loyalty)

E คือ มีความพยายามที่จะปรับปรุงงานอย่างสม่ำเสมอ (Effort to Improve)

R คือ มีความพร้อมในการปฏิบัติงานตามนโยบายขององค์กร (Readiness) และ

T คือ มีน้ำใจที่จะทำงานเป็นทีมช่วยเหลือซึ่งกันและกัน (Team Spirit)

ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพหรือการทำงานใด ๆ ควรมีลักษณะพื้นฐานที่สำคัญ 3 ด้าน คือ ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ทักษะด้านความคิดรวบยอด และทักษะด้านเทคนิควิธี

ทักษะพื้นฐาน

1. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human Skills) เป็นทักษะที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับการดำรงชีวิตในสังคมมนุษย์ เพราะการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีจะเป็นหนทางนำไปสู่ความร่วมมือในการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ทักษะด้านความคิดรวบยอด (Conceptual Skills) เป็นทักษะที่เกี่ยวกับการเข้าใจความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง สามารถทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความราบรื่น ทักษะความคิดรวบยอด ได้แก่ ทักษะเกี่ยวกับการมอง การวิเคราะห์ การวินิจฉัย การวิพากษ์วิจารณ์ และการชักถาม เป็นต้น

3. ทักษะด้านเทคนิควิธี (Technical Skills) เป็นทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน หรือรูปแบบต่าง ๆ ผู้ที่มีเทคนิควิธีสูงย่อมสามารถเลือกวิธีการต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับงานและสถานการณ์ ทักษะด้านเทคนิควิธีนี้ ได้แก่ ทักษะในการพูด การเขียน การอ่าน การฟัง การกำหนดหัวข้อ โครงสร้าง การสาธิต การเขียนแผนภูมิ การคิดคำนวณ เป็นต้น

คุณลักษณะทั่วไป

คุณลักษณะทั่วไปที่ทำให้การปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ ด้านความประพฤติ ความรู้และด้านมนุษยสัมพันธ์ (รัชดา เลิศไพฑูรย์สาคร, 2544)

สรุปได้ว่าผู้ที่ประสบความสำเร็จในการทำงานต้องมีทักษะเทคนิค 3 ประการ คือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านความคิดรวบยอดและเทคนิควิธี เมื่อพิจารณาโดยคุณลักษณะแล้วประกอบด้วยคุณลักษณะเฉพาะ ได้แก่ ระดับการศึกษา สาขาวิชา คุณลักษณะทั่วไป ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ มนุษยสัมพันธ์ ความประพฤติ และความรู้ความสามารถทั่วไป ส่วนคุณลักษณะอื่น ๆ ที่นายจ้างต้องการลูกจ้างที่มีคุณสมบัติที่มีความขยันหมั่นเพียร ซื่อสัตย์สุจริต อดทน มั่นคงทางอารมณ์ มีทัศนคติที่ดี ทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ผลงานมีคุณภาพ มีความผูกพัน รับผิดชอบในงานและสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เกิดต่อองค์กร

ความหมายของแรงงานต่างด้าว

ความหมายของแรงงานต่างด้าวมีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลายและมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้
อรรถา ธรรมสาร (2552) ได้ให้ความหมายคำว่า “แรงงานต่างด้าว” หมายถึง บุคคลธรรมดา ซึ่งไม่มีสัญชาติไทย เข้ามาทำงานโดยใช้กำลังกาย หรือความรู้ ด้วยประสงค์ต่อค่าจ้างหรือประโยชน์อื่นใดหรือไม่ก็ตามสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (2561) แรงงานต่างด้าว หมายถึง บุคคลซึ่งไม่มีสัญชาติไทยแต่ได้เดินทางมาทำงานในแผ่นดินประเทศไทย โดยใช้กำลังกาย ความรู้ ความสามารถ เพื่อประสงค์ผลตอบแทนเป็นค่าจ้างหรือประโยชน์อื่นใด

กล่าวโดยสรุป แรงงานต่างด้าวคือบุคคลธรรมดา ซึ่งไม่มีสัญชาติไทย เข้ามาทำงานโดยใช้กำลังกาย หรือความรู้ ด้วยประสงค์ต่อค่าจ้างหรือประโยชน์อื่นใดหรือไม่ก็ตาม และอยู่ในราชอาณาจักรที่ถูกต้องตามกฎหมายที่กำหนด คลอบคลุมแรงงานต่างด้าว 3 สัญชาติ ได้แก่ พม่า ลาว และกัมพูชา

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของลูกจ้าง

แนวคิดในการกำหนดคุณสมบัติลูกจ้างของสถานประกอบการ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้กำหนดคุณสมบัติของลูกจ้างที่สำคัญไว้ดังนี้

จำเนียร จวงตระกูล (2530) กล่าวว่าผู้บังคับบัญชาคาดหวังให้พนักงานมีคุณลักษณะ 4 ประการ ดังนี้

1. มีความรู้ดี ได้แก่

1.1 มีความรู้พื้นฐานทางอาชีพดี คือมีคุณสมบัติเบื้องต้นตามตำแหน่งงานนั้น ๆ

1.2 มีความรู้ในงานอาชีพดี คือ รู้รายละเอียดของงานว่าทำงานเกี่ยวกับอะไรเกี่ยวข้องกับใคร รับผิดชอบอะไร ตัดสินใจอย่างไร

1.3 มีความรู้เกี่ยวกับสังคม คือ ต้องเป็นผู้ติดตามความเคลื่อนไหวของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอยู่เสมอ คือ ทันสมัย

2. มีความสามารถดี คือ ทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ และสำเร็จตามเวลาที่กำหนด

3. มีความประพฤติดี คือ เป็นผู้มีความรับผิดชอบในตนเอง ดำรงตนอยู่ในระเบียบวินัยขององค์กรและสังคม

4. มีสุขภาพดี ลักษณะนี้ เป็นลักษณะที่สำคัญ เพราะถ้าสุขภาพไม่ดีย่อมไม่สามารถทำงานได้ พนักงานต้องมีสุขภาพที่ดี แข็งแรงตลอดเวลา

ชูชัย สมितिไกร (2546) กล่าวว่า สิ่งที่นายจ้างปรารถนาที่จะได้รับจากลูกจ้างหรือผู้ปฏิบัติงานทุกระดับที่เข้ามาทำงานด้วย มีดังนี้

1. การทำงานเต็มเวลา สถานประกอบการทุกแห่งมีการกำหนดเวลาเริ่มทำงานและเวลาเลิกงานของลูกจ้างไว้ การที่ลูกจ้างมาทำงาน และเลิกงานตรงตามกำหนดเวลา ไม่หยุด ไม่ลาและไม่ขาดงาน
 2. การทำงานเต็มประสิทธิภาพ โดยลูกจ้างทำงานในหน้าที่ของตนด้วยความตั้งใจและใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ นายจ้างทุกคนย่อมพึงพอใจที่ได้รับผลงานที่มีคุณภาพจากการปฏิบัติงานของลูกจ้าง
 3. การทำงานตามคำสั่ง นายจ้างย่อมไม่ประสงค์มีลูกจ้างที่ไม่เชื่อฟัง ลูกจ้างที่ทำงานตรงตามคำสั่งทันที ย่อมเป็นที่ปรารถนาของนายจ้างในทุกสถานประกอบการ
 4. การรักษาประโยชน์ของนายจ้าง นายจ้างย่อมหวังให้ลูกจ้างทุกคนช่วยสอดส่อง ดูแล ป้องกันและรักษาประโยชน์ของนายจ้างในทุกทาง ไม่ว่าจะเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ
 5. ความจงรักภักดี นายจ้างทุกคนประสงค์ที่จะให้ลูกจ้างทุกคนที่มีคุณภาพ ได้อยู่ทำงานกับนายจ้างนานที่สุดจนกว่าจะเกษียณอายุหรือจนกว่านายจ้างจะเลิกกิจการ ไม่ลาออกหรือละทิ้งนายจ้างไปเป็นลูกจ้างคนอื่น ความจงรักภักดียังหมายถึง ไม่นำความลับของนายจ้างไปเปิดเผยภายนอก
 6. ความเคารพและยอมรับนับถือนายจ้างหรือผู้บริหารทุกระดับจึงยังหวังที่จะได้รับความเคารพนบอบจากลูกจ้าง และต้องการลูกจ้างยอมรับนับถือในความเป็นผู้ใหญ่กว่า
 7. ความซื่อสัตย์สุจริต ความปรารถนาร่วมกันของนายจ้างทุกคนก็คือ ความซื่อสัตย์สุจริตของลูกจ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในงานที่เกี่ยวกับการเงินหรือวัตถุดิบค่า
 8. ความอดุสาหะและความขยันขันแข็ง ลูกจ้างที่มีความพร้อมจะทำงานอยู่เสมอมีความอดุสาหะต่อการงานที่รับมอบหมายและความขยันขันแข็ง ย่อมเป็นลูกจ้างในอุดมคติของนายจ้างอย่างหนึ่ง
 9. ความคิดสร้างสรรค์ ลูกจ้างที่มีความคิดสร้างสรรค์ย่อมทำให้นายจ้างประหยัดค่าใช้จ่ายได้ผลงานที่ดี มีคุณภาพ นายจ้างจึงใฝ่ฝันที่จะได้ลูกจ้างประเภทนี้
- ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการต้องการ ต้องการลูกจ้างที่มีคุณลักษณะที่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ทักษะด้านความรู้ในการปฏิบัติงานที่จำเป็น ทักษะด้านความสามารถในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ มีความประพฤติดี มีสุขภาพดี ความสัมพันธ์กับผู้อื่น ทักษะการสื่อสารในการปฏิบัติงานและทักษะอื่น ๆ

แนวคิดรูปแบบการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน

การฝึกอบรมเป็นการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและทัศนคติอันเป็นการเพิ่มความสามารถใน การทำงานของคนทั้งในเรื่องความรู้ ทักษะ ทัศนคติ และความชำนาญในการปฏิบัติงานนำไปสู่การเพิ่มผลผลิต และให้เกิดผลสำเร็จต่อเป้าหมายขององค์การ (จงกลณี ชูติมาเทวินทร์, 2542; ธงชัย สันติวงษ์, 2546)

ประเภทของการฝึกอบรม

การจำแนกประเภทการฝึกอบรมได้หลายวิธี แต่โดยทั่วไปสามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (นิรชรา ทองธรรมชาติ, 2544; Dessler, 1999)

1. การฝึกอบรมก่อนการทำงาน เป็นการฝึกอบรมก่อนบุคลากรจะเริ่มทำงานประจำในหน่วยงาน เช่น การปฐมนิเทศ และการแนะนำงาน เป็นต้น

2. การฝึกอบรมระหว่างปฏิบัติงาน เป็นการฝึกอบรมสำหรับผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานแล้วระยะหนึ่ง และต้องการฝึกอบรมเพิ่มเติมเพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ได้ดีขึ้น หรือเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ หรือเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

ชูชัย สมितिไกร (2542) กล่าวถึงวิธีการฝึกอบรมสามารถจำแนกได้หลายประเภท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้ในการจำแนกดังนี้

1. วิธีบอกกล่าว (Telling method) เป็นวิธีการฝึกอบรมที่ผู้ฝึกอบรมมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดความรู้ ทักษะและประสบการณ์ให้แก่ผู้เข้ารับการอบรม วิธีการฝึกอบรมที่ใช้วิธีนี้ได้แก่ การบรรยาย การประชุมอภิปราย การสัมมนา

2. วิธีการกระทำ (Doing method) เป็นวิธีการฝึกอบรมที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีบทบาทเป็นอย่างมาก เพราะจะต้องเป็นผู้ลงมือกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยตนเองภายใต้การดูแลของวิทยากร วิธีการฝึกอบรมที่จะนำมาใช้ ได้แก่ การระดมสมอง การสอนแนะ

3. วิธีการแสดง (Showing method) เป็นวิธีแสดงให้บุคคลที่เข้าฝึกอบรมเห็นสภาพการณ์จริง หรือ คล้ายจริง โดยผู้แสดงอาจจะเป็นผู้รับการฝึกอบรม หรือบุคคลอื่นก็ได้ ส่วนผู้ฝึกอบรมจะเป็นผู้อธิบายถึง วัตถุประสงค์ และสรุปกิจกรรม วิธีการฝึกอบรมที่จะนำมาใช้ได้แก่ การจำลองสถานการณ์ การแสดงบทบาทสมมติ การสาธิต

นอกจากนี้ วิบูลย์ บุญธโรกุล (2545) กล่าวว่า การฝึกอบรมสามารถทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้ การบรรยาย การอภิปราย การศึกษาดูงาน การสาธิต การระดมความคิด การศึกษารกรณี การแสดงบทบาทสมมติ การสร้างสถานการณ์จำลอง การฝึกปฏิบัติงาน การสอนงาน และการให้พี่เลี้ยง

สรุปได้การพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานให้ได้มาตรฐานตามที่สถานประกอบการต้องการ จำเป็นจะต้องมีการฝึกอบรมแรงงาน ทั้งการฝึกอบรมก่อนการทำงาน และการฝึกอบรมระหว่างปฏิบัติงาน เพื่อพัฒนาสมรรถนะของพนักงานและพัฒนาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ๆ มีประโยชน์ต่อภาครัฐ ภาคเอกชนและสถานประกอบการ รวมทั้งภาคประชาชน มีวัตถุประสงค์ ให้ความรู้ ปรับทัศนคติ และ/หรือ พัฒนาทักษะและความสามารถ หรืออื่น ๆ โดยเลือกใช้วิธีการฝึกอบรมที่มีความเหมาะสมดังต่อไปนี้ การบรรยาย การอภิปราย การศึกษาดูงาน การสาธิต การระดมความคิด การศึกษารกรณี การแสดงบทบาทสมมติ การสร้างสถานการณ์จำลอง การฝึกปฏิบัติงาน การสอนงาน การให้พี่เลี้ยง และอื่น ๆ

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิธีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในสถานประกอบการสำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ให้มีคุณลักษณะตามความต้องการ ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ประกอบด้วยข้อคำถาม 7 ข้อ ดังนี้

1. ด้านทักษะในการปฏิบัติงานที่จำเป็นสำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีวิธีการฝึกอบรมที่เหมาะสมควรเป็นรูปแบบใด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องการจัดอบรมให้ความรู้มากที่สุดจำนวน 10 คน รองลงมาคือการสอนงานโดยหัวหน้าและ

เพื่อนร่วมงานจำนวน 9 คน การฝึกให้เรียนรู้งานและหน้าที่ของตนเองจำนวน 4 คน นำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน 3 คน การสร้างแรงจูงใจ 2 คน ส่วนการถ่ายทอดองค์ความรู้และการฝึกปฏิบัติในสถานการณ์จริงมีจำนวนเท่ากันคือ 1 คน

2. ด้านความสามารถ สมรรถนะการปฏิบัติงานในความรับผิดชอบมีวิธีการฝึกอบรมที่เหมาะสมควรเป็นแบบใด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการให้คำแนะนำเพิ่มเติมมีความสำคัญมากที่สุดจำนวน 10 คน รองลงมาในจำนวนที่เท่ากันได้แก่ การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมต่าง ๆ และการประเมินผลการทำงาน จำนวน 4 คน การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบจำนวน 3 คน การทดสอบฝีมือและการวางแผนการฝึกอบรมมีจำนวนที่เท่ากันคือ 2 คน ส่วนการหมุนเวียนเปลี่ยนงานและการถ่ายทอดความรู้มีจำนวนที่เท่ากันคือ 1 คน

3. ด้านคุณธรรม จริยธรรมและความประพฤติมีวิธีการฝึกอบรมที่เหมาะสมควรเป็นแบบใด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการซื่อสัตย์ ขยัน อดทน มีความตั้งใจ จำนวน 9 คน รองลงมา การหมั่นฝึกฝนการทำงาน จำนวน 5 คน การปฏิบัติตามกฎอย่างเคร่งครัด จำนวน 5 คน การฝึกอบรม จำนวน 2 คน การเป็นคนตรงต่อเวลา เคารพซึ่งกันและกัน จำนวน 2 คน การรู้จักการอยู่ร่วมกันในสังคม จำนวน 2 คน การยอมรับฟังผู้อื่น จำนวน 2 คน

4. ด้านการมีสุขภาวะ สุขอนามัยที่ดีมีวิธีการฝึกอบรมที่เหมาะสมควรเป็นแบบใด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการให้ความสำคัญกับเรื่องสุขอนามัยมีความสำคัญมากที่สุดจำนวน 13 คน รองลงมาในจำนวน 8 คนได้แก่ การให้ความสำคัญเกี่ยวกับอาหารและโภชนาการ และการกำชับเรื่องความปลอดภัย จำนวน 3 คน การหมั่นออกกำลังกายจำนวน 2 คน การจัดอบรมให้ความรู้ และการจัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ จำนวนที่เท่ากันคือ 1 คน

5. ด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่นมีวิธีการฝึกอบรมที่เหมาะสมควรเป็นแบบใด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือแบ่งปันมากที่สุดจำนวน 11 คน รองลงมาในจำนวน 7 คนได้แก่ การทำงานเป็นทีม และการจัดกิจกรรมสันทนาการ จำนวน 2 คน และการรับผิดชอบต่องานตามที่ได้รับมอบหมาย การฝึกประชุมหลังการทำงานจำนวนที่เท่ากันคือ 1 คน

6. ด้านทักษะในการสื่อสารมีวิธีการฝึกอบรมที่เหมาะสมควรเป็นแบบใด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการสื่อสารมากที่สุดจำนวน 11 คน รองลงมาในจำนวน 4 คน ได้แก่ การประสานความสัมพันธ์ และการเป็นพี่เลี้ยงแนะนำและช่วยเหลือจำนวน 4 คน และความสามารถในการทำงานประเมินการทำงานอย่างต่อเนื่องจำนวนที่เท่ากันคือ 1 คน

7. ด้านทักษะอื่น ๆ ที่จำเป็นมีวิธีการฝึกอบรมที่เหมาะสมควรเป็นแบบใด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้มากที่สุดจำนวน 13 คน รองลงมาในจำนวน 10 คนได้แก่ ศึกษาการทำงานจากสถานที่ปฏิบัติงานจริงและสามารถปรับตัวเข้าสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงได้จำนวน 8 คน และสามารถปฏิบัติงานได้หลากหลาย จำนวน 5 คน เกิดความคิดสร้างสรรค์สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพจำนวนที่เท่ากันคือ 1 คน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

คุณลักษณะของแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือ ตามความต้องการของสถานประกอบการสำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

1. ด้านความรู้ในการปฏิบัติงานที่จำเป็นสำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ใช้วิธีการสอนงาน ด้วยการสอนวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง เพื่อให้แรงงานต่างด้าวได้ทราบถึงขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง ขั้นตอนกระบวนการผลิต รูปแบบการใช้วัตถุดิบต่าง ๆ ลงไปในเครื่องจักร การคิดวิเคราะห์ปัญหา พร้อมทั้งแนวทางการแก้ไขเบื้องต้น ทำให้เกิดความรู้ และสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างกระตือรือร้น ทำงานเสร็จสมบูรณ์ตามกำหนดเวลา ปฏิบัติงานได้ตามคำสั่ง มีสมาธิในการทำงานทำงานได้อย่างเป็นระบบ มีความแม่นยำ เที่ยงตรง และพิถีพิถันในการทำงาน รวมถึงดูแลรักษาเครื่องจักร เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ อยู่เสมอ มีความละเอียดถี่ถ้วน และมีการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้นตลอดเวลา สอดคล้องกับแนวคิดของ จำเริญร จวงตระกูล (2530) กล่าวว่า ผู้บังคับบัญชาคาดหวังให้พนักงานมีคุณลักษณะ 4 ประการ ดังต่อไปนี้ (1) มีความรู้ดี คือ (1.1) มีความรู้พื้นฐานทางอาชีพดี คือ มีคุณสมบัติเบื้องต้นตามตำแหน่งงานนั้น ๆ (1.2) มีความรู้ในงานอาชีพดี คือ รู้รายละเอียดของงานว่าทำงานเกี่ยวกับอะไรเกี่ยวข้องกับใคร รับผิดชอบอะไร ตัดสินใจอย่างไร (1.3) มีความรู้เกี่ยวกับสังคม คือ ต้องเป็นผู้ติดตามความเคลื่อนไหวของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอยู่เสมอ คือ ทันสมัย (2) มีความสามารถดี คือ ทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ และสำเร็จตามเวลาที่กำหนด (3) มีความประพฤติดี คือ เป็นผู้ที่มีวินัยในตนเอง ดำรงตนอยู่ในระเบียบวินัยขององค์กรและสังคม (4) มีสุขภาพดี ลักษณะนี้ เป็นลักษณะที่สำคัญ เพราะถ้าสุขภาพไม่ดีย่อมไม่สามารถทำงานได้ พนักงานต้องมีสุขภาพที่ดี แข็งแรงตลอดเวลา และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ วิบูลย์ บุญยธโรกุล (2545) กล่าวว่า การฝึกอบรมสามารถทำได้หลายวิธีแต่ละวิธีจะมีปัจจัยหรือเงื่อนไขในการเลือกใช้ตามสามารถแบ่งวิธีได้ดังนี้ 1. การบรรยาย 2. การอภิปราย 3. การศึกษาดูงาน 4. การสาธิต 5. การระดมความคิด 6. การศึกษากรณี 7. การแสดงบทบาทสมมติ 8. การสร้างสถานการณ์จำลอง 9. การฝึกปฏิบัติงาน 10. การสอนงาน 11. การให้มีพี่เลี้ยง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีพล มาสุข (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางในการฝึกอบรมพัฒนาแรงงานต่างด้าว เมื่อบรรจุใหม่ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า (1) การพัฒนาแรงงานต่างด้าวเมื่อบรรจุใหม่ให้มีคุณลักษณะลูกจ้างที่ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดจันทบุรีต้องการด้านมีความรู้ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่อบรมให้ความรู้ความเข้าใจในงานที่ทำ การใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในสถานประกอบการ ทั้งนี้ก็เพื่อให้แรงงานมีความรู้ ความเข้าใจสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายของสถานประกอบการ

2. ด้านความสามารถในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ ใช้วิธีการฝึกงานในสถานการณ์จริง (On the job training: OJT) หลังจากที่ได้เห็นขั้นตอน และวิธีการปฏิบัติงานแล้ว ควรให้แรงงานต่างด้าวได้ฝึกงานในสถานการณ์จริง รวมถึงให้มีการสอนงานและให้ทดลองปฏิบัติงานในสถานที่จริง เพื่อให้แรงงานต่างด้าวเกิดความคุ้นเคยกับสภาวะแวดล้อม และสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ และให้ความสำคัญกับงาน และต้องการเรียนรู้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้กำหนดให้มีการศึกษาดูงานให้

สถานที่จริง เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของตนเองได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ ทศนา แสงศักดิ์ (2531) ได้กล่าวถึง คุณลักษณะของพนักงานที่นายจ้างต้องการ ซึ่งเป็นแนวทางการก้าวไปสู่ทางก้าวหน้าในงานและชีวิต ด้านความรับผิดชอบงาน ได้แก่ ตรงต่อเวลาและสม่ำเสมอในการทำงาน ปฏิบัติตามนโยบายต่าง ๆ ของหน่วยงาน ให้ความสำคัญกับงานไม่ถือเป็นเพียงหน้าที่ มีความสนใจและกระตือรือร้นในงาน ต้องการเรียนรู้เพิ่มขึ้นตลอดเวลา มีความซื่อสัตย์ต่อองค์กร และพนักงานขององค์กร ทำงานเต็มกำลังความสามารถและพยายามทำให้คนอื่นพอใจ แสดงความห่วงใยและความมุ่งมั่นเกี่ยวกับอนาคตของหน่วยงานของตนและยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ญัฐพันธ์ เชนนันท์ (2546) กล่าวถึงวิธีการฝึกอบรมที่นิยมใช้ในปัจจุบัน ได้แก่ การฝึกงานในสถานการณ์จริง การฝึกอบรมวิธีนี้มักจะใช้กับบุคลากรใหม่หรือบุคลากรในระดับปฏิบัติงาน โดยมีการสอนงานและให้ทดลองปฏิบัติในสถานที่จริงซึ่งมักจะเป็นโรงงานหรือสำนักงาน เพื่อให้บุคลากรเกิดความคุ้นเคยกับสภาวะแวดล้อมและสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว การฝึกอบรมในลักษณะนี้อาจจะใช้ชื่อที่แตกต่างกันเช่น การฝึกอบรมทางเทคนิค (Technical training) การฝึกความชำนาญ (Skill training) หรือการสอนงาน (Job instruction training) เป็นต้น

3. ด้านความประพฤติดี ใช้วิธีบอกกล่าว (Telling method) ด้วยการบรรยาย โดยบอกให้แรงงานต่างด้าวปฏิบัติงานให้ได้ดีโดยไม่ต้องมีคนคอยควบคุมหรือตรวจตราอยู่ตลอดเวลา มีความรับผิดชอบ แยกแยะระหว่างเรื่องส่วนตัวและเรื่องงาน สามารถปฏิบัติงานนอกเวลาหรือในวันหยุดได้โดยไม่เกี่ยงงาน สามารถทำงานล่วงเวลาได้ มีความพร้อมในการทำงาน มีความสุขุมรอบคอบ สามารถควบคุมตนเองในสภาวะการณ์ที่ยากลำบากได้ มีความรับผิดชอบในการทำงานของตนเอง มีวุฒิภาวะทางความคิด มีความอดทน และรู้จักใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ นอกจากนี้การปฏิบัติตามกฎของสถานประกอบการอย่างเคร่งครัด เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย สอดคล้องกับแนวคิดของ รัชดา เลิศไพบุลย์สาคร (2544) กล่าวว่า คุณลักษณะของแรงงานประกอบด้วย คุณลักษณะสำคัญ 2 ด้าน คือ คุณลักษณะทั่วไปและคุณลักษณะเฉพาะ 1. คุณลักษณะทั่วไป โดยลักษณะธรรมชาติของมนุษย์ประกอบด้วย ความรู้ความสามารถที่ได้รับการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบโรงเรียน เป็นคุณลักษณะที่จะช่วยให้มนุษย์มีคุณภาพชีวิตที่ดี แต่ไม่ได้หมายความว่ามนุษย์จะใช้คุณลักษณะทั่วไปนี้ปฏิบัติงานในสาขาอาชีพต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ คุณลักษณะทั่วไปที่มนุษย์ทุกคนพึงมี จำแนกได้ 4 ด้านคือ บุคลิกภาพ มนุษยสัมพันธ์ ความประพฤติเสมอและความรู้ 2. คุณลักษณะเฉพาะ ความรู้ความสามารถที่ได้รับจากการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบโรงเรียนนั้นเป็นคุณลักษณะทั่วไปของบุคคล แต่ในการทำงานนั้น ลักษณะของงานที่มีความแตกต่างกันไป ผู้ที่ทำงานในสาขาอาชีพต่าง ๆ จะต้องมีความรู้หรือความสามารถเฉพาะในสาขาอาชีพนั้น ๆ จึงจะสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีพล มาสุข (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางในการฝึกอบรมพัฒนาแรงงานต่างด้าว เมื่อบรรจุใหม่ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดจันทบุรี ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาแรงงานต่างด้าวเมื่อบรรจุใหม่ให้มีคุณลักษณะลูกจ้างที่ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดจันทบุรีต้องการด้านมีความประพฤติดี พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่อบรมให้พนักงานตั้งใจทำงานมีความขยัน กิริยามารยาทเรียบร้อย มีความซื่อสัตย์ ตรงต่อเวลา

4. ด้านสุขภาพที่ดี ใช้วิธีการแสดง (Showing method) การจำลองสถานการณ์ให้แรงงานต่างด้าวเห็นถึงวิธีการต่าง ๆ เช่น การรักษาสุขอนามัยส่วนบุคคลอย่างดี ให้สวมเสื้อผ้าที่เหมาะสมและแต่งกายสุขภาพเรียบร้อย สามารถปฏิบัติงานได้ภายใต้ภาวะความเครียดได้ดี มีความแข็งแกร่งทั้งทางร่างกายและจิตใจเหมาะกับงานที่ทำ ทานอาหารที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ กอปรกับในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) ต้องปฏิบัติตามมาตรการของรัฐอย่างเคร่งครัด โดยการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา การเว้นระยะห่างทางสังคม การล้างมือบ่อย ๆ และการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ดีขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ ทศนา แสงศักดิ์ (2531) ได้กล่าวถึง คุณลักษณะของพนักงานที่นายจ้างต้องการ ซึ่งเป็นแนวทางการก้าวไปสู่ทางก้าวหน้าในงานและชีวิต ด้านสุขนิสัยและความปลอดภัยในการทำงาน ได้แก่ ปฏิบัติตามกฎหมาย ทำงานและอัตราการผลิตที่เหมาะสม รักษาสุขอนามัยส่วนบุคคลอย่างดี สวมเสื้อผ้าที่เหมาะสมและแต่งกายดี สามารถทำงานได้ภายใต้ภาวะความเครียดได้ดี มีความแข็งแกร่งทั้งทางร่างกายและจิตใจเหมาะกับงานที่ทำ มีสุขภาพดี และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ญัฐพันธ์ เขจรันนท์ (2546) กล่าวถึงวิธีการฝึกอบรมที่นิยมใช้ในปัจจุบัน ได้แก่ การแสดงบทบาทสมมติ (Role playing) การฝึกอบรมในรูปแบบนี้จะจัดให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมแสดงบทบาทตามเรื่องราวที่สมมติขึ้นให้เหมือนกับอยู่ในสถานการณ์จริงที่สุด เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความพร้อมและสามารถปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ตลอดจนวิธีการนี้จะช่วยให้เกิดความสนุกสนานและสามารถดึงดูดความสนใจ รวมทั้งก่อให้เกิดความสนิทสนมและความคุ้นเคยระหว่างผู้เข้ารับการอบรมได้เป็นอย่างดี การฝึกอบรมในลักษณะนี้อาจจะกล่าวได้ว่าเป็นการเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติ (Learn by doing) ได้เช่นกัน

5. ด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่น ใช้วิธีการแสดงบทบาทสมมติ (Role playing) ด้วยการจัดให้แรงงานต่างด้าวที่เข้ารับการฝึกอบรมแสดงบทบาทตามเรื่องราวที่สมมติขึ้นให้เหมือนอยู่กับสถานการณ์จริง เพื่อให้แรงงานต่างด้าวมีความพร้อมและสามารถปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ วิธีการนี้จะช่วยให้แรงงานต่างด้าวเกิดความสนุกสนานและสามารถดึงดูดความสนใจ รวมทั้งก่อให้เกิดความสนิทสนมและความคุ้นเคยระหว่างแรงงานต่างด้าวที่เข้ารับการอบรมได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้สามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น สามารถเข้ากับเพื่อนร่วมงานได้ดี ทำให้เกิดความร่วมมือ เต็มใจปฏิบัติงาน และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในสิทธิของผู้อื่น สอดคล้องกับแนวคิดของ ทศนา แสงศักดิ์ (2531) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของพนักงานที่นายจ้างต้องการ ซึ่งเป็นแนวทางการก้าวไปสู่ทางก้าวหน้าในงานและชีวิต ด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่น ได้แก่ เข้ากับเพื่อนร่วมงานได้ดี ยอมรับการปกครองและคำปรึกษาแนะนำของหัวหน้า ยอมรับคำติชม งานเป็นทีมได้ มีความเป็นมิตร เสมอต้นเสมอปลายกับผู้อื่น ให้ความร่วมมือดี เต็มใจรับมอบงานด้วยความยินดี มีจิตสำนึกในการให้บริการ ยอมรับผู้อื่น เคารพในสิทธิและทรัพย์สินของผู้อื่น มีคุณสมบัติของการเป็นผู้นำ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ญัฐพันธ์ เขจรันนท์ (2546) กล่าวถึงวิธีการฝึกอบรมที่นิยมใช้ในปัจจุบัน ได้แก่ การแสดงบทบาทสมมติ (Role playing) การฝึกอบรมในรูปแบบนี้จะจัดให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมแสดงบทบาทตามเรื่องราวที่สมมติขึ้นให้เหมือนกับอยู่ในสถานการณ์จริงที่สุด เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความพร้อมและสามารถปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ตลอดจนวิธีการนี้จะช่วยให้เกิดความสนุกสนานและสามารถดึงดูดความสนใจ รวมทั้งก่อให้เกิดความสนิทสนมและความคุ้นเคยระหว่าง

ผู้เข้ารับการอบรมได้เป็นอย่างดี การฝึกอบรมในลักษณะนี้อาจจะกล่าวได้ว่าเป็นการเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติ (Learn by doing) ได้เช่นกัน

6. ด้านทักษะในการสื่อสาร ใช้วิธีการระบบพี่เลี้ยง ซึ่งให้แรงงานต่างด้าวที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน สื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งสร้างระบบพี่เลี้ยง/buddy ช่วยเหลือ แนะนำ พร้อมทั้งกำหนดให้มีการประเมินการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง และหากเกิดปัญหาขึ้นในการปฏิบัติงาน แรงงานต่างด้าวต้องสามารถแก้ไขปัญหา หรือสามารถสอบถามหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน ให้สามารถหาแนวทางการแก้ไขร่วมกันได้ ส่งผลให้งานบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด สอดคล้องกับแนวคิดของ ทศนา แสงศักดิ์ (2531) ได้กล่าวถึง คุณลักษณะของพนักงานที่นายจ้างต้องการ ซึ่งเป็นแนวทางการก้าวไปสู่ทางก้าวหน้าในงานและชีวิต ด้านทักษะในการสื่อสาร ได้แก่ รู้จักถามคำถาม รู้จักขอความช่วยเหลือเมื่อจำเป็น แจ้งหัวหน้าเมื่อต้องหยุดงานพร้อมเหตุผล พุดจาฉะฉานชัดเจน เป็นผู้ฟังที่ดีและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดิณณภพ สันสมบุรณ์ทอง วาทีนีย์ วิชัยยา และสร้อยญา เตรรัตน์ (2563) วิจัยเรื่องแนวปฏิบัติที่ดีในการพัฒนาทักษะแรงงานข้ามชาติ ผลการวิจัยพบว่า แนวปฏิบัติที่ดีในการพัฒนาทักษะแรงงานข้ามชาติและข้อเสนอแนะ ได้แก่ ทักษะการทำงานทั่วไป (soft skills) รวมถึงทักษะที่จำเป็นในการจ้างงาน เช่น ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม และจริยธรรมวิชาชีพ นอกเหนือจากทักษะเชิงเทคนิคอาชีพ ยังคงสำคัญสำหรับแรงงานในการประสบความสำเร็จในการทำงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาณัติชัย วาสประเสริฐสุข, สุพจน์ศรีไสย์ และจินต์ วิชาตะกลัศ (2558) วิจัยเรื่องการพัฒนาสมรรถนะแรงงานข้ามชาติในภาคอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า และ ด้านการพัฒนาทักษะแรงงานข้ามชาติ มีการเน้นประเด็นสำคัญคือ การพัฒนาภาษาและวิธีในการติดต่อสื่อสาร

7. ด้านทักษะอื่น ๆ ใช้วิธีการศึกษาดูงาน โดยให้แรงงานต่างด้าวได้เห็นถึงวิธีการปฏิบัติงาน ที่แรงงานต่างด้าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของตนเอง และมีความสามารถในการปรับตัว/สามารถปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นการศึกษาการทำงานจากสถานที่ปฏิบัติงานจริง ซึ่งอาจทำให้สามารถปรับตัวเข้ากับความต้องการของงานที่เปลี่ยนแปลง เมื่อมีเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาได้ สามารถคิดหาวิธีหรือแนวทางแปลกใหม่ที่จะสามารถทำงานให้เสร็จได้เร็วขึ้นสามารถใช้เหตุผลและตัดสินใจเรื่องเกี่ยวกับการทำงานได้อย่างเที่ยงตรง สามารถวางแผนและจัดระบบการทำงานของตนเองได้ รวมทั้งมีสมาธิ สามารถทำงานหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกันได้ นอกจากนี้แรงงานต่างด้าวต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบ/แนวทางในการทำงาน เพื่อให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความละเอียดรอบคอบ ชื่นงานที่ทำมีความถูกต้องเป็นไปตามมาตรฐานกำหนด และสามารถประสานกับผู้ร่วมงานคนอื่นได้เป็นอย่างดี มีทักษะในการซ่อมแซมการดูแลและรักษาเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ในการปฏิบัติงาน รวมทั้งแรงงานต่างด้าวควรมีความสามารถในการบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ และประยุกต์ใช้ได้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ จำเนียร จวงตระกูล (2530) กล่าวว่า ผู้บังคับบัญชาคาดหวังให้พนักงานมีคุณลักษณะ 4 ประการ ดังต่อไปนี้ (1) มีความรู้ดี คือ (1.1) มีความรู้พื้นฐานทางอาชีพดี คือ มีคุณสมบัติเบื้องต้นตามตำแหน่งงานนั้น ๆ (1.2) มีความรู้ในงานอาชีพดี คือ รู้รายละเอียดของงานว่าทำงานเกี่ยวกับอะไรเกี่ยวข้องกับใคร รับผิดชอบอะไร ตัดสินใจอย่างไร (1.3) มีความรู้

เกี่ยวกับสังคม คือ ต้องเป็นผู้ติดตามความเคลื่อนไหวของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอยู่เสมอ คือ ทันสมัย (2) มีความสามารถ คือ ทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่ และสำเร็จตามเวลาที่กำหนด (3) มีความประพฤติดี คือ เป็นผู้มีความรับผิดชอบในระเบียบวินัยขององค์กรและสังคม (4) มีสุขภาพดี ลักษณะนี้เป็นลักษณะที่สำคัญ เพราะถ้าสุขภาพไม่ดีย่อมไม่สามารถทำงานได้ พนักงานต้องมีสุขภาพที่ดี แข็งแรงตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ผลการวิจัยได้ข้อค้นพบจากการวิจัยนำมาสู่การวิเคราะห์เพื่อสร้างข้อเสนอแนะรูปแบบการฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาทักษะแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือ ของสถานประกอบการสำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ด้านการสื่อสารและความสัมพันธ์กับผู้อื่น

1. ด้านการสื่อสาร ควรใช้วิธีการระบบพี่เลี้ยง ซึ่งให้แรงงานต่างด้าวที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานสื่อสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งสร้างระบบพี่เลี้ยง/buddy ช่วยเหลือแนะนำ พร้อมทั้งกำหนดให้มีการประเมินการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง และหากเกิดปัญหาขึ้นในการปฏิบัติงาน แรงงานต่างด้าวต้องสามารถแก้ไขปัญหา หรือสามารถสอบถามหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน ให้สามารถหาแนวทางการแก้ไขร่วมกันได้ ส่งผลให้งานบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด

2. ด้านความสัมพันธ์กับผู้อื่น โดยใช้วิธีการแสดงบทบาทสมมติ (Role playing) ด้วยการจัดให้แรงงานต่างด้าวที่เข้ารับการฝึกอบรมแสดงบทบาทตามเรื่องราวที่สมมติขึ้นให้เหมือนอยู่กับการณ์จริง เพื่อให้แรงงานต่างด้าวมีความพร้อมและสามารถปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ วิธีการนี้จะช่วยให้แรงงานต่างด้าวเกิดความสุขสนทนและสามารถดึงดูดความสนใจ รวมทั้งก่อให้เกิดความสนิทสนมและความคุ้นเคยระหว่างแรงงานต่างด้าวที่เข้ารับการอบรมได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้สามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น สามารถเข้ากับเพื่อนร่วมงานได้ดี ทำให้เกิดความร่วมมือ เต็มใจปฏิบัติงาน และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รวมทั้งเคารพในสิทธิของผู้อื่น

3. ควรสนับสนุนให้มีการสร้างระบบพี่เลี้ยง/buddy ช่วยเหลือแนะนำ พร้อมทั้งกำหนดให้มีการประเมินการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง

4. ควรสนับสนุนให้มีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงาน วัฒนธรรมองค์กร และค่านิยมให้กับแรงงานต่างด้าวด้วยความเป็นมิตร

5. ควรสนับสนุนให้มีการถ่ายทอดขนบธรรมเนียมประเพณีไทยเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันในสังคม การให้ความเคารพผู้อาวุโส การเคารพนับถือซึ่งกันและกัน การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เป็นต้น

6. ควรสนับสนุนให้หัวหน้างานสอนงาน เทคนิค/วิธีการในการปฏิบัติงาน รวมทั้งแรงงานต่างด้าวต้องหมั่นศึกษาหาความรู้ด้วยตนเองเป็นประจำ สม่ำเสมอ และเมื่อเกิดปัญหาต้องสอบถามหัวหน้างาน/เพื่อนร่วมงาน เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านทักษะและความเชี่ยวชาญที่มีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงาน

1. ควรจัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง โดยสถานประกอบการต้องจัดวิทยากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านสำหรับพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานให้แก่แรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือ และควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นระยะ เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขในส่วนที่บกพร่อง

2. หน่วยงานควรสนับสนุนให้มีพี่เลี้ยงคอยช่วยสอนทักษะในด้านการปฏิบัติงานที่จำเป็น เช่น ทักษะด้านการใช้วัสดุอุปกรณ์ ทักษะด้านความปลอดภัยในการทำงาน ทักษะด้านการสื่อสาร ทักษะในการเรียนรู้ด้วยตนเอง ทักษะการทำงานเป็นทีม ทักษะการแก้ปัญหา ทักษะการคิดวิเคราะห์ และทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ ที่ถูกต้องให้แก่แรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในขณะที่ปฏิบัติงานในหน่วยงาน

ด้านเทคโนโลยี และทักษะที่จำเป็น

1. ควรมีการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมให้ตรงกับความต้องการของสถานประกอบการและมีความทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อรองรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในสถานประกอบการสำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

2. ควรมีการพัฒนาแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือ ในระยะก่อนการปฏิบัติงานจริง โดยการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่แรงงานต่างด้าวก่อนการปฏิบัติงานจริง โดยเฉพาะสาขาและตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมาย เช่น ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิต ขั้นตอนการปฏิบัติงาน การวางแผนการผลิต พื้นที่ที่ปฏิบัติงาน การทำงานของเครื่องจักรแต่ละประเภท ป้ายสัญลักษณ์ความปลอดภัยในสถานที่ทำงาน ฯลฯ เพื่อให้การปฏิบัติมีมาตรฐานและสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ที่ได้รับอย่างมีคุณภาพ โดยไม่ต้องสอนงานใหม่

3. ควรมีการพัฒนาแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือ ในระยะระหว่างการปฏิบัติงาน โดยการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่แรงงานต่างด้าว เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถในขณะปฏิบัติงาน ในกรณีที่มีเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน รวมทั้งเป็นการเสริมสร้างศักยภาพให้แรงงานต่างด้าวได้พัฒนาฝีมืออย่างมีประสิทธิภาพ

4. ควรมีการพัฒนาแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือ ในระยะนอกเวลาการปฏิบัติงาน โดยการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่แรงงานต่างด้าวเป็นกรณีพิเศษ หรือกรณีที่มีวาระเร่งด่วน เช่น การดูแลและป้องกันตนเองในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) เพื่อรับฟังคำบรรยายจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้เฉพาะทางที่หน่วยงานจัดให้

5. ควรมีการพัฒนาแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือ ในด้านความสามารถในการปฏิบัติงานที่รับผิดชอบ ในด้านความรู้ในการปฏิบัติงานที่จำเป็น โดยใช้วิธีการฝึกงานในสถานการณ์จริง (On the job training: OJT) หลังจากที่ได้เห็นขั้นตอน และวิธีการปฏิบัติงานแล้ว ควรให้แรงงานต่างด้าวได้ฝึกงานในสถานการณ์จริง รวมถึงให้มีการสอนงานและให้ทดลองปฏิบัติงานในสถานที่จริง เพื่อให้แรงงานต่างด้าวเกิดความคุ้นเคยกับสภาวะแวดล้อม และสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ และให้ความสำคัญกับงาน และต้องการเรียนรู้เพิ่มขึ้น

ด้านความเข้าใจในแนวนโยบายร่วมกัน

1. ควรมีการบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในสถานประกอบการอย่างเป็นระบบ โดยการใช้กฎระเบียบข้อบังคับในการทำงานเดียวกันทั้งหน่วยงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของแรงงานต่างด้าว
2. ควรสนับสนุนให้แรงงานต่างด้าวเข้ารับการฝึกอบรมเตรียมความพร้อมในการพัฒนาฝีมือให้เป็นไปตามมาตรฐาน
3. ควรมีการพัฒนาแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือ โดยใช้วิธีการสอนงาน ด้วยการสอนวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง เพื่อให้แรงงานต่างด้าวได้ทราบถึงขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง ขั้นตอนกระบวนการผลิต รูปแบบการใช้วัตถุดิบต่าง ๆ ลงไปในเครื่องจักร การคิดวิเคราะห์ปัญหา พร้อมทั้งแนวทางการแก้ไขเบื้องต้น ทำให้เกิดความรู้ และสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างกระตือรือร้น ทำงานเสร็จสมบูรณ์ตามกำหนดเวลา ปฏิบัติงานได้ตามคำสั่ง มีสมาธิในการทำงานทำงานได้อย่างเป็นระบบ มีความแม่นยำ เที่ยงตรง และพิถีพิถันในการทำงาน รวมถึงดูแลรักษาเครื่องจักร เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ อยู่เสมอ มีความละเอียดถี่ถ้วน และมีการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้นตลอดเวลา
4. ควรมีการพัฒนาแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือ ในด้านสุขภาพที่ดี โดยใช้วิธีการแสดง (Showing method) การจำลองสถานการณ์ให้แรงงานต่างด้าวเห็นถึงวิธีการต่าง ๆ เช่น การรักษาสุนัขส่วนบุคคล อย่างดี ให้สวมเสื้อผ้าที่เหมาะสมและแต่งกายสุภาพเรียบร้อย สามารถปฏิบัติงานได้ภายใต้ภาวะความเครียดได้ดี มีความแข็งแรงทั้งทางร่างกายและจิตใจเหมาะกับงานที่ทำ ทานอาหารที่สะอาด ถูกสุขลักษณะ กอปรกับในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) ต้องปฏิบัติตามมาตรการของรัฐอย่างเคร่งครัด โดยการสวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา การเว้นระยะห่างทางสังคม การล้างมือบ่อย ๆ และการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ดีขึ้น

ด้านแนวทางการปฏิบัติงานที่ชัดเจน

1. ควรสนับสนุนให้มีการจัดวิทยากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่ หลักสูตรการทำงานในอุตสาหกรรมส่วนประกอบชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เครื่องใช้ไฟฟ้า หลักสูตรการวางแผนการทำงาน หลักสูตรการทำงานภายใต้สภาพแวดล้อม หลักสูตรการเรียนรู้ในสถานประกอบการ และหลักสูตรการสร้างความสัมพันธ์ในการทำงาน
2. ควรสนับสนุนให้มีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่ผู้ปฏิบัติงานใหม่ และควรมีการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นระยะ
3. ควรมีการพัฒนาแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือ สำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ในด้านความประพฤติที่ดี โดยใช้วิธีบอกกล่าว (Telling method) ด้วยการบรรยาย โดยบอกให้แรงงานต่างด้าวปฏิบัติงานให้ได้ดีโดยไม่ต้องมีคนคอยควบคุมหรือตรวจตราอยู่ตลอดเวลา มีความรับผิดชอบ แยกแยะระหว่างเรื่องส่วนตัวและเรื่องงาน สามารถปฏิบัติงานนอกเวลาหรือในวันหยุดได้โดยไม่เกี่ยงงาน สามารถทำงานล่วงเวลาได้ มีความพร้อมในการทำงาน มีความสุขุมรอบคอบ สามารถควบคุมตนเองในสภาวะการณ์ที่ยากลำบากได้ มีความรับผิดชอบในการทำงานของตนเอง

มีวุฒิภาวะทางความคิด มีความอดทน และรู้จักใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ นอกจากนี้การปฏิบัติตามกฎของสถานประกอบการอย่างเคร่งครัด เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

ด้านพื้นที่การทำงานของแรงงานต่างด้าว

1. ควรสนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมนันทนาการ เพื่อสานสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้างานและผู้ปฏิบัติงาน เช่น การทัศนศึกษา การจัดงานกีฬา การจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ในเทศกาลต่าง ๆ ฯลฯ รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนการทำงานเป็นทีม

2. ควรสนับสนุนให้มีการกำหนดแผนหมุนเวียนงานภายในและดำเนินการตามแผนที่กำหนด พร้อมทั้งกำกับติดตามการดำเนินงานโดยหัวหน้างาน

3. ควรสนับสนุนให้มีการสับเปลี่ยนหมุนเวียนงานของผู้ปฏิบัติงานทั้งภายในกลุ่ม และบูรณาการกับกลุ่มอื่น เพื่อให้ทุกคนสามารถปฏิบัติงานได้ทุกเรื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การทำวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับศึกษารูปแบบการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในสถานประกอบการสำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ให้มีคุณลักษณะตามความต้องการ:กรณีศึกษาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ดังนั้นในการวิจัยครั้งหน้าทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการฝึกอบรมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพของแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในสถานประกอบการสำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก เพื่อให้ทราบว่ามีการฝึกอบรมแบบใดที่เหมาะสมต่อประสิทธิผลและประสิทธิภาพของแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือในสถานประกอบการสำหรับอุตสาหกรรมประกอบชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ แล้วนำผลการวิจัยมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและฝึกอบรมทักษะแรงงานต่างด้าวไร้ฝีมือให้ได้ประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงอุตสาหกรรม. (2564). *ก.อุตสาหกรรม. เผยผลผลิตภาพการผลิตรวมของไทยยังแกร่งแนะเร่งเพิ่มผลผลิตภาพการผลิตขับเคลื่อน 5 กลไกสำคัญรองรับการแข่งขันยุคดิจิทัล*. ค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2565 จาก <https://www.industry.go.th/th/secretary-of-industry/7792>.

กรมการจัดหางาน. (2561). *ความต้องการแรงงานในเขตระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก*. กรุงเทพฯ: กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน.

กวี วงศ์พุ่ม .(2538). *แรงงานสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: พี. เอ.ลิฟวิง.

จงกลณี ชุตินาเทวินทร์. (2542). *การฝึกอบรมเชิงพัฒนา*. กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลิฟวิง.

จำเนียร จวงตระกูล. (2530). *ลักษณะของลูกจ้างที่นายจ้างต้องการ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

ชูชัย สมितिไกร. (2546). *การคัดเลือกบุคลากร*. เชียงใหม่: ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ณรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัย. (2538). *เอกสารการสอนชุดวิชาเศรษฐศาสตร์แรงงาน และแรงงานสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.

- ณัฏฐพันธ์ เขจรนันท์. (2546). *การจัดการทรัพยากรบุคคล*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดิณณภพ สันตบุรณ์ทอง วาทีนีย์ วิชัยยา และสร้อยญา เตรรัตน์. (2563). *แนวปฏิบัติที่ดีในการพัฒนาทักษะแรงงานข้ามชาติ*. คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประเทศไทย.
- ทวีพล มาสุข. (2559). *แนวทางในการฝึกอบรมพัฒนาแรงงานต่างด้าว เมื่อบรรจุใหม่ของผู้ประกอบการในเขตจังหวัดจันทบุรี*. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ทัศนาศ แสงศักดิ์. (2531). การศึกษาทำให้คนทำงานได้หรือไม่. *วารสารการศึกษาเพื่อพลเมืองดี*, 3(8), 9.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์*. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.
- นิรชรา ทองธรรมชาติ. (2544). *กลยุทธ์การฝึกอบรมและวิทยากรในยุคโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ: ลินคอร์น โปรโมชัน.
- รัชดา เลิศไพฑูย์สาคร. (2544). *ศึกษาความต้องการแรงงานของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างในจังหวัดสระแก้ว*. งานนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิบูลย์ บุญธโรกุล. (2545). *คู่มือวิทยากรและผู้จัดการฝึกอบรม*. กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์.
- ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สถาบันเครือข่ายของกระทรวงอุตสาหกรรม. (2564). *รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ประจำปีเดือนกุมภาพันธ์ 2564 (ข้อมูลเดือนธันวาคม 2563)*. ค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2565 จาก <https://www.mreport.co.th/news/statistic-and-ranking/314-electronics-industry-2021-February>.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2561). *เอกสารวิชาการการบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวในประเทศไทย*. สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, ธันวาคม 2561.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2562). *สรุปแนวนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของคณะกรรมการการอุตสาหกรรม*. กลุ่มงานคณะกรรมการการอุตสาหกรรม สำนักกรรมการ 1 สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). *ยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สาขาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์/เครื่องใช้ไฟฟ้าอัจฉริยะ*. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรสา ธรรมสร่างกูร. (2552). *อิทธิพลของแรงงานต่างด้าวต่อผลผลิตภาพการทำงานก่อสร้างอาคาร: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย*. การศึกษาอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อาณัติชัย วาสประเสริฐสุข, สุทนต์ศรีไสย์ และจินต์ วิชาตะกัลส (2558). การพัฒนาสมรรถนะแรงงานข้ามชาติในภาคอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกของประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์*, 10(1), 61-78.
- Dessler, G. (1999). *A framework for Human Resource Management*. 2nd ed.. Upper Saddle River, N.J.: Prentice-hall.

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้นโยบาย สภาพแวดล้อมภายนอก การมีส่วนร่วม และผลการดำเนินงานของสถานประกอบการท่องเที่ยว ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต

The Causal Relationship Model between Policy Perceptions, External Environment Factors, Participation, and the Business performance of Tourism Enterprises in the Old Town Tourism Development Area

Received 25 September 2022

Revised 26 September 2022

Accepted 27 September 2022

ชนม์ชนก ภัทรศรีชล และสุชาติ ปรัถยานนท์

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Chonchanok Pattharasrichon and Suchart Prukthayanon

Bangkok Thonburi University

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ผลกระทบ ผลประโยชน์ และสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต กลุ่มตัวอย่างคือประชาชนในพื้นที่จังหวัดน่าน พะเยาแพร่ และอุตรดิตถ์ จังหวัดละ 100 คน รวม 400 คนเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS for windows และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการจำนวนจังหวัดละ 10 คน รวม 40 คน ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้นโยบายเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตมีค่าเฉลี่ยระดับน้อย ความคิดเห็นต่อผลกระทบและผลประโยชน์ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าประชาชนเขตพัฒนาเมืองเก่ามีชีวิตมีการรับรู้นโยบายแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีความคิดเห็นผลกระทบและผลประโยชน์ต่อผลการดำเนินงานธุรกิจท่องเที่ยวเขตพัฒนาเมืองเก่ามีชีวิตแตกต่างกันในด้านการเงิน ด้านการท่องเที่ยว ที่ระดับนัยความสำคัญ 0.05 แต่ไม่แตกต่างกันในด้านกระบวนการ ด้านการเรียนรู้พัฒนา ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในเขตพื้นที่การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตมีอิทธิพลต่อผลกระทบและผลประโยชน์ต่อผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว พบว่ามีความแตกต่างกันในด้านเศรษฐกิจและแรงงาน สังคมและวัฒนธรรม ที่นัยความสำคัญ 0.05 แต่ไม่แตกต่างในด้านความมั่นคงและปลอดภัย สิ่งแวดล้อมและอนามัย ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ต้องการรับรู้ข้อมูลที่ชัดเจนรวมถึงผลกระทบและผลประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงานพัฒนาเมืองเก่ามีชีวิต

คำสำคัญ : การรับรู้, ผลกระทบ, สภาพแวดล้อม, การพัฒนา, เขตท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต

Abstract

The purpose of this research was to study the relationship between perceptions, impacts, benefits, and the environment influencing the performance of tourism businesses in the Old City Tourism Development Area. The sample was 100 people in Nan, Phayao, Phrae, and Uttaradit areas in each province, a total of 400 people. Data were collected by using a questionnaire, data analysis using SPSS for windows program, and in-depth interviews with 10 entrepreneurs per province, totaling 40 people. The results showed that the perception of the policy of the old town tourism development area was at a low average level. The opinions on impacts and benefits in the Old Town Living Tourism Development Area were averaged at a moderate level. hypothesis test results It was found that the people in the Old City Development Area had different perceptions of the policy at the significance level of 0.05. There are different opinions on the impact and benefits on the performance of tourism business in the Old City Development Area in terms of finance. tourism at the significance level of 0.05, but did not differ in process. learning development Environmental factors in the area of tourism development in the living old town influence the impact and benefits on tourism operators. It was found that there were differences in economy and labor. society and culture at significance 0.05 but not different in terms of security and safety Environment and Hygiene in-depth interview results It was found that the interviewees wanted to be aware of the clear policies including the environmental impacts and benefits from the implementation of the development of the Living Old City.

Keywords : Recognition, Effect, Environment, Development, The Living Old City

บทนำ

เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตามแนวทางการพัฒนาเขตการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต ทำให้ประชาชนรับรู้ผลประโยชน์และผลกระทบในการพัฒนาของภาครัฐด้านการท่องเที่ยวสู่ชุมชนตามสภาพแวดล้อมเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผลประโยชน์ของธุรกิจท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต เพิ่มรายได้ สร้างอาชีพสร้างงานทำให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวมมีการขยายตัวสูงขึ้น จึงได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ นโยบาย ผลกระทบ ผลประโยชน์และสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต ซึ่งเป็นการศึกษาถึงด้านการรับรู้ นโยบาย ด้านการท่องเที่ยวตามแนวทางการพัฒนาสภาพแวดล้อมการท่องเที่ยวกลุ่มเมืองเก่ามีชีวิต ผลกระทบและประโยชน์ต่อวิถีชีวิตของผู้คนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต ปัญหาอุปสรรคตลอดจนข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการพัฒนาการท่องเที่ยว

เมืองเก่ามีชีวิต งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยว ต่อประชาชนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตสำหรับการปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ด้านการค้าการลงทุน ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านสาธารณสุข โภค ด้านการเดินทางของคนเข้ามาในเขตพัฒนาเขตการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมอนามัย หรืออื่น ๆ ที่เปลี่ยนไปในชุมชนและท้องถิ่นเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตภายใต้การฟื้นฟูประเทศในยุคระบาดโรค COVID-19 และเป็นประโยชน์สำหรับบุคคลที่สนใจ หรือเพื่อนำไปทำการศึกษาต่อเพิ่มเติม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวเขตพัฒนาเมืองเก่ามีชีวิต
2. เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องกับข้อมูลผลการดำเนินงานของรูปแบบเชิงสมมติฐานการรับรู้ผลกระทบและผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวและประชาชนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์นำรูปแบบจำลองที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเขตพัฒนาเมืองเก่ามีชีวิต ให้เหมาะสมและเพิ่มผลประกอบการของธุรกิจการท่องเที่ยว

สมมติฐาน

1. การรับรู้ของประชาชนและผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลกระทบและผลประโยชน์ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต
2. สภาพแวดล้อมในเขตพื้นที่การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตมีอิทธิพลต่อผลกระทบและผลประโยชน์ต่อผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว
3. การรับรู้ของประชาชนและผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต
4. ผลกระทบและผลประโยชน์ของประชาชนและผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต
5. สภาพแวดล้อมในเขตพัฒนาพื้นที่การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผลจากการศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการประกอบการของธุรกิจท่องเที่ยวเขตพัฒนาเมืองเก่ามีชีวิตนำไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

2. ผลจากการศึกษาผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องกับข้อมูลผลการดำเนินงานของรูปแบบเชิงสมมติฐานการรับรู้ ผลกระทบและผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวและประชาชนในเขตการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตรูปแบบไปใช้เพื่อให้ตรงกับความต้องการของประชาชน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

3. ผลจากการศึกษาการนำรูปแบบจำลองที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเขตการพัฒนาเมืองเก่ามีชีวิตรูปแบบไปใช้ให้เหมาะสมและเพิ่มผลประโยชน์ของการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อไปใช้ในการพัฒนากระบวนการธุรกิจการท่องเที่ยว

บททวนวรรณกรรม

กฤษดา ชูอารักษ์ (2552) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาบ้านหลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นว่า ปัจจัยทางการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ คือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความเห็นว่าปัจจัยทางการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจมาเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่คือ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต ส่วนในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศพบว่าการบอกต่อจากคนใกล้ชิด คนรู้จัก และ อินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลมากที่สุด ในด้านค่าครองชีพและงบประมาณในการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลมากที่สุด ส่วนในด้านความน่าสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างประเทศมีความเห็นว่ายังไม่แน่ใจ และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความเห็นว่า สถานการณ์ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ค่อนข้างชะลอตัวเนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจ และปัญหา ทางการเมือง โดยเล็งเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีความสำคัญมากขึ้น สำหรับการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าควรจะต้องจัดขึ้นในรูปแบบของโฮมสเตย์ และต้องอาศัย การสนับสนุนจากภาครัฐ สำหรับความเห็นของผู้นำชุมชนบ้านหลวงเหนือมีความคิดเห็นสอดคล้อง กับผู้ประกอบการ อีกทั้งยังพบปัญหา 3 ส่วน คือ 1. ปัญหาภายนอกชุมชนได้แก่ ปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาการเมือง 2. ปัญหาภายในชุมชน เช่น การขาดความเข้มแข็งของชุมชนในเรื่องวัฒนธรรม ท้องถิ่น ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรและภาษาอังกฤษ เป็นต้น 3. ปัญหาจากภาครัฐ คือ การขาดการสนับสนุนที่ดีจากภาครัฐเท่าที่ควร สำหรับผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถ แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ ผลกระทบด้านบวกทำให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชน ไม่ว่าจะเป็น รายได้ การประชาสัมพันธ์ ชุมชน ส่วนผลกระทบด้านลบคือ อาจเกิดปัญหาด้านอาชญากรรม ยาเสพติด และโรคระบาด เป็นต้น แนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านหลวง เหนือคือ การพัฒนารูปแบบของโฮมสเตย์ และการสร้างแหล่งความรู้ชุมชน

ชนิสรา กุลสันติวงศ์ (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ความปลอดภัยด้านภัยธรรมชาติ สุขอนามัย และโรคระบาด ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยความปลอดภัยด้านอาชญากรรมทางร่างกาย ทรัพย์สิน และอุบัติเหตุไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหลังโรคระบาดโควิด-19

วงศ์ปัญญา นวนแก้ว, ปรัชญา นวนแก้ว, ณัฐฉิพร พรหมเทียน, ณัฏพล ปานงาม และวันชัย เหมือนหม้อ (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวในภาคเหนือของประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาในภาคเหนือของประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 20-29 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน จำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่าง 1-5 คน ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (เฉลี่ย/ครั้ง/คน) ประมาณ 501-1,000 บาท และทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาในภาคเหนือของประเทศไทย ส่วนใหญ่มีระดับทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($X = 4.17$) ในปัจจัยสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม รองลงมาคือ สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง สถานที่ท่องเที่ยวมีความสงบ รื่นรมย์ ผ่อนคลายจิตใจ สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเหมาะสม ค่ำค่า สถานที่ท่องเที่ยวมีสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด สถานที่ท่องเที่ยวได้รับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม และการบริการให้คำแนะนำหรือข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวตามลำดับ

Cai, Li (2559) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง Local perceptions on the impact of tourism development on Bai culture in Dali old town of Dali Bai autonomous prefecture, Yunnan, China (การรับรู้ของท้องถิ่นต่อผลกระทบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อวัฒนธรรมชาวป๋ายในเขตเมืองเก่ามณฑลปกครองตนเองต้าหลี่เป่, ยูนนาน, ประเทศจีน) พบว่า เป็นการศึกษาเพื่อสำรวจความรู้สึกส่วนตัวของคนท้องถิ่นเกี่ยวกับผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรมชาวป๋าย (BAI) ในเมืองเก่าต้าหลี่ (DALI) ในเขตปกครองตนเองต้าหลี่ มณฑลยูนนาน ประเทศจีน จุดประสงค์ในด้านค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้คือ 1. เพื่อวิเคราะห์การส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐบาล และเพื่อตรวจสอบแหล่งดึงดูดการท่องเที่ยวหลักในเมืองต้าหลี่ มณฑลยูนนาน ประเทศจีน 2. เพื่ออภิปรายหรือ เกี่ยวกับวัฒนธรรมชาวป๋าย อันเป็น ประเพณีหลักในเมืองเก่าต้าหลี่และการวิเคราะห์ผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเมื่อเร็ว ๆ นี้ และ 3. การสำรวจทัศนคติความรู้สึกของผู้น้อยถิ่นในเมืองเก่าต้าหลี่ในเรื่องของผลกระทบดังกล่าวข้างต้น การศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการโดยวิธีสัมภาษณ์ประชาชนท้องถิ่น 40 คนด้วยกันในเมืองเก่าต้าหลี่ในเดือนมิถุนายน 2548 ได้มีการสัมภาษณ์ชาวป๋าย 20 คน และชาวจีนเชื้อสายฮั่น (HAN) 20 คน (จีนกลุ่มใหญ่) จากอาชีพต่างๆ เช่น ผู้จัดการ ข้าราชการ พยาบาล ทนายความ อัยการ อาชีพส่วนตัว เกษตรกร นักศึกษาแม่บ้าน นักธุรกิจ คนงาน ครู เป็นต้น ต้าหลี่เป็นเขตปกครองตนเองของชาวป๋ายเพียงแห่งเดียวในประเทศจีน และมีประชาชนชาวป๋ายมากกว่า หนึ่งล้านคนจากการที่มีแนวโน้มระดับชาติและระดับจังหวัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 ในต้าหลี่ จึงได้รับการมุ่งเน้นในกิจการที่เป็น “ตัวกำเนิด” เศรษฐกิจหลักจากรัฐบาล นอกเหนือจากเสน่ห์ดึงดูดตามธรรมชาติ และทางประวัติศาสตร์แล้ว สถานที่ตั้งที่ดี และภูมิอากาศอันน่ารื่นรมย์แล้ว มรดกทางสังคม วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมที่เป็นเอกลักษณ์ งานศิลปะ ลักษณะนิสัยและแง่มุมอื่น ๆ ของวิถีชีวิตชาวป๋ายยังถูกนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอีกด้วย เนื่องจากการพัฒนาที่

ค่อนข้างเร็วในตำหลี การท่องเที่ยวมีอิทธิพลอย่างมากในทางบวก อาทิเช่น ภาพลักษณ์ที่เป็นที่แพร่หลายมากขึ้นของภูมิภาคตำหลี ชาวไปและวัฒนธรรม การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับมหภาค มีการส่งเสริมให้เกิดการฟื้นฟูและประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมชาวไป ในขณะที่เดียวกันก็ยังมีผลกระทบทางด้านลบเช่น การพัฒนาที่ไม่เท่าเทียม และการสร้างวัฒนธรรมชาวไปขึ้นมาใหม่ซึ่งบางส่วนไม่ใช่วัฒนธรรมดั้งเดิม ก็ยังคงเกิดขึ้นควบคู่ไปกับผลกระทบด้านดี ข้อโต้เถียงเชิงการศึกษาในเรื่องของอิทธิพลของผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวนี้ มีทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการโต้แย้ง หากเหตุผลเป็นเรื่องของสถานที่ที่ชนกลุ่มน้อยตั้งรกรากอยู่ ตามการค้นคว้าวิจัยต่าง ๆ การท่องเที่ยวโดยปกติแล้วจะมีอิทธิพลในทางบวกต่อการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น แต่ส่วนใหญ่จะมีผลกระทบในทางลบต่อวัฒนธรรมชนกลุ่มน้อย และเอกลักษณ์ทางสังคมของชนกลุ่มน้อยดังกล่าว อย่างไรก็ตาม การสัมภาษณ์ชนท้องถิ่นแสดงให้เห็นว่า ชนท้องถิ่นรวมทั้ง ชนกลุ่มน้อยชาวไปมีทัศนคติในทางบวกเกี่ยวกับการพัฒนา

Danxin Liu (2019) The relationship between potential Chinese tourists' motivation, exposure to eWOM and intention to travel to Thailand (ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจีน การเปิดรับการสื่อสารแบบบอกต่อผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และความตั้งใจเดินทางมาประเทศไทย) ผลของการวิจัยนำเสนอให้เห็นว่า แรงจูงใจภายในที่ทำให้สนใจเดินทางไปประเทศไทยคือ การได้รับความรู้ ส่วนแรงจูงใจภายนอกคือ โปรโมชั่น นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อแบบบอกต่อผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดจากผู้ที่ไม่ได้มีความใกล้ชิด และกลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจเดินทางไปประเทศไทยด้วยทัศนคติที่ดีต่อการเดินทางไปประเทศไทย ทั้งนี้ การวิจัยบ่งบอกว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกับการเปิดรับการสื่อสารแบบบอกต่อผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ($r = 0.721$) และมีความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับการสื่อสารแบบบอกต่อผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์กับความตั้งใจเดินทาง ($r = 0.720$)

Wucaihong Huang (2563) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง What is the impact of tourism infrastructure development on the international tourism inflow in Thailand during 2008 to 2019? (การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของการท่องเที่ยวส่งผลต่อการมาของนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2551-2562 หรือไม่) พบว่า ผลการวิจัยที่สำคัญของการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานด้านไอซีที และโครงสร้างพื้นฐานทางการแพทย์ มีผลกระทบเชิงบวกต่อการไหลเข้าของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทยระหว่างปี 2551 ถึง พ.ศ. 2562 โดยใช้แบบจำลองแรงโน้มถ่วงแบบขยาย ดังนั้นนักวางแผนการท่องเที่ยวควรส่งเสริม ICT การพัฒนาการขนส่งและการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในการวางแผนนโยบาย ผู้กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวในประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการวางแผนระยะยาวและรับเงินกู้เพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจากสถาบันระหว่างประเทศ ในขณะเดียวกันรัฐบาลไทยควรส่งเสริมให้เอกชนเข้าร่วมโครงการระดับชาติเพื่อเร่งรัดการก่อสร้าง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือประชาชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจด้านการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ได้แก่ ธุรกิจที่พักแรม เช่นโรงแรม รีสอร์ท บ้านพักรูปแบบโฮมสเตย์ เป็นต้น ธุรกิจด้านผู้ให้บริการนำเที่ยวได้แก่ไกด์ ผู้นำท้องถิ่น ธุรกิจด้านการขนส่ง เช่น การเช่ารถ รวมถึงธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่มของจังหวัดในกลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต 4 จังหวัด ได้แก่ประชากรจังหวัดน่าน จำนวน 478,355 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดน่าน, 2564) ประชากรจังหวัดพะเยา จำนวน 470,045 (สำนักงานการเลือกตั้งจังหวัดพะเยา, 2564) ประชากรจังหวัดแพร่ จำนวน 437,047 คน (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดแพร่, 2564) และประชากรจังหวัดอุตรดิตถ์ จำนวน 462,618 คน (สำนักงานการเลือกตั้งจังหวัดอุตรดิตถ์, 2564) และ กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) เชิงคุณภาพโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตจังหวัดละ 10 ตัวอย่างรวม 40 ตัวอย่าง 2) เชิงปริมาณ โดยวิธีการใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด (Yamane, 1973) โดยแบ่งการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างออกเป็นจังหวัดละ 100 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงโดยกลุ่มเป้าหมายที่จะศึกษาโดยการใช้แบบสอบถามได้แก่ประชาชนที่มีลักษณะอาชีพแตกต่างกัน เช่น กลุ่มข้าราชการ พนักงานของภาครัฐตามสถานที่ราชการ เช่น สำนักงานท่องเที่ยว โรงเรียน หน่วยงานส่งเสริมการลงทุน อุตสาหกรรมจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ที่ทำการกำนันผู้ใหญ่บ้าน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ และสำหรับในส่วนของภาคเอกชนจะทำการศึกษาที่เป็นผู้ประกอบการทุกระดับทั้งหน่วยงานที่เป็นนิติบุคคลและกิจการเจ้าของคนเดียว บริษัท ห้าง ร้าน พ่อค้า แม่ค้า ตลอดจนนักเรียนนักศึกษาประชาชนผู้ที่อยู่ในพื้นที่การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่สามารถสื่อสารด้วยคำพูด การฟัง การอ่านและการเขียนภาษาไทยและภาษาถิ่นเขตพัฒนาพื้นที่เมืองเก่ามีชีวิตได้อย่างเข้าใจ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจประชาชน ผู้ประกอบการในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต

ประชาชน	สัดส่วน (%)	จำนวนแบบสอบถาม (ชุด)
จังหวัดน่าน	25	100
จังหวัดแพร่	25	100
จังหวัดพะเยา	25	100
จังหวัดอุตรดิตถ์	25	100
รวม	100	400

ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าผู้วิจัยได้มีการลำดับขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ซึ่งมีขั้นตอน คือ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive/Judgmental Sampling)

ในการเก็บข้อมูล ที่เป็นประชาชน ผู้ประกอบการในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเมืงแกมีชีวิต คือจะเก็บกลุ่มตัวอย่าง 4 จังหวัด ๆ ละ 100 ตัวอย่าง

เครื่องมือในการวิจัย

1. ผู้วิจัยทำการศึกษาจากเอกสาร บทความ ทฤษฎี และหลักการ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือวิจัย ให้มีความครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม และทำการตรวจสอบว่าแบบสอบถามมีความครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ร่างได้มาทำการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ พร้อมทั้งพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาความถูกต้องของการใช้สำนวนและภาษา ความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามและวัตถุประสงค์ในการวิจัย และขอคำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุง จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญมาใช้ในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency หรือ IOC) โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ให้คะแนน	+1	หมายถึงแน่ใจว่าข้อความสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา
ให้คะแนน	0	หมายถึงไม่แน่ใจว่าข้อความสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา
ให้คะแนน	-1	หมายถึงแน่ใจว่าข้อความไม่สอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษา

จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ ทำการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามและวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยคำนวณจากสูตร ดังนี้

IOC	=	$\sum R/N$
$\sum R$	=	ผลรวมของคะแนนในการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
N	=	จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้นำมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา โดยพิจารณาความสมบูรณ์ของแบบสอบถามอีกครั้ง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาดำเนินการทดสอบความเชื่อมั่น (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวนจากจังหวัดละ 10 ชุดรวม 40 ชุด
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ทำการเก็บรวบรวม มาทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Analysis)
6. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอต่อกรรมการจริยธรรมเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม
7. ผู้วิจัยทำการปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา
8. ผู้วิจัยดำเนินการนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเมืงแกมีชีวิต ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไปสามารถสื่อสารการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียนภาษาไทยและภาษาถิ่นของจังหวัดน่าน แพร่ พะเยาและอุตรดิตถ์ ได้อย่างเข้าใจได้ จำนวน 400 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นวิธีการทางสถิติขั้นตอนแรกของกระบวนการพัฒนาโมเดลสมการกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structural Equations Modeling: SEM) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor

Analysis: EFA) เป็นวิธีการทางสถิติที่พยายามจัดกลุ่มตัวแปรที่มีมาตรการวัดอยู่ในมาตราอัตราภาค (Interval Scale) หรือมาตราอัตราส่วน (Ratio Scale) ที่มีลักษณะสัมพันธ์กันจัดเข้าไว้ในกลุ่มเดียวกัน ส่วนตัวแปรใดที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มใดได้ก็จะต้องตัดทิ้งออกไปจากการวิจัยนั้น (ที่มีค่าความสัมพันธ์น้อยกว่า ± 0.05) มีลักษณะเป็นการวิเคราะห์แบบหลายตัวแปรในคราวเดียว (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552)

1) การวิเคราะห์ปัจจัย Factor Analysis ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix) ของตัวแปรแต่ละคู่ ด้วยสถิติ KMO (Kaiser-Meier-Olkin) และ Bartlett's test of sphericity ดังนี้

$$\text{สูตร KMO} = \frac{\sum r_i^2}{\sum r_i^2 + \sum (\text{partial correlation})^2}$$

กำหนดสูตรให้ r คือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

$$0 \leq \text{KMO} \leq 1$$

ถ้า KMO มีค่ามาก (เข้าสู่ 1) แสดงว่า สามารถใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยได้
ในการแบ่งกลุ่มตัวแปรได้

ถ้า KMO มีค่าน้อย (เข้าสู่ 0) แสดงว่า ไม่สมควรนำเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยมาใช้

ส่วน Bartlett's test of sphericity เป็นสถิติที่มีการแจกแจง โดยประมาณแบบไค-สแควร์ (Chi-Square: χ^2) ถ้า χ^2 มีค่ามาก หรือ Significance การทดสอบต่ำกว่าระดับนัยสำคัญ (α) ที่กำหนด จะปฏิเสธ H_0 (หรือ ยอมรับ H_1) นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน

2) ทำการวิเคราะห์ปัจจัยโดยการสกัดปัจจัย (Extraction) ใช้วิธีสกัดปัจจัยแบบ Principal Component Analysis (PCA) เป็นวิธีที่นิยมใช้มากที่สุด ใช้ค่า Eigen values มากกว่า 1 หมุนแกนสูงสุด 25 รอบ แล้วได้ค่า Factor loading

3) ทำการจัดตัวแปรให้อยู่ในปัจจัยต่าง ๆ โดยพิจารณาจากค่า Factor loading ถ้าค่า Factor loading ของตัวแปรใดมีค่ามาก (เข้าสู่ +1 หรือ 1) จะจัดตัวแปรนั้นให้อยู่ในปัจจัยเดียวกัน แต่ถ้า Factor loading มีค่ากลาง ๆ เช่น 4 หรือ 5 ทำให้ไม่สามารถตัดสินใจได้จะดำเนินหมุนแกนปัจจัย Factor Rotation

4) การหมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยเลือกวิธี Varimax เนื่องจากส่วนใหญ่ นิยมใช้เป็นการหมุนแล้วยังคงทำให้ปัจจัยยังคงตั้งฉากกันหรือเป็นอิสระกัน

5) แล้วนำมาสร้างเป็นปัจจัยใหม่ แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ผลกระทบ ผลประโยชน์และสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวเขตพัฒนาเมืองเก่ามีชีวิตโดยภาพรวม

สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
1. ด้านการเงิน	3.97	0.85	มาก	1
2. ด้านการท่องเที่ยว	3.64	0.93	มาก	2
3. ด้านกระบวนการ	3.64	0.90	มาก	3
4. ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา	3.61	0.94	มาก	4
รวม (n = 400)	3.71	0.70	มาก	

ตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวเขตพัฒนาเมืองเก่ามีชีวิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือด้านการเงิน ด้านการท่องเที่ยว ด้านกระบวนการด้านการเรียนรู้และพัฒนาตามลำดับ

ตารางที่ 3 ระดับการวิเคราะห์ความสอดคล้องกับข้อมูลผลการดำเนินงานของรูปแบบเชิงสมมติฐานการรับรู้ผลกระทบและผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวและประชาชนในเขตการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต

สิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
1. ระดับการได้รับข้อมูลข่าวสารในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต	1.93	0.93	น้อย	1
2. ระดับการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและวัตถุประสงค์การพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต	1.85	0.85	น้อย	2
3.ระดับการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดเขตพื้นที่การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต	1.81	0.90	น้อย	4
4.ระดับการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแต่ละเขตพื้นที่การท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต	1.79	0.86	น้อย	5
5.ระดับการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบ/ผลประโยชน์จากการพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต	1.81	0.90	น้อย	3
รวม n = (400)	1.84	0.84	น้อย	

ตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าระดับการวิเคราะห์ความสอดคล้องกับข้อมูลผลการดำเนินงานของรูปแบบเชิงสมมติฐานการรับรู้ ผลกระทบและผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวและประชาชนในเขตการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตภาพรวมอยู่ในระดับน้อยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือระดับการได้รับข้อมูลข่าวสารในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต ระดับการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและวัตถุประสงค์การพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต ระดับการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบ/ผลประโยชน์จากการพัฒนาพื้นที่การท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต ระดับการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดเขตพื้นที่การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต ระดับการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแต่ละเขตพื้นที่การท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตตามลำดับ

ตารางที่ 4 ระดับการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อผลกระทบและผลประโยชน์จากการพัฒนาพื้นที่เขตการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตประชาชนในพื้นที่

การรับรู้ผลประโยชน์และผลกระทบ	$\bar{X}$	SD	ระดับ ความคิดเห็น	อันดับ
1.ด้านเศรษฐกิจและแรงงาน	4.06	0.65	มาก	1
2.ด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.71	0.70	มาก	3
3.ด้านความมั่นคงและความปลอดภัย	3.70	0.81	มาก	4
4.ด้านสิ่งแวดล้อมและอนามัย	3.85	0.74	มาก	2
รวม n = (400)	3.83	0.56	มาก	

ตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อผลกระทบและผลประโยชน์จากการพัฒนาพื้นที่เขตการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตประชาชนในพื้นที่ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านเศรษฐกิจและแรงงาน ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านความมั่นคงและความปลอดภัย ด้านสิ่งแวดล้อมและอนามัยตามลำดับ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การหาความสัมพันธ์ Enter multiple linear regression analysis

Model	Unstandardize coefficients		Standardized coefficieonts	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std.Error	Beta				
ค่าคงที่	2.49	0.10		25.16	0.00**		
การรับรู้เขตการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต	0.62	0.05	0.54	12.68	0.00**	1.00	1.00
R	0.54						
R Square	0.29						

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การหาความสัมพันธ์ Enter multiple linear regression analysis

Model	Unstandardize coefficients		Standardized coefficient	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
Adjusted R Square	0.29						
R-ratio	160.78	(0.00**)					
Durbin-Watson	1.04						

ตัวแปรตาม คือ การดำเนินงานของประชาชนในเขตพัฒนาเมืองเก่ามีชีวิต

* P-value < 0.05, **P-value < 0.01

ตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าเพื่อศึกษาความสัมพันธ์นำรูปแบบจำลองที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเขตการพัฒนาเมืองเก่ามีชีวิต ให้เหมาะสมและเพิ่มผลประกอบการของธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่าภาพรวมปัจจัยด้านการรับรู้นโยบายไม่เกิดปัญหา Multicollinearity เนื่องจากค่า Tolerance ของตัวแปร มีค่า 1.00 ซึ่งมากกว่า 0.1 และค่า VIF ของตัวแปร มีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันจึงแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ ปัจจัยด้านการรับรู้การท่องเที่ยวยของประชาชนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต และตัวแปรตาม ผลการดำเนินงานของประชาชนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตมีความสัมพันธ์กัน มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R Square) เท่ากับ 0.29 พบว่าการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานของประชาชนในพื้นที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านการรับรู้ในการพัฒนาเขตการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต ร้อยละ 29 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับปรับแล้ว (Adjusted R Square) เท่ากับ 0.29 ทดสอบค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.04 ค่าสถิติทดสอบ F ปรากฏว่าค่า Sig. = 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.05 แสดงว่ามีตัวแปรต้น ปัจจัยด้านการรับรู้ อย่างน้อย 1 ตัวที่สามารถทำนายผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามผลการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ผลกระทบ ผลประโยชน์และสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการ

จากการศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ผลกระทบ ผลประโยชน์และสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตด้านการรับรู้พบว่าไม่ทราบในการพัฒนาพื้นที่อย่างแน่นอนและจะพัฒนาอย่างต่อเนื่องจริงหรือไม่ การสนับสนุนเป็นไปในทิศทางใด มีความต้องการให้ส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเงิน การเดินทางที่สะดวก การฝึกพัฒนารูปแบบที่พักและบริการ จากผลการศึกษาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรติดตามข่าวสารจากทางภาครัฐไม่ว่าจะเป็นส่วนกลาง ส่วนภูมิภาคหรือส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องถึงแนวทางการพัฒนาพื้นที่เขตการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตเพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและพัฒนาวิธีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตน

2. ผู้ประกอบการควรจะต้องศึกษาผลประโยชน์หรือผลกระทบด้านเศรษฐกิจและแรงงาน ด้านการค้าขายแดนด้านกฎหมายและแหล่งเงินทุนในพื้นที่พัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตด้วยความรอบคอบเหมาะสมกับการดำเนินงานของตน

3. ผู้ประกอบการควรศึกษาด้านการเข้าถึงพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวของตนทั้งในด้านการขนส่งสินค้า การเดินทางของนักท่องเที่ยว อันตรายจากการเดินทางท่องเที่ยว ระบบสาธารณูปโภคเพื่อเป็นพื้นฐานและประหยัดต้นทุนในการดำเนินงานด้านธุรกิจการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะสำหรับประชาชน

จากการศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ผลกระทบ ผลประโยชน์และสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตด้านการรับรู้พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแต่ละพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตอยู่ในเกณฑ์น้อย ผลการวิเคราะห์ด้านผลประโยชน์และผลกระทบพบว่าด้านการเงินมากที่สุด จากผลการศึกษาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ประชาชนควรติดตามข่าวสารเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเขตการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตเพื่อเป็นการปรับตัวและวางแผนในการดำเนินชีวิตให้ทันกับการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐ ควรฝึกฝนตนเองในด้านฝีมือในการผลิตสินค้าของฝากที่ระลึกและบริการและการทันต่อเทคโนโลยีการสื่อสารด้านการตลาดและการท่องเที่ยว

2. ประชาชนควรทำตัวเป็นเจ้าของบ้าน เป็นแบบอย่างที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวอันจะนำมาสู่ความประทับใจในชุมชน งดเว้นสิ่งผิดกฎหมายทุกประเภทในพื้นที่เพื่อเป็นการลดอาชญากรรมในท้องถิ่นและพื้นที่พัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต

ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ

จากการศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ผลกระทบ ผลประโยชน์และสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต จากผลการศึกษาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต ควรให้ข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว

2. หน่วยงานภาครัฐและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต ควรปรับปรุงในเรื่องระบบสาธารณูปโภค การคมนาคม การพัฒนาฝีมือ การส่งเสริมอนุรักษ์ความเป็นท้องถิ่น

3. หน่วยงานภาครัฐและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต ควรสนับสนุนให้มีแหล่งเงินทุนสำหรับการพัฒนา ปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว การให้ความรู้ด้านกฎหมายเพื่อลดความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชนในพื้นที่ นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

พื้นที่การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตประกอบไปด้วยจังหวัดทางภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดน่าน แพร่ พะเยา และอุตรดิตถ์ เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านภูมิประเทศที่สวยงาม เป็นแหล่งอารยธรรมเมืองเก่าล้านนา และท่องเที่ยวธรรมชาติและโบราณสถาน โบราณวัตถุ เอกหลักฐานที่โดดเด่นเรื่องการแต่งกาย ภาษาถิ่น และบ้านเรือนที่อยู่อาศัยและอาหารพื้นบ้าน จึงมีความเหมาะสมอย่างยิ่งที่รัฐประกาศให้เป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบของเมืองเก่ามีชีวิต เพื่อเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่นให้มีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

งานวิจัย เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ผลกระทบ ผลประโยชน์และสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต การวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาวิจัยประกอบด้วยประชาชนและผู้ประกอบการทั้งสี่จังหวัดเพื่อให้มีความสอดคล้องและการรองกับการเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจหลังยุคการแพร่ระบาด COVID-19 และการเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนและเวทีการท่องเที่ยวระดับโลกเพื่อทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการและประชาชน

การศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอให้มีการศึกษางานวิจัยนี้ซ้ำอีกครั้ง โดยใช้ตัวแปรเดิมในการศึกษาวิจัย แตกต่างกันที่ระยะเวลา และเสนอให้มีการศึกษาเฉพาะกลุ่มประชากรในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะ เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการของประชาชนโดยรวมของพื้นที่การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิต พื้นที่จัดตั้งตามประกาศของรัฐว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ หรือเขตพื้นที่ประชาชนเจ้าของพื้นที่เห็นสมควรให้เป็นเขตการพัฒนาการท่องเที่ยวพิเศษรูปแบบเมืองเก่ามีชีวิตเพื่อการพัฒนาอย่างแท้จริง และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง และรวมถึงแนะนำให้มีการศึกษาวิจัยถึงความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเมืองเก่ามีชีวิตกับพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภูมิภาคทางภาคเหนือว่ามีความสัมพันธ์กันด้านใด ความต้องการของประชาชนและผู้ประกอบการในการให้บริการรูปแบบการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวอันจะเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนต่อประชาชน ต่อนักท่องเที่ยว และผู้สนใจนำไปวิเคราะห์ในการดำเนินกิจการหรือประโยชน์ด้านอื่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2522). พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ เล่มที่ 96 ตอนที่ 72 สืบค้น 12 กรกฎาคม 2565, จาก http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2564/E/314/T_0005.PDF
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตามภูมิภาคที่เดินทางเข้าประเทศไทย, สืบค้น 12 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.mots.go.th/news/category/656>
- ณิชา พิชัยวรุฒมะ, อมราวดี บุญเรือง และ สุขุมล กล้าแสงใส. (2564). รูปแบบการท่องเที่ยวภายในประเทศ หลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (รายงานผลการวิจัย). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

- ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2564). รูปแบบการท่องเที่ยวหรือเทรนด์ท่องเที่ยวไทยภายหลังสถานการณ์ COVID – 19, สืบค้น 12 กรกฎาคม 2565, จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-1/6114993619.pdf>
- บรรยงค์ โตจินดา. (2543). ความหมายของการรับรู้. สืบค้น 21 กรกฎาคม 2565, จาก <http://dspace.bru.ac.th/>
- ประภัสสร เทพชาตรี. (2541). ความหมายของความมั่นคงแห่งชาติ. สืบค้น 1 สิงหาคม 2565, จาก <https://ndsi.rtarf.mi.th/download/ndsi-edu/books/Military-Science-54/chapter2.pdf>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2564). ภาพรวมเศรษฐกิจของจังหวัดน่าน. สืบค้น 1 สิงหาคม 2565, จาก <https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=index>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดแพร่, สืบค้น 1 สิงหาคม 2565, จาก <https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=index>
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดพะเยา. (2564). สถิติการค้าชายแดนไทยจังหวัดพะเยา – สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว, สืบค้น 1 สิงหาคม 2565, จาก <https://www.dit.go.th/region/PHAYAO/Content?id=285>
- เสถียร เหลืองอร่าม (2527), หน้า 1 อ้างอิงใน อุษา เพชรยิ้ม, (2542) ความหมายของผลกระทบ. สืบค้น 5 สิงหาคม 2565, จาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcims/files/54930534/chapter2.pdf
- สุธรรม รัตนโชติ. (2553). ทฤษฎีด้านการรับรู้. สืบค้น 5 สิงหาคม 2565, จาก http://www.dsdw2016.dsdw.go.th/doc_pr/ndc_2559-2560/PDF/wpa_8079pdf
- อัจฉริยา ปราบอริพ่าย. (2547). การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ.
- อารี สุทธิบุญ (2540), อ้างอิงจาก Swan & Step, 1974, pp. (56-62), ความคิดที่สำคัญของสิ่งแวดล้อม.
- ประชาชาติธุรกิจ. (29 พฤศจิกายน 2563). ททท.มองข้ามชอต “เที่ยวไทย” คาดฟื้นปี’65-รายได้ดีดกลับ 2.5 ล้านล้าน. เข้าถึงได้จาก ประชาชาติธุรกิจ: <https://www.prachachat.net/tourism/news-563626>

แนวทางในการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออก

The development of public service innovation health care for elderly in eastern Thai local administration

Received 8 September 2022

Revised 9 September 2022

Accepted 29 September 2022

ณัฐพงศ์ เลิศศรีสุวัฒนา¹, ชนิสรา แก้วสวรรค์¹, และธีทัต ตริศิริโชติ²

มหาวิทยาลัยบูรพา¹

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี²

Burapha University¹

Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Thailand²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือ กลุ่มผู้บริหารในการจัดบริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุ กลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุ โดยเป็นการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 30 คน และการสัมภาษณ์กลุ่มจำนวน 13 คน โดยผลการวิจัยพบว่า การพัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออก มีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1. การพัฒนานวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุ 2. การพัฒนานโยบายการดูแลผู้สูงอายุ 3. การพัฒนาคุณภาพชีวิตในผู้สูงอายุ 4. การพัฒนาระบบการดูแลและส่งต่อผู้สูงอายุ 5. การบริการเชิงรุกแบบบูรณาการ จากผลการวิจัยดังกล่าวสามารถสรุปแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออก 1.แนวทางในการพัฒนานวัตกรรมเชิงกระบวนการโดยการพัฒนาโครงการโรงเรียนผู้สูงอายุสู่การเป็นมหาวิทยาลัยผู้สูงอายุ 2. แนวทางในการพัฒนานวัตกรรมเชิงรูปแบบบริการโดยการพัฒนาศูนย์สาธารณสุขประจำหมู่บ้าน 3. แนวทางในการพัฒนานวัตกรรมเชิงผลผลิตโดยการพัฒนาระบบปฏิบัติการกระบวนการส่งต่อแบบไร้รอยต่อ จากแนวทางดังกล่าวสามารถใช้ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนา มูลเหตุ ปัจจัยสาเหตุและปัญหาด้านต่าง ๆ เพื่อการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออก

คำสำคัญ: นวัตกรรม, การให้บริการด้านสาธารณสุข, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น, ผู้สูงอายุ

Abstract

This research is qualitative research aimed to analyze and validate the guidelines for development of public service innovation health care for elderly in eastern Thai local administration. The sample groups used in the research divided into 2 groups. First, the executive group in provision of health care service for elderly. Second, the group of officer or performer in health care service. The process of data collected using both of the sample groups for 30 people in-depth interview and 13 people in focus group method. The development of public service innovation health care for elderly in eastern Thai local administration found out 5 topics. 1. The development of innovation for elderly. 2. The development of elderly' policy. 3. The quality-of-life development. 4. The elderly' health care Investigation and referral system. 5. The integration of proactive service. The results can analysis the development of public service innovation health care for elderly in eastern Thai local administration on 1. Process innovation guideline for develop the University of senior citizens. 2. Service innovation guideline for developing guideline for a village public health center. 3. Product Innovation guideline for develop an operation referral system. This guideline can use to solve an operation problems based on a real fact and context to develop a public service innovation health care more efficient. Process Innovation Service Innovation Product Innovation.

Keywords: Innovation, Public Health Care and Social Care, Local Administration, Elderly

บทนำ

จากข้อมูลเชิงประจักษ์ในเรื่องของการเปลี่ยนรูปแบบสังคมเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุ “Aging Society” นั้น เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2562) ชี้ให้เห็นว่า ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 โดยมีประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปร้อยละ 10 และมีการประมาณการว่า ในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์และก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ในปีพ.ศ. 2574 โดยการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุนั้นก่อให้เกิดผลกระทบในด้านต่างๆ เช่น การขาดแคลนแรงงานจนกลายเป็นวิกฤตแรงงาน การขยายอายุการทำงาน อายุเกษียณ ปัญหาด้านสุขภาพ ในด้านการบริการสาธารณสุขแก่ประชากร เกิดการตื่นตัวของสื่อในเรื่องสังคมสูงอายุ เกิดการคิดค้นนวัตกรรมเพื่อผู้สูงอายุไทย เป็นต้น จากผลกระทบดังกล่าว ถือเป็นพันธกิจของรัฐบาลที่ต้องมีการกำกับดูแล โดยรัฐบาลได้มีการระบุแนวทางการดำเนินงานในปัญหาเกี่ยวกับสังคมผู้สูงอายุให้เป็นวาระแห่งชาติและได้มีกำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ซึ่งต่อมาได้มีการวางแผนงานการดำเนินงานผ่านร่างยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ

สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) โดยมีนโยบายและมติคณะรัฐมนตรีในกระทรวง ทบวง กรม ต่าง ๆ ที่ได้มีการศึกษา ตัวแบบ บทเรียน ในต่างประเทศมาพัฒนาและปรับใช้ให้สอดคล้องกับแนวคิดไทยแลนด์ 4.0 ที่จะก่อให้เกิดการปรับตัว เปลี่ยนแปลงขององค์กรน้อยใหญ่มากมาย ในประเด็นด้านต่างๆ ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ (กมลชนก ขาสวรรณ, 2560) ซึ่งประเด็นที่มีความสอดคล้องกับการวิจัยในครั้งนี้ คือ การพัฒนาในกลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ และ ในกลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว ทั้งนี้ ปัญหาของนวัตกรรมบริการขององค์กรปกครองท้องถิ่น ที่จำเป็นต้องแก้ไขและพัฒนาเพื่อรองรับแนวคิด 4.0 คือปัญหาด้านขีดความสามารถ ในการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากร ปัญหาด้านสถาบันซึ่งเป็น ปัญหาเกี่ยวกับการปรับตัวขององค์กร การพัฒนาองค์กร ปัญหาด้านเครือข่าย ซึ่งในปัจจุบันนี้จำเป็นการสร้าง เครือข่าย ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานของ ภาครัฐและปัญหาด้านกรอบแนวคิด ซึ่งเกี่ยวข้องกับแผนการดำเนินงาน วิสัยทัศน์ พันธกิจ รวมไปถึงกลยุทธ์ ต่าง ๆ ที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับยุคเทคโนโลยีดิจิทัล (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร และคณะ, 2559)

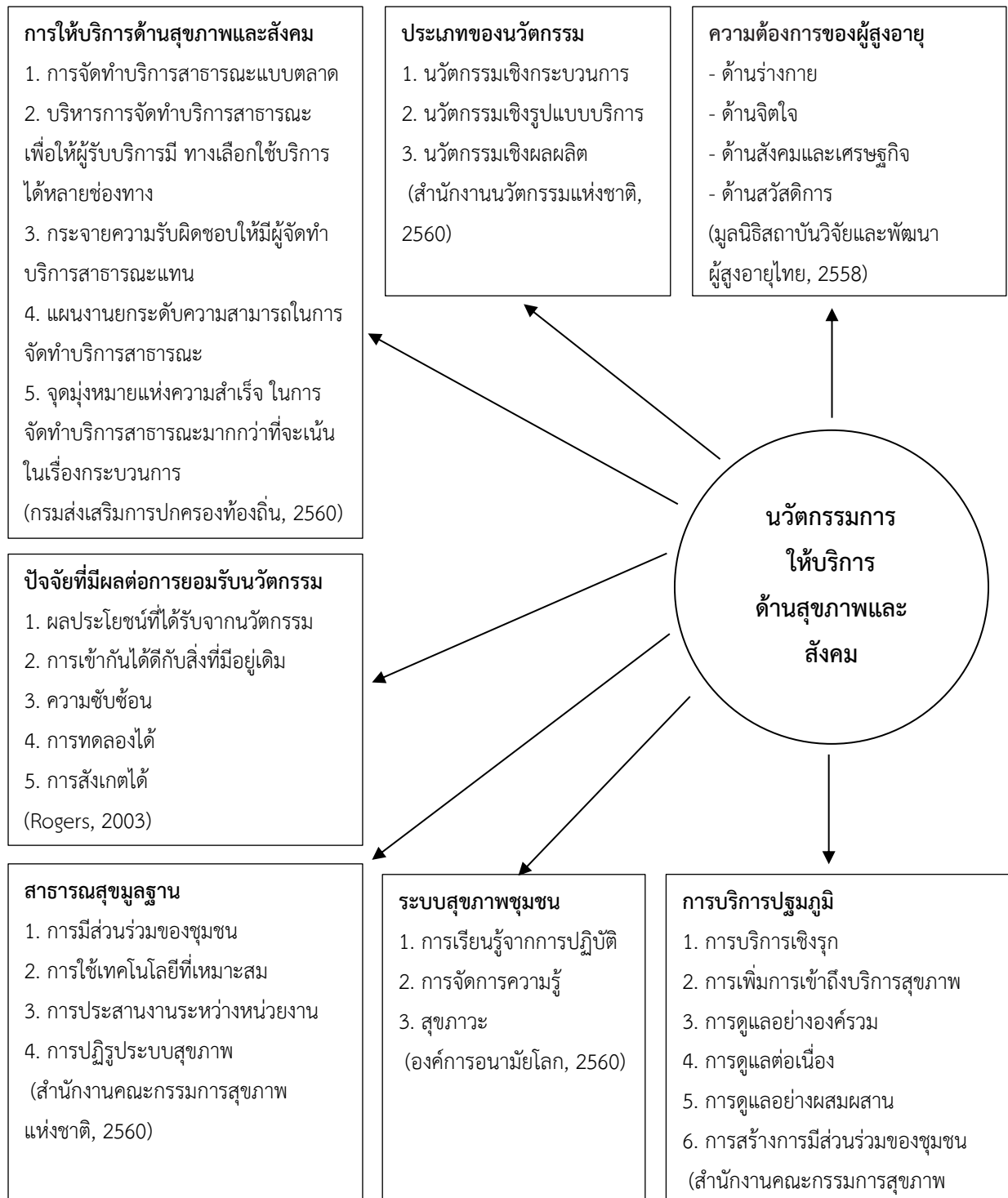
การพัฒนาสุขภาวะในบริบทการกระจายอำนาจและการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วน (สำนักงานพัฒนา นโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ, 2558) กระทรวงสาธารณสุขได้เริ่มกระบวนการทำงานร่วมกับองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการขับเคลื่อนขบวนการสร้างเสริมสุขภาพให้เข้าถึงประชาชนในชุมชน ซึ่งจำเป็นต้อง มีฐานองค์ความรู้ในการขับเคลื่อน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัยทั้งระดับแนวคิดและระดับการปฏิบัติ จริง ทั้งของต่างประเทศและในประเทศเพื่อสังเคราะห์เป็นบทเรียน ให้มีข้อมูลสำหรับผู้กำหนดนโยบาย สำหรับการตัดสินใจในการกำหนดทิศทางการไป และสำหรับผู้ปฏิบัติที่จะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ศักยภาพตนเองในการจัดกระบวนการตัดสินใจและการสร้างการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติที่สอดคล้องกับบริบท ใหม่

จากปัญหาดังที่กล่าวมานั้น ก่อให้เกิดแนวความคิดและความสนใจในการศึกษาวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ ประเด็นสังคมผู้สูงอายุ การให้บริการด้านสุขภาพและสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม ผู้วิจัยและที่ปรึกษา งานวิจัยจึงได้ร่วมกันออกแบบและวางแผนการศึกษาวิจัยเรื่อง เพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบแนวทางในการ พัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาค ตะวันออกเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนา มูลเหตุ ปัจจัยสาเหตุและปัญหาด้านต่างๆ เพื่อการ พัฒนา การปรับตัวและเปลี่ยนแปลงขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออก

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออก

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตการดำเนินงานวิจัย

1. ด้านเนื้อหา ครอบคลุมการวิเคราะห์การให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออก โดยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการให้บริการด้านสุขภาพและสังคมจาก แนวคิดของ 1. กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, (2560) เรื่อง การประเมินประสิทธิภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดทำบริการสาธารณะ 2. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, (2560) เรื่อง นวัตกรรม ประเพณี และความสำคัญ 3. มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, (2558) เรื่อง มโนทัศน์ของผู้สูงอายุ 4. แนวคิดของ Rogers, (2003) เรื่อง Diffusion of innovations 5. สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ, (2560) เรื่อง การบริหารจัดการระบบบริการดูแลระยะยาวด้านสาธารณสุขในระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ 6. องค์การอนามัยโลก, (2560) เรื่อง การพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับสังคม 7. สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ, (2560) เรื่องแนวทางการดำเนินงานระบบบริการดูแลระยะยาวด้านสาธารณสุขสำหรับผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิง Long Term Care

2. ประชากรที่ศึกษา ทำการศึกษาเฉพาะข้อมูลการสุ่มตัวอย่างจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเท่านั้นโดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการเก็บข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลที่ได้มานั้นมีความน่าเชื่อถือ จากผู้รู้ผู้มีประสบการณ์ในการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกโดยตรง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลดังต่อไปนี้

2.1 ผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออก

2.2 ผู้ปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออก โดยในกลุ่มตัวอย่างที่สองหากมิได้เป็นข้าราชการประจำหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะต้องมิคุณลักษณะเป็นคณะกรรมการของกลุ่มชมรมผู้สูงอายุในเขตพื้นที่ หรือมีตำแหน่งเป็นประธานกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำชุมชน ผู้นำชุมชน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ โดยมีพื้นที่เป้าหมาย คือ จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ฉะเชิงเทรา สระแก้ว ปราจีนบุรีและ เมืองพัทยา

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา การดำเนินการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เริ่มเดือน มีนาคม พ.ศ.2564 ถึง เดือน กันยายน พ.ศ. 2565

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุและความต้องการของผู้สูงอายุ

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและการนำไปใช้โดยจากการศึกษาเอกสารพบว่ามีผู้ให้คำนิยามและกำหนดความต้องการ ประเพณีของความต้องการของผู้สูงอายุโดยมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (2558) ได้สรุปผลการดำเนินงานไว้ในรายงานประจำปีผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2556 ไว้ว่า ผู้สูงอายุอาจมีความต้องการที่แตกต่างออกไปจากความต้องการของผู้อื่นใน 4 ด้าน คือ

1. ความต้องการทางร่างกาย 2. ความต้องการทางด้านจิตใจ 3. ความต้องการทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ 4. ความต้องการด้านสวัสดิการ (กระทรวงสาธารณสุข, 2560)

แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการด้านสุขภาพและสังคม

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2560) ที่ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการให้บริการด้านสุขภาพและสังคม ประกอบด้วย 1. การจัดทำบริการสาธารณะแบบตลาด 2. การบริหารการจัดทำบริการสาธารณะเพื่อให้ผู้รับบริการมีทางเลือกใช้บริการได้หลายช่องทาง 3. กระจายความรับผิดชอบให้มีผู้จัดทำบริการสาธารณะแทน 4. แผนงานยกระดับความสามารถในการจัดทำบริการสาธารณะ 5. จุดมุ่งหมายแห่งความสำเร็จ โดยเป็นโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณะถือเป็นหลักประกันให้แก่ผู้สูงอายุ ซึ่งการตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุถือเป็นหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่จะต้องจัดการบริการตามรูปแบบของระบบสุขภาพด้วยความเป็นธรรม เท่าเทียม และทั่วถึง โดยจากข้อมูลของ

แนวคิดเกี่ยวกับระบบสุขภาพชุมชน

ระบบสุขภาพชุมชนเป็นอุดมการณ์การทำงานด้านสุขภาพที่สามารถตอบสนองต่อการแก้ปัญหาในสุขภาพในปัจจุบันของผู้สูงอายุที่ให้ความสำคัญกับความรู้แฝงในคน (Tacit knowledge) ซึ่งเป็นพื้นฐานของความรู้แบบเปิดเผย (explicit knowledge) ดังนั้น 1. การเรียนรู้จากการปฏิบัติ ของคนที่เกี่ยวข้องใน ระบบสุขภาพชุมชน 2. การจัดการความรู้ 3. เป้าหมายของระบบสุขภาพ กระบวนการของระบบสุขภาพชุมชนจึงอาศัยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเป็นสำคัญ (พงษ์ศักดิ์ นาคะ และคณะ, 2561, หน้า 81)

แนวคิดเกี่ยวกับสาธารณสุขมูลฐาน

เป็นการมุ่งเน้นการเข้าถึงบริการขั้นพื้นฐานทั้งในระดับบุคคล ครอบครัวและชุมชน โดยบริการนั้นเป็นบริการที่เข้าถึงได้กับชุมชนและชุมชนยอมรับ ครอบคลุมถึงมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ในลักษณะการบูรณาการทั้งหมดเข้าด้วยกัน หลักการพื้นฐานขององค์การอนามัยโลกในการนำแนวคิดสาธารณสุขมูลฐานไปปรับใช้ประกอบด้วย 4 หลักการสำคัญ ได้แก่ 1. การมีส่วนร่วมของชุมชน 2. การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม 3. การประสานงานระหว่างหน่วยงาน 4. การปฏิรูประบบสุขภาพ (สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ, 2560)

แนวคิดเกี่ยวกับบริการปฐมภูมิ

เครื่องมือในการพัฒนาระบบสุขภาพชุมชนที่พัฒนามาจากแนวคิดของสาธารณสุขมูลฐาน การบริการปฐมภูมิจึงมีทิศทางในการตอบสนองต่อปัญหาสุขภาพของชุมชนเพื่อให้ชุมชนเข้าถึงบริการสุขภาพอย่างทั่วถึง เป็นธรรมและส่งเสริมการพึ่งพาตนเองได้ของชุมชน การบริการปฐมภูมิจึงมีแนวคิดและหลักการบางประการที่คาบเกี่ยวกับสาธารณสุขมูลฐานโดยแนวคิดการจัดบริการปฐมภูมิเกิดขึ้นเพื่อเติมเต็มหลักการของสาธารณสุขมูลฐานที่ประกอบด้วย 4 หลักการสำคัญ คือ 1. การมีส่วนร่วมของชุมชน 2. การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม 3. ความร่วมมือระหว่างสาขา 4. การปฏิรูประบบสุขภาพ (สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ, 2560)

แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการ

การใช้แผนที่ทางเดินยุทธศาสตร์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาจนเกิดผลสำเร็จและสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ ประสบการณ์ในการพัฒนาให้ชุมชนอื่น ๆ ได้เรียนรู้และนำไปขยายผลต่อได้ ซึ่งเรียกว่า นวัตกรรม

สุขภาพชุมชน (ชัยพร สุชาติสุนทร และ สุมาภรณ์ แซ่ลิ่ม, 2562) จากศึกษาเอกสาร ตำรา เกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับประเภทของนวัตกรรมซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและการนำไปใช้โดยจากการศึกษาเอกสารพบว่าประเภทของนวัตกรรมแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังต่อไปนี้ 1. นวัตกรรมเชิงกระบวนการ 2. นวัตกรรมเชิงรูปแบบบริการ 3. นวัตกรรมเชิงผลผลิต (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2560)

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม

ปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการยอมรับ โดยนำไปใช้เป็นข้อมูลในการประเมินนวัตกรรมของผู้รับสารตัดสินใจได้ว่าจะดำเนินการอย่างไรต่อไปลักษณะของนวัตกรรม 5 ประการที่ส่งผลต่อการยอมรับ ได้แก่ 1. ผลประโยชน์ที่ได้รับจากนวัตกรรม 2. การเข้ากันได้ดีกับสิ่งที่มีอยู่เดิม 3. ความซับซ้อน 4. การทดลองได้ 5. การสังเกตได้ (ชมนุมพร มงคล, 2560)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยการเก็บข้อมูลการวิจัยในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้ง 7 จังหวัด ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีประสบการณ์ในการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยตรงทั้งในระดับผู้บริหารและปฏิบัติงานจำนวน 30 คน เมื่อได้ข้อมูลดังกล่าวแล้วผู้วิจัยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยมีแนวทางดังต่อไปนี้

1. การพัฒนานวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นการนำกระบวนการใหม่ ๆ เข้าใช้ในการจัดบริการเพื่อสร้างสุขภาวะที่ดีให้แก่ผู้สูงอายุโดยมีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัยรวมทั้งองค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน โดยการพัฒนานวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุนั้น มีตัวแปรสำคัญทั้งหมด 6 ตัวแปร ได้แก่

1.1 การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน สามารถสรุปได้ว่า การบริการของภาครัฐควรมีการสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เพื่อก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ สังคม ชุมชนหรือบุคคล เพื่อที่จะสามารถกำหนดเป้าหมายในการดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จและได้ผลลัพธ์ที่ตรงต่อความต้องการของประชาชนและ ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนกลุ่มต่างๆ องค์กร ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมร่วมกันในรูปแบบเครือข่ายซึ่งเป็นการร่วมมือร่วมแรงกันในการดำเนินการเพื่อบรรลุไปสู่ความสำเร็จ

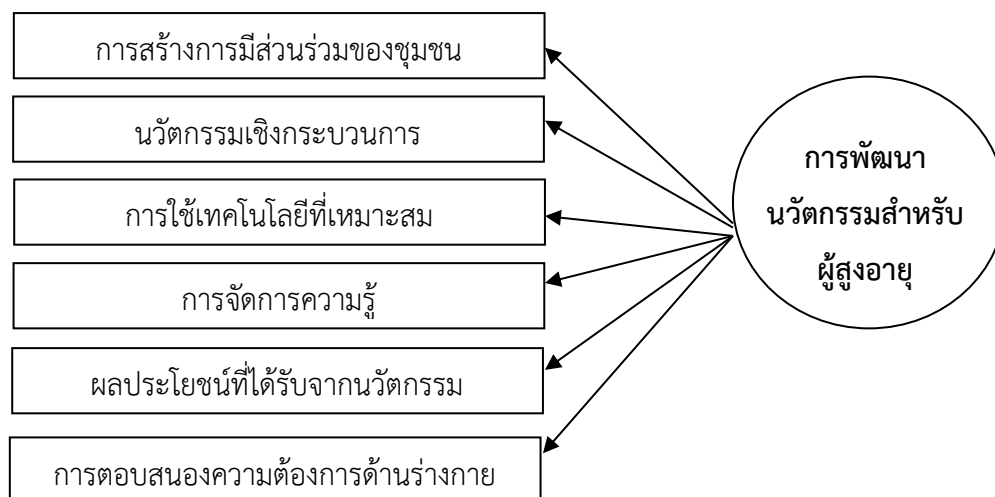
1.2 นวัตกรรมเชิงกระบวนการ โดย การนำกระบวนการใหม่ ๆ รูปแบบใหม่ ๆ วิธีการใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการให้บริการ เพื่อให้องค์กรเกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนางานในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

1.3 การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เป็นการนำเทคโนโลยีทั้งวัสดุหรืออุปกรณ์หรือเทคโนโลยีชุมชน ภูมิปัญญา เข้ามาใช้ในการบริหารจัดการ เพื่อการวิเคราะห์ปัญหา การวางแผน การแก้ปัญหาใน ซึ่งเทคโนโลยีที่เหมาะสมควรมีความสอดคล้องกับชุมชนและมีความเหมาะสมในการใช้งานกับสภาพแวดล้อมในชุมชน ซึ่งการเทคโนโลยีที่เหมาะสมจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินกิจการต่าง ๆ ในชุมชน

1.4 การจัดการความรู้ การรวบรวมองค์ความรู้จากทรัพยากรในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพและสังคมของผู้สูงอายุเพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้และสามารถพัฒนาตนเอง จากการเรียนรู้นี้ดังกล่าวนี้สามารถนำไปใช้ในการจัดการบริการระบบสุขภาพชุมชนให้แก่ ผู้สูงอายุได้ อีกทั้งยังจำเป็นต้องมีการบูรณาการองค์ความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวมมากที่สุด

1.5 ผลประโยชน์ที่ได้รับจากนวัตกรรม การสร้างคุณค่าที่ได้รับจากนวัตกรรมทั้งในฝั่งของผู้ให้บริการและผู้รับบริการ คุณค่าที่ได้รับนั้นก่อให้เกิดประโยชน์ที่มากกว่า มีคุณสมบัติที่ดีกว่า มีประสิทธิภาพในการทำงานที่มากกว่าสิ่งที่มีอยู่เดิม ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ จะช่วยให้ผู้รับนวัตกรรมเห็นคุณค่าของนวัตกรรมมากขึ้น

1.6 การตอบสนองความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการของผู้สูงอายุด้านร่างกาย หมายถึง ความต้องการการมีคุณภาพชีวิตที่ดี บนพื้นฐานของความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ โดยการบริการของภาครัฐนั้นจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุโดยการให้บริการสวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย อย่างทั่วถึงเท่าเทียม และเป็นธรรม



ภาพที่ 2 องค์ประกอบของการพัฒนานวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุ

2. การพัฒนานโยบายการดูแลผู้สูงอายุ เป็นการพัฒนานวัตกรรมให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุโดยการกำหนดแผนการให้บริการที่ครอบคลุมทุกมิติให้แก่ผู้สูงอายุ รวมไปถึงการบริหารจัดการทรัพยากร การบริหารจัดการเครือข่ายในการทำงาน และการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุ โดยการพัฒนานโยบายการดูแลผู้สูงอายุมีตัวแปรสำคัญทั้งหมด 5 ตัว ได้แก่

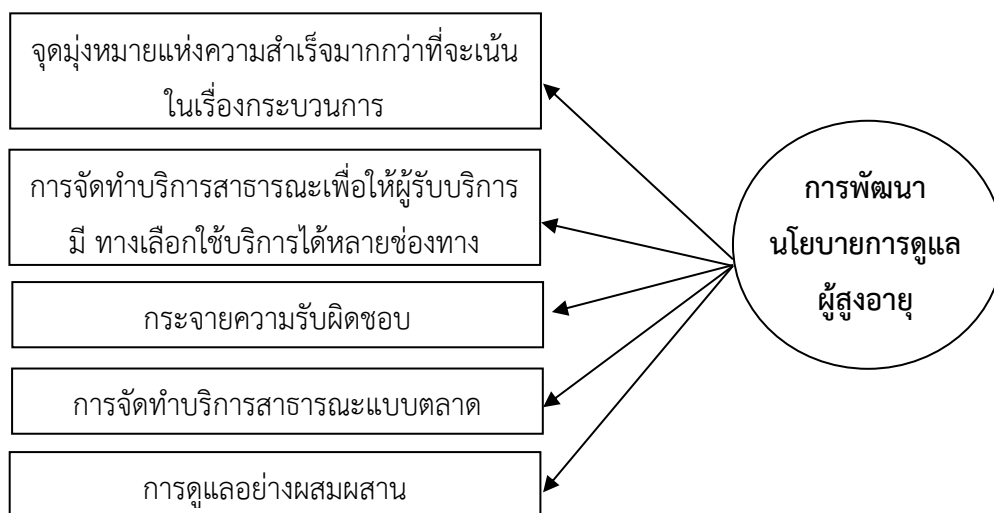
2.1 จุดมุ่งหมายแห่งความสำเร็จในการจัดทำบริการสาธารณะมากกว่าที่จะเน้นในเรื่องกระบวนการ เป็นการกำหนดยุทธศาสตร์และการกำหนดเป้าหมายในการจัดบริการสาธารณสุขที่จำเป็นแก่ผู้สูงอายุอย่างครอบคลุมทุกมิติ อีกทั้งองค์กรหน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องมีการดำเนินงานเชื่อมโยงกันในทุกระดับเพื่อสร้างความเป็นเอกภาพในการดำเนินงาน และมีการบริหารจัดการต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการให้บริการที่เหมาะสม

2.2 การจัดทำบริการสาธารณะเพื่อให้ผู้รับบริการมีทางเลือกใช้บริการได้หลายช่องทาง เป็นการจัดการเพื่อเสริมสร้างการเข้าถึงบริการอย่างทั่วถึงของระบบสุขภาพที่มีหลากหลายรูปแบบแก่ผู้สูงอายุ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพได้สะดวกรวดเร็ว มีความถูกต้องแม่นยำ ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อเป็นช่องทางในการเลือกใช้บริการและการสร้างเสริมศักยภาพให้ผู้สูงอายุ

2.3 กระจายความรับผิดชอบให้มีผู้จัดทำบริการสาธารณะแทน แนวทางในการกระจายความรับผิดชอบให้มีผู้จัดทำบริการสาธารณะแทนนั้น มี 2 รูปแบบ คือ 1. รูปแบบสัมปทาน และ 2. รูปแบบความร่วมมือของหน่วยงานองค์กร

2.4 การจัดทำบริการสาธารณะแบบตลาด การให้หลักประกันและความคุ้มครองแก่ผู้สูงอายุ โดยมุ่งเน้นกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ มีราคาถูกและคุ้มค่าแก่ผู้สูงอายุ

2.5 การดูแลอย่างผสมผสาน เป็นการผสมผสานการแพทย์ทางรูปแบบต่าง ๆ เพื่อใช้ในการฟื้นฟูรักษา โดยเป็นศาสตร์การแพทย์ทางเลือก ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ผสมผสานเข้ากับการแพทย์ปัจจุบัน



ภาพที่ 3 องค์ประกอบของการพัฒนานโยบายการดูแลผู้สูงอายุ

3. การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ เป็นการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุ โดยการจัดการบริการสาธารณะให้แก่ผู้สูงอายุทุกกลุ่ม ทั้ง กลุ่มติดสังคม ติดบ้าน ติดเตียง นอกเหนือไปจากการได้รับการดูแลทางด้านร่างกายแล้ว กลุ่มผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่มยังคงมีความต้องการในการช่วยเหลือด้านต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยฐานข้อมูลผู้สูงอายุ เครื่องมือในการดูแลรักษาที่บ้าน นวัตกรรม เทคโนโลยีในการ

ป้องกัน เฝ้าระวัง และติดตาม รวมถึง การพัฒนารูปแบบบริการที่สอดคล้องต่อความต้องการของผู้สูงอายุโดยการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ มีตัวแปรสำคัญทั้งหมด 6 ตัว ได้แก่

3.1 การตอบสนองความต้องการด้านสวัสดิการ เป็นภารกิจในการสร้างความมั่นคงในการดำรงชีวิต เพราะผู้สูงอายุเป็นผู้มีศักดิ์ศรี มีความเป็นมนุษย์ สิทธิประชาชนเท่าเทียมกับผู้อื่น

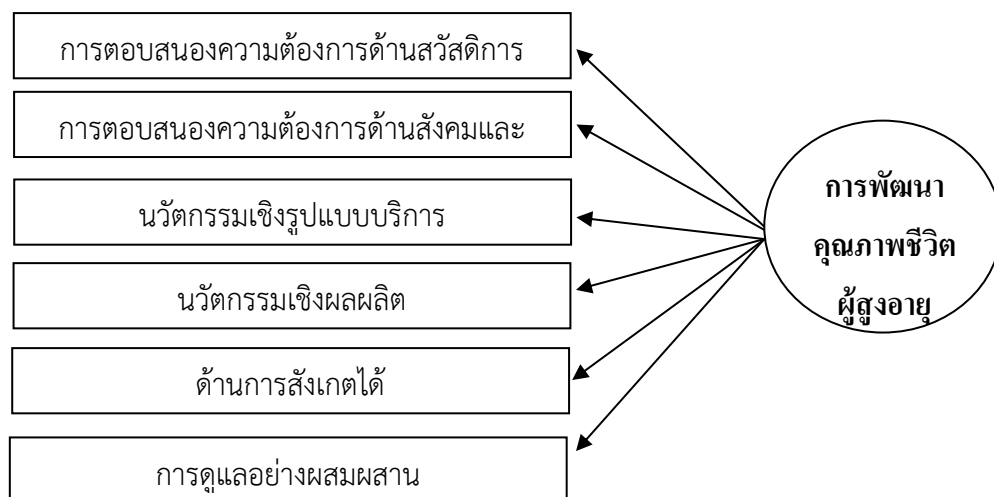
3.2 การตอบสนองความต้องการด้านสังคมและเศรษฐกิจ ผู้สูงอายุมีความต้องการในการเป็นส่วนหนึ่งในสังคมและสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีคุณค่าและความต้องการหลักประกันในการดำรงชีวิตเพื่อให้ดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุขจนวาระสุดท้าย

3.3 นวัตกรรมเชิงรูปแบบบริการ โดยการนำรูปแบบการจัดบริการใหม่ ๆ วิธีการใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการให้บริการ เพื่อให้เกิดการพัฒนาในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

3.4 นวัตกรรมเชิงผลผลิต เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ขององค์กร เพื่อให้องค์กรมีการให้บริการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่นั้นจะสามารถช่วยก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมได้ในวงกว้าง

3.5 ด้านการสังเกตได้ โดยเป็นผลจากการที่ผู้รับนวัตกรรมสามารถเข้าใจและทราบถึงกระบวนการในการใช้งานของนวัตกรรมที่เป็นรูปธรรมและก่อให้เกิดประโยชน์ในการดำรงชีวิต

3.6 การดูแลอย่างผสมผสาน เป็นการผสมผสานการแพทย์ทางรูปแบบต่าง ๆ เพื่อใช้ในการฟื้นฟูรักษา โดยเป็นศาสตร์การแพทย์ทางเลือก ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ผสมผสานเข้ากับการแพทย์ปัจจุบัน



ภาพที่ 4 องค์ประกอบของการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

4. การพัฒนาระบบการดูแลและการส่งต่อผู้สูงอายุ การดำเนินงานร่วมกันขององค์กรหน่วยงานต่าง ๆ ในการดูแลด้านสุขภาพและสังคมแก่ผู้สูงอายุ ที่ยังคงมีอุปสรรคในการดำเนินงานหลายด้าน และจำเป็นต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ให้มีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้สูงอายุได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบการดูแลและการส่งต่อผู้สูงอายุทั้งหมด 5 ตัว ได้แก่

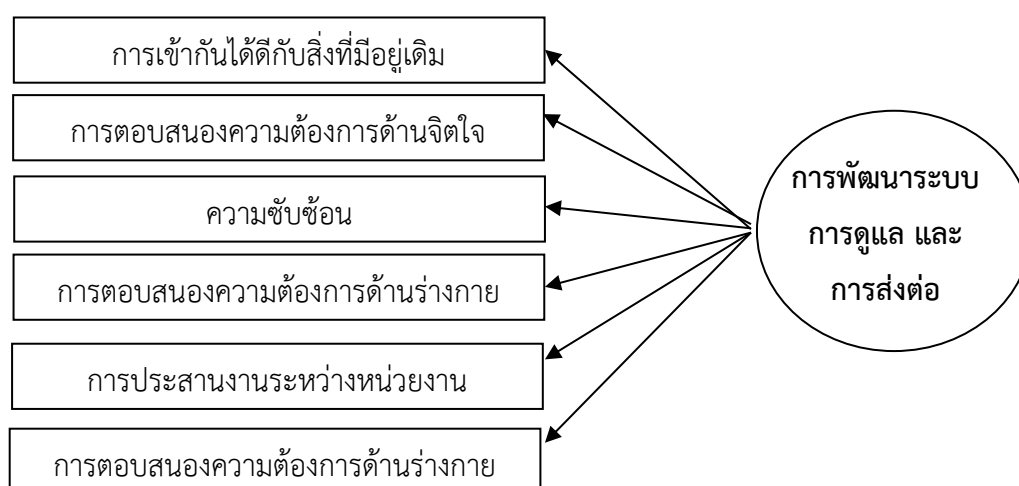
4.1 การเข้ากันได้ดีกับสิ่งที่มีอยู่เดิม การคำนึงถึงนวัตกรรมที่นำมาใช้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับค่านิยมและความต้องการของผู้สูงอายุ

4.2 การตอบสนองความต้องการด้านจิตใจ เป็นการส่งเสริมและการให้บริการแก่ผู้สูงอายุเพื่อจุดมุ่งหมายในการสร้างสภาวะทางอารมณ์ให้แก่ผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่าคุณค่าและสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างเท่าเทียมและมีความสุข โดยจัดให้มีการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่ผู้สูงอายุ อีกทั้งยังจำเป็นต้องมีการส่งเสริมการดูแลโดยครอบครัว ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญในสังคมปัจจุบัน เนื่องจากสถาบันครอบครัวเป็นส่วนสำคัญในการสร้างคุณค่าทางจิตใจแก่ผู้สูงอายุ

4.3 ความซับซ้อน การนำนวัตกรรมที่ใช้งานได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ซึ่งเมื่อนำมาใช้ในการบริการเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการให้บริการ

4.4 การตอบสนองความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการการมีคุณภาพชีวิตที่ดี บนพื้นฐานของความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ โดยการบริการของภาครัฐนั้นจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุโดยการให้บริการสวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย อย่างทั่วถึง เท่าเทียม และเป็นธรรม

4.5 การประสานงานระหว่างหน่วยงาน เป็นกระบวนการทำงานร่วมกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารและเชื่อมโยงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันและเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกัน



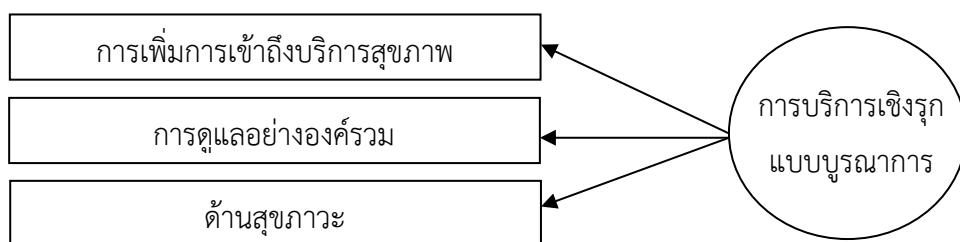
ภาพที่ 5 องค์ประกอบของการพัฒนาระบบการดูแลและส่งต่อผู้สูงอายุ

5. การจัดการบริการเชิงรุกแบบบูรณาการ มีลักษณะเป็นการจัดการบริการเชิงรุกที่ครบวงจรร่วมกับองค์กรหน่วยงานต่าง ๆ โดยมีเป้าประสงค์ในการนำองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ เข้าสู่ชุมชน นอกเหนือจากการสร้างสุขภาพที่ดีให้แก่ผู้สูงอายุ อาทิ การบำรุงซ่อมแซมที่อยู่อาศัย การตรวจสุขภาพ การลงทะเบียนผู้สูงอายุ การจัดการสิ่งแวดล้อมในชุมชน การแก้ปัญหาของชุมชน โดยการจัดการบริการเชิงรุกแบบบูรณาการมีตัวแปรสำคัญทั้งหมด 3 ตัว ได้แก่

5.1 การเพิ่มการเข้าถึงบริการสุขภาพ การพัฒนาและส่งเสริมระบบการบริการสุขภาพที่เอื้อต่อการเข้าถึงบริการสุขภาพแก่ประชาชนให้มีความสะดวกรวดเร็วและเสมอภาคเท่าเทียมกัน อีกทั้งยังจำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงกันบุคลากรและหน่วยบริการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการส่งต่อบริการที่ไร้รอยต่อ โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำเป็นต้องมีการจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสม

5.2 การดูแลอย่างองค์รวม การบูรณาการองค์ความรู้ในสาขาต่าง ๆ เพื่อจัดบริการด้านสุขภาพและสังคมที่มีความครอบคลุมและเท่าเทียมแก่ผู้สูงอายุ โดยยึดมิติ ทั้งทางร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณของผู้สูงอายุเป็นสำคัญ ซึ่งผู้สูงอายุนั้นถือเป็นผู้มีเกียรติ มีคุณค่า และศักดิ์ศรีในสังคม ฉะนั้นผู้สูงอายุควรได้รับการดูแลอย่างเท่าเทียม

5.3 ด้านสุขภาวะ การจัดระบบสุขภาพชุมชนให้แก่ผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุมีสุขภาวะที่ดี มีความสมบูรณ์ ทั้งทางกาย จิตใจ สังคม และปัญญา ซึ่งในการจัดบริการระบบสุขภาพชุมชนควรคำนึงถึงปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของการมีสุขภาวะที่ดีของผู้สูงอายุอย่างละเอียดอ่อน เพื่อเป็นการพัฒนาและส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่ผู้สูงอายุ



ภาพที่ 6 องค์ประกอบของนวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ข้อค้นพบจากแนวทางการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออก ผู้วิจัยทำการจัดสัมภาษณ์กลุ่มเพื่อตรวจสอบแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกจากผู้มีประสบการณ์ตรงในการให้บริการสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุทั้งในระดับผู้บริหารและปฏิบัติงานจำนวน 13 คน ผลการสัมภาษณ์กลุ่มพบข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. แนวทางในการพัฒนานวัตกรรมเชิงกระบวนการโดยการพัฒนาโครงการโรงเรียนผู้สูงอายุสู่การเป็นมหาวิทยาลัยผู้สูงอายุ จากบริบทในการให้บริการด้านสุขภาพและสังคมแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเป็นการใช้นโยบายจากกระทรวง ทบวง กรม ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการดำเนินงาน โดยบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นมีบทบาทเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ผู้สูงอายุ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของการก่อตั้งโรงเรียนผู้สูงอายุ เพื่อเป็นศูนย์รวมผู้สูงอายุที่ใกล้ชิดกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น โดยจะมีการทำโครงการและกิจกรรม

ต่าง ๆ ของชมรมหรือโรงเรียนผู้สูงอายุนั้น โดยมีงบประมาณในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ จากกองทุนหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ กองทุนหลักประกันสุขภาพตำบลหรืองบประมาณของเทศบาล

การพัฒนาโครงการโรงเรียนผู้สูงอายุสู่การเป็นมหาวิทยาลัยผู้สูงอายุซึ่งสอดคล้องกับแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมบริการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือในการพัฒนานวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุ การพัฒนานโยบายการดูแลผู้สูงอายุ การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุและเป็นการพัฒนานวัตกรรมเชิงกระบวนการ หากพิจารณากระบวนการดำเนินงานของโรงเรียนผู้สูงอายุแล้วจะสามารถพบได้ว่า โครงการโรงเรียนผู้สูงอายุสามารถผลิตผู้สูงอายุที่มีคุณภาพให้แก่อสังคมได้เป็นจำนวนมาก ฉะนั้น การพัฒนาโครงการโรงเรียนผู้สูงอายุสู่การเป็นมหาวิทยาลัยผู้สูงอายุเพื่อให้มหาวิทยาลัยผู้สูงอายุเป็นองค์กรแห่งความรู้ที่สืบทอดอัตลักษณ์ของชุมชนทั้งในระดับจังหวัดและระดับประเทศและเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการทำประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม การพัฒนาโครงการโรงเรียนผู้สูงอายุสู่การเป็นมหาวิทยาลัยผู้สูงอายุ ยังเป็นการพัฒนานวัตกรรมเชิงกระบวนการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตและการจัดการเรียนรู้ตลอดชีวิตของผู้สูงอายุ ให้ผู้สูงอายุสามารถพัฒนาตนเอง ได้รับการดูแล ค้ำครองและพิทักษ์สิทธิและเป็นการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีของผู้สูงอายุทั้งด้านร่างกายและจิตใจโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้สนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้สูงอายุสร้างสรรค์ประโยชน์แก่ชุมชนและสังคมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพ คุณค่าภูมิปัญญาผู้สูงอายุให้เป็นที่ประจักษ์และยอมรับ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ดำรงสืบทอดต่อไป

โดยการพัฒนาโครงการโรงเรียนผู้สูงอายุสู่การเป็นมหาวิทยาลัยผู้สูงอายุ มีความสอดคล้องกับมาตรการขับเคลื่อนระเบียบวาระแห่งชาติ เรื่อง สังคมผู้สูงอายุ (2564) โดยกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ได้เสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณา ซึ่งคณะรัฐมนตรีเห็นชอบให้มาตรการขับเคลื่อนระเบียบวาระแห่งชาติ เรื่อง สังคมผู้สูงอายุ เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2561 โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการขับเคลื่อน เพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรมและมีมติเห็นชอบในการให้กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พิจารณาความเป็นไปได้ในการนำพื้นที่ของโรงเรียนขนาดเล็ก ซึ่งมีจำนวน นักเรียนน้อย และอาจถูกยุบรวมมาใช้ประโยชน์ในการจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้และดูแลผู้สูงอายุของ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ตามความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ โดยดำเนินการให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ และมติคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด อีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ เชี่ยวหยิน (2022) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการสร้างระบบการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัล โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างระบบการศึกษาสร้างระบบการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุนั้นพบว่า แม้ว่าในบางเขตพื้นที่ของประเทศไทยได้มีการพัฒนาระบบการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุทั้งในระดับอำเภอระดับเขตและระดับชุมชน โดยเป็นหน่วยงานที่ไม่มีอิสระในการทำงานเพราะจำเป็นต้องพึ่งพาหน่วยงานอื่น ๆ ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน อีกทั้งสถานที่ ห้องเรียน และพื้นที่สำนักงานสำหรับการจัดการศึกษาอยู่ภายใต้ข้อจำกัดมากมาย รวมถึงอุปกรณ์ที่ไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้เรียน จากปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้สูงอายุเกิดความสนใจในการศึกษาน้อยลงจนทำให้สถานศึกษาสำหรับผู้สูงอายุต้องปิดตัวลง ซึ่งนักวิจัยยังได้เสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ดังนี้ 1. มีการพัฒนาที่สม่ำเสมอ

ในการจัดการศึกษา 2. การสร้างอุดมการณ์ในการดำเนินงานร่วมกันของทุกฝ่าย 3. การจัดการทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ 4. การจัดหาสถานศึกษา 5. การสนับสนุนทุนเรียน 6. การว่าจ้างผู้สอนประจำ แต่อย่างไรก็ตาม การพัฒนาโครงการโรงเรียนผู้สูงอายุสู่การเป็นมหาวิทยาลัยผู้สูงอายุไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของโกสินทร์ ชี้ทางดี (2562) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานโรงเรียนผู้สูงอายุในจังหวัดลพบุรี ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคต่อการดำเนินงานโรงเรียนผู้สูงอายุพบว่า มีงบประมาณไม่เพียงพอและมีเป้าหมายไม่ชัดเจน โดยมีกลุ่มผู้สูงอายุเข้าร่วมกิจกรรมน้อยเพราะเดินทางไม่สะดวกและมีปัญหาสุขภาพ บางคนไม่สามารถเรียนจนครบหลักสูตรได้ อีกทั้งยังขาดวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญ ไม่มีสถานที่เหมาะสมในการจัดตั้งโรงเรียน ซึ่งแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานโรงเรียนผู้สูงอายุในจังหวัดลพบุรีประกอบด้วย 1. การสร้างการมีส่วนร่วมของทุกหน่วยงานหรือทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง 2. จัดสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการจัดกิจกรรม เช่น หาสถานที่จัดกิจกรรมที่เหมาะสมที่ผู้สูงอายุสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ง่ายและต้องเลือกเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุที่สมควรได้รับความช่วยเหลือในการพัฒนาที่ชัดเจน มีการสื่อสารที่เหมาะสม มีการกำหนดระยะเวลา การสร้างแกนนำ เนื้อหา หลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการ ควรมีการสร้างความมั่นใจด้วยการจัดหาที่อยู่อาศัย ที่ปลอดภัยให้กับกลุ่มด้อยโอกาส รวมทั้งเสริมเปี่ยมยังชีพให้พอเพียงกับการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุด้วย จึงจะทำให้การดำเนินงานโรงเรียนผู้สูงอายุเกิดความยั่งยืน

2. แนวทางในการพัฒนานวัตกรรมเชิงรูปแบบบริการโดยการพัฒนาศูนย์สาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จากการดำเนินงานเชิงรุกในการจัดบริการสาธารณสุขให้แก่ผู้สูงอายุในชุมชนพบว่า ผู้สูงอายุยังคงมีความต้องการในการดูแลรักษาในด้านอื่น ๆ ในกรณีที่ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวมากจึงมีความจำเป็นต้องเดินทางไปยังศูนย์บริการต่าง ๆ บ่อยครั้ง จึงทำให้เกิดภาระค่าใช้จ่ายและอุปสรรคในการเดินทาง อีกทั้ง การแก้ปัญหาโดยการให้อาสาสมัครสาธารณสุขเข้าไปทำการดูแลรักษาที่บ้าน พบว่า อาสาสมัครสาธารณสุขยังขาดเครื่องมือที่ทันสมัย อุปกรณ์สนับสนุนการรักษาและสิ่งของจำเป็นในการรักษา จึงทำให้เกิดแนวคิดในการพัฒนาศูนย์สาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เพื่อเป็นที่ประจำการของอาสาสมัครสาธารณสุขและเป็นการลดภาระในการเดินทางและค่าใช้จ่ายแก่ผู้สูงอายุ อีกทั้งยังเกิดประโยชน์ต่อประชาชนทุกกลุ่มวัยในชุมชนที่สามารถเข้าถึงบริการสาธารณสุขใกล้บ้านได้ โดยการพัฒนาศูนย์สาธารณสุขประจำหมู่บ้านมีความสอดคล้องซึ่งสอดคล้องกับแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกในด้านการพัฒนานวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุ, การพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุและการบริการเชิงรุกแบบบูรณาการและเป็นการพัฒนานวัตกรรมเชิงรูปแบบบริการที่สอดคล้องกับ แนวทางการปฏิบัติงานด้านสาธารณสุขในระดับพื้นที่ฯ ของกระทรวงสาธารณสุข (2562) โดยมีแนวทางการกระจายอำนาจด้านสุขภาพดังนี้ 1. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ซื้อบริการโดยเป็นเจ้าของเงินและเป็นผู้ซื้อบริการจากสถานบริการสุขภาพทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งในและนอกพื้นที่ในส่วนนี้ต้องมีการพัฒนาศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้สามารถจัดการด้านการเงินและสามารถดูแลคุณภาพมาตรฐานบริการที่ได้รับเป็นอย่างดี 2. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการร่วมกับส่วนกลาง ภูมิภาค เช่น ลงทุนในการดำเนินงานด้านการสร้างเสริมสุขภาพ หรือร่วมกับสถานีนอนมัย โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล โรงพยาบาลต่าง ๆ พัฒนาโครงสร้างระบบสุขภาพ 3. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการเองบางส่วน เช่น รับผิดชอบดำเนินการใน

ด้านการพัฒนาสภาพแวดล้อมและการสร้างเสริมสุขภาพในชุมชน 4. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการเองทั้งหมด โดยเป็นเจ้าของสถานบริการสุขภาพและเป็นผู้ดำเนินการด้านสุขภาพทั้งหมด แม้ว่าในบางเขตพื้นที่สังคมเมืองที่มีความเจริญในของภาคตะวันออกจะมีความสามารถในการพัฒนาศูนย์สาธารณสุขประจำชุมชนไปบ้างแล้วแต่ในเขตภาคตะวันออกยังมีพื้นที่สังคมชนบททั้งเมืองและสังคมชนบทซึ่งมีปัจจัยในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ที่จำกัด การพัฒนาศูนย์สาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อาจใช้มุมใดมุมหนึ่งของสถานที่ที่มีอยู่แล้วในชุมชนที่ประชาชนในชุมชนให้ความเห็นชอบ เช่น บ้านของผู้นำชุมชนหรือบ้านอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ชุมชน วัด ศาลาประชาคม เป็นต้น แต่แนวทางในการพัฒนาดังกล่าวนั้นไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณา ประยุกต์วงศ์ (2564) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง โครงการนวัตกรรมเพื่อพัฒนาท้องถิ่นตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งผลการวิจัยพบว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำเป็นต้องสร้างความเข้าใจเชิงลึกขององค์ความรู้ในท้องถิ่นเพื่อพัฒนาตนเองให้เป็นองค์กรแห่งความสุขและตระหนักถึงหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นสำคัญ โดยหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งถือเป็นนวัตกรรมอย่างหนึ่งที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ ทั้งนี้การส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังขาดความเป็นรูปธรรมเพราะจากนโยบายประเทศไทย 4.0 นั้น เป็นนโยบายที่กว้างและไม่ได้มีข้อกำหนดที่ชัดเจนในการพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อการเตรียมความพร้อมและการสร้างนวัตกรรมในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งแสดงให้เห็นว่าภาครัฐควรมีการผลักดันนโยบายในการส่งเสริมนวัตกรรมที่ชัดเจนอย่างเป็นรูปธรรมและมีความสอดคล้องต่อสภาพสังคมผู้สูงอายุของประเทศไทยในปัจจุบัน

3. แนวทางในการพัฒนานวัตกรรมเชิงผลผลิตโดยการพัฒนากระบวนการปฏิบัติการกระบวนการส่งต่อแบบไร้รอยต่อ จากบริบทในการจัดบริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกมักพบปัญหาในการส่งต่อผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีปัญหาในช่วงของการส่งข้ามเขต อาทิเช่น ผู้สูงอายุดำรงชีวิตอยู่ที่แห่งหนึ่งแต่มีทะเบียนบ้านอยู่ในเขตอื่น ๆ จังหวัดอื่น ๆ จึงทำให้เกิดปัญหาในการส่งต่อ แม้จะมีการนำระบบปฏิบัติการเข้ามาใช้ในการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นแล้วแต่ พบว่า ยังคงมีปัญหาในกรณีที่หน่วยงานคนละครึ่ง ซึ่ง บุคลากรในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขจะมีฐานข้อมูลที่ไม่ตรงกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่อยู่ในสังกัดกระทรวงมหาดไทย การมีข้อมูลที่ไม่ตรงกันส่งผลให้เกิดการทำงานซ้ำซ้อนและสูญเสียทรัพยากรอย่างเปล่าประโยชน์ จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนากระบวนการปฏิบัติการกระบวนการส่งต่อแบบไร้รอยต่อเข้ามาช่วยส่งเสริมในการทำงาน โดยมีลักษณะเป็นระบบปฏิบัติการหรือแอปพลิเคชันที่สามารถเชื่อมต่อได้บนอุปกรณ์พื้นฐานในการปฏิบัติงาน เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต บนเครือข่ายในการทำงานของระบบส่วนกลางที่เชื่อมต่อกันระหว่างกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงมหาดไทยและกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ไว้ร่วมกัน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานมีข้อมูลผู้สูงอายุชุดเดียวกันแก้ปัญหาในการส่งต่อผู้สูงอายุข้ามเขตพื้นที่ ลดเวลาในกระบวนการลงทะเบียนข้อมูลใหม่ในต่างเขต ประหยัดเวลาและทรัพยากรให้แก่ผู้ปฏิบัติงานและผู้สูงอายุทำให้การส่งต่อผู้สูงอายุและการส่งต่อข้อมูลต่างๆ นั้นเป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็วมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีความสอดคล้องกับ ฉันทยธรณ์ สุวรรณหงษ์ (2562) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องโปรแกรมประยุกต์บนมือถือสำหรับวางแผนดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ โดยพบว่า ปัจจุบันทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกในหลายๆ

ด้านของผู้สูงอายุ โดยศึกษาและทำการพัฒนาโปรแกรมประยุกต์บนมือถือ มีฟังก์ชันที่จำเป็นต่อผู้สูงอายุ เช่น ปฏิทินสำหรับบันทึกกิจกรรมมีระบบการแจ้งเตือน การค้นหาโรงพยาบาลใกล้เคียง การแนะนำกิจกรรมที่น่าสนใจสำหรับผู้สูงอายุ การโทรออกฉุกเฉิน จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานโปรแกรมประยุกต์บนมือถือสำหรับวางแผนดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุด้านการใช้งานอยู่ระดับดีและด้านภาพรวมอยู่ในระดับดี อีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศรินทร์ ไหลงาม (2561) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องนวัตกรรมระบบสุขภาพพระดั่งอำเภอ บริการสุขภาพพระดั่งอำเภอ จังหวัดชัยนาท โดยผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานภายใต้การนำของนายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดโดยใช้เครื่องมือ “SI3M” ประกอบด้วย 1. การกำหนดโครงสร้างกลไกการทำงาน 2. ระบบข้อมูลสารสนเทศ 3. กระบวนการดำเนินงานและนวัตกรรม การบูรณาการและการติดตามประเมินผล รวมทั้งมีการนิเทศติดตามงานในพื้นที่ กระบวนการดังกล่าวควรให้ความสำคัญในการค้นหาจุดติมาเพื่อต่อยอด ส่งผลทำให้จังหวัดชัยนาทผ่านเกณฑ์การประเมิน มีการพัฒนาบุคลากรอย่างชัดเจน เป็นรูปธรรม พัฒนางานบริการสุขภาพปฐมภูมิจนเกิดเป็นนวัตกรรมสุขภาพชุมชน ที่สามารถใช้ในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุติดบ้าน ติดเตียง และผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่บ้านอย่างต่อเนื่องเพิ่มมากขึ้น และยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ เคนเน็ท โรล์ (2021) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการสุขภาพ โดยผลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การพัฒนาปัจจัยนำเข้าในกรอบดำเนินงานโดยการกำหนดบทบาทของภาคประชาชนในการดำเนินงานในพื้นที่หรือการทำงานเชิงรุกร่วมกับการมีนโยบายที่สอดคล้องในการทำงานร่วมกับองค์กร โดยบทบาทของประชากรในการจัดบริการโครงการสุขภาพในชุมชนมีบทสรุปว่า การกำหนดกิจกรรมที่ภาคประชาชนสามารถดำเนินการได้และเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งควรมีกำหนดกรอบการทำงานหรือแนวทางปฏิบัติและใช้งานที่ง่ายและสามารถช่วยให้เกิดการกระจายบริการไปสู่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามสถานที่หรือเขตพื้นที่ต่าง ๆ ที่ซับซ้อน พลวัตของความร่วมมือข้ามภาคส่วนควรไตร่ตรองเพิ่มเติมเกี่ยวกับบทบาทและนโยบายคุ้มครองแก่ประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก เพื่อเสริมสร้างระดับความรู้ความเข้าใจในโครงการสุขภาพพระดั่งพื้นที่และได้รับการสนับสนุนสำหรับกรอบการทำงาน ซึ่งจะสนับสนุนการใช้งานในอนาคตของประชากรตามโครงการด้านสุขภาพในชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อค้นพบจากแนวทางในการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบปัญหาในการจัดบริการสาธารณสุขแก่ผู้สูงอายุในด้านต่างๆ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1.1 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือควรมีการแก้ปัญหาในการเชื่อมต่อและประสานงานระหว่างหน่วยงานระหว่างกระทรวงให้สามารถเชื่อมโยงกันได้ โดยการจัดทำข้อตกลงร่วมกันในการสร้างฐานข้อมูลหรือ big data ร่วมกันระหว่างกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงมหาดไทยและกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

1.2 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือควรมีการพัฒนาฐานข้อมูลของผู้สูงอายุให้สมบูรณ์ โดยมีการแบ่งหน้าที่และพันธกิจร่วมกันของกระทรวงและหน่วยงานต่าง ๆ ในการค้นหาและจัดทำฐานข้อมูลผู้สูงอายุร่วมกันเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลจากการอ้างอิงจากเลขบัตรประชาชนของผู้สูงอายุในการตรวจสอบข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและสามารถเชื่อมต่อกันในทุกระดับได้

1.3 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือควรมีการปรับปรุงข้อกำหนดเทศบาลให้สอดคล้องต่อสังคมผู้สูงอายุ อาทิเช่นการแก้ไขข้อกำหนดในการเบิกจ่าย หรือ ข้อกำหนดในการมีส่วนร่วมจากภาคเอกชนในการดำเนินงานของภาครัฐ โดยคำนึงถึงการปฏิบัติงานเพื่อการปฏิบัติภารกิจที่สะดวก รวดเร็ว เท่าเทียม เป็นธรรมและทั่วถึงให้แก่ผู้สูงอายุ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.1 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือควรมีการส่งเสริมด้านบุคลากรเฉพาะทางด้านผู้สูงอายุให้มีจำนวนเพียงพอต่อการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นไปที่บุคลากรผู้ดูแลกลุ่มผู้สูงอายุติดเตียง เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุติดเตียงไม่สามารถดูแลตนเองได้ และต้องพึ่งพาผู้บริบาล ซึ่งองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจำเป็นต้องมีการผลิตผู้บริบาลหรือผู้ดูแลผู้สูงอายุในชุมชน ให้เพียงพอแนวโน้มที่กลุ่มผู้สูงอายุติดเตียงเพิ่มมากขึ้นโดยการส่งเสริมการฝึกอบรมพัฒนา การค้นหาอาสาสมัคร การจัดสรรงบประมาณในแผนการพัฒนาศักยภาพบุคลากร และการพัฒนาความรู้ความสามารถเฉพาะทาง

2.2 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือควรมีการเพิ่มนโยบายในด้านการดูแลจิตใจ เศรษฐกิจและสังคมให้มากขึ้น โดยการเพิ่มนโยบายในด้านการดูแลจิตใจนั้นเป็นการกำหนดนโยบายในการสนับสนุนทางการเงินการให้ทุนหรือการสนับสนุนอุปกรณ์ ของใช้จำเป็นในการดำรงชีวิตหรือเครื่องมือที่ใช้แล้วหมดไป เช่น ผ้าอ้อม กระดาษชำระ ให้แก่ผู้สูงอายุ เพื่อช่วยลดความเครียดของผู้สูงอายุไม่ให้ถูกซ้ำเติมจากสภาพเศรษฐกิจ อีกทั้งการเพิ่มนโยบายในด้าน เศรษฐกิจและสังคมโดยกำหนดนโยบายการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต การจัดฝึกอบรมวิชาชีพในกลุ่มผู้สูงอายุ การฝึกอบรมการใช้งานนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตประจำวัน

2.3 องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือควรมีการพัฒนาอาคารและที่อยู่อาศัยให้สะดวกต่อการดำรงชีวิตแก่ผู้สูงอายุ โดยการปรับปรุงโครงสร้างอาคาร รวบรวม ทางลาดสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อรองรับต่อจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นและเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิตแก่ผู้สูงอายุในสถานที่ต่าง ๆ และที่บ้าน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือเท่านั้น ซึ่งเป็นข้อมูลจากผู้ให้บริการ ทั้งนี้ควรมีการพิจารณาเก็บข้อมูลร่วมกับ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มอื่น ๆ เช่น องค์การอิสระ เช่น สำนักงานประมาณ กรมบัญชีกลาง กลุ่มประชากรผู้สูงอายุ ผู้รับบริการภาคเอกชนผู้มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ร่วมด้วย ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลในการวิจัยในมิติอื่น ๆ ร่วมด้วย

2. ผู้ศึกษาสามารถใช้แนวคิดทฤษฎีในด้านอื่น ๆ เพื่อการศึกษาวิจัยด้านอื่น ๆ ได้ เช่น แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างชุมชนเข้มแข็ง เนื่องจากวิธีการสร้างชุมชนเข้มแข็งยังไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน อาจเป็นเพราะความแตกต่างในบริบทด้านต่าง ๆ หากสามารถทำการศึกษาวิจัยรูปแบบหรือวิธีการสร้างชุมชนเข้มแข็งได้อย่างเป็นรูปธรรมจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมเป็นอย่างมาก หรือสามารถใช้แนวคิดเกี่ยวกับการดูแลผู้สูงอายุอย่างยั่งยืน โดยการจัดบริการบนพื้นฐานความอย่งยั่งยืนนั้นจะสามารถช่วยให้เกิดกระบวนการในการจัดบริการที่มีประสิทธิภาพได้ในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กมลชนก ขาสวรรณ. (2560). คุณค่าของผู้สูงอายุในระบอบของความเป็นจริง : ความท้าทายของนักวิจัยด้านสังคมศาสตร์ในปัจจุบัน. *วารสารคณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2564). *มาตรการขับเคลื่อนระเบียบวาระแห่งชาติ เรื่อง สังคมสูงอายุ 6 Sustainable 4 Change* (ฉบับปรับปรุง). เข้าถึงได้จาก : <https://www.dop.go.th/th/know/5/155>
- กระทรวงสาธารณสุข. (2562). *แนวทางการปฏิบัติงานด้านสาธารณสุขในระดับพื้นที่ระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อบต. เทศบาล) และกระทรวงสาธารณสุข (รพ.สต.)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข.
- กระทรวงสาธารณสุข. (2560). *รายงานประจำปี 2560*. เข้าถึงได้จาก <https://r8way.moph.go.th/report-2560>
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2562). *สถิติผู้สูงอายุ ประจำปี 2561*. เข้าถึงได้จาก : <http://www.dop.go.th/th/know/>
- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น.(2561). *รายงานสรุปผลการประเมินประสิทธิภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*. (2561). *นวัตกรรมระบบสุขภาพระดับอำเภอ บริการสุขภาพระดับอำเภอ จังหวัดชัยนาท. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*. 13(2), 108.
- โกสินทร์ ชี้ทางดี. (2562). *แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานโรงเรียนผู้สูงอายุในจังหวัดลพบุรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*. 11(2), 325.
- ส่วนท้องถิ่น. (2561). *ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561*. กรุงเทพฯ: กระทรวงมหาดไทย
- ชุมชนมพร มงคล. (2560). *การใช้แอปพลิเคชันไลน์เพื่อสนองต่อความต้องการด้านการทำงานของกลุ่มผู้ปฏิบัติงานราชการ. การสื่อสารเชิงกลยุทธ์. นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.
- ฉันทธรณ์ สุวรรณหงษ์. (2562). *โปรแกรมประยุกต์บนมือถือสำหรับวางแผนดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีนายเรืออากาศ. ปีที่ 15 (มกราคม -ธันวาคม 2562): 79*
- พงษ์ศักดิ์ นาคะและคณะ. (2561). *การบูรณาการบทบาทของเภสัชกรด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในระบบสุขภาพชุมชน.บัณฑิตศึกษา. การจัดการเภสัชกรรม. คณะเภสัชศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2558). *รายงานประจำปีผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2556*. กรุงเทพฯ : บริษัท อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

- วรรณา ประยุกต์วงศ์. (2564). *โครงการนวัตกรรมเพื่อพัฒนาท้องถิ่นตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง*. เข้าถึงได้จาก : <https://na.mahidol.ac.th/th/2021/>
- ศศิพัฒน์ ยอดเพชรและคณะ.(2559). *สังคมสูงวัยกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต*. สำนักงานกองทุนสนับสนุน การสร้างเสริมสุขภาพ.
- สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ. (2560). *แผนงานหลัก สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ รองรับการค้าเนื้องานตามพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ ฉบับที่ 3 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560-2564*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ
- สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ, (2559). *คู่มือสนับสนุนการบริหารจัดการระบบบริการดูแลระยะยาว ด้านสาธารณสุขสำหรับผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิงในระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ*. : กรุงเทพฯ
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2555). *สุดยอดนวัตกรรมไทย*. กรุงเทพฯ : สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- องค์การอนามัยโลก. (2560). *ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างรัฐบาลไทยและองค์การอนามัยโลก พ.ศ. 2560 – 2564*. เข้าถึงได้จาก <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/255510/>
- Kenneth Lo. (2021). *Improving cross-sector collaborations in place-based population health projects*. Australia: SA.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free.
- Xiao Yin. (2022). *The Elderly Education System in the Context of Digital Transformation Construction and Value Pursuit*. China: Zhejiang Open University.

กก

จริยธรรมในการตีพิมพ์บทความวิชาการ

วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ มีความประสงค์ให้การตีพิมพ์วารสารเป็นไปอย่างมีคุณภาพ 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 หรือที่หนึ่งในบทความนั้น หรือต้องระบุผลประโยชน์ทับซ้อนอย่างชัดเจน (ถ้ามี)
6. หากทางวารสารตรวจสอบพบการคัดลอกผลงานไม่ว่ากรณีใดก็ตาม ทางวารสารขอสงวนสิทธิ์ไม่รับพิจารณาบุคคลผู้นั้นตลอดไป

สำหรับกองบรรณาธิการ (Editors)

1. กองบรรณาธิการวารสารจะไม่รับตีพิมพ์ผลงานที่ได้ตีพิมพ์ที่อื่นมาก่อน หรืออยู่ในระหว่างพิจารณาจากวารสารหรือแหล่งสิ่งพิมพ์อื่น
2. กองบรรณาธิการวารสารมีระบบการตรวจสอบการตีพิมพ์ซ้ำ/ซ้ำซ้อน (Duplications/Plagiarism) อย่างเคร่งครัด โดยระบบ เช่น อักษรวิสุทธิ, ระบบค้นหาออนไลน์ (GOOGLE), Turnitin เป็นต้น เพื่อให้แน่ใจว่าบทความที่จะตีพิมพ์ไม่มีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น ทั้งนี้ หากตรวจพบกองบรรณาธิการจะหยุดดำเนินการและปฏิเสธการตีพิมพ์ผลงานพร้อมขึ้นบัญชีดำ (Blacklist) โดยทันที

3. กองบรรณาธิการวารสารพิจารณาและกลั่นกรองคุณภาพขั้นต้นว่าบทความมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร และเมื่อได้รับให้เข้าพิจารณาแล้ว ต้องผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่

4. กองบรรณาธิการวารสารต้องตัดสินใจอยู่บนพื้นฐานคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ โดยคำแนะนำในการแก้ไขและผลการพิจารณา อย่างน้อย 1 ท่านต้องให้ผ่านถึงจะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์

5. กองบรรณาธิการวารสารจะไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียนและผู้ประเมินบทความ ไม่ว่ากรณีใด ๆ

6. กองบรรณาธิการวารสารจะต้องไม่กระทำการใด ๆ อันจะเป็นผลให้ผลประโยชน์ขัดกัน (conflict of interest) เช่น หัวหน้ากองบรรณาธิการตีพิมพ์ในวารสารเอง กองบรรณาธิการตีพิมพ์ในวารสาร โดยมีส่วนเกี่ยวข้องในการพิจารณาผลงาน ไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนใด ๆ กับผู้เขียน ผู้ประเมินบทความ และบุคคลอื่น ๆ 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. หากผู้ประเมินพบว่าต้นฉบับได้มีการคัดลอกผลงานและซ้ำซ้อนของผลงานจากผู้เขียน ให้แจ้งข้อมูลที่ตรวจพบมายังกองบรรณาธิการวารสาร

5. ผู้ประเมินบทความต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความ ไม่ว่ากรณีใด ๆ

6. ผู้ประเมินบทความต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนใด ๆ กับผู้เขียน เช่น การรู้จักกันเป็นการส่วนตัว เป็นผู้ส่งผลงานและอ่านงานของตนเอง เป็นผู้ร่วมโครงการ ผู้ร่วมงาน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

รูปแบบการนำเสนอบทความ สำหรับวารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ

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. เอกสารอ้างอิง (References)	6. การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)
	7. ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)
	8. ผลการวิจัย (Research Finding)
	9. อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)
	10. กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) (Acknowledgement (If any))
	11. เอกสารอ้างอิง (References)

เงื่อนไขการรับบทความ

1. ผู้แต่งและผู้ส่งที่ต้องการตีพิมพ์ต้นฉบับจะต้องพิมพ์ตามรูปแบบและขนาดตัวอักษรตามรูปแบบ (Template) ที่กำหนดไว้

2. ผู้แต่งและผู้ส่งต้นฉบับเพื่อตีพิมพ์จะต้องรับรองว่าไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งพิมพ์ใดมาก่อน ยกเว้นรายงานการวิจัยวิทยานิพนธ์ที่ไม่ใช่การคัดลอกผลงาน รวมถึงไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์

3. ต้นฉบับของบทความที่ส่งเข้ารับการพิจารณาตีพิมพ์ จะต้องผ่านการตรวจการคัดลอกผลงาน โดยบรรณาธิการฝ่ายจัดการ ทั้งระบบอักษรวิสุทธิ์ ระบบค้นหาออนไลน์ต่าง ๆ โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบไม่ เกินร้อยละ 20

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

5. การอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และเอกสารอ้างอิง (References) ทำบทความ ถ้าเป็น ภาษาไทยให้ใส่ภาษาไทย ถ้าเป็นภาษาอังกฤษให้ใส่ภาษาอังกฤษ โดยการอ้างอิงตามรูปแบบ APA 6th Edition

6. ผู้พิจารณาไม่ทราบชื่อผู้แต่ง และผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้พิจารณา โดยเด็ดขาด (Double Blind Review) และจะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาอย่างน้อย 3 คน โดยจะต้องได้รับการผ่านตอบ ตกลงจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งสามคน หรือผู้อ่านพิจารณาให้ผ่านและสามารถตีพิมพ์ ได้อย่างน้อย จำนวน 2 ท่าน และขอให้ผู้ส่งต้นฉบับพิมพ์ชื่อ และสังกัด บนหน้าแรกของผลงานเท่านั้น

7. โครงสร้างบทความเป็นไปตามองค์ประกอบของบทความ ทั้งบทความวิชาการและบทความวิจัย

8. ตั้งแต่ 1 มกราคม 2563 เป็นต้นไป นโยบายใหม่ของวารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ บทความต้นฉบับใดมีหัวข้อหลักไม่ครบถ้วน จะปฏิเสธการพิจารณาบทความทันที

9. ตารางหรือรูปประกอบต้องระบุ หัวข้อให้ชัดเจน อาจเป็นภาพสไลด์ ภาพสี ภาพขาวดำก็ได้ แต่ควรมีความขาว-ดำชัดเจนและมีความละเอียดภาพที่สูง

10. การส่งไฟล์บทความต้นฉบับให้ส่งผ่านเว็บไซต์ <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JLASI/index> เท่านั้น

การเขียนอ้างอิง

อ้างอิงตามรูปแบบ APA 6th Edition ดังนี้

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), / เลขหน้า.

2.5 อ้างอิงจากวิทยานิพนธ์

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

2.6 อ้างอิงจากเอกสารในการประชุมวิชาการ

ชื่อ นามสกุล./ (ปพิมพ์). / ชื่อบทความหรือชื่อเรื่องของบท. / ใน / หรือ / In / ชื่อบรรณาธิการ / (บ.ก.
หรือ Ed. หรือ Eds.), / ในชื่อการประชุม (น. หรือ p. หรือ pp. เลขหน้า). / 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>

