# วารสารบริหารธุรกิจและการจัดการปริทัศน์
## Business Administration and Management Journal Review

**ปีที่ 16 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน 2567**
**Volume 16 Number 1 (January – June 2024)**


**วัตถุประสงค์**

เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการแก่บุคคลทั่วไป และส่งเสริมให้อาจารย์ประจำและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาต่างๆ ได้เสนอผลงานทางวิชาการ : บทความปริทัศน์ (Review Article) นี้อยู่ในสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ และการจัดการ/สหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์


**เจ้าของ :** คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

**ที่ปรึกษา :** รองศาสตราจารย์ ดร.อุไรพรรณ เจนวาณิชยานนท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรรณราย แสงวิเชียร

**บรรณาธิการบริหารและวิชาการ :** ดร.วิชุตา อยู่ยงค์

**ที่ปรึกษาประจำกองบรรณาธิการ :** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุติระ ระบอบ
ดร.พิษณุ เหรียญมหาสาร

**หัวหน้ากองบรรณาธิการ :** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สถาพร ปิ่นเจริญ



**กองบรรณาธิการ**

| | |
|---|---|
| รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| รองศาสตราจารย์ ดร.มนูญ โต๊ะยามา | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |
| รองศาสตราจารย์ กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์ | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธันยมัย เจียรกุล | สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระพล เทพหัสดิน ณ อยุธยา | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรชัย ศักดานุวัฒน์วงศ์ | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ อวเกียรติ | มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ |
| ดร.ฉัตรฤดี จองสุรีย์ภาส | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| ดร.ธีรภัทร ศรีนรคุตร | สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี |
| ดร.ประพนธ์ โอสถสัมพันธ์สุข | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| ดร.ภัคกร รักราชการ | มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด |
| ดร.รัชนีภรณ์ งดงามวงศ์ | มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด |
| ดร.ลัดดา ปินตา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ |
| ดร.สุดาสวรรค์ งามมงคลวงศ์ | วิทยาลัยเซาท์อีสท์บางกอก |
| อาจารย์ ลักขณา ศรีผุดผ่อง | ข้าราชการบำนาญ สำนักงานศาลปกครอง กรุงเทพฯ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชราวรรณ มีทรัพย์ทอง | มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลั่นทม จอนจวบทรง | มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รุ่งฤดี รัตนวิไล | มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |
| ดร.นุช สัทธาฉัตรมงคล | มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |
| ดร.พวงชมพู โจนส์ | มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |
| ดร.พิมสิริ ภู่ตระกูล | มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |

**ฝ่ายพิสูจน์อักษร**

ดร.พัชรา โพชะนิกร ดร.วิกานดา บุญมา ดร.อัญชลี สมบูรณ์ อาจารย์ นันทวรรณ บุญรักษา อาจารย์ประนอม ลอองนวล อาจารย์มธุรพจน์ ศรีโพนทอง และ อาจารย์สุเมษ เลิศจริยพร

**ฝ่ายจัดการและเลขานุการกองบรรณาธิการ**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์รุ่งฤดี รัตนวิไล ดร.นุช สัทธาฉัตรมงคล ดร.ศิริวุฒิ รุ่งเรือง และดร.ณภัทร ศรีนวล

**ฝ่ายการเงิน**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา ยอดนิล และนางสาวจุฑารัตน์ รัตนถาวร

**กำหนดเผยแพร่ :** ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน และฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

**สถานที่ออกแบบและจัดพิมพ์ :** มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เลขที่ 18/18 ถนนเทพรัตน (บางนา-ตราด) กม.ที่ 18 ต.บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540 โทรศัพท์ 02 312 - 6300 ต่อ 1484, 1223, 1522

**ข้อความที่ปรากฏในบทความแต่ละเรื่องในวารสารวิชาการเล่มนี้**
**เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน**
**ไม่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ และคณาจารย์ท่านอื่นๆ**
**ในมหาวิทยาลัยฯ แต่อย่างใด**
**ความรับผิดชอบองค์ประกอบทั้งหมดของบทความแต่ละเรื่องเป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน**
**หากมีความผิดพลาดใดๆ ผู้เขียนแต่ละท่านจะรับผิดชอบบทความของตนเองแต่ผู้เดียว**

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มีความยินดีรับบทความวิจัย บทความวิชาการ บทวิจารณ์หนังสือ (book review) ที่อยู่ในสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและการจัดการ/สหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และยังไม่เคยเผยแพร่ในเอกสารใดๆ โดยส่งบทความมาได้ที่ https://www.tci-thaijo.org/index.php/bahcuojs/index มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เลขที่ 18/18 ถนนเทพรัตน (บางนา-ตราด) กม.ที่ 18 ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540 หรือติดต่อที่ email: ba.hcu.journals@gmail.com, หรือ rungrudee.article @gmail.com โทรศัพท์ 02 312 - 6300 ต่อ 1484 , 1223 , 1522

ทางฝ่ายจัดการและเลขานุการกองบรรณาธิการ วารสารบริหารธุรกิจและการจัดการปริทัศน์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ จะส่งบทความให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการ 3 ท่าน เพื่อประเมินคุณภาพบทความว่าเหมาะสมสำหรับการตีพิมพ์หรือไม่ หากท่านสนใจกรุณาดูรายละเอียดรูปแบบการส่งต้นฉบับที่วารสารธุรกิจปริทัศน์ หรือ https://www.tci-thaijo.org/index.php/bahcuojs/index

# รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความภายนอก (Off - campus Peer Review)

| | |
|---|---|
| ศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ รัตนวิไล | มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ |
| รองศาสตราจารย์ ดร.กำพล เชื้อแถว | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |
| รองศาสตราจารย์ ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร์ | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| รองศาสตราจารย์ ดร.พงศ์ หรดาล | มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร |
| รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ จันทโรนานนท์ | มหาวิทยาลัยเกริก |
| รองศาสตราจารย์ ดร.มนูญ โต๊ะยามา | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |
| รองศาสตราจารย์ ดร.วรัทยา ธรรมกิตติภพ | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| รองศาสตราจารย์ ดร.วลัยลักษณ์ อัตธีรวงศ์ | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| รองศาสตราจารย์ ดร.วินัย ปัญจขจรศักดิ์ | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| รองศาสตราจารย์ ดร.ศรีวรรณ ยอดนิล | ข้าราชการบำนาญ มหาวิทยาลัยบูรพา |
| รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันทน์ พรหมสุวรรณ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพ |
| รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณี อัศวกุลชัย | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| รองศาสตราจารย์ กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์ | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| รองศาสตราจารย์ ฉรงศ์ศักดิ์ บุญเลิศ | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |
| รองศาสตราจารย์ สมเกียรติ จงประสิทธิ์พร | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จารุพร มีทรัพย์ทอง | มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจริญศักดิ์ แสงฉัตรสุวรรณ | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงพร หาญสันติ | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทอดศักดิ์ สรีสุรพล | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธันยมัย เจียรกุล | สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระพล เทพหัสดิน ณ อยุธยา | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีราลักษณ์ สัจจะวาที | มหาวิทยาลัยพายัพ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิธิศ ปุณธนกรภัทร์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรชัย ศักดานุวัฒน์วงส์ | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑล สรไกรกิติกูล | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศยามล เอกะกุลานันต์ | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภเชษฐ์ อินทรเนตร | มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ อวเกียรติ | มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิทธิชัย ธรรมเสน่ห์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรสา เตติวัฒน์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอก ชุณหชัชราชัย | มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กานต์ธีรา โพธิ์ปาน | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชลิตพันธ์ บุญมีสุวรรณ | อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |
| ดร.กฤช เอี่ยมฐานนท์ | กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ |
| ดร.กฤษฎิพัทธ์ พิชญะเดชอนันต์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| ดร.กาญจนา ทวินันท์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พิษณุโลก |
| ดร.จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด | มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| ดร.ฉัตรฤดี จองสุรีย์ภาส | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| ดร.ทวีศักดิ์ ชูมา | มหาวิทยาลัยมหิดล |
| ดร.ธนภูมิ ปองเสงี่ยม | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ |
| ดร.ธีรภัทร ศรีนรคุต | สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.)<br>กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี |
| ดร.ธีรัช ศรีสุขวัฒนานนท์ | มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ |
| ดร.บัณฑิตา ภัทรวิชญ์กุล | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| ดร.ประพนธ์ โอสถสัมพันธ์สุข | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |

| | |
|---|---|
| ดร.พรเพ็ญ ทิพยนา | มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ |
| ดร.พิษณุ เหรียญมหาสาร | อดีตรองปลัดกระทรวงพาณิชย์ หัวหน้ากลุ่มภารกิจด้านต่างประเทศ และหัวหน้าศูนย์ภูมิภาคจีน (Mr.China) |
| ดร.ภัคกร ธรรมะโชคชัย | มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด |
| ดร.ภูมิศักดิ์ ราศี | สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงการเกษตรและสหกรณ์ |
| ดร.มรกต กำแพงเพชร | สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น |
| ดร.ยงยุทธ ห่อทอง | สำนักงานปลัดกระทรวงพลังงาน |
| ดร.ยรรยง เต็งอำนวย | จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| ดร.รัชนีภรณ์ งดงามวงศ์ | มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด |
| ดร.ลัดดา ปินตา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ |
| ดร.วัลลภ ใหญ่ยิ่ง | สมาคมนักวิจัยแห่งประเทศไทย |
| ดร.แววมยุรา คำสุข | มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา |
| ดร.สมชาย เลิศภิรมย์สุข | มหาวิทยาลัยธนบุรี |
| ดร.สัญญา ยิ้มศิริ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| ดร.สุดาสวรรค์ งามมงคลวงศ์ | วิทยาลัยเซาท์อีสท์บางกอก |
| ดร.สุนันทา เสถียรมาศ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| ดร.สุรเดช ปนาทกูล | สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย |
| ดร.สุริย์วิภา ไชยพันธุ์ | มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต |
| ดร.อภิวรรตน์ กรมเมือง | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| ดร.อาภรณ์ เด่นศิริอักษร | สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล |
| ดร.อิศรา สุวรรณรักษา | มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ |
| ดร.ภญ. ฐานิสร โรจนดิลก | มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย |
| ว่าที่ร้อยตรี ดร.วรวิทย์ ศรีสุวรรณ | วิทยาลัยอาชีวศึกษานครราชสีมา |
| Dr. Bing Zhu | มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ |
| Dr. Shih-tse Lo | มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ |
| Dr. Zhuoran Zhang | มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ |
| อาจารย์ กันติทัชภัส นากุล | อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี |
| อาจารย์ จารุพงษ์ จันทหาร | อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |
| อาจารย์ ฐิติพัฒน์ สุดจิตต์ | สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน |
| อาจารย์ ธีร์รัฐ รัฐรวีฐากรณ์ | กรรมการ ผจก. หจก. จุนจิ สตอรี่ |
| อาจารย์ ปิติ พรกิติยานนท์ | Chief Operating Officer K.R.C. TRANSPORT AND SERVICE |
| อาจารย์ พงษ์ จงจิตร | อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยศรีปทุม และมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต |
| อาจารย์ รพี อุดมทรัพย์ | สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ |
| อาจารย์ รุ่งนิยา วงศ์ศรี | กรรมการผู้จัดการ บริษัท รุ่งนิยา การบัญชี จำกัด |
| อาจารย์ ลักขณา ศรีผุดผ่อง | ข้าราชการบำนาญ สำนักงานศาลปกครอง กรุงเทพฯ |
| อาจารย์ ศศิรดา ดวงใจ | กรมสรรพากร |
| อาจารย์ ศุภรัตน์ ปรัชญาวาทิน | บริษัท ฟาร์อีส อินโนเวทีฟ อาร์แอนด์ดี จำกัด |
| อาจารย์ สมฤดี ไร่นาดี | ธนาคารออมสิน |
| อาจารย์ สุดารัตน์ วงศ์กระจ่าง | มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา |
| อาจารย์ อุรุพงษ์ ไสยรัตน์ | สำนักงานตำรวจตรวจคนเข้าเมือง จังหวัดภูเก็ต |
| อาจารย์ แววตา สร้อยสุวรรณ | กรมสรรพากร |

## รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความภายใน (On - campus Peer Review)

| | | |
|---|---|---|
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชราวรรณ มีทรัพย์ทอง | ดร.ณภัทร ศรีนวล | ดร.สิทธิโชค สินรัตน์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุติระ ระบอบ | ดร.นุช สัทธาฉัตรมงคล | ดร.อัญชลี สมบูรณ์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริศ วศินานนท์ | ดร.พวงชมพู โจนส์ | ดร.อาภาภรณ์ บุลสถาพร |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลั่นทม จอนจวบทรง | ดร.พิมสิริ ภู่ตระกูล | อาจารย์ สุภาวดี คุ้มราษฎร์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จรรยา ยอดนิล | ดร.พัชรา โพชะนิกร | อาจารย์ หยิน หยุนเว่ย |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรรณราย แสงวิเชียร | ดร.วิกานดา บุญมา | อาจารย์ Jing Yan Zhao |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รุ่งฤดี รัตนวิไล | ดร.วิชุตา อยู่ยงค์ | อาจารย์ Wenting He |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สถาพร ปิ่นเจริญ | ดร.ศิริวุฒิ รุ่งเรือง | |

# สารบัญ / Contents

## บทความพิเศษ

**1** **กุมพล บัวสวรรค์ พิษณุ เหรียญมหาสาร**
เหตุมังกรจรเมินแลนด์บริดจ์ไทยไปใช้ของมาเลย์ได้ในปี 2026

## บทความวิจัย

**8** **ประพนธ์ โอสถสัมพันธ์สุข ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์ และปิยะมาศ สื่อสวัสดิ์วณิชย์**
พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการขององค์การธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย
Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior of Frontline Employees of Hotels in Thailand

**27** **กษิดิศ ใจผาวัง**
BCG โมเดลกับการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย
BCG Model and Sustainable Development for Community Enterprises: A Case Study of Sustainable Safety Rice Farmers Community Enterprise, Mae Chan District, Chiang Rai Province

**47** **กาญจนา ทวินันท์ มนตรี ธรรมพัฒนากูล และแววมยุรา คำสุข**
กระบวนการบริหารจัดการและประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรภาครัฐที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว จังหวัดพิษณุโลก
Management Process Model and Performance of Government Organizations Affecting to Development of Labor Workforce the Elderly Rice Farmers in Phitsanulok Province

**65** **Yu Shasha Somsit Duang-Ek-Anong and Rawin Vongurai**
Factors Impacting Entrepreneurial Intention of University Liberal Arts Students in Sichuan, Chinas

**85** **บพิธ อภิวันทนกุล และคริชณะ ฉิมมณี**
ทัศนคติและการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Attitude and Acceptance to using of Application in Online Learning during the Pandemic of Covid-19 of Students of Bangkok University.

**100** **อภิวรรตน์ กรมเมือง อัจฉริย์ กรมเมือง และรพี อุดมทรัพย์**
การศึกษาความต้องการของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยต่อการใช้เทคโนโลยีอินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่ง
A Study of the Requirements of Thailand's Automotive Parts Industry for the Use of Technology Internet of Things

# สารบัญ / Contents

**118** **Songporn Hansanti**
Impact of Value Perceptions on Purchase Intentions of Luxury Handbags in Thailand

**137** **ดวงฤทัย พงศ์ทรัพย์การุณ และนิตยา สินเธาว์**
แนวทางการส่งเสริมการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
Guidelines for Enhancing Self-development of Registered Nurses,
Hua-Hin Hospital, Hua-Hin District, Prachup Khiri Khun Province

**155** **อมร คำมูล จักเรศ เมตตะธำรงค์ ชารินี ไชยชนะ และเพชรไพรริน อุปปิง**
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
Factors Influencing Promotion of Support Personnel at Rajamangala University
of Technology Isan

**174** **จตุพร พูลเกิด และรังสรรค์ เกียรติ์ภานนท์**
แนวทางการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน
A Guideline for Designing a Space for Working from Home

**192** **จงดี พฤกษารักษ์**
ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพและปริมณฑล
Causal Model of Factors Influencing the Business Performance
of Small and Medium Enterprises in Bangkok Metropolitan Region

**212** **ศยามล เอกะกุลานันต์ และสายทิพย์ เหล่าทองมีสกุล**
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิต
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Factors Affecting Environmentally Friendly Purchasing Behavior of
Kasetsart University Students

**232** **Li Liang and Chatcharawan Meesubthong**
The Impact of Digital Transformation on Employee Satisfaction at Zhanjiang Cigarette
Factory

**252** **ลั่นทม จอนจวบทรง อัญชลี สมบูรณ์ อโศก พลบำรุง ฉนอมสิน พลลาภ และเอกชัย ปิ่นแก้ว**
ประสบการณ์การขจัดความยากจนแบบครอบคลุมและตรงจุดของประเทศสาธารณรัฐ
ประชาชนจีน และการทำงานเชิงพื้นที่เพื่อแก้ไขความยากจนแบบเบ็ดเสร็จแม่นยำในประเทศไทย
Comparative Study on The Experiences of the Inclusive and Precise Poverty
Alleviation in People's Republic of China and the Comprehensive and Precise
Poverty Alleviation in Thailand

# สารบัญ / Contents

**272** **พวงชมพู โจนส์ นุช สัทธาฉัตรมงคล นราภรณ์ ธรรมดี และนันทวุฒิ ครุฑา**
ความตั้งใจและพฤติกรรมการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค
ที่มีต่อการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุอาหาร
Intention and Behaviour in Environmental Decision Making of Consumers
towards Selecting Food Packaging

**294** **รพี อุดมทรัพย์ วิชญุตร์ งามสะอาด และนันทิ สุทธิการนฤนัย**
การประเมินมูลค่าชีวิตเชิงสถิติ ด้วยวิธีการศึกษาความเต็มใจที่จะจ่าย
Assessing the Value of Statistical Life via Willingness-to-Pay Studies

## บทความวิชาการ

**308** **มะลิวัลย์ สุขรักษา ธวัชชัย ศุภดิษฐ์ และพีรพล เจตโรจนานนท์**
การปรับตัวของผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการขยะ
ในสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัส Covid - 19
Adaptation of Factory Operators 105 and 106 in Thailand for Solid Waste Management
in the Situation of the Covid-19 Pandemic

**322** **เมืองภูมิ หาญสิริเพชร และภูริพันธุ์ โพธิ์ชัยแก้ว**
กลยุทธ์การแก้ไขปัญหา “ทุนขั้นต่ำ” ของนักลงทุนต่างชาติในเขตเศรษฐกิจพิเศษ 10 จังหวัดของ
ประเทศไทย: กรณีศึกษาปัญหาทุนขั้นต่ำภายใต้พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจคนต่างด้าว
พ.ศ. 2542 ของนักลงทุนชาวจีน
Strategies to Tackle the Problem of Minimum Capital by Foreign Investors in 10 Special
Economic Zones (SEZs) of Thailand: A Study in the Problem of Minimum Capital Faced
by Chinese Investors under the Foreign Business Act B.E. 2542 (1999).

**337** **รุ่งฤดี รัตนวิไล**
หนี้ครัวเรือนไทยกับหลักจิตวิทยาตามแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ
Maslow Thai Household Debt and Psychology Based on Maslow’s Hierarchy
of needs Theory

## แนะนำหนังสือ

**352** **รุ่งฤดี รัตนวิไล**
แกะรอยหยักสมอง ยิว & จีน ทางด้านการค้ายิวและจีน
คิดอย่างไร ทำอย่างไร จึงยิ่งใหญ่ในการทำการค้าตลอดกาล

# คำนำ

การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกเข้าสู่ยุคดิจิทัล จึงเกิดการพัฒนาวารสารบริหารธุรกิจและการจัดการปริทัศน์เป็นวารสารอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบฐานข้อมูลออนไลน์ ซึ่งได้ปรับปรุงระบบปฏิบัติตลอดกระบวนการเผยแพร่เป็นระบบออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบ ก้าวขึ้นสู่วารสารชั้นหนึ่งอย่างต่อเนื่อง ได้รับการประเมินคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Centre หรือศูนย์ TCI) ให้ทางวารสารบริหารธุรกิจปริทัศน์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเป็นวารสารกลุ่มที่ 1 (Tier 1)

วารสารบริหารธุรกิจและการจัดการปริทัศน์ฉบับนี้ได้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์นำเสนอผลงานทางวิชาการคุณภาพ ให้คณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไปได้มีโอกาสเผยแพร่บทความวิจัย และบทความวิชาการที่เกี่ยวข้องด้านบริหารธุรกิจศาสตร์ โดยการตีพิมพ์ได้ผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญที่ตรงสาขาวิชาและไม่เปิดเผยชื่อ (Blind peer review) จำนวน 3 ท่าน เพื่อยกระดับคุณภาพวารสารให้สูงยิ่งขึ้น เกิดอำนวยประโยชน์ทางการศึกษา การเรียนการสอน และการพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ทันตามสถานการณ์ ณ ปัจจุบัน เพื่อการประยุกต์ใช้ในวิชาชีพต่อไป

(อาจารย์ ดร. วิชุตา อยู่ยงค์)
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

# เหตุมังกรจรเมินแลนด์บริดจ์ไทยไปใช้ของมาเลย์ได้ในปี 2026

คณะผู้เขียน
กุมพล บัวสวรรค์[1]
พิษณุ เหรียญมหาสาร[2]

ในช่วงสองปีมานี้ ตั้งแต่รัฐบาลก่อน เปิดเกมสนับสนุนโครงการแลนด์บริดจ์เชื่อมอ่าวไทย-อันดามัน จนถึงรัฐบาลปัจจุบันยิ่งเน้นสนับสนุนแลนด์บริดจ์มากขึ้นจนเกิดเสียงวิพากษ์วิจารณ์กันครึ้มอย่างกว้างขวางทั้งเห็นด้วยและต่อต้าน

ในการนี้คณะผู้เขียนขอเผยแพร่บทความนี้นำเสนอข้อมูลสองด้านต่อไปนี้

**1. ทำไมจีนจึงยังคงยืดมั่นร่วมไทยสร้างรถไฟคุณหมิง-สิงคโปร์ผ่านด้ามขวาน ทั้ง ๆ ถูกไทยเบี้ยวหลายกรณี**

**ความเป็นมา**

1.1 ลำดับความเดิมก่อนกำเนิดรถไฟความเร็วคุนหมิง-สิงคโปร์ปี 1995 (พ.ศ. 2538) จีนปฏิรูปเศรษฐกิจเปิดภายใต้นโยบายเปิดประเทศของเติ้งเสี่ยวผิงปี 1978 (พ.ศ. 2521) รัฐบาลจีนเน้นความสำคัญด้านวางแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระดมปูฐานตรงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ เจริญเติบโตทวีคูณ ได้แก่ ทางบกสร้างถนน ทางหลวง ทางด่วน ทางรถไฟ และรถไฟความเร็วสูงทางน้ำ คือ มุ่งพัฒนาท่าเรือริมชายฝั่งทะเลตะวันออก และอ่าวตังเกี๋ย (เป่ยปู้วาน) และทางอากาศ คือ สนามบินประจำมณฑล และสนามบินนานาชาติ

1.2 ปี 1999 (พ.ศ. 2542) รัฐบาลของนายกรัฐมนตรีจูหรงจีของจีน กำหนดให้มีการพัฒนาอภิมหาเขตเศรษฐกิจสามเหลี่ยมแม่น้ำจูเจียง หรือ Pan Pearl River Delta (PPRD) หรือ 9 + 2 เพื่อเปิดเศรษฐกิจภาคใต้จีนที่แข็งแกร่งรองรับนโยบายเชื่อมสู่กลุ่มเศรษฐกิจภายนอกจีนเป็นสำคัญ โดยมุ่งเชื่อมโยงกับอาเซียนเป็นลำดับแรก ด้วยการวางแผนเชื่อมโยงทางถนนกับ 3 ประเทศอาเซียน (เมียนมาร์ ลาว เวียตนาม) ที่มีพรมแดนติดกับจีน (ไทยติดกับจีนด้วยแม่น้ำโขง ระยะทาง 385 กิโลเมตร ระหว่างเชียงแสนกับเชียงรุ่ง (จิ่งหง)

**ภาพที่ 1 เชื่อม PPRD ตอนใต้จีนกับอาเซียน**

---

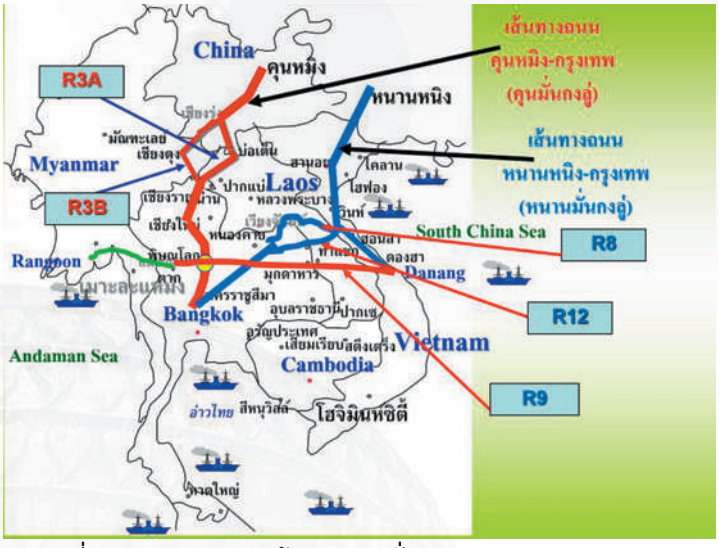
[1] นักวิชาการอิสระ

[2] อาจารย์ประจำโครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ในปี 1998 (พ.ศ. 2541) จีนวางแนวทางถนนจากจิ่งหงเชื่อมเมียนมาร์ ผ่านเมืองชายแดนจีน (ต้าลั่ว) กับเมืองชายแดนเมียนมาร์ (เหมิ่งล่า) เข้าเชียงตุงถึงท่าขี้เหล็ก ระยะทาง 240 กิโลเมตรและเข้าอำเภอแม่สายของไทย คือเส้นทาง R3B แต่เส้นทางนี้มีปัญหาทางปฏิบัติ ทั้งด้านเทคโนโลยีไม่เหมาะสร้างทางทันสมัย และการขนส่งสินค้าถูกเก็บเบี้ยบ้ายรายทางจำนวนมาก

ในปี 1999 (พ.ศ. 2542) รัฐบาลจูหรงจี จึงมีนโยบายให้เปลี่ยนแนวทางเชื่อมเป็นเส้น R3A จากจิ่งหง (เชียงรุ่ง) สู่บ่ฮ่าน ชายแดนจีน เข้าบ่เต็น แขวงหลวงน้ำทา ของลาว ไปยังห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว ระยะทาง 245 กิโลเมตร เข้าสู่อำเภอเชียงของไทย

พร้อมกันนี้ จีนได้กำหนดให้มณฑลยุนนานเป็นประตูสู่อาเซียนเชื่อมผ่านด้วยเส้นทาง R3A หรือ R3E เป็นหลัก

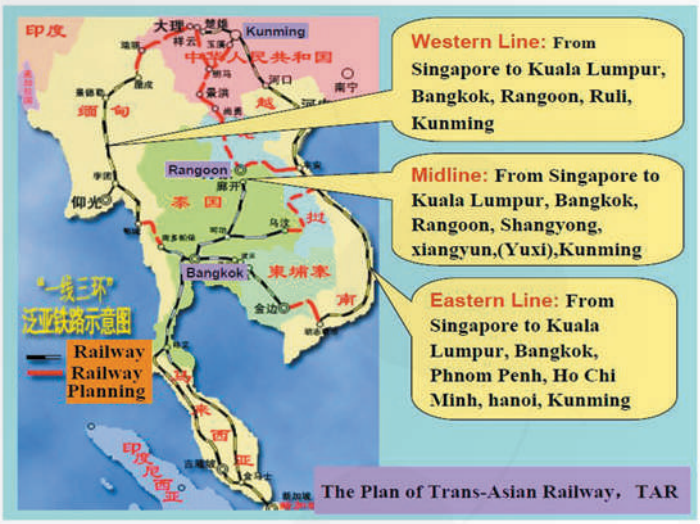



**ภาพที่ 2 ส่วน R3A บนเส้นทางคุณมั่นกงลู่** (ระยะทาง 1850 ก.ม.)

ในปี 2003 (พ.ศ. 2546) รัฐบาลจีน โดยนายกรัฐมนตรี เวิ่นเจียเป่า ได้กำหนดให้ยูนนานเป็นประตูสู่อาเซียน โดยมีส่วนทางด่วนจากคุนหมิงถึงบ่ฮานเข้าบ่เต็นต่อด้วย R3A เข้าสู่อาเซียนผ่านเส้นทางถนนในประเทศไทยเป็นหลัก ถึงกรุงเทพคือ เส้นทางคุนมั่นกงลู่ วิ่งจากคุนหมิง-กรุงเทพ (1,850 กม.)หรือระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ เมื่อ 31 มีนาคม 2551

1.3 การกำนดเส้นทางรถไฟความเร็วสูงคุนหมิง-สิงคโปร์

ปี 2006 (พ.ศ. 2549) สมัยนายกรัฐมนตรี เวิ่นเจียเป่า เปลี่ยนมากำหนดให้กวางซีเป็นประตูสู่อาเซียน (ทางทะเล) แทนยูนนาน และยกระดับยูนนานเป็นหน้าด่านสะพานสู่เอเชียอาคเนย์และเอเชียใต้ พร้อมกำหนดเชื่อมเส้นทางรถไฟความเร็ว 3 สาย ดังรูป




**รูปที่ 3 เส้นทางรถไฟความเร็ว คุนหมิง-สิงคโปร์ ผ่าน 3 ประเทศมาที่จุดร่วมกรุงเทพก่อนเข้าสิงคโปร์**

1) สายตะวันตก คุนหมิง ผ่านเมียนมาและไทยไปสิงคโปร์

2) สายกลาง คุนหมิง ผ่านไทยไปสิงคโปร์

3) สายตะวันออก คุนหมิง ผ่านเวียดนามผ่านกัมพูชาและไทยไปสิงคโปร์

ทั้งสามสายมาบรรจบกันที่กรุงเทพก่อนต่อลงใต้ไปสุดทางที่สิงคโปร์

1.4 วางแนวทางสร้างทางรถไฟความเร็วผ่านลาวและไทย

ปี 2007 (พ.ศ. 2550) กระทรวงรถไฟจีน วางแผนกำหนดสร้างทางรถไฟความเร็วสายกลาง คุนหมิง-สิงคโปร์ ผ่านไทย และลาว และได้เชิญผู้แทนไทย (รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ไทย นายเกริกไกร จีระแพทย์) ไปร่วมประชุมหารือกับอดีตรัฐมนตรีกระทรวงรถไฟจีน ฝ่ายจีนได้นำเสนอร่วมกันสร้างทางรถไฟช่วงผ่านลาว จากบ่เต็นไปถึงห้วยทรายเข้าเชียงของขนานกับเส้น R3A ในลาว

ซึ่งฝ่ายไทยได้นำกลับมาหารือหน่วยงานเกี่ยวข้องได้แก่ สนข., การรถไฟไทย,กระทรวงการคลัง, สศช. และสภาความมั่นคง ปรากฏว่าทุกหน่วยต่างให้การปฏิเสธ โดยอ้างว่าพื้นที่ที่กำหนดสร้างรถไฟผ่านจังหวัดเป็นพื้นที่ทหาร ไม่สามารถอนุญาตให้ก่อสร้างทางรถไฟได้ ฝ่ายไทยจึงแจ้งผลให้ฝ่ายจีนทราบและทันทีที่ทราบผล ฝ่ายจีนจึงหันไปหารือกับลาว เสนอให้สร้างทางรถไฟความเร็วจากบ่เต็นไปยังเวียงจันทน์ในทันทีโดยเริ่มหารือกับลาว ในปี พ.ศ. 2552

อย่างไรก็ตาม ฝ่ายลาวขอเวลาในการพิจารณาประจวบกลับเกิดปัญหาผู้บริหารสูงสุดกระทรวงรถไฟทำการทุจริตขั้นร้ายแรง การสรุปร่วมกันสร้างทางรถไฟความเร็ว จึงหยุดชะงักต้องชะลอล่าช้าออกไปจนถึงปี พ.ศ.2559 จีนจึงสามารถตกลงกับลาวเริ่มสร้างทางรถไฟความเร็วจากบ่เต็น ถึงเวียงจันทน์ในปี พ.ศ.2559 กำหนดเสร็จธันวาคม 2564

ในปี 2009 (พ.ศ. 2552) รัฐบาลอภิสิทธิ์ยังคงร่วมมือใกล้ชิดกับจีนในโครงการสร้างทางรถไฟความเร็วจากหนองคายถึงกรุงเทพ แต่ติดขัดในการเจรจาหลังจากเปลี่ยนรัฐมนตรีกระทรวงคมนาคมคนใหม่เป็นเหตุให้เกิดเงื่อนไขเพิ่มเติมในการเจรจาสร้างทางรถไฟ หนองคาย-กรุงเทพ ต้องชะงักไม่คืบหน้าดังที่ตั้งใจไว้

ในปี พ.ศ. 2554 เปลี่ยนรัฐบาล ภายใต้นายกรัฐมนตรียิ่งลักษณ์ ชินวัตร ประจวบกับจีนประสบปัญหาการทุจริตรุนแรงของผู้บริหารสูงสุดกระทรวงคมนาคมจีน รัฐบาลยิ่งลักษณ์จึงหันไปขอความร่วมมือลงทุนจากญี่ปุ่นในการพัฒนาสร้างทางรถไฟ 2 สาย คือ

1) สร้างทางรถไฟความเร็วกรุงเทพ-เชียงใหม่ (ใช้ขนผัก)

2) สร้างทางรถไฟขนานกับระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (ดานัง-ย่างกุ้ง)

3) การสร้างทางด่วนต่อยอดจากถนนหนานหนิง-กรุงเทพฯ หรือ หนานมั่นกงลู่ ต่อไปยังท่าเรือทวาย (โครงการในสมัยรัฐบาลอภิสิทธิ์)

ปรากฏว่าไม่มีการสร้างทางรถไฟตามที่วางแผนไว้

สำหรับทางด่วนต่อยอดจากหนานมั่นกงลู่สู่ทวายของเมียนมาร์นั้น มีความคืบหน้าคือ มีการสร้างต่อจากกรุงเทพไปยังกาญจนบุรี ซึ่งในปัจจุบันสร้างเสร็จเปิดให้ใช้ได้แล้ว แต่ช่วงจากกาญจนบุรี-ทวาย ยังไม่มีการสร้างต่อ

1.5 คสช. ทำโครงการรถไฟความเร็วนครราชสีมา-กรุงเทพต่อ

ในปี 2557 รัฐบาลคสช. ได้ฟื้นความร่วมมือกับจีนในการสร้างทางรถไฟช่วงหนองคาย-กรุงเทพฯ เริ่มกลับมาเจรจากับจีนอีกครั้งในช่วงนครราชสีมา-กรุงเทพ เจรจากันถึง 18 รอบ ก็ไม่สามารถบรรลุความตกลงกันได้ ในที่สุดฝ่ายไทยตัดสินใจดำเนินการต่อ แต่ขอใช้งบประมาณเองของไทยเอง (แทนการใช้เงินกองทุน BRI ที่จีนจัดให้สำหรับโครงการโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ในประเทศสมาชิก BRI) โดยฝ่ายจีนยังคงให้ความช่วยเหลือแนะนำด้านเทคนิคก่อสร้าง, ด้านองค์ความรู้เทคโนโลยีก่อสร้าง, การบริหารจัดการโครงการ, การบริหารคนงาน, การบริหารเวลา และการบริหารวัสดุให้ได้โครงการที่มีคุณภาพมาตรฐานสูง และเสร็จตรงตามกำหนดเวลาตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ปรากฏว่า ผลการดำเนินการร่วมสร้างทางรถไฟ ภายใต้การใช้งบประมาณของไทยต้องประสบกับปัญหาการบริหารเบิกจ่ายการเงินภายใต้งบประมาณไทยเป็นอย่างมาก ในช่วง 8 ปีที่จีนไม่เข้าช่วยเหลือเต็มตัวนั้น โครงการก่อสร้างทางรถไฟได้ผลสำเร็จไม่ถึงร้อยละ 4 แต่หลังจาก ปี พ.ศ. 2565 เมื่อจีนเข้ามาช่วยเหลือเต็มตัวมากขึ้น สามารถเร่งความคืบหน้าของโครงการนครราชสีมา-กรุงเทพ คืบหน้ามากกว่าร้อยละ 30 และคาดว่าโครงการสร้างทางรถไฟหนองคาย-กรุงเทพ อาจต้องล่าช้าออกไปถึงปี พ.ศ. 2574 จึงจะเสร็จช้ากว่ารถไฟความเร็วของลาวถึง 1 ทศวรรษ

1.6 แม้การดำเนินการสร้างทางรถไฟความเร็ว ในส่วนของไทยคืบหน้าน้อยมาก อันเป็นผลจากการเลี่ยงใช้เงินกองทุน BRI และไทยบริหารงบประมาณเองในด้านการเบิกจ่ายไม่โปร่งใสทั้งฝ่ายรัฐและผู้ก่อสร้าง

อย่างไรก็ตาม จีนก็ยังคงยืดมั่นกับการช่วยเหลือไทยสร้างทางรถไฟความเร็วต่อไปเนื่องจากต้องบรรลุการสร้างเส้นทางคุนหมิง-สิงคโปร์ที่จีนถือว่ามีความสำคัญที่สุดในการเป็นเส้นทางหลักของเส้นทางสายไหมทางบกเส้นที่ 6 ภายใต้ BRI (Belt and Road Initiative) ที่เชื่อมจีนสู่เอเชียอาคเนย์ จีนจึงยืนหยัดในความร่วมมือสร้างทางรถไฟความเร็วในส่วนประเทศไทยให้สำเร็จให้ได้แม้ไทยจะเลี่ยงปฏิบัติข้อกำหนดในโครงการ BRI คือการใช้งบประมาณของไทยเองก็ตาม

**2. เหตุแห่งยั่วมังกรเมินแลนด์บริดจ์ไทย**

2.1 ดร.สุรินทร์ ตุลย์วัฒนจิต (2564, ถอดเกร็ดมังกร ตอน ๙) ได้เสนอแนวทางการเชื่อมอ่าวไทย-อันดามัน เป็น 3 ลักษณะ ตามลำดับความสำคัญของความคุ้มทุนและปริมาณการใช้ประโยชน์ในการเดินเรือ คือ คลอง ท่อราง และแลนด์บริดจ์ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างคลองเชื่อมอ่าวไทย-อันดามันมากที่สุด เพราะเป็นแนวทางน้ำที่เป็นส่วนสำคัญอำนวยให้เป้าหมายเส้นทางสายไหมทางทะเลที่จีนกำหนดใน BRI ประสบผลสมบูรณ์ที่สุด

2.2 สำหรับข้อเสนอการเชื่อมอ่าวไทย-อันดามันด้วยเลนส์บริดจ์ชุมพร-ระนองที่กล่าวขวัญวิพากษ์วิจารณ์อย่างหนักในขณะนี้นั้น คณะผู้เขียนบทความนี้ มีความเห็นว่ายังขาดมิตินำความเห็นของจีนต่อโครงการนี้มาร่วมพิจารณาด้วย เนื่องจากจีนมีบทบาทมากที่สุด ทั้งเป็นศักยภาพสูงสุดในด้านกองทุน เทคโนโลยี และการเมืองอุปถัมภ์ให้เกิดโครงการ

ดังนั้นข้อมูลที่คณะผู้เขียนนำเสนอต่อไปนี้ น่าจะใช้ตัดสินกำหนดความเป็นไปได้ของโครงการแลนด์บริดจ์ไทยมีมากน้อยเพียงไร โดยเฉพาะขอยกกรณีความเป็นไปได้ของ 5 ประเทศประกอบด้วย จีน กัมพูชา ลาว เวียดนาม และมาเลเซีย กลายเป็นความร่วมมือตัวแปรสำคัญเปลี่ยนแนวทางรถไฟความเร็ว คุนหมิง-สิงคโปร์ ที่อดีตนายกรัฐมนตรีเวิ่นเจียเป่า กำหนดไว้จากสายกลาง (ผ่านไทย) มาเป็นสายตะวันออก (ผ่านเวียดนาม) ได้หรือไม่เพียงไร ดังต่อไปนี้

1) จีนไม่มีความจำเป็นได้ใช้ประโยชน์เพิ่มจากแลนด์บริดจ์ไทยแต่อย่างไร เพราะจีนมีความร่วมมือกับมาเลเซียตามความตกลง “พัฒนาเขตอุตสาหกรรมจีน-มาเลเซีย” ภายใต้ยุทธศาสตร์โครงการสร้างเส้นทางสายไหมทางทะเล โดยในปี 2015 (พ.ศ. 2558) มาเลเซียจัดตั้งเขตพัฒนาอุตสาหกรรมมาเลเซียในเมืองชิงโจ กวางซี ขณะที่จีนได้เปิดเขตพัฒนาอุตสาหกรรมจีนในภาคเหนือ (บริเวณทางเชื่อมแลนด์บริดจ์ ด้วยทางรถไฟ Port klang ถึง Kelantan บนทางรถไฟสายตะวันออกของมาเลเซีย) พร้อมกับร่วมมือโครงการทางรถไฟเชื่อมตะวันตก-ออก Port klang ถึง Kelantan ระยะทาง 250 กิโลเมตร ขณะนี้อยู่ระหว่างการก่อสร้างขั้นยากที่สุด คือ การขุดอุโมงค์ต่าง ๆ เกือบ 20 แห่ง คาดว่าจะเปิดใช้ทางเชื่อมออกตกนี้ได้ในปี 2026 (พ.ศ. 2569)

ดังนั้นแลนด์บริดจ์ไทย ซึ่งยังไม่ชัดเจนจะเริ่มได้เมื่อไหร่ มีแนวโน้มว่าจะต้องล่าช้าออกไปอย่างไม่มีกำหนด

2) การสร้างแลนด์บริดจ์ในไทยต้องประสบปัญหาจากกลุ่มการเมืองฝ่ายไทยที่มุ่งหาประโยชน์เชิงนโยบายเป็นลำดับแรก เช่นเดียวกับกรณีสร้างทางรถไฟหนองคาย-กรุงเทพ

3) กรณีลาวขายไฟฟ้าให้สิงคโปร์ ขอส่งไฟฟ้าผ่านไทย แต่ได้รับการปฏิเสธโดยคัดค้านจากผู้นำไทย ให้ลาวขายผ่านไทยเพื่อส่งต่อให้สิงคโปร์ เป็นเหตุให้ลาวโต้ตอบไม่พอใจไทยที่ปฏิบัติกับลาวที่ยังมีฐานะ Land Lock Country มาเป็นเวลากว่า 40 ปี โดยเฉพาะช่วงที่ไทยยังมี รสพ. ลาวได้ถูกไทยสร้างข้อจำกัดการขนส่งจากลาวสู่ต่างประเทศมาโดยตลอด จนเป็นเหตุให้รองรัฐมนตรีลาวแสดงออกท่าทีเมื่อต้นธันวาคม 2566 ให้มีการต่อยอดรถไฟความเร็วจากเวียงจันทร์ผ่านกัมพูชาเข้าเวียดนาม ร่วมมือกับจีน เวียดนาม สร้างสะพานเชื่อมก่าเมาของเวียดนามไปยังกลันตันของมาเลเซีย เป็นการแก้เผ็ดไทย ให้ใช้เส้นทางรถไฟคุนหมิง-สิงคโปร์สายตะวันออกผ่านเวียตนาม แทนสายกลาง ไม่ต้องผ่านไทย ดังภาพที่ 4 หลังจากต้องผ่านไทย

4) จีน-มาเลเซีย มีความร่วมมือเขตพัฒนาอุตสาหกรรมจีน-มาเลเซีย มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 ภายใต้ยุทธศาสตร์เส้นทางสายไหมทางทะเล (มาเลเซียตั้งเขตพัฒนาอุตสาหกรรมในชิงโจว หนานหนิง ขนาดที่จีนตั้งเขตพัฒนาอุตสาหกรรมในรัฐกลันตันทางตะวันออกเฉียงเหนือของมาเลเซียและช่วยพัฒนาโครงการรถไฟตามชายฝั่งตะวันออก) รวมถึงการสร้างทางรถไฟชายฝั่งตะวันออกเชื่อมกับ Port Klang ทางตะวันตกซึ่งก็เท่ากับ Land Bridge เชื่อมทะเลจีนใต้กับอันดามัน มีความยาวประมาณ 230 กิโลเมตร โครงการ Land Bridge มาเลเซียนี้ กำหนดจะเสร็จใช้ได้ในปี 2026 (พ.ศ. 2569) อีกสองปีกว่าแต่โครงการ Land Bridge ไทย เพียงติดลมปาก

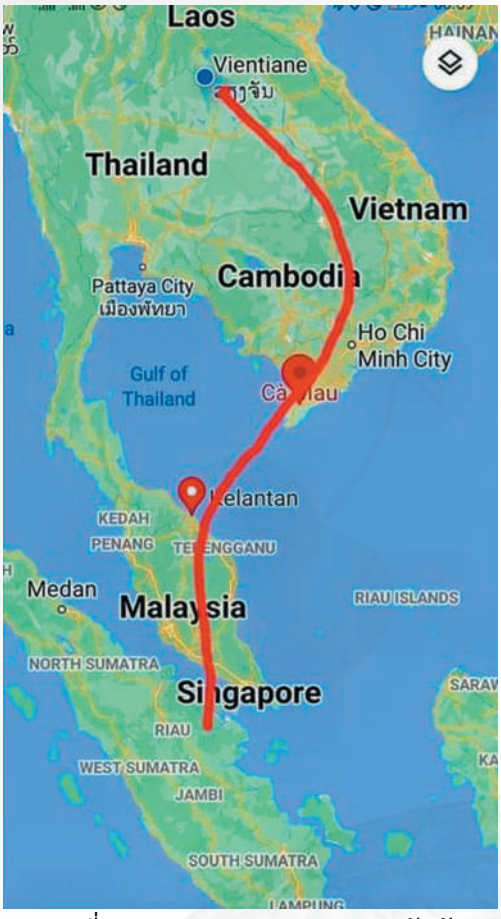
ดังนั้น เมื่อพูดถึง Land Bridge อ่าวไทย-อันดามัน จีนจะต้องยึดติดกับ Land Bridge ทะเลจีนใต้กับอันดามันในมาเลเซียเท่านั้น

5) จาก 5 ประเทศ (CCLMV) ปีกตะวันออก (China, Combodia, Lao, Malaysia, Vietnam) ร่วมมือกันให้จีนสร้างสะพานข้ามทะเลลึกก่าเมาถึงกลันตันนั้น มีความเป็นไปได้สูงมากเพราะตั้งแต่อดีตกาล จีนเป็นประเทศยิ่งใหญ่สุด มีผลงานสามารถสร้างคลองใหญ่ ตั้งแต่สมัยราชวงศ์สุ่ย ค.ศ. 581 - 618 ขุดคลองจิงหัง: เป่ยจิง-หังโจว ใช้งานในปัจจุบัน มีความยาว 1,800 กิโลเมตร

ผลงานสร้างสะพานถนนข้ามทะเลลึก ได้แก่ สะพานหยางซานยาว 32 กิโลเมตร สะพานข้ามอ่าวชิงเต่า 48 กิโลเมตร สะพานข้ามอ่าวหังโจว 36 กิโลเมตร สะพานเชื่อมฮ่องกงจูไห่, มาเก๊ายาว 54 กิโลเมตร

จึงเป็นที่ประจักษ์ว่าการสร้างสะพานก่าเมาถึงกลันตัน ระยะทางประมาณ 300 กิโลเมตร ไม่เหนือความสามารถของจีนแน่

เมื่อจีนสร้างก่าเมาถึงกลันตันสำเร็จ สิ่งตามมาชัดเจน ก็คือการคมนาคมเดินเรือทะเลขนาดใหญ่จากทะเลจีนใต้เข้าอ่าวไทยไม่สะดวกคล่องตัวอย่างปัจจุบันอย่างแน่นอน




**ภาพที่ 4 แนวทางสะพานก่าเมา-กะลันตัน**

6) จีนในหลายวาระได้แสดงความสนใจและสนับสนุนเต็มที่ในการเชื่อมอ่าวไทย-อันดามันโดยทางน้ำ ด้วยอันดับ 1 คือ คลอง อันดับ 2 คือ ท่อราง เพื่อให้ครบถ้วนสมบูรณ์ของเส้นทางสายไหมทางทะเล ภายใต้ยุทธศาสตร์ BRI โดยจีนเป็นประเทศเดียวในโลกที่มีศักยภาพสูงสุดในการใช้เงินทุนก้อนมหึมา (มากกว่า 1 ล้านล้านบาท) ในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานดังกล่าว

โดยสรุป : คณะผู้เขียนขอเป็นข้อมูลให้คิดจะปิดหรือเปิดต่อไปกับแลนด์บริดจ์ไทย???

# พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการขององค์การธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

# Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior of Frontline Employees of Hotels in Thailand

ประพนธ์ โอสถสัมพันธ์สุข[1*] ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์[2] และ ปิยะมาศ สื่อสวัสดิ์วณิชย์[2]
คณะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์[1]
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง[2]
50 ถนนงามวงศ์วาน ลาดยาว จตุจักร กทม. 10900
Prahpon Osodsampransook, Piyachat Jarutirasarn and Piyamas Suesawatwanich
The Faculty of Humanities, Kasetsart University[1]
The Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University[2]
50 Ngamwongwan Rd., Ladyao, Chatuchak, Bangkok, 10900
E-mail : prahpon.o@ku.th

**บทคัดย่อ**

สมการโครงสร้างพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการของพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าของโรงแรมในประเทศไทย ที่ขึ้นทะเบียนกับสมาคมโรงแรมไทยจำนวน 748 โรงแรม ใน 4 ภูมิภาคของประเทศไทย โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 452 ตัวอย่าง ด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1. เพื่อสร้างตัวแบบในการทำนาย พฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ 2. เพื่อศึกษาระดับของผลกระทบของปัจจัยทางทางจิตวิทยา ที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ ผลการวิจัยพบว่า การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน เป็นตัวแปรแทรกระหว่างความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่าง การรับรู้ถึงการสนับสนุน กับพฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ แต่มิได้เป็นตัวแปรแทรก ระหว่าง ทัศนคติ ความไว้วางใจ และ การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง กับพฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาในกรณีสถานประกอบการโรงแรมที่มีระดับของดาวระดับใดระดับหนึ่งโดยเฉพาะ หรือเปรียบเทียบในกรณีสถานประกอบการโรงแรมที่มีระดับของดาวที่แตกต่างกัน

**คำสำคัญ :** พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ องค์การธุรกิจโรงแรม
พนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า

Received Revised Accepted
10 กุมภาพันธ์ 2565 / 17 กุมภาพันธ์ 2565 / 21 กุมภาพันธ์ 2565
10 February 2022 / 17 February 2022 / 21 February 2022

**Abstract**

This research attempts to study the structural equation model of Service-oriented organizational citizenship behavior (SOCB) of frontline employee of hotel in Thailand which registered to The Thai Hotels Association (THA). They are comprised of 748 hotels which located on 4 main regions of Thailand. The amount respondents of this research are 452. The structural equation model (SEM) is a quantitative method applied to be the methodology of data analysis. Trust, perceived support, self-perception, and attitude are proposed to be independent variables. Leader-member exchange (LMX) proposed to be mediating variable. They are three objective of research 1. To initiate the predicted model for SOCB 2. To study the level of effects of psychological factor towards SOCB

The finding indicates that LMX mediates only the causal relationship between perceived support and SOCB. LMX not mediate the causal relationship between trust, attitude and self-perception and SOCB.

**Keywords :** Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior, Organization in Hotel Business, Frontline Employee

**บทนำ**

ดัชนีสำคัญประการหนึ่งในการชี้วัดความมีประสิทธิผล (effectiveness) ในการดำเนินงานขององค์การในธุรกิจโรงแรมคือความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) อันเกิดจากคุณภาพการบริการ (service quality) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่องค์การธุรกิจโรงแรมให้ความสำคัญ (Gonzalez & Garazo, 2006 และ Daia et. al., 2020) โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย การขาดความเข้าใจที่ถูกต้องและประสบการณ์ของพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการหรือพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (frontline employee) ในการปฏิบัติงานอย่างมีความเข้าใจและความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงาน ยังเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการในธุรกิจดังกล่าวเห็นว่ายังต้องเพิ่มพูนให้มีระดับที่สูงขึ้น (ระชานนท์ ทวีผล และธีระวัฒน์ จันทึก, 2561)

จากการศึกษาของ Gonzalez & Garazo (2006); Riaz & Mahmood (2017); Yeh (2019) และ Ratnayaka et. al. (2020) พบว่าพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (frontline employee) ที่มีความสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิผล (effectiveness) ในการดำเนินงาน และการเพิ่มพูนศักยภาพทางการแข่งขัน (competitiveness) ขององค์การในธุรกิจโรงแรม รวมทั้งต้องเสริมสร้างให้พนักงานปฏิบัติอย่างทั่วถึงคือ พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (Service-oriented Organizational Citizenship Behavior หรือ SOCB) (Gonzalez & Garazo, 2006; Suan et. al., 2018 และ Yeh, 2019)

ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ผู้ประกอบการในธุรกิจดังกล่าวต้องการปลูกฝังให้พนักงานของตนโดย เป็นพฤติกรรมของพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (frontline employee) ในการส่งมอบการให้บริการ ที่ถูกนำเสนอเป็นครั้งแรกโดย Bettencourt, Gwinner & Meuter, 2001) ซึ่งเป็นพฤติกรรมเฉพาะสำหรับพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่บริการ หรือผู้มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้า

การศึกษาสมการโครงสร้างพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการขององค์การธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ของการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (Service-oriented Organizational Citizenship Behavior หรือ SOCB) อันเป็นผลมาจากปัจจัยด้านจิตวิทยา (psychological factor) ในมิติต่าง ๆ ด้านพฤติกรรมองค์การ (organizational behavior) ได้แก่ ความไว้วางใจ (trust) ทัศนคติ (attitude) การรับรู้ถึงการสนับสนุน (perceived support) และการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง (Self-perception) โดยมี ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาโดยตรง (intermediate boss) ในรูปของการแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน (Leader-Member Exchange หรือ LMX) เป็นตัวแปรแทรก (mediating variable) ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของการศึกษาเชิงพฤติกรรมองค์การ (organizational behavior) ก่อนหน้านี้ที่มีการแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน (Leader-Member Exchange หรือ LMX) เป็นตัวแปรแทรก (mediating variable) ระหว่างปัจจัยด้านจิตวิทยา (psychological factor) กับพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของพนักงาน (Chen et. al., 2016; Moideenkutty & Schmidt, 2016; Byun, 2017; Chiniaraa Myriam & Benteinb Kathleen, 2018; Basharat et. al., 2018 และ Xie et. al., 2019)

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อสร้างสมการโครงสร้างพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีใน งานบริการ (Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior หรือ SOCB)

2. เพื่อศึกษาระดับของผลกระทบของปัจจัยทางทางจิตวิทยา (psychological factor) ที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (Service-oriented Organizational Citizenship Behavior หรือ SOCB)

**ทบทวนวรรณกรรม**

พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (Service -Oriented Organizational Citizenship Behavior {SOCB})

**1.1 ความสำคัญ และคุณลักษณะของทฤษฎีพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (Service -Oriented Organizational Citizenship Behavior {SOCB})**

ทฤษฎีความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ (Organizational Citizenship Behavior {OCB}) เป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับในการศึกษาด้านพฤติกรรมองค์การ (organizational behavior) ในฐานะพฤติกรรมของพนักงานที่ส่งผลต่อความมีประสิทธิผลในการดำเนินงานขององค์การ (Chiniaraa Myriam & Benteinb

Kathleen, 2018, 334-335 และ Kloutsiniotis & Mihail, 2020, 1-2) แต่อย่างไรก็ตามสำหรับพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการซึ่งเป็นตำแหน่งงานที่มีหน้าที่เฉพาะในการให้บริการลูกค้าขององค์การ (customer contact employee) นั้น Bettencourt et. al. (1997, 31-35) ได้ทำการศึกษาและสรุปว่า พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การในงานบริการ (Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior {SOCB}) เป็นทฤษฎีที่สามารถอธิบายพฤติกรรมที่นอกเหนือไปจากหน้าที่ตามคำบรรยายลักษณะงาน (job description) ของพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่บริการ รวมทั้ง Nasurdin et. al. (2015a, 347-348) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า เนื่องจากบุคลิกภาพ (personality) ภาพที่ปรากฏ (appearance) ทัศนคติ (attitude) และพฤติกรรม (behavior) ของพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่บริการ ในการมีบทสนทนาและให้บริการอันถือเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (intangibility) ไม่สามารถคาดเดาได้ (unpredictability) และกำหนดมาตรฐานได้ยาก (non-standardized) รวมทั้งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากงานด้านอื่น เช่น การไม่สามารถกำหนดขอบข่ายของงานล่วงหน้า เนื่องจากในทางปฏิบัติแล้วไม่มีใครสามารถกำหนดขอบข่ายของงานที่พนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่บริการต้องปฏิบัติในการทำงาน โดยเฉพาะการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่ไม่สามารถคาดเดาได้ล่วงหน้า ดังนั้นพฤติกรรมความเป็นบุลากรที่ดีในงานบริการ (SOCB) จึงเป็นมาตรวัดที่เหมาะสมกับลักษณะงานดังกล่าว ในการศึกษาของ Colwell, S., Scott, S. H., Jiang, D. & Joshi, A. (2009, 137-138) ได้อธิบายในมุมมองเชิงเศรษฐศาสตร์ว่า โดยที่การที่ธุรกิจบริการได้เติบโตและเพิ่มสัดส่วนอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่ากับเศรษฐกิจโดยรวม การดำรงอยู่ของสัดส่วนของธุรกิจบริการนั้นต้องอาศัยความภักดีของลูกค้า (customer loyalty) โดยมีพฤติกรรมความเป็นบุลากรที่ดีในงานบริการ (SOCB) ของพนักงานเป็นเครื่องมือ

ในกรณีขององค์การในธุรกิจบริการ (service) ซึ่งพนักงานระดับปฏิบัติการ (operating staff) มักมีหน้าที่ในการปฏิบัติงานในการให้บริการนั้น การศึกษาของ Gonzalez and Garazo (2006, 21-22) และ Lin, Hung & Chiu (2008, 571-572) ได้ให้คำอธิบายที่สนับสนุนแนวคิดที่ว่า พฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่บริการ (Customer Contact Employee {CCE}) โดยในการศึกษาของ Gonzalez and Garazo เรียกว่าพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้า (frontline employee) จำเป็นต้องมีคำอธิบายเฉพาะที่เรียกว่าพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (SOCB) กล่าวคือ การศึกษาของ Gonzalez and Garazo ให้คำอธิบายถึงความสำคัญของพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้า (frontline employee) ว่าพนักงานกลุ่มนี้คือตัวเชื่อมโยงระหว่างลูกค้าซึ่งเป็นบุคคลภายนอกกับผู้บริหารองค์การ กล่าวคือผู้บริหารองค์การคาดหวังให้พนักงานกลุ่มนี้ตอบสนองความต้องการและข้อเรียกร้องของลูกค้าด้วยความสุภาพ และทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในตัวผู้ให้บริการ รวมทั้งพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (SOCB) ที่ประกอบด้วยมิติในการวัด 3 ด้าน คือ พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการด้านความจงรักภักดีต่อองค์การ (SOCBL) พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการด้านการปฏิบัติงานบริการ (SOCBS) และ พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการด้านการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับงาน (SOCBP) เป็นทฤษฎีที่เหมาะสมมากกว่าทฤษฎี ความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ (OCB) และเป็นทฤษฎีที่เหมาะสมที่สุดในการในการสร้างการรับรู้ของลูกค้าถึงความสุภาพ และความน่าไว้วางใจของพนักงาน อันเป็นเหตุแห่งความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) ซึ่งการศึกษาของ Wu and Liu

(2014, 77-78) ได้ให้คำอธิบายที่สนับสนุนแนวคิดที่ว่า พฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่บริการ (Customer Contact Employee {CCE}) จำเป็นต้องมีคำอธิบายเฉพาะที่เรียกว่าพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (SOCB) กล่าวคือ เมื่อการศึกษาทฤษฎี พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีขององค์การ (Organizational Citizenship Behavior {OCB}) มีความหลากหลายและสามารถประยุกต์ไปสู่การอธิบายพฤติกรรมองค์การของพนักงานในหลายลักษณะมากขึ้น แต่การอธิบายพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีของพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่บริการ (CCE) ในการปฏิบัติงาน จำเป็นต้องอาศัยทฤษฎี พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (SOCB) ในการอธิบายดังกล่าว

**1.2 คำจำกัดความ**

พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior {SOCB})

พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (Service-oriented Organizational Citizenship Behavior {SOCB}) หมายถึง พฤติกรรมที่ปฏิบัติด้วยความตั้งใจจริงของพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้า (frontline employee) ขององค์การในธุรกิจบริการ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่นอกเหนือไปจากสิ่งที่พึงปฏิบัติตามหน้าที่และส่งผลกระทบต่อประสบการณ์การรับบริการที่ลูกค้าได้รับ โดยแบ่งออกเป็นพฤติกรรมสามประการได้แก่ พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการด้านการมีปฏิสัมพันธ์ (Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior Participation หรือ SOCBP) หมายถึงพฤติกรรมที่นอกเหนือไปจากมาตรฐานการปฏิบัติงานปกติของพนักงานผู้ให้บริการลูกค้าของโรงแรม ที่เกี่ยวข้องกับการบริการในด้านการแสดงความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานบริการ พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการด้านการปฏิบัติงานบริการ (Service-oriented Organizational Citizenship Behavior Service Delivery หรือ SOCBS) หมายถึง พฤติกรรมที่นอกเหนือไปจากมาตรฐานการปฏิบัติงานปกติของพนักงานผู้ให้บริการลูกค้าของโรงแรม ที่เกี่ยวข้องกับการบริการในด้านการปฏิบัติงานบริการ และ พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการด้านการปฏิบัติงานบริการ (Service-oriented Organizational Citizenship Behavior Loyalty หรือ SOCBL) หมายถึงพฤติกรรมที่นอกเหนือไปจากมาตรฐานการปฏิบัติงานปกติของพนักงานผู้ให้บริการลูกค้าของโรงแรม ที่เกี่ยวข้องกับการบริการในด้านการแสดงความภักดีต่อองค์การ พนักงานที่มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (frontline employee) หมายถึง พนักงานผู้ปฏิบัติงานบริการผู้ซึ่งมีลักษณะของการปฏิบัติงานโดยการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับลูกค้า (Bettencourt & Brown, 1997, 55-56; Bettencourt et. al., 2001, 31-35 และ Sirianni, Iana Andrea & Gavan, 2009, 966-967)

**ความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (Service-oriented Organizational Citizen Behavior {SOCB}) กับตัวแปรด้านพฤติกรรม ในบริบทธุรกิจโรงแรมและองค์การในอุตสาหกรรมบริการ**

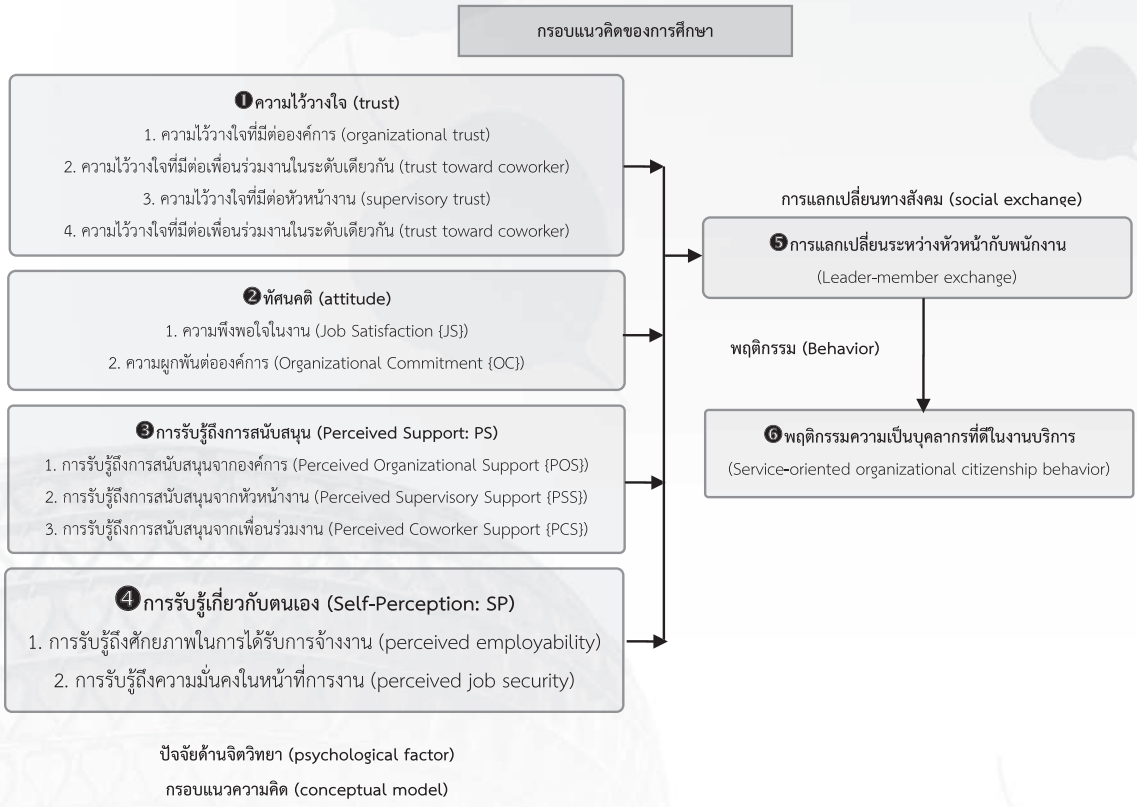
การศึกษาเชิงประจักษ์ถึงปัจจัยเชิงสาเหตุของพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (Service-oriented organizational citizenship behavior หรือ SOCB) ของพนักงานสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทได้แก่ ประเภทแรก ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้บังคับบัญชาโดยตรงหรือหัวหน้างาน (supervisor)

ได้แก่ การส่งอิทธิพลเชิงบวก (positive influence) ของหัวหน้างาน ภาวะผู้นำแบบกระจายอำนาจ (empowering leadership) การรับรู้ถึงการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (supervisory support) การให้การสนับสนุนจากหัวหน้างาน (supervisor support) ภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ (servant leadership) (Krishnan Thanigaivel R. et. al, 2017, 74-75 และ Chiniaraa Myriam & Benteinb Kathleen, 2018, 334-335) ประเภทที่สอง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ (perception) ของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการองค์การ ได้แก่ ระหว่าง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (human resources management) ในมิติของ การฝึกอบรมด้านงานบริการ (service training) การให้รางวัลจากการปฏิบัติงานบริการ (service rewards) และการประเมินผลการปฏิบัติงาน (performance appraisal) การดูแลพนักงาน (staffing) การปฐมนิเทศ (orientation) การได้รับการพิจารณาความดีความชอบ (promotion) และความยุติธรรมในการพิจารณารางวัล (fair reward) การรับรู้ถึงการสนับสนุนจากองค์การ (Perceived Organizational Support {POS}) การรับรู้ถึงบรรยากาศแห่งความยุติธรรม (justice climate) และการรับรู้ถึงบรรยากาศแห่งการบริการ (service climate) การรับรู้ถึงการตัดสินด้านกระบวนการการปฏิบัติงาน (Perceived Procedural Justice {PPJ}) การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อการฝึกอบรม (perception of training)โอกาสในการได้รับการเลื่อนขั้น (internal mobility opportunity) ระบบงานที่มีสมรรถนะสูง (High Performance Worek System {HPWS}) การกระจายอำนาจอย่างเป็นระบบ (structural empowerment) (Riaz & Mahmood, 2017, 366-367; Putri, Eka Risma, Udin, Djastuti, Indi, 2019, 113-114 และ Kloutsiniotis & Mihail, 2020, 1-2) ประเภทที่สาม ภาวะทางจิตวิทยาอื่นที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ได้แก่ การรับรู้ถึงการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน (coworker support) พันธสัญญาทางจิตใจ (psychological contract) ความยึดมั่นในวิชาชีพ (professional commitment) ความกระตือรือร้น (active) ความเข้มแข็ง (strong) ความภาคภูมิใจ (proud) ความตื่นตัว (alert) แรงบันดาลใจ (inspiration) ความมุ่งมั่น (determination) ความผูกพันต่อองค์การ (organizational commitment) ความไม่มั่นคงในหน้าที่การงาน (job insecurity) การระบุตัวตนต่อองค์การ (organizational identification) ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional intelligence) ความเชื่อในความสามารถของตน (Self- efficacy) (Suan et. al., 2018, 74-79 และ Yeh, 2019, 87-88)

ปัจจัยด้านจิตวิทยาหรือปัจจัยที่เป็นเหตุแห่งพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (SOCB) ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย ทัศนคติ (attitude) การรับรู้ถึงการตัดสินจากองค์การ (perceived organizational justice) การรับรู้ถึงการได้รับการสนับสนุน (perceived support) การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง (self-perception) การรับรู้ของพนักงานที่มีต่อการฝึกอบรม (perception of training) การดูแลพนักงาน (staffing) การปฐมนิเทศ (orientation) พันธสัญญาทางจิตใจ (psychological contract) ความยึดมั่นในวิชาชีพ (professional commitment) และความไว้วางใจ (trust) ซึ่งเป็นปัจจัยที่ได้รับการยอมรับในเชิงวิชาการด้านพฤติกรรมองค์การในฐานะปัจจัยอันเป็นเหตุแห่งพฤติกรรมของพนักงาน (Wittmer et. al., 2010, 62-69 และ Chen & Kao, 2012, 153-156) ทั้งในองค์การธุรกิจอุตสาหกรรม (manufacturing) และอุตสาหกรรมบริการ (hospitality) โดยจะเป็นการสร้างสมการโครงสร้างพฤติกรรมดังกล่าวบนพื้นฐานของการ

พิจารณาถึงสภาวะความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในองค์การ หรือเป็นการพิจารณาโดยองค์รวม (comprehensive approach) โดยความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal relationship) ดังกล่าวนี้มีปัจจัยด้านการแลกเปลี่ยนทางสังคม (social exchange) ซึ่งถูกชี้วัดด้วย การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน (Leader-Member Exchange หรือ LMX) (Colquitt, Scott & Lepine, 2007, 915-918 และ Gu, Tang & Jiang, 2015, 514-516) เป็นตัวแปรแทรก (mediating variable)

## กรอบแนวคิดของการวิจัย




**ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย**

## วิธีการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ คือพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (frontline employee) ในองค์การในธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับสมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Association) จำนวน 748 โรงแรม การกำหนดขนาดของกลุ่ม ตัวอย่างโดยพิจารณาจำนวนพารามิเตอร์อิสระที่ต้องประมาณค่า ถ้าพารามิเตอร์มีจำนวนมาก ควรจะต้องมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากขึ้นด้วย โดยใช้กฎ

ที่ว่าอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างและ จำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรสังเกตควรจะเป็น 20 ต่อ 1 ผู้วิจัยสนใจตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างที่พัฒนากับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 14 ตัวแปร ดังนั้นผู้วิจัยคำนวณการขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ คือ 14 x 20 = 280 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ดังนั้นผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนแบบสอบถามเพื่อป้องกันความผิดพลาดอีกร้อยละ 50 คือ 140 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยความน่าจะเป็น (probability sampling) แบบหลายขั้นตอน (multi-stage random sampling) จำนวน 420 ตัวอย่าง และเมื่อเก็บข้อมูลภาคสนาม ได้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 452 ตัวอย่าง ดังนี้

เพศชาย จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 38.1 เพศหญิง จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 เพศทางเลือก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 สถานภาพ โสด จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 สมรส จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 อื่น ๆ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 ปริญญาตรี จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 ปริญญาโท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 และปริญญาเอก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 ระยะเวลาที่ทำงานกับองค์กร จำนวน 4 เดือน-1 ปี 122 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ระหว่าง 1-3 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ระหว่าง 4-5 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 และ 5 ปีขึ้นไป จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 อายุต่ำกว่า 24 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 อายุ 25-34 ปี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 อายุ 35-44 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 อายุ 45-54 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 อายุ 55-59 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 อายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

**2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล**

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยที่เน้นการดำเนินงานเชิงปริมาณ (quantitative) ดังนั้นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์สำหรับงานวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยการใช้แบบสอบถามปรับปรุงพัฒนามาจากข้อค้นพบจากการศึกษาวิจัย ประกอบกับข้อคำถามที่ ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาใหม่ แบบสอบถามจะประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามคือพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (frontline employee) ประกอบด้วยคำถามจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ร่วมงานกับองค์การ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาวะทางจิตวิทยาของผู้ตอบแบบสอบถาม คือพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (frontline employee) ประกอบด้วยคำถามจำนวน 40 ข้อ โดยเป็นคำถามของตัวแปรสังเกต ตามกรอบแนวคิดของการวิจัย ทำเครื่องมือของการวิจัยให้มีความเที่ยงตรงโดยวิธีการต่อไปนี้ 1) หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruence {IOC}) โดยผู้เชี่ยวชาญที่เป็นนักวิชาการในสาขาการจัดการ (management) พฤติกรรมองค์การ (organizational behavior) และ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (human resources management) จำนวน 3 คน โดยแบ่งเป็นนักวิชาการจำนวน

3 คน 2) นำเครื่องมือไปทดลองใช้ (try out) กับพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (frontline employee) ของโรงแรมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (KU Home) จำนวน 30 ตัวอย่างในเดือน พฤศจิกายน 2562 แล้วนำผลการทดลองมาใช้คำนวณเพื่อหาค่าความเที่ยง (reliability) ด้วยวิธีการหาค่าค่าความ เชื่อมั่นโดยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (reliability Cornbrash's coefficient alpha) พบว่า เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลมีค่าความเที่ยงตรง โดยค่าความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝง ซึ่งผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยโดยการทดสอบหาค่าความ เที่ยงตรง (reliability) และความถูกต้อง (validity) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์ แอลฟา (alpha coefficient) ตามที่ Hair (2006) ได้เสนอแนะไว้ที่ 0.7 โดยผลการทดสอบค่าตวามเที่ยวตรงของตัวแปรแฝง ค่าความเที่ยง (reliability) เมื่อทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ของ Cronbach's (Cronbach's alpha) ความไว้วางใจ (Trust) .939ทัศนคติ (Attitude) .959 การรับรู้การสนับสนุน (Perceived support) .944 การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง (Self-perception) .895 การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้ากับพนักงาน (Leeder-Member Exchange) .894 พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior) .950

**3. การวิเคราะห์ข้อมูล**

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้ 1) วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรของการประมาณค่า 2) วิเคราะห์ความเที่ยงตรงของโมเดลสมมติฐานตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยใช้ เทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (path analysis) เพื่อวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานที่กำหนด และ ค่าสถิติสำคัญที่ใช้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์(chi-square: x2 ) ค่าดัชนีอัตราส่วนไค-สแควร์สัมพัทธ์ (relative chi-square ratio) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) 4 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนปรับแก้ (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Normed Fit Index: NFI) ดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Squared Error of Approximation: RMSEA) และ ดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (comparative fit index: CFI)

จากผลการวิจัยที่ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎี (โมเดล ต้นแบบ) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งมีความสอดคล้องกัน ดังนี้ CMIN/df เกณฑ์ < 3 ผลการวิจัย 1.799 ผ่านตามเกณฑ์ CFI เกณฑ์ > 0.90 ผลการวิจัย .995 ผ่านตามเกณฑ์ GFI เกณฑ์ > 0.90 ผลการวิจัย .985 ผ่านตามเกณฑ์ RMSEA เกณฑ์ < 0.08 ผลการวิจัย .042 ผ่านตามเกณฑ์ AGFI เกณฑ์ > 0.90 ผลการวิจัย 0.95 ผ่านตามเกณฑ์ NFI เกณฑ์ > 0.95 ผลการวิจัย 0.989 ผ่านตามเกณฑ์

**การทดสอบสมมติฐาน**

1. การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน เป็นตัวแปรแทรกของความสัมพันธ์ระหว่างความไว้วางใจกับ พฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ ผลการทดสอบสมมติฐานปฏิเสธสมมติฐาน

2.การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงานเป็นตัวแปรแทรกของความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ ปฏิเสธสมมติฐาน ผลการทดสอบสมมติฐานปฏิเสธสมมติฐาน

3.การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงานเป็นตัวแปรแทรกของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงการสนับสนุนกับพฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ ผลการทดสอบสมมติฐานตอบรับสมมติฐาน

4.การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงานเป็นตัวแปรแทรกของ ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับตนเองกับพฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ ผลการทดสอบสมมติฐานปฏิเสธสมมติฐาน

**ผลการวิจัย**

**1. ผลการทดสอบสมมติฐาน**

ผลการทดสอบสมการโครงสร้างพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการขององค์การธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยภายหลังการปรับโมเดล ผลการวิจัยที่ได้ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎี (โมเดล ต้นแบบ) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งมีความสอดคล้องกัน ปฏิเสธสมมติฐานข้อ 1 ข้อ 2 ข้อ 4 และตอบรับสมมติฐานข้อ 3.

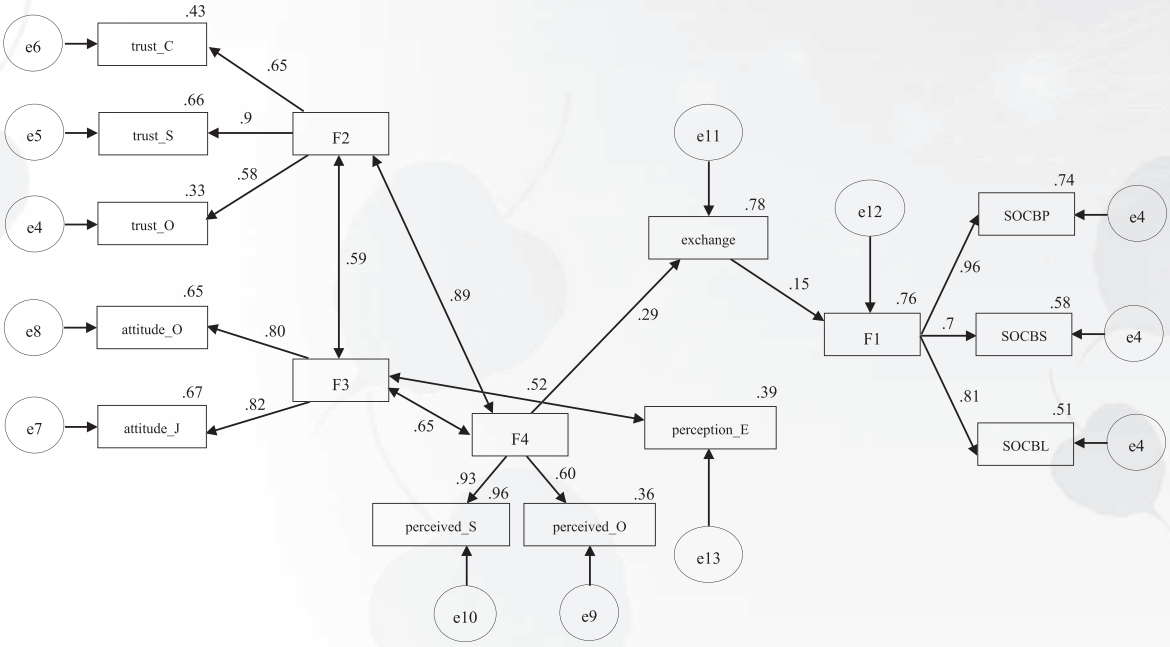
**2. การเชื่อมโยงข้อค้นพบ**

ผลการทดสอบสมการโครงสร้างพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการขององค์การธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยภายหลังการปรับโมเดล ผลการวิจัยที่ได้ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบทางทฤษฎี (โมเดล ต้นแบบ) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งมีความสอดคล้องกัน พบการเชื่อมโยงข้อค้นพบดังนี้ ตั ว แปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (SOCB) มี 4 ตัวแปรคือ การรับรู้ถึงการสนับสนุน มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ .216 ทัศนคติ มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ .588 การรับรู้ถึงศักยภาพในการได้รับการจ้างงาน มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ .576 การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ .149

ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลทางตรงต่อ พฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ มี 3 ตัวแปรคือ ทัศนคติ (attitude) มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ .287 การรับรู้ถึงศักยภาพในการได้รับการจ้างงาน มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ .576 การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ .149

ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ การรับรู้ถึงการสนับสนุน มีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ .216

เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนของตัวแปรที่จะถูกนำไปอภิปรายผล ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอตัวแปรที่จะถูกนำไปอภิปรายผลในภาพที่ 2




ภาพที่ 2 แสดงผลสรุปสัมประสิทธิ์เส้นทางที่จะนำไปใช้ในการอภิปรายผล

**สรุปผลการวิจัย**

การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงานเป็นตัวแปรแทรกของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงการสนับสนุนกับพฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ แต่ความไว้วางใจ ทัศนคติ และการรับรู้เกี่ยวกับตนเองไม่เป็นตัวแปรแทรกระหว่างการแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงานกับพฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ

**อภิปรายผลการวิจัย**

จากการศึกษาโมเดลสมการโครงสร้างพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการขององค์การธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ข้อค้นพบตามสมติฐานข้อ 1 ปฏิเสธสมมติฐานข้อ 1 แม้ว่าความไว้วางใจ (trust) ไม่เป็นสาเหตุของพฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ ของพนักงานในองค์การในธุรกิจโรงแรม ซึ่งเป็นธุรกิจในองค์การในอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Yadev. L. K. & Gupta. P. (2017, 283-284) และ Bhatti M.H. et. al. (2019, 858-859) ที่ทำการศึกษาในบริบทขององค์การในธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งสรุปว่าความไว้วางใจที่มีต่อผู้บริหาร (trust toward organization) และความไว้วางใจที่มีต่อหัวหน้างาน (trust toward supervisor)ไม่เป็นปัจจัยที่นำไปสู่การแลกเปลี่ยนทางสังคม (social exchange) ในฐานะตัวแปรคั่นกลาง (mediator variable) และไม่ส่งผลกระทบต่อ ตัวแปรตามคือพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของพนักงาน อย่างไรก็ตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติของการวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า ความไว้วางใจที่มีต่อผู้บริหาร (trust toward organization) และความไว้วางใจที่มีต่อหัวหน้างาน (trust toward supervisor) เป็นตัวแปรอิสระ (independent variable) ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ได้แก่ ทัศนคติ (attitude) ซึ่งประกอบด้วย ความพึงพอใจในงาน (job satisfaction) และความผูกพันต่อองค์การ (organizational commitment) การรับรู้ถึงการสนับสนุน (perceived support) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ถึงการสนับสนุนจากองค์การ (Perceived Organizational Support {POS}) และการรับรู้ถึงการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Perceived Supervisory Support {PSS}) และการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง คือ การรับรู้ถึงศักยภาพในการได้รับการจ้างงาน (perceived employability) ในการทำนายพฤติกรรมการเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ (Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior หรือ SOCB) ของพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (frontline employee) ในองค์การธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

ข้อค้นพบตามสมติฐานข้อ 2 ปฏิเสธสมมติฐานข้อ 2 ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Daia et. al. (2020, 7-8) ที่สรุปว่าการแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน (Leader-Member Exchange {LMX}) ไม่ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้เกี่ยวกับตนเองและพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงาน โดย Daia et. al. (2020) ทำการศึกษาในกลุ่มพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (frontline employee)

ในองค์การธุรกิจโรงแรม และอธิบายผลการศึกษาใน 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นแรก พนักงานกลุ่มดังกล่าวมีความตระหนักในหน้าที่และบทบาทขั้นต่ำของตนในการปฏิบัติงานตามเกณฑ์การประเมินผลเพื่อความสำเร็จของตน โดยความสำเร็จนั้นจะได้มาในรูปของคำสรรเสริญจากลูกค้าอยู่แล้ว ดังนั้น สัมพันธภาพระหว่างตนเองกับหัวหน้างานจึงมิใช่ปัจจัยที่นำไปสู่การแสดงพฤติกรรมการปฏิบัติงาน ประเด็นที่สอง พนักงานมากกว่าร้อยละ 50 ของพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (frontline employee) ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูล (respondent) เป็นบุคคลในเจเนอเรชั่นวาย (generation Y) และ เจเนอเรชั่นแซต (generation Z) ซึ่งเป็นคุณลักษณะเดียวกันกับการวิจัยครั้งนี้ โดยปัจเจกบุคคลทั้ง 2 ช่วงวัยดังกล่าวนี้มีคุณลักษณะพึงใจใน “ความพึงใจสำเร็จรูป” (instant gratification) (Daia et. al., 2020, 7-8) และ Sweeney, 2006, 1-2) ซึ่ง Sweeney (2006) อธิบายว่า เป็นการได้รับสิ่งที่พึงใจในระยะเวลาอันรวดเร็วโดยเป็นสิ่งที่อยู่ในความคาดหมายว่าตนเองพึงได้รับ ดังนั้นทัศนคติ (attitude) ซึ่งมีลักษณะเป็นการสั่งสมทางความรู้สึกในระยะยาว (Borralha et. al., 2016 และ Azic, 2017, 107-108) จึงมิใช่ปัจจัยที่นำไปสู่การแสดงพฤติกรรมการปฏิบัติงาน

ข้อค้นพบตามสมติฐานข้อ 3 ตอบรับสมมติฐานข้อ 3 ผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Turunc and Altuntepe (2015, 35-36) ที่ทำการศึกษาในกลุ่มพนักงานในองค์การธุรกิจอุตสาหกรรม (manufacturing) และองค์การในธุรกิจโรงแรม ซึ่งพบว่า การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน (LMX) เป็นตัวแปรแทรก (mediator variable) ของความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal relationship) ระหว่างการรับรู้ถึงการสนับสนุนจากองค์การ (Perceived Organizational Support {POS}) และการรับรู้ถึงการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Perceived Supervisory Support {PSS}) กับ พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurship) ของพนักงาน และ เป็นตัวแปรแทรก (mediator variable) ของความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal relationship) ระหว่างการรับรู้ถึงการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Perceived Supervisory Support {PSS}) กับพฤติกรรมการตระหนักถึงสภาวะแวดล้อม (pro-environmental behavior) ของพนักงาน ซึ่ง Turunc and Altuntepe (2015, 35-36) สรุปว่า การรับรู้ถึงการสนับสนุน (perceived support) ทั้ง 2 ลักษณะนั้น ทำให้พนักงานตระหนักถึงการได้รับเงื่อนไขในการทำงานที่เป็นคุณกับตนเองหรือเงื่อนไขที่ช่วยให้ตนเองสามารถปฏิบัติงานได้ดีขึ้น ตัวอย่างเช่น ผู้บริหารขององค์การแสดงออกถึงความภูมิใจเมื่อพนักงานปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จ ผู้บริหารขององค์การให้ความใส่ใจกับการปฏิบัติงานของพนักงาน ผู้บริหารองค์การให้ความสำคัญกับสวัสดิการของพนักงาน หัวหน้างานให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงานบริการ หัวหน้างานให้ความสำคัญกับความเพียงพอของวัสดุอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงาน หรือหัวหน้างานให้ข้อมูลที่จำเป็นและเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานตลอดจนคำแนะนำเพื่อให้พนักงานปฏิบัติงานได้ง่ายขึ้น ซึ่งการตระหนักดังกล่าวส่งผลให้พนักงานตระหนักถึงบุญคุณ (obligation) ที่ตนได้รับจากองค์การที่เป็นนายจ้าง เนื่องจากการรับรู้ถึงการสนับสนุน (perceived support) มีลักษณะของการรับรู้ของพนักงานถึงสิ่งที่เป็นรูปธรรมหรือประโยชน์ที่ชัดเจน จึงส่งผลถึง การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน (LMX) จากมูลเหตุดังกล่าวจึงส่งผลให้ การที่

พนักงานรับรู้ถึงการสนับสนุน (perceived support) ทั้งในรูปของ การรับรู้ถึงการสนับสนุนจากองค์การ (Perceived Organizational Support {POS}) และการรับรู้ถึงการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Perceived Supervisory Support {PSS}) ทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกสำนึกในบุญคุณ (obligation) ที่องค์การที่เป็นนายจ้างมีต่อตนเอง การตระหนักว่าตนเองได้รับความใส่ใจถึงความพร้อมในการปฏิบัติงาน มีความรู้สึกเชิงบวกต่อสภาวะแวดล้อมในการปฏิบัติงาน และเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อสัมพันธภาพ (relationship) ของพนักงานกับบุคคลอื่นในองค์การ (Newman. N. et. al. (2014, 728-729), Kalidass. A. & Bahron. A. (2015, 84-85), Aktar. A. & Pangil. F. (2017, 19-20) และ Wen. J., Huang. S. & Hou. P. (2019, 124-125)) ซึ่งคุณลักษณะเฉพาะดังกล่าวนี้เป็นคุณลักษณะเฉพาะของ การรับรู้ถึงการสนับสนุน (perceived support)

ข้อค้นพบตามสมติฐานข้อ 4 ปฏิเสธสมมติฐานข้อ 4 ผลการศึกษาครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Di. Stafano. et. al. (2020, 16-17) ที่ทำการศึกษาในกลุ่มพนักงานในองค์การธุรกิจบริการโทรคมนาคม ในประเทศอิตาลี ซึ่งพบว่า การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน (LMX) เป็นตัวแปรแรก (mediator variable) ระหว่างความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal relationship) ระหว่าง การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง (Self-perception) ในด้านการรับรู้ถึงความไม่มั่นคงในหน้าที่การงาน (perceived job insecurity) กับ ความตั้งใจลาออก (turnover intention) ของพนักงาน ซึ่ง Di. Stafano. et. al. (2020) สรุปว่า ความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการในรูปของ การแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน (LMX) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสำหรับพนักงานสำหรับพนักงานในฐานะปัจจัยที่ทำให้พนักงานระดับปฏิบัติการรับรู้ว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานรอบตัวนั้นเป็นคุณกับตนเอง รวมทั้งสามารถป้องกันผลกระทบเชิงลบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานอันอาจเกิดขึ้น
เนื่องจากในกรณีขององค์การในธุรกิจโรงแรมโดยเฉพาะในกลุ่มพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (frontline employee) ซึ่งเป็นบุคลากรในระดับปฏิบัติการ (operation) อันเป็นบริบทของการศึกษาครั้งนี้นั้น มีความไม่แน่นอนในด้านความไม่มั่นคงในหน้าที่การงาน (job insecurity) และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (career development) หรือความรู้สึกวิตกกังวลกับอนาคตของตนเองในการมีสถานะเป็นผู้ที่ยังได้รับการจ้างงานเนื่องจากเป็นกลุ่มบุคลากรที่มักมิได้รับการส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Peng et. al., 2014, 70-72 และ Alpler & Arasli, 2020, 11-12)

**ข้อเสนอแนะ**

ประการแรก การวิจัยที่เฉพาะเจาะจงไปในกรณีของพนักงานผู้มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (frontline employee) ของสถานประกอบการโรงแรมที่มีระดับของดาวระดับใดระดับหนึ่งโดยเฉพาะ หรือเปรียบเทียบในกรณีสถานประกอบการโรงแรมที่มีระดับของดาวที่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยที่ได้อาจนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิผลยิ่งขึ้น ประการที่สอง การวิจัยในกรณีองค์การในอุตสาหกรรมบริการ (service industry) ประเภทอื่น เช่น สายการบิน ร้านอาหาร หรือสถานประกอบการธุรกิจนำเที่ยว เนื่องจากในบริบทขององค์การที่แตกต่างออกไปจากการ

วิจัยในครั้งนี้อาจให้ได้ข้อค้นพบที่แตกต่างออกไป ประการที่สาม การวิจัยในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานระดับบริหารเนื่องจากบุคลากรที่อยู่ในระดับชั้นที่สูงขึ้นตามโครงสร้างองค์การ (organizational structure) จะมีอำนาจในการวินิจฉัยสั่งการ (decision making) อาจให้ได้ข้อค้นพบที่แตกต่างออกไป ประการที่สี่การศึกษาเพิ่มเติมถึงตัวแปรอื่นที่อาจมีความเกี่ยวข้องในการส่งผลกระทบต่อการแลกเปลี่ยนระหว่างหัวหน้างานกับพนักงาน และพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่ดีในงานบริการ เช่น การที่สถานประกอบการโรงแรมนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence) มาใช้ในการให้บริการซึ่งส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการปฏิบัติงานของพนักงานมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า (frontline employee) หรือพนักงานระดับปฏิบัติการ (operation)

**บรรณานุกรม**

ระชานนท์ ทวีผล, ธีระวัฒน์ จันทึก และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2561). องค์ประกอบความเอาใจใส่พิเศษของพนักงานบริการในโรงแรมประเภทบูติคประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12* (ฉบับพิเศษ พฤษภาคม 2561). 18.

Aizzat Mohd. Nasurdin, Noor Hazlina Ahmad and Cheng Ling Tan. (2015). High performance human resources practices, identification with organizational values and goals, and service-oriented organizational citizenship behavior; a review of literature and proposed model. *SHS Web Conference. 18*(2): 01001. https://doi.org/10.1051/shsconf/20151801001

Alima Aktar and Faizuniah Pangil. (2017). The Relationship between Employee Engagement, HRM practices and Perceived Organizational Support: Evidence from Banking Employees. *International Journal of Human Resource Studies. 7*(3): 1-22. https://doi.org/10.5296/ijhrs.v7i3.11353

Amir Riaz and Hafiz Zahid Mahmood. (2017). Cross-Level Relationship of Implemented High Performance Work System and Employee Service Outcomes: The Mediating Role of Affective Commitment. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences. 11*(1): 351-373.

Anneswary Kalidass and Arsiah Bahron. (2015). The relationship between perceived supervisor support, perceived organizational support, organizational commitment and employee turnover intention. *International Journal of Business Administration, 6*(5), 82-89. https://doi.org/10.5430/ijba.v6n5p82

Azic, M. L. (2017). The impact of hotel employee satisfaction on hospitality performance. *Tourism and Hospitality Management, 23*(1), Page 105-117.

Basharat Javed, Abdul Karim Khan and Samina Quratulain. (2018). Inclusive Leadership and Innovative Work Behavior: Examination of LMX Perspective in Small Capitalized Textile Firms. *The Journal of Psychology. 152*(8): 594-612. https://doi.org/10.1080/00223980.2018.1489767

Borralha, S., de Jesus, B. N., Pinto, P., and Viseu J. N. (2016). Hotel employees: A systematic literature review. *Tourism & Management Studies, 12*(1), 120-126.

Chao-Chan Wu and Na-Ting Liu. (2014). Perceived Organizational Support, Organizational Commitment and Service-Oriented Organizational Citizenship Behaviors. *International journal of Business and Information. 9*(1): 61-88. https://doi.org/10.6702/ijbi.2014.9.1.3

Chien-Peng Lin, Wei-Ting Hung and Chou-Kang Chiu. (2008). Being Good Citizens: Understanding a Mediating Mechanism of Organizational Commitment and Social Network Ties in OCBs. *Journal of Business Ethics, 81*(3), 561-578. https://doi.org/10.1007/s10551-007-9528-8

Chien Mu Yeh. (2019). The relationship between tourism involvement, organizational commitment and organizational citizenship behaviors in the hotel industry. *Tourism and Hospitality Management. 25*(1): 75-94. https://doi.org/10.20867/thm.25.1.10

Chun-hsi Vivian Chen and Rui Hsin Kao. (2012). Work values and Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior: the mediation of psychological contract and professional commitment: A case of students in Taiwan Police College. *Social Indicators Research. 107*(1): 149-169. https://doi.org/10.1007/s11205-011-9832-7

Colwell, S., Scott, S. H., Jiang, D. and Joshi, A. (2009). Board and Sequential Interviews in Selection: An Experimental Study of their Comparative Effectiveness. *Management Decision, 47*(10).

Eka Risma Putri, Udin and Indi Djastuti. (2019) Structural Empowerment and Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior: The Mediating Roles of Innovativeness and Job Satisfaction. *Quality-Access to Success. 20*(170): 112-117.

Gukdo Byun, Ye Dai and et al. (2017). Leader Trust, Competence, LMX, and Member Performance: A Moderated Mediation Framework. *Psychological Reports, 120*(6), 1137-1159. https://doi.org/10.1177/0033294117716465

Jenell Wittmer, James Martin and Amanuel G. Tekleab. (2010). Procedural justice and work outcomes in a unionized setting: the mediating role of leader-member exchange. *American Journal of Business. 25*(2): 55-70. https://doi.org/10.1108/19355181201000010

Ji Wena, Songshan (Sam) Huang and Pingping Hou. (2019). Emotional intelligence, emotional labor, perceived organizational support, and job satisfaction: a moderated mediation model. *International Journal of Hospitality Management. 81*: 120-130. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.01.009

José Varela and Teresa García Garazo. (2006). Structural relationship between organizational service orientation contact employee job satisfaction and citizenship behavior. *International Journal of Service Industry Management. 17*(1): 23-50. https://doi.org/10.1108/09564230610651561

Lance A. Bettencourt and Stephen W.Brown. (1997). Contact employees: relationships among workplace faimess, job satisfaction and prosocial service behavior. *Journal of Retailing. 73*(1): 39-61. https://doi.org/10.1016/S0022-4359(97)90014-2

Lance A. Bettencourt, Kevin P. Gwinner and Matthew L. Meuter. (2001). A comparison of attitude, personality, and knowledge predictors of service-oriented organizational citizenship behaviors. *Journal of Applied Psychology, 86*(1), 29-41. https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.1.29

Ling Suan Choo, C. Subramaniam and N. Mat. (2018). Predicting Service-Oriented Citizenship Behaviour among Frontlines with Personal Resources Work Engagement: A Proposed Research Framework. *Journal of Advanced Research in Social and Behavioural Sciences. 10*(1): 74-79. http://www.akademiabaru.com/doc/ARSBSV10_N1_P74_79.pdf

Jason A Colquitt, Brent A Scott and Jeffery A LePine. (2007). Trust, trustworthiness, and trust propensity: A meta-analytic test of their unique relationships with risk taking and job performance. Journal of Applied Psychology. 92(4): 909-927. https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.4.909

Mike W. Peng. (2014). New Research Directions in the Institution-Based View. Series: Research in Global Strategic Management. 16: 59-78 https://doi.org/10.1108/S1064-4857_2014_0000016002

Misbah Hayat Bhatti, Yanbin Ju, Umair Akram and et al. (2019). Impact of Participative Leadership on Organizational Citizenship Behavior: Mediating Role of Trust and Moderating Role of Continuance Commitment: Evidence from the Pakistan Hotel Industry. *Sustainability. Vol.11*(4), 1170. https://doi.org/10.3390/su11041170

Myriam Chiniara and Kathleen Bentein. (2018). The servant leadership advantage: When perceiving low differentiation in leader-member relationship quality influences team cohesion, team task performance and service OCB. *The Leadership Quarterly. 29*(2): 333-345. from https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2017.05.002

Nancy J. Sirianni, Iana Castro-Nelson and et al. (2009).The influence of service employee characteristics on customer choice and post-choice satisfaction. *Advances in Consumer Research. 39*: 965-967.

Nazanin Naderiadib Alpler and Huseyin Arasli. (2020). Can Hindrance Stressors Change the Nature of Perceived Employability? An Empirical Study in the Hotel Industry. Sustainability. MDPI. *Open Access Journal. 12*(24): 1-13. from https://doi.org/10.3390/su122410574

Panagiotics V. Kloutsiniotis and Dimitrios M. Mihail. (2020). The effects of high performance work systems in employees' service-oriented OCB. *International Journal of Hospitality Management. 90*(4). from https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102610

Qing Miao, Alexander Newman and Xu Huang. (2014). The impact of participative leadership on job performance and organizational citizenship behavior: Distinguishing between the mediating effects of affective and cognitive trust. *The International Journal of Human Resource Management, 25*(20), 2796-2810. https://doi.org/10.1080/09585192.2014.934890

Qinxuan gu, Thomas Li-Ping Tang and Wan Jiang. (2015). Does moral leadership enhance employee creativity? Employee identification with leader and leader-member exchange (LMX) in the Chinese context. *Journal of Business Ethics. 126*(3): 513-529. https://doi.org/10.1007/s10551-013-1967-9

Richard Sweeney. (2006). Millennial Behaviors & Demographics. University Librarian, New Jersey Institute of Technology. http://unbtls.ca/teachingtips/pdfs/sew/Millennial-Behaviors.pdf

R.M. Ratnayaka, P. A. P. Samantha Kumara and M.W. S.S Silva. (2020). Impact of Organizational Citizenship Behavior on Perceived Service Quality in Hotel Industry. *Journal of the University of Ruhuna. 7*(1): 25-42. http://doi.org/10.4038/jur.v7i1.7932

Thanigaivel R Krishnan, Su Ann Liew and Vui-Yee Koon. (2017). The effect of human resources management (HRM) practices in service-oriented organizational citizenship behavior (OCB): case of telecommunications and internet service [roviders in Malaysia. *Asian Social Science, 13*(1). 67-81. http://dx.doi.org/10.5539/ass.v13n1p67

Turunc, O., & Altuntepe, N. (2015). How do the perceived organizational support and the leadership support affect entrepreneurship behaviors? the mediating role of LMX. *International Journal of Alanya faculty of Business, 7*(1), 33-47.

Unnikammu Moideenkutty and Stuart M. Schmidt. (2011). Leadership tactics: enabling quality social exchange and organizational citizenship behavior. Organization management Journal. 8(4): 229-241. https://doi.org/10.1057/omj.2011.35

Unnikammu Moideenkutty and Stuart M. Schmidt. (2016). Relationship of linking and social exchange to supervisor-directed organizational citizenship behavior in the Arabian Gulf. Review of International Business and Strategy, 26(2), 232-243. https://doi.org/10.1108/RIBS-10-2013-0107

Xie Yizhong, Yevhen Baranchenko and et al. (2019). The influences of transformational leadership on employee employability: *Evidence from China. Employee Relations. 41*(1): 101-118. https://doi.org/10.1108/ER-02-2018-0052

Yadev Lalit Kumar และ Gupta pawan. (2017). Procedural Justice, Job Satisfaction and Organizational Citizenship Behaviour: Mediating Role of Organizational Trust—Indian Tourism Industry Study. *Management and lobour Studies. Vol.42*. No.3. Page 275-292.

You-De Daia, Wen-Long Zhuang, Annie Ko, Fevzi Okumus. (2020). The 'if-then' rules matter more? The roles of regulatory focus and leader–member exchange. International Journal of Hospitality Management. Volume 90. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102602

Yushuai Chen, Zhonglin Wen and et al. (2016). Leader-follower congruence in loneliness, LMX and turnover intention. *Journal of Managerial Psychology. 31*(4): 864-879.

# BCG โมเดลกับการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย

# BCG Model and Sustainable Development for Community Enterprises: A Case Study of Sustainable Safety Rice Farmers Community Enterprise, Mae Chan District, Chiang Rai Province

กษิดิศ ใจผาวัง
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
80 หมู่ 9 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100
Kasidit Chaiphawang
Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University
80 Moo 9, Bandoo, Muang, Chiang Rai, 57100
E-mail : kasidit.crru@crru.ac.th

**บทคัดย่อ**

บทความวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทานของการปลูกข้าวตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวและความยั่งยืนที่เกิดขึ้น รวมถึงการศึกษาความสัมพันธ์ของการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวกับความยั่งยืนที่เกิดขึ้น โดยใช้สมาชิกทั้งหมดของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยทั้งหมดรวม 32 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างและแบบสอบถามเป็นเครื่องในการวิจัย ผลการศึกษา พบว่า

วิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวหรือ BCG โมเดลในภาพรวมและกิจกรรมย่อยอยู่ในระดับมาก ซึ่งส่งผลทำให้เกิดความยั่งยืนแก่วิสาหกิจชุมชนในภาพรวมและด้านย่อยอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.590

**คำสำคัญ :** แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว ความยั่งยืน การปลูกข้าว วิสาหกิจชุมชน BCG โมเดล

Received Revised Accepted
18 มีนาคม 2565 / 29 เมษายน 2565 / 6 พฤษภาคม 2565
18 March 2022 / 29 April 2022 / 6 May 2022

**Abstract**

This article aimed to study the implementation of the green economy development model, the result of sustainability on their rice planting and find the relationship between them. The data was collected from all 32 members of Sustainable Safety Rice Farmers Community Enterprise, Mae Chan District, Chiang Rai Province by using semi-structured interviews and questionnaires. It found that:

The farmers implemented the green economy development model or BCG model in their rice planting at a high level both the overview and all sub-activities, which resulted in the sustainability of the community enterprise at a high level both the overview and all sub-dimensions as well. The implementation of the green economic development model was moderately correlated with the sustainability at a statistically significant level of 0.01 with a correlation coefficient of 0.590.

**Keywords :** Green Economy Development Model, Sustainability, Rice planting, Community Enterprise, BCG Model

**บทนำ**

ในปัจจุบันประเทศกำลังประสบปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างรุนแรง ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนคนไทยให้มีคุณภาพชีวิตที่ต่ำลง ปัญหาโลกร้อน ปัญหาการปล่อยของเสียสู่สิ่งแวดล้อม ขยะพลาสติก ฝุ่นพีเอ็ม 2.5 ปัญหาโรคเรื้อรังต่าง ๆ โดยในปี 2562 ประเทศไทยมีปริมาณขยะเกิดขึ้นจำนวนกว่า 27.8 ล้านตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.64 โดยในจำนวนขยะทั้งหมดมีการคัดแยกและนำกลับไปใช้ประโยชน์ด้วยการรีไซเคิลและทำปุ๋ยอินทรีย์เพียง 1 ใน 3 ส่วน ที่เหลือจะถูกนำไปกำจัดและยังเป็นการกำจัดอย่างไม่ถูกต้องสูงถึง 7.36 ล้านตัน (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2562)

สาเหตุของปัญหาขยะดังกล่าวส่วนหนึ่งเกิดจากการเพิ่มขึ้นของประชากรโลก ส่งผลให้ความต้องการใช้ทรัพยากรเพิ่มขึ้น เกิดการเสียสมดุลระหว่างความต้องการของมนุษย์กับทรัพยากรที่มีอยู่ ทำให้ระบบการผลิตของโลกในปัจจุบันไม่สามารถรองรับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ได้อย่างยั่งยืน ซึ่งหากปัญหานี้ไม่ได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้อง จะส่งผลเสียต่อการพัฒนาทั้งในระดับมหภาคและจุลภาคต่อไปในอนาคต

รัฐบาลไทย โดยพล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้แสดงปาฐกถาในการประชุม “สมัชชา BCG : ขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน” ตอนหนึ่งว่า “วันนี้ยินดีและเป็นเกียรติที่ได้พบปะทุกคนทั้งภาครัฐ ราชการ ผู้นำภาคธุรกิจ เอกชนและประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ที่ได้มาทำงานร่วมกันใน BCG โมเดล วันนี้ทุกคนทราบดีจากหนังสือของนายสุวิทย์ เรื่องโลกเปลี่ยนเราต้องปรับ ซึ่งเรามีศักยภาพมากมายทั้งด้านอาหาร เกษตร การท่องเที่ยว การแพทย์และการบริการ มีอาหารอร่อย ธรรมชาติสวยงามและมีรอยยิ้ม

สยาม แต่สิ่งเหล่านี้กลับถูกแทรกด้วยปัญหาอื่น ๆ โดยเฉพาะวันนี้มีโควิดเข้ามา อย่างไรก็ตาม หวังว่า BCG โมเดลนี้เป็นโอกาสอันดีในการรับฟังแนวคิดซึ่งกันและกัน ให้ทุกส่วนมีส่วนร่วม โดยต้องดูต้นทาง ปลายทาง และกลางทางว่าใครจะขับเคลื่อนตรงไหน กลไกเป็นอย่างไร ไม่เช่นนั้นไม่สำเร็จสักอันเพราะเป้าหมายมีเยอะ” (MGR Online, 2563) โดยรัฐบาลได้มีการเริ่มต้นส่งเสริมการนำแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวหรือ BCG โมเดลมาใช้ในการพัฒนาและขับเคลื่อนประเทศมาตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนให้แก่ประเทศไทยได้อย่างแท้จริง

แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวมุ่งเน้นให้ครอบคลุมอุตสาหกรรมเป้าหมายที่เป็น S-Curve ทั้งหมด 4 อุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร อุตสาหกรรมพลังงานและเคมีชีวภาพ อุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 4 อุตสาหกรรม คือ อุตสาหกรรมที่สร้างรายได้หลักให้แก่ประเทศไทยและเป็นอุตสาหกรรมที่เหมาะสมกับการนำแนวคิด BCG มาใช้ในการพัฒนาเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวทางของสหประชาชาติต่อไป

จากอุตสาหกรรมเป้าหมายในการนำแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวมาใช้ในการขับเคลื่อนการพัฒนานั้น อุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร ดูเหมือนจะเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับประชาชนคนไทยมากที่สุด โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรที่อยู่ในระบบเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ ซึ่งกำลังประสบปัญหาความยากจน รายได้ต่ำ โดยที่ผ่านมารัฐบาลได้มีการส่งเสริมและช่วยเหลือเกษตรกรในหลากหลายรูปแบบ ทั้งในด้านการอุดหนุนงบประมาณในการช่วยเหลือเกษตรกร การประกันราคาสินค้าเกษตร รวมถึงการให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่เกษตรกร ส่งเสริมการรวมกลุ่มให้แก่เกษตรกรเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่สมาชิก ดังนั้น การนำแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว มาใช้เป็นอีกหนึ่งแรงขับเคลื่อนเพื่อผลักดันให้เกิดความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้แก่ภาคการเกษตรของประเทศไทย อันจะเป็นอีกหนึ่งความหวังในการแก้ไขปัญหาความยากจนของเกษตรกรไทย

แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (กรุงเทพธุรกิจ, 2563) ซึ่งเกษตรกรไทยได้มีการใช้แนวคิดดังกล่าวอยู่แล้วในการทำการเกษตร และจากการลงพื้นที่ของจังหวัดเชียงราย พบกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ได้มีการรวมกลุ่มดำเนินงานร่วมกันมาตั้งปีพ.ศ. 2559 และตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนในปีพ.ศ. 2560 โดยใช้ชื่อว่า “วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย” มีการส่งเสริมการปลูกข้าวแบบปลอดภัย บริหารจัดการกลุ่มร่วมกันรวมถึงมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวจำหน่ายในนามของวิสาหกิจชุมชน โดยมีการดำเนินงานตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งสามารถเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ เข้ากับบริบทของแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวในการปลูกข้าวได้ จึงเหมาะสมสำหรับการนำมาใช้ในการศึกษาเพื่อหาความสัมพันธ์ของแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวและความยั่งยืนที่เกิดขึ้นในภาคการเกษตร

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาผลของการใช้แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวและความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนที่เกิดขึ้นจากการใช้แนวคิดดังกล่าว รวมถึงความสัมพันธ์ของ

แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวกับความยั่งยืนที่เกิดขึ้น เพื่อจะใช้ประโยชน์เป็นแนวทางการพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่เกษตรกรต่อไปในอนาคต

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาบริบทการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทั้งกิจกรรมต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวทั้งสามกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว

2. เพื่อศึกษาความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงรายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว ประกอบด้วยความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวกับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย

**ขอบเขตของการวิจัย**

ขอบเขตในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย การศึกษาบริบทการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ตลอดห่วงโซ่อุปทานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว หรือ BCG โมเดล ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนที่เกิดขึ้น และศึกษาความสัมพันธ์ของการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวกับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน โดยใช้สมาชิกทั้งหมด 32 คนของวิสาหกิจชุมชนเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - ธันวาคม พ.ศ. 2564

**นิยามศัพท์เฉพาะ**

แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว หรือ BCG โมเดล หมายถึง แนวคิดในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยมุ่งสู่การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มีการนำทรัพยากรที่ใช้แล้วนำกลับมาใช้ใหม่ และปลดปล่อยของเสียสู่สภาพแวดล้อมให้น้อยที่สุด ประกอบด้วยกิจกรรมการพัฒนา 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และด้านเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)

ความยั่งยืน หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานให้สามารถอยู่รอดได้ มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วยความยั่งยืน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ (Economy Sustainability) ด้านสังคม (Social Sustainability) และ ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability)

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย

กลุ่มเกษตรกร หมายถึง เกษตรกรที่เป็นสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริบทการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในการปลูกข้าวตลอดห่วงโซ่อุปทานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว

2. ทำให้ทราบข้อมูลความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว

3. ทำให้ทราบข้อมูลความสัมพันธ์ของการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวกับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน

4. ได้แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนในอุตสาหกรรมการเกษตรและอาหารตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวหรือ BCG โมเดลเพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่ภาคการเกษตรของไทย

**การทบทวนวรรณกรรม**

**แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน**

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM) เป็นกระบวนการของการบริหารทุกขั้นตอน นับตั้งแต่การนำเข้าวัตถุดิบสู่กระบวนการผลิตรวมไปถึงกระบวนการสั่งซื้อ จนกระทั่งส่งสินค้าถึงมือลูกค้าให้มีความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพสูงสุด (Christopher, 1998) โดยการจัดการห่วงโซ่อุปทานมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้องค์การยกระดับความสามารถในการบริหารจัดการองค์การ การเพิ่มผลิตภาพหรือการลดความสูญเสียในกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ ส่งเสริมความเติบโตของธุรกิจ สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและสร้างความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจ (สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2546) ซึ่งการจัดการห่วงโซ่อุปทาน จะประกอบด้วยกิจกรรม 3 ส่วน ได้แก่

กิจกรรมต้นน้ำ (Upstream Activities) คือ การจัดหาวัตถุดิบ ทุน แรงงาน รวมถึงการประสานงานการจัดซื้อ ตรวจสอบข้อมูล ก่อนเข้าสู่ระบบการผลิต

กิจกรรมกลางน้ำ (Midstream activities) คือ กระบวนการการจัดการ การแปรรูป เพื่อก่อให้เกิดสินค้า หรือบริการ การเปลี่ยนวัตถุดิบให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า ตั้งแต่การจัดการวัตถุดิบเบื้องต้น การประกอบชิ้นส่วนไปจนถึงการตรวจสอบคุณภาพของสินค้านั้น ๆ

กิจกรรมปลายน้ำ (Downstream activities) คือ กระบวนการการจัดจำหน่าย ช่องทางการตลาดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สินค้าไปให้ถึงมือผู้รับ ครอบคลุมไปถึงด้านการแพ็คของ ตรวจสอบสินค้า เป็นต้น

ซึ่งจากแนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานข้างต้น ผู้วิจัยจะได้นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาบริบทของการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ว่าในแต่ละกิจกรรม ทั้งกิจกรรมต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำได้มีดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวอย่างไร เพื่อใช้เป็นตัวแปรต้นในการหาความสัมพันธ์กับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน

**แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางเศรษฐกิจสีเขียว หรือ BCG โมเดล**

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช) (2563) ได้กล่าวว่า แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว หรือ BCG Economy Model จะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้เติบโตแบบก้าวกระโดด กระจายโอกาส กระจายรายได้ และนำความมั่งคั่งไปสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง นำพาประเทศไทยก้าวข้ามกับดักประเทศรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศรายได้สูง และมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืน

โมเดล BCG เป็นรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจแบบใหม่ที่สอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อนำพาประเทศไปสู่ Thailand 4.0 ซึ่งแนวทางนี้จะเข้าไปพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ ส่งเสริมให้เศรษฐกิจเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยรัฐบาลได้มีการตั้งเป้าว่าภายใน 5 ปี จะช่วยเพิ่ม GDP ของไทยเป็น 4.3 ล้านล้านบาท ที่สำคัญจะต้องสร้างสิ่งแวดล้อมของไทยให้สมบูรณ์ รวมถึงจะทำให้ไทยบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals : SDG) ขององค์การสหประชาชาติด้วย (กรุงเทพธุรกิจ, 2563)

BCG Model เป็นรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจกับความยั่งยืนของฐานทรัพยากรธรรมชาติ โดยนำองค์ความรู้มาต่อยอดฐานความเข้มแข็งภายในของประเทศ การพัฒนาเศรษฐกิจแบบ BCG ประกอบด้วย เศรษฐกิจหลัก 3 ด้าน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2563; กรุงเทพธุรกิจ, 2563) ได้แก่

B = เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เป็นการนำความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม มาพัฒนาต่อยอดจากฐานความเข้มแข็งเดิม นั่นก็คือ ทรัพยากรชีวภาพ หรือผลผลิตทางการเกษตร เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า เช่น การพัฒนาพันธุ์ข้าวที่มีธาตุอาหารสูง เป็นต้น

C = เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เป็นการนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่าที่สุด และมุ่งไปสู่การผลิตที่เป็นแบบ ZERO WASTE หรือ การลดปริมาณของเสียให้น้อยลงหรือเท่ากับศูนย์ด้วยการปรับกระบวนการผลิต เช่น การนำเสียจากการผลิต หรือการนำเศษซากกลับมาใช้ใหม่

G = เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) มุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อโลกอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้เอมไซม์จากจุลินทรีย์เพื่อการฟอกกระดาษ การใช้สารชีวภัณฑ์กำจัดแมลงศัตรูพืชทดแทนการใช้สารเคมี เป็นต้น

ในการสำรวจบริบทกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานของการผลิตข้าวของวิสาหกิจชุมชน จะได้ศึกษากิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกิจกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำในปัจจุบัน ว่าได้มีการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวเป็นอย่างไรและจำแนกตามกิจกรรมทั้งสามด้านของแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว เพื่อนำมาวัดผลในเชิงปริมาณและหาความสัมพันธ์กับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน

**แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development)**

การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) นั้น คณะกรรมาธิการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (World Commission on Environment and Development, 1987) กล่าวไว้ว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาที่สนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ลดทอนความสามารถของคนรุ่นต่อมาที่จะตอบสนองความต้องการของพวกเขา (Sustainable development is development which meets the needs current generations without compromising the ability of future generations to meet their own needs)

**องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Dimension of Sustainability)**

หลักการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลในสามด้าน เนื่องจากทุกด้านล้วนมีความสัมพันธ์และเกี่ยวเนื่องกัน ซึ่งประกอบด้วยความยั่งยืน 3 ด้าน ดังนี้ (World Conference on Environment and Development, 1987)

ด้านเศรษฐกิจ (Economy) คือ สภาพหรือระบบเศรษฐกิจที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนในระยะยาว เศรษฐกิจที่มีประสิทธิภาพ คือ เศรษฐกิจที่มีคุณภาพ จะต้องเป็นไปอย่างสมดุลและเอื้อต่อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ มีความสามารถในการแข่งขันและการเจริญเติบโต ภายใต้ความเท่าเทียม และเปิดโอกาสอย่างเหมาะสม ผลผลิตมาจากการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีสะอาด ลดปริมาณของเสียไม่ทำลายสภาพแวดล้อม มีการกระจายรายได้ให้เอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ในสังคมโดยเฉพาะคนที่มีรายได้ต่ำ

ด้านสังคม (Social) คือ การพัฒนาคนให้มีความรู้มีสมรรถนะและมีผลิตภาพสูงขึ้น ส่งเสริมให้เกิดสังคมที่มีคุณภาพ และเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ แนวคิดนี้วางอยู่บนรากฐานของ 2 หลัก คือ หลักการความยุติธรรมและความเท่าเทียมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาในระยะยาว การเข้าถึงทรัพยากรและโอกาสของคนในสังคมจะต้องมีความเท่าเทียมกัน สิทธิมนุษยชนและผลประโยชน์อื่น ๆ เช่น อาหาร สาธารณสุข การศึกษา ที่อยู่อาศัยและโอกาสในการพัฒนาตนเอง ความเป็นธรรมในสังคมนี้มีนัยยะถึงโอกาสที่เท่าเทียมกันของประชาชนทุกคนในด้านการศึกษาและการมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างผลิตภาพให้แก่สังคม สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะทำให้เป้าหมายทางสังคมทั้ง ด้านของความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความเป็นธรรมในสังคม ความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ และการมีส่วนร่วมของประชาชนประสบความสำเร็จ

ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) คือ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติในปริมาณที่ระบบนิเวศสามารถฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมได้ในเวลาที่ไม่ส่งผลเสียต่อผู้ใช้ทรัพยากรทั้งในรุ่นปัจจุบันและรุ่นหลัง หากมีการปล่อยมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อม ต้องอยู่ในระดับที่ระบบนิเวศสามารถดูดซับและทำลายมลพิษนั้นได้ โดยสามารถผลิตมาทดแทนทรัพยากรประเภทที่ใช้แล้วหมดไปได้ เป็นการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน การรักษาไว้ซึ่งทุนทางธรรมชาติไม่ว่าจะเป็นป่าไม้ แม่น้ำ ภูเขา แร่ธาตุอันเป็นสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติที่ควรจะดำรงอยู่ ที่ทำให้ส่วนประกอบทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ความมีเสถียรภาพของระบบนิเวศของโลกจะไม่ถูกกระทบกระเทือน

ภายใต้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนควรจะพิจารณาถึง การพัฒนาที่อยู่บนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีและระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดด้วย เนื่องจากจะทำให้เกิดผลประโยชน์แก่สังคมมากที่สุด โดยสิ่งที่ส่งเสริมหรือพัฒนานั้นจะต้องไม่ทำลาย ระบบนิเวศ สังคมและวัฒนธรรม ดังนั้น การพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีระบบสังคมที่เป็นสังคมที่เป็นธรรม มีระบบการพัฒนาเศรษฐกิจที่มั่นคงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอก มีคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ประชาชนรู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเป็นฐานในการผลิต เพื่อนำไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (World Conference on Environment and Development, 1987)

จากแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนข้างต้น จะถูกนำใช้เป็นตัวชี้วัดของความยั่งยืนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และใช้เป็นตัวแปรตามในการหาความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานตามแนวการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวและความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน

**กรอบแนวคิดการวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาบริบทการดำเนินงานในห่วงโซ่อุปทานของวิสาหกิจชุมชนในการผลิตข้าวตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ (สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2546) และนำหลักการของแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวจำแนกกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานที่เกิดขึ้น ออกเป็น 3 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2563) เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อหาความสัมพันธ์กับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม (World Conference on Environment and Development, 1987) และสามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังภาพที่ 1

**ภาพที่ 1 ภาพกรอบแนวคิดการวิจัย**

**วิธีการวิจัย**

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ เกษตรกรทั้งหมดที่เป็นสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย จำนวนทั้งสิ้น 32 คน (วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย, 2563) โดยใช้สมาชิกทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย โดยแบ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามลักษณะของการวิจัยดังนี้

**1. การวิจัยเชิงคุณภาพ**

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured interview) สัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus group) เพื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลบริบทของการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนตลอดห่วงโซ่อุปทานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว เพื่อระบุรายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ ทั้ง 3 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน 3 ด้าน ได้แก่ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำมาใช้ในการออกแบบแบบสอบถามในการวิจัยเชิงปริมาณและวิเคราะห์ผลร่วมกันต่อไป

**2. การวิจัยเชิงปริมาณ**

ผู้วิจัยจะได้ดำเนินการออกแบบแบบสอบถามเพื่อวัดบริบทของการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวและความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน โดยพัฒนาข้อคำถามตามประเด็นที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ

ดำเนินการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ และหาค่า IOC ของเครื่องมือการวิจัยได้เท่ากับ 0.85 และทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในพื้นที่อื่น จำนวน 30 ฉบับ วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นอัลฟ่าครอนบาช (Cronbach's alpha) ได้เท่ากับ 0.95 ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่การวิจัย

การแปลผลความหมายค่าเฉลี่ย (สมโภชน์ อเนกสุข. 2552, 129) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Hinkle D. E. 1998, p.118) ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

| ค่าเฉลี่ย | ความหมาย |
|---|---|
| 4.20 – 5.00 | มากที่สุด |
| 3.41 – 4.20 | มาก |
| 2.61 – 3.40 | ปานกลาง |
| 1.81 – 2.60 | น้อย |
| 1.00 – 1.80 | น้อยที่สุด |

| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) | ความหมาย |
|---|---|
| 0.90 - 1.00 | มีความสัมพันธ์กันสูงมาก |
| 0.70 - 0.90 | มีความสัมพันธ์กันสูง |
| 0.50 - 0.70 | มีความสัมพันธ์กันปานกลาง |

| ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) | ความหมาย |
|---|---|
| 0.30 - 0.50 | มีความสัมพันธ์กันต่ำ |
| 0.00 - 0.30 | มีความสัมพันธ์กันต่ำมาก |

**ผลการศึกษา**

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการศึกษาบริบทการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ตลอดห่วงโซ่อุปทานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว พบว่า กิจกรรมต้นน้ำเกษตรกรมีการปลูกข้าวมากกว่า 1 สายพันธุ์ต่อหนึ่งฤดูการเพาะปลูก มีวัตถุประสงค์เพื่อการประกอบอาชีพเลี้ยงดูครอบครัวและผลิตข้าวเพื่อการบริโภคในครัวเรือน ส่วนใหญ่ใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวที่ได้จากการเพาะปลูกในฤดูกาลก่อนหน้า และมีการซื้อเมล็ดพันธุ์จากภายนอกมาร่วมด้วย การเตรียมดินสำหรับการเพาะปลูก เน้นการใช้เครื่องจักรเนื่องจากประหยัดเวลาและต้นทุน โดยมีค่าจ้างในการเตรียมดินให้พร้อมสำหรับการปลูกข้าวอยู่ที่ไร่ละ 700 – 900 บาท

กิจกรรมกลางน้ำ เกษตรกรมีการรวมกลุ่มช่วยเหลือกันในการปลูกข้าวในรูปแบบของการลงแขกช่วยเหลือกันในกลุ่มสมาชิกสำหรับเกษตรกรที่มีพื้นที่ปลูกไม่มากนัก ส่วนเกษตรกรที่มีพื้นที่ในการทำนาขนาดใหญ่ นิยมว่าจ้างแรงงานคนในการปลูก โดยมีค่าแรงงานขั้นต่ำอยู่ที่วันละ 315 บาท ถึง 350 บาทต่อคน โดยไม่รวมค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ค่าเครื่องดื่ม หรืออาหาร เกษตรกรบางส่วนมีการจ้างรถดำนาเนื่องจากมีความสะดวกและรวดเร็ว แก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงานในช่วงของการปลูกข้าว โดยมีต้นทุนค่าจ้างอยู่ที่ประมาณ 1,200 บาทต่อไร่ การทำนาเป็นรูปแบบเคมีอินทรีย์ และมีความพยายามในการลดการใช้สารเคมีในการเพาะปลูก มีการขอรับการรับประกันคุณภาพผลผลิตอินทรีย์โดยชุมชน หรือการรับรองแบบมีส่วนร่วม (PGS : Participatory Organic Guarantee System) มีการลดต้นทุนในการเพาะปลูกโดยการใช้สารอินทรีย์ที่เกษตรกรผลิตเองโดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น รวมถึงเศษซากวัชพืช หรือศัตรูพืช เพื่อทดแทนการใช้สารเคมี มีการทำเกษตรแบบผสมผสานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการใช้พื้นที่ทางการเกษตร

และกิจกรรมปลายน้ำ มีการจัดการอยู่ 2 รูปแบบ ประกอบด้วย 1. การเก็บเกี่ยวและจำหน่ายให้กับโรงสีหรือผู้รับซื้อในรูปแบบของข้าวเปลือก 2. การขายให้แก่วิสาหกิจชุมชน เพื่อนำไปสีเป็นข้าวสารและบรรจุถุงจำหน่าย ภายใต้ ตราสินค้าค้า อู่ข้าวแม่จัน ประกอบด้วยข้าวเหนียวเขี้ยวงู 8974 และข้าวหอมแม่จัน โดยวิสาหกิจชุมชนมีปริมาณยอดขายเฉลี่ยปีละ 40 ตันข้าวเปลือก

**ภาพที่ 2 ภาพแปลงนาและผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวเขี้ยวงู บรรจุถุงของวิสาหกิจชุมชน**

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อวัดและหาความสัมพันธ์ของการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวกับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน พบว่า

วิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวในการผลิตข้าวภาพรวมอยู่ในระดับมาก กิจกรรมด้านเศรษฐกิจสีเขียวมีค่าเฉลี่ยในการดำเนินงานสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน และน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจชีวภาพ

การดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจชีวภาพภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในกิจกรรมย่อย พบว่า การพัฒนาพันธุ์ข้าวหรือเมล็ดพันธุ์ข้าวด้วยตนเองมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ การผลิตปัจจัยการผลิตทางการเกษตรที่ใช้ในการปลูกข้าว เช่น ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยอินทรีย์ น้ำหมักชีวภาพ และกิจกรรมที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ การนำทรัพยากรในบ้านหรือชุมชนมาใช้ในการปลูกข้าว

การดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในกิจกรรมย่อย พบว่า การทำเกษตรผสมผสานเพื่อใช้พื้นที่ในนาข้าวให้เกิดประโยชน์สูงสุดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ การลดค่าใช้จ่ายด้วยการนำศัตรูพืช เช่น หอย ปู มาทำเป็นปัจจัยการผลิตในการเกษตรหรือนำมาบริโภคในครัวเรือนเพื่อลดค่าใช้จ่าย และกิจกรรมที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ การนำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรกลับมาใช้ใหม่ในการปลูกข้าว

การดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจสีเขียวภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในกิจกรรมย่อย พบว่า การยกระดับการทำการเกษตรเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งดิน น้ำ และอากาศมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ การใช้สารอินทรีย์จากธรรมชาติในการปลูกข้าว และกิจกรรมที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ การลดหรือเลิกใช้สารเคมีในการปลูกข้าว ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

**ตารางที่ 1 การดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย**

| รายการ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ความหมาย |
|---|---|---|---|
| 1. การพัฒนาพันธุ์ข้าวหรือเมล็ดพันธุ์ข้าวด้วยตนเอง | 4.22 | 0.75 | มากที่สุด |
| 2. การผลิตปัจจัยการผลิตทางการเกษตรที่ใช้ในการปลูกข้าว เช่น ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยอินทรีย์ น้ำหมักชีวภาพ | 4.19 | 0.69 | มาก |
| 3. การประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรมเพื่อในใช้การปลูกข้าวด้วยตนเอง | 3.84 | 0.85 | มาก |
| 4. การนำความรู้หรือเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ในใช้การปลูกข้าว | 3.63 | 0.91 | มาก |
| 5. การนำทรัพยากรในบ้านหรือชุมชนมาใช้ในการปลูกข้าว | 3.34 | 1.12 | ปานกลาง |
| **รวมกิจกรรมด้านเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy)** | **3.84** | **0.55** | **มาก** |

**ตารางที่ 1 การดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย** (ต่อ)

| รายการ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ความหมาย |
|---|---|---|---|
| 1. การทำเกษตรผสมผสานเพื่อใช้พื้นที่ในนาข้าวให้เกิดประโยชน์สูงสุด | 4.47 | 0.67 | มากที่สุด |
| 2. การลดค่าใช้จ่ายด้วยการนำศัตรูพืช เช่น หอย ปู มาทำเป็นปัจจัยการผลิตในการเกษตรหรือนำมาบริโภคในครัวเรือนเพื่อลดค่าใช้จ่าย | 4.25 | 0.72 | มากที่สุด |
| 3. การสร้างรายได้และการลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือนด้วยการนำศัตรูพืช เช่น ปู หอย มาบริโภคในครัวเรือน หรือแปรรูปเป็นสินค้าจำหน่าย | 4.06 | 0.67 | มาก |
| 4. การกำจัดเศษที่เหลือจากการปลูกข้าวด้วยวิธีการทางธรรมชาติ เช่น การกำจัดตอซังข้าวด้วยการให้ย่อยสลายในแปลงนา | 3.91 | 0.73 | มาก |
| 5. การนำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรกลับมาใช้ใหม่ในการปลูกข้าว | 3.66 | 1.00 | ปานกลาง |
| **รวมกิจกรรมด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)** | **4.07** | **0.52** | **มาก** |
| 1. การยกระดับการทำการเกษตรเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งดิน น้ำ และอากาศ | 4.44 | .56 | มากที่สุด |
| 2. การใช้สารอินทรีย์จากธรรมชาติในการปลูกข้าว | 4.34 | .55 | มากที่สุด |
| 3. การผลิตสารสกัดชีวภาพเพื่อใช้ทางการเกษตรด้วยตนเอง | 4.09 | .96 | มาก |
| 4. การลดกิจกรรมในการปลูกข้าวที่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การเผาตอซังข้าว | 4.00 | 1.08 | มาก |
| 5. การลด หรือเลิกใช้สารเคมีในการปลูกข้าว | 3.75 | 1.19 | มาก |
| **รวมกิจกรรมด้านเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)** | **4.13** | **.64** | **มาก** |

ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนทางด้านสังคม

ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจภาพรวมที่เกิดขึ้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในด้านย่อย พบว่า การพึ่งพาตนเองตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ความมั่นคงในอาชีพของเกษตรกร และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ การลดภาระหนี้สินในครัวเรือน

ความยั่งยืนด้านสังคมภาพรวมที่เกิดขึ้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในด้านย่อย พบว่า ความเป็นอยู่ในชุมชนดีขึ้นมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ สุขภาพของคนในชุมชน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ปัญหาอาชญากรรมในชุมชน

ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมภาพรวมที่เกิดขึ้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในด้านย่อย พบว่า คุณภาพของดินในชุมชนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ คุณภาพของแม่น้ำลำคลองในชุมชน คุณภาพของอากาศในชุมชน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ การแก้ไขปัญหามลพิษภายในชุมชน ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

**ตารางที่ 2 ความยั่งยืนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว**

| รายการ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | ความหมาย |
|---|---|---|---|
| 1. การพึ่งพาตนเองตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง | 4.44 | 0.56 | มากที่สุด |
| 2. ความมั่นคงในอาชีพของเกษตรกร | 4.34 | 0.65 | มากที่สุด |
| 3. การมีรายได้เพิ่มขึ้น | 4.16 | 0.57 | มาก |
| 4. โอกาสในการประกอบอาชีพ | 4.16 | 0.72 | มาก |
| 5. การลดภาระหนี้สินในครัวเรือน | 3.87 | 0.71 | มาก |
| **รวมเฉลี่ยความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ** | **4.19** | **0.40** | **มาก** |
| 1. ความเป็นอยู่ในชุมชนดีขึ้น | 4.25 | 0.62 | มากที่สุด |
| 2. สุขภาพของคนในชุมชนในภาพรวม | 4.09 | 0.69 | มาก |
| 3. ชุมชนมีผลผลิตทางการเกษตรที่ปลอดภัยมากขึ้น | 3.94 | 0.72 | มาก |
| 4. อัตราการว่างงานในชุมชน | 3.78 | 0.87 | มาก |
| 5. ปัญหาอาชญากรรมในชุมชน | 3.37 | 1.36 | ปานกลาง |
| **รวมเฉลี่ยความยั่งยืนด้านสังคม** | **3.89** | **0.65** | **มาก** |
| 1. คุณภาพของดินในชุมชน | 4.41 | 0.67 | มากที่สุด |
| 2. คุณภาพของแม่น้ำลำคลองในชุมชน | 4.25 | 0.84 | มากที่สุด |
| 3. คุณภาพของอากาศในชุมชน | 4.25 | 0.92 | มากที่สุด |
| 4. คุณภาพของสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน | 4.06 | 0.91 | มาก |
| 5. การแก้ไขปัญหามลพิษภายในชุมชน | 3.88 | 0.91 | มาก |
| **รวมเฉลี่ยความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม** | **4.17** | **0.70** | **มาก** |

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวกับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน พบว่า การดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวกับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของกลุ่มวิสาหกิจมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.590 ดังรายละเอียดในตารางที่ 3

**ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ของการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวกับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน**

| ความสัมพันธ์ | | แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว | ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน |
|---|---|---|---|
| แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว | Pearson Correlation | 1 | .590** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 |
| | N | 32 | 32 |
| ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน | Pearson Correlation | .590** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | |
| | N | 32 | 32 |

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

การดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวด้านเศรษฐกิจชีวภาพมีความสัมพันธ์กับความยั่งยืนอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน ความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวด้านเศรษฐกิจสีเขียวมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังรายละเอียดในตารางที่ 4

**ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ของการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวกับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน รายกิจกรรม**

| แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว | | ความยั่งยืน | | |
|---|---|---|---|---|
| | | เศรษฐกิจ | สังคม | สิ่งแวดล้อม |
| เศรษฐกิจชีวภาพ | Pearson Correlation | .317 | .163 | .336 |
| | Sig. (2-tailed) | .077 | .371 | .060 |
| | N | 32 | 32 | 32 |
| เศรษฐกิจหมุนเวียน | Pearson Correlation | .390* | .295 | .634** |
| | Sig. (2-tailed) | .027 | .101 | .000 |
| | N | 32 | 32 | 32 |

**ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ของการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวกับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชน รายกิจกรรม** (ต่อ)

| แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว | | ความยั่งยืน | | |
|---|---|---|---|---|
| | | เศรษฐกิจ | สังคม | สิ่งแวดล้อม |
| เศรษฐกิจสีเขียว | Pearson Correlation | .277 | .345 | .501** |
| | Sig. (2-tailed) | .125 | .053 | .004 |
| | N | 32 | 32 | 32 |

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

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

**สรุปผลและอภิปรายผล**

จากผลการวิจัย พบว่า การดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวในการผลิตข้าวของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ทั้งสามกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมด้านเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียนและเศรษฐกิจสีเขียว มีการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก เนื่องจากแนวทางพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวสอดคล้องกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่ได้มีการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่วิสาหกิจชุมชน ซึ่งหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนั้นจะมีความสัมพันธ์กับความยั่งยืนที่เกิดขึ้น (ชล บุนนาค และ ภูษณิศา กมลนรเทพ, 2561) ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีการพึ่งพาตนเองตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ส่งผลต่อความยั่งยืนทางด้านสังคมที่เกิดขึ้น

ส่วนกิจกรรมตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในแต่ละด้าน เช่น การนำทรัพยากรในบ้านหรือชุมชนมาใช้ในการปลูกข้าว การนำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรกลับมาใช้ใหม่ในการปลูกข้าว การลดกิจกรรมในการปลูกข้าวที่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การเผาตอซังข้าว เป็นผลพวงมาจากเกษตรกรยังขาดความรู้และความเข้าใจ ในการประยุกต์สิ่งที่มีอยู่รอบตัวมาใช้ให้เกิดประโยชน์ทางการเกษตร จึงต้องอาศัยหน่วยงานราชการได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการให้ความรู้แก่เกษตรกร อันจะเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้แก่เกษตรกร ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะในงานวิจัยของ ทวนทัศน์ นิลดำ, รังสฤษดิ์ กาวีต๊ะ และนุชนาถ มั่งคั่ง (2561: 517) แต่สิ่งที่มีความแตกต่างกันก็คือ กลุ่มเกษตรกรในการวิจัยครั้งนี้มีความตระหนักถึงผลกระทบของสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากผลการวิจัยของกิจกรรมด้านเศรษฐกิจสีเขียวที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เมื่อเทียบกับด้านเศรษฐกิจชีวภาพและเศรษฐกิจหมุนเวียน นอกจากนี้กลุ่มเกษตรกรยังมีความมุ่งมั่นในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำการเกษตรจากเคมีอินทรีย์สู่เกษตรอินทรีย์ในอนาคต ซึ่งการทำเกษตรอินทรีย์จะส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ช่วยให้เกษตรกรมีสุขภาพร่างกายและจิตใจดี และมีสภาพแวดล้อมที่ดีในพื้นที่ทางการเกษตร สิ่งเหล่านี้เป็นความยั่งยืนจะที่เกิด

จากการทำเกษตรอินทรีย์ตามแนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากรธรรมชาติ ตามผลการศึกษาวิจัยของพิทวัส เอื้อสังคมเศรษฐ์ (2562)

ประเด็นสำคัญจากข้อค้นพบในการวิจัย คือ การดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวในภาพรวมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่งผลต่อความยั่งยืนที่เกิดขึ้นทั้งสามด้าน แต่เมื่อพิจารณากิจกรรมย่อยพบประเด็นสำคัญที่มีความน่าสนใจประกอบด้วย

กิจกรรมด้านเศรษฐกิจชีวภาพมีความสัมพันธ์กับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชนอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นผลจากกิจกรรมย่อย ในด้านการนำความรู้หรือเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ในใช้การปลูกข้าว และการนำทรัพยากรในบ้านหรือชุมชนมาใช้ในการปลูกข้าว ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการขาดความรู้ ความเข้าใจและการยอมรับเทคโนโลยีสมัยใหม่ของเกษตรกรที่จะนำมาประยุกต์ใช้ในการปลูกข้าว เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ ทวนทัศน์ นิลดำ, รังสฤษดิ์ กาวีต๊ะ และนุชนาถ มั่งคั่ง (2561) และง่ายงาม ประจวบวัน (2560) ทำให้เกษตรกรมีความคิดว่า การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้เป็นการเพิ่มภาระทางด้านต้นทุนในการปลูกข้าว โดยไม่คำนึงถึงผลตอบแทนในระยะยาวจากการลงทุนดังกล่าว ดังนั้น การปรับเปลี่ยนทัศนคติและสร้างการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของเกษตรกรจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจให้แก่เกษตรกรในอนาคต

กิจกรรมด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน มีความสัมพันธ์กับความยั่งยืนที่เกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทั้งความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม เป็นผลจากที่เกษตรกรได้ทำการเกษตรแบบผสมผสาน ใช้พื้นที่ในนาข้าวให้เกิดประโยชน์สูงสุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของวิกมล ดำด้วงโรมและคณะ (2564) ที่พบว่า รูปแบบของการทำเกษตรแบบผสมผสานมีความสัมพันธ์กับความยั่งยืนของเกษตรกร นอกจากนี้ การลดค่าใช้จ่ายด้วยการนำศัตรูพืช เช่น หอย ปู มาทำเป็นปัจจัยการผลิตในการเกษตร หรือนำมาบริโภคในครัวเรือนเพื่อลดค่าใช้จ่ายรวมถึงการสร้างรายได้ด้วยแปรรูปเป็นสินค้าจำหน่าย ถือว่าเป็นกิจกรรมที่สามารถลดต้นทุนในการปลูกข้าวและสร้างรายได้เสริมในรอระหว่างการเก็บเกี่ยว ทำให้เกษตรกรมีรายได้ตลอดฤดูกาลเพาะปลูก ส่วนการนำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรกลับมาใช้ใหม่ในการปลูกข้าวเป็นกิจกรรมที่มีการดำเนินงานน้อยที่สุด สืบเนื่องมาจากการขาดองค์ความรู้ที่ถูกต้องในกิจกรรมดังกล่าว ซึ่งเป็นข้อจำกัดของเกษตรกรในการลดต้นทุนและเพิ่มผลตอบแทนในการปลูกข้าว ส่งผลให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหาความยากจนและยกระดับความเป็นอยู่ของตนเองให้ดีขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของชำนาญ ทรงสิทธิกุล (2564) ที่พบว่า องค์ประกอบที่เป็นปัญหาความยากจนของเกษตรกรชาวนา คือ การขาดองค์ความรู้ที่แท้จริงในการทำนา ซึ่งหากเกษตรกรได้รับความรู้ที่ถูกต้องจากหน่วยงานราชการในทำนาปลูกข้าว จะทำให้เกษตรกรสามารถยกระดับกิจกรรมต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพได้มากขึ้น สามารถนำไปใช้ในการลดต้นทุน แก้ไขปัญหาความยากจนของเกษตรกรได้

ส่วนกิจกรรมด้านเศรษฐกิจสีเขียวในเรื่องของการลดหรือเลิกใช้สารเคมีในการปลูกข้าว แม้ว่าเกษตรกรจะมีการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวอยู่ในระดับมาก แต่เนื่องจากในปัจจุบันเกษตรกรประกอบอาชีพทำนาเป็นหลัก ต้องอาศัยรายได้และผลตอบแทนจากการทำนา จึงมุ่งเน้นการผลิตจำนวนมากเพื่อขายสร้างรายได้ รวมถึงยังขาดความรู้ในการทำการเกษตรที่ถูกต้อง ดังนั้น เกษตรกรจึงยังคงใช้สารเคมีต่าง ๆ ในการปลูกข้าว

ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้นแต่ผลตอบแทนจากการปลูกข้าวลดลง ซึ่งแนวทางในการที่จะทำให้กิจกรรมดังกล่าวสามารถส่งผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรได้ คือ การเสริมสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนและท้องถิ่น มาผลิตเป็นปัจจัยทางการเกษตรเพื่อทดแทนการใช้สารเคมีในการปลูกข้าว ซึ่งจะทำให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองได้และลดการพึ่งพาจากภายนอกตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และยังช่วยปรับเปลี่ยนรูปแบบการปลูกข้าวไปสู่การทำเกษตรอินทรีย์ในอนาคต ซึ่งในการส่งเสริมให้ความรู้ดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เข้ามาให้ความรู้แก่เกษตรกร ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางที่ถูกเสนอไว้โดย ทวนทัศน์ นิลดำ, รังสฤษดิ์ กาวีต๊ะ และนุชนาถ มั่งคั่ง (2561) ซึ่งหน่วยงานราชการจะเป็นแหล่งในการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ถูกต้องให้แก่เกษตรกรและเกษตรกรสามารถนำไปใช้ได้จริง ดังนั้น หน่วยงานราชการจะต้องมีบทบาทในการให้ความรู้และส่งเสริมให้เกษตรกรนำไปประยุกต์ใช้ให้เข้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่เหมาะสมกับบริบทการทำนาในแต่ละพื้นที่ ส่งผลให้เกษตรกรได้มีส่วนร่วม มีความรู้สึกที่ดีและผูกพันต่อการพัฒนาและยกระดับการทำการเกษตรร่วมกับนักวิชาการ อันจะส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตของเกษตรกรสู่ระบบเกษตรกรรมยั่งยืนต่อไปในอนาคต (ง่ายงาม ประจวบวัน. 2560)

ส่วนความมุ่งมั่นของวิสาหกิจชุมชนในการผลักดันให้เกษตรกรยกระดับการปลูกข้าวจากการปลูกข้าวแบบปลอดภัย ไปสู่การปลูกข้าวแบบอินทรีย์ จะมีส่วนสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้แก่เกษตรกร สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วริพัสย์ เจียมปัญญารัช (2560) ที่พบว่า การทำการเกษตรตามมาตรฐานอินทรีย์จะเป็นปัจจัยสำคัญของเกษตรกรเพื่อความยั่งยืน และจะเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาตลาดเกษตรได้อย่างยั่งยืน (กรณัฐ ปิ่นฉ่ำ มนฤตย์พล อุรบุญนวลชาติ และสุพัตรา จุณณะปิยะ, 2558) ดังนั้น การปรับเปลี่ยนการปลูกข้าวสู่การปลูกข้าวแบบอินทรีย์จึงเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการสร้างความยั่งยืนให้แก่วิสากิจชุมชนและเกษตรกรที่เป็นสมาชิก อีกทั้งสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค สร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ข้าวที่มาจากวิสาหกิจชุมชน อันจะสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้แก่เกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนได้อย่างแท้จริง

**ข้อเสนอแนะ**

**ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์**

1. จากผลการศึกษาวิจัย การดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความยั่งยืนที่เกิดขึ้น ดังนั้น ควรส่งเสริมเป็นแนวทางให้แก่เกษตรได้นำไปประยุกต์ใช้กับการทำการเกษตรของตนเอง ประกอบด้วย

1.1 แนวทางการส่งเสริมความยั่งยืนสำหรับกิจกรรมเศรษฐกิจชีวภาพ ประกอบด้วย การส่งเสริมให้เกษตรกรได้นำทรัพยากรชุมชนมาใช้ประโยชน์ในการปลูกข้าว ส่งเสริมให้พัฒนาพันธุ์ข้าวหรือเมล็ดพันธุ์ข้าว ผลิตปุ๋ยอินทรีย์เพื่อใช้เอง ปรับเปลี่ยนทัศนคติให้เกษตรกรยอมรับและนำความรู้หรือเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ในใช้การปลูกข้าว รวมถึงประดิษฐ์คิดค้นนวัตกรรมเพื่อในใช้การปลูกข้าวด้วยตนเอง เป็นต้น

1.2 แนวทางการส่งเสริมความยั่งยืนสำหรับกิจกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียน ประกอบด้วย การส่งเสริมให้เกษตรกรทำการเกษตรผสมผสานแบบผสมผสานเพื่อใช้พื้นที่ในนาข้าวให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสร้างรายได้และลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือนด้วยการนำผลผลิตจากการทำเกษตรผสมผสานที่ได้ใช้บริโภคในครัวเรือน หรือนำใช้เป็นปัจจัยการผลิตทางการเกษตรเพื่อลดต้นทุนการปลูกข้าว ส่งเสริมการนำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรกลับมาใช้ใหม่ การกำจัดเศษเหลือจากการปลูกข้าวด้วยวิธีการทางธรรมชาติ เช่น การกำจัดตอซังข้าวด้วยการให้ย่อยสลายในแปลงนา เป็นต้น

1.3 แนวทางการส่งเสริมความยั่งยืนสำหรับกิจกรรมเศรษฐกิจสีเขียว ประกอบด้วย การรณรงค์การลดกิจกรรมในการปลูกข้าวที่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การเผาตอซังข้าว การผลิตสารสกัดชีวภาพเพื่อใช้ด้วยตนเอง ลดหรือเลิกใช้สารเคมี เพิ่มสัดส่วนการใช้สารอินทรีย์ในการปลูกข้าวการยกระดับการทำการเกษตรเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งดิน น้ำ และอากาศ ปรับเปลี่ยนจากการทำการเกษตรแบบเคมีอินทรีย์สู่เกษตรอินทรีย์

2. การสร้างการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่เข้าใช้ในการยกระดับการปลูกข้าว ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลางและระยะยาว เพื่อให้เกษตรกรเกิดการยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ รวมถึงสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่แบบคู่ขนานเพื่อลดปัญหาความไม่เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี และเพื่อสืบทอดการเกษตรแบบจากรุ่นสู่รุ่น

3. การส่งเสริมให้เกษตรกรค้นหาและพัฒนาแนวทางการสร้างความยั่งยืนให้แก่การปลูกข้าวตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวภายใต้บริบทของตนเอง โดยการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดจากหน่วยงานราชการและภูมิปัญญาท้องถิ่น จะทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ และรูปแบบการพัฒนาที่สร้างความยั่งยืนที่เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่ได้อย่างแท้จริง

**ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป**

1. เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ใช้ประชากรทั้งหมด 32 คนเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัย ซึ่งอาจมีจำนวนน้อยสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นข้อจำกัดของการทำการวิจัย ทำให้ผลการวิจัยในบางกิจกรรมอาจมีความคลาดเคลื่อน เพื่อเป็นการทดสอบผลการวิจัยดังกล่าว ควรจะขยายพื้นที่การวิจัยและเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างการวิจัยให้มีจำนวนมากขึ้น และนำผลการวิจัยมาเทียบเคียงกับผลการวิจัยในครั้งนี้

2. ควรศึกษาวิจัยขยายผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวกับการทำการเกษตรประเภทอื่น ๆ เช่น การเลี้ยงสัตว์ การปลูกพืชผักและผลไม้ เพื่อให้เป็นแนวทางการส่งเสริมความยั่งยืนให้แก่เกษตรกรที่มีความจำเพาะเจาะจงและเหมาะสมกับประเภทของการทำการเกษตรของไทย

## บรรณานุกรม

กรณัฐ ปิ่นฉ่ำ, มนฤตย์พล อุรบุญนวลชาติ และ สุพัตรา จุณณะปิยะ. (2558). การพัฒนาตลาดเกษตรแบบยั่งยืน: ศึกษาการมีส่วนร่วมของเกษตรกรผู้ผลิตผักปลอดภัยจากสารพิษ โครงการอาหารปลอดภัย *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 4*(2), 122-132.

กรุงเทพธุรกิจ. (2563). *ทำความรู้จัก 'BCG Economy' โมเดลใหม่ เศรษฐกิจไทย.* https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/859943.

กัณญภัค ตันติพิพัฒน์พงศ์. (2560). *แนวทางการส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออก – กรณีศึกพืชสับปะรด.* รายงานในรายวิชาการเศรษฐกิจ หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรรุ่นที่ 60 วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

ง่ายงาม ประจวบวัน. (2560). การพัฒนาระบบเกษตรกรรมยั่งยืนชุมชนบ้านหลักเมตร ตำบลทุ่งขวางอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 7*(4), 90-123.

ชล บุนนาค และ ภูษณิศา กมลนรเทพ. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy: SEP) และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs).* https://www.sdgmove.com/2019/09/27/sep-and-sdgs/.

ชำนาญ ทรงสิทธิกุล. (2564). การจัดการสภาวะความยากจนของเกษตรกรชาวนา อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 8*(7). 418-431.

ทวนทัศน์ นิลดำ รังสฤษดิ์ กาวีต๊ะ และนุชนาถ มั่งคั่ง. (2561). ความยั่งยืนของอาชีพเกษตรกร ในพื้นที่อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12*(3), 517–531.

พิทวัส เอื้อสังคมเศรษฐ์. (2562). *โครงการความยั่งยืนและความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมอาหารเกษตร: กรณีศึกษาข้าวหอมมะลิอินทรีย์.* รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

วริพัสย์ เจียมปัญญารัช. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรอินทรีย์ของไทย:บทเรียนจากเกษตรกรรายย่อย. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,* 20, 199-215.

วิกมล ดำด้วงโรม นวัสนันท์ วงศ์ประสิทธิ์ และ จำเนียร จวงตระกูล. (2564). รูปแบบการจัดการเกษตรผสมผสานเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในลุ่มน้ำปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 6*(7), 164-182.

วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน. (2563). *รายงานทะเบียนสมาชิกวิสาหกิจชุมชน* วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรแปรรูปข้าวปลอดภัยแบบยั่งยืน อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย.

สมโภชน์ อเนกสุข. (2552). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย* (3). ชลบุรี: ภาควิชาวิจัยและและวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา.

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2563). *BCG Economy Model*. https://www.bcg.in.th/bcg-economy-model/.

สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2546). *การจัดการโซ่อุปทาน.* https://bsc.dip.go.th/th/category/2016-08-23-07-53-51/2016-08-24-04-11-23.

สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2562, 30 ตุลาคม). *อว.ดันวิจัยพัฒนา เพื่อสร้างเศรษฐกิจสีเขียว หรือ BCG ตอบโจทย์โลกมุ่งแก้ ปัญหาขยะล้น.* https://www.thaipost.net/main/detail/49197.

Christopher, M. (1998). *Logistics and supply chain management : strategies for reducing cost and improving service.* 2nd ed. London: Financial times.

Hinkle, D.E. (1998). *Applied Statistics for the Behavioral Sciences.* Boston: Houghton Mifflin.

MGR Online. (2563). *นายกฯ หนุนใช้ BCG โมเดลขับเคลื่อนเศรษฐกิจ แนะทุกฝ่ายปรับตัวโลกยุคใหม่สอดคล้องแนวทางนิวนอร์มัล.* https://mgronline.com/politics/detail/9630000072553.

World Conference on Environment and Development. (1987). *Report of the world commission on environment and development: Our common future.* http://www.un-documents.net/our-commonfuture.pdf.

# กระบวนการบริหารจัดการและประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรภาครัฐที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว จังหวัดพิษณุโลก

# Management Process Model and Performance of Government Organizations Affecting to Development of Labor Workforce the Elderly Rice Farmers in Phitsanulok Province

กาญจนา ทวินันท์[1*] มนตรี ธรรมพัฒนากูล[1] และแวมยุรา คำสุข[2]
คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พิษณุโลก[1]
วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสุนันทา จ.นครปฐม[2]
52 หมู่ 7 ต.บ้านกร่าง อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000
Kanjana Tawinunt, Montri Thammapattanukul and Wawmayura Chamsuk
Faculty of Business Administration and Liberal Arts
Rajamangala University of Technology Lanna Phitsanulok
College of Logistitics and Supply Chain, Suansunandha Rajabhat University
52 Moo 7, Ban Krang, Mueang Phitsanulok, Phitsanulok 65000
E-mail : Kanjata81@gmail.com

**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างของตัวแปรที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว จังหวัดพิษณุโลก เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร หัวหน้างาน และพนักงานผู้ปฏิบัติงานขององค์กรภาครัฐ ในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 220 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่ากระบวนการบริหารจัดการและประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรภาครัฐส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว จังหวัดพิษณุโลก โดยกระบวนการบริหารจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุ (Coef.) = .935, กระบวนการบริหารจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Coef.) = .579 และประสิทธิภาพการดำเนินงานส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุ (Coef.) = .070 และรูปแบบปัจจัยมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ค่าทดสอบคือ Chi-square ($\chi^2$) = 42.252, df = 30, p-value = .068, CMIN/DF ($\chi^2$/df ) = 1.408, GFI = .968, CFI = .996, AGFI = .929, NFI = .985 และ RMSEA = .043 ซึ่งปัจจัยทุกตัวแปรสามารถพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุได้โดยมีความผันแปรเท่ากับร้อยละ 95.4 (R2 = 0.954)

Received Revised Accepted
7 มีนาคม 2565 / 31 มีนาคม 2565 / 17 พฤษภาคม 2565
7 March 2022 / 31 March 2022 / 17 May 2022

**คำสำคัญ :** กระบวนการบริหารจัดการ ประสิทธิภาพ ศักยภาพแรงงาน ผู้สูงอายุ เกษตรกรผู้ปลูกข้าว

**Abstract**

This research of purpose was to develop and check the consistency the relationship structure, of the structural equation model of variables that effect to development of labor workforce the elderly rice farmers in Phitsanulok Province. This study was the quantitative research, The data was collected from 220 executives and supervisors and employees of government organizations in Phitsanulok. The results of the study found that management process and performance of government organizations effect to development of labor workforce the elderly rice farmers in Phitsanulok province, by the management process has influenced on development of labor workforce the elderly (Coef.) = .935, management process has influenced on performance organizations (Coef.) = .579 and performance organizations has influenced on development of labor workforce the elderly (Coef.) = .070. According to the Goodness of Fit Measure, it was found the model fit at Chi-square ($\chi^2$) = 2.252, df = 30, p-value = .068, CMIN/DF ($\chi^2$/df ) = 1.408, GFI = .968, CFI = .996, AGFI = .929, NFI = .985 and RMSEA = .043 Which all variables were able to development of labor workforce the elderly with 95.4 percent (R2 = 0.954)

**Keywords :** Management Process, Performance, Labor Workforce, Elderly, Rice Farmers

**บทนำ**

ปัจจุบันประเทศต่าง ๆ กำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยหรือสังคมที่มีประชากรอายุ 65 ปี ขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 7 ของจำนวนประชากรทั้งหมด และประชากรโลกจะกลายเป็นสังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์ในอีก 35 ปีข้างหน้าจะมีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งถือเป็นความท้าทายที่ทุกประเทศต้องเผชิญ ทั้งนี้ประเทศพัฒนาแล้วมีแนวโน้มเข้าสู่สังคมสูงวัยเร็วกว่าประเทศกำลังพัฒนา ประเทศในแถบยุโรปส่วนใหญ่ได้เข้าสู่สังคมผู้สูงวัยแล้ว ตามมาด้วยประเทศในเอเชีย ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ รวมถึงไทยด้วย (ธนภรณ์ จิตตินันทน์ และ ณัคนางค์ กุลนาถศิร, 2560) ทั้งนี้ประเทศไทยได้เคลื่อนเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ในปี พ.ศ. 2564 โดยทุก ๆ 5 ปี ของประชากรไทยจะมีผู้สูงอายุจำนวนเพิ่มขึ้น ดังนั้นอัตราเร่งของการสูงวัยของประเทศไทยกำลังเป็นความท้าทายการขับเคลื่อนในการพัฒนาประเทศไทยทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2558) โดยประเทศไทยนั้นกำลังมุ่งหน้าสู่การเป็น “สังคมสูงวัยระดับสุดยอด”ภายในปีพ.ศ. 2577 เมื่อมีสัดส่วนของประชากรสูงวัยสูงถึงร้อยละ 28.10 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งการที่ประเทศไทยมีโครงสร้างประชากรเป็นสังคมสูงวัยและมีสัดส่วนวัยแรงงานลดลงนั้นจึงส่งผลให้

ภาครัฐจำเป็นต้องพิจารณาการพัฒนาคนทุกช่วงวัยให้เต็มตามศักยภาพ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564)

ทั้งนี้จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2563) พบว่า การที่ผู้สูงอายุในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี ส่งผลให้โครงสร้างของประชากรและโครงสร้างของกำลังแรงงานเปลี่ยนแปลงไปทำให้มีผู้สูงอายุที่ยังต้องทำงานเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งจากการสำรวจภาวะการทำงานของประชากรหรือการสำรวจแรงงาน ในปี พ.ศ. 2563 พบว่ามีจำนวนผู้สูงอายุที่ทำงาน 4.70 ล้านคน คิดเป็น ร้อยละ 36.90 จากจำนวนผู้สูงอายุทั้งสิ้น 12.75 ล้านคน และเมื่อพิจารณาผู้สูงอายุที่ทำงานตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญในปีพ.ศ. 2563 พบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่ทำงานในภาคเกษตรกรรม ร้อยละ 60.80 รองลงมาเป็นภาคการค้าและการบริการ ร้อยละ 29.00 และภาคการผลิต ร้อยละ 10.20 ประกอบกับ โสมรัศมิ์ จันทรัตน์ และคณะ (2562) กล่าวว่า การเข้าสู่สังคมสูงวัยนั้นเป็นการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยซึ่งสำหรับในภาคเกษตรการเข้าสู่สังคมสูงวัยเป็นปัญหาลำดับต้น ๆ ที่ผู้วางนโยบายต้องเข้าใจและให้ความสำคัญซึ่งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรอาจส่งผลต่อคุณภาพแรงงานและผลิตภาพ จึงกล่าวได้ว่าเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคเกษตร ซึ่งเป็นภาคการผลิตที่ต้องใช้แรงงานเข้มข้นสูงโดยแรงงานไม่สามารถทดแทนโดยเทคโนโลยีหรือปัจจัยการผลิตอื่น ๆ ได้ง่ายนักและยังคงมีระดับผลิตภาพต่ำ ทั้งนี้ในภาพรวมการเข้าสู่สังคมสูงวัยของแรงงานในภาคเกษตรไทยมีความรุนแรงมากกว่าภาพรวมของประเทศ โดยพบว่าสัดส่วนของแรงงานเกษตรที่มีอายุมากกว่า 60 ปี เพิ่มขึ้นจาก 13% ในปี พ.ศ. 2546 เป็น 19% ในปี พ.ศ. 2556 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศในปี พ.ศ. 2560 ที่ 14% และสัดส่วนแรงงานสูงอายุได้ปรับเพิ่มขึ้นในทุกพื้นที่และทุกกิจกรรมการผลิตและยังแสดงให้เห็นว่าสถานการณ์สูงวัยในครัวเรือนเกษตรอาจเป็นปัจจัยฉุดรั้งต่อการพัฒนาของภาคเกษตรของประเทศไทยเพราะครัวเรือนเกษตรกว่าหนึ่งในสามมีแรงงานสูงวัย โดยสถานการณ์การเข้าสู่สังคมสูงวัยของครัวเรือนเกษตรไทยมีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ในทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย

ดังนั้นการรับมือกับสังคมสูงวัยอย่างเต็มรูปแบบในอนาคตจึงเป็นประเด็นที่ท้าทายที่ทุกภาคส่วนของสังคมจะต้องให้ความสำคัญและให้ความร่วมมือขับเคลื่อนไปพร้อม ๆ กัน ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการไปจนถึงการเตรียมความพร้อมในระดับบุคคลและการเตรียมความพร้อมเชิงระบบเพื่อรองรับสังคมสูงวัย โดยการส่งเสริมศักยภาพและพัฒนาผู้สูงอายุควรจะดำเนินการนำข้อมูลผู้สูงอายุด้านความรู้ความสามารถและศักยภาพของผู้สูงอายุมาศึกษาวิเคราะห์เพื่อวางแผนกำหนดลักษณะของงานที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ด้วยการมีกิจกรรมผ่านการทำงานและสร้างความภูมิใจและความสุขให้ผู้สูงอายุเป็นสำคัญในขณะเดียวกันผู้สูงอายุก็ได้ทำประโยชน์ให้แก่ผู้อื่นโดยจะมีค่าตอบแทนเป็นรายได้หรือสิ่งตอบแทนอื่น ๆ (ศิริวรรณ อรุณทิพย์ไพฑูรย์, 2563) และทั้งนี้ จารีย์ ปิ่นทอง (2559) ได้กล่าวถึงการเตรียมความพร้อมด้านมาตรการระบบโดยการขยายโอกาสในการทำงานของผู้สูงอายุว่าการขยายอายุการทำงานเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในภาวะที่มีปัญหาขาดแคลนแรงงานรุนแรงมากขึ้น ผู้สูงอายุที่ทำงานวิชาการหรือเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีความชำนาญเฉพาะด้านควรได้รับการพิจารณาให้ขยายระยะเวลาเกษียณอายุ เนื่องจากบุคคลเหล่านี้ยังเป็นทรัพยากรที่สำคัญและยังสามารถสร้างประโยชน์ให้กับเศรษฐกิจและสังคมของประเทศได้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (2559) ที่ได้

ให้ข้อเสนอแนะว่าควรส่งเสริมให้มีการจ้างงานผู้สูงอายุเพื่อให้สังคมเห็นว่าผู้สูงอายุยังมีพลังและมีศักยภาพเป็นผู้ผลิตในตลาดแรงงานได้ โดยแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) นั้นได้กำหนดแนวทางการดำเนินงานผู้สูงอายุใน 5 ยุทธศาสตร์หลักซึ่งประกอบด้วย 1) การเตรียมความพร้อมของประชากรเพื่อวัยสูงอายุอย่างมีคุณภาพ 2) การส่งเสริมและพัฒนาผู้สูงอายุ 3) ระบบคุ้มครองทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ 4) การบริหารการจัดการเพื่อพัฒนางานด้านผู้สูงอายุอย่างบูรณาการระดับชาติและการพัฒนาบุคลากรด้านผู้สูงอายุ 5) การประมวลพัฒนาและการเผยแพร่ความรู้ด้านผู้สูงอายุ และการติดตามประเมินผลการดำเนินการตามแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ (คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2552) อีกทั้งร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) ได้ระบุว่าการพัฒนากำลังคนของประเทศไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างที่สำคัญ ได้แก่ การเป็นสังคมสูงวัยส่งผลทำให้ประเทศไทยขาดกำลังคนในเชิงปริมาณ ประกอบกับผลิตภาพแรงงานที่ตกต่ำลงในช่วงโควิด - 19 ทำให้เพิ่มปัญหาด้านกำลังคนเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นข้อจำกัดในการขยายตัวทางเศรษฐกิจ อีกทั้งยังขาดการสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพจากภาครัฐ จึงทำให้ต้องเร่งขยายผลและต่อยอดประเด็นการพัฒนาเพื่อนำไปสู่การพลิกโฉมกำลังคนสมรรถนะสูงให้สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มขีดความสามารถของประเทศได้ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2564)

สำหรับจังหวัดพิษณุโลกนั้นมีลักษณะเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติ ทำให้สามารถประกอบอาชีพเกษตรกรรมได้ทุกสาขา เช่น สาขาป่าไม้ สาขาพืช สาขาประมง และสาขาปศุสัตว์ โดยเขตที่ราบลุ่มแม่น้ำในพื้นที่อำเภอเมือง อำเภอพรหมพิราม อำเภอบางกระทุ่ม และอำเภอบางระกำนั้นจะเป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญของจังหวัด ที่สามารถสร้างรายได้หลักให้แก่จังหวัดพิษณุโลก (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก, 2553) จึงสามารถกล่าวได้ว่ากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวนั้นเป็นแรงงานที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจของจังหวัดพิษณุโลกและมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมและเหตุผลที่สำคัญดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษารูปแบบกระบวนการบริหารจัดการและประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรภาครัฐที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว จังหวัดพิษณุโลกเพื่อให้ได้ข้อมูลสำคัญสำหรับการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการขององค์กรภาครัฐให้มีประสิทธิภาพและส่งเสริมให้เกิดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานองค์กรภาครัฐซึ่งจะส่งผลให้เกิดการส่งเสริมผู้สูงอายุกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวให้เป็นแรงงานที่สำคัญสอดคล้องกับความต้องการของภาคเศรษฐกิจโดยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ผู้สูงอายุให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่ทรงคุณค่าและมีศักยภาพเป็นพลังในการขับเคลื่อนในการพัฒนาประเทศต่อไปในอนาคต

**วัตถุประสงค์การวิจัย**

1. เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างของตัวแปรที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว จังหวัดพิษณุโลก

2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างของตัวแปรที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว จังหวัดพิษณุโลกที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

**ทบทวนวรรณกรรม**

**กระบวนการบริหารจัดการ**

สมคิด บางโม (2558) กล่าวว่า กระบวนการบริหารจัดการ หมายถึง หน้าที่ของการบริหารซึ่งเป็นการวิเคราะห์หน้าที่รับผิดชอบและงานที่ต้องทำ ซึ่งเป็นหลักในการปฏิบัติงานเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการบริหารจัดการนั้นจะเป็นการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มตั้งแต่สองคนขึ้นไปมาร่วมมือกันในการจัดการทรัพยากรที่มีอย่างเหมาะสม เพื่อให้สามารถดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน ซึ่งจะต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในจัดการกระบวนการบริหาร (ศิริ ถีอาสนา, 2557) โดยการที่จะนำพาองค์การไปสู่ความสำเร็จได้นั้นเรื่องของกระบวนการบริหารนับได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก หากองค์การใดมีกระบวนการบริหารจัดการที่ดีก็จะสามารถนำพาองค์การให้ประสบความสำเร็จได้ (อัครวัฒน์ นิธิจิรวงศ์, 2559)

ทั้งนี้ สุรพันธ์ ฉันทแดนสุวรรณ (2560) ได้กล่าวว่า Henri, F. (1949) ได้เสนอแนวคิดและกำหนดหลักเกณฑ์ในการบริหารของผู้บริหารในหนังสือ Industrial General Management ว่าการจัดการเป็นทฤษฎีที่สามารถเรียนรู้และสอนได้ โดยเกี่ยวข้องกับกระบวนการต่าง ๆ ซึ่งหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการนั้นคือเพื่อให้การดำเนินงานสำเร็จตามเป้าหมายโดยมีองค์ประกอบของกระบวนการบริหาร (Management Functions) หรือ POCCC จำนวน 5 ปัจจัย ประกอบด้วย

1. การวางแผน (Planning) หมายถึงการที่ผู้บริหารจะต้องเตรียมการวางแผนการทำงานขององค์การไว้ล่วงหน้า

2. การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึงการที่ผู้บริหารจะต้องเตรียมจัดโครงสร้างขององค์การให้เหมาะสมกับทรัพยากรทางการบริหาร

3. การสั่งการ (Commanding) หมายถึงการที่ผู้บริหารจะต้องมีการวินิจฉัยสั่งการที่ดี เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การดำเนินการไปตามเป้าหมาย

4. การประสานงาน (Coordinating) หมายถึงการที่ผู้บริหารมีหน้าที่เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์การให้ดำเนินไปอย่างสอดคล้องกัน

5. การควบคุม (Controlling) หมายถึงการที่ผู้บริหารคอยควบคุมและกำกับกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์การให้ดำเนินไปตามแผนที่วางไว้

**ประสิทธิภาพการดำเนินงาน**

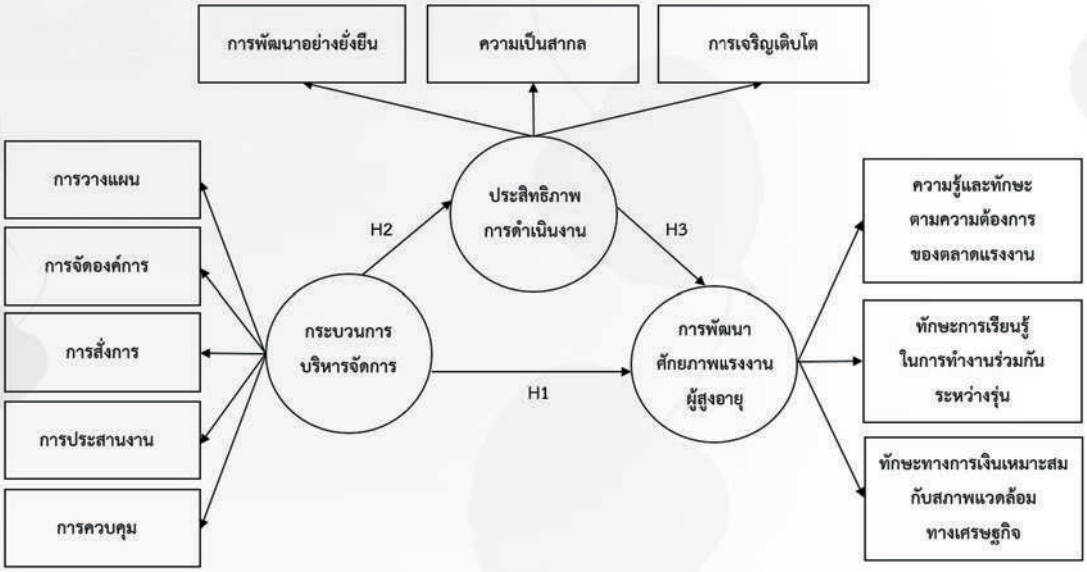
Patrick, H. I., & Ali, O. (2015) กล่าวว่าประสิทธิภาพการดำเนินงานคือการทำงานหรือการบริหารงานและการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ โดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและองค์การส่วนรวมสามารถปรับตัวให้สามารถพัฒนาเพื่อดำรงอยู่ต่อไปได้ (นิติ รัตนปรีชาเวช, 2553) จึงกล่าวได้ว่าประสิทธิภาพการดำเนินงานนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์การซึ่งผู้นำต้อง

ออกแบบการทำงานให้เหมาะสมกับกลุ่มคนในองค์การ เพื่อให้พนักงานมุ่งสร้างสรรค์ผลงานที่ดี และมีผลการดำเนินงานที่ดีตามที่องค์การคาดหวังซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืน (มาริสา อินทรเกิด, จันทนา แสงสุข, และ ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ, 2564) โดยประสิทธิภาพการดำเนินงานนั้นจะเกิดจากการบริหารผลการปฏิบัติงานที่เป็นการบริหารแบบบูรณาการที่มุ่งเน้นผลการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์กร เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการสร้างสภาพแวดล้อมและวิธีการทำงานที่สนับสนุนให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดอีกทั้งยังมีเป้าหมายสำคัญอยู่ที่การสร้างผลผลิตและผลการปฏิบัติงานที่สูงขึ้นและสร้างความชัดเจนในผลการปฏิบัติงานให้มีความสอดคล้องกับเป้าหมาย (Office of the Civil Service Commission, 2009) ทั้งนี้เครื่องมือที่ทำหน้าที่เปลี่ยนพันธกิจและกลยุทธ์เป็นการวัดผลการปฏิบัติงานนั้นคือ การวัดผลเชิงดุลยภาพ (Balanced Scorecard: BSC) ซึ่งจะเป็นการวัดผลการปฏิบัติงานที่มีส่วนช่วยกำหนดกรอบของระบบการวัดและการบริหารกลยุทธ์ที่ครอบคลุมประเด็นอย่างครบถ้วน โดยจะทำหน้าที่วัดผลการปฏิบัติงานขององค์การที่ครอบคลุมด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย มุมมอง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการ และด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Robert, S. K., & David, P. N., 1996) โดยประสิทธิภาพขององค์การนั้นยังประกอบด้วย การพัฒนาอย่างยั่งยืน การเจริญเติบโต และความเป็นมาตรฐานสากล (Fang, Y. L., & Pao, H. F., 2016)

**การพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุ**

จารีย์ ปิ่นทอง และคณะ (2561) กล่าวว่า จากสภาวะสังคมสูงวัยที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น นอกจากจะส่งผลโดยตรงต่อตลาดแรงงานที่มีอายุมากขึ้นแล้ว ยังส่งผลทางอ้อมต่อการทำงานของแรงงานวัยทำงานในปัจจุบัน ดังนั้นการออกแบบนโยบายด้านแรงงานเพื่อให้เกิดประสิทธิผลในระยะยาวจึงควรมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ โดยการพัฒนาศักยภาพนั้นจะเป็นการพัฒนาบุคลากร โดยการเพิ่มศักยภาพที่จำเป็นในด้านความรู้ ความสามารถและสร้างทักษะในการปฏิบัติงาน ตลอดจนการสร้างแรงกระตุ้นให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มศักยภาพ (ธนาภรณ์ บุญทอง, 2561) ทั้งนี้กรมกิจการผู้สูงอายุ (2560) ได้ระบุว่า จากแผนบูรณาการสร้างความเสมอภาคเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุนั้นซึ่งตรงกับยุทธศาสตร์ที่ 4 : ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคมในแผนพัฒนายุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีนั้นมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ในยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ เป้าหมายที่ 1 คือการเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ โดยมุ่งที่เป้าหมายที่ 2 คือคนในสังคมไทยทุกช่วงวัยมีทักษะ ความรู้ และความสามารถเพิ่มขึ้น ซึ่งมีตัวชี้วัดคือวัยแรงงานมีความรู้และทักษะเป็นไปตามความต้องการของตลาดงาน และทักษะทางการเงินเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี อีกทั้งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2559) ได้กล่าวถึงการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้สูงอายุให้สามารถเข้าสู่ตลาดงานเพิ่มขึ้นนั้นจะมีการดำเนินการจัดทำหลักสูตรพัฒนาทักษะในการประกอบอาชีพที่เหมาะสมกับวัย และส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในการทำงานร่วมกันระหว่างรุ่น สนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีการจ้างงานที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ และสนับสนุนช่องทางการตลาด แหล่งทุน และบริการข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสในการประกอบอาชีพสำหรับผู้สูงอายุในชุมชน

**กรอบแนวคิด**




**ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย**

**วิธีการวิจัย**

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้บริหารและหัวหน้าฝ่ายงานและพนักงานขององค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว จังหวัดพิษณุโลก ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้กำหนดอัตราส่วน 20 ตัวอย่างต่อ 1 (Hair et al., 2012) ซึ่งมีตัวแปรจำนวน 11 ตัวแปร ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ตามข้อกำหนดทั้งหมดเท่ากับ 220 ตัวอย่าง (11 x 20 = 220 ตัวอย่าง) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารและหัวหน้าฝ่ายงานและพนักงานขององค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 220 คน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจนครบจำนวน

**เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดและมาตรที่ใช้เป็นแบบประเมินค่า Rating Scale 7 ระดับ (Likert, R. N., 1970) โดยแบ่งเป็น 7 ระดับ (มากที่สุด = 7, มาก = 6, ค่อนข้างมาก = 5, ปานกลาง = 4, ค่อนข้างน้อย = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1) โดยใช้เกณฑ์ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยอันตรภาคชั้นตามหลักการวิธีแบ่งชั้นมีค่าเท่ากับ 0.85 ตามแนวคิดของเบสท์ (Best, J. W, 1977) นำมากำหนดการแปลความหมายและทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน พิจารณาและหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ซึ่ง

จะเลือกตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลจำนวน 30 ราย จากนั้นนำมาตรวจสอบโดยสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคมีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป (Hair et al., 2012) ทำการตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่นของครอนบาคอัลฟ่า (Cronbach's alpha) มีค่าเท่ากับ 0.925

**การวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยและรูปแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) และตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนระหว่างโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และใช้เกณฑ์มาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ

**การทดสอบสมมติฐาน**

สมมติฐาน 1 กระบวนการบริหารจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุ

สมมติฐาน 2 กระบวนการบริหารจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน

สมมติฐาน 3 ประสิทธิภาพการดำเนินงานส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุ

**ผลการวิจัย**

**ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป**

| ข้อมูลทั่วไป | | จำนวน (n = 220) | ร้อยละ |
|---|---|---|---|
| เพศ | ชาย | 60 | 27.30 |
| | หญิง | 160 | 72.70 |
| อายุ | ต่ำกว่า 30 ปี | 29 | 13.20 |
| | 30 – 40 ปี | 104 | 47.30 |
| | 41 – 50 ปี | 53 | 24.10 |
| | มากกว่า 50 ปี | 34 | 15.50 |
| ตำแหน่งปัจจุบัน | ผู้บริหาร | 22 | 10.00 |
| | หัวหน้างาน | 31 | 14.09 |
| | พนักงาน | 167 | 75.91 |
| ประสบการณ์ | ต่ำกว่า 10 ปี | 125 | 56.80 |
| | 10 - 20 ปี | 56 | 25.50 |
| | 21 – 30 ปี | 23 | 10.50 |
| | มากกว่า 30 ปี | 16 | 7.30 |

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.70 และเป็นเพศชาย จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.30 ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.20 รองลงมา อายุ 30–40 ปี จำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.30 ส่วนใหญ่เป็นพนักงาน จำนวน 167 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.91 รองลงมาเป็นหัวหน้างาน จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.09 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานต่ำกว่า 10 ปี จำนวน 125 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.80 รองลงมามีประสบการณ์ 10 - 20 ปี จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.50 ตามลำดับ

**ตารางที่ 2 ระดับของปัจจัย**

| ปัจจัย | Mean | SD. | แปลผล |
|---|---|---|---|
| กระบวนการบริหารจัดการ | 5.47 | 0.901 | มาก |
| ประสิทธิภาพการดำเนินงาน | 5.42 | 0.961 | มาก |
| ศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุ | 4.45 | 1.141 | ค่อนข้างมาก |

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 5.47 (SD=0.901) แปลผลว่าเห็นด้วยมาก รองลงมาคือประสิทธิภาพการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.42 (SD=00.961) แปลผลว่าเห็นด้วยมากและศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 (SD=1.141) แปลผลว่าเห็นด้วยค่อนข้างมาก ตามลำดับ

**ผลการวิเคราะห์รูปแบบสมการโครงสร้าง**

การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression) (Hair et al., 2012) โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อทำการตรวจสอบสมการโครงสร้าง ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 3 พบว่ากระบวนการบริหารจัดการ มีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบ (Standard Regression Weight) อยู่ระหว่าง .833-.939 และค่าอัตราความผันแปร (R2 หรือ Squared Multiple Correlation) อยู่ระหว่าง .693-.881 ประสิทธิภาพการดำเนินงาน มีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบ (Standard Regression Weight) อยู่ระหว่าง .923-.954 และค่าอัตราความผันแปร (R2 หรือ Squared Multiple Correlation) อยู่ระหว่าง .851-.910 การพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุ มีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบ (Standard Regression Weight) อยู่ระหว่าง .464-.917 และค่าอัตราความผันแปร (R2 หรือ Squared Multiple Correlation) อยู่ระหว่าง .215-.841

**ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร**

| ความสัมพันธ์ของตัวแปร | | | Standard Regression Weights | S.E. | R2 | C.R. | p-value |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Performance | <--- | Management Process | .579 | .089 | .335 | 8.906 | *** |
| Development of Labor Workforce | <--- | Management Process | .935 | .068 | .954 | 16.698 | *** |
| Development of Labor Workforce | <--- | Performance | .070 | .031 | | 2.016 | .044 |
| Learning Skill | <--- | Development of Labor Workforce | .917 | | .841 | | |
| Knowledge Skill | <--- | Development of Labor Workforce | .916 | .037 | .839 | 25.161 | *** |
| Financial Skill | <--- | Development of Labor Workforce | .464 | .113 | .215 | 5.568 | *** |
| Controlling | <--- | Management Process | .939 | .060 | .881 | 18.727 | *** |
| Coordinating | <--- | Management Process | .833 | | .693 | | |
| Commanding | <--- | Management Process | .898 | .050 | .806 | 21.439 | *** |
| Organizing | <--- | Management Process | .859 | .066 | .738 | 16.653 | *** |
| Planning | <--- | Management Process | .869 | .061 | .755 | 18.003 | *** |
| Growth | <--- | Performance | .940 | .037 | .884 | 25.161 | *** |
| Internationalization | <--- | Performance | .954 | | .910 | | |
| Sustainability | <--- | Performance | .923 | .057 | .851 | 16.492 | *** |

**หมายเหตุ** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ *** p-value < .01

จากนั้นทำการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่าโมเดลสมการโครงสร้างมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) ดังภาพที่ 2 และตารางที่ 4 มีค่าทดสอบดังนี้ Chi-square($\chi^2$)=42.252, df =30, p-value =.068, CMIN/DF ($\chi^2$/df )=1.408, GFI=.968, CFI=.996, AGFI=.929, NFI=.985 and RMSEA=.043 โดยทุกค่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างของโมเดลสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2 และสมการดังนี้

Development of Labor Workforce = .935 Management Process + .070 Performance, R2 = .954 (1)

Performance = .579 Management Process, R2 = .335 (2)

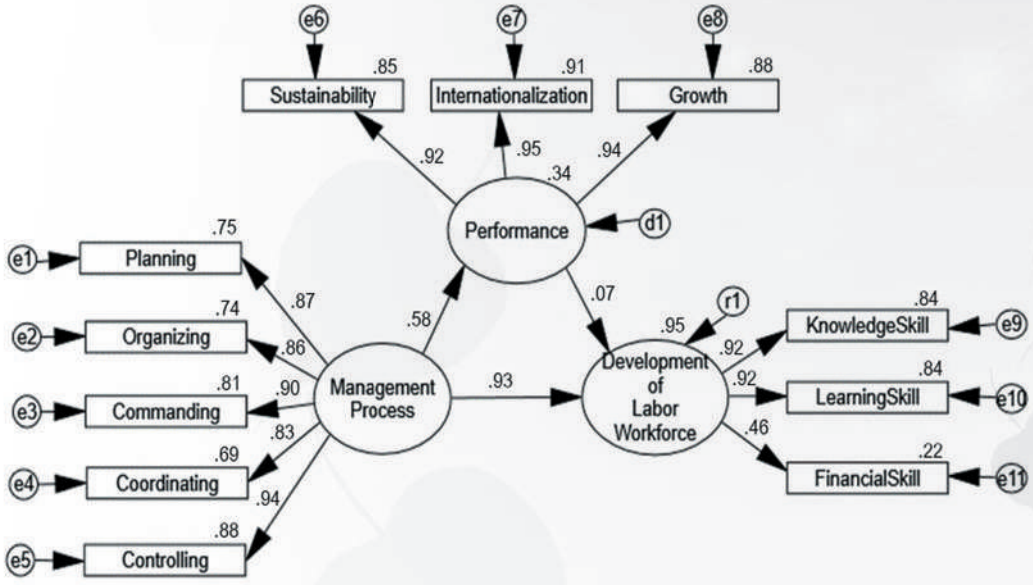
จากสมการที่ 1 พบว่า ปัจจัยการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุได้รับอิทธิพลจากปัจจัยกระบวนการบริหารจัดการ และปัจจัยประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยสมการสามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุได้ร้อยละ 95.40

จากสมการที่ 2 พบว่า ปัจจัยประสิทธิภาพการดำเนินงาน ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยกระบวนการบริหารจัดการ โดยสมการสามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยประสิทธิภาพการดำเนินงานได้ร้อยละ 33.50

**ตารางที่ 4 การตรวจสอบความสอดคล้องความกลมกลืน**

| สถิติที่เกี่ยวข้อง | สัญลักษณ์ | เกณฑ์ | ค่าที่ได้ | แปรผล |
|---|---|---|---|---|
| CMIN-p | X2 | Ns.(p>.05) | .068 | ผ่าน |
| Relative Chi-square | X2/df | X2/df ≤ 2.00 | 1.408 | ผ่าน |
| Goodness of Fit Index | GFI | ≥0.90 | .968 | ผ่าน |
| Comparative Fit Index | CFI | ≥0.95 | .996 | ผ่าน |
| Normal Fit Index | NFI | ≥0.90 | .985 | ผ่าน |
| Adjusted Goodness of Fit Index | AGFI | ≥0.90 | .929 | ผ่าน |
| Root Mean Square Error of Approximation | RMSEA | ≤0.05 | .043 | ผ่าน |

**ที่มา** : Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the academy of marketing science*, *40*(3), 414-433.




**ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง**

Chi-square ($\chi^2$) =42.252, df =30, p-value =.068, CMIN/DF ($\chi^2$/df )=1.408, GFI=.968, CFI=.996, AGFI=.929, NFI=.985 and RMSEA=.043

**ผลการทดสอบสมมติฐาน**

การพิจารณาค่า p-value และ C.R.(Critical Ratio) หรือ t-value ของความสัมพันธ์แต่ละคู่และประเมินค่าอิทธิพลระหว่างปัจจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (coef.) และสมมติฐานค่า C.R. (t-test) มากกว่า 1.96 มีนัยสำคัญทางสถิติผลการวิเคราะห์สนับสนุนสมมติฐานทุกสมมติฐาน ดังตารางที่ 5

**ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน**

| สมมติฐาน | Coef. | t-test | อิทธิพลรวม | อิทธิพลทางตรง | อิทธิพลทางอ้อม | แปรผล |
|---|---|---|---|---|---|---|
| สมมติฐานที่ 1:กระบวนการบริหารจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุ | .935 | 16.698 | .975 | .935 | .040 | สนับสนุน |
| สมมติฐานที่ 2:กระบวนการบริหารจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน | .579 | 8.906 | .579 | .579 | .000 | สนับสนุน |
| สมมติฐานที่ 3:ประสิทธิภาพการดำเนินงานส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุ | .070 | 2.016 | .070 | .070 | .000 | สนับสนุน |

สมมติฐานที่ 1: กระบวนการบริหารจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Coef.) = .935 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2: กระบวนการบริหารจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Coef.) = .579 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3: ประสิทธิภาพการดำเนินงานส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Coef.) = .070 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**สรุปผลการวิจัย**

จากผลทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ว่ากระบวนการบริหารจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Coef.) = .935, กระบวนการบริหารจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Coef.) = .579 และประสิทธิภาพการดำเนินงานส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Coef.) = .070 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**อภิปรายผล**

กระบวนการบริหารจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Coef.) = .935 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งในการบริหารจัดการขององค์กรภาครัฐนั้นได้มีการดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาลและแผนพัฒนาจังหวัดพิษณุโลก โดยมุ่งดำเนินการในการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุตามแผนปฏิบัติงานขององค์กร ประกอบกับมีการบูรณาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นและหน่วยงานองค์กรต่าง ๆที่เกี่ยวข้องให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามภารกิจ และจะมีการวัดผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานในโครงการต่าง ๆ ขององค์กร โดยพิจารณาจากความรู้ ทักษะ และรายได้จากการประกอบอาชีพที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาศักยภาพแรงงานกลุ่มเกษตรผู้สูงอายุได้ ซึ่งสอดคล้องกับจารีย์ ปิ่นทอง และคณะ (2561) กล่าวว่า จากสภาวะสังคมสูงวัยที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น นอกจากจะส่งผลโดยตรงต่อตลาดแรงงานที่มีอายุมากขึ้นแล้ว ยังส่งผลทางอ้อมต่อการทำงานของแรงงานวัยทำงานในปัจจุบัน ดังนั้นการออกแบบนโยบายด้านแรงงานเพื่อให้เกิดประสิทธิผลในระยะยาวจึงควรมีการวางแผนอย่างเป็นระบบให้แรงงานได้เรียนรู้ทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน ทั้งการเพิ่มทักษะ (Up-skill) และการเสริมทักษะใหม่ (Re-skill) ตลอดช่วงอายุ โดยมุ่งส่งเสริมการมีงานทำในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีศักยภาพที่เน้นการเสริมสร้างโอกาสควบคู่กับการพัฒนาทักษะความรู้ เพื่อให้มีความมั่นคงทางรายได้และสามารถพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจได้

(สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552) สอดคล้องกับโชคชัยชาญ วิโรจน์สัตตบุษย์, วลีรัตน์ สุพรรณชาติ และ สุวรรณา ประณีตวตกุล. (2562) กล่าวว่า การเข้าสู่สังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์จะส่งผลต่อศักยภาพการรผลิตของภาคการเกษตร ดังนั้นภาครัฐจึงควรมีมาตรการในการเตรียมความพร้อมรับมือกับสภาวะประชากรสูงวัยในภาคการเกษตรอย่างชัดเจนและให้ความสำคัญต่อบทบาทของแรงงานสูงอายุในตลาดแรงงาน เช่น การจัดโครงการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะให้แก่ผู้สูงอายุ รวมถึงการวิจัยทางการเกษตรซึ่งจะทำให้ภาคการเกษตรมีศักยภาพในการผลิตเพิ่มขึ้น

กระบวนการบริหารจัดการส่งอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Coef.) = .579 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าสิ่งสำคัญในการพัฒนานั้นคือนโยบายของหน่วยงานองค์กรภาครัฐและการประสานงานที่เชื่อมโยงการดำเนินงานที่มีการบูรณาการจะสามารถส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุได้ โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนท้องถิ่นและหน่วยงานองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามภารกิจ โดยมีระบบการส่งเสริมการทำงาน ซึ่งจัดให้มีการประชุมโดยเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกระดับมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นประจำทุกเดือนและมีการปรับแผนปฏิบัติงานให้มีความยืดหยุ่นตามสถานการณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับปาจรีย์ ผลประเสริฐ และวรางคณา จันทร์คง (2561) กล่าวว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ชุมชน ตลอดจนคณะกรรมการชมรมผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการประกอบด้วยกิจกรรม 4 ประการ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้การดำเนินกิจกรรมของชมรมนั้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์และประสบความสำเร็จและสอดคล้องกับอัญชลี นวลศรี (2562) กล่าวว่า สำหรับประเทศไทยนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเตรียมความพร้อมสำหรับแรงงานสูงวัยในภาคการเกษตรอย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้ และสอดคล้องกับอัครวัฒน์ นิธิจิรวงศ์ (2559) ได้กล่าวว่า ในการที่จะนำพาองค์การไปสู่ความสำเร็จได้นั้นเรื่องของกระบวนการบริหารเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยบุคลากรในองค์กรนับว่าเป็นส่วนสำคัญในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการบริหารที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน อีกทั้งยังสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552) ได้กล่าวว่าการบริหารจัดการในการขับเคลื่อนพัฒนาผู้สูงอายุอย่างบูรณาการนั้น ควรมุ่งเน้นพัฒนาระบบฐานข้อมูลและองค์ความรู้เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุที่สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายได้อย่างเป็นระบบ โดยสามารถนำทักษะ ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ที่สั่งสมมาของแรงงานผู้สูงอายุไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์การ ซึ่งจะนำไปสู่ประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์การต่อไป (ปรีชา คำมาดี, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, และ จิราวรรณ คงคล้าย, 2560)

ประสิทธิภาพการดำเนินงานส่งอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Coef.) = .070 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยหน่วยงานองค์กรนั้นได้มีการดำเนินการบูรณาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

ระหว่างองค์กรต่าง ๆ ที่สามารถทำให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม โดยการจัดกิจกรรมโครงการที่สามารถส่งเสริมทักษะตามความต้องการให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ทักษะในการใช้เทคโนโลยีในการทำงานให้แก่ผู้สูงอายุ อีกทั้งกลุ่มเกษตรกรผู้สูงอายุนั้นเป็นผู้ที่ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ ดังนั้นในการพัฒนาศักยภาพจะดำเนินการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเกิดการเรียนรู้และทักษะในการทำงานร่วมกันระหว่างรุ่นด้านการทำการเกษตรกร ในการเป็นวิทยากรถ่ายทอดประสบการณ์ภูมิปัญญา และการเป็นที่ปรึกษาให้กับศูนย์การเรียนรู้ในชุมชน หรือสถาบันองค์กรต่าง ๆ และส่งเสริมให้ผู้สูงอายุสามารถนำองค์ความรู้เดิมที่มีมาประยุกต์ใช้ร่วมกับการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการทำงาน หรือการพัฒนาอาชีพเพื่อสร้างงานและรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุในลักษณะของการเสริมสร้างให้เกิดรวมกลุ่มอาชีพต่าง ๆในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานและเกิดคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่ผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับอัญชลี นวลศรี (2562) กล่าวว่า ประเทศญี่ปุ่นได้มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในภาคการเกษตรและแรงงานผู้สูงอายุ และสำหรับประเทศไทยนั้นควรมุ่งเน้นให้เกษตรกรผู้สูงอายุสามารถนำวิทยาการและเทคโนโลยีมาประยุกต์เพื่อปรับปรุงและพัฒนาเทคนิคการเพาะปลูกใหม่ ๆ และจูงใจให้คนรุ่นใหม่เห็นความสำคัญของภาคการเกษตร เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีทักษะและความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตได้เป็นอย่างดี รวมถึงควรส่งเสริมการอบรมให้เพียงพอต่อการดำรงชีพในอนาคตด้วย ซึ่งสอดคล้องกับโสมรัศมิ์ จันทรัตน์ และคณะ (2562) กล่าวว่าในต่างประเทศนั้นได้สร้างแรงจูงใจรวมถึงการถ่ายทอดความรู้ในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับแรงงานที่มีอายุน้อยเพื่อดึงดูดให้มีความสนใจในการทำการเกษตรมากยิ่งขึ้น โดยหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนั้น ควรเร่งดำเนินการสนับสนุนให้เกษตรกรผู้สูงวัยได้เข้าถึงเทคโนโลยีการเกษตรรวมทั้งดำเนินการจัดการฝึกอบรมเพื่อให้ความรู้และสร้างการยอมรับให้แก่เกษตรกรด้วยและสอดคล้องกับกรมกิจการผู้สูงอายุ (2560) ได้กล่าวถึงลักษณะงานที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุนั้นจะเป็นการทำงานที่ใช้ความรู้และประสบการณ์จากงานเดิมที่เคยทำเช่น งานด้านการเกษตร และการเป็นวิทยากรถ่ายทอดประสบการณ์ภูมิปัญญาตามความถนัดและการรวมกลุ่มผู้สูงอายุเพื่อสร้างงานเพิ่มรายได้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552) ได้กล่าวว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะเป็นโอกาสให้มีการนำภูมิปัญญาของผู้สูงอายุมาผสมผสานเพื่อสร้างนวัตกรรมการผลิตสินค้าและบริการที่เพิ่มคุณค่าและมูลค่าและมีเอกลักษณ์ความเป็นไทยตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นในอนาคตได้

**ข้อเสนอแนะ**

**ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา**

1. ควรส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพแรงงานผู้สูงอายุกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว โดยการฝึกอบรมพัฒนาทักษะด้านการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการประกอบอาชีพด้านการเกษตรให้แก่ผู้สูงอายุเพื่อที่จะสามารถนำไปพัฒนาอาชีพและสามารถปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม

2. ควรส่งเสริมโอกาสในการประกอบอาชีพในรูปแบบการรวมกลุ่มอาชีพผู้สูงอายุ โดยการจัดหาแหล่งเงินทุนที่เข้ามาช่วยสนับสนุนเพื่อให้เกิดการสร้างงานและรายได้ภายในชุมชนนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพที่เป็นรูปธรรมชัดเจนขึ้น

**ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป**

1. สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษากลุ่มเกษตรกรผู้สูงอายุที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้นโดยการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพซึ่งจะนำไปสู่ประโยชน์ต่อการพัฒนากลุ่มเกษตรกรผู้สูงอายุต่อไป

**บรรณานุกรม**

กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2560). *ชุดความรู้การดูแลตนเองและพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุ “มีงานทำ”*. กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2560). แผนงานบูรณาการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย. http://planning.tsu.ac.th/main/files_sec3/130920172323589495_ผู้สูงอายุเสมอภาค%20update%2013%20กย%2060%20pptx.pdf

คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2552). *แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2545-2564) ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1 พ.ศ. 2552.* http://www.dop.go.th/th/laws/1/28/766

จารีย์ ปิ่นทอง. (2559). *นโยบายเพื่อรองรับสังคมสูงวัยเน้นแค่ผู้สูงวัยยังไม่พอ บทวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจ.* ธนาคารแห่งประเทศไทย. https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib_/Article6_12_59.pdf

จารีย์ ปิ่นทอง, ธนภรณ์ จิตตินันทน, ปภัสสร แสวงสุขสันต์, และ ณัคนางค์ กุลนาถศิร. (2561). *สังคมสูงวัยกับความท้าทายของตลาดแรงงานไทย*. ธนาคารแห่งประเทศไทย. https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/AgePeriodCohort.pdf

โชคชัยชาญ วิโรจน์สัตตบุษย์, วลีรัตน์ สุพรรณชาติ และ สุวรรณา ประณีตวตกุล. (2562). ผลกระทบของสังคมสูงวัยต่อผลิตภาพแรงงานในภาคการเกษตรไทย. *วารสารแก่นเกษตร, 47*(3), 419-432.

ธนภรณ์ จิตตินันทน์, และ ณัคนางค์ กุลนาถศิร. (2560). *ถอดบทเรียนนโยบายรับมือสังคมสูงวัยจากต่างประเทศ*. ธนาคารแห่งประเทศไทย. https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/4HyperAgedSociety.pdf.

ธนาภรณ์ บุญทอง. (2561). *การพัฒนาศักยภาพในการทำงานของบุคลากร กรณีศึกษา กองสถานที่ยานพาหนะ และรักษาความปลอดภัย สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี.* รวมบทความวิจัย การศึกษาอิสระของนักศึกษาโครงการรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. http://www3.ru.ac.th/mpa-abstract/index.php/abstractData/viewIndex/176.

นิติ รัตนปรีชาเวช. (2553). *ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากมุมมองแนวคิดองค์การแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์การ* [วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ปาจรีย์ ผลประเสริฐ, และ วรางคณา จันทร์คง. (2561). บริหารจัดการชมรมผู้สูงอายุอย่างไรให้สำเร็จ. *วารสารชุมชนวิจัย*, *12*(2), 26-36.

ปรีชา คำมาดี, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, และ จิราวรรณ คงคล้าย. (2560). การจัดการแรงงานผู้สูงอายุในประเทศไทย: ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์. *วารสารวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, *12*(2), 23-34.

มาริสา อินทรเกิด, จันทนา แสงสุข, และ ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ. (2564). ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของการจัดการคนเก่งที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, *13*(2), 393-408.

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2558). *สถานการณ์ผู้สูงอายุ พ.ศ. 2557*. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2559). *สถานการณ์ผู้สูงอายุ พ.ศ. 2558*. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

ศิริ ถีอาสนา. (2557). *เทคนิคการจัดการคุณภาพแนวใหม่: แนวคิด หลักการสู่การบริหารจัดการคุณภาพการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 2).* มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

ศิริวรรณ อรุณทิพย์ไพฑูรย์. (2563). *สังคมสูงวัย ความท้าทายของประเทศไทย.* กรมกิจการผู้สูงอายุ. https://www.dop.go.th/download/knowledge/th1580199450-276_0.docx

สมคิด บางโม. (2558). *องค์การและการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 7).* วิทยพัฒน์.

สุรพันธ์ ฉันทแดนสุวรรณ. (2560). *หลักการบริหารธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 6).* จุดทอง จำกัด.

โสมรัศมิ์ จันทรัตน์, บุญธิดา เสงี่ยมเนตร, วิษณุ อรรถวานิช และ จิรัฐ เจนพึ่งพรม. (2562). *สถานการณ์สูงวัยกับผลิตภาพและการทำเกษตรของครัวเรือนเกษตรไทยมีนัยต่อการพัฒนาภาคเกษตรอย่างไร.* สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. https://www.pier.or.th/abridged/2019/13/

สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก. (2553). *ข้อมูลพื้นฐานด้านการเกษตรของจังหวัดพิษณุโลกประจำปี 2553.* http://chmthai.onep.go.th/chm/data_province/Phitsanulok/doc/สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด.pdf

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). *แนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้สูงอายุอย่างบูรณาการ.* https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=2710

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-พ.ศ.2564).* https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *(ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 "พลิกโฉมประเทศไทยสู่ สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน".* https://www.nesdc.go.th/download/document/Yearend/2021/plan13.pdf

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). *สรุปผลที่สำคัญการทำงานของผู้สูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2563.* กรมกิจการผู้สูงอายุ. https://www.dop.go.th/download/knowledge/th1617593062-832_0.pdf

อัครวัฒน์ นิธิจิรวงศ์. (2559). *ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ตามแผนปฏิบัติงานฝ่ายเทศกิจกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัญชลี นวลศรี. (2562). *สังคมสูงวัยกับแรงงานภาคการเกษตรไทย.* คลังกลางความรู้ด้าน HR. https://wiki.ocsc.go.th/_media/อัญชลี_นวลศรี14.pdf

Best, J. W. (1977). *Research in Education* (3rd ed). Prentice Hall Inc.

Fang, Y. L., & Pao, H. F. (2016). The interaction of chief executive officer and top management team on organization performance. *Journal of Business Research, 69*(6), 2182-2186.

Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the academy of marketing science*, *40*(3), 414-433.

Henri, F. (1949). *General and Industrial Management*. Sir Issac Pitman & Sons.

Likert, R. N. (1970). *A technique for the measurement of attitude. Attitude Measurement*. Ronal McNally & Company.

Office of the Civil Service Commission. (2009). *Guide to Performance Assessment: An Overview of Performance Management Systems and Performance Assessment Systems*. Printing company PA Living Company Limited.

Patrick, H. I., & Ali, O. (2015). Perception of Justice in Performance Appraisal and Effect on Satisfaction: Empirical Findings from Northern Cyprus Banks. *Procedia Economics and Finance, 23*, 964–969.

Robert, S. K., & David, P. N. (1996). *Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System*. Harvard Business School Press.

# Factors Impacting Entrepreneurial Intention of University Liberal Arts Students in Sichuan, China

Yu Shasha, Somsit Duang-Ek-Anong and Rawin Vongurai*
Innovation Technology Management, Graduate School of Business and Advanced Technology Management, Assumption University of Thailand.
592/3 Soi Ramkhamhaeng 24, Khwaeng Hua Mak, Khet Bang Kapi, Bangkok, 10240, Thailand
E-mail : rawinvng@au.edu

## Abstract

The purpose of this study is to investigate the key factors that have significant impact on the entrepreneurial intention of liberal arts students under new liberal arts program. The conceptual framework proposes Entrepreneurship Education, Personal Attitudes, Perceived Behavioral Control, Subjective Norms, Entrepreneurial Self-efficacy, Entrepreneurial Creativity and Entrepreneurial Intention as the factors for the study. A quantitative research method was adopted by collecting data through questionnaires distribution (N=600). Multi-stage sampling technique of probabilistic and non-probabilistic sampling was used to reach a representative sample of liberal arts students in Xihua University. Confirmatory factor analysis (CFA) and structural equation model (SEM) were used for data analysis and affirmed model's goodness-of-fit at indices greater than criterion, and research hypotheses testing. The hypotheses testing results revealed that Personal Attitude, Perceived Behavioral Control, Entrepreneurial Self-efficacy, and Entrepreneurial Creativity significantly impact the entrepreneurial intention of liberal arts students. Entrepreneurship Education can effectively enhance students' Personal Attitude, Perceived Behavioral Control, and Entrepreneurial Self-efficacy. Therefore, this leads to the suggestion to carry out an effective reform of entrepreneurship education by combining both technical know-how and activity-based teaching of entrepreneurship. This can build the university student's abilities, confidence, and favorable attitude toward entrepreneurship, which ultimately leads to entrepreneurial intention.

**Keywords :** Liberal Arts, Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Intention, TPB Theory

Received Revised Accepted
26 มกราคม 2565 / 25 มีนาคม 2022 / 17 พฤษภาคม 2565
26 January 2022 / 25 March 2022 / 17 May 2022

## Introduction

In May 2019, China's Ministry of Education and other relevant departments officially launched the "Six Outstanding and One Top-notch" program 2.0, comprehensively promoting the construction of new engineering, liberal arts, medical sciences, and agricultural sciences (Ministry of Education of China, 2019). The new liberal art is based on the existing traditional liberal arts to restructure the courses and form the intersection of liberal arts and science to achieve knowledge expansion and cultivation of innovative thinking for students (Wu, 2020; Xu, 2020). The transformation of new liberal arts is the demand for innovation and entrepreneurship education in the era of digital economy (Miao, 2021). The experience of entrepreneurship education from 2010 to 2020 shows that the intention of liberal arts students to start a business is significantly lower than that of engineering students (Chen, 2021; Wang, 2016). However, the entrepreneurial intention of university liberal arts students is also very different from that of the past. Universities have promoted the new liberal arts program that inherited from the traditional arts, which the intersection of learning content has innovated the students' thinking mode (Qu, Lin & Li, 2021). The General Office of the State Council has issued the Guiding Opinions on Further Supporting University Students' Innovation and Entrepreneurship, which requires students' innovative spirit, entrepreneurial awareness and innovation and entrepreneurship ability to be strengthened in an all-round way (Chen, 2021). Therefore, it is necessary to study the factors impacting entrepreneurial intention of university liberal arts students to promote the appropriate educational reformation ideas according to the needs and improve the innovativeness and learning of entrepreneurship education. The factors conceptualized for the study include entrepreneurship education, personal attitudes, perceived behavioral control, subjective norms, entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial creativity and entrepreneurial intention.

## Objectives

1. To investigates the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial self-efficacy, perceived behavioral control, and personal attitude of liberal arts students in Sichuan, China.

2. To investigates the impact of entrepreneurial self-efficacy, perceived behavioral control, personal attitude, entrepreneurial creativity, and subjective norms on entrepreneurial intention of liberal arts students in Sichuan, China.

## Literature Review

### Entrepreneurship education

Entrepreneurship education (EE) according to Schumpeter's (1934) theory of innovation and entrepreneurship is the process of helping to realize innovation. It is a process of focusing on entrepreneurial activities such as entrepreneurial awareness and ability to help entrepreneurs capture business opportunities and gain self-improvement in creative practice (Entrialgo & Iglesias, 2016). EE can greatly improve the ability of entrepreneurs to expand knowledge, manage risks, and increase confidence in entrepreneurship (Bae, Qian, Miao, & Fiet, 2014; Bressoud, 2008). It enables students to transform creativity into entrepreneurship skills and helps develop enterprising spirit and lifelong personal learning attitude (Athayde, 2009). There are also studies showed the impact of EE on students with different ability, thought and behavior on perceived behavioral control (Hisrich & Peters, 2002). Martin, McNally, and Michael (2013) stated that simulation of entrepreneurship experience with students can improve their entrepreneurial ability and self-efficacy. Therefore, the following hypothesis is proposed for the study:

H1: Entrepreneurship Education has a significant impact on Personal Attitude

H2: Entrepreneurship Education has a significant impact on Perceived Behavioral Control

H3: Entrepreneurship Education has a significant impact on Entrepreneurial Self-efficacy

### Subjective norm

Subjective norm (SN) can be defined as an intention to choose a profession and comply with norms (Leroy, Manigart, & Meuleman, 2009). Ajzen (1991) defined it as the influence of public opinion on whether an individual chooses to take an action. It is found that whether to start a business, it will be greatly affected by the opinions of the surrounding opinion leaders (Joensuu-Salo et al., 2015). However, some scholars have claimed that they did not find a link between SN and willingness to start a business (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). People who have close social interaction, will cause pressure on personal opinion, which can lead to a different choice (Kolvereid, 1996). Therefore, the following hypothesis is proposed for the study:

H4: Subjective Norms has a significant impact on Entrepreneurial Intention

**Personal attitude**

Personal attitude (PA) is defined as the way to evaluate oneself (García-Rodríguez, Gil-Soto, Ruiz-Rosa, & Gutiérrez-Taño, 2017). Ajzen (1991) claims that attitude expresses the inner psychological experience and behavioral tendency of people through their words and deeds. A positive personal attitude can lead to motivation to start a business, which this subjective tendency can be obtained by learning (Joensuu-Salo, Varamäki, & Viljamaa, 2015). According to Fayolle, Liñán, and Moriano (2014) and Iglesias-Sánchez, Jambrino-Maldonado, Velasco, and Kokash (2016), whether an individual chooses to set up a company or not is greatly influenced by how one conduct himself and how does he think of money. Therefore, the following hypothesis is proposed for the study:

H5: Personal Attitude has a significant impact on Entrepreneurial Intention

**Perceived behavior control**

Perceived behavior control (PBC) refers to the predicted degree of difficulty for the upcoming behavior (Ajzen, 1991). It is an expression of self-confidence in the resources and abilities needed to complete a job (Swann, Chang-Schneider, & Larsen McClarty, 2007). This can also be seen in the entrepreneur's own ability, knowledge, integration of resources and seizing opportunities (Sun, Zhu, & Jeyaraj, 2020). Ajzen (2002) found that there are slight cases that PBC do not affect the results. Within the scope of cognitive discussion, it can be the embodiment of individual sensitivity (McGee, Peterson, Mueller, & Sequeira, 2009). Therefore, the following hypothesis is proposed for the study:

H6: Perceived Behavioral Control has a significant impact on Entrepreneurial Intention

**Entrepreneurial self-efficacy**

Entrepreneurial self-efficacy (ESE) is the degree of self-confidence that people can use their skills to accomplish something (Lent, 2005). Some scholars think that self-efficacy is a natural ability (Puni, Anlesinya, & Korsorku, 2018), others claim that learning helps improve personal self-efficacy because it can cultivate core competency and enhance work enthusiasm (Pihie & Bagheri, 2010). Scholars have also proved that ESE has a positive effect on entrepreneurial intention. The higher the ESE of an individual, the more likely an individual is to choose to start a business and have higher confidence in his success in starting a business (De Pillis & Reardon, 2007; Roy, Akhtar,

& Das, 2017). Some scholars also mentioned that ESE is an important incentive factor in individual creative behavior. Students with high ESE can overcome all kinds of difficulties, dare to challenge creative work, so as to create creative performance (Carmeli & Schaubroeck, 2007; Tierney & Farmer, 2011). Therefore, the following hypothesis is proposed for the study:

H7: Entrepreneurial Self-efficacy has a significant impact on Entrepreneurial Intention

H8: Entrepreneurial Self-efficacy has a significant impact on Entrepreneurial Creativity

**Entrepreneurial creativity**

Entrepreneurial creativity (EC) is the innovative ideas that can be converted to value-creating profitable business activities or entrepreneurial action (Carmeli, McKay & Kaufman, 2014). Over the past few years, entrepreneurial creativity has gradually become a demand field in the study of entrepreneurial intention (Hu, Wang, Zhang, & Bin, 2018). Scholars believed that it can effectively reflect the strength of entrepreneurs' desire and their impetus in discovering business opportunities and successful entrepreneurship (Lerch, Thai, Puhakka, & Burger-Helmchen, 2015). Therefore, the following hypothesis is proposed for the study:

H9: Entrepreneurial Creativity has a significant impact on Entrepreneurial Intention

**Entrepreneurship intention**

Entrepreneurship intention (EI) is the intend to run the project by himself and then become the operator of the process (Kristiansen & Indarti, 2004). It was proposed based on the Entrepreneurial Event model (EEM) to predict effective influencing factors in the whole process of entrepreneurial activity and describe the influencing factors on EI (Guzmán-Alfonso & Guzmán-Cuevas,2012). EI plays an important pre-emption role in the university students' entrepreneurship and to carry out entrepreneurial behavior (Guo, 2019). Earlier studies found that EI is impacted by desire, management, self-control, risk management, continuous effort, and intelligence, hence it is the primary reason on whether to start a business (Kolvereid, 1996).

## Research methods and materials

**Research framework**

The conceptual framework is based on the research theories of The Planned Behavior Theory (TPB), The Social Cognitive Career Theory (SCCT), The Entrepreneurial Event Model (EEM), and The Social Learning Theory (SLT). Further, previous empirical research of Shahab, Chengang,

Arbizu, and Haider (2019), Wu and Wu (2008), and Puni et al. (2018) was studied and formulated seven variables of Entrepreneurship Education (EE), Personal Attitude (PA), Subjective Norms (SN), Perceived Behavioral Control (PBC), Entrepreneurial Self-efficacy (ESE), Entrepreneurial Creativity (EC), and Entrepreneurial Intention (EI).

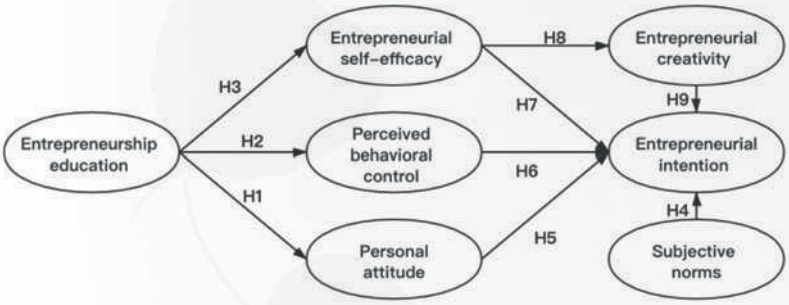



**Figure 1 Conceptual Framework**

**Source:** Adapted from Shahab et al. (2019), Wu and Wu (2008), and Puni et al. (2018)

## Methodology

The research has conducted a quantitative study and collected data through online questionnaire on a platform called “Wen Juan Wang”. A multi-stage sampling was employed to ensure a represented data collection from target population. The questionnaire comprised of screening questions, measurement items by using five-point Likert-scale from strongly disagree to strongly agree, and demographic questions. Before distributing 600 questionnaires, the reliability of measurement items was ensured by the three experts rating of index of item–objective congruence (IOC), acceptable at values greater than 0.5 (Turner & Carlson, 2003) and pilot test using Cronbach’s Alpha approach for 60 samples at value above 0.7 (Nunnally, 1978). The data was analyzed with Confirmatory Factor Analysis (CFA) to test the convergence validity and measurement model fitness, Structural Equation Model (SEM) to examine the impact of variables.

### Population and sample size

The target population is 8,510 undergraduate and graduate students, majoring in liberal arts of Xihua university, Sichuan, China and have received innovation and entrepreneurship education from the university. Xihua university is selected as they focus on science and engineering and is one of the first university in Sichuan that offers innovation and entrepreneurship

education. The minimum sample size calculated by A-priori Sample Size Calculator for SEM is 425 based on the parameters of 7 latent variables and 31 observed variables at the probability level of 0.05. The researcher has distributed 600 questionnaires to avoid invalid questionnaires.

**Sampling technique**

The researcher has employed a multi-stage sampling by using both probabilistic and non-probabilistic sampling to reach a representative sample from the target population of liberal arts students in Xihua University and have received innovation and entrepreneurship education from the university. In the first stage, purposive sampling was used to select liberal arts students from Xihua University in Sichuan, which the university is one of the first university in Sichuan that offers innovation and entrepreneurship education. Second, stratified sampling was used to proportionately allocate the sample size to different schools under liberal arts major in Xihua University as shown in table 1 in order to ensure a representative sample. Lastly, convenient and snowball sampling were used to distribute online questionnaire to students at each school's locations and ask their assistance to further pass the links to their peers. The questionnaires also comprised of screening question to ensure the respondents meet target group for the study.

**Table 1 Number of Target Population**

| Name of Institution | Population Size | Proportion Size |
|---|---|---|
| School of Maxist | 398 | 28 |
| School of Foreign Languages | 1,234 | 87 |
| School of Fine Arts and Design | 2,032 | 143 |
| School of Physical Education | 499 | 35 |
| School of Music and Dance | 1,145 | 81 |
| School of Intellectual Property, Faculty of Law | 919 | 65 |
| School of Literature and Journalism | 1,657 | 117 |
| School of Social Development | 626 | 44 |
| **Total** | **8,510** | **600** |

**Source:** Xihua University (2021)

## Results

### Demographic information

Questionnaires of 600 sets were completed and valid for the study. The respondents were female at 56.7% For age, most respondents were 18-25 years old at 97.2%. The majority of respondents' education level was bachelor's degree at 99.3%. Innovation and entrepreneurship education taken by the respondents were mainly from the university course at 84.5%, workshop at 4.2%, one-to-one coaching at 1.5%, and others at 9.8%.

### Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Confirmatory Factor Analysis or CFA was used to examined by convergent and discriminant validity of the measurement model. As illustrated in table 2, convergent validity was guaranteed from the measurement of Composite Reliability (CR) at values exceeding 0.7 (Hair, Gabriel, & Patel, 2014), Average Variance Extracted (AVE) and factor loading at values exceeding 0.5 (Fornell & Larcker, 1981; Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006), and Cronbach's Alpha at values exceeding 0.7 (Nunnally, 1978).

**Table 2 Confirmatory Factor Analysis Result**

| Latent Variables | Source of Questionnaire (Measurement Indicator) | No. of Items | Cronbach's Alpha | Factors Loading | CR | AVE |
|---|---|---|---|---|---|---|
| EE | Puni et al. (2018) | 4 | 0.873 | 0.718-0.825 | 0.874 | 0.634 |
| PA | Iglesias-Sánchez et al. (2016) | 5 | 0.899 | 0.717-0.828 | 0.893 | 0.626 |
| SN | Kolvereid (1996), and Liñán and Chen (2009) | 3 | 0.834 | 0.763-0.820 | 0.832 | 0.623 |
| PBC | García-Rodríguez et al. (2017) | 4 | 0.832 | 0.662-0.803 | 0.830 | 0.552 |
| ESE | De Noble, Jung, and Ehrlich (1999) and Liñán (2008) | 4 | 0.879 | 0.770-0.820 | 0.878 | 0.643 |
| EC | Hills, Lumpkin, and Singh (1997), and Puhakka (2011) | 5 | 0.857 | 0.738-0.679 | 0.851 | 0.534 |
| EI | Liñán and Chen (2009) | 6 | 0.907 | 0.644-0.816 | 0.893 | 0.584 |

Note: CR = Composite Reliability, AVE = Average Variance Extracted

Discriminant validity was tested by using Fornell-Lacker criterion to compute the square root of each AVE and compare with the correlation of the constructs (Fornell & Larcker, 1981). The values of AVE square root are larger than all inter-construct or factor correlations, therefore, the discriminant validity was supportive as per table 3.

**Table 3 Discriminant Validity Output**

| Variables | PV | BT | BI | I | PU | S | WOM |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| EE | **0.80** | | | | | | |
| PA | 0.54 | **0.79** | | | | | |
| SN | 0.43 | 0.49 | **0.79** | | | | |
| PBC | 0.61 | 0.64 | 0.46 | **0.74** | | | |
| ESE | 0.58 | 0.63 | 0.38 | 0.72 | **0.80** | | |
| EC | 0.51 | 0.54 | 0.37 | 0.68 | 0.72 | **0.73** | |
| EI | 0.41 | 0.67 | 0.35 | 0.70 | 0.69 | 0.64 | **0.76** |

Note: The diagonally listed value are the AVE square roots of the variables

In addition, the modified measurement model has ensured fitness from the measurement of goodness-of-fit indices in table 4. The results of indices have expressed acceptable values against the criterion.

**Table 4 Goodness of Fit**

| Index | Criterion | Measurement Model | Structural Model |
|---|---|---|---|
| CMIN/df | <3 (Hair et al., 2006) | 2.394 | 2.838 |
| GFI | ≥0.85 (Sica & Ghisi, 2007) | 0.907 | 0.892 |
| AGFI | ≥0.85 (Sica & Ghisi, 2007) | 0.885 | 0.867 |
| CFI | ≥0.90 (Hair et al., 2006) | 0.956 | 0.941 |
| NFI | ≥0.90 (Hair et al., 2006) | 0.927 | 0.912 |
| TLI | ≥0.90 (Hair et al., 2006) | 0.949 | 0.932 |
| RMSEA | <0.08 (Hu & Bentler, 1999) | 0.048 | 0.055 |

Note : CMIN/df = The ratio of the chi-square value to degree of freedom, GFI = Goodness-of-fit index, AGFI = Adjusted goodness-of-fit index, NFI = Normed fit index, CFI = Comparative fit index, TLI = Tucker-Lewis index, and RMSEA = Root mean square error of approximation

**Structural Equation Model (SEM)**

Structural Equation Model or SEM examines the causal relationship of variables and fit of structural model. Fit of structural model is measured by using goodness-of-fit indices and the structural model after modification has resulted to CMIN/df=2.838, GFI=0.892, AGFI=0.867, CFI=0.941, NFI=0.912, TLI=0.932, and RMSEA=0.055 presented in table 4. Hence, the modified structural model has met model fitness thresholds.

**Research hypothesis testing Result**

From SEM analysis, the significance of each variable was investigated with its standardized path coefficient ($\beta$) and t-value as illustrated in Table 5. This research confirmed the significance impact of all hypotheses proposed, except for H4. Therefore, H1, H2, H3, H5, H6, H7, H8 and H9 were supported.

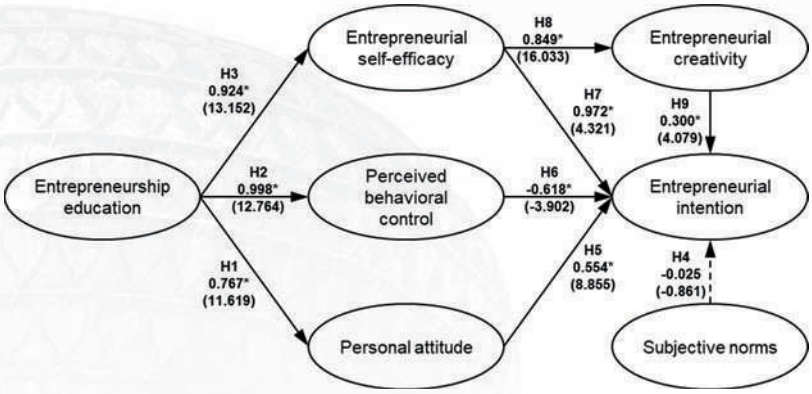



**Figure 2 Results of Structural Model**

Note: Solid line reports the Standardized Coefficient with * as p<0.05, and t-value in Parentheses; Dash line reports Not Significant

Table 5 Hypothesis Result of the Structural Model

| Hypothesis | Standardized path coefficient (β) | t-value | Testing Result |
|---|---|---|---|
| H1: EE => PA | 0.767 | 11.619* | Supported |
| H2: EE => PBC | 0.998 | 12.764* | Supported |
| H3: EE => ESE | 0.924 | 13.152* | Supported |
| H4: SN => EI | -0.025 | -0.861 | Not Supported |
| H5: PA => EI | 0.554 | 8.855* | Supported |
| H6: PBC => EI | -0.618 | -3.902* | Supported |
| H7: ESE => EI | 0.972 | 4.321* | Supported |
| H8: ESE => EC | 0.849 | 16.033* | Supported |
| H9: EC => EI | 0.300 | 4.079* | Supported |

Note: *Significant at p-value<0.05

## Discussion

The research results are described as follows.

In H1, PA was impacted by EE with standardized path coefficient of 0.767 and t-value of 11.619, consistent with the study of (Athayde,2009; Bae et al. 2014) that entrepreneurship education can help the students to enhance their enterprising spirit and lifelong personal learning attitude.

In H2, EE can improve PBC for the students with standardized path coefficient of 0.998 and t-value of 12.764. The education would be able to provide the know-how required for the entrepreneurship (Duong, 2021; Sun, Lo, Liang, & Wong, 2017). Students with entrepreneurship education can be more comprehensive to master the knowledge needed to start a business and help them improve their confidence in starting a business when they choose their career.

In H3, ESE can be enhanced by EE with standardized path coefficient of 0.924 and t-value of 13.152, and supported by the research of Asimakopoulos, Hernández, and Peña Miguel (2019) and Roy et al. (2017). The students' confidence and capabilities in managing the entrepreneurial activities can hence be gained or strengthen from the entrepreneurship education received.

SN was not found to impact EI in H4. The finding contradicts with the studies of Joensuu-Salo et al. (2015), however supported by the studies of Al-Mamary, Abdulrab, Alwaheeb, and

Alshammari (2020), Duong (2021) and Krueger et al. (2000). The influences from their peers and families do not have impact on the intention to start a new venture. Other aspects of own capabilities, attitude, and creativity are more significant to undertake entrepreneurship in their views.

In H5, PA was the third factors that significantly impact EI with standardized path coefficient of 0.554 and t-value of 8.855, which supported by Joensuu-Salo et al. (2015), Otchengco Jr., and Akiate (2021), and Varamäki, Joensuu, Tornikoski, and Viljamaa (2015). The entrepreneurial knowledge can affect an individual's attitude in participating entrepreneurial practice.

In H6, PBC was the second strongest factor inversely impacting EI with standardized path coefficient of -0.618 and t-value of -3.902. This inverse relationship was found in the study of Kaijun and Sholihah (2015) and Shah and Soomro (2017), which have explained that the students may have limited bearable easiness or difficulty of entrepreneurial performance. It may cause from the uncertainty of external factors such as political and economic situations.

In H7, ESE has the greatest impact on the EI of liberal arts students with standardized path coefficient of 0.972 and t-value of 4.321. This finding is aligned with the study of Hassan, Saleem, Anwar, and Hussain (2020), Karlsson and Moberg (2013), Powers, Le Loarne-Lemaire, Maalaoui, and Kraus (2021) that self-efficacy can be a key antecedent or a prerequisite for entrepreneurship intention. This implies that the students with self-confidence and believing in their capabilities of running business are likely to attempt a new venture or the entrepreneurship process.

In H8, creativity in innovating entrepreneurial activities can be driven by ESE with standardized path coefficient of 0.849 and t-value of 16.033. This finding supported by Carmeli and Schaubroeck (2007) and Tierney and Farmer (2011). In order to run or enhance the entrepreneurial performance, own capability and skills is needed to stimulate the cultivation of creativity.

Lastly in H9, ER had the least impacted factor on EI was EC with standardized path coefficient of 0.300 and t-value of 4.079. The finding is aligned with the research of Hamidi, Wennberg, and Berglund (2008), Lerch et al. (2015), and Rodrigues, Jorge, Pires, and António (2019). Creativity is proven to be one of the cognitive variables for starting a business, as it would allow the students to seek for entrepreneurial opportunities and enhancements.

## Conclusion

This study mainly investigates the significant impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of university liberal arts students under the background of the construction of new liberal arts. The findings can help the educational institutes and lecturers to formulate and promote the appropriate entrepreneurship education learning that can eventually stimulate the students' intention to be an entrepreneur. The hypotheses proposed in this paper include the impact of EE on PA, ESE, and PBC, the impact of ESE on EC, and PA, ESE, PBC and EC as moderator variables on EI. The target population for the study is undergraduate and graduate students in the school of liberal arts in Xihua University, Sichuan, China who have received innovation and entrepreneurship education from the university. The data collected was analyzed using Confirmatory factor analysis (CFA) to measure the validity and reliability of the conceptual model and verify the hypothesis proposed with structural equation model (SEM). The results have illustrated that Entrepreneurial intention was strongly impacted by entrepreneurial self-efficacy, followed by perceived behavioral control, personal attitude, and entrepreneurial creativity, respectively. However, perceived behavioral control was inversely correlated with entrepreneurial intention. These significant factors were directly driven by entrepreneurship education. This implies that the entrepreneurship education plays a vital role in shaping the students' self-efficacy, perceived behavior, and attitude toward entrepreneurship, and indirectly formed intention to undertake entrepreneurial activities. Therefore, the new liberal arts innovation and entrepreneurship education should be oriented to solve important social problems and enhance students' entrepreneurial intention. The education should not only be focusing on the technical knowledge, but also on the cognitive aspects to help influences the favorable attitude, confidence, and behavioral control.

## Recommendation

The research findings have revealed that entrepreneurial self-efficacy has the strongest impact on entrepreneurial intention, followed by personal attitude, and entrepreneurial creativity. Which these significant factors can be enhanced directly or indirectly by entrepreneurship education. Hence, the following are suggestions for universities and academic advisors:

Firstly, to expand the content of entrepreneurship education by realizing the deep integration of disciplines, break through the limitation of traditional social science thinking and research methods, and deeply integrate humanistic knowledge with natural science, engineering technology and artificial intelligence knowledge, becoming a new thinking paradigm and a new path to solve problems, as well as a new skill and knowledge system for students majoring in liberal arts. For example, conducting case studies, mocking practices, and training with experienced entrepreneurs for students to gain knowledge from real-life entrepreneurial activities.

Secondly, the entrepreneurship education content should be well-designed by the lecturers that allows different scenarios and outcomes from entrepreneurial performance, both positive and negatively, that can be occurred from starting or running the entrepreneurial activities. This can help the students by delivering the anticipated consequences and learning on the possible and innovative consequence management, so that their self-efficacy can be gained and prepared for entrepreneurship. Through the transformation of teaching and entrepreneurship education, and practice system, a comprehensive and effective education can be formed, and ultimately improve the liberal arts students' entrepreneurial intention.

**Limitation and Further study**

For further study on entrepreneurial intention, the study can extend the target group that covers liberal arts students in other universities, or students from other concentration for comparative analysis. The antecedents of intention may differ from educational program in each institution. Also, the samples collected for this study were concentrated in sophomores and juniors, and small numbers for graduate students. Therefore, the sample distribution can further consider the dispersion of students' educational level or increased sample size for the coverage. Lastly, the control variables or mediators can be further included in the conceptual model to gain additional insights of intention's antecedents such as gender of respondent and external influencing factors of economic, and national policy.

**Reference**

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179-211.

Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology, 32*(4), 665-683.

Al-Mamary, Y.H.S., Abdulrab, M., Alwaheeb, M.A., & Alshammari, N.G.M. (2020). Factors impacting entrepreneurial intentions among university students in Saudi Arabia: testing an integrated model of TPB and EO. *Education + Training, 62*(7/8), 779-803.

Asimakopoulos, G., Hernández, V. and Peña Miguel, J. (2019). Entrepreneurial intention of engineering students: the role of social norms and entrepreneurial self-efficacy. *Sustainability, 11*(1), 4314.

Athayde, R. (2009). Measuring enterprise potential in young people. *Entrepreneurship Theory and Practice, 33*(2), 481-500.

Bae, T., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: a meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice, 38*(2), 217-254.

Bressoud, E. (2008). *La Force de l'Attitude: Quelle Modération de la Relation entre Attitude, Intention d'Achat et Comportement?* Proceedings of the 7th International Congress Marketing Trends. Venice, Italy.

Carmeli, A., & Schaubroeck, J. (2007). The influence of leaders' and other referents' normative expectations on individual involvement in creative work. *The Leadership Quarterly, 18*(1), 35-48.

Carmeli, A., McKay, A.S., & Kaufman, J.C. (2014). Emotional intelligence and creativity: the mediating role of generosity and vigor. *Journal of Creative Behavior, 48*(4), 290-309.

Chen, W. (2021). Liberal arts major or science major is more needed when starting a business. Retrieved September, 30, 2021, from Jinrishijianwang website: http://www.zizhiwang.cc/6787.html

De Pillis, E., & Reardon, K.K. (2007). The influence of personality traits and persuasive messages on Entrepreneurial Intention: a cross-cultural comparison. *Career Development International, 12*(4), 382-396.

De Noble, A., Jung, D., & Ehrlich, S.B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice, 18*(4), 63-77.

Duong, C.D. (2021). Exploring the link between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: the moderating role of educational fields. *Education + Training*. Advance online publication.

Entrialgo, M., & Iglesias, V. (2016). The moderating role of Entrepreneurship Education on the antecedents of Entrepreneurial Intention. *The International Entrepreneurship and Management Journal, 2*(4), 1209-1232.

Fayolle, A., Liñán, F., & Moriano, A.J. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal, 10*(4), 679-689.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), 39–50.

García-Rodríguez, F.J., Gil-Soto, E., Ruiz-Rosa, I., & Gutiérrez-Taño, D. (2017). Entrepreneurial potential in less innovative regions: the impact of social and cultural environment. *European Journal of Management and Business Economics, 26*(2), 163-179.

Guo, K. (2019). *Thoughts on the development of innovation and entrepreneurship education in Chinese universities*. DEStech Transactions on Social Science, Education & Human Science. Proceedings of the 4th Annual International Conference on Education Science and Education Management (ESEM 2019) (pp. 71-76). Wuhan, China.

Guzmán-Alfonso, C., & Guzmán-Cuevas, J. (2012). Entrepreneurial Intention models as applied to Latin America. *Journal of Organizational Change Management, 25*(5), 721-735.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., & Tatham, R.L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Upper Saddle River: Pearson Prentice hall.

Hair, J. F., Gabriel, M., & Patel, V. (2014). AMOS covariance-based structural equation modeling (CB-SEM): Guidelines on its application as a marketing research tool. *Brazilian Journal of Marketing, 13*(2), 44-55.

Hamidi, D.Y., Wennberg, K., & Berglund, H. (2008). Creativity in entrepreneurship education. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 15*(2), 304-320.

Hassan, A., Saleem, I., Anwar, I., & Hussain, S.A. (2020). Entrepreneurial intention of Indian university students: the role of opportunity recognition and entrepreneurship education. *Education + Training, 62*(7/8), 843-861.

Hills, G. E., Lumpkin, G. T., & Singh, R. P. (1997) Opportunity recognition: Perceptions and behaviors of entrepreneurs. *Frontiers of entrepreneurship research, 17*(4), 168-182.

Hisrich, R.D., & Peters, P.M. (2002). *Entrepreneurship*. London: McGraw-Hill.

Hu, L.-T., & Bentler, P.M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling, 6*(1), 1–55.

Hu, R., Wang, L., Zhang, W., & Bin, P. (2018). Creativity, proactive personality, and entrepreneurial intention: the role of entrepreneurial alertness. *Frontiers in Psychology, 9*, 1-10.

Iglesias-Sánchez, P.P., Jambrino-Maldonado, C., Velasco, A.P., & Kokash, H. (2016). Impact of entrepreneurship programmes on university students. *Education + Training, 58*(2), 209-228.

Joensuu-Salo, S., Varamäki, E., & Viljamaa, A. (2015). Beyond intentions – what makes a student start a firm? *Education + Training, 57*(8/9), 853-873. https://doi.org/10.1108/ET-11-2014-0142

Kaijun, Y., & Sholihah, P.I. (2015). A comparative study of the Indonesia and Chinese educative systems concerning the dominant incentives to entrepreneurial spirit (desire for a new venturing) of business school students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship, 4*(1), 2-16.

Karlsson, T., & Moberg, K. (2013). Improving perceived entrepreneurial abilities through education: exploratory testing of an entrepreneurial self-efficacy scale in a pre-post setting. *International Journal of Management in Education, 11*(1), 1-11.

Kolvereid, L. (1996). Organizational employment versus self-employment: reasons for career choice intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice, 20*(3), 23-31.

Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students. *Journal of Enterprising Culture, 12*(1), 55-78.

Krueger, N.F. Jr, Reilly, M.D., & Carsrud, A.L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing, 15*(5/6), 411-432.

Lent, R.W. (2005). A social cognitive view of career development and counseling. In S.D. Brown, & R.T. Lent, (Eds.), *Career Development and Counseling: Putting Theory and Research to Work* (pp. 101-127), Hoboken, NJ: Wiley.

Lerch, C., Thai, M.T., Puhakka, V., & Burger-Helmchen, T. (2015). Re-examining creativity in entrepreneurship. *Journal of Innovation Economics and Management, 3*(18), 3-23.

Leroy, H., Manigart, S. & Meuleman, M. (2009). *The planned decision to transfer an entrepreneurial company* [Working Paper]. Ghent: Ghent University.

Liñán, F. (2008). Skill and value perceptions: How do they affect entrepreneurial intention? *International Entrepreneurship and Management Journal, 4*(3), 257-272.

Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice, 33*(3), 593-617.

Martin, B., McNally, J.J., & Michael, K. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: a meta-analysis of Entrepreneurship Education outcomes. *Journal of Business Venturing, 28*(2), 211-224.

McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory & Practice, 33*(4), 965–988.

Miao, H. (2021). *Innovation and entrepreneurship education from the perspective of new liberal arts construction*. Retrieved July, 5, 2021, from Baidu Website: https://baijiahao.baidu.com/s?id=1690817202542360428&wfr=spider&for=pc

Ministry of Education of China. (2019). *Major tasks of the Ministry of Education in 2019*. Retrieved July, 24, 2021, from Ministry of Education of China Website: http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/s5987/201902/t20190222_370722.html

Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

Otchengco Jr., A.M., & Akiate, Y.W.D. (2021). Entrepreneurial intentions on perceived behavioral control and personal attitude: moderated by structural support. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship, 15*(1), 14-25.

Pihie, Z.A.L. & Bagheri, A. (2010). Entrepreneurial attitude and entrepreneurial efficacy of technical secondary school students. *Journal of Vocational Education & Training, 62*(3), 351-366.

Powers, B., Le Loarne-Lemaire, S., Maalaoui, A., & Kraus, S. (2021). "When I get older, I wanna be an entrepreneur": the impact of disability and dyslexia on entrepreneurial self-efficacy perception. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 27*(2), 434-451.

Puhakka, V. (2011). Developing a creative-cognitive model of entrepreneurial alertness to business opportunities. *Journal of Management and Strategy, 2*(4), 85-94.

Puni, A., Anlesinya, A., & Korsorku, P.D.A. (2018). Entrepreneurial education, self-efficacy and intentions in Sub-Saharan Africa. *African Journal of Economic and Management Studies, 9*(4), 492-511.

Qu, F., Lin, Y., & Li, C. (2021). Research on the construction of education and practice system of new liberal arts innovation and entrepreneurship from the perspective of knowledge co-creation. *Journal of Liaoning University of Science and Technology, 23*(4), 20-21. https://doi.org/10.3969/J.issn.1008-3723.2021.04.007

Rodrigues, A.P., Jorge, F.E., Pires, C.A., & António, P. (2019). The contribution of emotional intelligence and spirituality in understanding creativity and entrepreneurial intention of higher education students. *Education + Training, 61*(7/8), 870-894.

Roy, R., Akhtar, F., & Das, N. (2017). Entrepreneurial intention among science and technology students in India: extending the theory of planned behaviour. *The International Entrepreneurship and Management Journal, 13*(4), 1013-1041.

Schumpeter, J.A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Shah, N., & Soomro, B.A. (2017). Investigating entrepreneurial intention among public sector university students of Pakistan. *Education + Training, 59*(7/8), 841-855.

Shahab, Y., Chengang, Y., Arbizu, A.D., & Haider, M.J. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention: do entrepreneurial creativity and education matter? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, 25*(2), 259-280. https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2017-0522

Sica, C., & Ghisi, M. (2007). The Italian versions of the Beck Anxiety Inventory and the Beck Depression Inventory-II: Psychometric properties and discriminant power. In M.A. Lange (Ed.), *Leading - Edge Psychological Tests and Testing Research* (pp. 27-50). New York: Nova Science Publishers.

Sun, H., Lo, C.T., Liang, B., & Wong, Y.L.B. (2017). The impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intention of engineering students in Hong Kong. *Management Decision, 55*(7), 1371-1393.

Sun, Y., Zhu, M., & Jeyaraj, A. (2020). Motivations of enterprise social media feature set usage. *Industrial Management & Data Systems, 120*(7), 1421-1438.

Swann, W.B. Jr., Chang-Schneider, C., & Larsen McClarty, K. (2007). Do people's self-views matter? Self-concept and self-esteem in everyday life. *American Psychologist, 62*(2), 84-94.

Tierney, P., & Farmer, S.M. (2011). Creative self-efficacy development and creative performance over time. *Journal of Applied Psychology, 96*(2), 277-293.

Turner, R. C., & Carlson, L. (2003). Indexes of Item-Objective Congruence for Multidimensional Items. *International Journal of Testing, 3*(2), 163–171.

Varamäki, E., Joensuu, S., Tornikoski, E., & Viljamaa, A. (2015). The development of entrepreneurial potential among higher education students. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 22*(3), 563-589.

Wang, C.-Y. (2016). *It is easier to start a business in science and engineering than in liberal arts*. Retrieved July, 6, 2021, from Sina Website: http://finance.sina.com.cn/meeting/2016-07-31/doc-ifxunyxy6100829.shtml

Wu, S., & Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in china. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 15*(4), 752-774.

Wu, Y. (2020). *Build up momentum, seek change, and comprehensively promote the construction of new liberal arts*. Retrieved June, 27, 2021, from Ministry of Education of China Website: http://fzgh.jsut.edu.cn/_upload/article/files/70/d6/dc1828414ac1a8f32ac35e05c62e/b5925862-69e6-4c22-b5e0-c011ca99701e.pdf

Xihua University (2021). Schools & Departments. Retrieved September, 30, 2021, from Xihua University Website: http://english.xhu.edu.cn/3511/list.htm

Xu, F. (2020). *Construction of new liberal arts: Where does "new" come from and where does it lead to*. Retrieved July, 5, 2021, from GMW Website: https://m.gmw.cn/baijia/2021-03/20/34701706.html

# ทัศนคติและการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ

# Attitude and Acceptance to using of Application in Online Learning during the Pandemic of Covid-19 of Students of Bangkok University.

บพิธ อภิวันทนกุล และคริชณะ ฉิมมณี*
สาขาวิชาการจัดการคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ
วิทยาลัยนวัตกรรมดิจิทัลเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยรังสิต
1724/330 ถ.เพชรบุรี แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310
Bopit Apiwantanagul and Krishana Chimmanee
Computer and Information Management
College of Digital Innovation Technology Rangsit University
1724/330 Phetchaburi Rd., Bangkapi, Huaykwang, Bangkok, 10310
E-mail : bopit.apiwan@gmail.com

**บทคัดย่อ**

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติและการยอมรับในการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามกับนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ F-Test (Oneway-ANOVA) ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนความคิดเห็นที่มีต่อการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีเพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติและการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีอายุ ระดับการศึกษา คณะที่กำลังศึกษา และชั้นปีที่กำลังศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติและการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกัน

**คำสำคัญ** : ทัศนคติ การยอมรับ แอปพลิเคชัน การเรียนออนไลน์ในยุคโควิด 19 นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Received Revised Accepted
2 กุมภาพันธ์ 2565 / 31 มีนาคม 2565 / 31 สิงหาคม 2565
2 February 2022 / 31 March 2022 / 31 August 2022

**Abstract**

This research had the objective to study factor influencing attitude and acceptance in online learning through application of students of Bangkok University. The guidelines in analyzing the data were quantitative research methodology by using a questionnaire as a tool in collecting the data with 400 students of Bangkok University. The study result was that opinion to attitude of using of application in online study of students of Bangkok University in the overall picture was at a high level. As for opinion to acceptance of using applicants in online studying of students of Bangkok University in the overall picture was at an average level. The hypothesis test, which was consistent with the objective No 1 and 2 , it was found that students of Bangkok University with different sexes had attitude and acceptance to using of applications in online learning that was not different. As for students of Bangkok University with the age, education level, studying faculty and studying year that were different had attitude and acceptance to using of application in online learning that was different

**Keywords** : Attitude, Acceptance, Application, Online Learning in Covid-19, Students of Bangkok University

**บทนำ**

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งแรกในประเทศไทย ซึ่งถูกจัดเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่ยอดนิยมและดีที่สุดอันดับ 1 ในประเทศไทย จาก Webometrics โดยสภาวิจัยแห่งชาติ ประเทศสเปน (พิมพ์แพร ศรีสวัสดิ์, 2563) มหาวิทยาลัยกรุงเทพมีแผนการพัฒนาคุณภาพบัณฑิต ทั้งที่อยู่ในรูปแบบของโครงการและรายวิชาพื้นฐานที่บรรจุลงในทุกหลักสูตรปริญญาทุกสาขา โดยเน้นรายวิชาปฏิบัติที่ต้องใช้การทำงานร่วมกัน เพื่อฝึกความเป็นผู้นำในด้านความคิดสร้างสรรค์เชิงบูรณาการและเทคโนโลยีตามเป้าประสงค์ของมหาวิทยาลัย

จากการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตั้งแต่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2562 โดยเชื้อโรคได้มีการลุกลามไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบให้ประชาชนต้องกักตัวอยู่ภายในบ้าน ใส่หน้ากากอนามัย และรักษาระยะห่างจากผู้อื่น ทำให้สถานศึกษาทุกแห่งต้องปิดการเรียนการสอนในห้องเรียน และปรับรูปแบบการเรียนการสอนมาเป็นระบบออนไลน์ด้วยแอปพลิเคชันทั้งหมด (สิริพร อินทสนธิ์, 2563) ส่งผลให้นักศึกษาทุกคนยังคงต้องเรียนออนไลน์กันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การศึกษายังคงดำเนินต่อไปได้ โดยที่ไม่อาจทราบได้ว่าสถานการณ์จะดีขึ้นเมื่อใด เนื่องจากนักศึกษาแต่ละคนมีมุมมองในการเรียนออนไลน์ที่ไม่เหมือนกัน จึงเป็นเหตุให้ต้องศึกษาทัศนคติและการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับความแตกต่างของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพว่าส่งผลต่อทัศนคติและการยอมรับต่อแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์มากน้อยเพียงใด โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บแบบสอบถามจากนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพมาวิเคราะห์ผล ดังนั้น ข้อมูลที่ได้จะช่วยให้ทราบถึงทัศนคติและการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการนำไปปรับใช้ในการจัดการเรียนการสอนผ่านแอปพลิเคชันของมหาวิทยาลัย เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีและการยอมรับของนักศึกษาให้มากขึ้นในอนาคตได้

**วัตถุประสงค์การวิจัย**

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับทัศนคติในการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการยอมรับในการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ

**ทบทวนวรรณกรรม**

**แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ**

นิวคอมบ์ (Newcomb, 1854) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติในเฉพาะคนนั้น ขึ้นกับสิ่งแวดล้อม อาจแสดงออกในพฤติกรรม ซึ่งเป็นไปได้ใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะชอบหรือพึงพอใจ ซึ่งทำให้ผู้อื่นเกิดความรักใคร่ อยากใกล้ชิดสิ่งนั้น ๆ หรืออีกลักษณะหนึ่งคือแสดงออกในรูปความไม่พอใจ เกลียดชัง หรือไม่อยากเข้าใกล้สิ่งนั้น

โรเจอร์ (Roger, 1978) ได้ระบุว่า ทัศนคติ เป็นตัวชี้วัดว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับบุคคลรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงสถานการณ์ต่าง ๆ โดยคำนี้มีรากฐานมาจากความเชื่อและพฤติกรรมที่อาจส่งผลถึงอนาคตได้ ดังนั้น ทัศคติจึงเป็นความพร้อมในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าและมิติของการประเมินความชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลจากการรับสารที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมต่อไป

เดโช สวนานนท์ (2512) กล่าวถึงทัศนคติว่าเป็นบุคลิกภาพที่สร้างขึ้นได้ เปลี่ยนแปลงได้และเป็นแรงจูงใจที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

กล่าวโดยสรุป ทัศนคติ หมายถึง แนวคิด ความรู้สึกและมุมมองที่บุคคลมีต่อสิ่งต่างๆ ในทางพึงพอใจหรือต่อต้าน ไม่ว่าจะเป็นสิ่งของ บุคคลอื่น สถานการณ์ต่าง ๆ และอาจแสดงทัศนคติให้เห็นผ่านทางพฤติกรรมได้

**แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ**

ฟอสเตอร์ (Foster, 1973) ให้ความหมายการยอมรับว่า ประชาชนได้เรียนรู้โดยผ่านการศึกษา การยอมรับจะเกิดขึ้นได้หากมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้จะได้ผลดีต่อเมื่อบุคคลนั้นได้ทดลองปฏิบัติ เมื่อแน่ใจว่าสิ่งนั้นสามารถให้ประโยชน์อย่างแน่นอน เขาจึงกล้าลงทุนซื้อสิ่งนั้น

โรเจอร์ (1971) ให้ความหมายของการยอมรับว่า เป็นกระบวนการทางจิตใจของบุคคลแต่ละคนที่เริ่มต้นตั้งแต่การรับรู้ข่าวเกี่ยวกับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีหนึ่ง ๆ ไปจนถึงการยอมรับเอาเทคโนโลยีนั้นๆ ไปใช้อย่างเปิดเผย

พรรณทิพา แอดำ (2549) กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับสิ่งใหม่ว่าเป็นกระบวนการที่ช่วยพัฒนาคุณสมบัติของบุคคล เช่น ความรู้ ค่านิยม ทัศนคติ ทำให้สมาชิกของสังคมได้รับรู้การเปลี่ยนแปลง มีความรู้ความเข้าใจในสิ่งใหม่ ๆ ได้ง่าย นอกจากนี้การติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลต่าง ๆ อยู่เสมอ ความสนใจรับรู้ ข่าวสารแขนงใหม่ ๆ จากสื่อสารมวลชนมีบทบาทสำคัญยิ่งที่ก่อให้เกิดการรับรู้ ความสนใจ และพยายามนำไปปฏิบัติในที่สุด

กล่าวโดยสรุป การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง กระบวนการที่บุคคลได้เรียนรู้ เห็นด้วย ยอมรับ และเข้าใจในเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ จนกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ ความสนใจ ความสะดวกและสบายใจในการใช้งานและนำสิ่ง ๆ นั้นไปใช้ในชีวิตจริงและเผยแพร่ให้กับผู้อื่น

**งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

เตือนใจ เขียนชานาจ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนระบบการศึกษาทางไกลรูปแบบออนไลน์มหาวิทยาลัยเอกชนในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)” ในงานวิจัยฉบับนี้ได้ศึกษาปัจจัยการตัดสินใจและความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการตัดสินใจเรียนระบบการการศึกษาทางไกลรูปแบบออนไลน์มหาวิทยาลัยเอกชนในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการตัดสินใจ ประกอบด้วย ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย การตลาดมหาวิทยาลัย และอิทธิพลกลุ่มอ้างอิง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตัดสินใจและปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เสถียร พูลผล และ ปฏิพล อรรณนพบริบูรณ์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง “การสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาเภสัชศาสตร์ที่มีต่อการเรียนออนไลน์ในช่วงโควิด 19 เพื่อออกแบบแนวทางการจัดการเรียนรู้รูปแบบใหม่ของคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม” ในงานวิจัยฉบับนี้ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ที่มีต่อการเรียนการสอนในช่วงโควิด-19 และนำข้อมูลที่ได้มาออกแบบการจัดการเรียนการสอนรูปแบบใหม่ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการสำรวจพบว่า นักศึกษาค่อนข้างเห็นด้วยว่าเรียนออนไลน์ทำให้รู้สึกสะดวกและรู้สึกผ่อนคลาย แต่นักศึกษาไม่ค่อยเห็นด้วยต่อการเรียนออนไลน์เพราะทำให้ไม่มีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมชั้นและไม่มีแรงกระตุ้นในการเรียน นอกจากนี้นักศึกษาเห็นด้วยมากที่สุดว่า มีความกังวลในการสอบออนไลน์ และค่อนข้างเห็นด้วยว่าการสอบออนไลน์ทำให้ถูกลุกล้ำความเป็นส่วนตัว

สุวัฒน์ บรรลือ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี” ในงานวิจัยฉบับนี้ได้ศึกษาความต้องการเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์จากอาจารย์และนักศึกษา แนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ และทดสอบประสิทธิภาพของการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ ด้วยแบบสอบถามความต้องการรูปแบบการเรียนการสอน แบบประเมินรูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ และแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยใช้วิธีการ

วิจัยเชิงทดลอง ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษากลุ่มที่เรียนด้วยรูปแบบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์สามารถก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้เท่ากับกลุ่มที่เรียนในชั้นเรียนแบบปกติ

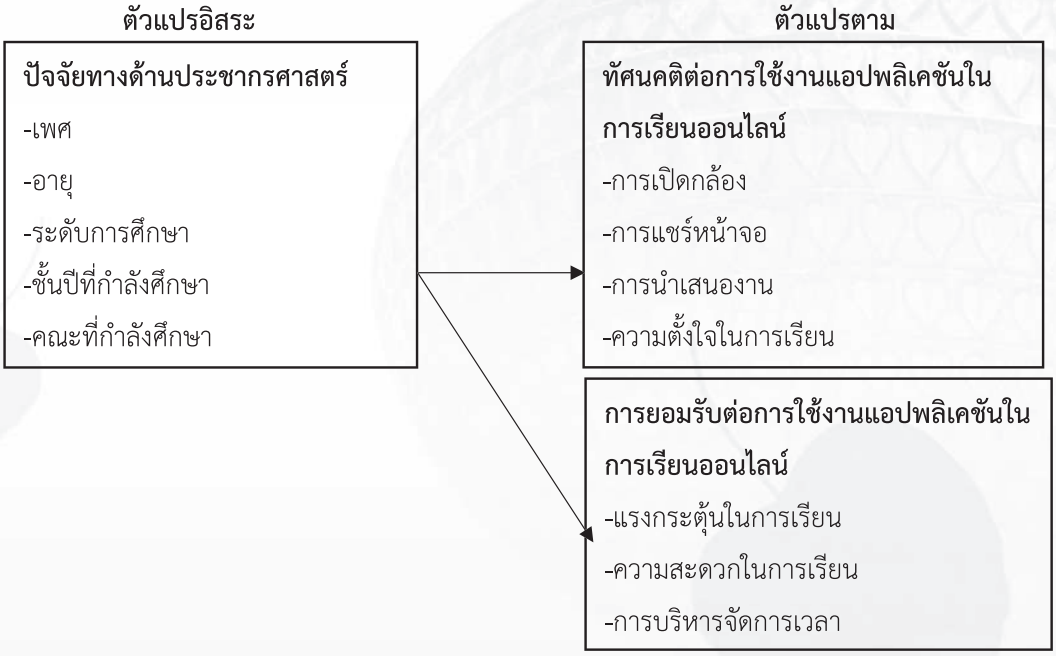
สนธยา หลักทอง (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคิดเห็นต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อประกอบการเรียนการสอน ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 2” ในงานวิจัยฉบับนี้ได้ศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคิดเห็นในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อประกอบการเรียนการสอนของครู นักเรียน และผู้ปกครอง โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและทดลอง ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนที่ใช้แท็บเล็ตในการเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่านักเรียนที่ไม่ได้ใช้แท็บเล็ต และค่าเฉลี่ยของความรู้ความสามารถ ความคิดเห็นและความพร้อมของอุปกรณ์และการจัดกิจกรรมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประกอบการเรียนการสอนของครูและนักเรียนอยู่ในระดับมาก

**สมมติฐาน**

**สมมติฐานข้อที่ 1** นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา คณะที่กำลังศึกษาและชั้นปีที่กำลังศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 2** นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา คณะที่กำลังศึกษาและชั้นปีที่กำลังศึกษาที่แตกต่างกันมีการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกัน

**กรอบแนวคิด**




**ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย**

ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณในการค้นคว้าครั้งนี้ โดยเลือกสำรวจด้วยแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นและได้วางขอบเขตของการวิจัยฉบับนี้ไว้ดังนี้

1. ประชากรกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัยนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ ระดับปริญญาตรี โท และเอก
2. ระยะเวลาที่ผู้จัดทำใช้ในการทำการวิจัย คือ ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2564 ถึงเดือนมิถุนายน 2565
3. สถานที่ที่ผู้จัดทำใช้ในการทำวิจัย คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต
4. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ประกอบไปด้วย

4.1 ตัวแปรอิสระ คือปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ โดยประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา คณะและชั้นปีที่กำลังศึกษา

4.2 ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ และการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์

**วิธีการวิจัย**

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 28,585 คน เหตุผลที่กำหนดลักษณะของประชากรดังกล่าว เพราะต้องการทราบว่า ทัศนคติและการยอมรับส่งผลต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ของกลุ่มประชากรมากน้อยเพียงใด และมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการเลือกใช้งานโดยการใช้เครื่องมือแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้สูตรคำนวณในกรณีที่ทราบสัดส่วนของประชากร พบว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ต้องเก็บสำหรับงานวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 395 ตัวอย่าง แต่เนื่องจากเพื่อสร้างความหลากหลายและเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนประชากรที่มีประสิทธิภาพ ผู้ทำการวิจัยจึงได้สำรองเก็บไว้อีก 5 ตัวอย่าง รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 ตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีในการเลือกกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยในครั้งนี้ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็นโดยถือเอาความสะดวกหรือความง่ายต่อการรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น .920 ผ่านกูเกิลฟอร์ม (Google Form) ไปยังอาจารย์มหาวิทยาลัยกรุงเทพและกลุ่มสังคมออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ กลุ่มไลน์ (Line Group) และกลุ่มเฟสบุค (Facebook Group) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่สะดวกและยินดีให้ข้อมูล

**การทดสอบสมมติฐาน**

หลังจากผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ทางผู้วิจัยได้ดำเนินการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติโดยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละสำหรับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับปัจจัยด้านทัศนคติและการยอมรับ ส่วนการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการทางสถิติใช้การทดสอบ F-Test(ANOVA) และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD)

**ผลการวิจัย**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ โดยใช้การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ โดยวิเคราะห์ออกมาได้ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์**

| ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ | ค่าที่มากที่สุด | จำนวน (คน) | ร้อยละ (%) |
|---|---|---|---|
| เพศ | หญิง | 269 | 67.3 |
| อายุ | 18-20 ปี | 179 | 44.8 |
| ระดับการศึกษา | ปริญญาตรี | 321 | 80.3 |
| คณะที่กำลังศึกษา | คณะดิจิทัลมีเดียฯ | 78 | 19.5 |
| ชั้นปีที่กำลังศึกษา | ชั้นปีที่ 2 | 163 | 40.8 |

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านพฤติกรรมในการใช้งาน โดยใช้การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ โดยวิเคราะห์ออกมาได้ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยทางด้านพฤติกรรมในการใช้งาน**

| ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ | ค่าที่มากที่สุด | จำนวน (คน) | ร้อยละ (%) |
|---|---|---|---|
| จำนวนวันในการเรียนออนไลน์ต่อสัปดาห์ | 4 วัน | 144 | 36 |
| เวลาในการเรียนออนไลน์ต่อวัน | 3-4 ชั่วโมง | 213 | 53.3 |
| อุปกรณ์ในการเรียน | โทรศัพท์มือถือ | 257 | 32.1 |
| สถานที่ในการเรียน | บ้าน | 287 | 54.2 |
| รูปแบบในการเรียนที่ชอบ | การเรียนในชั้นเรียน | 281 | 41.9 |
| แอปพลิเคชันที่เคยใช้งาน | Zoom | 359 | 47.1 |
| แอปพลิเคชันที่พึงพอใจ | Zoom | 324 | 63.2 |

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติ โดยใช้การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ โดยวิเคราะห์ออกมาได้ดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยทางด้านทัศนคติ**

| ปัจจัยทางด้านทัศนคติ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) | ระดับความคิดเห็น |
|---|---|---|---|
| แอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างเท่าเทียมกันของนักศึกษา | 3.11 | 1.180 | ปานกลาง |
| แอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ช่วยลดช่องว่างในการสื่อสารระหว่างอาจารย์และนักศึกษา | 3.24 | 1.218 | ปานกลาง |
| แอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ทำให้ทราบจุดอ่อนและจุดแข็งในการเรียนรู้ของนักศึกษา | 3.39 | 1.272 | ปานกลาง |

**ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยทางด้านทัศนคติ** (ต่อ)

| ปัจจัยทางด้านทัศนคติ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) | ระดับความคิดเห็น |
|---|---|---|---|
| แอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ช่วยให้การทำงานเป็นทีมของนักศึกษามีประสิทธิภาพที่ดี | 2.65 | 1.392 | ปานกลาง |
| แอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ทำให้เกิดความชัดเจนในการเรียนรู้และมอบหมายงานแก่นักศึกษา | 3.03 | 1.270 | ปานกลาง |
| การบันทึกวีดีโอระหว่างทำการเรียนการสอนให้นักศึกษาหลังเลิกเรียนช่วยให้เกิดการทบทวนการเรียนรู้ที่ดี | 3.90 | 1.156 | มาก |
| การเปิดกล้องของอาจารย์ช่วยให้นักศึกษามีปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเรียนกับอาจารย์มากกว่าการปิดกล้อง | 3.45 | 1.253 | มาก |
| การแชร์หน้าจอเอกสารประกอบการเรียนช่วยให้นักศึกษาเห็นภาพรวมของเนื้อหาที่เรียนได้ดี | 4.05 | 1.031 | มาก |
| การนำเสนองานของนักศึกษาผ่านแอปพลิเคชันสามารถทำได้สะดวกและสร้างความเข้าใจของผู้ฟังได้มากกว่านำเสนองานหน้าห้องเรียน | 3.28 | 1.246 | ปานกลาง |
| ความตั้งใจในการเรียนของนักศึกษาขึ้นอยู่กับการพูดและน้ำเสียงของอาจารย์ผู้สอนมากกว่าเนื้อหาที่เรียน | 3.86 | 1.029 | มาก |
| การที่อาจารย์ให้นักศึกษาเปิดกล้องค่อนข้างรุกล้ำความเป็นส่วนตัวของนักศึกษา | 3.80 | 1.165 | มาก |
| รวม | 3.43 | .753 | มาก |

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับ โดยใช้การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ โดยวิเคราะห์ออกมาได้ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยทางด้านการยอมรับ**

| ปัจจัยทางด้านการยอมรับ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) | ระดับความคิดเห็น |
|---|---|---|---|
| การใช้แอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์สร้างแรงกระตุ้นให้นักศึกษาสนใจการเรียนรู้มากขึ้น | 2.75 | 1.281 | ปานกลาง |
| การใช้แอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ช่วยให้ทำงานที่ได้รับมอบหมายได้ดีขึ้น | 2.98 | 1.253 | ปานกลาง |
| การใช้แอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์สร้างความสะดวกในการเรียนมากขึ้น | 3.40 | 1.245 | ปานกลาง |
| การใช้แอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ทำให้นักศึกษาบริหารจัดการเวลาได้ดีขึ้น | 3.20 | 1.287 | ปานกลาง |

**ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นปัจจัยทางด้านการยอมรับ** (ต่อ)

| ปัจจัยทางด้านการยอมรับ | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) | ระดับความคิดเห็น |
|---|---|---|---|
| การใช้แอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ทำให้นักศึกษารู้สึกสบายใจเวลาเปิดไมค์พูดในแอปพลิเคชันมากกว่าการพูดในห้องเรียน | 3.24 | 1.334 | ปานกลาง |
| การใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์สร้างความสบายใจในการเรียนของนักศึกษาได้มากกว่าไปเรียนที่มหาวิทยาลัย | 2.85 | 1.350 | ปานกลาง |
| การใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ทำให้นักศึกษาสามารถเลือกเรียนที่ไหนก็ได้ | 3.86 | 1.095 | มาก |
| การใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ทำให้นักศึกษาเห็นว่าการเรียนที่มหาวิทยาลัยไม่มีความจำเป็นอีกต่อไป | 2.46 | 1.476 | น้อย |
| รวม | 3.09 | 1.035 | ปานกลาง |

**ตารางที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา คณะที่กำลังศึกษาและชั้นปีที่กำลังศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกัน**

| ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ | ทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ | | |
|---|---|---|---|
| เพศ | F-Test(ANOVA)=1.919 | Sig. = .148* | ไม่แตกต่าง |
| อายุ | F-Test(ANOVA)=4.899 | Sig. = .002* | แตกต่าง |
| ระดับการศึกษา | F-Test(ANOVA)=35.158 | Sig. = .000* | แตกต่าง |
| คณะที่กำลังศึกษา | F-Test(ANOVA)=7.328 | Sig. = .000* | แตกต่าง |
| ชั้นปีที่กำลังศึกษา | F-Test(ANOVA)= 3.535 | Sig. = .015* | แตกต่าง |
| รายได้ต่อเดือน | F-Test(ANOVA)=15.543 | Sig. = .000* | แตกต่าง |

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตารางที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา คณะที่กำลังศึกษาและชั้นปีที่กำลังศึกษาที่แตกต่างกันมีการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกัน**

| ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ | การยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ | | |
|---|---|---|---|
| เพศ | F-Test(ANOVA)= 2.163 | Sig. = .116* | ไม่แตกต่าง |
| อายุ | F-Test(ANOVA)= 13.047 | Sig. = .000* | แตกต่าง |
| ระดับการศึกษา | F-Test(ANOVA)= 51.717 | Sig. = .000* | แตกต่าง |
| คณะที่กำลังศึกษา | F-Test(ANOVA)= 10.473 | Sig. = .000* | แตกต่าง |
| ชั้นปีที่กำลังศึกษา | F-Test(ANOVA)= 5.617 | Sig. = .001* | แตกต่าง |
| รายได้ต่อเดือน | F-Test(ANOVA)= 27.276 | Sig. = .000* | แตกต่าง |

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**สรุปผลข้อมูล**

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ” ผู้วิจัยได้สรุปผลข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่ใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ ส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 ส่วนมากอายุ 18-20 ปี จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 ส่วนมากศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.3 ส่วนมากกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 และส่วนมากกำลังศึกษาอยู่ในคณะดิจิทัลมีเดียและศิลปะภาพยนตร์ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5

2. ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้งาน จากตารางที่ 2 การศึกษาพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่ใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ ส่วนมากใช้เวลาในการเรียนออนไลน์ 4 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ส่วนมากใช้เวลาในการเรียนออนไลน์ 3-4 ชั่วโมงต่อวัน จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 ส่วนมากใช้โทรศัพท์มือถือ จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 ส่วนมากเรียนที่บ้าน จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 ส่วนมากจะชอบรูปแบบการเรียนในชั้นเรียน จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 ส่วนมากเคยผ่านการใช้งานแอปพลิเคชัน Zoom จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 และส่วนมากรู้สึกพอใจกับการใช้งานแอปพลิเคชัน Zoom จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2

3. ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติ จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ =3.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ อยู่ในระดับมาก 5 ข้อ ได้แก่ การแชร์หน้าจอเอกสารประกอบการเรียนช่วยให้นักศึกษาเห็นภาพรวมของเนื้อหาที่เรียนได้ดี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 4.05) รองลงมา คือ การบันทึกวีดีโอระหว่างทำการเรียนการสอนให้นักศึกษาหลังเลิกเรียนช่วยให้เกิดการทบทวนการเรียนรู้ที่ดี ($\bar{x}$ = 3.90) รองลงมา คือ ความตั้งใจในการเรียนของนักศึกษาขึ้นอยู่กับการพูดและน้ำเสียงของอาจารย์ผู้สอนมากกว่าเนื้อหาที่เรียน ($\bar{x}$ = 3.86) รองลงมา คือ การที่อาจารย์ให้นักศึกษาเปิดกล้องค่อนข้างรุกล้ำความเป็นส่วนตัวของนักศึกษา ($\bar{x}$ = 3.80) และการเปิดกล้องของอาจารย์ช่วยให้นักศึกษามีปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเรียนกับอาจารย์มากกว่าการปิดกล้อง

4. ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับ จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ อยู่ในระดับมาก 1 ข้อ คือ การใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ทำให้นักศึกษาสามารถเลือกเรียนที่ไหนก็ได้ ($\bar{x}$ = 3.86) อยู่ในระดับปานกลาง 6 ข้อ ได้แก่ การใช้แอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์สร้างความสะดวกในการเรียนมากขึ้น ($\bar{x}$ = 3.40)

รองลงมา คือ การใช้แอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ทำให้นักศึกษารู้สึกสบายใจเวลาเปิดไมค์พูดในแอปพลิเคชันมากกว่าการพูดในห้องเรียน ($\bar{x}$ = 3.24) รองลงมา คือ การใช้แอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ทำให้นักศึกษาบริหารจัดการเวลาได้ดีขึ้น ($\bar{x}$ = 3.20) รองลงมา คือ การใช้แอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ช่วยให้ทำงานที่ได้รับมอบหมายได้ดีขึ้น ($\bar{x}$ = 2.98) รองลงมา คือ การใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์สร้างความสบายใจในการเรียนของนักศึกษาได้มากกว่าไปเรียนที่มหาวิทยาลัย ($\bar{x}$ = 2.85)

**อภิปรายผลข้อมูล**

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ” ผู้วิจัยได้อภิปรายผลข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

**1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับทัศนคติในการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ**

จากการศึกษาพบว่า สมมติฐานที่ 1 สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับทัศนคติในการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยใช้ค่าสถิติ F-Test (ANOVA) พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีเพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชั่นในการเรียนออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนระบบการศึกษาทางไกลรูปแบบออนไลน์มหาวิทยาลัยเอกชนในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) (เตือนใจ เขียนชานาจ, 2564) พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเรียนระบบการศึกษาทางไกลรูปแบบออนไลน์มหาวิทยาลัยเอกชนที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีอายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมทัศนคติและการยอมรับในการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถรับจ้างสาธารณะ (แท็กซี่) ผ่านสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร (กิตติคุณ จงมานัสเจริญ, 2560) โดยทำการศึกษาพฤติกรรมทัศนคติและการยอมรับในการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถรับจ้างสาธารณะ (แท็กซี่) ผ่านสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า อายุที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอปพลิเคชัน Grab ในด้านบริการ ด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมทัศนคติและการยอมรับในการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถรับจ้างสาธารณะ (แท็กซี่) ผ่านสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร (กิตติคุณ จงมานัสเจริญ, 2560) โดยทำการศึกษาพฤติกรรมทัศนคติและการยอมรับในการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถรับจ้างสาธารณะ (แท็กซี่) ผ่านสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการ

เรียกรถแท็กซี่ผ่านแอพพลิเคชั่น Grab ที่แตกต่างกันให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการเรียกรถแท็กซี่ผ่านแอพพลิเคชั่น Grab ในด้านบริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีชั้นปีที่กำลังศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาเภสัชศาสตร์ที่มีต่อการเรียนออนไลน์ในช่วงโควิด 19 เพื่อออกแบบแนวทางการจัดการเรียนรู้แบบใหม่ของคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยสยาม (เสถียร พูลผล และ ปฏิพล บรรณนพบริบูรณ์, 2563) โดยทำการสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาเภสัชศาสตร์ที่มีต่อการเรียนออนไลน์ในช่วงโควิด 19 เพื่อออกแบบแนวทางการจัดการเรียนรู้แบบใหม่ของคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยสยาม พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ที่มีชั้นปีที่แตกต่างกันชอบการเรียนในชั้นเรียน โดยให้เหตุผลว่า การเรียนในชั้นเรียนทำให้มีสมาธิในการเรียนมากกว่า

**2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการยอมรับในการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ**

จากการศึกษาพบว่า สมมติฐานที่ 2 สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการยอมรับในการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยใช้ค่าสถิติ F-Test (ANOVA) พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีเพศที่แตกต่างกันการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนระบบการศึกษาทางไกลรูปแบบออนไลน์มหาวิทยาลัยเอกชนในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) (เตือนใจ เขียนชานาจ, 2564) พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเรียนระบบการศึกษาทางไกลรูปแบบออนไลน์มหาวิทยาลัยเอกชนที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีอายุที่แตกต่างกันมีการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคิดเห็นต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อประกอบการเรียนการสอน ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 2 (สนธยา หลักทอง, 2559) โดยทำการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคิดเห็นต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อประกอบการเรียนการสอน ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 2 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้การศึกษาผ่านดาวเทียมในการเรียนการสอนของครูผู้สอน นักเรียนและผู้ปกครอง ซึ่งมีช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีความเห็นในภาพรวมมีระดับมาก เนื่องจากการใช้แท็บเล็ตและการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมช่วยให้นักเรียนมีความสนใจเรียนมากขึ้น ช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคิดเห็นต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อประกอบการเรียนการสอน ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขต

พื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 2 (สนธยา หลักทอง, 2559) โดยทำการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคิดเห็นต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อประกอบการเรียนการสอน ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 2 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้การศึกษาผ่านดาวเทียมในการเรียนการสอน ของครูผู้สอน นักเรียนและผู้ปกครอง ซึ่งมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความเห็นในภาพรวมมีระดับมาก เนื่องจากการใช้แท็บเล็ตและการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมช่วยให้นักเรียนมีความสนใจเรียนมากขึ้น ช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีคณะที่กำลังศึกษาที่แตกต่างกันมีการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง โครงการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ด้วยวิธีการเรียนรู้ด้วยการนำตนเองของนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม (ประมา ศาสตระรุจิ, 2553) พบว่า นิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่กำลังศึกษาในคณะที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อบทเรียนออนไลน์ด้วยวิธีการเรียนรู้ด้วยการนำตนเอง รายวิชาการตลาดเบื้องต้น ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ด้านเนื้อหาสาระวิชาการตลาดเบื้องต้น ด้านเว็บไซต์สำหรับการเรียนการสอน และด้านอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

นักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีชั้นปีที่กำลังศึกษาที่แตกต่างกันมีการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี (สุวัฒน์ บรรลือ, 2560) โดยทำการศึกษารูปแบบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มที่จัดการเรียนการสอนออนไลน์ในระดับชั้นปีที่กำลังศึกษาออนไลน์แตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน ของนักศึกษากลุ่มที่เรียนในชั้นเรียนแบบปกติแตกต่างกัน และสอดคล้องกับการวิจัยเรื่องการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคิดเห็นต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อประกอบการเรียนการสอน ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 2 (สนธยา หลักทอง, 2559) พบว่า นักเรียนที่มีชั้นปีที่ศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อประกอบการเรียนการสอนของครู นักเรียนและผู้ปกครองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

**ข้อเสนอแนะ**

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ” ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้และวิจัยครั้งต่อไปดังต่อไปนี้

1. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกัน และปัจจัยด้านทัศนคติต่อแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ดังนั้น เราจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องของการพูดและปฏิสัมพันธ์ที่ดีของอาจารย์ต่อนักศึกษา รวมถึงบันทึกวีดีโอระหว่างทำการสอนให้นักศึกษา เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างเท่าเทียมกันของนักศึกษาและสร้างความชัดเจนในการเรียนและมอบหมายงานมากขึ้น รวมทั้งช่วยให้การทำงานของนักศึกษามี

ประสิทธิภาพที่ดี นอกจากนี้ยังควรตระหนักถึงความเป็นส่วนตัวของนักศึกษา โดยการไม่บังคับให้เปิดกล้องในระหว่างเรียนอีกด้วย ปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อทัศนคติต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ทั้งสิ้น

2. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ที่แตกต่างกัน และปัจจัยด้านการยอมรับต่อแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากนักศึกษาส่วนมากมองว่าการเรียนที่มหาวิทยาลัยยังคงมีความจำเป็นอย่างมากที่จะทำให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพ ดังนั้น เราจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องของการสร้างความสบายใจในการเรียนและอำนวยความสะดวกในใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้นักศึกษาสนใจการเรียนรู้ที่ดียิ่งขึ้น ปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ทั้งสิ้น

3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างโดยออนไลน์ จึงควรมีการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม โดยอาจใช้รูปแบบการสัมภาษณ์ หรือการสนทนากลุ่ม จะทำให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. การศึกษาวิจัยเรื่อง ทัศนคติและการยอมรับต่อการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการต่อยอดในการศึกษาการใช้งานแอปพลิเคชันในการเรียนออนไลน์ของสถาบันต่าง ๆ ที่ต้องการให้มีประสิทธิภาพในการเรียนการสอนที่ดีขึ้น

5. ควรนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปศึกษาวิจัย วิเคราะห์ปัญหา สังเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยเพิ่มเติมในครั้งต่อไป เพื่อให้ค้นพบมุมมองและข้อมูลใหม่ ๆ มากขึ้นในการวิจัย

**บรรณานุกรม**

กิตติคุณ จงมานัสเจริญ. (2560). การศึกษาพฤติกรรมทัศนคติและการยอมรับในการใช้แอปพลิเคชันเรียกรถรับจ้างสาธารณะ (แท็กซี่) ผ่านสมาร์ทโฟนในเขตกรุงเทพมหานคร. *การประชุมวิชาการระดับชาติ* (น.179-189). มหาวิทยาลัยรังสิต.

เดโช สวนานนท์. (2512). *ปทานุกรมจิตวิทยา.* กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

เตือนใจ เขียนชานาจ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเรียนระบบการศึกษาทางไกลรูปแบบออนไลน์มหาวิทยาลัยเอกชนในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) .*วารสารสิรินธรปริทรรศน์*, *22*(1), 385-395.

ธนัชชา บินดุเหล็ม. (2557). ผลของการสอนแบบออนไลน์ที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงชั้นปีที่ 1. *การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่10*. (น.1148-1157). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

ประมา ศาสตระรุจิ. (2553). รายงานการวิจัย เรื่อง โครงการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ด้วยวิธีการเรียนรู้ด้วยการนำตนเองของนิสิตวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา, 2*(1), 116-124.

พรรณทิพา แอดำ. (2549). *การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศของข้าราชการสำนักงานปลัดกระทรวงพลังงาน.* ปญหาพิเศษ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัฒฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยบูรพา.

พิมพ์แพร ศรีสวัสดิ์. (2563). การจัดอันดับมหาวิทยาลัยระดับนานาชาติและกลยุทธ์การปรับตัวของมหาวิทยาลัยไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ* เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, *15*(3), 1-12.

สนธยา หลักทอง. (2559). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความคิดเห็นต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อประกอบการเรียนการสอน ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 2. *การประชุมวิชาการระดับชาติ* (น.1366-1374). มหาวิทยาลัยรังสิต.

สิริพร อินทสนธิ์. (2563). โควิด -19: กับการเรียนการสอนออนไลน์กรณีศึกษารายวิชาการเขียนโปรแกรมเว็บ. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, *22*(2), 203-214.

สุวัฒน์ บรรลือ (2560). รูปแบบการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 11*(2). 250-260.

เสถียร พูลผล และ ปฏิพล อรรณพบริบูรณ์. (2563). การสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาเภสัชศาสตร์ที่มีต่อการเรียนการสอนออนไลน์ในช่วงโควิท 19 เพื่อออกแบบแนวทางการจัดการเรียนรู้รูปแบบใหม่ของคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม. *การประชุมวิชาการครั้งที่ 15* (น.36-47). สมาคมเครือข่ายการพัฒนาวิชาชีพอาจารย์และองค์กรระดับอุดมศึกษาแห่งประเทศไทย (ควอท.).กรุงเทพมหานคร: สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. URL https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/249925.

Foster, G. M. (1973). Dreams, character, and cognitive orientation in Tzintzuntzan. *Ethos*, 1(1), 106–121. https://doi.org/10.1525/eth.1973.1.1.02a00050.

Newcomb, (1854). *Attitude.* (ออนไลน์), 127-128. http://www.novabizz.Ace/Attitude.html.

# การศึกษาความต้องการของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ของไทยต่อการใช้เทคโนโลยีอินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่ง

# A Study of the Requirements of Thailand's Automotive Parts Industry for the Use of Technology Internet of Things

อภิวรรตน์ กรมเมือง[1] อัจฉริย์ กรมเมือง[1*] และรพี อุดมทรัพย์[2]
คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง[1]
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ[2]
1 ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520
Apiwat Krommuang[1] Atchari Krommuang[1*], and Rapee Udomsub[2]
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang Business School, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang [1]
Faculty of Business Administration, Huachiew Chalermprakiet University[2]
1 Chalongkrung 1, Ladkrabang, Ladkrabang, Bangkok 10520
E-mail: krommuang@hotmail.com[1*]

**บทคัดย่อ**

อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นหนึ่งอุตสาหกรรมของประเทศไทยที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐมาอย่างต่อเนื่องนับจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 2 การมุ่งมั่นพัฒนายกระดับความสามารถในการแข่งขันสู่ความยั่งยืนมีความสำคัญเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาสู่อุตสาหกรรม 4.0 และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในอนาคต การวิจัยเชิงสำรวจนี้สำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับการจัดการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดยพิจารณา 5 ปัจจัยหลักประกอบด้วย การเชื่อมต่อ การนำเสนอ ความชาญฉลาด ความปลอดภัย และคุณค่า และปัจจัยย่อย 15 ปัจจัย เป็นกรณีศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยด้วยเทคนิคกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ เพื่อคำนวณหาน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยการใช้อินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 88 องค์กร ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรแบบสโนว์บอลล์ พบว่าปัจจัยหลักด้านการนำเสนอมีความสำคัญสูงสุด ปัจจัยรองคือการควบคุม ปัจจัยหลักสองการเชื่อมต่อมีปัจจัยรองคือความเข้ากันได้ ปัจจัยหลักสามคุณค่ามีปัจจัยรองคือความสะดวก ผลจากการวิเคราะห์สามารถเป็นแนวทางในการตัดสินใจที่ดีขึ้น

**คำสำคัญ :** อุตสาหกรรม 4.0 อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่ง อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์

Received Revised Accepted
21 มีนาคม 2565 / 5 พฤษภาคม 2565 / 2 มิถุนายน 2565
21 March 2022 / 5 May 2022 / 2 June 2022

**Abstract**

The automotive industry is one of the main industries in Thailand that has been continuously promoted by the government since the 2nd National Economic and Social Development Plan. The commitment to improve competitiveness towards sustainability is of great importance in keeping with the concept of Industry 4.0 development and future technological changes. Accordingly, this exploratory research explores the factors that influence the application of the Internet of Things embedded in the management of automotive parts manufacturing, which consist of 5 main factors are Connectivity, Telepresence, Intelligence, Security, and Value, and 15 sub-factors. The case study was the comparative analysis of the importance of factors using Analytic Hierarchy Process (AHP) for calculating the weighted importance of Internet of Things factors for the management of automotive parts manufacturing. The questionnaire was answered by 88 respondents using Snowball Sampling. The main factor of Telepresence was found to be the most important and the second factor was Controlling. Next comes the Connectivity factor, the secondary factor is Compatibility. The third major factor is Value, the second is Convenience. Analysis results can guide a better decision-making process.

**Keywords** : Industry 4.0, Internet of Things, Automotive Parts Industry, AHP

**บทนำ**

อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ของชาติที่สร้างรายได้หลักให้กับประเทศอย่างมหาศาล โดยเฉพาะอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีความแข็งแกร่งเป็นแรงดึงดูดให้ประเทศไทยกลายเป็นฐานการผลิตที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน เทคโนโลยีนวัตกรรมดิจิทัลที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทำให้ผู้ประกอบการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาปรับระบบการผลิตเป็นแบบออโตเมชั่นมากขึ้น เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานในสายการผลิต ได้มีการเตรียมความพร้อมและเร่งให้ความรู้เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ให้สามารถต่อยอดและเปลี่ยนผ่านอุตสาหกรรมไปสู่อุตสาหกรรมเป้าหมายแห่งอนาคตตามโครงการระเบียงเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก หรือ EEC (Eastern Economic Corridor) ประเทศไทยจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องหามาตราการเร่งด่วนเพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเกิดความยั่งยืน โดยเฉพาะการ

สนับสนุนให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศหันมาใช้ระบบอัตโนมัติในกระบวนการผลิตเพิ่มมากขึ้นเพื่อที่จะเพิ่มโอกาสในการแข่งขันกับประเทศฐานผลิตอื่นในภูมิภาคเดียวกัน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) การยกระดับภาคการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้นสอดคล้องกับนโยบายภาครัฐคือการนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ร่วมในกระบวนการผลิต มุ่งเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารกับเครื่องจักร และระบบการผลิตในลักษณะระบบควบคุมอัตโนมัติเพื่อผลิตสินค้าตามความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2560) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งมีการใช้มากขึ้น โดยแนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่สำคัญคือ หน่วยความจำและระบบจัดเก็บข้อมูล การส่งข้อมูล ข้อมูลขนาดใหญ่ และเทคโนโลยีคลาวด์ โดยอาศัยเทคโนโลยีการตรวจจับและการสื่อสารที่เชื่อมต่อถึงกัน มีการใช้เครื่องจักร เครื่องมือ เซ็นเซอร์ อุปกรณ์หุ่นยนต์ และแอคทูเอเตอร์อัตโนมัติ (Qureshi et al., 2020) สามารถเชื่อมต่อมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ เครื่องจักรกับเครื่องจักร และมีการโต้ตอบผ่านอินเทอร์เน็ต (Keyur et al., 2016)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยครอบคลุมรายการชิ้นส่วนต่าง ๆ อันได้แก่ ชิ้นส่วนเครื่องยนต์ ชิ้นส่วนระบบกันสะเทือนและเบรก ชิ้นส่วนตัวถัง ชิ้นส่วนระบบขับเคลื่อนและถ่ายทอดกำลัง ชิ้นส่วนตกแต่งภายใน และชิ้นส่วนอุปกรณ์ ระบบไฟฟ้า เป็นต้น สำหรับโครงสร้างตลาดชิ้นส่วนยานยนต์ของอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วน ประกอบด้วยตลาดชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อการประกอบยานยนต์ และตลาดชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อการทดแทนหรืออะไหล่ยานยนต์ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (วิจัยกรุงศรี, 2563)

1) ชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อการประกอบยานยนต์ มูลค่าตลาดมีสัดส่วน 30-40% ของตลาดชิ้นส่วนยานยนต์รวมในประเทศ ขยายตัวตามปริมาณการผลิตยานยนต์โดยมากกว่า 80% เป็นการใช้ชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตในประเทศ ส่วนที่เหลือเป็นชิ้นส่วนยานยนต์ที่ต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูงจากบริษัทแม่หรือซัพพลายเออร์ของบริษัทแม่ในต่างประเทศ เช่น ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้ในระบบควบคุมยานยนต์ เป็นต้น

2) ชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อการทดแทนหรืออะไหล่ยานยนต์ มูลค่าตลาดคิดเป็น 60-70% ของตลาดชิ้นส่วนยานยนต์รวมในประเทศ เติบโตในทิศทางเดียวกับจำนวนยานยนต์จดทะเบียนสะสมในประเทศ จากความต้องการเปลี่ยนชิ้นส่วนยานยนต์ตามระยะเวลาการใช้งานและหรือระยะทาง สำหรับการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์มีสัดส่วน 30-40% ของรายรับรวมในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ แบ่งเป็นชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อการประกอบยานยนต์ (สัดส่วน 80-85% ของมูลค่าส่งออกรวม) และชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อการทดแทน (สัดส่วน 15-20%) ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีศักยภาพการแข่งขันสูงในตลาดโลก

ลักษณะของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ของไทยจะแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ ได้รูปแบบแรกคือผู้ผลิตหรือผู้ประกอบยานยนต์ (Assembler) เป็นผู้ผลิตขั้นสุดท้ายให้ได้มาซึ่งยานยนต์สำเร็จรูปที่จำหน่ายในประเทศไทยและส่งออกไปยังต่างประเทศ รูปแบบที่สองคือผู้ผลิตชิ้นส่วน (Partmaker) เป็นผู้ที่ทำการผลิตชิ้นส่วนและส่วนประกอบยานยนต์ป้อนให้ผู้ผลิตยานยนต์สำเร็จรูปนำไปใช้ในการประกอบยานยนต์ โดยรูปแบบที่สองนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ ประเภทย่อยแรก Tier 1 หรือ ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มือแรก ผลิตชิ้นส่วนและส่วนประกอบที่มีคุณภาพมีลักษณะเฉพาะตรงตามที่โรงงานประกอบรถยนต์ระบุมา

เช่น เครื่องยนต์ ระบบเบรก ล้อ ระบบไฟฟ้า และระบบอิเล็กทรอนิกส์ ประเภทย่อยที่สอง Tier 2 และ Tier 3 หรือ ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มือสอง และ ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มือสาม จะเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนย่อย ๆ หรือเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนมือแรก เช่น โลหะ พลาสติก ยาง กระจก ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์

สถานะของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยในตลาดโลกพบว่าไทยมีปริมาณการผลิตรถยนต์ทุกประเภทเป็นอันดับที่ 11 ของโลก อันดับ 5 ของเอเชีย และอันดับ 1 ของอาเซียน และหากพิจารณาจากยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงปริมาณ พบว่าตลาดรถยนต์ของไทยใหญ่เป็นอันดับที่ 17 ของโลก อันดับ 6 ของเอเชีย (OICA, 2019) ประเทศไทยสามารถผลิตรถยนต์ได้สูงและสร้างมูลค่าการส่งออกในหมวดสินค้ารถยนต์ อุปกรณ์ ร้อยละ 80-90 ชิ้นส่วนประกอบรถยนต์สามารถผลิตภายในประเทศ ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมุ่งเน้นไปสู่การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ หลายอุตสาหกรรมของไทยจึงมุ่งสู่การพัฒนาทิศทางสอดรับกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของรัฐบาลที่เน้นให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยใช้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนมากขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์นับว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมนำร่องของไทย โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูงสมัยใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมยานยนต์

สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจนี้นำเสนอการบูรณาการเชิงวิเคราะห์อินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับการจัดการผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย โดยการพิจารณาปัจจัยด้าน การเชื่อมต่อ (Connectivity) การนำเสนอ (Telepresence) ความชาญฉลาด (Intelligence) ความปลอดภัย (Security) และคุณค่า (Value) โดยประยุกต์ใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analysis Hierarchy Process) เพื่อคำนวณหาน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยและวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยการประยุกต์ใช้อินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับการจัดการผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งและนำเสนอตัวแบบอินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับการจัดการผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย
2. เพื่อศึกษาการให้น้ำหนักความสำคัญในการใช้อินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับการจัดการผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย
3. เพื่อศึกษาแนวโน้มการตัดสินใจใช้อินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งเข้ามาช่วยจัดการการผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยในอนาคต

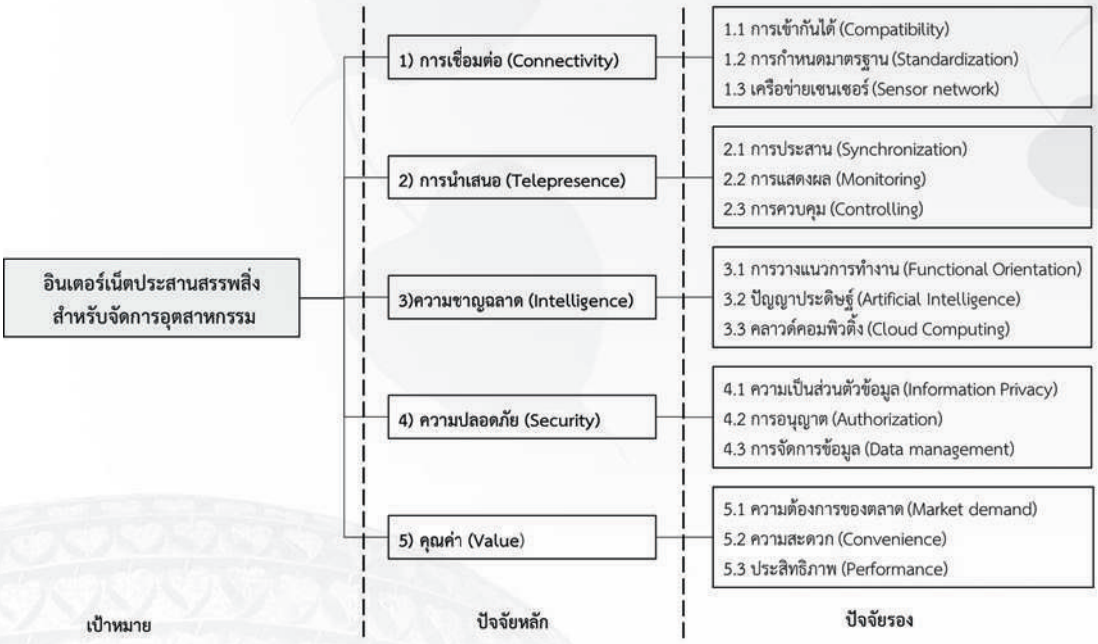
**ทบทวนวรรณกรรม**

Tharaka et.al (2018) ได้ศึกษาวิจัยความสามารถขององค์กรโดยพิจารณาจากผลกระทบของความสามารถของอินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งที่มีต่อมิติของการบูรณาการกระบวนการโซ่อุปทานและการเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทาน โดยศึกษาบริษัทค้าปลีกในออสเตรเลีย 227 แห่ง ด้วยการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่าความสามารถของอินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งมีผลในเชิงบวก

และมีนัยสำคัญต่อกระบวนการภายใน ลูกค้า และซัพพลายเออร์ ซึ่งส่งผลในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของโซ่อุปทานและประสิทธิภาพขององค์กร

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่ง**

ประกอบด้วย 5 ปัจจัยหลัก และ 15 ปัจจัยย่อย โดยแนวการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสามารถอธิบายโดยสรุปดังภาพที่ 1




**ภาพที่ 1 ปัจจัยอินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับการจัดการอุตสาหกรรม**

**1) การเชื่อมต่อ (Connectivity)**

องค์กรมีการสื่อสารอย่างต่อเนื่องระหว่างวัตถุอินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งและสิ่งอำนวยความสะดวก (Chang et al., 2014) การเชื่อมต่อประกอบด้วยความเข้ากันได้ การกำหนดมาตรฐาน เครือข่ายเซ็นเซอร์ (Hsu et al., 2016) อินเทอร์เน็ตเป็นศูนย์กลางการเชื่อมต่อของอุปกรณ์อัจฉริยะทั้งหมดและสามารถสร้างเครือข่ายอัจฉริยะตลอดโซ่คุณค่าไปยังเครื่องจักร ผลิตภัณฑ์ และระบบ (Katsma at el., 2011) การเชื่อมต่อและปฏิสัมพันธ์ระหว่างระบบ คน และเครื่องจักร นำไปสู่ระบบการผลิตที่เชื่อมต่อถึงกันมากขึ้น (Mourtzis et al., 2019) และการเชื่อมต่ออุปกรณ์และเครื่องจักรทางกายภาพ การรวมแอปพลิเคชันเข้ากับการเชื่อมต่อหรือการรวมซอฟต์แวร์หรือระบบฐานข้อมูล (Chen et al., 2008) สามารถอธิบายรายละเอียดปัจจัยย่อยดังนี้

1.1 ความเข้ากันได้ (Compatibility) เป็นการเชื่อมต่อของกิจกรรมการทำงานร่วมกัน โดยการซิงโครไนซ์ผ่านระบบด้วยการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่ง (Talib et al., 2020)

1.2 มาตรฐาน (Standardization) เป็นข้อกำหนดเบื้องต้นที่สำคัญในการแปลงข้อมูลเป็นดิจิทัล เนื่องจากการกำหนดมาตรฐานของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งเป็นก้าวสำคัญสำหรับการเชื่อมต่อ (Pham et al., 2018)

1.3 เครือข่ายเซ็นเซอร์ (Sensor Network) เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่มีแนวโน้มมากที่สุดสำหรับอนาคต (Aponte et al., 2018) เครือข่ายสามารถรวบรวมข้อมูลด้วยแอพพลิเคชั่นอุตสาหกรรมเพื่อแปลงข้อมูลที่เข้ากันได้เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างอุปกรณ์อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์และวัตถุ (Yoo, 2020)

**2) การนำเสนอ (Telepresence)**

การประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งจะมาพร้อมกับการนำเสนอที่สามารถปฏิบัติงานสะดวกและมีความน่าเชื่อถือ ช่วยให้พนักงานวางแผนและตัดสินใจในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Hoffman et al., 2015) การนำเสนอเป็นบริการหนึ่งภายในอุปกรณ์อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งที่ช่วยให้พนักงานหรือผู้บริหารในทุกระดับสามารถซิงโครไนซ์สถานการณ์ได้ในเวลาเดียวกันทั่วโลก และสามารถติดตามสถานการณ์ล่าสุดและควบคุมหรือดำเนินการตัดสินใจโดยความสะดวก (Ray, 2018)

2.1 การประสาน (Synchronization) หรือการซิงโครไนซ์ระบบการผลิตระหว่างระบบเสมือนจริงและระบบจริง ขึ้นอยู่กับข้อมูลจากเซ็นเซอร์และอุปกรณ์อัจฉริยะที่เชื่อมต่อและรายละเอียดข้อมูลแบบเรียลไทม์ (Garetti et al., 2012) การเชื่อมต่ออัตโนมัติช่วยให้สามารถซิงโครไนซ์ผ่านความสามารถในการทำงานของอินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่ง (Moayad et al., 2020) ช่วยปรับความต้องการการผลิตให้เหมาะสมที่สุด

2.2 การตรวจติดตาม (Monitoring) สามารถทราบสถานการณ์อย่างรวดเร็วสำหรับการติดตามแบบเรียลไทม์และการไหลของข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ (Moayad et al., 2020) การตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินการเร่งด่วนแบบเรียลไทม์และรวดเร็ว ผลลัพธ์ของการตรวจสอบเพื่อป้องกันเหตุการณ์บางอย่างหรือหลีกเลี่ยงความล้มเหลวของระบบที่อาจเกิดขึ้น (Ebrahim et al., 2019)

2.3 การควบคุม (Controlling) อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งควบคุมและตัดสินใจแบบไดนามิกตลอดจนการตรวจสอบและควบคุมกระบวนการผลิตแบบเรียลไทม์ (Keivanpour et al., 2019) ช่วยให้พนักงานในทุกระดับสามารถประสานสถานการณ์ได้ในเวลาเดียวกันและติดตามสถานการณ์ล่าสุด

**3) ความชาญฉลาด (Intelligence)**

อินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งช่วยให้อุปกรณ์สามารถตรวจสอบสภาพแวดล้อม สื่อสาร ระบุปัญหาและอาจแก้ไขปัญหาได้โดยไม่ต้องมีการแทรกแซงของมนุษย์ (Donovan et al., 2015)

3.1 การวางแนวการทำงาน (Functional Orientation) อุปกรณ์อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งเป็นผู้ช่วยในการทำงานสำหรับองค์กร (Wu et al., 2016) การเชื่อมต่ออุปกรณ์อินเทอร์เน็ตกับเครื่องจักรหรืออุปกรณ์ในอุตสาหกรรม พนักงานสามารถกำหนดแนวทางการทำงาน การตรวจสอบและการประมวลผลข้อมูลตลอดจนการวิเคราะห์เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาได้รวดเร็ว

3.2 ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) การผลิตอัจฉริยะที่ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ทางอุตสาหกรรมสมัยใหม่ เช่น ปัญญาประดิษฐ์เครื่องจักรอุตสาหกรรม ปัญญาประดิษฐ์ของข้อมูลขนาดใหญ่

ปัญญาประดิษฐ์ขั้นสูงแบบผสม และอื่นๆ (Zhang et al., 2020) ช่วยให้ผู้ผลิตสามารถตรวจจับและคาดการณ์ความจำเป็นในการบำรุงรักษาหรือการปิดระบบอัตโนมัติก่อนที่จะเกิดความล้มเหลวของอุปกรณ์ที่เป็นอันตราย

3.3 คลาวด์คอมพิวติ้ง (Cloud Computing) เป็นเทคโนโลยีหลักที่สนับสนุนในการผลิตอัจฉริยะที่ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการโดยการรวบรวมข้อมูลที่เชื่อมต่อกับเครื่องจักรหรืออุปกรณ์และเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ทำให้พนักงานหรือผู้บริหารสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลาแบบเรียลไทม์ (Zhong et al., 2015)

**4) ความปลอดภัย (Security)**

การสร้างความเชื่อมั่นในการจัดการข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นที่จะต้องรักษาความปลอดภัยของข้อมูล (Yan et al., 2014) จำเป็นต้องรักษาความปลอดภัยฟังก์ชันต่าง ๆ เช่น การตรวจสอบสิทธิ์ การอนุญาต ความเป็นส่วนตัว ความสมบูรณ์ของข้อความ ความสมบูรณ์ของเนื้อหา และความปลอดภัยของข้อมูล (Ray, 2018) ความปลอดภัยเป็นการป้องกันพนักงานและองค์กร เมื่อมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างแผนกรวมถึงความเป็นส่วนตัวของข้อมูล การจัดการข้อมูลและการอนุญาต (Chang et al., 2014)

4.1 ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (Information Privacy) ข้อมูลอุตสาหกรรมมีมูลค่าสูงมาก จากการคลิกเพียงครั้งเดียวอาจเป็นอันตรายต่อกระบวนการทั้งหมดของอุตสาหกรรม การจัดการข้อมูลแบบเรียลไทม์มีความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับและติดตามระบบเพื่อป้องกันเหตุการณ์บางอย่างหรือหลีกเลี่ยงความล้มเหลวของระบบที่อาจเกิดขึ้น (Gilchrist, 2016)

4.2 การอนุญาต (Authorization) เป็นการรักษาความปลอดภัย โดยแบ่งระดับของพนักงานและขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างส่วนงานต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงความเป็นส่วนตัวของข้อมูล (Chang, 2014) เป็นการอนุญาตให้ผู้ใช้ที่ได้รับอนุญาตค้นหาข้อมูลบางอย่างในฐานข้อมูลเมื่อจำเป็น

4.3 การจัดการข้อมูล (Data Management) ผลลัพธ์ของการจัดการข้อมูลแบบเรียลไทม์คือความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับและติดตามระบบเพื่อป้องกันเหตุการณ์บางอย่างหรือหลีกเลี่ยงความล้มเหลวของระบบที่อาจเกิดขึ้น (Gilchrist, 2016)

**5) คุณค่า (Value)**

เมื่ออุปกรณ์ที่เชื่อมต่อสามารถสื่อสารกันได้ การเชื่อมต่อของมนุษย์ ชิ้นส่วน และระบบ สร้างการเชื่อมต่อมูลค่าเพิ่มตามเวลานำแบบไดนามิกตลอดโซ่คุณค่า มีกระบวนการหลายอย่างที่เกิดขึ้นและเพิ่มมูลค่าในแต่ละขั้นตอน (Pang et al., 2012) มูลค่าการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งรวมไปถึงความต้องการของตลาดความสะดวกและประสิทธิภาพ (Dijkmana et al., 2015) ความสะดวกของพนักงานสามารถประหยัดเวลาและพลังงาน โดยใช้อุปกรณ์หรือผลิตภัณฑ์อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งในระหว่างกระบวนการทำงาน (Chang et al., 2014)

5.1 ความต้องการของตลาด (Market Demand) กิจกรรมทางด้านการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาลหรือแนวโน้มของตลาดหรือความผันผวนของความต้องการของตลาดหรือคำสั่งซื้อที่กำหนด (Ebrahim et al., 2019) อินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งนำไปใช้ในการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต พัฒนาผลิตภัณฑ์

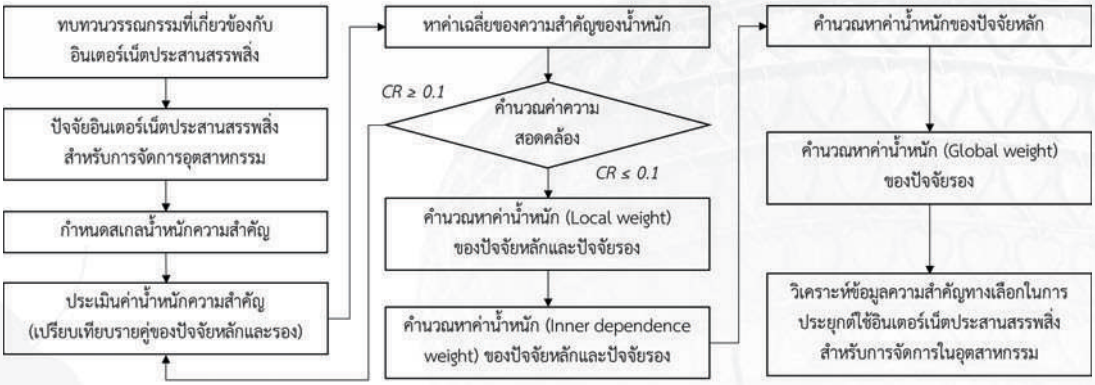
ประเภทต่าง ๆ หรือช่วยผู้บริหารตัดสินใจทางการตลาดที่เหมาะสม เช่น แนวโน้มความต้องการของลูกค้าที่ปรับเปลี่ยนไปตามฤดูกาล

5.2 ความสะดวก (Convenience) อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสามารถสร้างความสะดวกในการรวบรวมข้อมูลจากเครื่องจักรและอุปกรณ์ การใช้พลังงาน การใช้เครื่องจักร และอื่น ๆ จากแหล่งต่าง ๆ ( Bag et al., 2020) ความสะดวกในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลสามารถช่วยให้พนักงานสามารถจัดการงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและตัดสินใจได้รวดเร็ว (Lokshina et al., 2017)

5.3 ประสิทธิภาพ (Performance) ในการใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตัดสินใจแบบไดนามิกจากข้อมูลแบบเรียลไทม์ (Rezaei et al., 2017) เครือข่ายอินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตได้ (Zhuming et al., 2014) สามารถจัดการการใช้ไอทีเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการปฏิบัติงานขององค์กร (Chau et al., 1997) ข้อมูลสามารถสร้างรายงานการวิเคราะห์สถิติการใช้เครื่องจักรที่สามารถนำมาใช้ปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวม (Pater et al., 2003)

## กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยการบูรณาการเชิงวิเคราะห์อินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับการจัดการการผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยโดยมีกรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้าจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังแสดงภาพที่ 2




**ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย**

## วิธีการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้อินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งในสถานประกอบการผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มือแรกที่ผลิตสินค้าให้แก่ลูกค้า (1st Tier of Customer) จำนวน 720 บริษัท ใช้วิธีการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง (Yamane, 1967) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.1 ผู้วิจัยได้นำปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาพัฒนาเป็นแบบสอบถามและสอบถาม

ไปยังผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย จำนวน 88 ฉบับ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรแบบสโนว์บอลล์ (Snowball Sampling)

**2. การวิเคราะห์ข้อมูล**

จากโครงสร้างของปัจจัยการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับการจัดการผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์ไทยประเมินค่าความสำคัญของปัจจัยหลัก 5 ปัจจัยและปัจจัยย่อย 15 ปัจจัย เพื่อคำนวณค่าน้ำหนักของปัจจัยด้วยเทคนิคกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ การเปรียบเทียบความสำคัญของเกณฑ์ในการตัดสินใจ โดยกำหนดค่าสเกลน้ำหนักของปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยด้วยการเปรียบเทียบเกณฑ์ต่าง ๆ รายคู่ (Pairwise Comparison) ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบเพื่อกำหนดค่าน้ำหนักความสำคัญระหว่างเกณฑ์เป็นคู่ โดยหาค่าเฉลี่ยจากแบบสอบถามจำนวน 88 ฉบับ ผลจากค่าเฉลี่ยที่ได้นำมาทำการเปรียบเทียบรายคู่ทั้งหมดของปัจจัยหลักและปัจจัยย่อย โดยการประเมินหากค่า Consistency Ratio (CR) มีค่าต่ำกว่า 0.1 แสดงว่าการประเมินนั้นมีความสม่ำเสมอและผลที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือ การคำนวณค่า Consistency Ratio สามารถคำนวณได้จากสูตรดังต่อไปนี้ $CR = \frac{CI}{RI}$

โดยที่ $CI = \left( \frac{\sum_i C_i}{n} - n \right) / (n-1)$

ค่า RI ได้จากตาราง

| RI | 0.00 | 0.58 | 0.90 | 1.12 | 1.24 | 1.32 | 1.41 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| n | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |

**ผลการวิจัย**

ผลคำนวณหาค่าเฉลี่ยของค่าน้ำหนักสำคัญทั้งหมดดังแสดงในตารางที่ 1

**ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบรายคู่ของปัจจัยหลัก**

| Factors | Connectivity | Telepresence | Intelligence | Security | Value | Weight |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Connectivity | 0.215 | 0.147 | 0.214 | 0.227 | 0.312 | 0.2229 |
| Telepresence | 0.192 | 0.264 | 0.257 | 0.238 | 0.288 | 0.2479 |
| Intelligence | 0.189 | 0.156 | 0.156 | 0.186 | 0.121 | 0.1614 |
| Security | 0.161 | 0.298 | 0.218 | 0.157 | 0.062 | 0.1792 |
| Value | 0.243 | 0.135 | 0.155 | 0.192 | 0.218 | 0.1885 |

*CR: 0.06*

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของปัจจัยหลักในในการใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับการจัดการผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์พบว่าปัจจัยด้านการนำเสนอ (Telepresence) มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.79 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการเชื่อมต่อ (Connectivity) คิดเป็นร้อยละ 22.29 ปัจจัยด้าน

คุณค่า (Value) คิดเป็นร้อยละ 18.85 ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Security) คิดเป็นร้อยละ 17.92 และน้อยที่สุดคือปัจจัยด้านความชาญฉลาด (Intelligence) คิดเป็นร้อยละ 16.14 ตามลำดับ

**ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบรายคู่ของปัจจัยรองด้าน การเชื่อมต่อ (Connectivity)**

| Sub-Factors | Compatibility | Standardization | Sensor network | Weight |
|---|---|---|---|---|
| Compatibility | 0.580 | 0.307 | 0.313 | 0.4000 |
| Standardization | 0.110 | 0.269 | 0.484 | 0.2875 |
| Sensor network | 0.304 | 0.364 | 0.255 | 0.3078 |

*CR: 0.03*

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของปัจจัยรองด้านการเชื่อมต่อ (Connectivity) ในการใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับการจัดการผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์พบว่าปัจจัยด้านการเข้ากันได้ (Compatibility) มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านเครือข่ายเซ็นเซอร์ (Sensor network) คิดเป็นร้อยละ 30.78 และน้อยที่สุดคือปัจจัยด้านการกำหนดมาตรฐาน (Standardization) คิดเป็นร้อยละ 28.75 ตามลำดับ

**ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบรายคู่ของปัจจัยรองด้าน การนำเสนอ (Telepresence)**

| Sub-Factors | Synchronization | Monitoring | Controlling | Weight |
|---|---|---|---|---|
| Synchronization | 0.400 | 0.305 | 0.337 | 0.3471 |
| Monitoring | 0.201 | 0.312 | 0.362 | 0.2914 |
| Controlling | 0.399 | 0.383 | 0.302 | 0.3615 |

*CR: 0.07*

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของปัจจัยรองด้านการนำเสนอ (Telepresence) ในการใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับการจัดการผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์พบว่าปัจจัยด้านการควบคุม (Controlling) มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.15 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการประสาน (Synchronization) คิดเป็นร้อยละ 34.71 และปัจจัยด้านการควบคุม (Controlling) คิดเป็นร้อยละ 29.14 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบรายคู่ของปัจจัยรองด้าน ความชาญฉลาด (Intelligence)**

| Sub-Factors | Functional Orientation | Artificial Intelligence | Cloud Computing | Weight |
|---|---|---|---|---|
| Functional Orientation | 0.573 | 0.333 | 0.560 | 0.4888 |
| Artificial Intelligence | 0.123 | 0.355 | 0.159 | 0.2123 |
| Cloud Computing | 0.304 | 0.312 | 0.281 | 0.2989 |

*CR: 0.08*

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของปัจจัยรองด้านความชาญฉลาด (Intelligence) ในการใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับการจัดการผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์พบว่าปัจจัยด้านการวางแนวการทำงาน (Functional Orientation) มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.88 รองลงมาเป็นปัจจัยด้าน

คลาวด์คอมพิวติ้ง (Cloud Computing) คิดเป็นร้อยละ 29.89 และน้อยที่สุดคือปัจจัยด้านปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) คิดเป็นร้อยละ 21.23 ตามลำดับ

**ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบรายคู่ของปัจจัยรองด้าน ความปลอดภัย (Security)**

| Sub-Factors | Information Privacy | Authorization | Data Management | Weight |
|---|---|---|---|---|
| Information Privacy | 0.303 | 0.312 | 0.324 | 0.3131 |
| Authorization | 0.142 | 0.273 | 0.271 | 0.2288 |
| Data management | 0.555 | 0.415 | 0.405 | 0.4580 |

*CR: 0.05*

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของปัจจัยรองด้านความปลอดภัย (Security) ในการใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับการจัดการผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์พบว่าปัจจัยด้านการจัดการข้อมูล (Data management) มีความสำคัญมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.80 รองลงมาเป็นปัจจัยด้านความเป็นส่วนตัวข้อมูล (Information Privacy) คิดเป็นร้อยละ 31.31 และน้อยที่สุดคือปัจจัยด้านการอนุญาต (Authorization) คิดเป็นร้อยละ 22.88 ตามลำดับ

**ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยการเปรียบเทียบรายคู่ของปัจจัยรองด้าน คุณค่า (Value)**

| Sub-Factors | Market Demand | Convenience | Performance | Weight |
|---|---|---|---|---|
| Market Demand | 0.149 | 0.133 | 0.170 | 0.1505 |
| Convenience | 0.478 | 0.425 | 0.407 | 0.4364 |
| Performance | 0.373 | 0.442 | 0.424 | 0.4131 |

*CR: 0.08*

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของปัจจัยรองด้านคุณค่า (Value) ในการใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับการจัดการผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์พบว่าปัจจัยด้านจัยด้านความสะดวก (Convenience) คิดเป็นร้อยละ 43.64 มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาเป็นปัจจัยด้านประสิทธิภาพ (Performance) มีความสำคัญรองลงมา คิดเป็นร้อยละ 41.31 และน้อยที่สุดคือปัจจัยด้านความต้องการของตลาด (Market Demand) คิดเป็นร้อยละ 15.05 ตามลำดับ

**สรุปผลการวิจัย**

ในปัจจุบันการเปลี่ยนโฉมอุตสาหกรรม 3.0 สู่อุตสาหกรรม 4.0 ถือเป็นความท้าทายและเครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวคือ อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่ง [Internet of Things: (IoT)] สามารถปรับปรุงเครื่องจักรในสายการผลิตให้ทำงานโดยอัตโนมัติและปรับปรุงการจัดการการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น รวมทั้งลดต้นทุนในการผลิต อย่างไรก็ตามบริษัทที่ต้องเปลี่ยนไปสู่อุตสาหกรรม 4.0 จะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบเนื่องจากจำเป็นต้องมีการลงทุนเพิ่มเติม ดังนั้นจึงมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบริษัทต่าง ๆ ในการใช้เทคโนโลยี (IoT) สำหรับการจัดการกระบวนการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อให้มั่นใจว่าบริษัทจะได้รับประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงนี้ เช่น รายได้ กำไร ผลิตภาพ การลดต้นทุน และประสิทธิภาพ ในการศึกษานี้ ปัจจัยห้าประการที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมชิ้นส่วนยาน

ยนต์สำหรับการนำ เทคโนโลยี (IoT) มาใช้กับการเชื่อมต่อการจัดการการผลิต การสื่อสารทางไกล ระบบอัจฉริยะ ความปลอดภัย และมูลค่า ตามลำดับ การศึกษานี้เปิดเผยว่า การการนำเสนอ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้มีอำนาจตัดสินใจในผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เพื่อใช้ (IoT) สำหรับการจัดการการผลิต ในขณะที่การเชื่อมต่อ มูลค่า ความปลอดภัย และความชาญฉลาด มีความสำคัญตามลำดับ สำหรับความสำคัญของปัจจัยย่อย ห้าอันดับแรกประกอบด้วย ประสิทธิภาพ ทิศทางการทำงาน การจัดการข้อมูล การควบคุม และความเข้ากันได้ตามลำดับ ซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในการตัดสินใจใช้ (IoT) ในขณะเดียวกัน ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล คลาวด์คอมพิวติ้ง การอนุญาต ปัญญาประดิษฐ์ และความต้องการของตลาดมีอิทธิพลน้อยลงต่อผู้มีอำนาจตัดสินใจในการเลือก (IoT) เพื่อนำไปใช้กับการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ จากผลการศึกษาครั้งนี้ ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์สามารถใช้ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยเป็นเกณฑ์การคัดเลือกสำหรับการจัดหาอุปกรณ์อินเทอร์เน็ตหรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องให้กับ (IoT) เพื่อปรับปรุงการจัดการการผลิตตลอดจนผลการดำเนินงานของบริษัทในด้านการเงิน และประโยชน์ด้านการผลิต

**อภิปรายผลการวิจัย**

1) การนำเสนอ (Telepresence) เป็นปัจจัยสำคัญ (อับดับที่ 1) ในการตัดสินใจประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่ง โดยการนำข้อมูลจากส่วนงานต่าง ๆ ในกระบวนการผลิตเพื่อนำเสนอรายงานการติดตามผลการปฏิบัติงาน เช่น รายงานผลผลิตในแต่ละสายการผลิตเทียบกับแผนการผลิต ดัชนีชี้วัดความสามารถในการผลิต (Manufacturing KPI Dashboards) การเชื่อมโยงในการดำเนินงานของแต่ละหน่วยงานตลอดโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ตั้งแต่การสั่งซื้อวัตถุดิบจนถึงการบริการลูกค้า (Supply Chain Management Dashboards) การอนุมัติการตรวจรับชิ้นส่วนเพื่อเตรียมความพร้อมในการผลิต ข้อมูลด้านคุณภาพที่ไม่เป็นไปตามมาตราฐานที่กำหนด สามารถประเมินและติดตามรายงานการผลิตจริงกับเป้าหมาย ปัจจัยรองที่มีความสำคัญอันดับที่ 1 คือ การควบคุม (Controlling) เพื่อติดตามประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องแบบเรียลไทม์ทุกที่ทุกเวลา

2) การเชื่อมต่อ (Connectivity) เป็นปัจจัยสำคัญเป็นอับดับที่ 2 โดยกระบวนการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จะเป็นการผลิตแบบ Just-In-Time ดังนั้นจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการของสายการผลิตทั้งในด้านปริมาณ เวลา และคุณภาพ ในเวลาที่กำหนด การเชื่อมต่อจึงมีความสำคัญมากที่ต้องบูรณาการระบบเข้าด้วยกันเพื่อให้การทำงานไหลลื่นต่อเนื่อง เช่น การเชื่อมต่อเครื่องจักรและอุปกรณ์ในสายการผลิตให้เป็นระบบการผลิตแบบอัตโนมัติ การเชื่อมต่อเพื่อรายงานผลการดำเนินงานในสายการผลิต การเชื่อมต่อข้อมูลกับซัพพลายเออร์หรือลูกค้าที่ต้องใช้ระบบเดียวกันในการจัดการซัพพลายเชน (Supply Chain Management) การจัดการวัตถุดิบในคลังสินค้าเพื่อรับการแจ้งเตือนช่วยลดการขาดแคลนวัตถุดิบ การวางแผนความต้องการในการผลิตที่ต้องเชื่อมต่อกับระบบการสั่งซื้อของลูกค้า การส่งมอบชิ้นส่วนวัตถุดิบให้กับลูกค้าที่ต้องเชื่อมต่อระบบติดตามการขนส่ง และการเชื่อมต่อกับระบบประมวลผลข้อมูลเมื่อมีการจัดส่งเรียบร้อยแล้ว เป็นต้น (Hsu and Lin, 2016) ปัจจัยรองที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 คือความเข้ากันได้ (Compatibility) ชิ้นส่วน

ยานยนต์อาจจะผลิตจากซัพพลายเออร์ที่แตกต่างกัน ดังนั้นจำเป็นต้องเชื่อมโยงระบบให้เข้ากันได้ด้วยแพลตฟอร์มหรือแอพพลิเคชั่นเดียวกัน หรือหากมีความแตกต่างต้องมีจุดเชื่อมต่อที่สามารถแปลงระบบให้สามารถเชื่อมต่อเพื่อเข้าถึงกันได้ (Keyur et al., 2016)

3) คุณค่า (Value) เป็นปัจจัยสำคัญเป็นอับดับที่ 3 การสร้างมูลค่าในอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการติดตาม การบันทึก และการประมวลผลข้อมูล การแลกเปลี่ยนข้อมูลและแสดงข้อมูลเชิงลึกที่ช่วยให้สามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยทำให้องค์กรสามารถรับรู้การเชื่อมต่ออุปกรณ์ที่สามารถสื่อสารกันได้แบบไดนามิก เช่น การเชื่อมโยงข้อมูลจากซัพพลายเออร์กระบวนการผลิตที่ต้องอ้างอิงข้อมูลผ่านระบบเดียวกันทำให้ได้รับข้อมูลทั้งสองฝ่ายที่ตรงกันทำให้ลดปัญหาจากการติดต่อประสารงาน การจัดส่งที่ทันเวลาพอดีตลอดจนระบบโลจิสติกส์ด้วยการติดตามและวิเคราะห์การจัดส่งได้อย่างเหมาะสมทำให้ประหยัดค่าพลังงานและการบำรุงรักษา และการดำเนินงานที่รองรับความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลตลอดกระบวนการผลิตที่เชื่อมโยงกับกระบวนการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จากการเชื่อมโยงอุปกรณ์ติดตามและรายงานแสดงกระบวนการดำเนินงานในสายการผลิต ดังนั้นทำให้ต้นทุนในการดำเนินงานที่ลดลงและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในการดำเนินงาน กระบวนการผลิตมีความปลอดภัย และการตัดสินใจหรือการกำหนดเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมจากข้อมูลที่มีคุณภาพ และที่สำคัญสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (Gorecky et al., 2014) ปัจจัยรองด้านด้านความสะดวก (Convenience) มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 ช่วยให้พนักงานสามารถบริหารจัดการงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและตัดสินใจได้อย่างทันท่วงที

4) ความปลอดภัย (Security) เป็นปัจจัยสำคัญเป็นอับดับที่ 4 การผลิตชิ้นส่วนบางชิ้นส่วนเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจที่ต้องเก็บเป็นความลับเพื่อไม่ให้คู่แข่งสามารถลอกเลียนแบบ ดังนั้นการอนุญาตการเข้าถึงข้อมูลและการจัดการข้อมูล จำเป็นต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มั่นคงเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดข้อมูลรั่วไหลจากความผิดพลาดจากพนักงานหรือระบบ เช่น ข้อมูลการผลิตที่ต้องเชื่อมโยงกับเครื่องจักรและอุปกรณ์ และมีระบบป้องกันการถูกจารกรรมข้อมูลจากผู้ไม่ประสงค์ดี (Yan et al., 2014; Tao and Cheng, 2018) สำหรับปัจจัยรองด้านการจัดการข้อมูล (Data Management) มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 เนื่องจากข้อมูลในการอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มีการเปลี่ยนแปลงหรือการอัพเดพตลอดเวลา ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ต้องมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่เพียงพอและมีระบบปฏิบัติการที่สามารถจัดการข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อนำข้อมูลดังกล่าวพร้อมต่อการนำไปใช้งานได้ตลอดเวลา เช่น การตรวจสอบข้อมูลเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากกระบวนการผลิตจากซัพพลายเออร์หลายรายที่แตกต่างกันทั้งที่เป็นวัตถุดิบชนิดเดียวกัน หรือข้อมูลความสามารถของสายการผลิตที่แตกต่างกัน ทำให้สามารถเลือกสายการผลิตให้เหมาะสมกับสินค้า เป็นต้น ดังนั้นระบบจัดการข้อมูลส่วนกลางต้องมีความสามารถจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ การกรองข้อมูลการที่เป็นมาตรฐาน และสามารถจัดการข้อมูลให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับ (Mervat et. al., 2013)

5) ความชาญฉลาด (Intelligence๗ เป็นปัจจัยสำคัญเป็นอับดับที่ 5 ซึ่งความชาญฉลาดเกี่ยวข้องโดยตรงกับกระบวนการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ต้องอาศัยอินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งทำให้มีการโต้ตอบ

ระหว่างเครื่องจักรกับเครื่องจักรหรือเครื่องจักรกับมนุษย์เพื่อให้เกิดความเข้าใจในรูปแบบและพฤติกรรมการดำเนินงานที่ชาญฉลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน เช่น ความชาญฉลาดในการประเมินและวิเคราะห์ปริมาณการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในแต่ละสายการผลิตและหลายโมเดลชิ้นส่วนยานยนต์ที่ผลิตด้วยการเชื่อมโยงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระบบส่วนกลางเพื่อวัดประสิทธิภาพการผลิตตามแผนที่กำหนดและเทียบกับข้อมูลในอดีต ปัจจัยรองด้านการวางแนวการทำงาน (Functional Orientation) มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 1 ซึ่งการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่สามารถประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งจะช่วยวางแนวทางการทำงานหรือทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยส่วนตัวสำหรับองค์กร เช่น การเชื่อมต่อระบบ ERP ของแต่ละหน่วยในโซ่อุปทานเข้าด้วยกัน ทำให้สามารถวางโครงข่ายการทำงานได้อย่างชัดเจนในปฏิบัติงานและกิจกรรมร่วมกัน และช่วยให้เห็นกระบวนการไหลของงาน (Process Flow) ในโซ่อุปทานของการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ได้อย่างชัดเจนมากขึ้น หรือการบันทึกข้อมูลแบบอัตโนมัติหรือการตรวจสอบสถานะชิ้นส่วนยานยนต์จากซัพพลายเออร์และสายการผลิต ทำให้ทราบข้อมูลด้านปริมาณและคุณภาพในรอบเวลาการผลิต ช่วยในกระบวนการผลิตที่สมดุลและต่อเนื่องด้วยการนำข้อมูลจากสายการผลิตย่อยและข้อมูลวัตถุดิบที่มีอยู่มาบูรณาการวิเคราะห์ในการวางแผนการผลิตในสายการผลิตหลักได้อย่างรวดเร็วและสามารถลดเวลาในการสลับเปลี่ยนรุ่นโมเดลการผลิตและลดปัญหาการรอคอยชิ้นส่วนวัตถุดิบประกอบ หรือการวางแนวการทำงานติดตามชิ้นส่วนยานยนต์จากซัพพลายเออร์หรือลูกค้าโดยการเชื่อมต่ออินเตอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งในกระบวนการของระบบโลจิสติกส์ให้มีการติดตามวัตถุดิบได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จะใช้ระบบการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just in Time) ซึ่งให้ความสำคัญในการจัดส่งตามรอบที่กำหนด (Wu et al., 2017)

**ข้อเสนอแนะ**

การประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งสำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์สามารถดำเนินการในส่วนของการผลิต เนื่องจากส่วนการผลิตจะเป็นส่วนสำคัญหลักในการเชื่อมต่อกับโซ่อุปทานของการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เครื่องจักรต่างสายการผลิตจำเป็นที่จะต้องเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันเพื่อให้เกิดการทำงานที่สมดุลตลอดกระบวนการ ดังนั้นผู้ผลิตชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์จำเป็นต้องให้ความสำคัญในการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตประสานสรรพสิ่งเพื่อช่วยให้การดำเนินการผลิตชิ้นส่วนสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์มีประสิทธิภาพมากขึ้น

**บรรณานุกรม**

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. https://www.mict.go.th

วิจัยกรุงศรี. 2563. แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2563-65: อุตสาหกรรมรถยนต์. https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Hi-tech-Industries/Automobiles/IO/io-automobile-20

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). ยอดการผลิตรถยนต์ไทย. https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/z3059.aspx

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2560). อุตสาหกรรม 4.0 (Industry 4.0) แนวทางอุตสาหกรรมแห่งอนาคต. https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/industry-4-0

Ankit, A. (2019). ASPLOS '19: Proceedings of the Twenty-Fourth International Conference on Architectural Support for Programming Languages and Operating Systems April 2019 Pages 715–731. https://doi.org/10.1145/3297858.3304049

Aponte, L. J., Gómez, G. J., Gómez, B. F., Sánchez, R. M., Alcina, E. J., and Teixido, R. P. (2018). An Efficient Wireless Sensor Network for Industrial Monitoring and Control. *Sensors, 18*(2), 1-15. https://doi.org/10.3390/s18010182

Bag, S., and Pretorius, J. H. C. (2020). Relationships between industry 4.0, sustainable manufacturing and circular economy: proposal of a research framework. *International Journal of Organizational Analysis, 1*-35. https://doi.org/10.1108/IJOA-04-2020-2120

Chang, Y., Dong, X., and Sun, W. (2014). Influence of Characteristics of the Internet of Things on Consumer Purchase Intention. *Social Behavior and Personality: An International Journal, 42*(2), 321-320. https://doi.org/10.2224/sbp.2014.42.2.321

Chau, P. Y. K., and Tam, K. Y. (1997). Factors Affecting the Adoption of Open Systems: An Exploratory Study. *MIS Quarterly, 21*(1), 1-24. https://doi.org/10.2307/249740

Chen, D., Doumeingts, G., and Veradat, F. (2008). Architecture for enterprise integration and interoperability: past, present and future. *Computers in Industry, 59*(7), 647-659. https://doi.org/10.1016/j.compind.2007.12.016

Dijkmana, R.M., Sprenkelsa, B., Peeters, T., and Janssen, A. (2015). Business models for the internet of things. *International Journal of Information Management, 35*, 672-678. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.07.008

Donovan, P., Leahy, K., Bruton, K., and Sullivan, D. T. J. (2015). An industrial big data pipeline for data-driven analytics maintenance applications in large-scale smart manufacturing facilities. *Journal of Big Data, 2*(1), 1-26. https://journalofbigdata.springeropen.com/articles/10.1186/s40537-015-0034-z

Ebrahim, M., Baboll, A., and Rother, E. (2019). The evolution of world class manufacturing toward Industry 4.0: A case study in the automative industry. *IFAC Workshop on Intelligent Manufacturing Systems, 52*(10), 188-194. https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2019.10.021

Garetti, M., Rosa, P., and Terzi, S. (2012). Life Cycle Simulation for the design of Product–Service Systems. *Computers in Industry, 63*(4), 361-369. https://doi.org/10.1016/j.compind.2012.02.007

Gilchrist, A. (2016). Industry 4.0: The Industrial Internet of Things. 1st et. Edition, Kindle Edition.

Hagel, J., and Seely Brown, J. (2017). Shaping Strategies for the IoT. *Computer, 50*(8), 64-68. DOI: 10.1109/MC.2017.3001254

Hoffman, D. L., and Novak, T. P. (2015). Emergent Experience and the Connected Consumer in the Smart Home Assemblage and the Internet of Things. *SSRN Electronic Journal, 1*-152. DOI:10.2139/ssrn.2648786

Hsu, C.L., Lin, C.C. (2016). An empirical examination of consumer adoption of internet of things services: network externalities and concern for information privacy perspectives. *Computer in Human Behavior, 62*(1), 516-527. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.04.023

Katsma, C. P., Moonen, H. M., and Van, H. J. (2011). Supply Chain Systems Maturing Towards the Internet of Things: A framework. Proceeding of 24th Bled eConference eFuture Creating Solutions for the Individual. Organization and Society, 478-494. http://aisel.aisnet.org/bled2011/34/

Keivanpour, S., and Kadi, D. A. (2019). The Effect of "Internet of Things" on Aircraft Spare Parts Inventory Management. *IFAC-PapersOnLine, 52*(13), 2343-2347. https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2019.11.556

Keyur, K. P., and Sunil, M. P. (2016). Internet of Things-IOT: Definition, Characteristics, Architecture, Enabling Technologies, Application & Future Challenges. *International Journal of Engineering Science and Computing, 6*(5), 6122-6131. https://www.researchgate.net/publication/330425585_Internet_of_Things-IOT_Definition_Characteristics_Architecture_Enabling_Technologies_Application_Future_Challenges

Lokshina, I. V., Durkin, B. J., and Lanting, C. J. M. (2017). Data Analysis Services Related to the IoT and Big Data. *International Journal of Interdisciplinary Telecommunications and Networking, 9*(2), 37- 56. DOI:10.24251/HICSS.2017.533

Moayad, A. T., Melhem, W. Y., Anosike, A. I., Garza, R. J. A., Badeem S. P., and Kumar A. (2020). *Achieving resilience in the supply chain by applying IoT technology*. Procedia CIRP, 91, 752-757. https://doi.org/10.1016/j.procir.2020.02.231

Mourtzis, D., Fotia, S., Boli, N., and Vlachou, E., (2019). Modelling and quantification of industry 4.0 manufacturing complexity based on information theory: a robotics case study. *International Journal of Production Research, 57*(22), 6908-6921. DOI:10.1080/00207543.2019.1571686

OICA. (2019). International Organization of Motor Vehicle Manufacturers. https://www.oica.net/category/production-statistics/2019-statistics/

Pang, Z., Chen, Q., Han, W., and Zheng, L. (2012). Value-centric design of the internet-of-things solution for food supply chain: Value creation, sensor portfolio and information fusion. *Information Systems Frontiers, 17*(2), 289-319. DOI:10.1007/s10796-012-9374-9

Pater, A., and Van, G. A. (2003). Stimulating Ethical Decision-making in a Business Context: Effects of Ethical and Professional. *European Management Journal, 21*(6), 762-772. https://doi.org/10.1016/j.emj.2003.09.016

Pham T.M.L., Wen H.L., Chiung W.H., Fang Y.S. (2018). Fuzzy AHP analysis of Internet of Things (IoT) in enterprises. *Technological Forecasting & Social Change, 136*, 1-13. DOI:10.1016/j.techfore.2018.08.016

Qureshi, K. N., Din, S., Jeon, G., and Piccialli, F. (2020). Link quality and energy utilization based preferable next hop selection routing for wireless body area networks. *Computer Communication, 149*, 282-392. https://doi.org/10.1016/j.comcom.2019.10.030

Ray, P. P. (2018). A survey on Internet of Things architectures. *Journal of King Saud University – Computer and Information Sciences, 30*(3), 291-319. https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2016.10.003

Rezaei, M., Akbarpour Shirazi, M., and Karimi, B. (2017). IoT-based framework for performance measurement. *Industrial Management & Data Systems, 117*(4), 688-712.

Saaty, T.L. (1980). The analytic hierarchy processes. McGraw-Hill, New York.

Sahay, B. S. and Ranjan, J. 2008, Real time business intelligence in supply chain analytics. *Information Management & Computer Security, 16*(1), 28-48. https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2016-0331

Tao, F., Cheng, J., and Qi, Q. (2018). IIHub: An Industrial Internet of Things Hub Toward Smart Manufacturing Based on Cyber-Physical System. *IEEE Transactions on Industrial Informatics, 14*(5), 2271-2280. DOI: 10.1109/TII.2017.2759178

Talib, A. M., Melhem, W. Y., Anosike, A. I., Garza Reyes, J. A., Nadeem, S. P., and Kumar, A. (2020). *Achieving resiliencein the supply chain by applying IoT technology*. Procedia CIRP, 91, 752-757. https://doi.org/10.1016/j.procir.2020.02.231

Tharaka, D. V. G., Himanshu, S., and Shah J. M. (2018). Internet of Things for improving Supply Chain Performance: A Qualitative study of Australian retailers. ACIS 2018 Proceedings. 90. https://aisel.aisnet.org/acis2018/90

Wu, J., Chen, J., Dou, W. (2016). The Internet of Things and interaction style: the effect of smart interaction on brand attachment. *Journal of Marketing Management, 33*(1), 61-75. DOI:10.1080/0267257X.2016.1233132

Yan, Z., Zhang, P., and Vasilakos, A. V. (2014). A survey on trust management for Internet of Things. *Journal of Network and Computer Applications, 42*, 120-134. https://doi.org/10.1016/j.jnca.2014.01.014

Yamane, Taro. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis. 2nd Edition*, New York: Harper and Row.

Yoo S. E., and Kim T. (2020). Industrial Wireless Sensor Networks: Protocols and Applications. *Sensors, 20*(20), 5809. https://doi.org/10.3390/s20205809

Zhang, X. and Ming X. (2020). An implementation for Smart Manufacturing Information System (SMIS) from an industrial practice survey. *Computers & Industrial Engineering, 151*, 1-31. https://doi.org/10.1016/j.cie.2020.106938

Zhuming, B., Li D. X., and Chengen, W. (2014). Internet of Things for Enterprise Systems of Modern Manufacturing. *IEEE Transactions on Industrial Informatics, 10*(2), 1537-1546. DOI: 10.1109/TII.2014.2300338

# Impact of Value Perceptions on Purchase Intentions of Luxury Handbags in Thailand

Songporn Hansanti
Department of Marketing, Faculty of Business Administration Kasetsart University
50 Ngam Wong Wan Rd, Lat Yao Chatuchak Bangkok 10900
E-mail : fbusspha@ku.ac.th

## Abstract

This research aims to investigate the impact of value perceptions on purchase intentions of the Thai's luxury handbags with three purposes. The first objective aims to study the impact of social value perceptions on purchase intentions of luxury handbags. The second objective aims to assess the impact of personal value perceptions on purchase intentions of luxury handbag. The third objective aims to investigate the impact of Functional value perceptions on purchase intentions of luxury handbags.

Sample size of this research were 223 samples and have purchased and utilized of luxury handbags. The questionnaire was distributed online based on convenience basis and have one screening question. Structural equation model (SEM) was developed to analyze the results of the research.

The results from conceptual model by SEM shown that goodness-to-fit (GIF) indices in the structural equation model were significantly accepted with CMIN/DF = 1.388, RMR = 0.034, GFI = 0.906, TLI = 0.965, IFI = 0.970 and CFI = 0.970. Therefore, the three hypotheses are accepted. Consequently, social value perceptions significantly influence purchase intentions. Personal value perceptions significantly influenced purchase intentions. Lastly, functional value perceptions insignificantly have impact on purchase intentions of luxury handbag.

**Keywords :** Luxury Brand Value Perception, Purchase Intentions, Personal Influences, Luxury Handbag

## Introduction

The concept of luxury has been widely discussed among researchers. Luxury has been defined as refined enjoyment of elegance of desirable things (Goody, 2006). Chattalas

Received Revised Accepted
2 กุมภาพันธ์ 2565 / 18 เมษายน 2065 / 10 มิถุนายน 2565
2 February 2022 / 18 April 2022 / 10 June 2022

and Skukla (2015) identified luxury products as a purchase of pleasure and comfort which are expensive to acquire. Nueno and Quelch (1988) characterized luxury products compose of six elements, including; high standard quality, high price, uniqueness, aesthetics, heritage and history. Weidmann et al. (2007) added that luxury goods depend on high subjective, situation contingent, individual needs and experiences of the consumers.

In terms of value perception, Vigneron and Johnson (1999) argued that various values, for instance; social and personal perceptions have great impact on the purchase intension of luxury goods. Similarly, Sumbly and Siraj (2019) argued that social, personal and functional value has a great impact on consumers' purchase intention of luxury products. In sum, the value perception including three factors, namely; social, personal and functional value have strong influence on the purchase intention of luxury goods (Dubois and Duquesne, 1993; Hendings et al., 2012). Han et al. (2010) define luxury handbags designed by well-known designers with high level of quality, price, and social-status and symbolic band name, which are sold for exclusive customers.

There are numbers of research paper have explored the effect of value perception on purchase intention. Abrar et al. (2019) studied personal ad social perception impact on purchase in luxury clothing. A study by Wiedmann and Hennigs (2007) found that consumers' value perception have impact on purchase of luxury products across difference cultures. However, none of research studies have explored on the impact of value perception of luxury goods in Thailand.

The luxury products in Thailand compose of handbags, cars, clothing, hand watches and jewelry (Economitor, 2021). According to Kadam and Deshmuk (2020) argued that the luxury handbags have highest revenue among others luxury products with market value was 58 billion dollars in 2018, 67 billion dollars in 2019 and 71 billion dollars in 2020. Similarly, the luxury handbags in Thailand also have the highest market others than other luxury products. Statista (2020) and Economitor (2021) reported that the luxury handbags in Thailand was value at 368 million baht in 2019 and rose to 374 million baht in 2020. Hence, this study examines the impact of value perception on purchase intention of luxury handbags in Thailand. (Yoo and Lee, 2009).

**Objective of the research**

This research aims to study the impact of the three value perceptions on the Thai's consumers purchase intension luxury handbags with the following objectives:

1. To explore the impact of social value perceptions on purchase intension of luxury handbags.
2. To assess the impact of personal value perceptions on purchase intension of luxury handbags.
3. To investigate the impact of functional value perceptions on purchase intension of luxury handbags.

**Literature Review**

This section will review literature in regards to value perception on the purchase of luxury goods, underlying three elements, namely; social, personal and functional value perception. Concept of purchase intensions will be also discussed.

**Social Value Perceptions**

The concept social value focuses on the individual consumption that tented to act according to his or her on interest (Kapferer, 1997). Consumers always purchase particular product in accordance to social group they belong to (Wiedmann et al., 2009). In other words, consumers' behavior are subject to the pressure so their social reference group and norms. The consumption of luxury goods rely mostly on social satisfaction (Shukla, 2012). Most consumers' acquire luxury goods to gain social prestige as well as enhance social status (Zhan and He, 2012). Similarly, Vigneron and Johnson (2004) added that the purchase of luxury goods have certainly related to social functions. Social functions refer to as individual purchase products or services that reflex their status among their peers (Kim, 1998). Hence, consumers make purchase of luxury goods or services to strengthen their social status, recognition and acceptance among their own social groups. This leads to the purchase decision of conspicuousness and prestige value, which in turn affecting the evaluation in purchasing luxury goods.

**Personal Value Perceptions**

Consumers' personal value perception always involve prior to make purchase of luxury products, including, the symbolic benefit of the brand, hedonic experience and personal motives (Shukla, 2012). Furthermore, the enjoyable experience from previous products

utilization and coupled with product image and personal tastes have certainly impact on the purchase decision of luxury products (Tsai, 2005). Wong and Ahuvia (1995) argued that most of consumers are purchasing luxury products due to personal value perception with hedonic experience and symbolic benefits. Therefore such benefits have contributed to consumption of luxury goods. Self-oriented consumers are seeking luxury products that can satisfy themselves as well as appearance to others (Wiedmann et al., 2009). Self-oriented consumers are contrasting of between achieving self-pleasure and self-image (Tsai, 2005). Hendings et al. (2012) argued that personal value perception has great impact in purchasing luxury products as a result from both personal use and enhancing personal appearance and social status.

**Functional Value Perceptions**

The functional value of luxury products refers to some particular luxury factors that can pursue the customers' to purchase, for instance, quality, uniqueness, trust brand name and durability (Seth et al. 1991). The functional value is main distingue luxury products from non-luxury products (Vickers and Renand, 2003). The functional value of luxury products include their attributes, high quality, durability and brand name (Shukla, 2008). Wiedmann et al. (2009) concluded that consumers anticipate the luxury products to be usable with high quality and brand differentiation. On the contrary, Han et al. (2010) argued that only the usability of luxury product is the most important factor affecting consumers' purchases. While, Shukla (2012) added that high quality of the luxury product itself is extremely essential for the consumers' consumptions. The high quality may include hand-made luxury product that contributes to excellent quality, enhance brand value and durability (Hendings et al., 2012).

**Purchase Intentions**

Purchase intention is refer to an individual's intention to buy particular product or service (Wong and Ahuvia, 1998). Ultimately, purchase intention derived from the previous purchased of the product, the purchase consideration process becomes less complex (Seth et al., 1991). Luxury brand name product and attitude have directs effect to consumers' purchase intention (Kim and Ko, 2010). Vickers and Renand (2003) suggested that the attributes of luxury products are the key factor contributed to consumers' purchase intention. Generally, consumers' intention to purchase particular brand name involve a comparison of various brand prior to make the actual purchase (Schiffman and Kanuk, 2000). The purchase of luxury product occurs when the consumers are satisfy with attributes, features and brand name of the product (Han et al., 2010). A study by Hendings et al. (2012) concluded that perceived

value and durability of the products can resulted in purchase intention. On the other hand, Shukla (2012) argued that consumers are beware of risks associated with intention to purchase luxury product. Thus, high decision involvement are necessary for consumers' intention to purchase luxury product (Han et al., 2010).

**Hypotheses Development and Conceptual Framework**

According to the literature review, the conceptual framework of the study is development upon theories of luxury value perceptions, including social, personal and functional value and purchase intention. The conceptual framework is as follows:

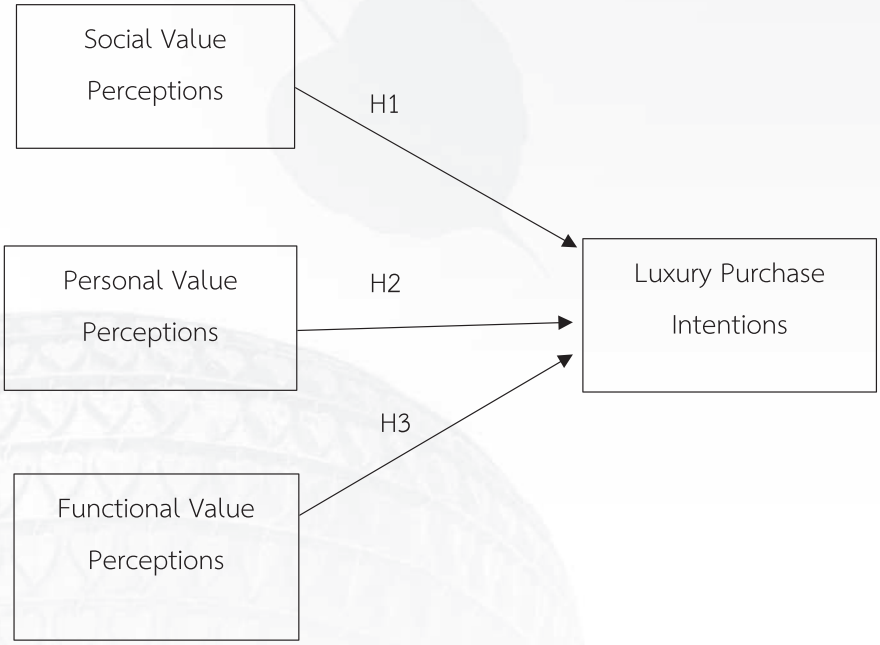



**Figure 1 Proposed Conceptual Framework of Luxury Purchase Intension Adapted from Wong and Ahuvia (1998, p. 425), Wiedmann et al. (2009, p.16)**

**Social Value Perceptions and Purchase Intentions**

Social values are refer to as the sense of belongings to society where the individual live (Wang and Waller, 2006). Social status has strong influences on consumers' purchase intention of luxury products (Podoshen et al., 2011). Consumers' intentions to purchase of luxury products are longing to be accepted to prestige social group (Hendings et al., 2012). Social value is strong motivation behind any purchase intentions that consumers make (Han

et al., 2010). Dawar and Parker (1994) suggested that consumer's social status has direct effect on purchase decision of luxury goods. Tsai (2005) added that consumers' purchase intention of luxury products often rely on two reasons, namely, self-reward and wealthy status. The perceived social value would definitely impact on consumers' purchase decision of luxury products in order to meet social standards (Nia and Zaichkowsky, 2000). Therefore, this study proposed that:

H1: Social value perceptions have positive impact on purchase intentions of luxury handbag.

**Personal Value Perceptions and Purchase Intentions**

Personal values contribute to individuals behaviors as a result from their own values (Tidwell and Dubois, 1996). Personal-oriented consumers are highly motivate by individuals taste (O'Cass and McEwen, 2004). Individuals perceived personal value have direct impact on luxury purchase intention (Goldsmith et at., 1999). Additionally, there are both the internal and external factors have strong impact on intention to purchase of luxury products (Marcoux et al., 1997). Tsai (2005) explained that the internal factor is hedonic, while external factor is materialism. Consumers purchase intentions of luxury goods rely on personal hedonic or personal pleasure (Lim and O'Cass, 2001). Furthermore, Hendings et al. (2012) added that consumers are materialize, may has a tendency of material possessions and physical comfort as more important than spiritual values that effect on purchase intentions of luxury goods. Therefore, this study proposed that:

H2: Personal value perceptions have positive impact on purchase intentions of luxury handbag.

**Functional Value Perceptions and Purchase Intentions**

Consumers often consider functional value prior to purchase of luxury goods for their quality and uniqueness value (Wiedmann et al., 2009; Shukla, 2012). In the world of luxury, consumers concern both quality and price in purchasing luxury goods (Wiedmann et al., 2007). Generally, luxury brands are more expensive than consumers' brands due to their premium quality (Shukla, 2012). Perceived function of luxury product have positive impact on consumers' purchase intentions in terms of quality (Wiedmann et al., 2007). Consumers considered the quality of luxury products as their premium pricing (Shukla, 2012). Therefore, this study proposed that:

H3: Functional value perceptions have positive impact on purchase intentions of luxury handbag.

**Measurement Instruments**

The questionnaire used in this study referenced literatures in the previous section and consists four parts, namely, social value perceptions, personal value perceptions, functional value perceptions and luxury purchase intentions. The study develops questions of social value perceptions from Dawar and Parker (1994) Nia and Zaichkowsky (2000) Podoshen et al, (2011). The scale of personal value perceptions followed questionnaire by Tidwell and Dubois (1996)

Goldsmith et al. (1999) and Lim and O'Cass (2001). For functional value perceptions, the questionnaire and scale bases on Wiedmann et al. (2007), Wiedmann et al. (2009) and Shukla (2012). Lastly, questions of luxury purchase intentions are adapted from the study by Wong and Ahuvia (1998), Schiffman and Kanuk (2000) and Kim and Ko (2010) (see Table 1).

**Table 1 Construct of Questionnaire**

| Construct | Items | Sources |
|---|---|---|
| Social Value Perceptions (SV) | SV1 I use luxury handbag to impress others<br>SV2 I feel prestige by owning luxury handbag<br>SV3 I would buy luxury handbag because of status<br>SV4 I would pay luxury handbag because of status<br>SV5 The status of luxury handbag relevant to me | Dawar and Parker (1994)<br>Nia and Zaichkowsky (2000)<br>Podoshen et al, (2011) |
| Personal Value Perceptions (PV) | PV1 Owning luxury handbag makes you happy<br>PV2 I would buy luxury handbag to enhance image<br>PV3 I would buy luxury handbag to make me a fashion leader<br>PV4 I would buy luxury handbag to ease your problems<br>PV5 I feel excitement when you are going to buy luxury handbag | Tidwell and Dubois (1996)<br>Goldsmith et at. (1999)<br>Lim and O'Cass (2001) |

**Table 1 Construct of Questionnaire** (continued)

| Construct | Items | Sources |
|---|---|---|
| Functional Value Perceptions (FV) | FV1 I am very attracted to the unique of luxury handbag<br>FV2 I am likely to bay a unique luxury handba<br>FV3 I dislike luxury handbag that easy to buy<br>FV4 The quality of luxury handbag is important to me<br>FV5 The durability of luxury handbag is important to me | Wiedmann et al. (2007)<br>Wiedmann et al. (2009)<br>Shukla (2012) |
| Luxury Purchase Intentions (PI) | PI1 I will shop luxury handbag in the near future<br>PI2 I have strong possibility to purchase luxury handbag<br>PI3 I'm likely to purchase luxury handbag<br>PI4 I likely the unique luxury handbag<br>PI5 have high intention to purchase luxury handbag soon | Wong and Ahuvia (1998)<br>Schiffman and Kanuk (2000)<br>Kim and Ko (2010) |

**Research Design and Methodology**

This study deploys quantitative questionnaire survey as research instrument to test on the conceptual framework and the three proposed hypotheses. Operational definition of luxury handbag refer to as the private designers of luxury handbags with symbolic design and band marks and associated with high quality, high status and high price for exclusive consumer (Han et al., 2010), with the minimum price of 1,000 U.S. Dollar (Mohd et al., 2016). The questionnaire composes to four parts. Prior to proceed to the questionnaire, there will be one screening question to qualify the respondents to ensure the accuracy of the research results (Tynan et al., 2010). The screening of respondents involve question regarding the previously purchased luxury handbag with the minimum value of 1,000 U.S. dollars (Mohd et al, 2016), based on exchange rate on the 9th of June, 2021 (Bank of Thailand) equivalent to approximate 31,387 Thai Baht and The first part of questionnaire is demographic detail and prefer favorite brand luxury choices of the respondents. The second part, the respondents will be asked to evaluate the impact of social value perceptions against their purchase

intentions of luxury handbag. The third part, the respondents will have to determine whether personal value perceptions have impact of their purchase intentions of luxury handbag. The last part of questionnaire, the respondents will be asked to assess whether the functional perceive values have impact on the purchase of luxury handbag. All questions in part two to four are the Likert scale of 1-5, rating from strongly disagree to strongly agree, respectively.

**Population and Data collection**

The proposed population of this study are Thai who are owing at least one luxury handbag. Sample size is calculated on ratio basis of 10 to 1 per indicator (O'Cass, 2004). Thus, this study composes of 20 indicators and the samples of the study are at least 200 respondents in order to conduct the Structural equation modeling (SEM) (Zheng et al., 2013). Instrument of this study is questionnaire survey with one screening question and were distributed online to individual who owned or purchased of luxury handbag before. The convenience sampling method and based on non-probability was used to collect the data. The questionnaire consisted items of Likert scale which is based on five anchors indicates the respondents agree with those questions. The scale of the questionnaire ranged from strongly agree, agree, neutral, disagree and strongly agree. The study adopted to total of 223 respondents which were deployed to conduct the research.

**Data Analysis**

This study has taken various quantitative approaches. Descriptive statistics deployed to analyze demographic factors of the respondents. The structural equation modeling (SEM) is the most reliable research data analysis in social science studies (Hair et al., 2006; Kline, 2010). Thus, the study deploys SEM to explore the proposed model of luxury handbag's purchase intentions. The evaluation of the goodness-of-fit of the research model is developed to summarize the discrepancy between observed values and the values expected under the model in question. In other words, measures of goodness of fit typically summarize the discrepancy between observed values and the values expected under the model in question. According to Watkins (2018), correlation coefficient matrix is deployed to measure the best used of all variables that demonstrate a linear relationship between each other. The confirmatory factors analysis (CFA) is conducted to measurement model quantitatively which defines the relationships between observed indicators and latent variables (Huber-Carol et al, 2002). Hypotheses testing and the SEM model verification of the study are also developed.

## Research Result

### Descriptive Findings

The composition of 223 respondents were 62.37% female and 32.27 male. Age range of were 45.45% for 45-54 years of age, 29.55% for 55 and above, 15% for 35-44 year of age and 10% for 25-34 years of age. In terms of income levels, the majority of respondents earn monthly income of 70,001- 100,000 baht for 45%, 100,001-130,000 baht for 30% and 40,000-70,000 baht for 25%. In terms of luxury handbag experiences, the respondents have previously purchased Louis Vuitton for 43.45% (156 handbags), Gucci for 24.32% (87 handbags), Channel for 12.81% (46 handbags), Hermès for 11.98% (43 handbags) and 7.52% (27 handbags) for Dior. In other words, the total of 359 luxury handbags owned by 223 respondents, implying that some respondents have purchased more than one luxury handbags previously.

### Quantitative Findings

This research employed the Structural equation modeling (SEM) to analyze the proposed model. Amos software was utilized to analyze the data and to determining the goodness-of-fit to test to on how well sample data fit a distribution from a population with a normal distribution. The evaluation indices for goodness-of-fit of the overall model revealed that CMIN/DF =1.388, GFI = 0.906, IFI = 0.970, CFI = 0.970, TLI = 0.965 RMR = 0.034 and RMSEA = 0.04. The overall model goodness-of-fit is relevant because all of the measurements meet the standard evaluation requirements of Schumacker and Lomanx (2004), Kline (2011) and Hair et al. (2019).

**Table 2 Correlation coefficient matrix and the square roots of average variances extracted**

| Construct (Latent Variables) | items | CR | AVE | Discriminate Validity | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | SV | PV | FV | PI |
| SV | 5 | 0.848 | 0.532 | **0.730** | | | |
| PV | 5 | 0.841 | 0.516 | 0.183 | **0.719** | | |
| FV | 5 | 0.840 | 0.535 | 0.135 | 0.087 | **0.732** | |
| PI | 5 | 0.834 | 0.502 | 0.570 | 0.501 | 0.135 | **0.709** |

*AVE = average Varianes extracted, CR = Composite reliability; SV = Social Value Perceptions, PV = Personal Value Perceptions, FV = Functional Value Perceptions, PI = Purchase Intention, Note: Off-diagonal elements are the latent variable correlations. The square root of AVE values is shown on the diagonal

Correlation coefficient matrix is conducted to ensure the validity of the indicators, the confirmatory factor analysis (CFA) was conducted to test whether measures of a construct are consistent with a researcher's understanding of the nature of that construct (or factor) and valid to develop the model of this research. According to Watkins (2018), correlation coefficient matrix holds that all items reliability of latent variable greater than 0.60 and the Z-value demonstrates that all variables have achieved a significance correlation between the manifest variables and latent variables (see Table 2).

Table 2 demonstrated the extract of the correlation coefficient matrix and the square roots of average variances by which the average variance extracted (AVE) of all variable were greater than 0.50 which is acceptable (Hair et al., 2010). Moreover, the square roots of average variances of the AVE of all latent variables were greater than correlation coefficients between variable, therefore, the manifest and latent variable were valid.

Confirmatory factor analysis (CFA) is conducted to test whether the data fit a hypothesized measurement of the proposed model. This hypothesized model is based on theory and measure all variables with factor loading or standardized regression weights have to surpass 0.60 (Hair et al., 2010). Social value perceptions (SV) indices are beyond 0.6 (0.689, 0.675, 0.739, 0.702, and 0.632). Similarly, the measurement of personal value perceptions (PV) indices are 0.575 0.989 0.560 0.426 and 0.922. However, the indices of functional value perceptions (FV) are 0.575 0.989 0.560 0.426 and 0.922 which are blow the standard measurement of CFA which deploy to evaluate the reliability and measure of endogenous latent variables of all indices which are determined by the Squared Multiple Correlations (SMC). Observed variable of sv1 sv2 sv3 sv4 and sv5; yield endogenous latent variable of SV by 47.5%, 45.5%, 54.7%, 49.3%, and 39.9%. While, observed variable of pv1 pv2 pv3 pv4 and pv5; indicates 47.5%, 45.5%, 54.7%, 49.3% and 39.9% of yield endogenous latent variable. Finally, observed variable of fv1 fv2 fv3 fv4 fv5; resulted in endogenous latent variables of FV at 33.0%, 97.9%, 31.4%, 18.1%, and 85.1%, respectively (see Table 3).

Table 3 Confirmatory factor analysis of the measurement model

| Construct | Items | Significant test of estimated parameters | | | | Item reliability | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Unstandardized | SE | Z | *p* | Standardized | SMC |
| SV | sv1 | 1.140 | .095 | 12.019 | * | .689 | .475 |
| | sv2 | 1.072 | .137 | 7.835 | * | .675 | .455 |
| | sv3 | 1.107 | .141 | 7.842 | * | .739 | .547 |
| | sv4 | 1.319 | .145 | 9.110 | * | .702 | .493 |
| | sv5 | 1.000 | - | - | | .632 | .399 |
| PV | pv1 | .895 | .094 | 9.506 | * | .629 | .396 |
| | pv2 | 1.046 | .127 | 8.267 | * | .642 | .412 |
| | pv3 | 1.148 | .121 | 9.529 | * | .759 | .576 |
| | pv4 | 1.204 | .122 | 9.907 | * | .814 | .663 |
| | pv5 | 1.000 | - | - | | .688 | .473 |
| FV | fv1 | .647 | .065 | 9.934 | * | .575 | .330 |
| | fv2 | 1.138 | .047 | 24.221 | * | .989 | .979 |
| | fv3 | .573 | .060 | 9.604 | * | .560 | .314 |
| | fv4 | .492 | .072 | 6.799 | * | .426 | .181 |
| | fv5 | 1.000 | - | - | | .922 | .851 |
| PI | pi1 | 1.000 | - | - | - | .685 | .470 |
| | pi2 | .914 | .094 | 9.688 | * | .705 | .497 |
| | pi3 | .928 | .099 | 9.404 | * | .697 | .486 |
| | pi4 | .979 | .099 | 9.862 | * | .764 | .583 |
| | pi5 | .953 | .104 | 9.133 | * | .689 | .475 |

*SV = Social Value Perceptions, PV = Personal Value Perceptions, FV = Functional Value Perceptions, PI = Purchase Intention, SMC = Squared Multiple Correlations Note: Model goodness-of-fit indices.

As shown in Table 3, latent variables of luxury value perceptions in terms of social value perceptions (SV) indicated the following component variables; S3 (I would buy luxury handbag because of status) with path coefficient of 0.739, S4 (I would pay luxury handbag because of status) with 0.702, 0.689 for S1 (I use luxury handbag to impress others), S2 (I feel

prestige by owning luxury handbag) with 0.675, S5 (The status of luxury handbag relevant to me) has the least path coefficient of 0.632.

Latent variables of luxury value perceptions for personal value (PV) perceptions can be explained by path coefficient as the following order; 0.8145 for P4 (I would buy luxury handbag to ease your problems), 0.8145 for P4 (I would buy luxury handbag to ease your problems), 0.759 for P3 (I would buy luxury handbag to make me a fashion leader, 0.688 for P5 (I feel excitement when you are going to buy), 0.642 for P2 (I would buy luxury handbag to enhance image) and 0.629 for P1 (Owning luxury handbag makes you happy).

On the contrary, latent variables of luxury value perceptions for functional value perceptions have no path coefficient. In terms of purchase intentions (PI), component variables are interpreted by path coefficient with priority for PI4 (I likely the unique luxury handbag) with 0.764, .705 for PI2 (I have strong possibility to purchase luxury handbag), PI3 (I'm likely to purchase luxury handbag) with .697, PI5 (I have high intention to purchase luxury handbag soon) with .689. Lastly, PI1 has minimal path coefficient of .685 (I will shop luxury handbag in the near future

**Hypotheses Testing**

The study formulated SEM by utilizing Amos to test the threes hypotheses. Moreover, the study deployed the method of maximum likelihood estimates to evaluate the study's path values and to test hypotheses to the extent that they have obtained a level of significant (see Table 4).

**Table 4 Hypotheses test of the research model**

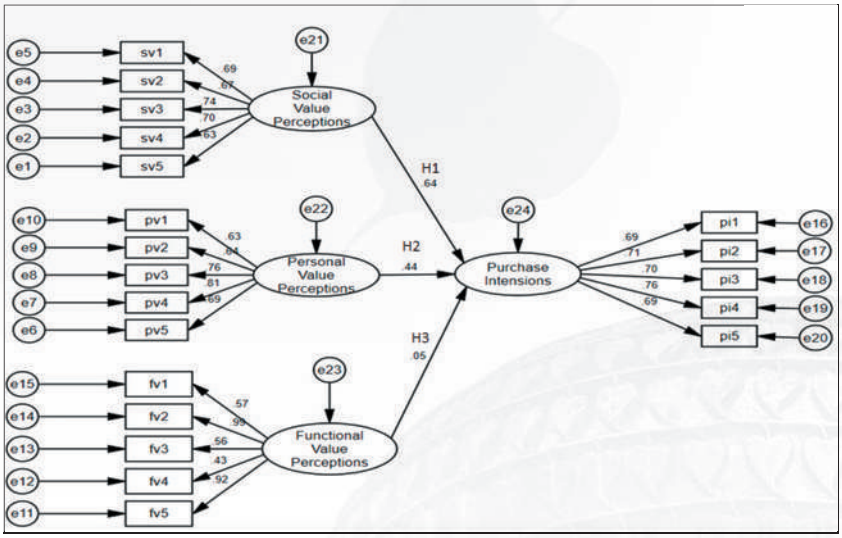
| DV | IV | Unstandardized | SE | Z | *p* | Standardized | $R^2$ | Hypothesis |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| PI | ⟶ SV | 0.648 | 0.064 | 6.113 | * | 0.640 | 0.457 | H1 Supported |
| PI | ⟶ PV | 0.455 | 0.076 | 5.480 | * | 0.440 | 0.457 | H2 Supported |
| PI | ⟶ FV | 0.040 | 0.040 | 0.748 | 0.45 | 0.050 | 0.457 | H3 Not Supported |

DV = dependent variable, IV = independent variable, *, $p<0.05$

As shown in Table 4 and Figure 1, hypothesis 1 demonstrated the path value between social value perceptions and purchase intentions of luxury handbags is 0.64 ($P<0.05$), implying

that social value perceptions have impacted of purchase intentions of luxury handbags among the Thai. Therefore, hypothesis 1 is accepted. Similarly, hypothesis 2 shown the path value of 0.44 (P<0.05) that linked personal value perceptions and purchase intentions of luxury handbags. This indicated that personal value perceptions also have significant impacted on the purchase intension of luxury handbags

The second hypothesis revealed impact between personal value perceptions and purchase intension of luxury handbags of the Thai's consumers with the path value of 0.44 (P<0.05), yielding that personal value have positive impact of the Thai's purchase intension of luxury handbags (see Figure 2 and Table 4).




SV = Social Value Perceptions, PV = Personal Value Perceptions, FV = Functional Value Perceptions,

**Figure 2 Structural Equation Modelling (SEM) of the Theoretical Model.**

For the third hypothesis, the study shown that there are no relationship between functional values and purchase intentions of luxury handbags in Thailand with the path value of 0.050 (p<0.05), indicating social value perceptions have no impact to the purchase intentions of luxury handbags of the Thai's consumers.

Figure 2 revealed the standardized estimated of the Structural Equation Model of the study of the essential of value perceptions on purchase intentions of luxury handbags in Thailand.

## Discussions

The study of the impact of value perceptions purchase intentions of the Thai's luxury Handbags have three main objectives and revealed the following findings.

The findings are keeping up with the first aim of the study where the social value perceptions on purchase intension of luxury handbag, by which in accordance with the study of Zhan and He (2012) Wang and Waller (2006), Podoshen et al. (2011), and Shukla (2012). Similarly, the finding also agreed with the second objective of assessing the impact of personal value perceptions on purchase intension of luxury handbag and are in accordance with the studies by Tsai (2005) and Hendings et al. (2012). On the contrary, the finding denied the third objective where the functional value perceptions have negative impact on purchase intentions of luxury handbag among the Thai.

## Conclusions

The consumption of luxury products are growing despite of unfavorable economic surroundings (Barnier et al., 2012). The idea of luxury always tied with wealth and high social statuses (Dubois and Paternult, 1995). This research aim the find the impact of value perceptions on purchase intentions of luxury handbags in Thailand which can draw three main conclusions. Brand value perceptions in term of social value perceptions have positive impact on the purchasing intention among the Thai, implying that they would purchase luxury handbags just to enhance their appearances and social status. Brand value perceptions of personal value perceptions yielding that the Thai would purchase luxury handbags due to self-satisfactions, to be fashion leaders among their peers and personal image. However, the Thai consumers do not concern the functional value of luxury handbags when considering to purchase them. Therefore, the luxury handbags producers or stores have the focus on developing luxury brand value perceptions in term of social and personal value perception in the Thai markets.

## Implications

This research could be beneficial for academic purposes plus to marketer's strategies. For academicians, they can develop other studies based on this research model and findings. For marketers, understanding the nature of luxury brand value perceptions of the Thai market could help marketers in analyzing the influential factors of the Thai consumers purchase

intentions of luxury handbags. Influencing consumer's decision making of luxury handbags positively contribute to increasing sales as well as profits.

**Recommendation for future research**

There are a number of gaps in our knowledge around value perceptions and purchase intentions of luxury handbags in the Thai markets. In research that follow from our findings, and would benefit from further research, including realist evaluation to extend and further test the theory we have developed here:

First, the future research would deploy conceptual framework develop in this study to explore other luxury goods, for instance, luxury clothing, accessories an even luxury cars.

Secondly, while this study on focuses only on luxury handbags in the Thai markets. The next study would extend to study in other markets.

Lastly, there would be a great benefit to extend theories and framework of this study to compare value perceptions and purchase intentions of luxury handbags between two or more markets, for example, the Thai and Vietnam markets and so forth.

**References**

Abrar,M., Bashirm, M., Shabbir, R., Haris, M., & Saqib, S. (2019). Role of Personality and Social Factors towards Purchase of Luxury Clothing in Online Settings: Moderating Role of Vanity. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, *8*(1), 43-51.

Bank of Thailand. (2021). *Rates of Exchange*, Retrieved on June 9, 2021, Website: https://www.bot.or.th/english/statistics/_layouts/application/exchangerate/exchangerate.aspx

Barnier, D. F., & Valettee, F. (2012). Do consumers perceive three level of luxury? A comparison of accessible, intermediate and inaccessible luxury brand. *Journal of Brand Management, 17*(7), 623-626.

Chattalas, M., & Shukla, P. (2015). Impact of value perceptions on luxury purchase intentions: A developed market comparison. *Luxury Research Journal*, *1*(1), 40-57.

Dawar, N., & Parker, P. (1994). Marketing universals: Consumers' use of brand name, price, physical appearance, and retailer reputation as signals of product quality. *Journal of Marketing*, *58*(2), 81–95.

Dubois, B. & Duquesne, P. (1993). The Market for Luxury Goods: Income versus Culture. *European Journal of Marketing*, *27*(1), 35-44.

Dubois, B., & Peternult, C. (1995) Observation – understanding the world of international luxury brand: the dream formula. *Journal of Advertising Research, 35*(4), 69-76.

Economitor (2021). *Luxury Goods in Thailand.* Retrieved on April 6, 2021, Website: https://www.euromonitor.com/luxury-goods-in-thailand/report

Goldsmith, R., Moore, M., & Beaudoin, P. (1999). Fashion innovativeness and self-concept: A replication. *Journal of Product and Brand Management*, *8*(1), 7–18.

Goody, J. (2006). From misery to luxury. *Social Science Information*, *45*(3), 341-348.

Han, Y. J., Nunes J. C., & Drèze, X. (2010). Signaling Status with Luxury Goods: The Role of Brand Prominence. *Journal of Marketing*, *74*(4), 15-30.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Hennigs, N., Wiedmann, K.P., Klarmann, C., Strehlau, S., Godey, B., Pederzoli, D., Neulinger, A., Dave, K., Aiello, G., Donvito, R., Taro, K., Taborecka-Petrovicova, J., Santos, C.R., Jung, J., & Oh, H. (2012). What is the value of luxury? A cross-cultural consumer perspective. *Psychology & Marketing*, *29*(6), 1018–1034.

Huber-Carol, C., Balakrishnan, N., Nikulin, M. S., & Mesbah, M. (2002). *Goodness-of-Fit Tests and Model Validity*, Springer.

Kadam, A., & Deshmuk, R. (2020). *Luxury Handbag Market by type (Handbag, Backpack, Wallet and Others), and Distribution Channel (Duty-Free Stores, Online Stores Discount Stores, Hypermarket and Specialty Stores): Global Analysis ad Industry Forecast 2019-2016.* Retrieved Aril 7, 2021, from: https://www.alliedmarketresearch.com/luxury-handbag-market-A05997

Kapferer, J. N. (1997). Man aging luxury brands. *Journal of Brand Management*, *4*(4), 251-260.

Kim, J. S. (1998). Assessing the causal relationships among materialism, reference group, and Conspicuous consumption of Korean adolescents. *Consumer Interests Annual*, *44*, 155-169.

Kim, A.J., & Ko, E. (2010). Impacts of Luxury Fashion Brand's Social Media Marketing on Customer Relationship and Purchase Intention. *Journal of Global Fashion Marketing*, *1*(3), 164-171.

Kline, R. B. (2010). *Principles and practice of structural equation modeling.* (3rd ed.). New York: Guilford Press.

Lim, K., & O'Cass, A. (2001). Consumer brand classifications: An assessment of culture-of-origin versus country-of-origin. *Journal of Product and Brand Management*, *10*(2), 120–136.

Marcoux, J., Filiatrault, P., & Cheron, E. (1997). The attitudes underlying preferences of young urban educated Polish consumers towards products made in western countries. *Journal of International Consumer Marketing*, *9*(4), 5–29.

Mohd, N. M., Norshazreen, M. N., & Norshaheeda, M.N. (2016). Purchase Intentions of Foreign Luxury Brand Handbags among Consumers in Kuala Lumpur, Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, *35*(2016), 206-215.

Nia, A., & Zaichkowsky, J. L. (2000). Do counterfeits devalue the ownership of luxury brands? *Journal of Product & Brand Management*, *9*(7), 485–497.

Nueno, J.L., & Quelch. J.A. (1998). The mass marketing of luxury. *Business Horizons*, *41*(6), 61-68.

O'Cass, A. (2004). Exploring Consumer Status and Conspicuous Consumption. *Journal of Consumer Behaviour, 4*(1), 5-39.

Podoshen, J. S., Li, L., & Zhang, J. (2011). Materialism and conspicuous consumption in China: A cross-cultural examination. *International Journal of Consumer Studies, 35*(1), 17–25.

Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L., (2000). *Consumer Behaviour*, (5th ed.). Upper Saddle River, New Jersey:Prentice-Hall.

Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling (2nd ed.).* Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Sheth, J. N., Newman, B. L., & Gross, B. I. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research, 22*(1), 159–170.

Shukla, P. (2008). Conspicuous consumption among middle age consumers: psychological and brand antecedents. *Journal of Product & Brand Management, 17*(1), pp. 25-36.

Shukla, P. (2012). The influence of value perceptions on luxury purchase intentions in developed and emerging markets. *International Marketing Review, 29*(6), 574-596.

Statista (2020). *Luxury Leather Goods in Thailand*. Retrieved April 7, 2021, Website: https://www.statista.com/outlook/cmo/luxury-goods/luxury-leather-goods/thailand

Sumbly, Y., & Siraj, S. (2019). A conceptual framework of brand experience for luxury brand. *Indian Journal of Marketing, 49*(5), 33-48.

Tidwell, P., & Dubois, B. (1996). A cross-cultural comparison of attitudes toward the luxury concept in Australia and France. *Asia Pacific Advances in Consumer Research*, *2*,

Tsai, S.P. (2005). Impact of personal orientation on luxury-brand purchase value. *International Journal of Market Research*, *47*(4), 177–206.

Tynan, C., McKechnie, S., & Chhuon, C. (2010). Co-creation value for luxury brands. *Journal of Business Research, 6*(1), 1156-1163.

Vickers, J.S., & Renand, F. (2003). The marketing of luxury goods: an exploratory study – three conceptual dimensions. *The Marketing Review, 3*(4), 459-478.

Vigneron, F., & Johnson, L.W. (1999). A review and a conceptual framework of prestige-seeking consumer behavior. *Academy of Marketing Science Review, 2*(1), 1-15.

Vigneron, F., & Johnson, L.W. (2004). Measuring perceptions of brand luxury. *Journal of Brand Management, 11*(6), 484–508.

Watkin, W. N. (2018). Exploratory Factor Analysis: A Guide to Best Practice, *Journal of Psychology*, *44*(3), 219–246.

Wang, P. Z., & Waller, D. S. (2006). Measuring consumer vanity: A cross-cultural validation. *Psychology & Marketing, 23*(8), 665–687.

Wiedmann, K.P., Hennigs, N., & Siebels, A. (2007). Measuring consumers' luxury value perception: a cross-cultural framework. *Academy of Marketing Science Review*, *7*(7), 1–21.

Wiedmann, K.P., Hennigs, N., & Siebels, A. (2009). Value-based segmentation of luxury consumption behavior. *Psychology and Marketing, 26*(7), 625–651.

Wong, N.Y., & Ahuvia, A.C. (1998). Personal taste and family face: luxury consumption in Confucian and western societies. *Psychology & Marketing*, *15*(5), 423–441.

Zhan, L. J., & He, Y. Q. (2012). Understanding luxury consumption in China: Consumer perceptions of best-known brands. *Journal of Business Research*. *65*(10), 1452–1460.

Zheng, Z., Lang, M., & Chen, H. Y. (2013). Analysis on Customers Expecting Value Model - Based on the Empirical Study of Fashion Luxury Products. *Advanced Materials Research, 79*(6), 458-468.

# แนวทางการส่งเสริมการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

# Guidelines for Enhancing Self-development of Registered Nurses, Hua-Hin Hospital, Hua-Hin District, Prachup Khiri Khun Province

ดวงฤทัย พงศ์ทรัพย์การุณ และนิตยา สินเธาว์
หลักสูตรรัฐประศาสนศาตรมหาบันฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด วิทยาเขตหัวหิน
1458 ถนนเพชรเกษม ตำบลชะอำ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120
Daungruthai Pongsubkaroon and Nittaya Sintao
Master of Public Administration, Stamford International University, Hua-Hin Campus
1458 Phet Kasem Rd, Cha-am, Cha-am, Phetchaburi 76120
E-mail : aom.doung@hotmail.com

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพ (2) ศึกษาปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพ และ (3) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน จำนวน 138 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 8 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ใช้สถิติไคสแควร์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า (1) การพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (2) ปัจจัยจูงใจ ภาพรวมด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และด้านลักษณะงานที่ทำ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001 ส่วนด้านการได้รับการยอมรับ และด้านความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 (3) แนวทางการส่งเสริมการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพ พบว่า ควรส่งเสริมให้บุคลากรได้เข้ารับการฝึกอบรมการใช้นวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ หรือเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อต่าง ๆ

**คำสำคัญ :** การพัฒนาตนเอง พยาบาลวิชาชีพ ปัจจัยจูงใจ

**Abstract**

The objectives of this study were: (1) the level of professional nurses' self-development in Hua Hin, (2) the motivating factors affecting the self-development of the professional nurses

Received Revised Accepted
6 มิถุนายน 2565 / 14 กรกฎาคม 2565 / 27 กรกฎาคม 2565
6 June 2022 /14 July 2022 / 27 July 2022

of Hua Hin Hospital, and (3) the guidelines for promoting the self-development of the professional nurses of Hua Hin Hospital. The sample consisted of 138 professional nurses at Hua Hin Hospital and eight key informants. Data were treated and analyzed using descriptive and Inferential Statistics methods, which were frequency percentage, mean, standard deviation, Chi-square test, and Multiple Regression Analysis. Research results: (1) Self-development of professional nurses in Hua Hin Hospital overall and each aspect. There was a high level of development. (2) Motivational factors for advancement in work and the nature of the work performed. There was a cause-effect relationship with the self-development of professional nurses in Hua Hin Hospital. statistically significant at the 0.001 level, the aspect of acceptance and responsibility was statistically significant at 0.01. (3) Guidelines for promoting self-development of professional nurses found that personnel was encouraged to attend education., Encourage training in the use of innovation and new information technology during work. or self-learning through various media.

**Keywords :** Self-Improvement, Professional Nurses, Motivating Factors

**บทนำ**

พยาบาลวิชาชีพ เป็นบุคลากรหลักที่ให้การดูแลผู้ป่วยอย่างใกล้ชิด ตลอดเวลา การศึกษาหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเองอยู่เสมอ จะทำให้สามารถให้การพยาบาลผู้ป่วยได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังเป็นผู้มีบทบาทสำคัญ ในการพัฒนาคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลให้ได้มาตรฐาน นำไปสู่การรับรองคุณภาพโรงพยาบาล (HA) (กิ่งกาญจน์ ใจซื่อกุล, 2555: 3) ดังนั้น พยาบาลวิชาชีพจึงมีความจำเป็นต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอและต่อเนื่อง เพราะพยาบาลเป็นกำลังหลักในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่ระบบบริการสุขภาพของไทย วิชาชีพการพยาบาลจึงควรได้รับการพัฒนาในทุกๆ ด้าน (พิชญากร ศรีปะโค, 2557: 2)

โรงพยาบาลหัวหิน ได้จัดทำแนวทางการบริหารการพยาบาลในภาพรวมองค์กรพยาบาล โดยให้ผู้บริหารองค์กรพยาบาลกำหนดระบบ หรือแนวทางพัฒนาบุคลากรทางการพยาบาล ได้แก่ (1) ผู้นำองค์กรพยาบาลมอบหมายให้ทีมพัฒนาบุคลากร กำหนดวิธีการพัฒนาบุคลากรโดยมุ่งเน้นงานแผนพัฒนาบุคลากรโดยนำความจำเป็นและความต้องการในการพัฒนาความรู้ ทักษะของตัวบุคลากรเอง และจากผู้บังคับบัญชามากำหนดแผนพัฒนา (2) ผู้นำองค์กรพยาบาลและผู้บริหารระดับหน่วยงานจัดให้มีการปฐมนิเทศ บุคลากรทางการพยาบาลทุกระดับที่เข้ามาปฏิบัติงานใหม่ ทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ (3) ผู้นำองค์กรพยาบาลกำหนดให้ผู้ที่มีความรู้ ทักษะใหม่ที่ได้จากการศึกษาและฝึกอบรมนำความรู้ที่ได้มาใช้ในการพัฒนางานและกำหนดระบบติดตามประเมินผล (4) ผู้นำองค์กรพยาบาลและผู้บริหารระดับหน่วยสร้างแรงจูงใจและพัฒนาความก้าวหน้างานของบุคลากรทางการพยาบาล โดยสนับสนุนให้ทุกคนมีโอกาสเข้าร่วมประชุมวิชาการ

และฝึกอบรมที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร ตรงตามตำแหน่ง หน้าที่ความรับผิดชอบ ทั้งภายในและภายนอกโรงพยาบาล และ (5) ผู้นำองค์กรพยาบาล มอบหมายให้ทีมพัฒนาบุคลากรจัดกิจกรรมทางวิชาการ ทำโครงการเสนอผลงานวิชาการประจำปี สำหรับบุคลากรทางการพยาบาลและมอบรางวัลยกย่องชมเชยผู้ที่มีผลงานเด่น รวมทั้งนำผลงานเด่นมาใช้ประกอบการพิจารณาความดีความชอบ (จินตนา วิชญเศรณี, 2561:14-15)

จากการระบาดของโรคโควิด 19 ส่งผลให้ระบบบริการสุขภาพเกิดข้อจำกัดด้านอัตรากำลังของบุคลากรสุขภาพ เนื่องจากต้องวางแผนการดูแลสุขภาพประชาชนโดยทั่วไป ขณะเดียวกันต้องวางแผนการจัดบริการสุขภาพสำหรับผู้ป่วยโรคโควิด 19 และกลุ่มเสี่ยงทำให้บุคลากรที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อความต้องการที่มีความเฉพาะมากยิ่งขึ้น สถานการณ์นี้จึงเป็นความท้าทายของแต่ละวิชาชีพด้านสุขภาพที่จะต้องปรับบทบาทและพัฒนาสมรรถนะทางการปฏิบัติเพื่อลดระดับความรุนแรงของการเจ็บป่วย ลดอัตราการเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล ตลอดจนเพื่อป้องกันการติดเชื้อรายใหม่ โดยการส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงสื่อด้านสุขภาพและการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ พยาบาลวิชาชีพจึงจำเป็นที่ต้องมีการพัฒนาศักยภาพด้านการปฏิบัติเพิ่มขึ้น เพื่อให้บริการดูแลสุขภาพผู้ป่วยได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมภายใต้สถานการณ์วิกฤติที่ไม่เคยมีมาก่อน (Diez, Gonzalez, Delgado, Flowers, Maltseva & Olenick, 2020: 551-555)

ในปัจจุบันการปฏิบัติงานขององค์กรประสบกับปัญหาในเรื่องการปฏิบัติงานได้ไม่ตรงตามเป้าหมายหรือไม่ครอบคลุมวัตถุประสงค์จากสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน กระบวนการคิดวิเคราะห์การประเมินผลข้อมูล ระบบเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เริ่มเข้ามามีบทบาทในการปฏิบัติงานมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงการระบาดของโรคไวรัสโควิด 19 ที่เจ้าหน้าที่พยาบาลและบุคลากรทางสาธารณสุขทุกท่านต้องศึกษาเรียนรู้ระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เข้ามาในช่วงนี้ ได้แก่ แอพพลิเคชั่น ต่างๆ เช่น ระบบหมอพร้อม ฯลฯ เป็นต้น และด้วยภาระหน้าที่ในการปฏิบัติงานที่มีเพิ่มขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้สามารถปฏิบัติงานได้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ (พรพรรณ พูวัฒนาธนสิน, 2562ก: 293) ทำให้บุคลากรในองค์กรต้องพัฒนาบทบาทหน้าที่ของตนเองให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง องค์กรจึงจะมีความก้าวหน้าและได้รับความไว้วางใจ การพัฒนาตนเองเป็นการเพิ่มพลังอำนาจ และเพิ่มพูนความรู้ของผู้ทำงานซึ่งจะนำความก้าวหน้ามาสู่องค์กร (Megginson & Pedler, 1992)

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงแก้ไข และเพิ่มแรงจูงใจ ทักษะความรู้ให้กับผู้ปฏิบัติงาน รวมทั้งเสนอแนะให้หน่วยงานควรส่งเสริมพัฒนาให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้ความเข้าใจ และความเชี่ยวชาญในด้านใดบ้าง เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการปฏิบัติงาน

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1) ศึกษาระดับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2) ศึกษาปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. ทราบถึงระดับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาตนเอง ให้อยู่ในระดับที่ดีขึ้น

2. ทราบปัจจัยจูงใจมีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลในการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพมากขึ้น เหมาะสมกับการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

3. ได้แนวทางในการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อให้พยาบาลวิชาชีพสามารถนำไปกำหนดแนวทางในการส่งเสริมการพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานในสถานการณ์การระบาดของโรคไวรัสโคโรนา-19 ได้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ

**การทบทวนวรรณกรรม**

**ทฤษฎีการพัฒนาตนเอง**

แนตเลอร์และวิกส์ (Nadler & Wiggs,1989: 4-5) กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มี 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การฝึกอบรม (Training) เป็นกระบวนการที่จัดขึ้นเพื่อการเรียนรู้สำหรับงานปัจจุบัน เพื่อให้บุคคลที่รับการอบรมมีพฤติกรรมการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการขององค์กร และสามารถนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานได้ทันที

2. การศึกษา (Education) เป็นกระบวนการที่จัดขึ้น เพื่อเตรียมบุคลากรให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงานให้ตรงตามความต้องการของหน่วยงานในภายหน้า เพื่อให้ทำงานในหน้าที่ใหม่ หรือเพื่อการเลื่อนขั้นตำแหน่ง

3. การพัฒนา (Development) เป็นกระบวนการที่จัดขึ้นช่วยเตรียมความพร้อมของบุคลากร ให้มีประสบการณ์และการเรียนรู้สิ่งต่างๆ เพื่อช่วยให้แสดงขีดความสามารถของตน และศักยภาพที่อยู่ภายในออกมา

**แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ**

ทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factor Theory) ของ เฮิร์ซเบิร์ก (เฮิร์ซเบิร์ก, Herzberg, 1959: 60-63) เป็นทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจสามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

กลุ่มแรกเฮอร์เบิร์ก เรียกว่า “ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors)” มีความสัมพันธ์โดยตรงกับแรงจูงใจภายในที่เกิดขึ้นจากงานที่ทำ เช่น ความสำเร็จของงาน การยอมรับนับถือ ฯลฯ ปัจจัยจูงใจเหล่านี้ ทำให้บุคคลเกิดความชื่นชมยินดีในผลงานและความสามารถของตนเอง ถ้าตอบสนองปัจจัยเหล่านี้ของผู้ปฏิบัติแล้ว จะทำให้เกิดแรงจูงใจตั้งใจทำงานจนสุดความสามารถ

**งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

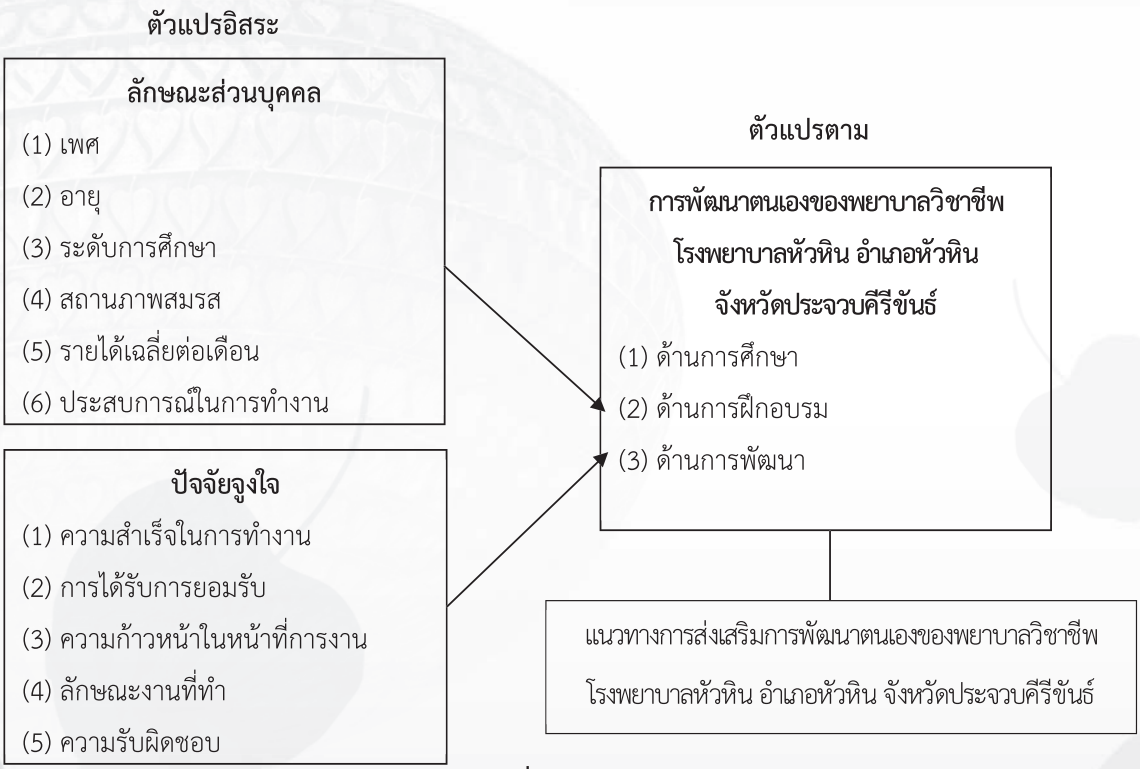
การศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจในการพัฒนาตนเอง เช่น การศึกษาของ ณัฐกุล ภูกลาง (2561: 48-49) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พบว่า การพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานประกอบไปด้วย หน่วยงานมีการกำหนดการเลื่อนตำแหน่งที่ชัดเจนและยุติธรรม หน่วยงานมีการจัดสวัสดิการที่เหมาะสมเพื่อเป็นแรงจูงใจในการพัฒนาการปฏิบัติงานของบุคลากร ผู้บังคับบัญชาไม่ละเลยในการแก้ไขปัญหาและการยุติธรรมขัดแย้งที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน หน่วยงานให้ความสำคัญในการสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาการปฏิบัติงานของบุคลากรด้วยการให้มีส่วนร่วมในการทำงานและกิจกรรมต่าง ๆ หน่วยงานมีการแบ่งภาระหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานมีความเสมอภาคกัน และหน่วยงานมีการยกย่องชมเชยและให้รางวัลตอบแทนแก่บุคลากรที่มีผลการปฏิบัติงานดีและพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมาก และพรพรรณ พูวัฒนาธนสิน (2562ข: 299-303) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาตนเองในการทำงานของข้าราชการกองบัญชาการกองทัพไทย พื้นที่แจ้งวัฒนะ พบว่า ปัจจัยจูงใจ แบ่งเป็น ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบในตำแหน่งงาน ความสำเร็จในงาน ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองในการทำงานของข้าราชการกองบัญชาการกองทัพไทย พื้นที่แจ้งวัฒนะ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และ จิระภา กฤติยาวรรณ์ (2559: 177-180) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการพัฒนาตนเองของข้าราชการตำรวจกองบังคับการสนับสนุนทางอากาศกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผลต่อความต้องการพัฒนาตนเองของข้าราชการตำรวจ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.001 รวมทั้งงานวิจัยของ วัชรี ขันธเนตร (2554: 121) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการพัฒนาตนเองในการทำงานของข้าราชการตำรวจสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ได้แก่ การได้รับการยอมรับนับถือความก้าวหน้าในงาน มีความสัมพันธ์กับความต้องการพัฒนาตนเองในการทำงาน ในภาพรวมอย่างมีนัยทางสถิติ ที่ระดับ 0.001 และปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร ได้แก่ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ สภาพแวดล้อมในการทำงาน และภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความต้องการพัฒนาตนเองในการทำงาน ในภาพรวมอย่างมีนัยทางสถิติ ที่ระดับ 0.001 และงานวิจัยของ มาลิค (Maik, 2010: 147) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัย พบว่า ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานในสถานที่ที่ปลอดภัย และปัจจัยด้านเงินเดือน ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงานและปัจจัยด้านการเลื่อนตำแหน่ง เป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการปฏิบัติงาน

สำหรับการศึกษาความต้องการในการพัฒนาตนเอง ละออ นาคกุล (2557: 28-29) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรในโรงพยาบาลรามาธิบดี พบว่า ระดับความต้องการในการ

พัฒนาตนเองโดยรวมอยู่ในระดับสูง เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการฝึกอบรม ด้านการศึกษาต่อ และด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง

ส่วนการศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาตนเอง ศรีวรรณ แก้วทองดี (2562ข: 74-75) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาตนเองของครูในสถานศึกษา สหวิทยาเขตบึงสามพัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 40 พบว่า ความต้องการพัฒนาครูในสถานศึกษา สหวิทยาเขตบึงสามพัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 40 พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมในการพัฒนาองค์กรและวิชาชีพ ด้านการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสร้างเครือข่าย ส่วนแนวทางการพัฒนาตนเองของครูในสถานศึกษา คือ 1) ควรวางแผนกำหนดแนวทางการพัฒนาตนเองของครูในการปฏิบัติงาน 2) ควรสนับสนุนงบประมาณและให้โอกาสครูพัฒนาตนเองทางวิชาการและวิชาชีพ 3) ควรส่งเสริมให้ครูสร้างนวัตกรรม แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสร้างเครือข่าย โดยใช้วิธีการที่หลากหลาย เช่นการเข้าฝึกอบรม สัมมนา ศึกษาต่อ 4) ควรจัดทำโครงการ PLC, EPLC ของโรงเรียน 5) ควรมีการประเมินผลนิเทศติดตาม เผยแพร่ความรู้ที่ได้รับจากการพัฒนาตนเอง 6) สหวิทยาเขตบึงสามพัน ควรจัดทำทำเนียบครูที่ได้รับรางวัลทางวิชาการและวิชาชีพให้เป็นที่รู้จัก เป็นวิทยากรแนะนำความรู้ทางวิชาการวิชาชีพ ทางการศึกษาต่อไป

**กรอบแนวคิดการวิจัย**




**ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย**

**สมมติฐานการวิจัย**

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยจูงใจ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผล กับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**วิธีการวิจัย**

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี (Mix Methods Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พยาบาลวิชาชีพของโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จาก 14 กลุ่มงาน จำนวนทั้งสิ้น 325 คน (โรงพยาบาลหัวหิน ข้อมูล ณ วันที่ 2 พฤษภาคม 2564) และกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) รวมทั้งสิ้นจำนวน 8 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พยาบาลวิชาชีพของโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จาก 14 กลุ่มงาน จำนวนทั้งสิ้น 138 คน ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Samuel B. Green (1991: 499-510) และใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ได้แก่ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลหัวหิน จำนวน 1 คน พยาบาลวิชาชีพระดับชำนาญการพิเศษ จำนวน 6 คน และพยาบาลวิชาชีพระดับชำนาญการ จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 8 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถามการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น ตอน ได้แก่ 4

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล มีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยจูงใจ มีลักษณะเป็นข้อคำถามปลายปิด มีการประเมินค่าแบบลิเคิร์ท สเกล (Likert Scale) กำหนดคะแนนเป็น 5 ระดับ โดยแต่ละระดับมีความหมายดังนี้

ค่าคะแนน 5 หมายถึง ระดับการจูงใจมากที่สุด
ค่าคะแนน 4 หมายถึง ระดับการจูงใจมาก
ค่าคะแนน 3 หมายถึง ระดับการจูงใจปานกลาง
ค่าคะแนน 2 หมายถึง ระดับการจูงใจน้อย
ค่าคะแนน 1 หมายถึง ระดับการจูงใจน้อยที่สุด

เกณฑ์คุณภาพสำหรับการแปลความหมายในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจ ได้กำหนดแบ่งออกเป็น 5 ช่วง โดยใช้สูตร คำนวณพิสัย (Range) ดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์คุณภาพในการแปลผลดังนี้

| | | |
|---|---|---|
| 4.21 – 5.00 | หมายถึง | มีการจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด |
| 3.41 – 4.20 | หมายถึง | มีการจูงใจอยู่ในระดับมาก |
| 2.61 – 3.40 | หมายถึง | มีการจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง |
| 1.81 – 2.60 | หมายถึง | มีการจูงใจอยู่ในระดับน้อย |
| 1.00 – 1.80 | หมายถึง | มีการจูงใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด |

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีลักษณะเป็นข้อคำถามปลายปิด มีการประเมินค่าแบบลิเคิร์ท สเกล (Likert Scale) กำหนดคะแนนเป็น 5 ระดับ โดยแต่ละระดับมีความหมายดังนี้

| | | | |
|---|---|---|---|
| ค่าคะแนน | 5 | หมายถึง | ระดับการพัฒนาตนเองมากที่สุด |
| ค่าคะแนน | 4 | หมายถึง | ระดับการพัฒนาตนเองมาก |
| ค่าคะแนน | 3 | หมายถึง | ระดับการพัฒนาตนเองปานกลาง |
| ค่าคะแนน | 2 | หมายถึง | ระดับการพัฒนาตนเองน้อย |
| ค่าคะแนน | 1 | หมายถึง | ระดับการพัฒนาตนเองน้อยที่สุด |

เกณฑ์คุณภาพสำหรับการแปลความหมายในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาตนเอง ได้กำหนดแบ่งออกเป็น 5 ช่วง โดยใช้สูตรคำนวณพิสัย (Range) ดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด - คะแนนต่ำสุด}}{\text{ช่วงคะแนน}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์คุณภาพในการแปลผลดังนี้

| | | |
|---|---|---|
| 4.21 – 5.00 | หมายถึง | มีการพัฒนาตนเองอยู่ในระดับมากที่สุด |
| 3.41 – 4.20 | หมายถึง | มีการพัฒนาตนเองอยู่ในระดับมาก |
| 2.61 – 3.40 | หมายถึง | มีการพัฒนาตนเองอยู่ในระดับปานกลาง |
| 1.81 – 2.60 | หมายถึง | มีการพัฒนาตนเองอยู่ในระดับน้อย |
| 1.00 – 1.80 | หมายถึง | มีการพัฒนาตนเองอยู่ในระดับน้อยที่สุด |

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือวิจัย ซึ่งเป็นการใช้คำถามปลายเปิดที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถออกความเห็นหรือให้ข้อมูลได้อย่างเปิดกว้าง โดยผู้วิจัยจะสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลตามคำถามที่ถูกเตรียมไว้ล่วงหน้า แต่จะเรียงคำถามใหม่ได้ หรือเปลี่ยนแปลงคำพูดให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของผู้ให้ข้อมูล อันจะส่งผลต่อความยืดหยุ่นในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสัมภาษณ์จะประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้

แนวทางการส่งเสริมการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (1) ด้านการศึกษา (2) ด้านการฝึกอบรม และ (3) ด้านการพัฒนา

**การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ**

ก่อนการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม ได้นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและความตรงตามสภาพ (Content and Face Validity) และนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปทดลอบ (Try–Out) ใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ทำการทดสอบความเชื่อมั่น(Reliability) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของแบบสอบถามในภาพรวมทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.965

**สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ $\bar{X}$, S.D. และ การวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพ โดยใช้สถิติไคสแควร์ โดยกำหนดค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผล ของปัจจัยจูงใจ กับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และ ใช้สถิติ Durbin - Watson ทดสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน ซึ่งมีค่าเท่ากับ $1.5 \leq$ Durbin - Watson $\leq 2.5$

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูลก่อนทำการวิเคราะห์เพื่อให้ผลการวิจัยมีความแม่นตรงและมีความน่าเชื่อถือของข้อมูล มีการเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ จากผู้ให้ข้อมูล จากนั้นใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา โดยการตีความจากข้อมูลเบื้องต้นให้เป็นข้อมูลที่สื่อความหมายของผู้ให้ข้อมูล ด้วยการแยกประเภทและการลดทอนข้อมูลเพื่อจัดเป็นหมวดหมู่เพื่อนำมาตีความและสร้างข้อสรุปโดยนำผลการสรุปต่าง ๆ มาเชื่อมโยงจนเกิดเป็นโครงสร้างของข้อสรุป ที่สามารถตอบปัญหาได้ตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย

**ผลการวิจัย**

**ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม**

พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 92.00) มีอายุ 20-30 ปี (ร้อยละ 42.80) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 94.20) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 62.30) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท (ร้อยละ 48.60) และมีประสบการณ์ในการทำงาน 6-10 ปี (ร้อยละ 34.10)

**ปัจจัยจูงใจในการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

**ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยจูงใจในการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภาพรวม**

| ปัจจัยจูงใจ | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับการจูงใจ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|
| 1. ความสำเร็จในการทำงาน | 3.88 | 0.61 | มาก | 5 |
| 2. การได้รับการยอมรับ | 4.06 | 0.68 | มาก | 2 |
| 3. ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน | 3.94 | 0.57 | มาก | 4 |
| 4. ลักษณะงานที่ทำ | 4.12 | 0.64 | มาก | 1 |
| 5. ความรับผิดชอบ | 3.98 | 0.54 | มาก | 3 |
| **รวม** | **3.99** | **0.34** | **มาก** | |

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยจูงใจในการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม มีการจูงใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.99, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีการจูงใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะงานที่ทำ ($\bar{X}$= 4.12, S.D. = 0.64) ด้านการได้รับการยอมรับ ($\bar{X}$= 4.06, S.D. = 0.68) ด้านความรับผิดชอบ ($\bar{X}$= 3.98, S.D. = 0.54) ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ($\bar{X}$= 3.94, S.D. = 0.57) และ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ($\bar{X}$= 3.88, S.D. = 0.61)

**การพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

**ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภาพรวม**

| การพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพ | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับการพัฒนาตนเอง | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|
| 1. ด้านการศึกษา | 3.46 | 0.74 | มาก | 3 |
| 2. ด้านการฝึกอบรม | 3.80 | 0.61 | มาก | 2 |
| 3. ด้านการพัฒนา | 3.90 | 0.66 | มาก | 1 |
| **รวม** | **3.72** | **0.56** | มาก | |

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม มีการพัฒนาตนเองอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.72, S.D.= 0.56) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการพัฒนาตนเองอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการพัฒนา

($\bar{X}$= 3.90, S.D.= 0.66) ด้านการฝึกอบรม ($\bar{X}$= 3.80, S.D. = 0.61) และด้านการศึกษา ($\bar{X}$= 3.46, S.D.= 0.74)

**แนวทางการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

พบว่า (1) ด้านการศึกษา พบว่า โรงพยาบาลหัวหิน ควรมีการสื่อสารให้บุคลากรเตรียมความพร้อมในสมรรถนะแต่ละบุคคลเพื่อรองรับการพัฒนา โดยการส่งเสริมให้บุคลากรได้เข้ารับการศึกษาระดับบัณฑิตมหาบัณฑิต การศึกษาระยะสั้นทางการพยาบาลเฉพาะทางทุกสาขา ตามแผนยุทธศาสตร์ของโรงพยาบาล ทั้งในสถาบันการศึกษาที่เปิดจริง และ Self-Learning จาก Online ซึ่งควรมีการจัดลำดับความสำคัญและความต้องการขององค์กรให้สอดคล้องกัน และในการเข้ารับศึกษาของสถาบันต่าง ๆ จะมีเกณฑ์กำหนดของหน่วยงานให้พยาบาลวิชาชีพในหอผู้ป่วยผ่านการศึกษาระยะสั้นเฉพาะทาง 4 เดือน 100 % โดยผลัดกันไปเรียนปีละ 1 คน มีแผนสอบเรียนเฉพาะทางด้านอุบัติเหตุและฉุกเฉิน ปีละ 2 ครั้ง ครั้งละ 1 คน ควรมีการวางแผนส่งศึกษาเฉพาะทางวิสัญญีสำหรับการให้ยางับความรู้สึก สำหรับการผ่าตัดหัวใจ สมอง วางแผนให้ศึกษาต่อเนื่องปริญญาโท APN แบบเสาร์-อาทิตย์ และควรส่งเสริมให้มีการทำงานที่ท้าทาย เพื่อพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในทุกระดับให้พร้อมรับตำแหน่งสูงขึ้น และมอบหมายภารกิจที่ชัดเจน ให้ตรงกับ Competency (2) ด้านการฝึกอบรม พบว่า โรงพยาบาลหัวหิน ควรมีการส่งเสริมให้พยาบาลวิชาชีพมีการฝึกอบรมการใช้นวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ ระหว่างทำงาน เพื่อเพิ่มศักยภาพการดูแลผู้ป่วยให้ทันสมัยและมีความปลอดภัยสูงขึ้น สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน เป็นการลดภาระของหน่วยงานได้เป็นอย่างดี โดยควรมีการฝึกอบรมการทำวิจัยทางการพยาบาลและอบรมสถิติการวิจัยตั้งแต่พื้นฐานจนถึงงานวิจัยที่สำเร็จสมบูรณ์ สามารถตีพิมพ์ในวารสารของโรงพยาบาลได้ ควรมีการจัดอบรม/ประชุมเชิงปฏิบัติการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงาน ทั้งในหน่วยงาน/นอกหน่วยงาน หรือเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อ ซึ่งจะมี Programmer ให้คำปรึกษา อบรมเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือทางการแพทย์ต่าง ๆ ที่ Update ควรมีการปฐมนิเทศเจ้าหน้าที่พยาบาลใหม่ทุกคนเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือทางการแพทย์ รวมทั้งควรมีการกำหนดเป้าหมายให้มีการใช้โปรแกรมบันทึกทางการพยาบาลลิเล็กทรอนิกส์ 100% (3) ด้านการพัฒนา พบว่า โรงพยาบาลหัวหิน ควรส่งเสริมให้พยาบาลวิชาชีพใช้ความรู้ที่ได้เรียนและศึกษามาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของหน่วยงาน เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ของหน่วยงานต่อไป ควรส่งเสริมให้ศึกษางานอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ถ่ายทอดความรู้ ทักษะประสบการณ์ให้แก่นักศึกษาพยาบาล เป็นครูพี่เลี้ยงให้กับนักศึกษาติดตามการนิเทศการปฏิบัติงาน สนับสนุนให้เข้าสอบแข่งขันทุกหลักสูตรที่เปิดตามสาขาที่ต้องการและขาดแคลน เปิดโอกาสให้บุคลากรเข้าร่วมประชุมหรือเป็นคณะกรรมการในคณะทำงานต่าง ๆ PCT, IC, RM, ระบบยา, 5ส ความเสี่ยงระบบยา การเข้าประชุม Patient Care Team (PCT), Pre-Post Conference, Morning Take, Case Conference การค้นคว้างานวิจัยมาประยุกต์ใช้กับงาน นำความเสี่ยงหรือประสบการณ์การทำงานมาแลกเปลี่ยนกัน เป็นต้น

**การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย**

ผลการวิเคราะห์ลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**ตารางที่ 3 ลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

| ลักษณะส่วนบุคคล | การพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ | | | |
|---|---|---|---|---|
| | ด้านการศึกษา | ด้านการฝึกอบรม | ด้านการพัฒนา | ภาพรวม |
| 1. เพศ | 0.013* | - | - | - |
| 2. อายุ | - | - | 0.005** | - |
| 3. ระดับการศึกษา | - | - | 0.000*** | 0.000*** |
| 4. สถานภาพสมรส | - | - | - | - |
| 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | - | - | 0.001*** | 0.001*** |
| 6. ประสบการณ์ในการทำงาน | - | - | 0.001*** | - |

จากตารางที่ 3 พบว่า ลักษณะส่วนบุคคล ในภาพรวม ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**ตารางที่ 4 ปัจจัยจูงใจ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

| ปัจจัยจูงใจ | การพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | B | S.E. | สปส. Beta | t | Sig. |
| (ค่าคงที่) | 0.178 | 0.380 | - | 0.470 | 0.639 |
| 1. ความสำเร็จในการทำงาน | -0.094 | 0.049 | -0.103 | -1.924 | 0.056 |
| 2. การได้รับการยอมรับ | 0.170 | 0.055 | 0.204 | 3.094** | 0.002 |

**ตารางที่ 4 ปัจจัยจูงใจ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** (ต่อ)

| ปัจจัยจูงใจ | การพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | B | S.E. | สปส. Beta | t | Sig. |
| 3. ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน | 0.423 | 0.068 | 0.431 | 6.181*** | 0.000 |
| 4. ลักษณะงานที่ทำ | 0.228 | 0.067 | 0.261 | 3.395*** | 0.001 |
| 5. ความรับผิดชอบ | 0.155 | 0.054 | 0.151 | 2.845** | 0.005 |

**หมายเหตุ** * $p \leq 0.05$ R = 0.796
** $p \leq 0.01$ $R^2$ = 0.634
*** $p \leq 0.001$ $R^2$ปรับ = 0.620
F = 45.695
ระดับนัยสำคัญ = 0.000
Durbin–Watson = 1.864

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยจูงใจ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (R) อยู่ในระดับสูง 0.796 และพิจารณาจากการปรับมาตรฐานของตัวแปร (Standardized Variables) ร้อยละ 62.00-63.40 ซึ่งการทดสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน (Durbin-Watson) ในครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 1.864 คือ ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย (1) ความสำเร็จในการทำงาน (2) การได้รับการยอมรับ (3) ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (4) ลักษณะงานที่ทำ และ (5) ความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์เชิงอิสระในตัวเอง ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ และค่า สปส. Beta เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ($\beta_{\text{ความก้าวหน้า}}$ = 0.431, Sig. = 0.000) ด้านลักษณะงานที่ทำ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ($\beta_{\text{ลักษณะงาน}}$ = 0.261, Sig. = 0.001) ด้านการได้รับการยอมรับ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($\beta_{\text{ได้รับการยอมรับ}}$ = 0.204, Sig. = 0.002) ด้านความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($\beta_{\text{รับผิดชอบ}}$ = 0.151, Sig.

= 0.005) กล่าวคือ การพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ โรงพยาบาลหัวหินควรส่งเสริมให้พยาบาลวิชาชีพได้รับความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ลักษณะงานที่ทำต้องตรงกับความสามารถ ได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา และมีความรับผิดชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้ดีที่สุด

จากตาราง 4 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$\hat{Y} = b_0 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$

= 0.178 + 0.170 (การได้รับการยอมรับ) + 0.423 (ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน) + 0.228 (ลักษณะงานที่ทำ) + 0.155 (ความรับผิดชอบ)

$\hat{Y}$ หมายถึง การพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งมีความเหมาะสมกับค่า $R^2$ (Coefficient of Determination) ในระดับปานกลางซึ่งมีค่าเท่ากับ = 0.634

**สรุปผลการวิจัย**

**ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท และมีประสบการณ์ในการทำงาน 6-10 ปี

**ปัจจัยจูงใจในการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

ปัจจัยจูงใจในการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมและรายด้าน มีการจูงใจอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านลักษณะงานที่ทำ ด้านการได้รับการยอมรับ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และ ด้านความสำเร็จในการทำงาน

**การพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

การพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมและรายด้าน มีการพัฒนาตนเองอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการพัฒนา ด้านการฝึกอบรม และด้านการศึกษา

**แนวทางการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

พบว่า (1) ด้านการศึกษา พบว่า โรงพยาบาลหัวหิน ควรมีการสื่อสารให้บุคลากรเตรียมความพร้อมในสมรรถนะแต่ละบุคคลเพื่อรองรับการพัฒนา โดยการส่งเสริมให้บุคลากรได้เข้ารับการศึกษาระดับบัณฑิต มหาบัณฑิต การศึกษาระยะสั้นทางการพยาบาลเฉพาะทางทุกสาขา ตามแผนยุทธศาสตร์ของโรงพยาบาล ทั้ง

ในสถาบันการศึกษาที่เปิดจริง และ Self-Learning จาก Online ซึ่งควรมีการจัดลำดับความสำคัญและความต้องการขององค์กรให้สอดคล้องกัน และในการเข้ารับศึกษาของสถาบันต่าง ๆ จะมีเกณฑ์กำหนดของหน่วยงานให้พยาบาลวิชาชีพในหอผู้ป่วยผ่านการศึกษาระยะสั้นเฉพาะทาง 4 เดือน 100 % โดยผลัดกันไปเรียนปีละ 1 คน มีแผนสอบเรียนเฉพาะทางด้านอุบัติเหตุและฉุกเฉิน ปีละ 2 ครั้ง ครั้งละ 1 คน ควรมีการวางแผนส่งศึกษาเฉพาะทางวิสัญญีสำหรับการให้ยางับความรู้สึก สำหรับการผ่าตัดหัวใจ สมอง วางแผนให้ศึกษาต่อเนื่องปริญญาโท APN แบบเสาร์-อาทิตย์ และควรส่งเสริมให้มีการทำงานที่ท้าทาย เพื่อพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในทุกระดับให้พร้อมรับตำแหน่งสูงขึ้น และมอบหมายภารกิจที่ชัดเจน ให้ตรงกับ Competency (2) ด้านการฝึกอบรม พบว่า โรงพยาบาลหัวหิน ควรมีการส่งเสริมให้พยาบาลวิชาชีพมีการฝึกอบรมการใช้นวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ ระหว่างทำงาน เพื่อเพิ่มศักยภาพการดูแลผู้ป่วยให้ทันสมัยและมีความปลอดภัยสูงขึ้น สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน เป็นการลดภาระของหน่วยงานได้เป็นอย่างดี โดยควรมีการฝึกอบรมการทำวิจัยทางการพยาบาลและอบรมสถิติการวิจัยตั้งแต่พื้นฐานจนถึงงานวิจัยที่สำเร็จสมบูรณ์ สามารถตีพิมพ์ในวารสารของโรงพยาบาลได้ ควรมีการจัดอบรม/ประชุมเชิงปฏิบัติการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงาน ทั้งในหน่วยงาน/นอกหน่วยงาน หรือเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านสื่อ ซึ่งจะมี Programmer ให้คำปรึกษา อบรมเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือทางการแพทย์ต่าง ๆ ที่ Update ควรมีการปฐมนิเทศเจ้าหน้าที่พยาบาลใหม่ทุกคนเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือทางการแพทย์ รวมทั้งควรมีการกำหนดเป้าหมายให้มีการใช้โปรแกรมบันทึกทางการพยาบาลลิเล็กทรอนิกส์ 100% (3) ด้านการพัฒนา พบว่า โรงพยาบาลหัวหิน ควรส่งเสริมให้พยาบาลวิชาชีพใช้ความรู้ที่ได้เรียนและศึกษามาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของหน่วยงาน เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ของหน่วยงานต่อไป ควรส่งเสริมให้ศึกษางานอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ถ่ายทอดความรู้ ทักษะประสบการณ์ให้แก่นักศึกษาพยาบาล เป็นครูพี่เลี้ยงให้กับนักศึกษาติดตามการนิเทศการปฏิบัติงาน สนับสนุนให้เข้าสอบแข่งขันทุกหลักสูตรที่เปิดตามสาขาที่ต้องการและขาดแคลน เปิดโอกาสให้บุคลากรเข้าร่วมประชุมหรือเป็นคณะกรรมการในคณะทำงานต่าง ๆ PCT, IC, RM, ระบบยา, 5ส ความเสี่ยงระบบยา การเข้าประชุม Patient Care Team (PCT), Pre-Post Conference, Morning Take, Case Conference การค้นคว้างานวิจัยมาประยุกต์ใช้กับงาน นำความเสี่ยงหรือประสบการณ์การทำงานมาแลกเปลี่ยนกัน เป็นต้น

**ลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

ลักษณะส่วนบุคคล ในภาพรวม ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

**ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

ปัจจัยจูงใจ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และด้านลักษณะงานที่ทำ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ส่วนด้านการได้รับการยอมรับ และด้านความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

**อภิปรายผลการวิจัย**

ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ปัจจัยจูงใจ ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และด้านลักษณะงานที่ทำ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ส่วนด้านการได้รับการยอมรับ และด้านความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยความต้องการภายในของพยาบาลวิชาชีพ ซึ่งประกอบไปด้วย การได้รับการยอมรับ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ลักษณะงานที่ทำ และความรับผิดชอบ ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพในการปฏิบัติงาน และเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้พยาบาลวิชาชีพปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจและอยากพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณ พูวัฒนาธนสิน (2562ข: 299-303) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาตนเองในการทำงานของข้าราชการกองบัญชาการกองทัพไทย พื้นที่แจ้งวัฒนะ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยจูงใจ แบ่งเป็น ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบในตำแหน่งงาน ความสำเร็จในงาน ส่งผลต่อการพัฒนาตนเองในการทำงานของข้าราชการกองบัญชาการกองทัพไทย พื้นที่แจ้งวัฒนะ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิระภา กฤติยาวรรณ์ (2559: 177-180) วิจัยเรื่องความต้องการพัฒนาตนเองของข้าราชการตำรวจกองบังคับการสนับสนุนทางอากาศ กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน มีความสัมพันธ์เชิงเหตุผลต่อความต้องการพัฒนาตนเองของข้าราชการตำรวจ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.001 รวมทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรี ขันธเนตร (2554: 121) วิจัยเรื่อง ความต้องการพัฒนาตนเองในการทำงานของข้าราชการตำรวจสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ได้แก่ การได้รับการยอมรับนับถือ ความก้าวหน้าในงาน มีความสัมพันธ์กับความต้องการพัฒนาตนเองในการทำงาน ในภาพรวมอย่างมีนัยทางสถิติ ที่ระดับ 0.001 และปัจจัยด้านบรรยากาศองค์กร ได้แก่ ลักษณะงานที่ปฏิบัติ สภาพแวดล้อมในการทำงาน และภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความต้องการพัฒนาตนเองในการทำงาน ในภาพรวมอย่างมีนัยทางสถิติ ที่ระดับ 0.001 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลิค (Maik, 2010: 147) วิจัยเรื่องปัจจัยจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการปฏิบัติงานในสถานที่ที่ปลอดภัย และปัจจัยด้านเงินเดือน ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในการทำงานและปัจจัยด้านการเลื่อนตำแหน่ง เป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการปฏิบัติงาน ซึ่ง

งานวิจัยทั้ง 4 ผลงานมีความสอดคล้องกับงานวิจัยการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในบริบทขององค์กรที่มีลักษณะเป็นองค์การราชการ จึงมีความสอดคล้องกันในบริบทของลักษณะองค์กรที่เหมือนกัน

**ข้อเสนอแนะ**

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าหน่วยงานควรส่งเสริมและสนับสนุนให้พยาบาลวิชาชีพได้รับโอกาสศึกษาในระดับที่สูงขึ้นตามแผนยุทธศาสตร์ของโรงพยาบาล ส่งเสริมให้มีโอกาสฝึกอบรมเกี่ยวกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้เรียนรู้นวัตกรรม เพื่อให้มีความรู้ความสามารถที่ทันต่อสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลารวมทั้งส่งเสริมให้พยาบาลมีความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เช่น ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ด้านความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของหน่วยงาน ด้านความรู้สึกพึงพอใจ ด้านความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย ความเพียงพอของรายได้และสวัสดิการ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา นโยบายและการบริหารงานขององค์กร เป็นต้น

2) ควรศึกษาวิจัยแนวทางการส่งเสริมการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพ ของโรงพยาบาลในจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งเป็นโรงพยาบาลที่มีขนาด กลุ่มงาน และบริบทการปฏิบัติงานที่ใกล้เคียงกับโรงพยาบาลหัวหิน เช่น โรงพยาบาลพระจอมเกล้า จังหวัดเพชรบุรี โรงพยาบาลประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาเชื่อมโยง ประสานการทำงาน และสร้างเครือข่ายในการทำงานระหว่างหน่วยงานอย่างบูรณาการร่วมกัน แล้วสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในทุกโรงพยาบาลได้อย่างประสบผลสำเร็จ

**บรรณานุกรม**

กิ่งกาญจน์ ใจซื่อกุล. (2555, กันยายน). ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาตนเองของพยาบาลวิชาชีพ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าหอผู้ป่วยกับความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของกลุ่มการพยาบาล ตามการรับรู้ของพยาบาลวิชาชีพประจำการโรงพยาบาลชุมชน เขตตรวจราชการ สาธารณสุขที่ 4. การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, กรุงเทพฯ, ประเทศไทย.

จินตนา วิชญเศรณี. (2561). *แนวทางการบริหารการพยาบาลในภาพรวมองค์กรพยาบาล*. ประจวบคีรีขันธ์: โรงพยาบาลหัวหิน. https://www.huahinhospital.go.th/file_doc/files-15253.pdf

จิระภา กฤติยาวรรณ์. (2559). *ความต้องการพัฒนาตนเองของข้าราชการตำรวจกองบังคับการสนับสนุนทางอากาศ กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี*. [วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์] มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.

ณัฐกุล ภูกลาง. .(2561)*การพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม* .[รายงานการวิจัยบุคลากร (R2R), มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคา]. http://fulltext.rmu.ac.th/fulltext/2561/M126183/Phooklang%20Nattakul.pdf

พรพรรณ พูวัฒนาธนสิน. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาตนเองในการทำงานของข้าราชการกองบัญชาการกองทัพไทย พื้นที่แจ้งวัฒนะ. *วารสารสมาคมนักวิจัย, 24*(3), 290-305.

พิชญากร ศรีปะโค. (2557). การพัฒนาวิชาชีพพยาบาล : การพัฒนาภาวะผู้นำทางการพยาบาล. *วารสารพยาบาลทหารบก, 15*(3), 1-8.

ละออ นาคกุล. (2557). ความต้องการในการพัฒนาตนเองของบุคลากรในโรงพยาบาลรามาธิบดี. *วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี กรุงเทพ, 30*(1), 22-33.

วัชรี ขันธเนตร. (2554). *ความต้องการพัฒนาตนเองในการทำงานของข้าราชการตำรวจตรวจคนเข้าเมือง สำนักงานตำรวจตรวจคนเข้าเมือง*. [วิทยานิพนธ์ศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์]. https://dric.nrct.go.th/index.php?/Search/SearchDetail/261213

ศรีวรรณ แก้วทองดี. (2562). *แนวทางการพัฒนาตนเองของครูในสถานศึกษา สหวิทยาเขตบึงสามพัน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 40*. [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์]. http://ns.nsru.ac.th

Diez S. A., Gonzalez A., Delgado V., Flowers M., Maltseva T. & Olenick M. (2020). COVID-19 and advance practice registered nurses: fronline update. *J Nurse Pract, 16*, 551-555.

Herzberg, F. (1959). *Federick; Mausner, Bernard; and Synderman, Block the Motivation to Work*. New York: John Willey.

Maik, N. (2010). A Study on Motivational Factors of the Faculty Members at University of Balochistan. *Sebian Journal of Management, 5*(1), 143-149.

Megginson, D. & Pedler, M. (1992). *Self development: A Facilator,s guide*. London:McGraw–Hill.

Nadler, L. (1980). *Corporate Human Resource Development: A Management Tool*. Housto: Gulf

Nadler, L. & Wiggs, G. D. (1989). *Managing human resources development*. SanFrancisco, California: Jossey-Bass.

# ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

# Factors Influencing Promotion of Support Personnel at Rajamangala University of Technology Isan

อมร คำมูล* จักเรศ เมตตะธำรงค์ ชารินี ไชยชนะ และเพชรไพรริน อุปปิง
คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร
เลขที่ 199 หมู่ที่ 3 ถนนพังโคน-วาริชภูมิต ต.พังโคน อ.พังโคน จ.สกลนคร 47160
Amorn Kammoon, Charinee Chaichana, Jakret Mettathamrong and Phetphrairin Upping
Faculty of Industry and Technology, Rajamangala University of Technology Isan
Sakonnakhon Campus.
119 moo 3 Phangkhon-waritchaphum, Road, Phangkhong, Sakhonnakhon 47160
E-mail : Kkai6688@gmail.com

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน 2) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน และ 3) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่มีต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา พนักงานในสถาบันอุดมศึกษา ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ทั้ง 4 วิทยาเขต จำนวน 400 คน เครื่องมือของการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ประกอบด้วยปัจจัย สมรรถนะในการปฏิบัติงาน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน 2) ผลการศึกษาจากความสัมพันธ์พบว่าตัวแปรทุกตัวล้วนมีความสัมพันธ์กัน และ 3) ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมประกอบด้วยปัจจัยสมรรถนะในการปฏิบัติงานและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

**คำสำคัญ** : การเลื่อนตำแหน่ง บุคลากรสายสนับสนุน ปัจจัยที่มีอิทธิพล แรงจูงใจ การบริหารทรัพยากรมนุษย์

Received Revised Accepted
1 กรกฎาคม 2565 / 23 กรกฎาคม 2565 / 23 สิงหาคม 2565
1 July 2022 / 23 July 2022 / 23 August 2022

**Abstract**

This research aims to 1) examine the factors influencing the promotion of support personnel, 2) study the relationship between these factors, and 3) explore the factors that directly and indirectly influence promotion. The sample group consisted of 400 civil servants and employees in higher education institutions from all the four of Rajamangala University of Technology Isan. The instrument was a questionnaire to collect and analyze the data. The results demonstrated that: 1) the factors influencing the promotion of support personnel included competency, operational efficiency, and performance motivation, 2) regarding the relationship between the factors influencing the promotion of support personnel, all the variables were found to be related, and 3) competency and performance motivation had a direct influence on performance and performance motivation and an indirect influence on performance efficiency.

**Keywords** : Promotion of support personnel, Support personnel, Factor influencing, Motivation, Human resource management

**บทนำ**

ในปัจจุบันคือยุคของการแข่งขันที่มีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลอย่างรวดเร็ว หากหน่วยงานไม่มีการปรับเปลี่ยนให้ทันตามการเปลี่ยนแปลงตามสภาวการณ์ปัจจุบันก็จะทำให้ธุรกิจหรือแม้แต่ตัวเราเองไม่สามารถอยู่รอดได้ในสภาวการณ์ที่มีการเปลี่ยนด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ระดับมหาวิทยาลัยก็เช่นกัน ปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารเพื่อให้ทันตามสภาวการณ์เปลี่ยนแปลงและแข่งขันอย่างรุนแรง ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาเป็นหน่วยงานที่ผลิตทรัพยากรมนุษย์เพื่อส่งต่อให้กับองค์กรผู้ใช้บัณฑิตหรือแม้แต่กลุ่มอาชีพอิสระ นับได้ว่าทรัพยากรมนุษย์มีความสำคัญมากในการพัฒนาประเทศในทุกๆ ด้าน ดังแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 – 2564) และแผนพัฒนากระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) แผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ทุกองค์กรต่างก็ให้ความสำคัญในจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษา ทั้งสถาบันอุดมศึกษาของภาครัฐ สถาบันอุดมศึกษาที่อยู่ในกำกับรัฐ และสถาบันอุดมศึกษาเอกชนก็ได้ให้ความสำคัญในการบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างจริงจัง ทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุน เพราะการที่องค์กรปฏิบัติตามพันธกิจเพื่อให้ไปถึงเป้าหมายได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรทุกระดับในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้นบุคลากรควรใช้ความรู้ ความสามารถ ทักษะ สมรรถนะ ในการปฏิบัติงานหรือทำงานของบุคลากรให้มีผลที่ดี เพื่อให้งานสำเร็จบรรลุตามวัตถุประสงค์และ

ไปสู่เป้าหมายขององค์กรมีเป้าหมาย (รุ่งโรจน์ สุทธิสุข, 2562) บุคลากรควรใช้สมรรถนะหรือความสามารถประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ทำให้บุคลากรปฏิบัติงานโดยอาศัยพันธกิจที่ได้รับมอบหมายจนสำเร็จลุล่วงและมีประสิทธิภาพนั้น บุคลากรต้องมีแรงจูงใจจากการทำงานมองเห็นอนาคตและมีความก้าวหน้าหรือเส้นทางอาชีพของตนเอง รู้จักพิจารณาจากเป้าหมายชีวิตตนเองได้ทั้ง สิ่งสำคัญคือองค์กรต้องวางแผนด้านการพัฒนาบุคลากรให้แต่ละคนมีความก้าวหน้า จะได้มีความมั่นใจและสร้างสัมพันธ์ภายในองค์กร ส่งผลถึงความมั่นคง ยั่งยืนขององค์กรและของบุคลากรด้วยเช่นกัน (จิรประภา อัครบวร, 2552: 36-37)

การบริการบุคลากรที่เป็นบุคคล โดยเฉพาะบุคลากรที่อยู่ในสายสนับสนุนถือว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในองค์กร ในการขับเคลื่อนและพัฒนาองค์กร ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาทุกแห่งจึงต้องกำหนดแนวของเส้นทางอาชีพให้กับบุคลากร ความเป็นมืออาชีพในสายงานหรือเส้นทางอาชีพ (Career Path) เป็นความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานตามที่องค์กรมีเป้าหมายและกำหนดไว้ตามโครงสร้างองค์กร โดยจัดทำกรอบอัตรากำลังขององค์กร ให้กับบุคลากรสายสนับสนุนให้เกิดความก้าวหน้าในสายงานหรือเส้นทางอาชีพ แสดงให้เห็นถึงแนวทางการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรจากระดับล่างไปจนถึงสูงสุด ความก้าวหน้าในอาชีพจะช่วยสร้างเป้าหมายและแรงจูงใจในการทำงานให้กับบุคลากร เพื่อรักษาบุคลากรให้ดีมีความสามารถให้อยู่กับองค์กร บุคลากรสายสนับสนุนของสถาบันอุดมศึกษาการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นนั้น ควรปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการตามประกาศคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา (ก.พ.อ.) ลงวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2553 เรื่อง มาตราฐานการกำหนดระดับตำแหน่งและแต่งตั้งข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาให้ดำรงตำแหน่งสูงขึ้น พ.ศ. 2553 และตามพระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2547 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม ก.พ.อ. อีกทั้งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ได้ให้ความสำคัญในเรื่องการจัดการทรัพยากรมนุษย์โดยพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2548 มาตรา 17 (13) พิจารณาดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลของมหาวิทยาลัยตามกฎหมาย ว่าด้วย ระเบียบข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา และตามที่คณะกรรมการข้าราชการพลเรือนใน สถาบันอุดมศึกษามอบหมาย (พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล, 2548) การวิจัยนี้ผู้วิจัยศึกษากับบุคลากรสายสนับสนุนเพราะบุคลากรสายสนับสนุนคือฝ่ายคอยบริการหรือสนับสนุนงานของฝ่ายวิชาการที่เป็นคณาจารย์เพื่อให้การเรียนการสอนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น หากปราศจากฝ่ายงานสนับสนุนแล้วจะส่งผลให้การดำเนินงานอาจเกิดอุปสรรค ฉะนั้นแล้วการส่งเสริมให้บุลากรสายสนับสนุนมีตำแหน่งที่สูงขึ้นจึงเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจและเสริมแรงจูงใจที่ดี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ได้จัดทำแผนการบริหารและพัฒนาบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) ซึ่งได้เชื่อมโยงยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์กระทรวง ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน โดยกำหนดวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ กำหนดเป้าประสงค์ กลยุทธ์ การบริหารจัดการและพัฒนาพนักงานไว้อย่างชัดเจน และสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ได้อนุมัติแผนการบริหารและพัฒนาบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ระยะ 4 ปี พ.ศ. 2561-2564 ในการประชุมสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ครั้งที่ 11/2560 วันที่ 24

พฤศจิกายน พ.ศ.2560 โดยกำหนดเป้าหมายการเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุนไว้ในระยะ 4 ปี ดังนี้ ปี พ.ศ. 2561 กำหนดเป้าหมายไว้ร้อยละ 30 ของบุคลากรสายสนับสนุน ปี พ.ศ. 2562 กำหนดเป้าหมายไว้ร้อยละ 40 ของบุคลากรสายสนับสนุน ปี พ.ศ. 2563 กำหนดเป้าหมายไว้ร้อยละ 50 ของบุคลากรสายสนับสนุน และ ปี พ.ศ. 2564 กำหนดเป้าหมายไว้ร้อยละ 60 ของบุคลากรสายสนับสนุน นั้น(ข้อมูล ณ 30 กันยายน 2560) แต่บุคลากรสายสนับสนุนที่มีสามารถในการทำผลงานทางวิชาการในการเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นได้ยังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนด ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ไตรมาสที่ 1 (1 ตุลาคม 2563-31 ธันวาคม 2563) มีบุคลากรที่จัดทำผลทางวิชาการงานเพื่อยื่นขอกำหนดตำแหน่งที่สูงขึ้นคิดเป็นร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับสิ่งที่ได้กำหนดไว้จะเห็นได้ว่าการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานยังไม่เป็นไปตามเป้าหมายของแผนการบริหารและพัฒนาบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ระยะ 4 ปี พ.ศ. 2561-2564 ที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้

จากหลักเกณฑ์ที่ได้กล่าวมา และจากประกาศ ก.พ.อ. ข้อบังคับของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน และค่าเป้าหมายการเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลาการสายสนับสนุนนั้น จะต้องดำเนินการทำเอกสารผลงานทางวิชาการในการเสนอตำแหน่งในระดับสูงขึ้นและผลงานทางวิชาการผ่านการประเมินตามหลักเกณฑ์และข้อบังคับที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งสูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานว่ามีเรื่องใดบ้าง ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลกับข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา พนักงานในสถาบันอุดมศึกษา สายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน เพื่อนำผลของการศึกษามาวิเคราะห์เสนอแนะแนวทางการบริหารงานด้านการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุน ส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากรทำงานทางวิชาการและผลงานทางวิชาการเพื่อเสนอขอกำหนดตำแหน่งในระดับสูงขึ้นให้บุคลากรมีความก้าวหน้าในสายงานและเสนอแนวทางต่อกองบริหารงานบุคคล ผู้บริหารเพื่อพัฒนาต่อ

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่มีต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

**การทบทวนวรรณกรรม**

**สมรรถนะ**

การศึกษาสมรรถนะของบุคลากรสายสนับสนุน จะต้องศึกษาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับตัวแปรได้อย่างดี ซึ่ง Spencer & Spencer (1993: 9 -11) กล่าวว่า สมรรถนะนั้นเป็นคุณลักษณะของแต่ละบุคคล อาศัยการสร้างสัมพันธ์ต่อกันและกัน อันเป็นผลต่อความมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 1) แรงจูงใจ (Motive) 2) คุณลักษณะส่วนบุคคล (Trait) 3) แนวคิดของตนเอง (Self-concept) 4) องค์ความรู้ (Knowledge) และ 5) ความมีทักษะ (Skill) นอกจากนี้แล้ว Bryant & Poustie (2001) กล่าวถึง สมรรถนะมี 3 ประเภทด้วยกัน ดังนี้ 1) ประเภทของสมรรถนะหลัก (Core competency) 2) ประเภทของสมรรถนะทางด้านพฤติกรรม (Behavioral competency) และ 3) สมรรถนะด้านเทคนิค (Technical competency) อีกทั้งสมรรถนะนั้นคือสิ่งที่จำเป็นและเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการพัฒนาบุคลากร แบ่งออกเป็น 3 มุมมอง ประกอบด้วย 1) องค์ความรู้ของคน (Knowledge) 2) ทักษะของบุคคล (Skills) และ 3) ส่วนบุคคลที่มีลักษณะพิเศษ (Attributes) (อาภรณ์ ภู่วิทยพันธุ์, 2551: 22-23) การแบ่งสมรรถนะตามแนวคิดของ การแบ่งสมรรถนะของ McLagan (1997: 40) แบ่งสมรรถนะออกเป็น 4 สมรรถนะ คือ 1) สมรรถนะตามลักษณะของงาน 2) สมรรถนะตามผลลัพธ์ 3) สมรรถนะตามผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงาน และ 4) สมรรถนะตามความรู้ ทักษะและทัศนคติ และองค์ประกอบสมรรถนะที่สำคัญตามแนวคิดของ McClelland (1973) แบ่งสมรรถนะออกเป็น 5 ประการ คือ 1) ความรู้ในตัวคน (Knowledge) 2) ทักษะของบุคคล (Skill) 3) บทบาททางสังคม (Social Role) 4) ภาพลักษณ์ของตัวเอง (Self-image) และ 5) การเกิดแรงจูงใจ/ทัศนคติ (Motive / Attitude) สมรรถนะ คือ การใช้ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรม (ประจักษ์ ทรัพย์อุดม, 2550)

**แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน**

การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานคือ สิ่งสำคัญต่อองค์กร การสร้างเสริมให้บุคลากรมีแรงจูงใจทำงานอย่างดี จะมีผลทำให้ผลการทำงานออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง Bangmo (2004: 179 – 186) กล่าวว่า การจูงใจหรือแรงกระตุ้นให้บุคลากรปฏิบัติงาน ถือเป็นภารกิจสำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหาร การกระตุ้นให้บุคลากรตั้งใจทำงานหรือควบคุมให้บุคลากรทำงานตามมาตรฐาน เพื่อบุคลากรเกิดการพัฒนาตนเองมุ่งสู่สมรรถนะที่องค์กรต้องการ รวมทั้งการกระตุ้นให้บุคลากรทำงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อผลประโยชน์ของตนเองที่จะได้รับ ผู้บริหารควรกระตุ้นด้วยการให้รางวัล ประกาศให้เป็นบุคลากรดีเด่น มอบเบี้ยขยัน การศึกษาและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ เช่น Maslow (1943) กล่าวถึง ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของบุคคล มี 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) ความต้องการของร่างกาย 2) ความปลอดภัยและมั่นคงที่มนุษย์ต้องการ 3) การอยู่ในสังคม 4) การถูกยกย่องสรรเสริญ และ 5) การได้รับความสำเร็จขั้นสูง ทฤษฎีความต้องการความสำเร็จ ซึ่ง Yawirat (2007: 145 – 146) อธิบายถึงทฤษฎีความต้องการ 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) มีความต้องการความสำเร็จ (n'Ach) 2) การเข้าสังคมสังคม (n'Aff) และ 3) การมีอำนาจเหนือบุคคล (n'Pow) การสร้างความพึงพอใจ Alderfer (1969) มีความเห็นคล้ายกับ Maslow และเสนอว่าบุคคลมีความต้องการ 3 ลำดับ ประกอบด้วย 1) การดำรงอยู่ (Existence) 2) ความสัมพันธ์ (Relatedness) และ 3) ความเจริญก้าวหน้า (Growth) แนวคิดของ ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2553, 52-53) กล่าวถึงความต้องการของ

บุคคลเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย 4 ประการ คือ 1) การประสบผลสำเร็จที่ดี 2) การมีมิตรสัมพันธ์ที่ดี 3) ความมีอิสระเสรี และ 4) อำนาจของบุคคล ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (Suwannachot, 2008) กล่าวว่า ทฤษฎีของเฮอร์ซเบิร์ก แบ่งเป็น 2 ส่วนของปัจจัย ปัจจัยแรก จะนำไปสู่ความพึงพอใจ (Satisfaction) และอีกหนึ่งปัจจัย จะเป็นปัจจัย ความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) ซึ่งความพึงพอใจกับความไม่พึงพอใจ โดยที่ปัจจัย 2 กลุ่ม มีดังนี้ ปัจจัยที่เกี่ยวกับการจูงใจบุคลากร (Motivational Factors) และความเกี่ยวพันไปกับปัจจัยที่จะช่วยค้ำจุนบุคลากร (Maintenance or Hygiene Factors)

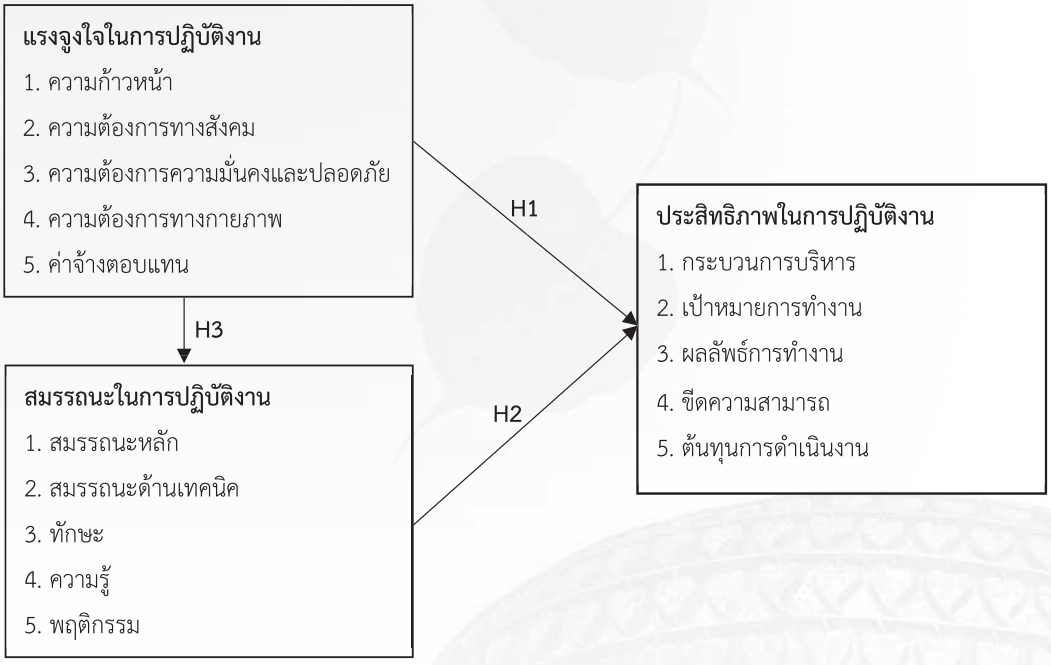
**แนวคิดและทฤษฎีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน**

การศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน คือ การทำความเข้าใจถึงการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพนั้นจะควรดำเนินการอย่างไร Millet (1954) กล่าวถึง ประสิทธิภาพ คือ ผลจากการปฏิบัติงานจนทำให้ได้รับความพอใจและการแบ่งปันผลการทำงาน โดยมีมุมมองจาก 1) การบริการด้วยความเท่าเทียมกันทุกคน (Equitable service) 2) ความรวดเร็วและทันเวลาในการบริการ (Timely service) 3) การบริการให้ทั่วถึงและพอเพียง (Ample service) 4) มีความต่อเนื่องกันของการบริการ (Continuous service) และ 5) ความก้าวหน้าและพัฒนางานบริการ (Progressive service) และ Peterson & Plowman (1953) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการให้บริการ จากความหมายอย่างง่าย คือ การพุ่งเป้าไปที่การลดต้นทุนของการผลิตและบริการ ความหมายอย่างยาก คือ การบริการหรือคุณภาพการบริการที่ดี (Quality of Effectiveness) และมีความสามารในการผลิต (Competence and Capability) แนวคิดประสิทธิภาพในการทำงานของ Dubrin (1998) กล่าวถึง การปฏิบัติการให้เกิดความมีประสิทธิภาพ ผู้ทำงานจะต้องมีเทคนิคหรือทักษะประกอบด้วย 1) ควรมีวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงาน 2) ควรดำเนินการเรียงลำดับของความสำคัญทั้งก่อนทำงานและหลังทำงาน 3) เน้นปฏิบัติงานที่ให้ผลที่มีประสิทธิภาพสูง 4) กำจัดงานที่มีผลผลิตต่ำ 5) ควรจัดเวลาในการปฏิบัติงานไว้ให้ดี 6) การเผื่อเวลาในการปฏิบัติงานที่จะมีเวลานาน 7) การปฏิบัติภารกิจที่คล้ายคลึงกันในเวลาเดียวกัน 8) การปฏิบัติภารกิจแต่ละประเภทต่อหนึ่งครั้ง 9) การจัดการกับปัญหาในเรื่องเล็กน้อยให้เสร็จสิ้น 10) การมอบอำนาจต่อผู้อื่น 11) การปฏิบัติงานตามช่วงเวลาให้เกิดประสิทธิภาพ 12) การใช้เครื่องมือประเภทคอมพิวเตอร์มาใช้ในการทำงาน 13) การแบ่งงานออกมาเป็นส่วน ๆ 14) การรู้จักใช้เวลาให้เกิดประโยชน์ 15) การกำหนดเวลาในการทำงานให้เสร็จให้ทันเวลา และ 16) การหยุดปฏิบัติงานเมื่อเห็นว่าจะก่อให้เกิดผลผลิตต่ำ

การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพตามแนวคิดของ Becker & Neuhauser (1975) กล่าวถึงประสิทธิภาพขององค์กร (Model of Organization Efficiency) การทำงานให้ดีประกอบด้วย 1) สภาพแวดล้อมของการทำงาน 2) มีระเบียบปฏิบัติชัดเจน 3) ผลการทำงานแสดงได้ชัดและสัมพันธ์กับตัวของประสิทธิภาพ และ 4) หากตรวจสอบควบคู่กันไปจะปรากฏว่าหากกำหนดข้อบังคับรวมทั้งวิธีการปฏิบัติอย่างชัดเจน แนวคิดของ Certo (2000) กล่าวถึง การทำงานที่ดีมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 1) การรู้จักความสามารถที่จะแยกแยะ 2) การรู้จักการวิเคราะห์ปัญหา 3) ความสามารถจำเรื่องที่ผ่ามา 4) ความสามารถในการดัดแปลง และ 5) ความสามารถในการพูด และ Peterson & Plowman (1989: 325) กล่าวถึง การวัด

ประสิทธิภาพทางด้านธุรกิจมีองค์ประกอบ 4 อย่าง คือ 1) คุณภาพในการทำงานที่ออกมา 2) ปริมาณเนื้องานที่ออกมา 3) เวลา และ 4) ค่าใช้จ่ายที่ต่ำ การทำงานให้เกิดประสิทธิภาควรมีความฉับไวในการทำงาน มีความถูกต้องแม่นยำในการทำงาน มีองค์ความรู้ในการทำงาน มีประสบการณ์ในการทำงาน และการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน(สมพิศ สุขแสน, 2556)

**กรอบแนวคิดการวิจัย**




**ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย**

**สมมติฐานของการวิจัย**

สมมติฐานในการวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย 3 สมมติฐานดังนี้

สมมุติฐานที่ H1: แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

สมมุติฐานที่ H2: สมรรถนะในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

สมมติฐานที่ H3: แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

**วิธีการวิจัย**

ประชากร คือ บุคลากรสายสนับสนุน ได้แก่ ข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา พนักงานในสถาบันอุดมศึกษา ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ทั้ง 4 วิทยาเขต ประกอบด้วย วิทยาเขตนครราชสีมา จำนวน 204 คน วิทยาเขตสุรินทร์ จำนวน 79 คน วิทยาเขตขอนแก่น จำนวน 89 คน วิทยาเขตสกลนคร 62 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 434 คน (ข้อมูลจากกองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราช

มงคลอีสาน ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2564) กลุ่มตัวอย่าง (Simple) คือ บุคลากรสายสนับสนุน ข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา พนักงานในสถาบันอุดมศึกษา ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ทั้ง 4 วิทยาเขต จำนวน 400 คน และดำเนินการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์ SEM ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะมีขนาด 10-20 เท่าจากจำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ ตามข้อเสนอของ Hair et al., (2010) โดยขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมคือ 200-300 ตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่สังเกตได้จำนวน 15 ตัวแปรอิสระ สรุปได้ว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำคือ 300 ตัวอย่าง เพราะฉะนั้นแล้วจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จึงมีจำนวนที่มีขนาดที่ดีและมีจำนวนที่มากกว่าขนาดจากกลุ่มตัวอย่างที่สามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธี SEM สามารถนำไปวิเคราะห์สมการโครงสร้างได้ ดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) อย่างมีสัดส่วน เพื่อจะได้ตัวแทนที่ดีของแต่ละวิทยาเขต

เครื่องมือของการวิจัย ประกอบด้วย แบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ ประกอบไปด้วย 5 ตอน คือ ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง ประเภท เงินเดือน อายุราชการ หน่วยงานที่สังกัด ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ความต้องการทางด้านสังคม ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง และความต้องการทางด้านกายภาพ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย สมรรถนะหลัก สมรรถนะด้านเทคนิค ทักษะ ความรู้ และสมรรถนะด้านพฤติกรรม ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย กระบวนการบริหาร เป้าหมายการทำงาน ผลลัพธ์การทำงาน ขีดความสามารถ และต้นทุนการดำเนินงาน ซึ่งแบบสอบถามตอนที่ 2-4 เป็นแบบมาตรประมาณค่า (Rating scale) และตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ ด้วยการศึกษาวรรณกรรม แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะได้นิยามศัพท์เฉพาะ และสร้างแบบสอบถาม อีกทั้งนำแบบสอบถามมาเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ในการตรวจสอบเนื้อหา ตรวจสอบการใช้ภาษา ความสอดคล้อง ความเหมาะสมของข้อคำถามในแบบสอบถามการวิจัย ดำเนินการหาค่า IOC โดยค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.60-1.00 ทุกค่ามีค่าเกิน 0.50 ขึ้นไปแสดงว่าในข้อคำถามนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหา นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ และดำเนินการทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่ม ข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา และพนักงานในสถาบันอุดมศึกษา สายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ไม่ใช่กลุ่มเดียวกัน มีจำนวน 30 คน ผู้วิจัยหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Coefficient of Alpha) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.754-0.888 ทุกค่ามีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป แสดงว่ามีระดับความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ และแบบสอบถามในครั้งนี้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร โดยยึดหลักเกณฑ์ตามคำประกาศเฮลซิงกิ (Declaration of Helsinki) เลขที่: Kucsc.SE-64-031

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ

สมรรถนะและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานบุคลากรสายสนับสนุน ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานบุคลากรสายสนับสนุน ด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Correlation) ระหว่างตัวแปรเพื่อให้เป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ด้วยการพิจารณาว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ และมีความสัมพันธ์ในระดับใด โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ (r) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม Mplus เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม โดยการพิจารณาจากค่า $X^2$/df<2.00 (Hair et al., 1998) CFI (Comparative Fit Index) > 0.90 (Schumacker & Lomax, 2004) ค่า TLI (Tucker-Lewis Index)> 0.90 (Hu & Bentler, 1955) ค่า RMSEA (Root Mean SquareError of Approximation) < 0.050 (Diamantopoulos & Siguaw, 2000) และค่า SRMR (Standardized Root Mean Square Residual) <0.050 (Joreskog & Sorborn, 1989)

**ผลการวิจัย**

การศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานบุคลากรสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 315 คน ร้อยละ 78.75 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 246 คน ร้อยละ 61.51 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 254 คน ร้อยละ 63.50 ระดับตำแหน่งปฏิบัติการ จำนวน 324 คน ร้อยละ 81.00 ประเภทพนักงานในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 384 คน ร้อยละ 96.00 เงินเดือนอยู่ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาทต่อเดือน จำนวน 201 คน ร้อยละ 50.25 อายุราชการ อยู่ระหว่าง 11 - 15 ปี จำนวน 161 คน ร้อยละ 40.25 และหน่วยงานที่สังกัดสำนักงานอธิการบดีจำนวน 80 คน ร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ดังแสดงจากตารางที่ 1

**ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน**

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่ง | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ความหมาย |
|---|---|---|---|
| **แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน (satisfy)** | | | |
| 1. ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (satisfy_1) | 4.01 | 0.580 | มาก |
| 2. ความต้องการทางด้านสังคม (satisfy_2) | 4.10 | 0.571 | มาก |
| 3. ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (satisfy_3) | 3.99 | 0.609 | มาก |
| 4. ความต้องการทางด้านกายภาพ (satisfy_4) | 4.08 | 0.530 | มาก |

**ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน** (ต่อ)

| ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่ง | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ความหมาย |
|---|---|---|---|
| 5. ค่าจ้างค่าตอบแทน (satisfy_5) | 3.87 | 0.636 | มาก |
| **รวม** | **4.01** | **0.512** | **มาก** |
| **สมรรถนะในการปฏิบัติงาน (compet)** | | | |
| 1. สมรรถนะหลัก (compet_1) | 4.29 | 0.497 | มาก |
| 2. สมรรถนะด้านเทคนิค (compet_2) | 4.20 | 0.501 | มาก |
| 3. ทักษะ (compet_3) | 4.25 | 0.507 | มาก |
| 4. ความรู้ (compet_4) | 4.21 | 0.482 | มาก |
| 5. สมรรถนะด้านพฤติกรรม (compet_5) | 4.29 | 0.521 | มาก |
| **รวม** | **4.25** | **0.430** | **มาก** |
| **ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (effici)** | | | |
| กระบวนการบริหาร (effici_1) | 4.21 | 0.448 | มาก |
| เป้าหมายการทำงาน (effici_2) | 4.17 | 0.460 | มาก |
| ผลลัพธ์การทำงาน (effici_3) | 4.23 | 0.457 | มาก |
| ขีดความสามารถ (effici_4) | 4.11 | 0.535 | มาก |
| ต้นทุนการดำเนินงาน (effici_5) | 4.21 | 0.523 | มาก |
| **รวม** | **4.18** | **0.411** | **มาก** |

จากตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุนประกอบด้วย สมรรถนะในการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.25, S.D. =0.430 รองลงมาคือ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ย 4.18, S.D.= 0.411 และ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ย 4.01, S.D. =0.512

ผลศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ดำเนินการการหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และการแสดงการเป็นอิสระจากกันในแต่ละตัวแปร**

| ITEM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. effici_1 | 1 | .697 | .593 | .573 | .591 | .445 | .498 | .426 | .448 | .324 | .519 | .432 | .439 | .459 | .479 |
| 2. effici_2 | | 1 | .724 | .571 | .627 | .404 | .464 | .390 | .437 | .316 | .491 | .398 | .391 | .467 | .469 |
| 3. effici_3 | | | 1 | .557 | .590 | .414 | .500 | .406 | .469 | .343 | .493 | .445 | .429 | .449 | .471 |
| 4. effici_4 | | | | 1 | .747 | .663 | .707 | .650 | .590 | .548 | .545 | .534 | .493 | .579 | .609 |
| 5. effici_5 | | | | | 1 | .557 | .644 | .557 | .534 | .435 | .569 | .523 | .487 | .609 | .657 |
| 6. satisfy_1 | | | | | | 1 | .756 | .747 | .681 | .672 | .499 | .511 | .459 | .551 | .539 |
| 7. satisfy_2 | | | | | | | 1 | .705 | .676 | .564 | .591 | .551 | .480 | .589 | .603 |

**ตารางที่ 2 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และการแสดงการเป็นอิสระจากกันในแต่ละตัวแปร**

(ต่อ)

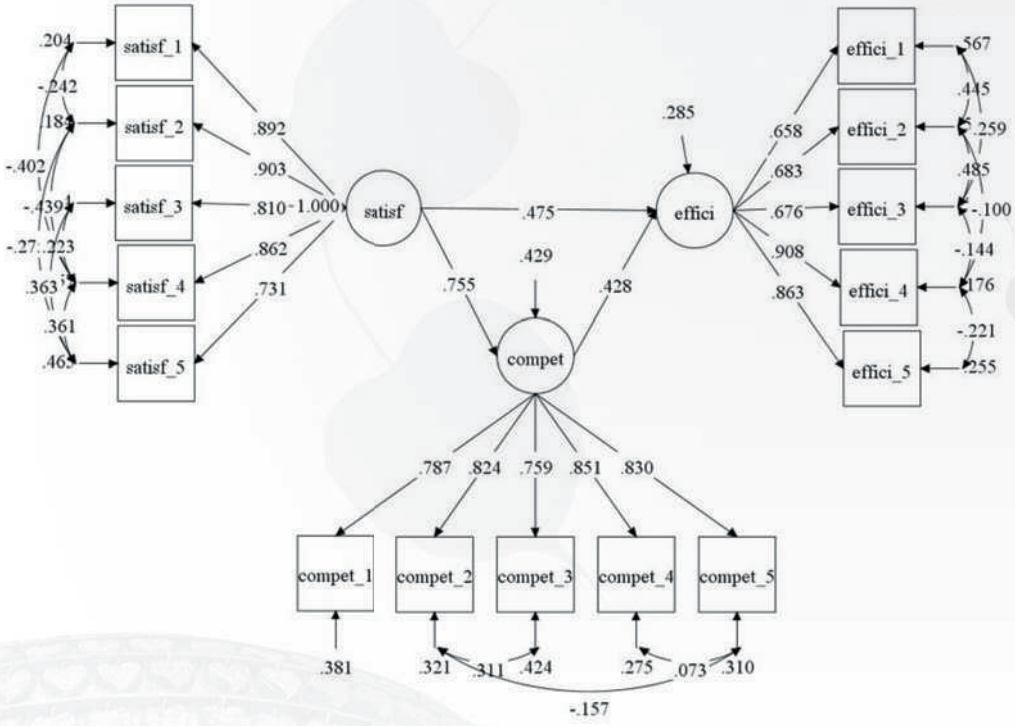
| ITEM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 8. satisfy_3 | | | | | | | | 1 | .760 | .744 | .470 | .449 | .411 | .512 | .520 |
| 9. satisfy_4 | | | | | | | | | 1 | .745 | .536 | .567 | .496 | .576 | .546 |
| 10. satisfy_5 | | | | | | | | | | 1 | .380 | .449 | .408 | .429 | .443 |
| 11. compet_1 | | | | | | | | | | | 1 | .660 | .621 | .639 | .650 |
| 12. compet_2 | | | | | | | | | | | | 1 | .743 | .715 | .625 |
| 13. compet_3 | | | | | | | | | | | | | 1 | .674 | .607 |
| 14. compet_4 | | | | | | | | | | | | | | 1 | .733 |
| 15. compet_5 | | | | | | | | | | | | | | | 1 |
| VIF | 2.285 | 2.956 | 2.408 | 3.269 | 3.109 | 3.285 | 3.422 | 3.765 | 3.549 | 2.973 | 2.466 | 3.101 | 2.621 | 3.174 | 2.830 |
| Tolerance | .438 | .338 | .415 | .306 | .322 | .304 | .292 | .266 | .282 | .336 | .405 | .322 | .382 | .315 | .353 |

**All of Item has Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)**

ตารางที่ 2 การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ด้วยการหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation coefficient) พบว่าทุกตัวแปรมีค่า Significant level เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 (0.000<0.05) แสดงว่าปัจจัยทุกด้านมีความสัมพันธ์กัน โดยใช้เกณฑ์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ทุกตัวแปรนั้นมีค่าตั้งแต่ 0.316 – 0.760 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ต่อกัน อีกทั้งแต่ละตัวแปรสัมพันธ์กันในระดับสูง การทดสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) เพื่อเป็นการยืนยันถึงตัวแปรที่สังเกตได้ที่จะนำมาใช้การวิเคราะห์ไม่มีความสัมพันธ์กันสูงในแต่ละตัวแปร ซึ่งจะนำสู่ผลต่อการวัดในสิ่งเดียวกันหรือเป็นการทำนายซ้ำซ้อนกัน ทำให้ผลในการวิเคราะห์ไม่เที่ยงตรง โดยการทดสอบมีเกณฑ์ว่าค่าความทนหรือความคลาดเคลื่อนยินยอม (Tolerance) หาก Tolerance ของตัวแปรเข้าใกล้ 1 อาจพิจารณาได้ว่าตัวแปรเป็นอิสระจากกัน หากใกล้ศูนย์พิจารณาได้ว่าอาจเกิดปัญหา Multicollinearity จากตารางที่ 2 ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.266-0.438 เป็นค่าไม่ใกล้ศูนย์ และการตรวจอบอัตราความแปรปรวนเฟ้อ (Variance Inflation Factor; VIF) ควรน้อยกว่า 10 (Hair et al., 1995) ผลการทดสอบค่า VIF ของตัวแปรสังเกตได้มีค่าระหว่าง 2.285 - 3.549 ผ่านเกณฑ์ทุกประการ แสดงว่าตัวแปรที่สังเกตในครั้งนี้ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ และผลการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน พบว่าทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์ต่อกัน

ผลศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่มีต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ดำเนินการศึกษาจากโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่มีต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลมีความสอดคล้องตามทฤษฎีหรือไม่ โดยประเมินความกลมกลืนของโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่มีต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ในภาพรวม (Oveall Model Fit Measure) และประเมินเกี่ยวกับความกลมกลืนกันของผลลัพธ์ ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลปัจจัยที่มี

อิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตามภาพที่ 2




**ภาพที่ 2 โมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน**

แบบจำลองโครงสร้างผ่านการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเพื่อการดำเนินการทดสอบกับสมมุติฐาน พบว่าแบบจำลองโครงสร้างมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงจากตารางที่ 3 โดยพิจารณาจากค่า Relative Chi-Square (CMIN/DF) เท่ากับ 2.319 ค่า CFI (Comparative Fit Index) เท่ากับ 0.993 ค่า Tucker-Lewis Index (TLI) ค่า RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) เท่ากับ 0.985 และค่า SRMR (Root Mean Square Error of Approximation) เท่ากับ 0.018 โดยในงานวิจัยมีรูปแบบ โมเดลในการทดสอบสมมุติฐานดังภาพที่ 2

**ตารางที่ 3 ตารางสรุปเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล**

| ดัชนี | เกณฑ์ | ค่าที่ได้ | ผล |
|---|---|---|---|
| $X^2$-test | | 71.895 | |
| $X^2$/df | <2.00 สอดคล้องกลมกลืนดี | 2.319 | ผ่านเกณฑ์ |
| CFI | >.90 สอดคล้องกลมกลืนดี | 0.993 | ผ่านเกณฑ์ |

**ตารางที่ 3 ตารางสรุปเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล** (ต่อ)

| ดัชนี | เกณฑ์ | ค่าที่ได้ | ผล |
|---|---|---|---|
| TLI | >.90 สอดคล้องกลมกลืนดี | 0.985 | ผ่านเกณฑ์ |
| RMSEA | <.05 สอดคล้องกลมกลืนดี | 0.055 | ผ่านเกณฑ์ |
| SRMR | <.05 สอดคล้องกลมกลืนดี | 0.018 | ผ่านเกณฑ์ |

จากตารางที่ 3 ตารางสรุปเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องโมเดล ผลสรุปผ่านทุกเกณฑ์ แสดงถึงแบบจำลองโครงสร้างที่ได้ทดสอบนั้นกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

**ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์โมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน**

| ตัวแปร | Estimate | Standardize Error | Sig | $R^2$ | CR | AVE |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **SATISF** | | | | | **0.924** | **0.709** |
| 1. SATISF _1 | 0.892 | 0.018 | 0.000 | 0.796 | | |
| 2. SATISF _2 | 0.903 | 0.018 | 0.000 | 0.816 | | |
| 3. SATISF _3 | 0.810 | 0.021 | 0.000 | 0.656 | | |
| 4. SATISF _4 | 0.862 | 0.026 | 0.000 | 0.743 | | |
| 5. SATISF _5 | 0.731 | 0.027 | 0.000 | 0.535 | | |
| **COMPET** | | | | | **0.906** | **0.658** |
| 1. COMPET _1 | 0.787 | 0.021 | 0.000 | 0.619 | | |
| 2. COMPET _2 | 0.824 | 0.020 | 0.000 | 0.679 | | |
| 3. COMPET _3 | 0.759 | 0.024 | 0.000 | 0.576 | | |
| 4. COMPET _4 | 0.851 | 0.018 | 0.000 | 0.725 | | |
| 5. COMPET _5 | 0.830 | 0.020 | 0.000 | 0.690 | | |
| **EFFICI** | | | | | **0.874** | **0.585** |
| 1. EFFICI_1 | 0.658 | 0.030 | 0.000 | 0.433 | | |
| 2. EFFICI_2 | 0.683 | 0.030 | 0.000 | 0.467 | | |
| 3. EFFICI_3 | 0.676 | 0.031 | 0.000 | 0.457 | | |
| 4. EFFICI_4 | 0.908 | 0.021 | 0.000 | 0.824 | | |
| 5. EFFICI_5 | 0.863 | 0.021 | 0.000 | 0.745 | | |

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความตรงโมเดลการวัดผลการพิจารณาพบว่า ตัวแปรแฝงมีความตรงแบบลู่เข้าผ่านเกณฑ์ทุกตัว คือมีค่าน้ำหนักตัวแปรสังเกตได้อยู่ระหว่าง 0.706-0.985 และตัวแปรแฝงทั้งสามยังผ่านเกณฑ์ความตรงเชิงจำแนกเนื่องด้วยรากที่สองของ AVE ของตัวแปรแฝงบางตัวในแนวเส้นทแยงมุมมีค่าน้อยกว่าค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงตัวอื่น (Fornell & Larcker, 1981) ค่าความเที่ยงตรงภายใน (convergent validity) ชนิดนี้พิจารณาได้จากค่า Average variance extracted evaluation (AVE) เป็นค่าที่สามารถยอมรับได้ในความเที่ยงตรงไม่ควรต่ำกว่า .50 (Hair et al., 2010) ซึ่ง AVE มีค่ามากกว่า 0.50 ทุกตัว และค่าความเชื่อมั่น (composite reliability - CR) หากค่านี้สูง แสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบนั้น ประกอบจากข้อคำถามหรือตัวชี้วัดที่สัมพันธ์ต่อกัน (internal consistency) คือค่าที่ยอมรับได้ของความเชื่อมั่นชนิดนี้คือ ไม่ควรต่ำกว่า 0 .70 (Hair et al., 2010) ซึ่งค่า CR มีค่ามากกว่า 0.70 ทุกตัว

**ตารางที่ 5 ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน**

| Effect | EStimate | S.E. | P.Value | ผลการทดสอบ |
|---|---|---|---|---|
| SATISF -> EFFICI (H1) | 0.475 | 0.017 | 0.000* | ยอมรับ |
| COMPET -> EFFICI (H2) | 0.238 | 0.036 | 0.000* | ยอมรับ |
| SATISF -> COMPET (H3) | 0.323 | 0.042 | 0.000* | ยอมรับ |

จากตารางที่ 5 การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล เป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรต่าง ๆ ดังสมมติฐานที่ H1 และ H2 คือ ยอมรับว่า ปัจจัยสมรรถนะในการปฏิบัติงาน และความพึงพอใจ แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และ สรุปสมมติฐานที่ H3 คือ ยอมรับว่าปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

**สรุปและอภิปรายผล**

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน สมรรถนะในการปฏิบัติงานประกอบด้วย สมรรถนะหลัก สมรรถนะด้านเทคนิค ทักษะ ความรู้ และสมรรถนะด้านพฤติกรรม ปัจจัยทั้งหมดนี้ช่วยให้เกิดสมรรถนะในการปฏิบัติงานที่ดี สอดคล้องกับ กุสุมา แย้มเกตุ และคณะ (2562) พบว่า สมรรถะที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาสมรรถนะตำแหน่งบุคลากรของสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นของรัฐ ประกอบด้วย การสั่งสมความเชี่ยวชาญในอาชีพ ทักษะการสื่อสาร การพัฒนาตนเอง และความรู้ เพราะบุคลากรควรมีความรู้ มีทักษะและประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจึงจะเกิดความเชี่ยวชาญในงานและอาชีพ เพราะว่าสมรรถนะเป็นสิ่งจำเป็นในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน ทำให้มีประสิทธิภาพในตัวบุคลากรในการปฏิบัติงาน ทำให้งาน

สำเร็จตามวัตถุประสงค์และเกิดผลลัพธ์การดำเนินงานและปฏิบัติงานที่ดี จะทำให้บุคลากรมีความก้าวหน้าในหน้าที่การงานขึ้นตำแหน่งในตำแหน่งที่สูง และการค้นพบนี้พบว่าปัจจัยประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย กระบวนการบริหาร เป้าหมายการทำงาน ผลลัพธ์การทำงาน ขีดความสามารถ และต้นทุนการดำเนินงาน ปัจจัยที่กล่าวมานี้ช่วยให้เกิดประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งโรจน์ สุทธิสุข (2562) กล่าวถึง การสร้างศักยภาพให้เห็นคุณค่าของตนเองในการปฏิบัติงานเป็นสิ่งสำคัญ เพราะว่าสายสนับสนุนเมื่อเข้าปฏิบัติงานแล้วจะต้องมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานจะสามารถผลิตผลงานได้ และต้องมีแรงจูงใจมองเห็นความก้าวหน้าในงานของตนเองจึงคล้ายคลึงกับงานวิจัยนี้ ความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พรรณิดา คำนา และ นพดล เจนอักษร (2563) กล่าวถึง ปัจจัยที่เอื้อต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุน ประกอบด้วย การมีนโยบาย รวมถึงการบริหารงานในองค์กรที่ดี มีทักษะและการทำงานที่ดี แรงจูงใจที่ดี สอดคล้องกับตัวแปรกระบวนการบริหาร เพราะว่าผลของการการบริหารงานที่ดีเป็นไปตามโครงสร้างการบริหารขององค์กร มีความเป็นธรรม ถูกต้องตามกฎ ระเบียบ เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพจากการทำงาน และสอดคล้องกับ จักเรศ เมตตะธำรงค์ และคณะ (2562) กล่าวถึง การบริหารจัดการภายในวิสาหกิจชุมชน ควรมีการบริหการจัดการโครงสร้าง การวางแผน การประเมินผล จะช่วยให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดี คล้ายกับงานวิจัยนี้ เพราะว่าการบริหารจัดการภายในล้วนมีส่วนช่วยให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดได้

ปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ความต้องการทางด้านสังคม ความต้องการที่ทำให้ตนเองมีความปลอดภัยและมั่นคง สิ่งที่ต้องการทางด้านกายภาพ และค่าจ้างค่าตอบแทน โดยปัจจัยดังกล่าวล้วนช่วยให้พนักงานหรือบุคลากรเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานทั้งสิ้น สอดคล้องกับ พิชญา หอมหวล และ ธีระวัฒน์ จันทึก (2561) กล่าวถึงการจูงใจในการทำงาน โดยเฉพาะการได้รับการยอมรับนับถือ ก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และความสำเร็จ ล้วนแล้วแต่จะส่งผลทำให้มีความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรในภาครัฐต่อการเป็นมหาวิทยาลัยที่อยู่ในกำกับรัฐ มีความคล้ายคลึงกันในตัวแปรของความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เพราะหากพนักงานได้รับการเลื่อนตำแหน่งจะทำให้เกิดความพึงพอใจได้ ประยงค์ จำปาศรี (2561) กล่าวถึง ปัจจัยที่ที่มีผลต่อการเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรประกอบด้วย เจตคติต่ออวิชาชีพ ความผูกพันต่อองค์กร แรงจูงใจ การพัฒนาตนเองของบุคลากรสายสนับสนุน นโยบายของมหาวิทยาลัย การส่งเสริมสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ปัจจัยกดดันจากสังคมรอบข้าง มีความสอดคล้องในปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน เพราะว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเป็นแรงกระตุ้นให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในวันข้างหน้า เกิดความมั่นคงในอาชีพ มีความสอดคล้องกับ สแกวรรณ พูลเพิ่ม (2563) กล่าวว่า สิ่งสำคัญในการขอกำหนดตำแหน่งของบุคลากรสายสนับสนุนก็คือแรงกระตุ้นที่ช่วยให้บุคลากรนั้นเข้าสู่ระบบ แรงจูงใจต่างๆ เช่น ผลตอบแทน ความมั่นคงของอาชีพ หรือสวัสดิการที่ดี กำลังใจในการพัฒนาตนให้มีศักยภาพ ช่วยให้พร้อมเพื่อจะก้าวสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น สอดคล้องในปัจจัยของแรงจูงใจจากการทำงาน เพราะถ้าบุคลากรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเป็นแรงกระตุ้นให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถขึ้นสู่ตำแหน่งงานที่สูงขึ้นและมีความมั่นคงในการงาน

การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน พบว่าบุคลากรสายสนับสนุน ควรมีสมรรถนะหลัก และสมรรถนะด้านพฤติกรรม ทักษะ ความรู้ และสมรรถนะด้านเทคนิค สอดคล้องกับ ดวงกมล วิเชียรสาร และ ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ (2562) กล่าวถึง ปัจจัยแวดล้อมภายในองค์กร ประกอบด้วย ลักษณะเนื้อหาของงาน ผลตอบแทน โอกาสในการเจริญก้าวหน้าในอาชีพ เพราะว่าโอกาสเรียนรู้พัฒนาความสามารถ สภาพแวดล้อมในที่ทำงานนั้นสำคัญมาก และมีความสอดคล้องกับ พรรณิดา คำนา และ นพดล เจนอักษร (2563) พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสังคม ด้านจิตวิทยา อีกทั้งทางด้านสิ่งสนับสนุน มีความสำคัญกับดำเนินการจัดทำผลงานวิชาการในการขอตำแหน่งที่สูงขึ้นของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนวิชาการ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่มีต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน พบว่า สมรรถนะในการปฏิบัติงาน แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุน คือ แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณิดา คำนา และ นพดล เจนอักษร (2563) กล่าวถึงปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยศิลปกร คือ ด้านโนบายและการบริหารงาน ความมีทักษะความสามารถของบุคลากร การปฏิบัติงานที่เป็นระบบ ด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาบุคลากร ด้านความมีคุณธรรมในการทำงาน มีความถูกต้อง เหมาะสม มีความเป็นไปได้ เพราะว่านำไปใช้ได้จริงหากบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน มีความพึงพอใจ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานจะทำให้มีประสิทธิภาพปฏิบัติงานในการปฏิบัติงาน

**ข้อเสนอแนะ**

**ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย**

1. การศึกษาในกรอบของสมรรถนะในการปฏิบัติงาน สมรรถนะหลัก และสมรรถนะด้านพฤติกรรมมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ปัจจัยทั้งสองตัวนี้บ่งบอกถึงสิ่งที่ควรจะเสริมหรือเพิ่มเติม หากองค์กรเสริมแรงด้วยสมรรถนะหลักหรือพฤติกรรมอย่างดี จะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานได้

2. การเสริมแรงจูงใจในการปฏิบัติงานจากผลการวิจัยนี้แสดงถึงบุคลากรสายสนับสนุนมีความต้องการทางสังคมเพราะมีค่าเฉลี่ยในกรอบแรงจูงใจมาก เป็นบทสะท้อนว่าบุลคลากรล้วนมีความต้องการทางด้านสังคม ควรส่งเสริมให้บุคลากรเข้าสังคมหรือส่งเสริมการมีส่วนร่วมกันในสังคมเพื่อช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

3. ผลของอิทธิพลตัวแปรแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและสมรรถนะในการปฏิบัติงานล้วนส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการทำงานดังนั้นการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนให้เกิดแรงจูงใจนำการทำงาน และพยายามเสริมให้บุคลากรสายสนับสนุนได้รับการอบรมจึงเป็นส่วนสำคัญต่อการทำให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพในการการทำงานที่ดี

**ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป**

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ เป็นการศึกษากับบุคลากรสายสนับสนุน การวิจัยครั้งต่อไปอาจจะศึกษาในเชิงลึก หรือการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ปัจจัยเชิงลึกได้

2. การศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอาจมีตัวแปรที่มากกว่านี้ หากนักวิจัยท่านใดสนใจสามารถนำตัวแปรไปวิจัยต่อยอดในการวิจัยครั้งต่อไปได้

3. งานวิจัยนี้หากพิจารณาค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลื่อนตำแหนงที่สูงขึ้นตามตารางที่ 1 ตัวแปรด้านค่าจ้างค่าตอบแทนมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อาจเป็นเพราะการเลื่อนตำแหน่งของบุคลากรตัวแปรค่าจ้างค่าตอบแทนอาจจะไม่เป็นสิ่งจูงใจก็เป็นได้ ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจนำปัจจัยนี้มาทดสอบ หรือดำเนินการวิจัยเพื่อหาคำตอบ

**บรรณานุกรม**

กุสุมา แย้มเกตุ, จตุพล ยงศร และ จักรกฤษณ์ โปณะทอง. (2562). การศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นเพื่อการพัฒนาสมรรถนะการปฏิบัติงานตามตำแหน่งงานของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, 10*(1), 44-58.

จักเรศ เมตตะธำรงค์, ดาริกา แสนพวง และ ชัดชัย รัตนพันธ์. (2562). การวิเคราะห์เส้นทางของการบริหารจัดการสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของวิสาหกิจชุมชนในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อมุ่งสู่ไทยแลนด์ 4.0. *วารสารสมาคมนักวิจัย, 25*(1), 343-363.

จิรประภา อัครบวร. (2552). *เตรียมจัดทำคู่มือการใช้งาน.* กรุงเทพมหานคร: กลุ่มพัฒนาระบบการจัดการ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.

ดวงกมล วิเชียรสาร และ ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าในอาชีพของผู้แทนยาบริษัทยาข้ามชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal, Silpakorn University. 12*(6), 1192-1213.

ประจักษ์ ทรัพย์อุดม. (2550). *แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้วย Competency*. กรุงเทพมหานคร: ศิริวัฒนา อินเตอร์พริ้นท์.

ประยงค์ จำปาศรี. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นของบุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 5*(1), 101-114.

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2553). *จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล.* กรุงเทพมหานคร : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

พรรณิดา คำนา และ นพดล เจนอักษร. (2563). ปัจจัยเอื้อต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยศิลปากร. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 18*(2), 185-200.

พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล. (2548, 8 มกราคม). *พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล*. https://www.mhesi.go.th/images/2563/pusit/legal-all/7p2548.pdf.

พิชญา หอมหวล และ ธีระวัฒน์ จันทึก. (2561). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐต่อการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ. *Silpakorn University Journal*. *38*(5), 80-98.

รุ่งโรจน์ สุทธิสุข. (2562). กลยุทธ์ในการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุนเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. *บัณฑิตศึกษาปริทรรศน์ วิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์, 7*(3), 235-250.

สแกวรรณ พูลเพิ่ม. (2563). แนวทางการเสนอขอกำหนดตำแหน่งของพนักงานมหาวิทยาลัยประเภทสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยมหิดล. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี, 14*(2), 164-175.

สมพิศ สุขแสน. (2556). *เทคนิคการวางแผนกลยุทธ์.* อุตรดิตถ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์. เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเขียนโครงการ.

อาภรณ์ ภู่วิทยพันธุ์. (2551). *กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์.* กรุงเทพมหานคร: บริษัทเอช อาร์ เซ็นเตอร์.

Alderfer, C. P. (1969). An empirical test of a new theory of human needs. *Organizational Behavior & Human Performance, 4*(2), 142–175.

Bangmo. S. (2004). *Organization and management*. Bangkok: June Publishing Company Limited.

Becker, S., & Neuhauser, D. (1975). *The Efficient Organization.* New York: Elsevier Scientific.

Bryant, J., & Poustie, K. (2001). The new management development Paradigm. *Human Resource Planning*, *20*(8), 14-21.

Certo, S. C. (2000). *Modern management (8th ed.).* New Jersey: Prentice Hall.

Diamantopoulos, A., & Siguaw, A. D. (2000). *Introducing LISREL A Guide for the Uninitiated*. London Sage.

Dubrin, J.A. (1998). *Leadership Research Findings, Practice, and Skills. Boston, MA.:* Houghton. Mifflin.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error: Algebra and Statistics. *Journal of Marketing Research*, 18, 382-388.

Hair, J. F., Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L. and Black, W. C. (1995). *Multivariate Data Analysis, 3rd ed,* Macmillan Publishing Company, New York.

Hair, J., Anderson, R., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate data analysis, (5th ed.),* NJ: Upper Saddle River, Prentice-Hall.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis. 7th Edition*, Pearson, New York.

Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1995). *Evaluating model fit. In R. H. Hoyle (Ed.), Structural equation modeling*: Concepts, issues and application (pp. 77-99). Thousand Oaks, CA: Sage.

Joreskog, K. G., & Sorbom, D. (1989). *LISREL 7 User's Reference Guide*. Chicago, IL Scientific Software.

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, *50*(4), 370–396.

McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than for "intelligence." *American Psychologist*, *28*(1), 1–14.

McLagan, P. A. (1997). Competencies: the next generation, *Training & Development*, *51*(5), 40.

Millet, J. D. (1954). *Management in the Publics Service: The Quest for Effective Performance*. New York: Mcgraw-Hill Book Company Inc.

Peterson, E. & Plowman, G. E. (1953). *Business Organization and Management*. (3rd ed.). Ill: Irwin.

Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. Mahwah, NJ Lawrence Erlbaum Associates.

Spencer, L. M. J., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at Work: Models for Superior Performance. 1st Edition*, New York: Wiley.

Suwannachot, C. (2008). *Theory of management*. (In Thai). Bangoko: Thai Ekpim.

Yawirat, N. (2007). *Modern management (6th ed.).* Bangkok: Triple Group.

# แนวทางการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน

# A Guideline for Designing a Space for Working from Home

จตุพร พูลเกิด และรังสรรค์ เกียรติ์ภานนท์*
บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
126 ถ. ประชาอุทิศ แขวง บางมด เขตทุ่งครุ กรุงเทพมหานคร 10140
Chatuporn Poolkert and Rangsan Kiatpanont
Graduate School of Management and Innovation, King Mongkut's University of Technology Thonburi
126 Pracha Uthit Rd., Bang Mod, Thung Khru, Bangkok 10140, Thailand
E-mail : Rangsan.k@mail.kmutt.ac.th

**บทคัดย่อ**

รูปแบบการทำงานจากที่บ้านยังมีแนวโน้มดำเนินต่อไป แม้ว่าสถานการณ์โรคระบาดจะคลี่คลายลง และการทำงานที่บ้านนั้นมีอุปสรรคหลายประการ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งค้นหา อุปสรรคของการทำงานจากที่บ้าน ความคาดหวังที่มีต่อพื้นที่ทำงานภายในบ้าน และสร้างแนวทางการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน ด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีประสบการณ์ทำงานจากที่บ้าน และสถาปนิกผู้มีประสบการณ์ออกแบบพื้นที่ทำงานภายในบ้านในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิดที่ผ่านมา

ผลการวิจัยพบว่า อุปสรรคสำคัญของการทำงานจากที่บ้านได้แก่ การถูกรบกวนสมาธิ การเสียสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว รวมถึงอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะกับการทำงาน เช่น ความสว่าง สภาพอากาศร้อน ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น การเชื่อมต่อเน็ตเวิร์คที่ไม่เสถียร ส่งผลให้ผู้อยู่อาศัยเกิดความคาดหวังต่อพื้นที่ทำงานภายในบ้านใน 7 มิติ นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ยังแนะนำแนวทางการออกแบบพื้นที่ทำงานที่ช่วยแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการข้างต้น ประกอบด้วย 4 เฟสใหญ่ 12 ขั้นตอนย่อย

**คำสำคัญ** : การทำงานจากที่บ้าน ออกแบบห้องทำงาน พื้นที่ทำงาน ความปกติใหม่

**Abstract**

Working-from-home behavior tends to persist even though the pandemic situation has improved, and this new working behavior still has many obstacles. As a result, this research aims to explore those obstacles and workers' expectations of their working area and to provide a guideline for designing working areas within a house to overcome those obstacles. Therefore, this research employs a qualitative approach by interviewing workers who have experience

16 สิงหาคม 2565 / 29 สิงหาคม 2565 / 19 ตุลาคม 2565
16 August 2022 / 29 August 2022 / 19 October 2022

working from home and architects who have experience designing working areas for their customers during the COVID-19 pandemic.

The results reveal the primary obstacles, including being distracted, unbalanced life, and uncomfortable working environments (i.e., inadequate illuminance, hot weather, higher expenses, unstable network connection). These obstacles cause workers to expect their working areas in seven dimensions. In addition, to deal with those obstacles and expectations, our design guideline suggests twelve steps grouped into four phases.

**Keywords** : Work From Home, Home Office Design, Working Area, New Normal

**บทนำ**

วิกฤตการณ์โรคโควิด 19 ที่เกิดขึ้นเป็นระยะเวลายาวนาน เปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตไปสู่ความปกติใหม่ เช่น การเว้นระยะห่างทางสังคม การเรียนหรือทำงานจากที่บ้าน ส่งผลให้ผู้คนต้องใช้เวลาที่บ้านมากขึ้น (กฤตณัฐ ภูไพรัชพงษ์, 2564) โดย Nguyen (2021) พบว่าพนักงานในหลายองค์กรเริ่มมิทัศนคติเชิงบวกกับการทำงานที่บ้าน ส่งผลให้แนวโน้มการทำงานจากที่บ้านจะยังคงอยู่ถึงแม้ว่าสถานการณ์โรคระบาดจะเริ่มผ่อนคลาย (Henry et al., 2021)

อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยจำนวนมากที่เผยว่า ผู้ที่ทำงานจากที่บ้านมักพบความท้าทายในหลายด้าน ตัวอย่างเช่น การถูกรบกวนจากสภาพแวดล้อมเนื่องจากต้องใช้พื้นที่ร่วมกับสมาชิกคนอื่นในครอบครัว (De Klerk et al., 2021; Nguyen, 2021; นภสร เชาว์วิจิตร, 2564) จนไม่สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องเหมือนที่สำนักงาน (Nguyen, 2021) การใช้เวลาทำงานและเวลาส่วนตัวที่ปะปนกันจนขาดเวลาพักผ่อน (De Klerk et al., 2021) และค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจาก ค่าไฟฟ้า และอุปกรณ์ทำงาน (ภัทรพงษ์ ยมนา, 2557) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อรูปแบบความต้องการที่อยู่อาศัยที่เปลี่ยนไป เช่น ต้องการพื้นที่สำหรับการทำงานที่บ้าน (Home Buyers, 2020) ที่มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับทำงานเช่น แสงสว่างและอุณหภูมิที่เหมาะสม (ปาริฉัตร โชติภูมิเวทย์, 2564) มีความเป็นส่วนตัวเพื่อลดการรบกวนจากคนในครอบครัว (ปิยพร ประสมทรัพย์ et al., 2564)

ด้วยเหตุนี้ กฤตณัฐ (2564) จึงศึกษาแนวทางการออกแบบบ้านที่ตอบสนองต่อความปกติใหม่โดยพบว่า บ้านควรมีความยืดหยุ่นมากขึ้น โดยเพิ่มพื้นที่เอนกประสงค์ที่มีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น พร้อมกับมีการจัดพื้นที่ส่วนตัวสำหรับการเรียนหรือทำงานจากที่บ้าน ในขณะที่ Alhusban (2021) เสริมว่าการออกแบบ ควรพิจารณาการไหลเวียนของอากาศที่มีคุณภาพ และการตกแต่งด้วยต้นไม้หรือวัสดุธรรมชาติเพิ่มเติม ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่างานวิจัยที่ผ่านมามักพิจารณาการออกแบบบ้านทั้งหลังในภาพกว้าง มากกว่าการพิจารณา หรือให้แนวทางการจัดสรรพื้นที่สำหรับทำงานที่บ้านโดยเฉพาะ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางในการออกแบบสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่ทำงานที่บ้านที่เหมาะสมกับการทำงานที่บ้าน ในบริบทของความปกติใหม่ ในที่อยู่อาศัยประเภทบ้านแนวราบเช่น บ้านเดี่ยว บ้านแฝด และทาวน์เฮาส์ ซึ่งมีพื้นที่มากพอให้จัดสรรพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน ในขณะเดียวกันผู้อยู่อาศัยต้องใช้พื้นที่ร่วมกับสมาชิกคนอื่นในครอบครัว (กชกร ธรรมกีรติ, 2562)

ผู้วิจัยคาดหวังให้ผลลัพธ์ของงานวิจัยนี้ เป็นประโยชน์แก่ผู้อยู่อาศัยในแนวราบในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่ต้องทำงานจากที่บ้าน จะได้แนวทางในการจัดสรรปรับปรุงพื้นที่ทำงานภายในบ้าน อีกทั้งผู้พัฒนาโครงการยังสามารถนำผลสำรวจความต้องการของผู้อยู่อาศัยในงานวิจัยนี้ ไปวางแผนการตลาดที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้อยู่อาศัยได้

**วัตถุประสงค์การวิจัย**

1. เพื่อค้นหาอุปสรรคของการทำงานจากที่บ้าน
2. เพื่อค้นหาความคาดหวังของผู้อยู่อาศัยที่มีต่อพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน
3. เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน

**ทบทวนวรรณกรรม**

**1. ปัญหาการทำงานในบริบทของความปกติใหม่**

มาตรการเพื่อลดการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ส่งผลต่อการใช้ชีวิตและพฤติกรรมการอยู่อาศัยของคนในสังคมในหลายมิติ (กฤตณัฐ ภูไพรัชพงษ์, 2564) ตัวอย่างเช่น การลดความเสี่ยงการแพร่กระจายโรคโดยการทำงานจากที่บ้าน ส่งผลให้มีการเร่งพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการทำงานที่บ้านได้ (Henry et al., 2021) และ นภสร (2564) พบว่าการทำงานรูปแบบนี้ ช่วยเพิ่มประสิทธิผลการทำงาน เนื่องจากพนักงานมีสมาธิในการทำงานมากขึ้น ลดเวลาที่ต้องใช้ในการเดินทาง ทำให้มีเวลาทำงานมากขึ้นและยืดหยุ่นขึ้น มีอิสระในการกำหนดเวลาทำงานได้เอง มีเวลาให้กับครอบครัวได้มากขึ้น (ปาริฉัตร โชติภูมิเวทย์, 2564)

อย่างไรก็ตาม De Klerk (2021) และ ปาริฉัตร (2564) พบว่าการทำงานจากที่บ้านส่งผลให้ เส้นแบ่งระหว่างเวลางานและเวลาส่วนตัว ไม่ชัดเจน จนอาจทำให้การรักษาสมดุลระหว่างชีวิตกับการทำงานเป็นเรื่องยาก ตัวอย่างเช่น พนักงานอาจได้รับแรงกดดันที่ต้องตอบสนองข้อความอย่างรวดเร็ว เพื่อแสดงให้เห็นว่าตนกำลังทำงานอยู่ ทำให้รู้สึกว่าไม่สามารถหยุดพักได้ ส่งผลให้เกิดอาการปัญหาทางด้านสุขภาพ เช่น อาการการปวดหลัง ปวดไหล่เพราะนั่งทำงานเป็นเวลานาน หรือมีภาวะซึมเศร้าจากการขาดปฏิสัมพันธ์กับผู้คน (นภสร เชาว์วิจิตร, 2564)

นอกจากนี้ De Klerk (2021) และ นภสร (2564) ยังพบว่าพนักงานยังเผชิญความท้าทายที่เพิ่มขึ้นจากการทำงานจากที่บ้าน ตัวอย่างเช่น การถูกรบกวนสมาธิจากเสียงโทรทัศน์ เสียงเด็กภายในบ้าน หรือเสียงพูดคุยของสมาชิกในครอบครัว หรือแม้แต่การถูกวานให้ช่วยทำธุระเล็กน้อยภายในบ้าน ซึ่งอาจไม่ได้ใช้เวลามาก แต่ทำให้เกิดการขัดจังหวะการทำงาน ในขณะที่ ปวริศา (2564) พบว่า การทำงานจากที่บ้าน ไม่

เหมาะสมกับลักษณะงานบางประเภทเช่น งานที่ต้องสื่อสารแบบซึ่งหน้า หรือต้องทำงานในพื้นที่จริงหน้างาน เช่น งานของผู้ตรวจสอบภายใน (Auditor) ซึ่งการสื่อสารออนไลน์ทดแทนได้ยาก หรือเพิ่มความยุ่งยากซับซ้อนในการสื่อสารมากขึ้น (นภสร เชาว์วิจิตร, 2564) และใช้เวลามากขึ้นเนื่องจากต้องรอให้เพื่อนร่วมงานจะเห็นและตอบกลับ (De Klerk et al., 2021; ปาริฉัตร โชติภูมิเวทย์, 2564)

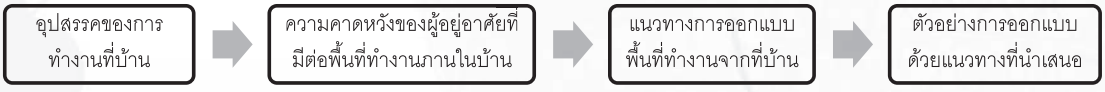
**2. ความพยายามแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน**

ปิยพร (2564) และ ปาริฉัตร (2564) เสนอว่าควรแยกแยะเวลาทำงานกับเวลาส่วนตัวออกจากกัน เช่น กำหนด และสื่อสารเวลาทำงาน เวลาหยุดพัก เวลาเลิกงาน อย่างชัดเจน ในขณะที่ De Klerk (2021) เสนอให้จัดสรร “พื้นที่ทำงาน” ที่ชัดเจน ช่วยสร้างบรรยากาศ และสมาธิในการทำงาน โดย กฤตณัฐ (2564) เสริมว่าบ้านควรมีความยืดหยุ่น และมีพื้นที่เอนกประสงค์ที่มีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น นอกจากนี้ นภสร (2564) และ ปาริชาติ (2563) ย้ำว่าคุณภาพการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการทำงานที่บ้านอย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น ควรสามารถเชื่อมต่อระบบงาน หรือเข้าร่วมประชุมได้ตลอดเวลาโดยไม่ติดขัด (ปาริฉัตร โชติภูมิเวทย์, 2564)

**สมมติฐาน**

1. ผู้อยู่อาศัยที่มีประสบการณ์ทำงานจากที่บ้านพบอุปสรรคของการทำงานจากที่บ้านในหลายมิติ และการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้วิจัยทำความเข้าใจอุปสรรคดังกล่าว
2. อุปสรรคของการทำงานจากที่บ้าน ส่งผลให้ผู้อยู่อาศัยมีความคาดหวังต่อพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน ซึ่งการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งจากผู้อยู่อาศัย และสถาปนิกผู้มีประสบการณ์รับโจทย์จากผู้อยู่บ้าน เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้วิจัยค้นพบความคาดหวังของผู้อยู่อาศัยที่มีต่อพื้นที่ทำงานจากที่บ้านดังกล่าว
3. การประมวลข้อมูลอุปสรรคและความคาดหวังที่มีต่อพื้นที่ทำงานที่บ้าน ร่วมกับคำแนะนำจากสถาปนิก สามารถนำมาสังเคราะห์เป็นแนวทางการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้านได้

**กรอบแนวคิด**




**ภาพที่** 1 **กรอบแนวคิดการวิจัย**

เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบพื้นที่สำหรับทำงานจากที่บ้าน ผู้วิจัยจึงใช้การรวบรวมมุมมองที่หลากหลาย ทั้งจากค้นหาอุปสรรคของการทำงานที่บ้านจากผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานจากที่บ้าน รวมถึงคำแนะนำในการออกแบบพื้นที่ทำงานจากประสบการณ์ของสถาปนิก และนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวล เพื่อสร้างแนวทางการออกแบบฯ พร้อมแสดงตัวอย่างการออกแบบด้วยแนวทางดังกล่าว ดังแสดงในภาพที่ 1

## วิธีการวิจัย

*ประชากร*

ประชากรในงานวิจัยนี้จึงมี 2 กลุ่มได้แก่ (1) พนักงานในองค์กรเอกชนหรือรัฐบาลที่มีประสบการณ์ทำงานจากที่บ้าน ที่อาศัยร่วมกับสมาชิกอื่นในครอบครัว และ (2) สถาปนิกผู้มีประสบการณ์ออกแบบห้องทำงานในช่วงสถานการณ์การระบาดของไวรัส

*การเลือกกลุ่มตัวอย่าง*

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การเลือกสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ 1 เป็นผู้อยู่อาศัยที่อาศัยอยู่กับครอบครัวในที่อยู่อาศัยในแนวราบ เคยทำงานจากที่บ้านมาเป็นระยะมากกว่า 3 เดือนขึ้นไป ทำงานอย่างน้อย 8 ชม.ต่อวันโดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นหลัก และเกณฑ์การเลือกสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ 2 เป็นสถาปนิกที่เคยรับงานออกแบบบ้านที่ลูกค้าต้องการห้องทำงาน ในช่วงการระบาดของไวรัสโควิดที่ผ่านมา

ทั้งนี้ เนื่องจากผู้วิจัยต้องการกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเฉพาะเจาะจง และไม่สามารถหาฐานข้อมูลของประชากรที่มีคุณสมบัติตรงตามที่กำหนดได้ ผู้วิจัยจึงใช้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) โดยเริ่มจากค้นหาจากกลุ่มคนหลายหลายกลุ่มที่ผู้วิจัยรู้จัก เพื่อเลือกตัวอย่างคนแรกแบบเฉพาะเจาะจง แล้วจึงขอคำแนะนำจากผู้ถูกสัมภาษณ์เพื่อเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างคนถัดไปแบบลูกโซ่ จนได้ข้อมูลที่อิ่มตัวหลังจากสัมภาษณ์ผู้อยู่อาศัยจำนวน 10 ท่าน (แทนรหัสด้วย C1 ถึง C10) และกลุ่มตัวอย่างสถาปนิก 5 ท่าน (แทนรหัสด้วย A1 ถึง A5)

*เครื่องมือวิจัย*

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล ด้วยชุดคำถามกึ่งโครงสร้างปลายเปิด ที่ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถตอบคำถามได้อย่างอิสระ โดยใช้เวลาสัมภาษณ์ไม่เกิน 30 นาที ทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงมุมมองของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มได้อย่างลึกซึ้ง และรอบด้าน

*วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล*

หลังจากผู้วิจัยได้รับการแนะนำรายชื่อจากกลุ่มตัวอย่างก่อนหน้า จึงติดต่อเพื่อขออนุญาตนัดหมายเข้าสัมภาษณ์รายบุคคล ผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ Microsoft Teams, Zoom และ Google Meet ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยของทั้งผู้วิจัยและอาสาสมัคร เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19

*การพิทักษ์สิทธิ ศักดิ์ศรี ความปลอดภัย และสุขภาวะของอาสาสมัครในการวิจัย*

เครื่องมือการเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้ ผ่านการประเมินจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2565 หมายเลขใบรับรอง KMUTT-IRB-COE- 2022-075

*การวิเคราะห์ข้อมูล*

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการถอดเทปคำสัมภาษณ์ และกำหนดรหัสข้อมูลด้วยโปรแกรม ATLAS.ti เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ประเด็นที่ค้นพบ

**การทดสอบสมมติฐาน**

ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งผู้อยู่อาศัยที่มีประสบการณ์ทำงานจากที่บ้าน และสถาปนิกผู้มีประสบการณ์ออกแบบพื้นที่ทำงานให้ลูกค้าในช่วงเวลาที่เกิดสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ทั้งนี้เพื่อทดสอบว่า ผู้อยู่อาศัยฯ พบอุปสรรคของการทำงานจากที่บ้าน และเกิดความคาดหวังต่อพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน หรือไม่ อย่างไร นอกจากนี้ผู้วิจัยยังใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากสัมภาษณ์ข้างต้น เพื่อทดสอบว่าข้อมูลดังกล่าวจะช่วยสร้างแนวทางการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้านได้ หรือไม่ อย่างไร

นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย เช่น ข้อมูลประสบการณ์ทำงานจากที่บ้านจากผู้อยู่อาศัยที่มีประสบการณ์แตกต่างกันจำนวน 10 คน ข้อมูลประสบการณ์การออกพื้นที่ทำงานให้ลูกค้าของสถาปนิกที่มีประสบการณ์แตกต่างกันจำนวน 5 คน และข้อมูลทุติยภูมิจาการวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาประมวลร่วมกันเพื่อตกผลึกเป็นผลการวิจัย

**ผลการวิจัย**

ผู้วิจัยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ 2 กลุ่มประกอบด้วย (1) พนักงานในองค์กรเอกชนหรือรัฐบาลที่มีประสบการณ์ทำงานจากที่บ้าน ที่อาศัยร่วมกับสมาชิกอื่นในครอบครัว จำนวนทั้งสิ้น 10 ท่าน (C1-C10) และ (2) สถาปนิกผู้เคยออกแบบบ้านในช่วงสถานการณ์ของโรคโควิด จำนวน 5 ท่าน (A1-A5)

**1. อุปสรรคของการทำงานจากที่บ้าน**

ผลการสัมภาษณ์พบว่า อุปสรรคสำคัญของการทำงานจากที่บ้านได้แก่ การทับซ้อนในเชิงพื้นที่และเชิงบริบท ระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตในครอบครัว ส่งผลให้ถูกรบกวนการทำงานจากสมาชิกในครอบครัว เช่นการขอให้ช่วยทำธุระของครอบครัว การส่งเสียงพูดคุยกันภายในบ้านซึ่งอาจก่อให้เกิดเสียงแทรกในการประชุมออนไลน์ และรบกวนสมาธิการทำงาน ทั้งนี้เนื่องจากสมาชิกในครอบครัวคนอื่นอาจขาดความเข้าใจสภาวะของการทำงานจากที่บ้าน จากพื้นที่ซึ่งแต่เดิมถูกใช้ในบริบทของครอบครัวเป็นหลัก อีกทั้งยังมีอุปสรรคจากการใช้เวลาสำหรับทำงานและเวลาส่วนตัวที่ปะปนกันจนแยกแยะเวลาได้ลำบาก ส่งผลให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพเช่นมีอาการปวดเมื่อยจากการนั่งทำงานเป็นเวลานานเป็นต้น

นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมทางกายภาพของบ้านยังก่อให้เกิดปัญหาในการทำงานจากที่บ้านในหลายมิติ ตัวอย่างเช่น พื้นที่นั่งทำงานมีแสงสว่างไม่เพียงพอ เกิดความลำบากจากการทำงานในสภาพอากาศร้อนหากไม่ได้เปิดแอร์ เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในกรณีที่เปิดไฟเปิดแอร์ตลอดทั้งวัน เกิดความเจ็บปวดจากการนั่งทำงานเป็นเวลานาน เกิดความหงุดหงิดหรือเครียดจากการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่ไม่เสถียร เป็นต้น ดังแสดงตัวอย่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในตารางที่ 1

**ตารางที่ 1 ตัวอย่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับอุปสรรคการทำงานจากที่บ้าน**

| ประเด็นสำคัญ | อ้างอิงตัวอย่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์ |
|---|---|
| ถูกรบกวนจากคนในครอบครัว หรือเสียงจากภายนอก | C2: ลูกมีความอยากรู้อยากเห็น และมักจะก่อกวนมากเวลาที่มีการประชุมออนไลน์ |
| | C7: ปัญหาการทำงานที่บ้านมีตรงที่ว่าขาดสมาธิได้ง่ายเพราะว่าที่บ้านอยู่กันหลายคน |
| | C10: ข้อเสียของการทำงานที่บ้านคือมีการรบกวนจากคนในบ้านเมื่อเรียกใช้งาน |
| | C8: บางทีประชุมอยู่ก็มีเสียงรถขายของขับผ่าน |
| การใช้เวลาทำงานและเวลาส่วนตัวที่ปะปนกัน | C4: เราต้องทำงานเต็มร้อยเปอร์เซ็นต์ บางทีเสาร์อาทิตย์ก็ต้องทำ วันธรรมดาทำถึงสองสามทุ่ม |
| | C8: ต้องทำงานติดต่อกันยาวนาน และไม่ค่อยได้คุยกับใคร ค่อนข้างเครียด |
| | C9: บางทีกว่าจะเลิกงานก็ยาวถึงสามสี่ทุ่ม |
| สภาพแวดล้อมไม่เหมาะสมกับการทำงาน | C1: ห้องค่อนข้างเล็กอากาศไม่ถ่ายเท การทำงานตอนเที่ยงค่อนข้างลำบากเพราะอากาศร้อน |
| | C6: ปัญหาอาจมีพวกอากาศร้อน ที่บ้านอาจจะร้อน ร้อนเกินไปทำให้การทำงานไม่ค่อยสนุก |
| | C8: ทำงานอยู่ที่ห้องนอนต้องเปิดแอร์ตลอดวันเนื่องจากอากาศค่อนข้างร้อน |
| | C10: จุดที่นั่งทำงานมีแสงสว่างไม่ค่อยเพียงพอ ต้องมีการเปิดโคมไฟเพิ่ม |
| มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น | C2: ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ตอนที่เราอยู่บ้านเพิ่มขึ้น |
| | C3: สิ่งที่ไม่ชอบคือค่าน้ำค่าไฟค่าแอร์เพิ่มขึ้นเพราะมันเข้ามาเป็นค่าใช้จ่ายส่วนตัวของเรา |
| ปัญหาทางด้านสุขภาพ | C4: ต้องนั่งทำงานอยู่เป็นเวลายาวนาน จนมีอาการเป็นออฟฟิศซินโดรม |
| | C5: มีเป็นไมเกรนบ้าง ออฟฟิศซินโดรมบ้าง เพราะว่าตอนที่อยู่ที่บ้านบางทีเก้าอี้ไม่ได้ซัพพอร์ตเหมือนตอนอยู่ที่เราอยู่ออฟฟิศ ก็เลยต้องไปยกเก้าอี้แบบที่ออฟฟิศมาไว้ที่บ้าน |
| | C8: ต้องทำงานติดต่อกันยาวนานและไม่ค่อยได้คุยกับใครค่อนข้างเครียด |
| ปัญหาการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และระบบงานของบริษัทที่ไม่เสถียร | C3: ความเสถียรของอุปกรณ์ที่อยู่ในบ้านเราเองอินเทอร์เน็ตที่จะชอบมีปัญหาระหว่างทำงาน |
| | C8: อินเทอร์เน็ตหลุดบ่อยมาก เมื่อต้องเข้าเซิร์ฟเวอร์ของบริษัทเพื่อออกเอกสารจัดซื้อ |
| | C9: เวลาที่ทำงานที่บ้านช่วงแรกจะมีเครียดเรื่องของเซิร์ฟเวอร์ที่เข้าถึงได้ค่อนข้างที่จะช้ามาก |
| | C10: อยู่บ้านแล้วก็ใช้ระบบสัญญาณ Wi-Fi ของบ้านเราต่อ VPN ของบริษัทไม่ได้ |

**2. ความคาดหวังที่มีต่อพื้นที่ทำงานภายในบ้าน จากประสบการณ์ของผู้อยู่อาศัยที่เคยทำงานจากที่บ้าน และสถาปนิกที่เคยออกแบบพื้นที่ทำงานให้ลูกค้า**

ผลการสัมภาษณ์พบว่า ความคาดหวังต่อพื้นที่ทำงานที่บ้านประกอบด้วย ความต้องการใน 7 มิติ ได้แก่ (1) ต้องการพื้นที่ทำงานที่แยกออกจาก พื้นที่สำหรับชีวิตส่วนตัวเพื่อช่วยให้แยกแยะเวลาทำงานและเวลาส่วนตัวได้ง่ายขึ้น (2) ต้องการพื้นที่ทำงานที่ไม่ร้อน แต่ต้องประหยัดค่าไฟฟ้าจากการเปิดไฟ เปิดแอร์ตลอดวัน (3) ต้องการแสงสว่างที่เพียงพอในพื้นที่สำหรับการทำงาน (4) ต้องการโต๊ะและเก้าอี้ที่เหมาะสม เพื่อป้องกันปัญหาสุขภาพ จากการนั่งทำงานเป็นเวลานาน (5) ต้องการพื้นที่ทำงานที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือในเวลาประชุมออนไลน์ (6) ต้องการพื้นที่ทำงานที่ป้องกันปัญหาเสียงรบกวนภายนอก หรือเสียงสะท้อนภายในห้อง และ (7) ต้องการพื้นที่สีเขียว เพื่อช่วยให้รู้สึกผ่อนคลายระหว่างการทำงาน ดังแสดงตัวอย่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับ ความคาดหวังต่อพื้นที่ทำงานที่บ้าน จากประสบการณ์ของผู้อยู่อาศัย และสถาปนิกที่เคยออกแบบพื้นที่ทำงานให้ลูกค้า ในตารางที่ 2

**ตารางที่ 2 ตัวอย่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับ ความคาดหวังต่อพื้นที่ทำงานที่บ้าน จากประสบการณ์ของผู้อยู่อาศัย และสถาปนิกที่เคยออกแบบพื้นที่ทำงานให้ลูกค้า**

| ประเด็นสำคัญ | อ้างอิงตัวอย่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์ |
|---|---|
| 1. ต้องการพื้นที่ทำงานที่แยกออกจากพื้นที่สำหรับชีวิตส่วนตัว | C5: ต้องมีโซนของการทำงานโดยเฉพาะ เนื่องจากทำงานตลอดเวลา<br>C7: ควรจัดมุมไว้สำหรับทำงานโดยเฉพาะให้คนอื่นรบกวนน้อยที่สุด<br>A2: ลูกค้าเริ่มเจาะจงมากขึ้นว่า ขอห้องทำงานหรือห้องเรียนหนังสือ<br>A5: ผู้อยู่อาศัยต้องการพื้นที่ทำงานส่วนตัวมากขึ้น แต่บางครั้งลูกหรือใครเดินไปมาด้านหลัง ดังนั้นการหันโต๊ะทำงานไปที่ประตูห้องจะดีกว่า |
| 2. ต้องการพื้นที่ทำงานที่ ไม่ร้อน แต่ประหยัดค่าไฟฟ้าจากการเปิดไฟ เปิดแอร์ตลอดวัน | C1: อยากให้ออกแบบให้ห้องนั้นเย็นโดยที่ประหยัดแอร์ด้วยค่ะ<br>C5: เรื่องอากาศอยู่บ้านก็อาจจะร้อน อยากให้ถ่ายเทไม่ต้องเปิดแอร์บ่อยๆ<br>C6: ห้องที่เราต้องทำงานต้องเป็นห้องที่ไม่ร้อนด้วยค่ะ<br>C10: ห้องทำงานต้องเปิดแอร์ แต่ก็ต้องสามารถประหยัดไฟขึ้นด้วยนะ |
| 3. ต้องการแสงสว่างที่เพียงพอสำหรับการทำงาน | C5: ต้องมีแสงไฟให้พอ เพราะทำงานกับคอมพิวเตอร์ พวกแสงธรรมชาติก็ช่วยได้เยอะ<br>C9: ชอบโต๊ะทำงานที่มันมีแสงสว่างที่เพียงพอ ให้รู้สึกว่าพี่จะสบายในการนั่งทำงานตรงนั้น<br>C10: แสงตรงจุดที่เราทำงานอาจจะไม่เพียงพอ ดังนั้นอาจต้องมีการเปิดโคมไฟเพิ่ม |
| 4. ต้องการโต๊ะและเก้าอี้ที่เหมาะสม | C9: อุปกรณ์การทำงานจะต้องมีโต๊ะเก้าอี้ที่เหมาะสมกับการทำงานของเรา<br>A1: ต้องมีเก้าอี้ที่เหมาะสม เพื่อแก้ไขเรื่องออฟฟิศซินโดรมเนื่องจากไม่สามารถเคลื่อนที่ไปไหนได้เลยต้องนั่งทำงานอยู่ในท่าเดิมตลอดทั้งวัน |
| 5. ต้องการพื้นที่สีเขียวเพื่อช่วยให้ผ่อนคลาย | C4: มีต้นไม้ที่มันดูแล้วผ่อนคลาย ให้พร้อมสำหรับการทำงานที่บ้าน<br>C8: ควรมีพื้นที่สีเขียว ที่ช่วยให้รู้สึกสดชื่นขึ้น หากเครียดกับการทำงาน |
| 6. ต้องการห้องทำงานที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือในเวลาประชุม | C2: ถ้าต้องวีดีโอคอล ก็อยากให้เห็นสภาพแวดล้อมที่มันสวยงาม ต้องเพิ่มมุมที่ดูโอเคนิดนึง<br>C4: เวลาประชุมจะหามุม แต่ตอนนี้ให้เห็นได้แค่ผนัง เพราะของในบ้านจะดูรก<br>C9: บางทีไม่ได้จัดห้อง ก็อาจจะไม่เหมาะกับการเปิดกล้องเพื่อวีดีโอคอนเฟอเรนซ์<br>C10: เวลาประชุมเราต้องการแสงสปอตไลต์เพื่อเปิดกล้องให้เป็นทางการ<br>A1: ลูกค้าจะเน้นการทำพื้นหลัง ให้เป็นฉากสำหรับการประชุมไปเลย |
| 7. ต้องป้องกันปัญหาเสียงรบกวน และเสียงสะท้อน | C1: บางทีเด็กมีเสียงร้องจากบ้านข้างๆ แล้วทนไม่ได้ จึงอยากให้ห้องกันเสียงได้<br>C9: ต้องมีห้องที่กันเสียงได้ เวลาประชุมก็ไม่อยากให้มีเสียงอะไรรบกวนในที่ประชุม<br>A4: หากห้องทำงานเล็กๆ ต้องแก้ปัญหาเสียงก้องเวลาประชุม |

### 3. แนวทางในการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน

ผู้วิจัยประมวลข้อมูลของปัญหาจากการทำงานที่บ้าน ร่วมกับคำแนะนำจากสถาปนิก เพื่อสังเคราะห์เป็นแนวทางการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน ที่มุ่งแก้ปัญหาการทำงานจากที่บ้านการทำงานจากที่บ้านแบ่งเป็น 4 เฟสของการพิจารณาในภาพใหญ่ ดังแสดงในภาพที่ 2 และรายละเอียดของการพิจารณาในแต่ละขั้นตอนทั้งหมด 12 ข้อ ดังแสดงในในตารางที่ 3

**ภาพที่ 2 ขั้นตอนการออกแบบตามความต้องการของผู้อยู่อาศัย**

*เฟส 1 กำหนดตำแหน่งพื้นที่ทำงาน*

วัตถุประสงค์หลักของการพิจารณาการออกแบบในเฟสที่ 1 ได้แก่ การกำหนดตำแหน่งพื้นที่ทำงาน ที่สามารถแยกแยะ ชีวิตทำงานและเวลาส่วนตัวออกจากกันได้ ซึ่งรายละเอียดในขั้นตอนที่ 1 แนะนำให้กำหนดห้องทำงานที่แยกไปเฉพาะ หรืออาจใช้ Partition เพื่อแบ่งพื้นที่ทำงานนอกจากนี้ การกำหนดตำแหน่งพื้นที่ทำงาน ควรพิจารณาถึง ตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ ทิศทางลม และแสงธรรมชาติในแต่ละช่วงของวัน ดังแสดงรายละเอียดในขั้นตอนที่ 2-3 ตามลำดับ ในตารางที่ 3

*เฟส 2 พิจารณาโครงสร้างที่ตายตัวภายในพื้นที่เพื่อกำหนดองค์ประกอบหลักของพื้นที่สำหรับทำงาน*

วัตถุประสงค์หลักของการพิจารณาการออกแบบในเฟสที่ 2 ได้แก่ การพิจารณาโครงสร้างตายตัวของพื้นที่ที่กำหนดในเฟสที่ 1 เช่น ตำแหน่งประตู และหน้าต่างที่มีอยู่เดิม ซึ่งตายตัวไม่สามารถย้ายตำแหน่งได้ง่ายนัก ซึ่งส่งผลให้อาจต้องมีการปรับสภาพแวดล้อมด้าน การถ่ายเทอากาศ การจัดการแสงสว่างสำหรับการทำงาน และการระบุตำแหน่งโต๊ะทำงานที่ลดการรบกวนจากภายนอก ดังแสดงรายละเอียดในขั้นตอนที่ 2-4 ตามลำดับ ในตารางที่ 3

*เฟส 3 พิจารณาพฤติกรรมการทำงานเพื่อกำหนดองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน*

วัตถุประสงค์หลักของการพิจารณาการออกแบบในเฟสที่ 3 ได้แก่ การพิจารณาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน ซึ่งเป็นผลจากการกำหนดตำแหน่งโต๊ะทำงานในขั้นตอนที่ 4 ตัวอย่างเช่น การเลือกโต๊ะและเก้าอี้ตามหลักการยศาสตร์ เพื่อแก้ปัญหาสุขภาพจากการนั่งทำงานเป็นระยะเวลานาน ในขั้นตอนที่ 5 หรือการกำหนดแหน่งอุปกรณ์สำนักงานที่เกี่ยวข้องเช่น ตู้ใส่เอกสารและโต๊ะวางเครื่องพิมพ์เอกสาร พื้นหลังที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สำหรับการประชุมออนไลน์ การสร้างพื้นที่สีเขียวเพื่อช่วยผ่อนคลายระหว่างการทำงาน รวมถึงการออกแบบวิธีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่มีความเสถียร ดังแสดงรายละเอียดในขั้นตอนที่ 6-9 ตามลำดับ ในตารางที่ 3

*เฟส 4 กำหนดประเภทของวัสดุ*

วัตถุประสงค์หลักของการพิจารณาการออกแบบในเฟสที่ 4 ได้แก่ การกำหนดวัสดุที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับความต้องการ และผังการออกแบบที่ได้จาก 3 เฟสก่อนหน้า ตัวอย่างเช่น การเลือกใช้วัสดุ พื้น ผนัง หลังคา ฝ้า กระจก ที่มีคุณสมบัติป้องกันความร้อนในห้องทำงาน ป้องกันเสียงจากภายนอก หรือลดเสียงสะท้อนภายในห้องทำงานดังแสดงรายละเอียดในขั้นตอนที่ 10-12 ในตารางที่ 3

**ตารางที 3 ขั้นตอนการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน**

| ขั้นตอนการออกแบบ | ตัวอย่างทางเลือกที่เป็นไปได้ | อ้างอิงตัวอย่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์ |
|---|---|---|
| เฟส 1 | | |
| 1. กำหนดพื้นที่ทำงานที่แยกจากพื้นที่สำหรับใช้ชีวิตส่วนตัว | A. กำหนดพื้นที่ทำงาน ในห้องเฉพาะที่แยกจากห้องอื่น<br>B. ใช้ฉากกั้นเพื่อแบ่งพื้นที่เฉพาะสำหรับทำงาน | A1: ห้องทำงานจะเข้ามาเป็นหนึ่งในฟังก์ชันหลักที่จำเป็นต้องมีภายในบ้าน เพื่อการทำงานที่มีสมาธิ ทำงานแบบซีเรียสจริงๆ<br>A2: ถ้าจำเป็นต้องใช้ห้องนอน เป็นห้องเรียนหรือทำงาน ห้องต้องมี Partition คือเรื่องเสียงเป็นอุปสรรคสำคัญที่สุดแล้ว |
| เฟส 2 | | |
| 2. ออกแบบการหมุนเวียนอากาศภายในพื้นที่ทำงาน | A. เลือกห้องที่มีตำแหน่งหน้าต่างสอดคล้องกับทิศทางของลมธรรมชาติ และทิศทางของแดดในแต่ละช่วงเวลาของวัน<br>B. สร้างบ่อน้ำ หรือปลูกต้นไม้ในด้านที่ลมเข้าห้องทำงาน เพื่อลดอุณหภูมิอากาศที่ไหลเข้าห้อง<br>C. ติดตั้งพัดลมดูดอากาศ เพื่อสร้างการหมุนเวียนอากาศภายใน | A1: ต้องดูเรื่องทิศแดด อย่าให้ห้องทำงานอยู่ทิศใต้เพราะพระอาทิตย์จะอ้อมใต้ ถ้าจะให้ดีอยู่ในทิศทางลมตะวันออกเฉียงเหนือและทิศตะวันตกเฉียงใต้ จะได้รับลมตลอดปี<br>A4: วางหน้าต่าง 2 ด้านให้ตรงกัน อากาศจะได้ถ่ายเทดี หรือหาพัดลมเข้ามาใส่<br>A5: วางหน้าต่างให้ลมพัดผ่านต้นไม้กับน้ำเข้ามาในห้อง |
| 3. ออกแบบปริมาณแสงสว่างให้เพียงพอสำหรับการทำงาน | A. ใช้หน้าต่างที่กว้างมากกว่าครึ่งหนึ่ง ของความกว้างห้องจะช่วยสร้างแสงที่กระจายสม่ำเสมอทั่วห้อง<br>B. ติดตั้งหลอดไฟสี Day Light เพิ่มเติม หากความสว่างในพื้นที่ทำงานต่ำกว่า 500 Lux<br>C. ไม่หันหน้าจอคอมพิวเตอร์ไปยังทิศทางของหน้าต่าง เพื่อหลีกเลี่ยงแสงสะท้อนจากภายนอก บนหน้าจอคอมพิวเตอร์ | A4: ถ้าต้องการแสงธรรมชาติ หน้าต่างต้องใหญ่มากกว่าครึ่งหนึ่ง ของความกว้างห้องทั้งหมด ให้แสงมีการกระจายอย่างสม่ำเสมอทั่วห้อง แต่มันก็แล้วแต่ลักษณะงานด้วย<br>A1: เวลาทำงานใช้หลอดไฟที่มีค่าความเข้มของแสงสว่างเฉลี่ย 500 lux สี daylight จะดีกว่า แต่ถ้าต้องการพักผ่อนสีอุ่นจะดีกว่า<br>A5: บางทีวางโต๊ะทำงานเข้าหาหน้าต่างเพราะต้องการแสงสว่าง แต่ต้องระวังอย่างหันหน้าจอคอมไปที่หน้าต่าง เพราะแสงด้านนอกจะสะท้อนเข้าที่จอเรา |
| 4. เลือกตำแหน่งโต๊ะทำงานที่สามารถสื่อสารกับคนอื่นนอกห้องได้ เพื่อป้องกันการรบกวน | A. หันตำแหน่งโต๊ะทำงาน ให้สามารถมองเห็นประตูทางเข้าห้องเพื่อสามารถทราบได้ว่า มีใครกำลังจะเข้ามาในห้อง<br>B. ใช้ประตูกระจก ที่คนอื่นในครอบครัวสามารถมองเห็นได้ว่ากำลังทำงานหรือประชุมอยู่ หรือสามารถสื่อสารกับคนภายนอกได้ | A4: หันโต๊ะเข้าประตู หรือใช้ประตูกระจกจะได้เห็นว่า ใครจะเข้ามา จะได้ส่งซิกกันได้ |

**ตารางที่ 3 ขั้นตอนการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน** (ต่อ)

| ขั้นตอนการออกแบบ | ตัวอย่างทางเลือกที่เป็นไปได้ | อ้างอิงตัวอย่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์ |
|---|---|---|
| เฟส 3 | | |
| 5. เลือกโต๊ะ เก้าอี้ที่นั่งสบาย เหมาะสำหรับนั่งทำงานตลอดทั้งวัน | A. ใช้โต๊ะ เก้าอี้ ตามหลักการยศาสตร์ (Ergonomic)<br>B. ใช้โต๊ะแบบปรับระดับได้ | A2: ใช้ผลิตภัณฑ์โต๊ะ เก้าอี้สุขภาพแบบ Ergonomics หรือ โต๊ะที่สามารถยกปรับระดับได้ เพื่อป้องกันการเกิดออฟฟิศซินโดรม |
| 6. ออกแบบอุปกรณ์สนับสนุนการทำงาน ที่สอดรับพฤติกรรมการทำงาน | A. ออกแบบชั้นวางเอกสารในระดับที่หยิบได้สะดวก ไม่สูงเกินไป<br>B. เพิ่มโต๊ะวางเครื่องพิมพ์เอกสาร ตู้ใส่แฟ้มเอกสาร หรือลิ้นชักเก็บของที่จำเป็นสำหรับการทำงาน | A2: พยายามวางพวกชั้นต่างๆ ให้ได้ระดับหยิบจับ เพื่อป้องกันการเกิดออฟฟิศซินโดรม<br>A3: เรื่องฟังก์ชันในการใช้งาน ต้องมีตู้เก็บของหรือลิ้นชักเก็บของที่ต้องการมากขึ้น<br>A4: บางครอบครัวทำงานร่วมกันอาจจะมีโต๊ะคู่กันแล้วก็ต้องมีพื้นที่เก็บข้าวเก็บของนิดหน่อยครับ ให้ได้ขนาดแฟ้มก็โอเคประมาณ 40 ซ.ม. |
| 7. ออกแบบพื้นที่สำหรับการประชุมออนไลน์ที่เสริมสร้างภาพลักษณ์ | A. ใช้ Paper Backdrop ที่สามารถเปลี่ยนได้<br>B. ตกแต่งผนังด้วยการ Built-in ให้สวยงาม | A1: มีการประชุมบ่อยมากส่วนใหญ่จะเน้นการทำพื้นหลัง ความหมายถือบางทีการออกแบบห้องเนี่ยต้องทำข้างหลังให้เป็นฉากสำหรับการประชุม<br>A2: ระบบออนไลน์จะเข้ามามีบทบาทในสองปีที่ผ่านมา ฉากหลังต้องมีการจัดฉาก มีการทำเป็นบอร์ดหรือมีแบบแสงมาช่วยครับหรือบางคนใช้ผนังBuilt-in สวยๆแทนก็ได้ |
| 8. สร้างพื้นที่สีเขียวเพื่อพักสายตาระว่างทำงาน | A. ปลูกต้นไม้นอกหน้าต่าง สำหรับพักสายตาระหว่างทำงานได้<br>B. ปลูกต้นไม้ภายในห้องทำงานเพื่อฟอกอากาศ เช่น ต้นยางอินเดีย ต้นเดหลี ต้นลิ้นมังกร หรือพลูด่างเป็นต้น | D1: จัดตำแหน่งสวนให้ตรงกับหน้าต่างบานใหญ่ เวลาลูกค้ามองมา จะได้สดชื่น<br>A1: ถ้าห้องอยู่ในพื้นที่ ที่อากาศถ่ายเทไม่ดี สามารถแก้ไขโดยการ มีต้นไม้ฟอกอากาศหรือเพิ่มเครื่องฟอกอากาศ |
| 9. ออกแบบการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในพื้นที่ทำงานให้มีความเสถียร | A. เดินสายแลน เพื่อรองรับการเชื่อมต่อด้วยสายแลนในพื้นที่ทำงาน<br>B. ติดตั้งตัวปล่อยสัญญาณ Wi-Fi เพิ่มเติม ใกล้พื้นที่ทำงาน | C10: ถ้าเราอยู่ออฟฟิศ เราก็ใช้สายแลนกัน พอเป็นที่บ้าน ยิ่งถ้านั่งไกลจากเราเตอร์มาก ควรใช้สายแลนต่อไปเลยจะแรงกว่า<br>C9: ผมก็เลยซื้อเครื่องขยายสัญญาณ Wi-Fi มาติดที่ห้องทำงานชั้น 2 เลย |

**ตารางที่ 3 ขั้นตอนการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน** (ต่อ)

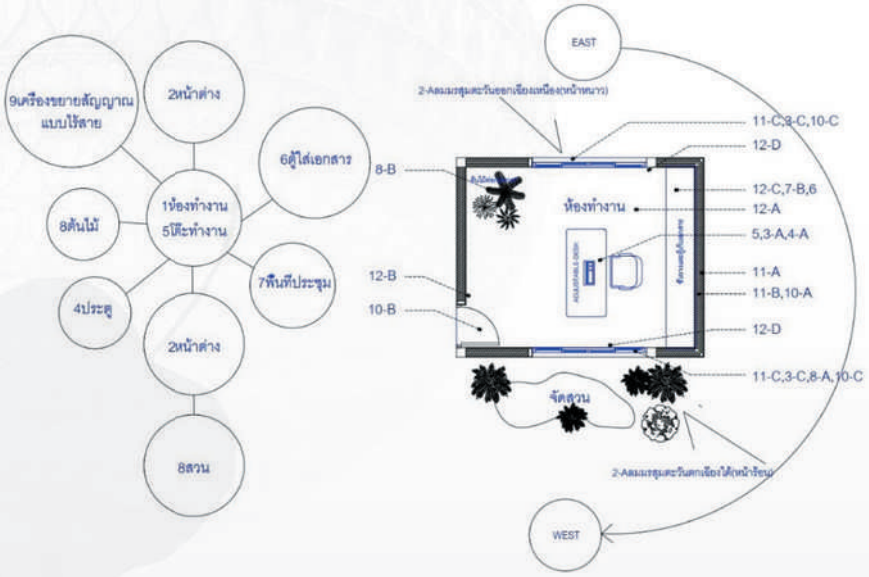
| ขั้นตอนการออกแบบ | ตัวอย่างทางเลือกที่เป็นไปได้ | อ้างอิงตัวอย่างข้อมูลจากการสัมภาษณ์ |
|---|---|---|
| เฟส 4 | | |
| 10. เลือกวัสดุ อุปกรณ์ที่ช่วยกันความร้อน และช่วยลดค่าไฟฟ้า | A. สร้างผนัง ด้วยวัสดุที่ช่วยป้องกันความร้อน เช่น อิฐมวลเบา<br>B. ใช้วัสดุแผ่นหลังคากันความร้อน เช่น กระเบื้องหลังคาหินฉนวน กระเบื้องแผ่นเรียบสีขาว เมทัลชีทประกบฉนวนป้องกันความร้อน<br>C. เพิ่มฉนวนป้องกันความร้อนใต้หลังคา หรือบนฝ้าเพดาน เช่น ฉนวนใยหิน Rockwool หรือฉนวนโฟม Polyurethane<br>D. เลือกกระจก หรือติดฟิล์มกรองแสง ที่มีคุณสมบัติกันความร้อน เช่น กระจกอินซูเลต กระจกเขียวตัดแสง หรือกระจกสะท้อนแสง<br>E. ติดตั้งโซล่าร์เซลล์บนหลังคาเพื่อป้องกันความร้อน และลดค่าไฟฟ้า | A4: ใช้ผนังอิฐมวลเบา ดีทั้งการดูดซับเสียง และทำให้บ้านเย็นด้วยครับ<br>A2: สามารถใช้ฉนวนในฝ้าและผนังได้พวก Rockwool กับ PU<br>A4: มันมีพวกกระจกที่ช่วยกันความร้อนนะครับแต่มันจะแพงหน่อยพวกอินซูเลต โลวอีบางคอนโดใช้สีเขียวตัดแสงหรือติดฟิล์มเหมือนรถยนต์ก็ช่วยได้เหมือนกัน<br>A5: พวกกระเบื้องหลังคาต้องเลือกดีๆ ที่มันกันความร้อนได้พวกคอนกรีต ฉนวน โซลาร์ หลังคายาง สีขาวสะท้อนแสง เมทัลชีทก็ได้แต่ต้องมีฉนวน ทางที่ดีติดโซลาร์ไปเลย ยังไงเราก็ทำงานตอนกลางวัน ค่าไฟมันไม่เปลือง คุ้มอยู่แล้ว |
| 11. เลือกวัสดุป้องกันเสียงรบกวนจากภายนอก | A. สร้างผนัง ด้วยวัสดุที่ช่วยดูดซับเสียง เช่น อิฐมวลเบา หรือ ก่ออิฐข้อน 2 ชั้น แต่ให้มีช่องว่างระหว่างกัน<br>B. เพิ่มฉนวนแทรกระหว่างผนังภายในและภายนอก เช่น แผ่นโฟมดูดซับเสียง หรือฉนวนโฟม Polyurethan<br>C. ใช้กระจก และเฟรมอลูมิเนียมที่มีความหนาสามารถกันเสียงได้ เช่น กระจกอะคูสติก กระจกอินซูเลต หรือเฟรมอลูมิเนียมยูโรโปรไฟล์<br>D. ปลูกต้นไม้รอบบ้านเพื่อเป็นกำแพงป้องกันเสียงจากภายนอก | A4: ใช้ผนังอิฐมวลเบา ดีทั้งการดูดซับเสียง และทำให้บ้านเย็นด้วยครับ หรือก่อผนัง 2 ชั้นแบบมีช่องอากาศระหว่างผนัง<br>A4: มันมีฉนวนโฟมหรือPUที่ใส่ตรงกลางระหว่างอิฐก็ช่วยได้เหมือนกัน<br>A3: หากต้องการห้องที่มีเสียงเงียบ อาจจะต้องเลือกวัสดุอลูมิเนียมที่ป้องกันเสียงเข้ามา<br>A5: บางที่บางหมู่บ้านเค้าใช้การปลูกต้นไม้เป็นรั้วบ้านก็ซับเสียงจากอีกบ้านได้ |
| 12. เลือกวัสดุป้องกันเสียงสะท้อนภายในห้องทำงาน | A. เลือกวัสดุพื้นห้อง ที่ลดการสะท้อนเสียง เช่น พรม หรือลามิเนต<br>B. เลือกวัสดุช่วยดูดซับเสียง สำหรับผนังและผ้าเพดาน เช่น แผ่นซับเสียง ฟองน้ำซับเสียง หรืออะคูสติกยิปซัม<br>C. ตกแต่งผนังด้วยการ Built-in เพื่อกันเสียงสะท้อน<br>D. ติดผ้าม่าน เพื่อช่วยซับเสียง | A4: ห้องทำงานเล็กๆ เวลาประชุม เสียงมันจะก้อง ต้องทำพื้นเป็นพรมหรือไม้ หรือผนังกับฝ้าที่เป็นวัสดุซับเสียงได้ เช่น fiber acoustic ฟองน้ำ แผ่นแบบผ้า ยิปซัม ... สังเกตดูนะ ห้องที่มีตู้ Built-in เสียงจะไม่ก้องเท่าห้องโล่งๆ<br>A5: พื้นกระเบื้องมันทำให้เสียงในห้องก้อง ผมก็ให้ลูกค้าแปะกระเบื้องยาง หรือใส่ม่านเข้าไป ช่วยซับเสียง 2 ชั้นก็ยิ่งดี |

**4. ตัวอย่างการออกแบบด้วยแนวทางข้างต้น**

เพื่อแสดงตัวอย่างการใช้งานแนวทางการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน 12 ขั้นตอน จากหัวข้อที่ 5.4 ผู้วิจัยจึงนำแนวทางข้างต้น มาทดลองออกแบบพื้นที่ทำงาน บนแบบบ้านสาธารณะ บ้านประหยัดพลังงานเพื่อประชาชนแบบที่ 2 (ศูนย์บริการวิชาการ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559) ที่เป็นบ้านเดี่ยว 2 ชั้น มีพื้นที่ใช้สอยภายใน 216 ตร.ม. ประกอบด้วย 3 ห้องนอน และ 2 ห้องน้ำ ดังแสดงในภาพที่ 3

**ภาพที่ 3 การพิจารณาความเป็นส่วนตัวของแต่ละโซนภายในบ้าน**

**ที่มา:** ศูนย์บริการวิชาการ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2559). แบบบ้านประหยัดพลังงาน กรุงเทพมหานคร 5 แบบ จัดทำโดย ศูนย์บริการวิชาการ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. โยธาไทย. https://www.yotathai.com/yotanews/home-energy-efficiency



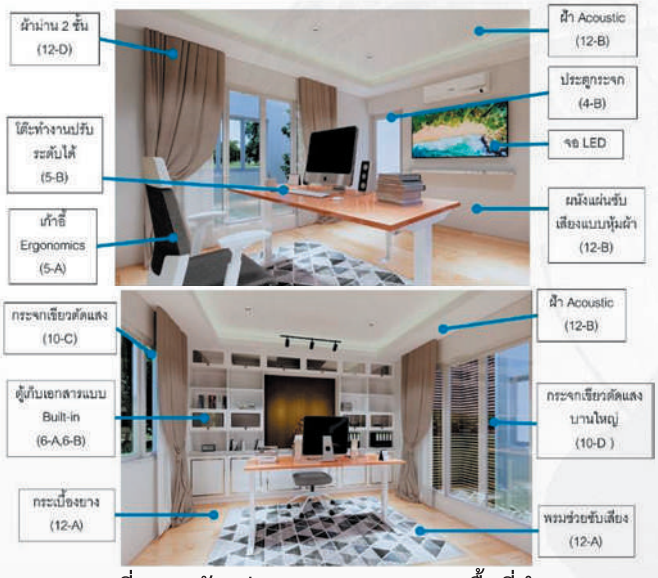

**ภาพที่** 4 **แผนภาพแสดงตำแหน่งและความสัมพันธ์ของเครื่องเรือนและอุปกรณ์สำหรับทำงานที่บ้าน**

จากแบบบ้านในภาพที่ 3 การกำหนดตำแหน่งพื้นที่ทำงานที่เหมาะสมในเฟสที่ 1 สำหรับแบบบ้านที่ 1 นี้ได้แก่ ตำแหน่งของห้องนอน 3 บนผังพื้นชั้นล่าง เนื่องจากเป็นตำแหน่งห้องที่ให้ความเป็นส่วนตัว และชั้นล่างจะมีอุณหภูมิค่อนข้างเย็นกว่าในเวลากลางวัน

ขั้นต่อมา ในการพิจารณาองค์ประกอบหลักตามโครงสร้างที่ตายตัวในเฟสที่ 2 ผู้วิจัยจึงพิจารณาตำแหน่งของหน้าต่างและประตูของห้องนอน 3 และพบว่ามีแนวหน้าต่างทั้ง 2 ด้าน ที่ตรงกันอยู่แล้วส่งผลให้อากาศภายในห้องถ่ายเทดีเมื่อเปิดหน้าต่างทั้งสองด้าน ดังนั้นจึงพิจารณาตามขั้นตอนที่ 3-4 เพื่อหาตำแหน่งโต๊ะทำงาน ที่ได้รับแสงสว่างจากธรรมชาติที่เพียงพอ และสื่อสารกับคนนอกห้องได้โดยนั่งหันหน้าเข้าประตู

จากนั้น จึงเริ่มพิจารณาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานในเฟสที่ 3 ตามขั้นตอนที่ 5-9 โดยเริ่มจากการเลือกใช้โต๊ะและเก้าอี้ตามหลักการยศาสตร์เพื่อแก้ไขปัญหาด้านสุขภาพ (ขั้นตอนที่ 5) เพิ่มเติมตู้เอกสารแบบแขวนผนังด้านหลังโต๊ะทำงาน (ขั้นตอนที่ 6) เพื่อดูดซับเสียงสะท้อน และใช้เป็นฉากหลังในเวลาที่ต้องเปิดกล้องเพื่อประชุม (ขั้นตอนที่ 7) เพิ่มต้นไม้ฟอกอากาศในตำแหน่งที่สายตามองเห็น (ขั้นตอนที่ 8) และเพิ่มอุปกรณ์ขยายสัญญาณ Wi-Fi (ขั้นตอนที่ 9) ซึ่งช่วยให้การทำงานผ่านอินเทอร์เน็ตมีความเสถียรมากขึ้น ดังแสดงในแผนภาพแสดงตำแหน่งและความสัมพันธ์ของเครื่องเรือนและอุปกรณ์ดังภาพที่ 4 (ด้านซ้าย)

หลังจากได้ข้อสรุปการจัดวางตำแหน่งเครื่องเรือนและอุปกรณ์จากสามเฟสก่อนหน้า ในเฟสสุดท้ายจึงเป็นการกำหนดประเภทของวัสดุตามขั้นตอนที่ 10-12 ตัวอย่างเช่น การเลือกกระจกเขียวตัดแสงเพื่อสะท้อนความร้อนจากภายนอก (ขั้นตอนที่ 10) การก่อผนังด้วยอิฐมวลเบาก่อซ้อน 2 ชั้น เพื่อป้องกันความร้อน และเสียงรบกวนจากภายนอก (ขั้นตอนที่ 10 และ 11) เลือกใช้วัสดุพื้นที่เป็นกระเบื้องยาง ใช้ผนังแผ่นซับเสียงแบบหุ้มผ้า ติดตั้งตู้แบบ Built-in ที่ผนัง และใส่ผ้าม่าน 2 ชั้น เพื่อลดเสียงสะท้อนภายในห้อง (ขั้นตอนที่ 12) ดังแสดงตัวอย่างการออกแบบในภาพที่ 5




**ภาพที่** 5 **ตัวอย่างภาพ** Perspective **พื้นที่ทำงาน**

**สรุปผลการวิจัย**

*อุปสรรคของการทำงานจากที่บ้าน*

ผลการวิจัยพบว่า อุปสรรคสำคัญของการทำงานจากที่บ้านได้แก่ การต้องใช้พื้นที่ร่วมกับสมาชิกในครอบครัวคนอื่น ส่งผลให้ถูกรบกวนสมาธิการทำงาน อีกทั้งความทับซ้อนเชิงพื้นที่และเวลา ทำให้ชีวิตทำงานและชีวิตส่วนตัวปะปนกันที่ปะปนกันจนแยกแยะเวลาได้ลำบาก ส่งผลให้เสียสมดุลและเกิดปัญหาสุขภาพกายจากการนั่งทำงานเป็นเวลานาน และสุขภาพจิตจากการขาดปฏิสัมพันธ์กับผู้คนเป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีอุปสรรคที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพของพื้นที่ทำงาน เช่น แสงสว่างไม่เพียงพอ สภาพอากาศร้อนไม่เหมาะกับการทำงาน เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเนื่องจากต้องเปิดไฟเปิดแอร์ตลอดทั้งวัน ตลอดจนการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่ไม่เสถียร จนเกิดความหงุดหงิดหรือเครียดในการทำงาน

*ความคาดหวังที่มีต่อพื้นที่ทำงานภายในบ้าน*

ผลการวิจัยพบว่า ผู้อยู่อาศัยที่ต้องทำงานจากที่บ้าน มีความคาดหวังต่อพื้นที่ทำงานภายในบ้านแบ่งเป็น 7 มิติ ประกอบด้วย (1) ต้องการพื้นที่ทำงานที่แยกออกจาก พื้นที่สำหรับชีวิตส่วนตัว (2) ต้องการพื้นที่ทำงานที่ไม่ร้อน แต่ต้องประหยัดค่าไฟฟ้า (3) ต้องการแสงสว่างที่เพียงพอในพื้นที่สำหรับการทำงาน (4) ต้องการโต๊ะและเก้าอี้ที่เหมาะสมสำหรับนั่งทำงานเป็นเวลานาน (5) ต้องการพื้นที่ทำงานที่ดูน่าเชื่อถือและส่งเสริมภาพลักษณ์ในเวลาประชุมออนไลน์ (6) ต้องการพื้นที่ทำงานที่ไม่มีเสียงรบกวนจากภายนอก หรือเสียงก้องสะท้อนภายในห้อง และ (7) ต้องการพื้นที่สีเขียว เพื่อช่วยให้รู้สึกผ่อนคลายระหว่างการทำงาน

*แนวทางการการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน*

ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้านสามารถแบ่งเป็น 4 เฟสใหญ่ ได้แก่ (1) การกำหนดตำแหน่งพื้นที่สำหรับการทำงานภายในบ้าน (2) การพิจารณาโครงสร้างที่ตายตัวภายในพื้นที่เพื่อกำหนดองค์ประกอบหลักของพื้นที่สำหรับทำงาน (3) การพิจารณาพฤติกรรมการทำงานเพื่อกำหนดองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน และ (4) กำหนดประเภทของวัสดุ ที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับความต้องการ และผังการออกแบบที่ได้จากสามเฟสก่อนหน้า นอกจากนี้ แนวทางการออกแบบใน 4 เฟสใหญ่ข้างต้นยังสามารถแบ่งเป็น 12 ขั้นตอนย่อยเพื่อเพิ่มความสะดวกและง่ายต่อการนำไปใช้งานมากขึ้น ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 3 และแสดงตัวอย่างการใช้งานในหัวข้อที่ 5.5

**อภิปรายผล**

ผลวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสรรคของการทำงานจากที่บ้านในงานวิจัยนี้ ยืนยันปัญหาที่ นภสร (2564) และ De Klerk (2021) ค้นพบ ได้แก่การเสียสมดุลระหว่างชีวิตทำงานและชีวิตส่วนตัว จนส่งผลให้เกิดปัญหาสุขภาพร่างกายและจิตใจ รวมถึงปัญหาการเสียสมาธิการทำงานจากการถูกรบกวน (Nguyen, 2021) ปัญหาการเชื่อมต่อเพื่อเข้าถึงระบบงานของบริษัท (Nguyen, 2021; ปาริฉัตร โชติภูมิเวทย์, 2564) และปัญหาค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น จากการเปิดเครื่องปรับอากาศตลอดทั้งวัน (ปาริชาติ คุณปลื้ม, 2563)

นอกจากนี้ ผลวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้านในงานวิจัยนี้ ยังสอดคล้องกับคำแนะนำของ De Klerk et al. (2021) ที่ให้กำหนดพื้นที่ทำงานที่มีความเป็นส่วนตัว รวมถึงควรเลือกพื้นที่ที่มีอากาศไหลเวียนถ่ายเทได้ดี (กฤตณัฐ ภูไพรัชพงษ์, 2564) อีกทั้งควรปรับปรุงการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตจากการที่บ้านให้มีเสถียรภาพ (Deloitte, 2021)

ทั้งนี้ งานวิจัยนี้ได้ต่อขยายงานวิจัยก่อนหน้าในหลายประเด็นตัวอย่างเช่น การประมวลข้อมูลเพื่อสรุปความคาดหวังที่มีต่อพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน โดยแบ่งความคาดหวังเป็น 7 มิติ อีกทั้งยังสรุปแนวทางการออกแบบพื้นที่ทำงานจากที่บ้าน เป็นกระบวนการ 4 เฟส 12 ขั้นตอน พร้อมทั้งแสดงตัวอย่างการใช้งานกระบวนการดังกล่าวอีกด้วย

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะ การนำไปใช้ประโยชน์

ผู้อยู่อาศัยที่ต้องการปรับปรุงพื้นที่เพื่อการทำงานจากที่บ้าน สามารถนำแนวทางการออกแบบพื้นที่การทำงานจากที่บ้าน 4 เฟส 12 ขั้นตอน และตัวอย่างการออกแบบในหัวข้อ 5.5 ในงานวิจัยนี้ ไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงพื้นที่ทำงานจากที่บ้านของตนได้ทันที

นอกจากนี้ ในระยะกลาง สถาปนิกผู้ออกแบบบ้านและผู้พัฒนาโครงการอสังหาริมทรัพย์ ยังสามารถนำความคาดหวังที่มีต่อพื้นที่ทำงานในหัวข้อ 5.3 และแนวทางการออกแบบในหัวข้อ 5.5 ไปวิเคราะห์ต่อยอดเพื่อออกแบบบ้านในรูปแบบของตนเองต่อไปได้

### 2. ข้อเสนอแนะในการต่อยอดงานวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยนี้เลือกสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้อยู่อาศัยในที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเป็นหลัก ดังนั้นการศึกษาในระยะยาว อาจทดลองศึกษาในกลุ่มผู้อยู่อาศัยกลุ่มอื่นเช่น ในคอนโดมิเนียม หรืออาจยืนยันด้วยงานวิจัยเชิงปริมาณที่มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น ว่ามีรูปแบบปัญหาและแนวทางการแก้ไขที่เหมือนกันหรือต่างกันหรือไม่อย่างไร นอกจากนี้อาจนำปัญหาที่ค้นพบในงานวิจัยนี้ไปประยุกต์ต่อยอดเพื่อออกแบบระบบหรือเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานจากที่บ้าน เช่น ระบบหรืออุปกรณ์ Smart Home เป็นต้น

## บรรณานุกรม

กชกร ธรรมกีรติ. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยแนวสูงและแนวราบในพื้นที่รอยต่อเมืองกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/69883

กฤตณัฐ ภูไพรัชพงษ์. (2564). *ชุดความรู้การออกแบบบ้านในยุคความปกติใหม่* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:188485

นภสร เชาว์วิจิตร. (2564). *การศึกษาความคิดเห็นของพนักงานต่อการทำงานที่บ้านในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 : กรณีศึกษาทีมสนับสนุนช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน).* มหาวิทยาลัยมหิดล. https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4266

ปวริศา ทองกุญชร. (2564). *มุมมองความคิดเห็นของนักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ที่มีต่อสินค้ากลุ่ม Smart & Hygiene หลังวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของเชื้อ COVID-19* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล]. https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3927

ปาริฉัตร โชติภูมิเวทย์. (2564). *การบริหารจัดการกระบวนการทำงานที่บ้าน (WFH) เพื่อคุณภาพชีวิตของพนักงานต่อประสิทธิภาพการทำงานในภาวะวิกฤตโควิด-19 ของกลุ่มธนาคาร* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล]. https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3999

ปาริชาติ คุณปลื้ม. (2563). การปรับตัวของธุรกิจหลังยุคCOVID-19. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, *12*, 99–110. https://so03.tcithaijo.org/index.php/polscilaw_journal/article/view/249761

ปิยพร ประสมทรัพย์, พิเชษฐ์ เชื้อมั่น, & โชติ บดีรัฐ. (2564). Work from Home (WFH) : “ทำงานที่บ้าน” อย่างไรให้เวิร์คและมีความสุข. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, *6*, 371–381. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/250239

ภัทรพงษ์ ยมนา. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและความตั้งใจนำระบบสำนักงานเสมือนมาใช้ในองค์กร* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2014/TU_2014_5602037532_1012_690.pdf

ศูนย์บริการวิชาการ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2559). *แบบบ้านประหยัดพลังงาน กรุงเทพมหานคร 5 แบบ, ศูนย์บริการวิชาการ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. โยธาไทย. https://www.yotathai.com/yotanews/home-energy-efficiency

Alhusban, A. A., Alhusban, S. A., & Alhusban, M. A. (2021). How the COVID 19 pandemic would change the future of architectural design. *Journal of Engineering, Design and Technology*, *20*(1), 339–357. https://doi.org/10.1108/JEDT-03-2021-0148

De Klerk, J. J., Joubert, M., & Mosca, H. F. (2021). *Is working from home the new workplace panacea? Lessons from the COVID-19 pandemic for the future world of work.* https://doi.org/10.4102/sajip.v47i0.1883

Deloitte. (2021). *Thailand Digital Transformation Survey Report 2021 : The Impact of Covid-19*. https://www2.deloitte.com/th/en/pages/technology/articles/the-thailand-digital-transformation-survey-report.html

Henry, M. S., le Roux, D. B., & Parry, D. A. (2021). Working in a post Covid-19 world: Towards a conceptual framework for distributed work. *South African Journal of Business Management*, *52*(1), 1–11. https://doi.org/10.4102/SAJBM.V52I1.2155

Home Buyers. (2020). *New Normal for buying house and condominium*. https://www.home.co.th/hometips/topic-52444

Nguyen, M. H. (2021). Factors influencing home-based telework in Hanoi (Vietnam) during and after the COVID-19 era. In *Transportation* (Vol.48, Issue 6). Springer US. https://doi.org/10.1007/s11116-021-10169-5

# ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพและปริมณฑล

# Causal Model of Factors Influencing the Business Performance of Small and Medium Enterprises in Bangkok Metropolitan Region

จงดี พฤกษารักษ์
วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
1 ถนน อู่ทองนอก แขวง ดุสิต เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
Jongdee Phusalux
College of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University
1 U-Thong nok Road, Dusit, Bangkok 10300
E-mail : Jongdee.ph@ssru.ac.th

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบจำลองเชิงสาเหตุของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปรต่อผลการดำเนินงานของ SMEs เพื่อพัฒนารูปแบบจำลองเชิงสาเหตุของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของ SMEs ในกรุงเทพและปริมณฑล ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล ความถูกต้องของเครื่องมือที่ทดสอบโดย alpha = 0.953 ของ Cronbach ซึ่งแสดงถึงความน่าเชื่อถือสูง และการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ SMEs ในกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 250 ชุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยผลการดำเนินงานของธุรกิจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือปัจจัยนวัตกรรม ปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาด และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ตามลำดับ อย่างไรก็ตามการที่องค์กรมุ่งเน้นด้านนวัตกรรมเป็นประโยชน์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันภายในกลุ่มธุรกิจ

**คำสำคัญ :** คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด นวัตกรรม ผลการดำเนินงานของธุรกิจ

Received Revised Accepted
31 พฤษภาคม 2565 / 8 สิงหาคม 2565 / 7 พฤศจิกายน 2565
31 May 2022 / 8 August 2022 / 7 November 2022

**Abstract**

The objective of the study was to 1) examine the congruence between the empirical data and a causal model of the factors affecting the implementation of SMEs in the Bangkok Metropolitan Region; 2) study the direct, indirect, and total effects of the factors on the implementation of SMEs in the Bangkok Metropolitan Region, and 3) develop a causal model of the factors affecting the implementation of SMEs in the Bangkok Metropolitan Region. The researcher used a quantitative research method in which a questionnaire was used for the collection of the data. The validity of the instrument tested by Cronbach's alpha = 0.953, representing high reliability. Therefore, 250 sets of the questionnaire were used for collecting the data from SME entrepreneurs in the Bangkok Metropolitan Region. Then, the data were analyzed by using descriptive statistics, confirmatory factor analysis (CFA), and structural causal relationship analysis. Additionally, the entrepreneur's characteristics and marketing orientation directly and positively affected the business performance. However, innovation, marketing orientation, and the entrepreneur's characteristics were useful to SMEs for creating a competitive advantage in business groups in order to achieve long-term advantages of success over competitors.

**Keywords :** Business performance, Innovation, Marketing orientation, The entrepreneur's characteristics

**บทนำ**

ปัจจุบันได้เป็นที่ยอมรับว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในหลากหลายมิติต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่ครอบคลุมการผลิตที่สามารถช่วยเพิ่มความหลากหลายให้แก่สินค้าและบริการ รวมถึงการมีบทบาทในการจ้างงานของประเทศในการปรับโครงสร้างทางสังคมให้มีการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ซึ่งขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่จะใช้สินทรัพย์ถาวรและจำนวนของการจ้างงาน รวมไปถึงทุนที่ใช้ในการจดทะเบียน ยอดในการขายสินค้าหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรรวมกับที่ดินเป็นเกณฑ์ในการวัดว่ากิจการใดเข้าข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งนี้เป็นที่สังเกตว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทั่วโลกโดยเฉพาะกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วเช่น ประเทศสหรัฐอเมริกามีสัดส่วนของธุรกิจ SMEs มากกว่าร้อยละ 50 และมีสัดส่วนของการจ้างงานรวมถึงร้อยละ 70 สำหรับประเทศไทยพบว่ามีจำนวนธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กมากกว่าธุรกิจขนาดกลาง โดยธุรกิจขนาดเล็กมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 95.30 ของจำนวนธุรกิจ SMEs ทั้งหมด นอกจากนี้ SMEs มีบทบาทมากทั้งในด้าน GDP จำนวนกิจการ และอัตราการจ้างงานที่เพิ่มสูงขึ้นและเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจไทยเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยพบว่ามูลค่า GDP ของธุรกิจ SMEs ในปีพ.ศ. 2562 มีอัตราการ

ขยายตัว 3.1% คิดเป็นสัดส่วน 43.6% ต่อ GDP รวมทั้งประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562)

การพัฒนาฐานเศรษฐกิจหลักของประเทศในกลุ่มจังหวัดกรุงเทพฯและปริมณฑลอันประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร นครปฐม ปทุมธานี นนทบุรี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร จัดเป็นเป็นศูนย์บริหารทางเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม ตลอดทั้งการติดต่อกับนานาชาติมาโดยตลอด จนพัฒนาเป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจและการค้าส่งผลให้กรุงเทพมหานครฯและปริมณฑลมีสัดส่วนในการผลิตถึงร้อยละ 51 ของผลผลิตรวมของประเทศ และในอนาคตจะเป็นศูนย์กลางการส่งเสริมเศรษฐกิจการค้าของประเทศให้สามารถเปิดเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจนานาชาติ (สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร, 2561) จากการศึกษาปัญหาเรื่องการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลทำให้พบว่าหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนให้ธุรกิจจะสามารถดำเนินไปด้วยประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จนั้นนอกจากขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด เงินทุนแล้ว การวัดผลการดำเนินงานนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ธุรกิจ SMEs จะต้องให้ความสำคัญ ยกตัวอย่างเช่น การประเมินผลการดำเนินงาน การบริหารผลการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นเครื่องมือการประเมินที่ผสมผสานวัตถุประสงค์ขององค์กรและบุคคลากรเข้าด้วยกัน ดังนั้นการขาดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจ การขาดการติดตามสภาพปัญหา ขาดการบริหารผลการปฏิบัติงานอาจนำไปสู่ปัญหาการต่อยอดหรือการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ได้ ตลอดจนองค์ประกอบอื่นๆเช่น การจัดการเทคโนโลยี การมุ่งเน้นลูกค้าและคู่แข่งขัน ยังเป็นปัจจัยในการประเมินผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอีกด้วย จากการศึกษาของนักวิจัยและนักวิชาการต่างๆเช่น Basco et al., (2019) ศึกษาผลกระทบของลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทในบริบทที่แตกแต่งกันของกลุ่มประเทศจีน เม็กซิโก และสเปน พบว่าความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของผู้ประกอบการเช่น ความสามารถทางด้านนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ในแต่ละประเทศมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรในเชิงบวก เช่นเดียวกันกับ Wales et al., (2013) ที่ยืนยันว่าคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการทำสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและสามารถปรับทิศทางขององค์กรไปสู่องค์กรที่ลูกค้าเป็นศูนย์กลางและการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมและเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพฯและปริมณฑลและได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการประเมินผลข้อมูล คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) การมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation) นวัตกรรม (Innovation) และผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance) กลุ่มจังหวัดกรุงเทพฯและปริมณฑลและศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในการเสนอแนะแนวทางในการพัฒนารูปแบบจำลองเชิงสาเหตุของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพฯและปริมณฑลซึ่งเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจ SMEs ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันภายในกลุ่มธุรกิจเพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการประสบความสำเร็จเหนือกว่าคู่แข่งในระยะยาว

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบจำลองเชิงสาเหตุของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพและปริมณฑลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมของตัวแปรต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพและปริมณฑล

3. เพื่อพัฒนารูปแบบจำลองเชิงสาเหตุของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพและปริมณฑล

**ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง**

**1. คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)**

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการนั้นประกอบด้วยกันในหลายๆมิติซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีบทบาทหน้าที่ในการดูแลรับผิดชอบต่างๆ อาทิเช่น การรับผิดชอบต่อจริยธรรมทางธุรกิจ กล่าวคือการตรงไปตรงมาต่อการทำธุรกิจของตนเอง มีความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการรับผิดชอบต่อการดูแลเอาใจใส่พนักงาน (Dess and Lumpkin, 2005) ในขณะที่ Mintzberg (1973) อธิบายว่าผู้ประกอบการจะต้องมีการปรับตัวและการวางแผนในการแสวงหาโอกาสโดยคำนึงถึงความเสี่ยง Lumpkin and Dess (1996) ได้ขยายแนวคิดของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ออกเป็น 5 มิติ ได้แก่ นวัตกรรม ความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก การแข่งขัน และความเป็นตัวของตัวเอง โดยมิติทั้ง 5 ด้านนี้สามารถสร้างประสิทธิภาพการทำงานของผู้ประกอบการได้อย่างชัดเจน ศานสันต์ รักแต่งาม (2560) ศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของนักลงทุนที่มีผลต่อความสำเร็จต่อนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษาได้จัดกลุ่มคุณลักษณะของผู้ประกอบการไว้คือ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ ซึ่งสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาตัวเองของนักลงทุนให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น Lin et al (2008) ได้ศึกษาผลกระทบของลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อการมุ่งเน้นด้านการตลาดและความสามารถด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลในทางบวกต่อปัจจัยการมุ่งเน้นทางด้านการตลาดทำให้องค์กรสามารถรับรู้การเคลื่อนไหวของข้อมูลลูกค้าและคู่แข่งขัน สามารถขับเคลื่อนข้อมูลทางด้านการตลาดที่ได้รับจากลูกค้าในการมุ่งสู่การสร้างนวัตกรรมและกระตุ้นความสามารถในการเรียนรู้ภายในองค์กร นอกจากนี้นิลาวัลย์ สว่างรัตน์ (2558) ศึกษาอิทธิพลเชิงโครงสร้างของการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้นนวัตกรรมและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์การของผู้ประกอบการที่เป็นผู้บริหารระดับสูงในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย สรุปว่าความเป็นผู้ประกอบการต้องมีความเชื่อมโยงความรู้จากด้านต่างๆเพื่อให้อุตสาหกรรมอาหารเกิดนวัตกรรมและมีรูปแบบวิธีการปฏิบัติงานอย่าง

ชัดเจน สอดคล้องกันกับ Wales et al., (2013) ที่ยืนยันว่าคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการทำหน้าที่เป็นตัวทำนายความน่าเชื่อถือของความสำเร็จทางธุรกิจอีกด้วย

**2. การมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation)**

การมุ่งเน้นด้านการตลาดนับเป็นกิจกรรมสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างเหนือกว่าคู่แข่งขัน Narver and Slater (1990) กล่าวว่า การจัดการด้านการมุ่งเน้นด้านการตลาดเป็นกิจกรรมหลักที่สำคัญที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่งขัน ในขณะเดียวกัน Farrell and Mavondo (2004) อธิบายว่าการมุ่งเน้นการตลาดเป็นมิติที่ช่วยให้องค์กรมีความเข้าใจในวัฒนธรรมของการมุ่งเน้นการตลาดในองค์ประกอบที่แตกต่างกันซึ่งทำให้เกี่ยวข้องกับค่านิยม ความเชื่อ และส่งผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของบุคลากรในองค์กรด้วย เช่นเดียวกันกับแนวคิดของ Narver and Slater (1990) ได้พัฒนาแนวคิดจากงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องพบว่ามิติของการมุ่งเน้นการตลาดประกอบไปด้วย 3 มิติได้แก่ การมุ่งลูกค้า (Customer Orientation) การมุ่งคู่แข่งขัน (Competitor Orientation) และการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน (Inter-functional Coordination) การแบ่งปันคุณค่าให้กับลูกค้าที่ดีที่สุดนั้นองค์กรจำเป็นต้องหาวิธีการมุ่งเน้นตลาดที่สามารถสร้างความได้เปรียบการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน นอกจากจะสามารถเพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจแล้วยังสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าและองค์กรภายในเพื่อรักษาผลประโยชน์ร่วมกันในระยะยาว เช่นเดียวกันกับ Hult et al., (2004) ที่ได้สนับสนุนว่าการที่องค์กรมุ่งเน้นการตลาดนั้นเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์กับความสามารถด้านการแข่งขันซึ่งสามารถสร้างความได้เปรียบกับคู่แข่งในตลาดและทำให้องค์กรสามารถกำหนดทิศทางในตลาดได้ในระยะยาวอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang et al., (2019) ได้กล่าวว่าการมุ่งเน้นการตลาดเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการเข้าใจลูกค้าที่มีอยู่รวมถึงศักยภาพของคู่แข่งขันในการสร้างมูลค่าให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

**3. นวัตกรรม (Innovation)**

การสร้างนวัตกรรมนั้นถือเป็นหนทางหนึ่งที่นำไปสู่ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน และในขณะเดียวกันนวัตกรรมยังเป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความสำเร็จในระยะยาวให้กับธุรกิจ ความสามารถทางนวัตกรรมเกิดจากการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดที่ผ่านการรวมกันของการมุ่งเน้นกลยุทธ์กับความสามารถทางนวัตกรรมด้านพฤติกรรมและกระบวนการ (Hurley and Hult, 1998) จากงานวิจัยของนักวิชาการเกี่ยวกับการศึกษาการมุ่งเน้นนวัตกรรมเช่น Cheng and Krumwiede (2012) ได้ศึกษาบทบาทของนวัตกรรมการบริการกับการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการใหม่พบว่านวัตกรรมการบริการนั้นไม่ได้สิ้นสุดเพียงแค่การค้นพบวิธีการบริการใหม่ แต่คุณค่าของมันอยู่ที่การอำนวยความสะดวกและการสร้างผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้ารวมถึงการสร้างคุณค่าในตลาดใหม่ ในขณะที่การศึกษาของ Zehir et al., (2015) ได้ศึกษาความสามารถด้านนวัตกรรมที่มีผลต่อประสิทธิภาพการส่งออกของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศตุรกีพบว่าความสามารถในการสร้างนวัตกรรมมีผลต่อประสิทธิภาพการส่งออกและแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการ SMEs สามารถบรรลุการได้เปรียบด้านการแข่งขันโดยการปรับปรุงความสามารถด้านนวัตกรรม

ด้วยวิธีการปรับปรุงและจัดการเทคโนโลยีสำหรับการสร้างสิ่งใหม่ซึ่งสอดคล้องกันกับ Tutar et al. (2015) ได้ศึกษาผลกระทบของการมุ่งเน้นเชิงกลยุทธ์ต่อความสามารถด้านนวัตกรรม ซึ่งพบว่านวัตกรรมเป็นตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพระยะยาวและเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงกันกับการเปลี่ยนแปลง การคิดสร้างสรรค์ การพัฒนา และจัดการความเสี่ยงให้กับองค์กร ทั้งนี้ยังสามารถปรับทิศทางขององค์กรไปสู่องค์กรที่ลูกค้าเป็นศูนย์กลางและการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าด้วย

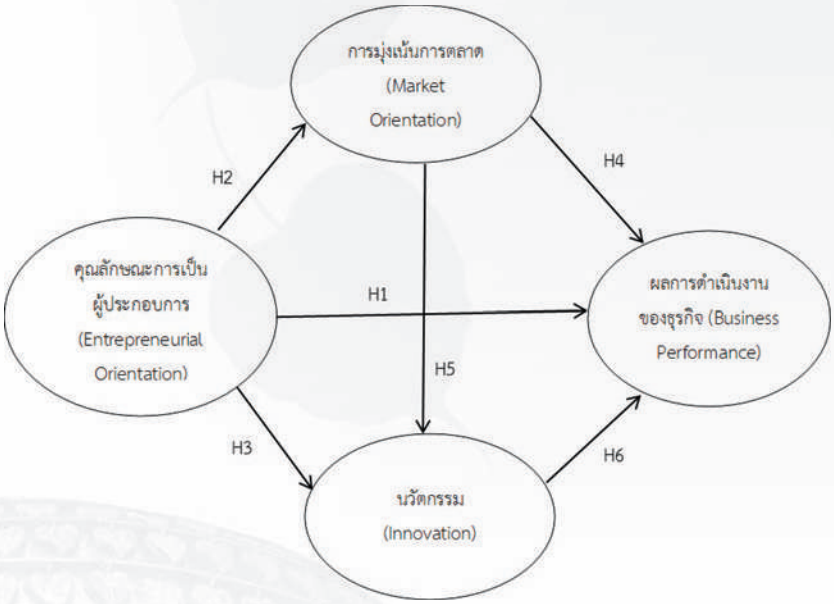
**4. ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance)**

ความสำเร็จของธุรกิจในการดำเนินงานที่พยายามมุ่งเน้นศึกษาลูกค้านับเป็นผลการดำเนินงานที่เป็นผลลัพธ์หรือตัวบ่งชี้ของผลการดำเนินงานของธุรกิจที่สามารถสร้างคุณภาพในการสร้างกำไร การบริการ และความพึงพอใจของลูกค้าหรือพนักงานในองค์กร (Burke and Litwin, 1992) นอกจากนี้ Hage (1980) ได้แบ่งระดับการวัดผลการดำเนินงานขององค์ออกเป็นหลายประเภทได้แก่ การวัดผลในระดับตัวบุคคลและระดับองค์กรรวม การวัดการดำเนินงานทั้งภายในและภายนอกองค์กรการวัดผลทางด้านการเงินเช่น กำไร ขาดทุน ค่าใช้จ่ายประเภทต่างๆ ทั้งนี้นักวิชาการได้พัฒนารูปแบบการวัดผลการดำเนินงานเช่น การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorercard) โดยพัฒนาขึ้นจาก Kaplan and Norton, 1992 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริหารสามารถมองเห็นถึงจุดอ่อน จุดแข็งของการดำเนินงานขององค์กรที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังสามารถช่วยในการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการจากการวัดค่าในแต่ละมุมมองมากกว่าการคำนึงถึงเพียงแต่สินทรัพย์หรือการเงินเพียงอย่างเดียว ในขณะเดียวกัน ศานสันต์ รักษ์แต่งาม (2559) กล่าวว่าผลการดำเนินงานเป็นผลที่รับจากการประเมินถึงยอดขายสินค้าหรือบริการรวมถึงการลดต้นทุนวัตถุดิบในการดำเนินงาน ในขณะที่ มรกต กำแพงเพชร และคณะ (2562) ได้ระบุว่าผู้บริหารที่มีสมรรถนะที่ดีทำให้พนักงานในองค์กรมีแนวโน้มในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ โดยแนวทางในการประเมินการดำเนินงานขององค์กรมี 2 วิธีคือ แนวทางการประเมินความอยู่รอดและแนวทางการประเมินตามหลักการบัญชีจากอัตราส่วนทางการเงิน อัตราสภาพคล่องเป็นต้น จากงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานสามารถพบได้ว่าองค์กรต่างๆไม่สามารถพิจารณาหรือมุ่งเน้นตัวชี้วัดทางการเงินได้เพียงอย่างเดียวอันเนื่องจากการแข่งขันที่รุนแรง ดังนั้นการสร้างความพึงพอใจของพนักงานและของลูกค้าจึงเป็นตัวชี้วัดที่มีความสำคัญที่สามารถนำมาซึ่งผลกำไรขององค์กร นอกจากนี้ประสิทธิภาพขององค์กรยังขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำงานร่วมกันของพนักงานอีกด้วย (Burke and Litwin, 1992, 523-545)

การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพและปริมณฑล พบว่ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้ ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วยปัจจัยเชิงประจักษ์หรือปัจจัยที่สังเกตได้ 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy orientation) 2) ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness orientation) 3) ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) ปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาด โดยประกอบด้วยปัจจัยเชิงประจักษ์หรือปัจจัยที่สังเกตสังเกตได้ 3 ตัว ได้แก่ 1) การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) 2) การมุ่งเน้นคู่แข่งขัน (Competitor Orientation) 3) การประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน (Inter-functional Coordination) ปัจจัย

นวัตกรรม ประกอบด้วยปัจจัยเชิงประจักษ์หรือปัจจัยที่สังเกตได้ 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Products Innovation) 2) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation) 3) นวัตกรรมด้านการตลาด (Market Innovation) และปัจจัยผลการดำเนินงานของธุรกิจ ประกอบด้วยปัจจัยเชิงประจักษ์หรือปัจจัยที่สังเกตได้ 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) มุมมองทางด้านการเงิน (Financial Perspective) 2) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) 3) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดสำหรับใช้ในการวิจัยดังภาพที่ 1




**ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย**

**สมมติฐานการวิจัย**

สมมติฐานที่ 1 : คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการตลาด

สมมติฐานที่ 2 : คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 3 : คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

สมมติฐานที่ 4 : การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม

สมมติฐานที่ 5 : การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

สมมติฐานที่ 6 : นวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

**ระเบียบวิธีการวิจัย**

การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยได้ใช้แนวทางในการศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณโดยผู้วิจัยเริ่มต้นจากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากตำรา เอกสารวิชาการ งานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพและปริมณฑล

**ประชากร** ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่อยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล การพิจารณาขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างที่มีหลายขั้นตอนได้แก่ 1.1) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 1.2) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) 1.3) แบ่งจำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสัดส่วนเทียบกับประชากรของแต่ละกลุ่มในแต่ละจังหวัด ดังแสดงในตารางที่ 1) ใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

**ตารางที่ 1 การกำหนดขนาดตัวอย่าง**

| จังหวัด | จำนวนผู้ประกอบการ | สัดส่วน | จำนวนตัวอย่าง |
|---|---|---|---|
| กรุงเทพมหานคร | 564,574 | 65.28% | 157 |
| สมุทรปราการ | 83,358 | 9.64% | 33 |
| นนทบุรี | 71,553 | 8.27% | 20 |
| ปทุมธานี | 70,265 | 8.12% | 19 |
| นครปฐม | 39,039 | 4.51% | 11 |
| สมุทรสาคร | 36,086 | 4.17% | 10 |
| รวม | 864,875 | 100 | 250 |

**ที่มา** : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2562). *อัตราการขยายตัวของ GDP SME และ GDP ประเทศ ปี พ.ศ. 2557-2562*: 16 – 27.

**เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา**

การพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวิจัยครั้งนี้โดยสร้างแบบสอบถามชนิดประมาณค่า (Rating Scale) 7 ระดับ (Likert, 1972) การพัฒนาข้อคำถามต่าง ๆ ได้มีการพัฒนาและปรับใช้มาตรวัดบางส่วนของนักวิชาการที่มีอยู่เดิม แล้วทำการเรียบเรียงข้อความที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษาใหม่ให้เหมาะสมกับบริบทของการศึกษาการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

**สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล**

การดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิจัย ประกอบด้วย

1) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา

2) การวิเคราะห์รูปแบบจะพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standard Regression Weights หรือ Estimate) ต้องมีนัยสำคัญทางสถิติทุกปัจจัย (| t | ≥1.96) หรือค่า C.R. (Critical Ratio) (Lauro & Vinzi, 2004)

**การดำเนินการวิจัย**

1) วางแผนศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวมรวบข้อมูลทุติยภูมิได้แก่ แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศจากแหล่งต่าง ๆ และการ

เก็บข้อมูลปฐมภูมิคือผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพและปริมณฑล จำนวนนักท่องเที่ยว 250 ราย

2) สร่างเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือสำหรับการวิจัยครั้งนี้โดยสร้างแบบสอบถามชนิดประมาณค่า (Rating Scale) 7 ระดับ (7-point Liker Scale Likert, 1972) การพัฒนาข้อคำถามต่าง ๆ ได้มีการพัฒนาและปรับใช้มาตรวัดบางส่วนของนักวิชาการที่มีอยู่เดิม แล้วทำการเรียบเรียงข้อความที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษาใหม่ให้เหมาะสมกับบริบทของการศึกษาการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

3) การสร้างมาตรวัด ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาข้อคำถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ด้วยพัฒนาเป็นแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) แล้วนำข้อมูลมาเพื่อทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

4) โครงสร้างแบบสอบถาม การพัฒนาโครงสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 5 ส่วน หลังจากนั้นผู้วิจัยทำการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Context Validity) เพื่อตรวจสอบความตรงของเนื้อหาที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา และนำแบบสอบถามที่ผู้เชี่ยวชาญประเมินค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหากับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item – Objective Congruence : IOC) สุดท้ายดำเนินการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำเครื่องมือที่ทำการประเมินมาแล้วและปรับปรุงพัฒนาจากข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อในข้อคำถามที่เป็นมาตรวัดเชิงจิตพิสัย ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน หรือการวิเคราะห์ค่าแสดงอำนาจจำแนก (Corrected Item-Total Correlation : CITC)

## ผลการวิจัย

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.60 และเป็นเพศหญิง จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.40 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.40 รองลงมาได้แก่ผู้ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.60 ช่วงอายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.80 และอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.20 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบระดับปริญญาตรี มีจำนวน 148 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.20 รองลงมาคือปริญญาโท มีจำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.60 ต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00 และสูงกว่าปริญญาโท มีจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.20 นอกจากนี้อายุของกิจการส่วนใหญ่ ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.60 รองลงมาคืออายุของกิจการ 5-10 ปี จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.80 และอายุของกิจการ มากกว่า 10 ปี จำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.60 สำหรับประเภทธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจพาณิชยกรรม จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.80 รองลงมาคือ ธุรกิจอุตสาหกรรม จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.80 ธุรกิจบริการ จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.20 ธุรกิจการเกษตร จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.60 อื่น ๆ เช่น สถาปัตย์ ช่างฝีมือ ก่อสร้าง การตลาด

เป็นต้น จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.40 และธุรกิจการเงิน จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.20 ตามลำดับ (ดังตารางที่ 2)

**ตารางที่ 2 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

| | ข้อมูลสถานภาพทั่วไป | ความถี่ (n=250) | ร้อยละ |
|---|---|---|---|
| เพศ | ชาย | 154 | 61.60 |
| | หญิง | 96 | 38.40 |
| อายุ | ต่ำกว่า 30 ปี | 23 | 9.20 |
| | 30-40 ปี | 96 | 38.40 |
| | 41-50 ปี | 89 | 35.60 |
| | มากกว่า 50 ปี | 42 | 16.80 |
| ระดับการศึกษาสูงสุด | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 15 | 6.00 |
| | ปริญญาตรี | 148 | 59.20 |
| | ปริญญาโท | 84 | 33.60 |
| | สูงกว่าปริญญาโท | 3 | 1.20 |
| อายุของกิจการ | ต่ำกว่า 5 ปี | 94 | 37.60 |
| | 5-10 ปี | 82 | 32.80 |
| | มากกว่า 10 ปี | 74 | 29.60 |
| ประเภทธุรกิจ | ธุรกิจบริการ | 38 | 15.20 |
| | ธุรกิจอุตสาหกรรม | 72 | 28.80 |
| | ธุรกิจพาณิชยกรรม | 97 | 38.80 |
| | ธุรกิจการเงิน | 3 | 1.20 |
| | ธุรกิจการเกษตร | 24 | 9.60 |
| | อื่น | 16 | 6.40 |

**ผลการวิเคราะห์รูปแบบสมการโครงสร้าง**

ผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างแบบจำลองของกรอบแนวคิดการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบดังนี้ Chi-square( $\chi^2$ ) = 152.331, df = 48, p = .000, CMIN/DF( $\chi^2$/df )= 3.174, GFI=.909, CFI=.961, NFI=.954, AGFI=.852, RMR= .019, RMSEA= .093, PCLOSE=.000 แบบจำลองไม่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณาค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบ (Standard Regression Weight) และค่าอัตราความผันแปร ($R^2$ หรือ

Squared Multiple Correlation) พบว่า ค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบมีค่าอยู่ระหว่าง 0.47-0.90 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.4 ทุกปัจจัย และค่าอัตราความผันแปร ($R^2$) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.22-0.82 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.2 ทุกปัจจัย และเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน แต่เนื่องจากแบบจำลองมีขนาดใหญ่และค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนกับเกณฑ์มาตรฐานไม่ผ่านเกณฑ์ (ดังตารางที่ 3 ) (Joreskog and Sorbom, 1989)

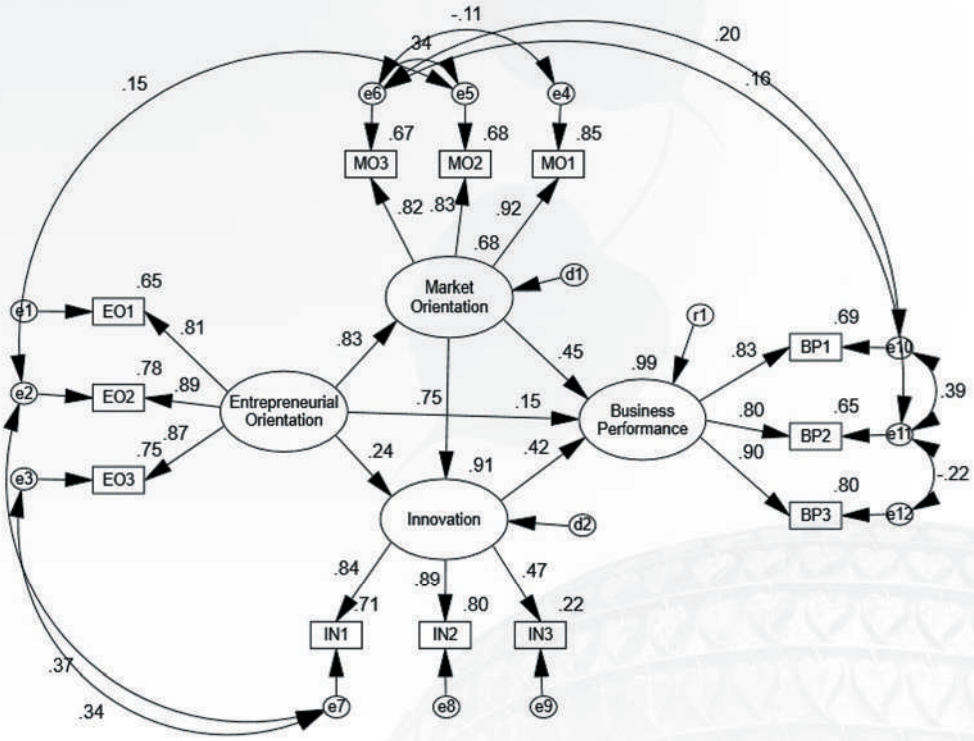
**ตารางที่ 3 ค่าสถิติทดสอบความกลมกลืนกับเกณฑ์มาตรฐานก่อน-หลังปรับแบบจำลอง**

| สถิติที่เกี่ยวข้อง | สัญลักษณ์ | เกณฑ์ | ค่าที่ได้ (ก่อน) | ค่าที่ได้ (หลัง) | แปลผล |
|---|---|---|---|---|---|
| Chi-square | $\chi^2$ | Ns. (p > .05) | .000 | .171 | Sig. |
| Relative Chi-square | $\chi^2$/df | $\chi^2$/df < 3.00 | 3.174 | 1.212 | ผ่าน |
| Goodness of Fit Index | GFI | >.90 | .909 | .969 | ผ่าน |
| Comparative Fit Index | CFI | >.95 | .961 | .997 | ผ่าน |
| Normal Fit Index | NFI | >.90 | .954 | .983 | ผ่าน |
| Adjusted Goodness of Fit Index | AGFI | >.90 | .852 | .938 | ผ่าน |
| Standardized Root Mean square Residual | RMR | <.05 | .019 | .013 | ผ่าน |
| Root Mean Square Error of Approximation | RMSEA | <.08 | .093 | .029 | ผ่าน |
| P-Value for Test of Close Fit | PCLOSE | > .05 | .000 | .895 | ผ่าน |

**ที่มา** : Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A beginners guide to structural equation Modeling*: 32-37

หลังจากวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งผลที่ได้คือแบบจำลองไม่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ใหม่โดยพิจารณาค่าดัชนีการปรับ (Modification index) ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ประเมินตามที่โปรแกรมแนะนำโดยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างค่าคลาดเคลื่อน พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน และหาค่าอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพและปริมณฑล ดังภาพที่ 2 และตารางที่ 3-4 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างแบบจำลองของกรอบแนวคิดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า แบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) มีค่าทดสอบ Chi-square (

$\chi^2$) = 47.268, df = 39, CMIN/DF ( $\chi^2$/df )= 1.212, p=.171, GFI=.969, CFI=.997, AGFI=.938, NFI=.983, RMR= .013, RMSEA= .029, PCLOSE=.895 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพและปริมณฑล มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556; Joreskog & Sorbom, 1989; Kline, 1998; Hair et al. 2010; Schumacker & Lomax, 2010); (Kline, 2015)




**Chi-square ( $\chi^2$ ) = 47.268, df = 39, CMIN/DF ( $\chi^2$ /df )= 1.212, p=.171, GFI=.969, CFI=.997, AGFI=.938, NFI=.983, RMR= .013, RMSEA= .029, PCLOSE=.895**

**ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองหลังปรับ**

หลังจากผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อทำการเปรียบเทียบค่าสถิติความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองก่อนและหลังปรับ พบว่า ค่าสถิติที่วัดความกลมกลืนตามเกณฑ์มาตรฐานแบบจำลองหลังปรับมีค่าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม แบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าหลังปรับแบบจำลองของสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพและปริมณฑล มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) หลังจากนั้นพิจารณาค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบ (Standard Regression Weight) โดยผลการวิเคราะห์แสดงด้วยค่า C.R. ที่ | t | ≥ 1.96 ทุกค่ามีนัยสำคัญทางสถิติ (ดังตารางที่ 4)

**ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัย(ต่อ)**

| ความสัมพันธ์ของปัจจัย | | | Estimate | S.E. | $R^2$ | C.R. | P |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Market Orientation | <--- | Entrepreneurial Orientation | .826 | .054 | .682 | 13.621 | *** |
| Innovation | <--- | Entrepreneurial Orientation | .239 | .084 | .909 | 2.629 | .009 |
| Innovation | <--- | Market Orientation | .747 | .100 | | 7.707 | *** |
| Business Performance | <--- | Market Orientation | .452 | .175 | .995 | 2.530 | .011 |
| Business Performance | <--- | Innovation | .423 | .178 | | 2.252 | .024 |
| Business Performance | <--- | Entrepreneurial Orientation | .154 | .057 | | 2.365 | .018 |
| BP2 | <--- | Business Performance | .805 | | .648 | | |
| BP1 | <--- | Business Performance | .832 | .054 | .693 | 19.640 | *** |
| BP3 | <--- | Business Performance | .895 | .077 | .802 | 15.598 | *** |
| EO1 | <--- | Entrepreneurial Orientation | .807 | .063 | .651 | 16.202 | *** |
| EO2 | <--- | Entrepreneurial Orientation | .885 | | .784 | | |
| EO3 | <--- | Entrepreneurial Orientation | .869 | .056 | .755 | 18.210 | *** |
| MO1 | <--- | Market Orientation | .919 | .071 | .845 | 18.342 | *** |
| MO2 | <--- | Market Orientation | .825 | | .681 | | |
| MO3 | <--- | Market Orientation | .820 | .056 | .672 | 18.356 | *** |
| IN1 | <--- | Innovation | .840 | | .706 | | |
| IN2 | <--- | Innovation | .894 | .062 | .800 | 18.276 | *** |
| IN3 | <--- | Innovation | .469 | .077 | .220 | 7.655 | *** |

หมายเหตุ *** p<.001

**การทดสอบสมมติฐาน**

จากการที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ศึกษาจนได้พัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยแล้วนำมาซึ่งสมมติฐานการวิจัยที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ตามเส้นความสัมพันธ์ จากนั้นทำการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติทดสอบ t-test (C.R.) แล้วพิจารณาค่า p-Value ซึ่งได้กำหนดไว้ที่ระดับ .05 การหาความสัมพันธ์ของปัจจัยแต่ละคู่โดยปัจจัยทำนายหรืออิสระกับปัจจัยตาม รวมทั้งเมื่อทำการวิเคราะห์จะทำการประเมินค่าอิทธิพลระหว่างปัจจัยรวมทั้งค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานไปพร้อมกัน ดังตารางที่ 5 พร้อมกับผลการวิเคราะห์แสดงในเห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน (coef.) ของแต่ละ

เส้นทางความสัมพันธ์ (Path Model) ตามข้อสมมติฐานการวิจัย ผลการวิเคราะห์พบค่า C.R. มีระดับนัยสำคัญ คือมีค่า C.R. มากกว่า 1.96 ทุกสมมติฐานส่งผลให้ผลการวิเคราะห์สนับสนุนสมมติฐานทุกข้อ อีกทั้งผู้วิจัยได้พิจารณาผลการทดสอบค่าอิทธิพลของตัวแปร

**ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย**

| สมมติฐาน | สัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน (coef.) | C.R. | p | แปลผล |
|---|---|---|---|---|
| สมมติฐานที่ 1 : คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการตลาด | .826 | 13.621 | *** | สนับสนุน |
| สมมติฐานที่ 2 : คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม | .239 | 2.629 | .009 | สนับสนุน |
| สมมติฐานที่ 3 : คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ | .154 | .2365 | .018 | สนับสนุน |
| สมมติฐานที่ 4 : การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม | .747 | 7.707 | *** | สนับสนุน |
| สมมติฐานที่ 5 : การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ | .452 | 2.530 | .011 | สนับสนุน |
| สมมติฐานที่ 6 : นวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ | .423 | 2.252 | .024 | สนับสนุน |

หมายเหตุ *** p<.001

**อภิปรายผลการวิจัย**

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยครั้งตามระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณพร้อมกับประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย โดยนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการตลาด

ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการตลาด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (coef.) = .826 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p=.***) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ประกอบการธุรกิจควรบริหารจัดการชีวิตกับธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าได้ด้วยความสามารถจนทำให้ประสบความสำเร็จได้ในธุรกิจซึ่งมีความสามารถในการ

สร้างสรรค์นวัตกรรมที่อยู่บนพื้นฐานของผลการวิจัยที่ได้รับการยอมรับ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ รวมถึงผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเปิดโอกาสให้มีการทำงานในสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ กว้างขวางและหลากหลายซึ่งจำเป็นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัท นอกจากนี้คุณลักษณะของผู้บริหารคือ มีความกล้าเสี่ยง แข็งแกร่ง กล้าหาญและมีการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มีศักยภาพเป็นสิ่งสำคัญการการประสบผลสำเร็จ สอดคล้องกับ Nilawan (2015) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs โดยผลการศึกษาพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs และเป็นการสร้างองค์ความรู้เพื่อการได้เปรียบด้านการแข่งขัน

สมมติฐานที่ 2 : คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม

ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (coef.) = .239 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p=.009) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถสร้างผลกำไรที่เกิดจากความคิดริเริ่มหรือค้นพบโอกาสการสร้างธุรกิจ รวมถึงพฤติกรรมของผู้ประกอบการที่มีส่วนร่วมในการสร้างนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์เพื่อความสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน (Basco et al, 2019) ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการนี้จะเป็นบุคคลที่สามารถมองเห็นถึงโอกาสในการทำกำไรโดยการพัฒนาหรือสืบหาผลิตภัณฑ์ที่ใหม่และทันสมัยมานำเสนอขายต่อผู้บริโภค สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Lin et al (2008) คุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลในทางบวกต่อปัจจัยการมุ่งเน้นทางด้านการตลาดทำให้องค์กรสามารถรับรู้การเคลื่อนไหวของข้อมูลลูกค้าและคู่แข่งขัน สามารถขับเคลื่อนข้อมูลทางด้านการตลาดที่ได้รับจากลูกค้าในการมุ่งสู่การสร้างนวัตกรรมและกระตุ้นความสามารถในการเรียนรู้ภายในองค์กร

สมมติฐานที่ 3 : คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (coef.) = .154 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p=.018) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ประกอบการหรือบุคคลที่สามารถค้นพบโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ หรือเป็นผู้ที่สามารถมองเห็นโอกาสในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองตลาด (Lumpkin and Dess, 1996) รวมถึงบุคคลที่มีความรู้และโอกาสในการจัดการด้านการดำเนินธุรกิจภายใต้ความเสี่ยงซึ่งสามารถริเริ่มในการทำธุรกิจใหม่ (Mintzberg, 1973) เช่นเดียวกันกับ Basco et al., (2019) พบว่าการทำงานของพนักงานที่มีความอิสระสูงจะมีความพึงพอใจต่อการความต้องการทำงานสูงขึ้นและสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นตามไปด้วย โดยการกระทำที่เป็นอิสระของบุคคลแต่ละคนนั้นจะนำมาซึ่งความคิดและวิสัยทัศน์เพื่อการดำเนินงานได้อย่างประสบผลสำเร็จ

สมมติฐานที่ 4 : การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม

ปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (coef.) = .747 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p=.***) ซึ่ง

สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยตัวชี้วัดที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากสุดคือการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation: MO1) ค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .919 ค่าอัตราความผันแปร (R2) เท่ากับ .845 สอดคล้องกับแนวคิดการมุ่งเน้นการตลาดตามแนวทางของ Narver and Slater (1990) ได้พัฒนาแนวคิดจากงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องพบว่ามิติของการมุ่งเน้นการตลาดประกอบไปด้วย 3 มิติได้แก่ การมุ่งลูกค้า (Customer Orientation) การมุ่งคู่แข่งขัน (Competitor Orientation) และการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน (Inter-functional Coordination)

สมมติฐานที่ 5 : การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (coef.) = .452 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p=.011) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งการจัดการด้านการมุ่งเน้นด้านการตลาดเป็นกิจกรรมหลักที่สำคัญที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่งขัน สอดคล้องกันกับ Hult et al. (2004) ที่ได้สนับสนุนว่าการที่องค์กรมุ่งเน้นการตลาดนั้นเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์กับความสามารถด้านการแข่งขันซึ่งสามารถสร้างความได้เปรียบกับคู่แข่งในตลาดและทำให้องค์กรสามารถกำหนดทิศทางในตลาดได้ในระยะยาว

สมมติฐานที่ 6 : นวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ปัจจัยนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (coef.) = .423 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p=.024) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ การมุ่งเน้นกลยุทธ์กับความสามารถทางนวัตกรรมด้านพฤติกรรมและกระบวนการ หรือคุณลักษณะของความแปลกใหม่ และการมีมูลค่าทางธุรกิจที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการธุรกิจได้จริง ดังนั้นนวัตกรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการนำทรัพยากร องค์ความรู้ ทักษะความเชี่ยวชาญต่างๆ มาสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ

**สรุป**

1) ปัจจัยผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพและปริมณฑลเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับกระบวนการตัดสินใจในการวางแผนและควบคุม การเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับในอดีต ซึ่งเป็นกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าที่อำนวยความสะดวกในการตระหนักถึงความต้องการในปัจจุบันและอนาคตของผู้มีส่วนได้เสีย เกี่ยวกับนวัตกรรมการผลิตหรือบริการทีเป็นกิจกรรมเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานและบริการหลังการขาย โดยได้รับอิทธิพลจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการพร้อมกับได้รับผลกระทบเชิงบวกจากปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาด และปัจจัยนวัตกรรม

2) คุณลักษณะของผู้ประกอบการโดยผู้ประกอบการให้น้ำหนักสูงสุดคือ ความสามารถทางนวัตกรรม บริษัทควรมีความพร้อมในการสนับสนุนและให้ความสำคัญกับบุคคลในองค์กรให้มีความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งผู้ประกอบการควรมีคุณลักษณะที่สามารถบริหารจัดการชีวิตกับธุรกิจให้เจริญก้าว หน้าได้ด้วย

ความสามารถหรือทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้มาจากความสามารถของตนเองเป็นหลักมากกว่าจะพึ่งพิงจากหน่วยงานหรือบุคคลอื่น ด้านความกล้าเสี่ยง ซึ่งเป็นอีกคุณลักษณะนึงที่สำคัญของผู้ประกอบการที่ควรมีเพื่อสร้างความแข็งแกร่ง หรือกล้าทำงานที่มีความเสี่ยงสูง หรือเมื่อเผชิญกับสถานการณ์ที่ต้องตัดสินใจเกี่ยวกับความไม่แน่นอนต้องมีความกล้าหาญและหาโอกาสความน่าจะเป็นในการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มีศักยภาพสำหรับธุรกิจ

3) การมุ่งเน้นการตลาด โดยผู้ประกอบการให้น้ำหนักสูงสุดคือ ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ผู้ประกอบการต้องมีการสำรวจและสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ของลูกค้าที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จเพื่อนำมาใช้ในการวัดความพึงพอใจของลูกค้าอย่างเป็นระบบ อีกทั้ง ด้านการมุ่งเน้นคู่แข่งขัน ผู้ประกอบการควรมีความเข้าใจในจุดแข็ง จุดอ่อนของคู่แข่งเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ในระยะยาว รวมถึงด้านการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน ควรมีการสื่อสารข้ามหน่วยงานเกี่ยวกับข้อมูลลูกค้ามากขึ้น

4) นวัตกรรม โดยผู้ประกอบการให้น้ำหนักสูงสุดคือ ด้านนวัตกรรมด้านกระบวนการ โดยองค์กรควรมีการพัฒนากระบวนการดำเนินงานหรือปฏิบัติงานในรูปแบบใหม่เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เช่น เป็นกระบวนการใหม่ที่ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น และยังสามารถบริหารจัดการการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5) ผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยผู้ประกอบการให้น้ำหนักสูงสุดคือ ด้านมุมมองด้านกระบวนการภายใน บริษัทควรจัดทำแผนการปฏิบัติงานเหมาะสมที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจ อีกทั้ง ด้านมุมมองทางด้านการเงินซึ่งบริษัทต้องมีการวัดประสิทธิภาพทางการเงินซึ่งเป็นกระบวนการของการวัดผลลัพธ์การดำเนินงานทางด้านการเงินขององค์กรโดยอาจอ้างอิงกับประสิทธิภาพของต้นทุนในอดีตหรือที่คาดการณ์ไว้

**ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป**

1) การศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลของลักษณะประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นด้านปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด นวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

2) ควรทำการวิเคราะห์โปรแกรมด้วยโปรแกรมอื่นมาวิเคราะห์ผลเชิงเปรียบเทียบ เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบในด้าน Model Fit ควรจะนำโปรแกรมอื่นเช่น Lisrel M-plus หรือ PLS-Graph

3) ควรศึกษาปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการในมิติการทำงานเชิงรุก และความใส่ใจเรียนรู้ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวและเปลี่ยนแปลงตนเองให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ สามารถคิดต่อยอดหรือการสร้างโอกาสใหม่ๆ

4) ควรศึกษาปัจจัยองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกรุงเทพและปริมณฑลทั้งเชิงลบและเชิงบวก เพื่อเปรียบเทียบกัน

## บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). *สถิติสำหรับงานวิจัย.* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). *การวิเคราะห์ข้อมูลหลายตัวแปร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). โรงพิมพ์: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

มรกต กำแพงเพชร, สวรรยา ธรรมอภิพล และ นรินทร์ สังข์รักษา. (2562). คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรสีเขียว. *วารสารธุรกิจปริทัศน์, 11*(1), 262-275.

ศานสันต์ รักแต่งาม. (2559). *อิทธิพลของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของนักลงทุนที่มีผลต่อความสำเร็จใน การลงทุนผ่านการมุ่งเน้นการแข่งขันของนักลงทุนรายย่อยภายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.* ปริญญานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). *อัตราการขยายตัวของ GDP SME และ GDP ประเทศ ปี พ.ศ. 2557-2562*. https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20191203085026.pdf

สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *ปัญหา SMEs ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ 2561*. https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=5628&filename=gross_regional.

สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. (2561). *นโยบายการพัฒนากรุงเทพมหานคร.* http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER9/DRAWER072/GENERAL/DATA0000/00000391.PDF.

Basco, R., Hernández-Perlines, F., & Rodríguez-García, M. (2019). The effect of entrepreneurial orientation on firm performance: A multigroup analysis comparing China, Mexico, and Spain. *Journal of Business Research*, *13*(2), 101-110.

Burke, W. and G. Litwin. (1992). A Causal Model of Organizational Performance and Change. *Journal of Management*, *18*(1), 523-545.

Cheng, C. C., & Krumwiede, D. (2012). The role of service innovation in the market orientation—new service performance linkage. *Technovation, 32*(8), 487-497.

Dess, G. G. and Lumpkin, G. T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of Management Executive, 19*(1), 147-156.

Farrell, M., & Mavondo,F.T. (2004). The effect of downsizing strategy and reorientation strategy on a learning orientation. *Personnel Review*, *33*(4), 383-402.

Hurley, R. F., & Hult, G. T. M. (1998). Innovation, market orientation and organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, *62*(1), 42-54.

Hult, G. T. M., Hurley, R. F., & Knight, G. A. (2004). Innovativeness: impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, *33*(1), 429-438.

Kaplan, R. S. and D. P. Norton. (1992). "The Balanced Scorecard - Measures that Drive." *Journal of Occupational and Organizational Psychology, 77*(1), 299-306.

Lauro & Vinzi, V., C. (2005). PLS path modeling. *Computational statistics & data analysis, 48*(1), 159-205.

Likert, R. E. N. S. I. S. (1972). Likert technique for attitude measurement. Social Psychology: Experimentation, Theory, Research, Sahakian, WS (Ed.). Scranton USA: Intext Educational Publishers.

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review, 21*(1), 135-172.

Lin, C. H., Peng, C. H., & Kao, D. T. (2008). The innovativeness effect of market orientation and learning orientation on business performance. *International journal of manpower*, *12*(1), 121-130.

Mintzberg, H. (1973). Strategy-making in three modes. *California management review*, *16*(2), 44-53.

Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of marketing*, *54*(4), 20-35.

Nilawan Sawangrat. (2015). The Structural Influence of Entrepreneurship, Marketing Focus, Innovation Focus, and Learning Focus on Organization Performance. Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts), *8*(3), 958-975.

Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). A beginners guide to structural equation modeling. New York: Routledge.

Tutar, H., Nart, S., & Bingöl, D. (2015). The effects of strategic orientations on innovation capabilities and market performance: The case of ASEM. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *207*(1), 709-719.

Wales, W. J., Gupta, V. K., & Mousa, F. T. (2013). Empirical research on entrepreneurial orientation: An assessment and suggestions for future research. *International Small Business Journal*, *31*(4), 357-383.

Wang, D., Su, Z., & Guo, H. (2019). Top management team conflict and exploratory innovation: The mediating impact of market orientation. *Industrial Marketing Management*, *82*(1), 87-95.

Zehir, C., Can, E., & Karaboga, T. (2015). Linking entrepreneurial orientation to firm performance: the role of differentiation strategy and innovation performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 210*, 358-367.

# ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

# Factors Affecting Environmentally Friendly Purchasing Behavior of Kasetsart University Students

ศยามล เอกะกุลานันต์* และสายทิพย์ เหล่าทองมีสกุล
ภาควิชาจิตวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
50 ถนน พหลโยธิน แขวง ลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
Sayamon Akakulanan and Saitip Laothongmeesakul
Department of Psychology, Faculty of Social Sciences, Kasetsart University
50 Phaholyothin Rd, Ladyao, Chatuchak, Bangkok 10900
E-mail: sayamonjeep@yahoo.com

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากนิสิตจำนวน 1,192 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คือ อิทธิพลทางสังคมด้านสังคม มหาวิทยาลัย และเพื่อน การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ช่องทางการจัดจำหน่าย และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 27.9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในทางบวก

**คำสำคัญ** : พฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม อิทธิพลทางสังคม การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

**Abstract**

The purpose of this research was to study the factors affecting the environmentally friendly purchasing behavior of students in Kasetsart University. Data were collected from 1,192 students by questionnaires. Statistical used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, and stepwise multiple regression analysis. The results revealed that the

Received Revised Accepted
10 สิงหาคม 2564 / 8 พฤษภาคม 2566 / 5 ตุลาคม 2566
10 August 2021 / 8 May 2023 / 5 October 2023

factors influencing environmentally friendly purchasing behavior of students in Kasetsart University were environmental concern, social influence: society, university and friends, green marketing: place, and green products knowledge which could jointly predict the environmentally friendly purchasing behavior up to 27.9 percent at the .05 significance level. And all of these variables have a positive influence environmentally friendly buying behavior.

**Keywords**: Environmentally friendly purchasing behavior, Green products knowledge, Green marketing, Social influence, Environmental concern

**บทนำ**

มนุษย์มีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมอย่างแนบแน่นมาช้านาน สิ่งแวดล้อมเป็นทั้งแหล่งอาหาร แหล่งที่พักอาศัย และแหล่งการประกอบอาชีพต่าง ๆ ของมนุษย์ ปัญหาเรื่องความสมดุลของธรรมชาติตามระบบนิเวศโดยเฉพาะอย่างยิ่งในทศวรรษที่ผ่านมา (ระยะสิบปี) ซึ่งเรียกกันว่า “ทศวรรษแห่งการพัฒนา” นั้น ปรากฏว่าได้เกิดมีปัญหารุนแรงด้านสิ่งแวดล้อมขึ้นในบางส่วนของโลก เช่น การขาดความอุดมสมบูรณ์ของดิน การขาดแคลนน้ำ มลพิษในน้ำและในอากาศ เสียง มลพิษในอาหาร สารเคมี เป็นต้น (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2562) ปัญหาเหล่านี้ ส่วนหนึ่งมีสาเหตุมาจากเกิดจากจำนวนประชากรโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมากจนต้องอยู่กันอย่างแออัดในที่ ๆ เหมาะสมต่อการดำรงชีวิตอยู่ และต่างได้จัดการกับธรรมชาติโดยขาดความระมัดระวัง จนถึงวันนี้ประชากรโลกไม่อาจเลือกสิ่งแวดล้อมที่ดีกว่านี้ได้ เพราะความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยียังคงก้าวไปอย่างไม่หยุดยั้งควบคู่กับการเพิ่มขึ้นของประชากรโลก และนอกจากนั้นค่านิยมของสังคมได้บีบบังคับให้ประชากรต้องแข่งขันกันในการดำรงอยู่ จนกลายเป็นความฟุ่มเฟือย และเมื่อแต่ละคนแต่ละครอบครัวได้สั่งสมค่านิยมเหล่านี้ให้กับตัวเอง ผลก็คือทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลงจนเห็นได้ชัด และเกิดผลกระทบตามมามากมายดังที่กล่าวไว้ข้างต้น

ปัญหาด้านทรัพยากรโลกและสิ่งแวดล้อมโลกส่งผลกระทบต่อประเทศไทยเช่นกัน เห็นได้จากเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ปรากฏให้เห็นตามข่าวต่าง ๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2562 เช่น กรมควบคุมมลพิษรายงานสถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็กกว่า 2.5 ไมครอน (PM 2.5) ในพื้นที่ กรุงเทพฯ-ปริมณฑล พบเกินมาตรฐาน 13 พื้นที่ เตือนให้ประชาชนใส่หน้ากากป้องกันฝุ่นละออง หลีกเลี่ยงการออกกำลังกายกลางแจ้ง เนื่องจากคุณภาพอากาศดังกล่าวมีผลต่อสุขภาพ เป็นต้น (ข่าวไทยพีบีเอส, 2562) จากผลกระทบดังกล่าว รัฐบาลไทยไม่ได้นิ่งนอนใจ แต่ได้เห็นความสำคัญและเห็นความจำเป็นในการจัดการกับปัญหาเพื่อลดปัญหาด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมนี้ เห็นได้จากการออกนโยบายและแผนการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อแก้ปัญหานี้มาตั้งแต่ในอดีตจนฉบับปัจจุบัน สำหรับแผนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมฉบับล่าสุด พ.ศ. 2560–2564 หนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญคือ การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างคุ้มค่า และยั่งยืน ในการส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน เสนอแผนการให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การบริโภค

สินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยสนับสนุนการเลือกใช้สินค้า เช่น สินค้าติดฉลากสิ่งแวดล้อม ฉลากสินค้าเกษตรอินทรีย์ ฉลากแสดงประสิทธิภาพการใช้พลังงานหรือทรัพยากรของสินค้า ฉลากแสดงการปล่อยก๊าซคาร์บอนออกสู่บรรยากาศ ฯลฯ หรือโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แหล่งท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และ ภาชนะหรือวัสดุหรือถุงพลาสติกชีวภาพที่สามารถย่อยสลายได้ในธรรมชาติ ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการจัดซื้อ จัดหาสินค้าอย่างพอดี เป็นต้น (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, มปป.)

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งคือสิ่งแวดล้อมเป็นการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่รองรับหรือตอบสนองต่อประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สามารถรีไซเคิลหรือเก็บรักษาไว้ได้ สามารถกล่าวได้ว่าเป็นการซื้อที่มีผลดีหรือเอื้อเฟื้อต่อสิ่งแวดล้อม (Mostafa, 2007) นั้น พบว่า การให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนี้โดยตรง ทำให้เกิดความตระหนักและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและค่านิยมการใช้ชีวิตประจำวันในการบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, มปป.) และอิทธิพลทางสังคม มีบทบาทต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเช่นกัน เนื่องจากการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับข้อมูลที่รวบรวมจากแหล่งต่าง ๆ ในสังคม มีแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันในสังคม หนึ่งในนั้นกลุ่มอ้างอิงมีบทบาทสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคในการซื้อ ผู้บริโภควัยหนุ่มสาวได้รับอิทธิพลอย่างมากจากเครือข่ายทางสังคม เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น โดยเริ่มแรกจะเริ่มจากการรวบรวมข้อมูลจากเครือข่ายทางสังคมและตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกแบรนด์ในที่สุด (Bearden & Etzel, 1982; Feick et al., 2003 cited in Promotosh & Sajedul, 2011) นอกจากนี้ในเรื่องของการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งหมายถึงการที่ผู้ผลิตผลิตสินค้าโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เริ่มจากการสรรหาแหล่งผลิต การจัดซื้อกระบวนการผลิต การปรับส่วนประสมทางการตลาดให้เป็นส่วนประสมทางการตลาดสีเขียว ตลอดจนวิธีการกำจัดขยะ ของเหลือใช้ รวมทั้งการสร้างความน่าเชื่อถือและความเข้าใจอันดีกับสังคมโดยการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง กระทั่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและมีพฤติกรรมการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในที่สุด (กรัณย์พัฒน์ อิ่มประเสริฐ และ อมรา รัตตากร, 2559) ปัจจัยที่สำคัญอีกประการซึ่งเป็นคุณสมบัติของตัวผู้ซื้อหรือผู้บริโภคโดยตรง คือ การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ซึ่งหมายถึงระดับของการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ในประเด็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่กระทบต่อการตอบสนองเชิงอารมณ์ของแต่ละบุคคลต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Bertrandias & Elgaaied-Gambier, 2014 ซึ่งมีผลการวิจัยที่พบว่ามีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเชิงบวก (Joshi & Rahman, 2015)

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อิทธิพลของสังคม การตลาดสีเขียว และการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่ อย่างไร โดยสนใจศึกษากับนิสิตที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน เนื่องจากเป็นมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่พบว่ามีปัญหามลภาวะอากาศเป็นพิษและอยู่ในจุดเสี่ยงที่จะเกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ โดยตรง ประกอบกับการที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เป็นมหาวิทยาลัยไทยที่ติด

อันดับโลกในด้านการเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียวในลำดับต้นติดต่อกันหลายปีซ้อน (แคมปัสสตาร์, 2561) ทั้งนี้คาดหวังว่าผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปเป็นข้อมูลต่อผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนส่งเสริมให้นิสิตของมหาวิทยาลัยมีพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เกิดประโยชน์ต่อสถาบันการศึกษาและสังคมต่อไป

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**การทบทวนวรรณกรรม**

**แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม**

พฤติกรรมการซื้อ หมายถึง ความคิด ความรู้สึก และการกระทำทั้งหมดที่บุคคลมีหรือดำเนินการทั้งก่อนและระหว่างทำการซื้อสินค้า บริการ หรือความคิดใด ๆ พฤติกรรมของผู้ซื้อคือแนวคิดที่ตอบว่า อะไร ทำไม วิธี เมื่อไหร่ และซื้อได้ที่ไหน โดยผลลัพธ์ของการกระทำดังกล่าวของผู้ซื้อคือการตัดสินใจซื้อ (Purchasing Decision) เช่น ชนิดของสินค้า แบรนด์ เวลาในการซื้อ จำนวนการซื้อ และความถี่ในการซื้อ เป็นต้น (Khaniwale, 2015) โดยพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendly Purchasing Behavior) หมายถึง การแสดงออกหรือการกระทำของบุคคลในการจัดหาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกระบวนการผลิตที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การใช้วัตถุดิบในการผลิตที่สามารถรีไซเคิลหรือเก็บรักษาไว้ได้ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (Lee, 2009; Mostafa, 2007; Vazifehdoust, Taleghani, Esmaeilpour, Nazari, & Khadang, 2013)

ในกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Purchasing Decision Process) เริ่มตั้งแต่ก่อนซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ และแสดงผลกระทบไปถึงภายหลังการซื้ออีกด้วย ประกอบด้วย 5 ขั้นหลักๆ คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังซื้อ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (Munthiu, 2009)

1. การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการเป็นขั้นแรกของกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยจะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเห็นถึงความแตกต่างระหว่างระดับความพึงพอใจของความต้องการที่แท้จริงกับปริมาณความพึงพอใจที่ปรารถนา จึงเกิดความต้องการสิ่งที่จะมาช่วยแก้ปัญหาหรือตอบสนองต่อความต้องการนั้น ๆ การแสดงความต้องการเกิดจากทั้งสิ่งเร้าภายใน (Internal Stimuli) ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ (Maslow’s Hierarchy of Needs) หรือสิ่งเร้าภายนอก (External Stimuli) เป็นสิ่งที่อยู่ภายนอกร่างกาย เช่น การโฆษณา การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น เป็นต้น

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการที่เกิดขึ้นแล้ว จะมีการค้นหาข้อมูลซึ่งเป็นพื้นฐานสำหรับการตัดสินใจซื้อในอนาคต ซึ่งจำนวนและความถูกต้องของข้อมูลขึ้นอยู่กับผู้บริโภคเองและสินค้าหรือบริการที่จะซื้อ

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อได้รับข้อมูลมาแล้ว ผู้บริโภคจะประมวลผลข้อมูลเพื่อประเมินทางเลือกที่มีก่อนตัดสินใจเลือกซื้อ ผู้บริโภคไม่ได้ใช้กระบวนการประเมินทางเลือกอย่างง่ายและไม่ได้ใช้กระบวนการเดียวกันในทุกสถานการณ์การซื้อขาย ความซับซ้อนของกระบวนการประเมินได้รับผลมาจากหลาย ๆ ปัจจัย ซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ ประสบการณ์ของผู้ซื้อ ความสำคัญของสินค้าหรือบริการที่พิจารณาอยู่ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเมื่อเป็นการตัดสินใจที่ไม่ดี ความซับซ้อนของทางเลือกที่ประเมินไว้ และความเร่งด่วนหรือความจำเป็นที่ต้องตัดสินใจ โดยในส่วนแรกผู้บริโภคมักพิจารณาจากคุณลักษณะและประโยชน์ของสินค้า (Attributes and Benefits) และส่วนที่สองในการประเมินทางเลือกคือพิจารณาจากความเชื่อและทัศนคติของผู้บริโภคเอง (Consumer’s beliefs and Attitudes) ในขั้นตอนนี้ผู้บริโภคจะจัดลำดับของแบรนด์ที่ตั้งใจจะซื้อไว้เป็นทางเลือกที่จะตัดสินใจซื้อในขั้นตอนต่อไป

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นผลมาจากการประเมินทางเลือก โดยทั่วไปแล้วผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อจากแบรนด์ที่ชอบที่สุด แต่อาจมีอย่างน้อยสองปัจจัยที่เกิดขึ้นได้ระหว่างความตั้งใจซื้อและการตัดสินใจซื้อ คือ ความคิดเห็นของผู้อื่น (The Attitudes of Others) หากมีผู้ที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคแสดงความคิดเห็นต่อการเลือกซื้อสินค้าชนิดหนึ่ง เป็นไปได้ว่าการตัดสินใจซื้ออาจเปลี่ยนไปจากความตั้งใจซื้อที่มีมาตั้งแต่แรก และปัจจัยด้านสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด (The Unexpected Situational Factors) เช่น ราคาหรือผลประโยชน์ที่คาดไว้ ซึ่งสามารถเปลี่ยนความตั้งใจซื้อไปได้ ยกตัวอย่างเช่น เศรษฐกิจที่แย่ลงหรืออีกแบรนด์ลดราคาสินค้า เป็นไปได้เช่นกันว่าผู้บริโภคอาจตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ต่างไปจากความตั้งใจซื้อที่มีอยู่เดิม

5. พฤติกรรมหลังซื้อ (Post Purchase Behavior) การตัดสินใจซื้อไม่ได้จบลงด้วยการตัดสินใจซื้อเท่านั้น แต่เป็นการประเมินผลหลังซื้อ ในขั้นตอนนี้ผู้บริโภคจะวิเคราะห์ว่าการตัดสินใจซื้อของตนเองนั้นดีหรือไม่ ซึ่งคำตอบจะขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคกับผลของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภครับรู้ได้หรือความพึงพอใจหลังการซื้อ (Post-purchase Satisfaction) หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจผู้บริโภคจะเก็บข้อมูลที่ช่วยให้สามารถตัดสินใจซื้อได้อย่างน่าพอใจไว้เป็นเกณฑ์หรือข้อมูลประกอบการประเมินทางเลือกก่อนตัดสินใจซื้อในครั้งต่อไป และมีโอกาสสูงที่จะซื้อผลิตภัณฑ์นั้นอีกครั้ง ซึ่งเป็นการกระทำหลังการซื้อ (Post-purchase Actions)

**แนวคิดเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม**

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Product Knowledge) หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติที่พิเศษกว่าผลิตภัณฑ์อื่นในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างถูกต้อง โดยมีลักษณะดังนี้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในขณะเดียวกัน ไม่ใช้สารพิษที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์ สัตว์ และสิ่งแวดล้อม นำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้ ไม่สิ้นเปลืองพลังงานในการผลิต

การใช้ ตลอดจนการสิ้นสภาพ ใช้ภาชนะหีบห่อน้อยที่สุด กระบวนการผลิตสินค้าในโรงงานไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่มีการใช้สัตว์ทดลองเพื่อวิจัยผลการผลิตและไม่นำสัตว์สงวนพันธุ์มาผลิต (กรมควบคุมมลพิษ, 2561; สันทนา อมรไชย, 2552) โดยกรมควบคุมมลพิษ (2549) ได้ระบุคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไว้ 7 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. ใช้วัสดุที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย เช่น วัสดุที่ไม่มีพิษ วัสดุหมุนเวียนทดแทนได้ วัสดุรีไซเคิล และวัสดุที่ใช้พลังงานต่ำในการจัดหามา

2. ใช้วัสดุน้อย เช่น น้ำหนักเบา ขนาดเล็ก มีจำนวนประเภทของวัสดุน้อย มีการเสริมความแข็งแรงเพื่อให้ลดขนาดลงได้

3. มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น ใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพในการผลิต ใช้พลังงานที่สะอาด ลดการเกิดของเสียจากกระบวนการผลิตและลดขั้นตอนของกระบวนการผลิต

4. มีระบบขนส่งและจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น ลดการใช้หีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่ฟุ่มเฟือย ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่ใช้ซ้ำหรือหมุนเวียนใช้ใหม่ได้ ใช้รูปแบบการขนส่งที่ก่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ และเลือกใช้เส้นทางการขนส่งที่ประหยัดพลังงานที่สุด

5. ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดในช่วงการใช้งาน เช่น ใช้พลังงานต่ำ มีการปล่อยมลพิษต่ำในระหว่างใช้งาน ลดการใช้วัสดุสิ้นเปลือง (เช่น ต้องเปลี่ยนไส้กรองบ่อย) และลดการใช้ชิ้นส่วนที่ไม่จำเป็น

6. มีความคุ้มค่าตลอดอายุการใช้งาน เช่น ทนทาน ซ่อมแซมและดูแลรักษาง่าย ปรับปรุงต่อเติมได้ ไม่ต้องเปลี่ยนบ่อย

7. มีระบบการจัดการหลังหมดอายุการใช้งานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เช่น การเก็บรวบรวมที่ก่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ มีการออกแบบให้นำสินค้าหรือชิ้นส่วนกลับมาใช้ซ้ำหรือหมุนเวียนใช้ใหม่ได้ง่าย หรือหากต้องกำจัดทิ้งสามารถนำพลังงานกลับคืนมาใช้ได้ และมีความปลอดภัยสำหรับการฝังกลบ

**แนวคิดเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม**

การตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Marketing) หมายถึง การที่ผู้ผลิตผลิตสินค้าโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เริ่มจากการสรรหาแหล่งผลิต การจัดซื้อ กระบวนการผลิต การปรับส่วนประสมทางการตลาดให้เป็นส่วนประสมทางการตลาดสีเขียว ตลอดจนวิธีการกำจัดขยะ ของเหลือใช้ รวมทั้งการสร้างความน่าเชื่อถือและความเข้าใจอันดีกับสังคมโดยการมีส่วนร่วมของคนที่เกี่ยวข้อง กระทั่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและมีพฤติกรรมการบริโภคสีเขียวในที่สุด (กรัณย์พัฒน์ อิ่มประเสริฐ และ อมรา รัตตากร, 2559) Soonthonsmai (2001) กล่าวว่าการตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นกระบวนการและกิจกรรมของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อให้บรรลุความพึงพอใจของผู้บริโภคและความสามารถในการแข่งขันของบริษัท ผ่านกลยุทธ์ทางการตลาด นอกจากนี้ American Marketing Association (2019) ได้ให้นิยามของการตลาดสีเขียวไว้ว่า หมายถึง การพัฒนาและการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่สันนิษฐานว่าปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ออกแบบมาเพื่อลดผลกระทบด้านลบต่อสภาพแวดล้อมหรือเพื่อ

ปรับปรุงคุณภาพ คำนี้อาจใช้เพื่ออธิบายความพยายามในการผลิต การส่งเสริม บรรจุภัณฑ์ และเรียกคืนผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่มีความอ่อนไหวหรือตอบสนองต่อปัญหาทางนิเวศวิทยา

**แนวคิดเกี่ยวกับการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม**

การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม (Environmental Concern) หมายถึง การตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมไปจนถึงการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม และความเต็มใจที่จะแก้ไขปัญหาให้ดีขึ้น การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมสามารถระบุได้ว่าเป็นทัศนคติต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ทัศนคตินี้ได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ส่วนตัวโดยตรงประสบการณ์ของผู้อื่นและข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ซึ่งกล่าวได้ว่าการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นทัศนคติที่ดีต่อการปกป้องสิ่งแวดล้อม (Crosby, Taylor & Gill, 1981 cited in Hessami & Yousefi, 2013; Franssan & Garling, 1999)

Albayrak, Aksoy, & Caber (2012) ได้แบ่งการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมได้เป็น 3 ประการ ได้แก่

1. การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อตนเอง (Egoistic Concern) เป็นความกังวลว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมจะมีผลกระทบต่อตนเองในด้านการดำเนินชีวิตประจำวัน

2. การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อผู้อื่น (Altruistic Concern) เป็นความกังวลว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมจะมีผลกระทบต่อผู้อื่น

การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ (Biospheric Concern) เป็นความกังวลว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมจะมีผลกระทบมากกว่าต่อมนุษย์ด้วยกันเองและส่งผลต่อสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ เป็นวงกว้าง

**แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลทางสังคม**

อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หมายถึง การแสดงออกทางการกระทำหรือความคิดของบุคคลหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของผู้อื่น ทั้งในการจูงใจหรือโน้มน้าวซึ่งส่งผลให้เกิดการทำตามหรือคล้อยตาม โดยการมีอิทธิพลทางสังคมสามารถมีได้หลายรูปแบบ เช่น การชักชวน การสร้างแรงจูงใจ การปฏิบัติตาม การเชื่อฟัง การเป็นผู้นำ และการแลกเปลี่ยนข้อมูล เป็นต้น (นัฏฐิกานต์ อัศวมงคลพันธุ์และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย, 2561; Goldsmith, 2015)

แหล่งของอิทธิพลทางสังคมอาจเป็นได้ทั้งจากการตลาดและไม่ใช่การตลาด และสามารถส่งผ่านได้ทั้งสื่อมวลชนและการส่งผ่านเป็นการส่วนตัว (Hoyer & MacInnis, 2010) โดยแหล่งอิทธิพลที่มาจากการตลาด (Marketing Sources) มีความเกี่ยวข้องกับบริษัทที่ดูแลด้านการตลาดของบริษัท ได้แก่ การส่งอิทธิพลผ่านทางสื่อมวลชน ซึ่งรวมไปถึงการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการจัดงานต่าง ๆ การส่งอิทธิพลเป็นการส่วนตัว เช่น การโทรศัพท์ การส่งอีเมล หรือการสนทนาออนไลน์ เป็นต้น และแหล่งอิทธิพลที่ไม่ได้มาจากการตลาด (Nonmarketing Sources) เป็นแหล่งที่ไม่ได้ทำงานให้กับบริษัทด้านการตลาด ได้แก่ การส่งอิทธิพลผ่านทางสื่อมวลชน เช่น ข่าว ภาพยนตร์ บล็อก หรือสื่อต่างๆ ที่ไม่ได้ถูกควบคุมโดยนักการตลาด และการส่งอิทธิพลเป็นการส่วนตัว เช่น การส่งต่อข้อมูลปากต่อปากจากเพื่อน ครอบครัว เพื่อนบ้าน หรือแม้แต่บุคคลแปลกหน้า

**กรอบแนวคิดในการวิจัย**

**ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย**

**สมมติฐานการวิจัย**

สมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้ คือ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อิทธิพลทางสังคม และการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**วิธีการวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงเชิงสหสัมพันธ์ (Correlation Research) ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก (เฉพาะที่วิทยาเขตบางเขน) จำนวน 35,425 คน ข้อมูล ณ เดือนมกราคม 2563 (กองแผนงานมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2563) จากการเทียบขนาดของประชากรกับตารางประมาณขนาดตัวอย่างของ Krejcie & Morgan (1970: 608 อ้างใน วาโร เพ็งสวัสดิ์, 2553: 39-40) ได้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่ต้องการเท่ากับ

382 คน คณะผู้วิจัยเพิ่มขนาดตัวอย่างเป็น 1,200 คน เพื่อป้องกันการไม่ตอบและการส่งกลับคืนไม่ครบตามจำนวนที่กำหนด จากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นแบ่งชั้นตามระดับการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ได้แก่ 1) แบบสอบถามวัดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 13 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบให้เลือก 2 ตัวเลือก ได้แก่ ถูกและผิด 2) แบบสอบถามวัดการตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นการประเมินการตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 4 องค์ประกอบ (4P) คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และกิจกรรมส่งเสริมการขาย จำนวน 14 ข้อ ลักษณะของแบบวัดเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 4 ระดับ ตั้งแต่ เห็นด้วยน้อยที่สุด ไปจนถึง เห็นด้วยมากที่สุด 3) แบบสอบถามวัดอิทธิพลทางสังคม เป็นการประเมินอิทธิพลทางสังคม 4 ด้าน คือ ครอบครัว เพื่อน มหาวิทยาลัย และสังคม จำนวน 14 ข้อ ลักษณะของแบบวัดเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 4 ระดับ ตั้งแต่ เห็นด้วยน้อยที่สุด ไปจนถึง เห็นด้วยมากที่สุด 4) แบบสอบถามวัดการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เป็นการประเมินการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม 3 ด้าน คือ การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่มีต่อตนเอง การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่มีต่อผู้อื่น และการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่มีต่อสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ จำนวน 10 ข้อ ลักษณะของแบบวัดเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 4 ระดับ ตั้งแต่ เห็นด้วยน้อยที่สุด ไปจนถึง เห็นด้วยมากที่สุด 5) แบบสอบถามวัดพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นการประเมินพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 12 ข้อ ลักษณะของแบบวัดเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 4 ระดับ ตั้งแต่ ไม่เคยเลย ไปจนถึง ทุกครั้ง โดยแบบสอบถามทั้ง 5 ตอนนี้ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับและรายด้านอยู่ระหว่าง .666 - .933 และค่าอำนาจจำแนกของข้อคำถามรายข้ออยู่ระหว่าง .221-.858 สำหรับแบบสอบถามตอนสุดท้ายคือ 6) แบบสอบถามลักษณะและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 2 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งคำถามในส่วนนี้คณะผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพที่นำมาสนับสนุนและใช้ประกอบการอภิปรายข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ในการเก็บข้อมูลนั้น ได้แบบสอบถามกลับคืนมาและมีความสมบูรณ์ จำนวน 1,192 ชุด นำไปวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ ได้แก่ ค่าสถิติพื้นฐานค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน และในส่วนของคำถามปลายเปิดจากแบบสอบถาม 1,192 ชุดนั้น พบว่ามีเขียนตอบกลับจำนวน 813 ชุด

**ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**

ตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 1,192 คน ส่วนใหญ่ร้อยละ 71.8 เป็นนิสิตหญิง มีอายุเฉลี่ย 23.54 ปี มีอายุน้อยกว่า 26 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.7 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.6 ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่หนึ่งมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.1 พักอยู่คอนโด/หอพักและพักอาศัยที่บ้านพักจำนวนใกล้เคียงกัน ร้อยละ 45.4 และ ร้อยละ 43.4 ตามลำดับ ร้อยละ พักอาศัยอยู่กับผู้ปกครองหรือครอบครัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.9 มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดใกล้เคียงกับอยู่กรุงเทพและปริมณฑล คิด

เป็นร้อยละ 50.8 และ 48.2 ตามลำดับ และมีรายรับต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.0

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยพบว่านิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่เป็นตัวอย่างนั้นมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย .75) การตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และด้านกิจกรรมส่งเสริมการขายอยู่ในระดับสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41, 3.63, 3.32, และ 3.42 ตามลำดับ) ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.24) อิทธิพลทางสังคมโดยรวม ด้านครอบครัว มหาวิทยาลัย และด้านสังคมอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 2.78, 3.13, 2.83 และ 2.80 ตามลำดับ) ส่วนด้านเพื่อนอยู่ในระดับต่ำ (ค่าเฉลี่ย 2.44) นอกจากนี้ มีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) และมีพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.10)

**ผลการวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัย**

คณะผู้วิจัยได้พิจารณาความเหมาะสมของตัวแปรก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อิทธิพลทางสังคม และการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ผลการวิเคราะห์ไม่พบว่ามีตัวแปรคู่ใดที่มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างกันเกิน .80 ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น จึงนำไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนต่อไปได้ ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**

(n=1192)

| ตัวแปร | b | SE b | Beta | t | p |
|---|---|---|---|---|---|
| อิทธิพลทางสังคมด้านสังคม | .123 | .025 | .176 | 4.961 | .000 |
| การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม | .335 | .041 | .207 | 8.173 | .000 |
| อิทธิพลทางสังคมด้านมหาวิทยาลัย | .108 | .025 | .148 | 4.285 | .000 |
| ช่องทางการจัดจำหน่าย | .105 | .021 | .137 | 5.048 | .000 |
| อิทธิพลทางสังคมด้านเพื่อน | .063 | .022 | .100 | 2.936 | .003 |
| ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม | .201 | .086 | .059 | 2.325 | .020 |
| ค่าคงที่ (a)= .537 | | | | | |
| R = .528 $R^2$ = .279 $R^2_{adj}$ = .276 | F Overall = 76.519 | | | | p = .000 |

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผลการวิเคราะห์พบว่า มีตัวแปรอิสระ 6 ตัว ได้แก่ อิทธิพลทางสังคมด้านสังคม ด้านมหาวิทยาลัย และด้านเพื่อน การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 27.9 ($R^2_{adj}$= .276) และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุ (R) เท่ากับ .528 นอกจากนี้จากผลการวิจัยยังพบว่าตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ดีที่สุด คือ การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมขนาด .207 รองลงมาคือ อิทธิพลทางสังคมด้านสังคมขนาด .176 อิทธิพลทางสังคมด้านมหาวิทยาลัยขนาด .148 ช่องทางการจัดจำหน่ายขนาด .137 อิทธิพลทางสังคมด้านเพื่อนขนาด .100 และความรู้เกี่ยวกับลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมขนาด .059 โดยทุกตัวแปรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในทางบวก

**อภิปรายผลการวิจัย**

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

**อิทธิพลทางสังคม**

อิทธิพลทางสังคมด้านสังคม เป็นปัจจัยหนึ่งที่พบว่ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นั่นหมายความว่า การที่นิสิตจะมีพฤติกรรมการซื้อที่ใส่ใจและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมนั้นขึ้นอยู่กับบุคคลและสังคมรอบ ๆ ข้าง สังคมมีส่วนในการโน้มน้าวหรือจูงใจความคิดหรือการกระทำให้คล้อยตาม ซึ่งเป็นไปตามที่ Goldsmith (2015) อธิบายว่า การแสดงออกหรือความคิดของบุคคลหนึ่งมีผลต่อผู้อื่นโดยทำให้เกิดการทำตามหรือเลียนแบบ และ Bearden & Etzel (1982) และ Feick et al. (2003 cited in Promotosh & Sajedul, 2011) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคโดยเฉพาะที่อยู่ในวัยหนุ่มสาวนั้นมักจะได้รับอิทธิพลจากแหล่งข้อมูลหรือเครือข่ายทางสังคม เช่น เพื่อน เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น และยังสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการถามปลายเปิดในแบบสอบถามที่ว่า หนึ่งในปัจจัยที่นิสิตเห็นว่ามีผลทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมคือ การยอมรับ/ความนิยมในสังคม ดังตัวอย่างคำตอบ เช่น “สร้างค่านิยมให้การซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นกระแส นิยม ได้รับการชื่นชม เพราะคนส่วนมากมีพฤติกรรมเป็นไปตามการยอมรับของสังคม” “การที่ใคร ๆ ต่างก็ใช้ จะทำให้คนหันมาใช้กันมากขึ้น เพราะไม่อยากเกิดความแปลกแยก” “หากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นที่นิยมและมีการใช้กันอย่างแพร่หลายมากพอ ผู้บริโภคจะปรับตัวและคล้อยตามสังคมไปเอง” และ “ความนิยมของคนในสังคม เพราะในปัจจุบันมนุษย์มักจะทำสิ่งใดตามกระแสของสังคมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ และให้ตัวเองทันต่อเหตุการณ์ ไม่ตกกระแสเสมอ” ซึ่งเห็นได้ว่าปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการเลือกและตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และหากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อ

สิ่งแวดล้อมเป็นที่ยอมรับของสังคมและมีการใช้กันโดยทั่วไปในสังคม จึงเป็นไปได้ว่าพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตจะมีมากขึ้นตามไปด้วย

อิทธิพลทางสังคมด้านมหาวิทยาลัย เป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หมายความว่า การแสดงออกทางความคิดหรือแนวทางการปฏิบัติของมหาวิทยาลัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์และการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของนิสิตในการจูงใจหรือโน้มน้าวให้เห็นด้วยและคล้อยตามได้ ทั้งนี้ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เกือบ 70 เปอร์เซ็นต์เป็นนิสิตระดับปริญญาตรี นิสิตกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มักจะใช้ชีวิตระหว่างเรียนอยู่ในมหาวิทยาลัยในช่วงกลางวันนานกว่านิสิตระดับอื่น ๆ โดยเฉพาะกลุ่มที่พักอาศัยอยู่ในหอพักยิ่งต้องใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัยในช่วงเย็นและช่วงกลางคืนด้วย ดังนั้นเมื่อต้องอยู่หรือต้องดำเนินชีวิตภายในมหาวิทยาลัย การปฏิบัติตามแนวทางที่มหาวิทยาลัยกำหนดที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจึงเป็นสิ่งที่ต้องใส่ใจและคล้อยตาม ดังคำตอบที่นิสิตได้แสดงความคิดเห็นในคำถามปลายเปิดในแบบสอบถาม เช่น “การออกเป็นข้อบังคับของมหาวิทยาลัยเพราะแค่รณรงค์ยังไม่พอมันเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงยากมาก เช่น นโยบายไม่ใช้ถุงพลาสติกในโรงอาหารของมหาวิทยาลัย” และ “มหาวิทยาลัยควรเป็นต้นแบบและแบบอย่างให้ทุกคนทำ และต้องประชาสัมพันธ์ไปสู่นอกรั้วมหาวิทยาลัย เพราะสภาพแวดล้อมรอบ ๆ มหาวิทยาลัยก็สำคัญ” เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสนับสนุนของมหาวิทยาลัยสามารถส่งเสริมให้นิสิตเกิดพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้

อิทธิพลทางสังคมด้านเพื่อน พบว่ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิต ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนิสิตระดับชั้นปริญญาตรี และในการหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีการหาข้อมูลหรือสอบถามข้อมูลจากเพื่อน จึงทำให้เพื่อนเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิต สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุณรดา ถาวรจิระอังกูร (2558) ที่ได้ศึกษาอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน จำนวน 400 คน ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุของนิสิตที่ศึกษาในระดับปริญญาตรีจะสอบถามข้อมูลจากกลุ่มอ้างอิงที่เป็นเพื่อนหรือคนรู้จักก่อนการตัดสินใจซื้อ และจากข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการถามคำถามนิสิตด้วยคำถามปลายเปิดในแบบสอบถาม หนึ่งในปัจจัยที่นิสิตเห็นว่ามีผลทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมคือ เพื่อน ดังตัวอย่างคำตอบ เช่น “เพื่อน เพราะถ้าเป็นเพื่อนเราก็สามารถถามความเห็นได้ว่ารู้สึกอย่างไรกับผลิตภัณฑ์นี้เมื่อใช้” และ “ปัจจัยจากคนรอบข้าง เช่น เพื่อน หากมีพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแล้วมาแนะนำเราจะทำให้มีแรงจูงใจมากขึ้นในการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” เป็นต้น

**การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม**

นอกจากอิทธิพลทางสังคมแล้ว การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมสามารถร่วมพยากรณ์พฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้เช่นกัน โดยมีอิทธิพลในทางบวก หมายความว่าเมื่อนิสิตมีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากย่อมส่งผลให้นิสิตมีพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากไปด้วย ทั้งนี้เนื่องจากผู้ที่มีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมจะตระหนักถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมและมีความเต็มใจที่จะแก้ไขปัญหาเหล่านั้นให้ดี

ขึ้น (Alibeli & Johnson, 2009 cited in Maichum, Parichatnon, & Peng, 2016) รวมทั้งเกิดความต้องการที่จะปกป้องสิ่งแวดล้อมให้ดีหรือเป็นไปตามปกติเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบตนเอง ผู้อื่น หรือสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ทั้งนี้จะเห็นได้จากมีงานวิจัยหลายชิ้นที่สนับสนุนความคิดดังกล่าว เช่น งานวิจัยของ Joshi & Rahman (2015) ที่ได้ทำการทบทวนบทความการวิจัยเชิงประจักษ์เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 53 บทความ ผลการศึกษาส่วนหนึ่ง พบว่า การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเชิงบวก และงานวิจัยของ ปุณชญา ใจภักดี และ นภวรรณ ตันติเวชกุล (2562) ได้ทำการศึกษาในเรื่องความใส่ใจสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อตราสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของเจเนอเรชั่นวาย โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือเพศชายและหญิงอายุ 18-38 ปี ผลการศึกษาส่วนหนึ่ง พบว่า ผู้บริโภคที่มีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในระดับสูงกว่ามีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่า เนื่องจากผู้บริโภคที่มีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมต่างกันมีการรับรู้ ทัศนคติ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน เมื่อการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมในระดับสูงจึงมีการรับรู้ ทัศนคติ และมีโอกาสที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นไปด้วย นอกจากนี้ผลการวิจัยครั้งนี้ยังได้รับการยืนยันจากข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการถามคำถามนิสิตด้วยคำถามปลายเปิดในแบบสอบถาม (คำถามคือ ปัจจัยใดบ้างที่กระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น) หนึ่งในปัจจัยที่นิสิตเห็นว่ามีผลทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมคือ ประสบการณ์/การตระหนักรู้ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นเนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อม ดังตัวอย่างคำตอบ เช่น “ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เห็นได้ชัดเพราะ คนส่วนมากจะเกิดความตระหนักได้ ก็ต้องเกิดจากการที่ได้เห็นถึงผลกระทบนั้นด้วยตัวเอง จึงจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้ดีที่สุด” “การที่สิ่งแวดล้อมแย่ลง เพราะคนส่วนใหญ่จะทำพฤติกรรมเดิม ๆ จนกว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะแย่ลงแล้วเห็นว่าสิ่งนั้นมีผลกระทบต่อชีวิต คนเหล่านั้นจึงจะปรับเปลี่ยนพฤติกรรม” และ “การเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม เช่น แหล่งน้ำเน่าเสีย ขยะในท้องทะเล ทำให้เห็นภาพของสัตว์น้ำที่ได้รับผลกระทบของการใช้บรรจุภัณฑ์และการกำจัดบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ถูกวิธี เห็นแล้วรู้สึกสะเทือนใจและตระหนักมากขึ้น” เป็นต้น นั่นหมายความว่า เมื่อบุคคลมีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมก็จะมีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งรวมไปถึงการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นพฤติกรรมหนึ่งที่สะท้อนถึงข้อคำนึงดังกล่าว (Kim & Choi, 2005)

**การตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม**

การตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า สามารถร่วมพยากรณ์พฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยหลายชิ้น เช่น งานวิจัยของ นันฑริกา เครือสา และ พัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล (2563) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวแบรนด์ เดอ ลีฟ ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยส่วนหนึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออผลิตภัณฑ์ดูแลผิวแบรนดเดอ์ ลีฟ ของลูกค้าในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นอกจากนี้ยังพบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคมากที่สุด หากผลิตภัณฑ์สามารถหาซื้อได้ง่าย มีการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง เช่น ห้างสรรพสินค้าและช่องทางออนไลน์ เป็นต้น ทั้งนี้ยังรวมไปถึงการแสดงสัญลักษณ์หรือป้ายที่แสดงให้เห็นว่ามีผลิตภัณฑ์จำหน่ายที่สะดุดตาและเห็นได้ง่าย มีการจัดวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ที่มองหาได้ง่ายและเห็นได้ชัดเจน สถานที่จำหน่ายมีความน่าเชื่อถือ จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น ในทำนองเดียวกับงานวิจัยของ ณิชา ทองเจริญ และ พัชรา ตันติประภา (2558) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่าย เช่น มีการวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า และงานวิจัยของ ภาวิณี ทองแย้ม (2561) ที่พบว่าการเดินทางไปสถานที่จำหน่ายได้สะดวก การกระจายผลิตภัณฑ์ได้ทั่วถึง การจัดวางผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น สามารถเลือกซื้อได้หลากหลาย จะทำให้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น และข้อมูลเชิงคุณภาพที่ผู้วิจัยได้จากการถามคำถามนิสิตด้วยคำถามปลายเปิดในแบบสอบถาม (คำถามคือ ปัจจัยใดบ้างที่กระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น) หนึ่งในปัจจัยที่นิสิตเห็นว่ามีผลทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ง่ายและสะดวก ตัวอย่างคำตอบที่ได้รับ เช่น “แหล่งที่หาซื้อสินค้าประเภทนี้ควรเข้าถึงได้ง่าย เช่น ร้านสะดวกซื้อ” “การวางขายที่มากขึ้น” “มีร้านที่ขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหลายแห่ง” และ “ถ้าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีขายอยู่ทั่วไป หาซื้อง่าย ก็คงเข้าถึงผู้คนง่ายต่อการซื้อ” เป็นต้น

**ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม**

ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถร่วมพยากรณ์พฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ โดยมีอิทธิพลในทางบวกและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มากที่สุด นั่นหมายความว่าเมื่อนิสิตมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากย่อมส่งผลให้นิสิตมีพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากไปด้วย ดังที่ Schultz & Schultz (2010) ได้กล่าวว่า ข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้ดีขึ้น เช่นเดียวกันกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หากผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มากเท่าใดก็จะเกิดความเข้าใจถึงคุณลักษณะและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้บริโภคแสดงทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ไปจนถึงการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Wang, Ma, & Bai, 2019) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนิดา ภูศรี และ ชนม์ณัฐชา กังวานศุภพันธ์ (2563) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 385 คน ผลการวิจัยส่วนหนึ่งพบว่า ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะบริโภคข้าวอินทรีย์มากขึ้นเนื่องมาจากมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ แม้ราคาข้าวอินทรีย์จะสูงกว่าข้าวปกติ แต่ผู้บริโภคมีความรู้และเข้าใจถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการบริโภคข้าวอินทรีย์ เช่น ทำให้สุขภาพร่างกายดีขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่ผู้บริโภคพึงพอใจ จะเห็นได้ว่าหากผู้บริโภคมีข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เพียงพอก็จะสามารถประเมินทางเลือกและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามปัญหาหรือ

ความต้องการที่เกิดขึ้นได้ หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจผู้บริโภคจะเก็บข้อมูลไว้เป็นเกณฑ์หรือข้อมูลประกอบการประเมินทางเลือกก่อนตัดสินใจซื้อในครั้งต่อไป และมีโอกาสสูงที่จะซื้อผลิตภัณฑ์นั้นอีกครั้ง (Khaniwale, 2015) นอกจากนี้ผลการวิจัยครั้งนี้ยังได้รับการยืนยันจากข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการถามคำถามนิสิตด้วยคำถามปลายเปิดในแบบสอบถาม (คำถามคือ ปัจจัยใดบ้างที่กระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น) หนึ่งในปัจจัยที่นิสิตเห็นว่ามีผลทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมคือ ข้อมูล/ความรู้ นั่นหมายความว่า บุคคลที่มีความรู้/ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมก็จะทำให้บุคคลนั้นมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ ดังตัวอย่างคำตอบ เช่น “การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดการตระหนักและเข้าใจถึงความสำคัญในการซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว” “ความรู้ความเข้าใจ หากผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการซื้อมากขึ้น จะเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” และ “ความรู้ประกอบการตัดสินใจ หากคนมีความรู้ว่าเป็นโทษก็จะไม่ซื้อ” เป็นต้น

**ข้อเสนอแนะ**

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยและข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

**ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย**

จากผลการวิจัยข้างต้นที่พบว่าพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับอิทธิพลในเชิงบวกจากอิทธิพลทางสังคมด้านสังคม มหาวิทยาลัย และเพื่อน การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การตลาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จึงกล่าวได้ว่าการส่งเสริมให้นิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มีพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสามารถทำได้โดยการใช้อิทธิพลทางสังคมด้านสังคม มหาวิทยาลัย และเพื่อนเป็นสิ่งกระตุ้นให้นิสิตเกิดพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยมหาวิทยาลัยอาจกำหนดแนวทางหรือมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ซึ่งรวมไปถึงการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์ให้นิสิตปฏิบัติตามอย่างแพร่หลาย สนับสนุนให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ส่งเสริมให้มีการพัฒนาการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการให้ความรู้ที่ถูกต้อง รวมไปถึงการสื่อสารการตลาดเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตหรือจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและผู้เกี่ยวข้อง โดยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลายเพื่อช่วยให้นิสิตสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้อาจมีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบว่าสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายดังกล่าวมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการมีสัญลักษณ์หรือป้ายแสดงตำแหน่งและข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไว้อย่างชัดเจน

**ข้อเสนอแนะจากสรุปคำตอบที่ได้จากการถามคำถามปลายเปิดในแบบสอบถาม**

นอกจากข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยในข้างต้นแล้ว คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากสรุปคำตอบที่ได้จากคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของนิสิตมาพิจารณาเพิ่มเติมพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้นิสิตมีพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นนั้นมาจากราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การยอมรับ/ความนิยมในสังคม ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การให้ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การประชาสัมพันธ์ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม และประสบการณ์/การตระหนักรู้ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นเนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อม (เป็นคำตอบที่มีความถี่ของการตอบมากที่สุด) ดั้งนั้น จึงมีเสนอแนะดังนี้

1. ราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมควรอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคสามารถจับต้องได้หรือเข้าถึงได้โดยง่าย ไม่แตกต่างกับผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่มีคุณสมบัติเดียวกันจนมากเกินไป เนื่องจากปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หากผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเหมือนหรือใกล้เคียงกันมีราคาที่แตกต่างกันมาก เป็นไปได้ว่าผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีราคาต่ำกว่า

2. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมควรมีความหลากหลาย ทั้งชนิด คุณสมบัติ รวมไปถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค มีคุณภาพและความคุ้มค่า เช่น ปริมาณ อายุการใช้งาน ความคงทน ความปลอดภัย เป็นต้น รวมไปถึงสามารถแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3. การให้ความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ข้อดี ข้อเสีย และประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ ส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

4. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลและข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมจากผู้ผลิตหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ผ่านทางรายการโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เอกสาร ป้ายโฆษณา หรือสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เป็นต้น

5. ประสบการณ์/การตระหนักรู้ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นเนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อมของนิสิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับนิสิตโดยตรง ทำให้นิสิตรับรู้ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากปัญหาสิ่งแวดล้อม หากเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต เช่น ทำให้ป่วย ความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวันลดลง เป็นต้น อาจเป็นสาเหตุให้เกิดความตระหนักรู้และหาวิธีแก้ไขหรือลดผลกระทบต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ลดลง จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นิสิตเกิดพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นได้

6. การยอมรับ/ความนิยมในสังคมเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หากผลิตภัณฑ์ชนิดใดมีการใช้หรือได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายจึงอาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคหันมามาใช้ผลิตภัณฑ์ชนิดนั้น ๆ เพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกัน หากผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

เป็นที่ยอมรับหรือได้รับความนิยมในสังคมอาจทำให้ผู้บริโภครวมทั้งนิสิตเกิดพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้นไปด้วย

**ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต**

1. หากนักวิจัยมีความสนใจศึกษาพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างนิสิตวิทยาเขตหรือมหาวิทยาลัยที่แตกต่างกัน หรือกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ได้

2. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ความรู้เกี่ยวกับลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อิทธิพลทางสังคมด้านสังคม มหาวิทยาลัย และเพื่อน สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ร้อยละ 27.9 นั้นหมายความว่ายังมีปัจจัยอื่นที่สามารถนำมาร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ เช่น ทัศนคติต่อพฤติภัณฑ์สีเขียว ความไว้วางใจในผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปอาจศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3. อาจศึกษาต่อยอดในเชิงลึกต่อไปด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และได้แนวทางการปฏิบัติที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละกลุ่มบุคคล

**บรรณานุกรม**

กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2549). *คู่มือการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม*. กรุงเทพฯ: สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย.

กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2561). *คู่มือการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2561: วิธีการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ฉบับปรับปรุง กุมภาพันธ์ 2561*. กรุงเทพฯ: สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย.

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2562). *ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม*. สืบค้นเมื่อ 29 พฤศจิกายน 2562, จาก www.deqp.go.th/knowledge.

กรัณย์พัฒน์ อิ่มประเสริฐ และ อมรา รัตตากร. (2559). แนวคิดการตลาดสีเขียวเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 10*(2): 134-143.

กองแผนงาน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2563). *ข้อมูลนิสิตทั้งหมด ปีการศึกษา 2562*. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://web.planning.ku.ac.th/index.php/mnginfo/2018-01-23-06-37-45/stat.

ข่าวไทยพีบีเอส. (2562). *เช้านี้ กทม.-ปริมณฑล ฝุ่น PM 2.5 เริ่มกระทบสุขภาพ 13 พื้นที่*. สืบค้นเมื่อ 29 พฤศจิกายน 2562, จาก news.thaipbs.or.th/content/284661.

แคมปัส สตาร์. (2561). *ผลการจัดอันดับ มหาวิทยาลัยสีเขียวโลก 2018: มหิดล-เกษตรฯ-จุฬาฯ ติดท็อป 100 อันดับแรก*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2562, จาก campus.campus-star.com/variety/92824.html.

ณิชา ทองเจริญ และ พัชรา ตันติประภา. (2558). ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 1*(2): 1-20.

ธนิดา ภูศรี และ ชนม์ณัฐชา กังวานศุภพันธ์. (2563). พฤติกรรมการซื้อข้าวอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, *4*(1): 1-13.

นัฏฐิกานต์ อัศวมงคลพันธุ์ และ บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย. (2561). การตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12*(3): 397-413.

นันฑริกา เครือสา และ พัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล. (2563). *พฤติกรรมการซื้อสินค้าและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวแบรนด์ เดอ ลีฟ ของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร*. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาครั้งที่ 15 ปีการศึกษา 2563, 15(2563): 206-220.

ปุณชญา ใจภักดี และ นภวรรณ นติเวชกุล. (2562). ความใส่ใจสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมผู้บริโภคต่อตราสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมของเจเนอเรชั่นวาย. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 27*(55): 83-109.

ปุณรดา ถาวรจิระอังกูร. (2558). *อิทธิพลกลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ทโฟนของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภาวิณี ทองแย้ม. (2561). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการตลาดสีเขียวและการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคจังหวัดจันทบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่, 11*(2): 107-124.

วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2553). *สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

สันทนา อมรไชย. (2552). ผลิตภัณฑ์สีเขียวเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน. *วารสารกรมวิทยาศาสตร์บริการ, 57*(179): 29-36.

สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (มปป). *แผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2560 – 2564*. สืบค้นเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2562, จาก eppo.go.th/index.php/th/plan-policy/climatechange/thailand/eqmplan.

Albayrak, T., Aksoy, S., & Caber, M. (2012). The Effect of Environmental Concern and Scepticism on Green Purchase Behaviour. *Marketing Intelligence & Planning, 31*(1): 27-39.

American Marketing Association. (2019). *Definitions of Marketing*. Retrieved November 26, 2019, from www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/.

Bertrandias, L. & Elgaaied-Gambier, L. (2014). Others' Environmental Concern as a Social Determinant of Green Buying, *Journal of ConsumerMarketing*. *31*(6/7), 417–429.

Franssan, N. & Gärling, T. (1999). Environmental Concern: Conceptual Deffinitions, Measurement Methods, and Research Findings. *Journal of Environmental Psychology 19*: 369-382.

Goldsmith, E. B. (2015). *Social Influence and Sustainable Consumption*. Switzerland: Springer International Publishing.

Hessami, H. Z. & Yousefi, P. (2013). Investigation of Major Factors Influencing Green Purchasing Behavior: Interactive Approach. *European Online Journal of Natural and Social Sciences, 2*(4): 584-596.

Hoyer, W. D. & MacInnis, D. J. (2010). *Consumer Behavior*. 5th ed. United States of America: Harcourt College.

Joshi, Y. & Rahman, Z. (2015). Factors Affecting Green Purchase Behaviour and Future Research Directions. *International Strategic Management Review*, *3*: 128-143.

Khaniwale, M. (2015). Consumer Buying Behavior. *International Journal of Innovation and Scientific Research, 14*(2): 278-286.

Kim, Y. & Choi, S.R. (2005). Antecedents of Green Purchase Behaviour: An Examination of Collectivism, Environmental Concern and PCE. *Advances in Consumer Research*, *32*(1): 592-599.

Lee, K. (2009). Gender Differences in Hong Kong Adolescent Consumers' Green Purchasing Behavior. *Journal of Consumer Marketing, 26*(2): 87-96.

Maichum, K., Parichatnon, S., & Peng, K. (2016). Application of the Extended Theory of Planned Behavior Model to Investigate Purchase Intention of Green Products among Thai Consumers. *Sustainability*, *8*: 1-20.

Mostafa, M. (2007). Gender differences in Egyptian consumer's green purchase behaviour: the effects of environmental knowledge, concern and attitude. *International Journal of Consumer Studies, 31*(3): 220–229.

Munthiu, M. C. (2009). The Buying Decision Process and Types of Buying Decision Behaviour. *Sibiu Alma Mater University Journals, 2*(4): 27-33.

Promotosh, B. & Sajedul, I. (2011). *Young Consumers' Purchase Intentions of Buying Green Products*. Master Thesis in Umeå School of Business, Umeå University.

Schultz, D.P. & Schultz, S.E. (2010). P*sychology and Work Today: An Introduction to Industrial and Organizational Psychology*. 10th ed. New Jersy: Prentice Hall.

Soonthonsmai, V. (2001). *Predicting Intention and Behavior to Purchase Environmentally Sound or Green Products among Thai Consumers: An Application of the Theory of Reasoned Action*. Doctor of Philosophy Thesis in Business Administration, Nova Southeastern University.

Vazifehdoust, H, Taleghani, M., Esmaeilpour, F., Nazari, K. & Khadang, M. (2013). Purchasing Green to become Greener: Factors Influence Consumers' Green Purchasing Behavior. *Management Science Letters, 3*: 2489–2500.

Wang, H., Ma, B., & Bai, R. (2019). *How Does Green Product Knowledge Effectively Promote Green Purchase Intention?.* Retrieved November 28, 2019, from www.mdpi.com/2071-1050/11/4/1193/htm.

# The Impact of Digital Transformation on Employee Satisfaction at Zhanjiang Cigarette Factory

Li Liang* and Chatcharawan Meesubthong
Faculty of Business Administrantion, Huachiew Chalermprokiet University.
18/18 Thepparat Road, Bangchalong, Samuthprakarn 105400
E-mail: 1451552946@qq.com

## Abstract

The purpose of study is to determine the impact of enterprise digital transformation on employee job satisfaction. Based on the quantitative research method, the appropriate factors of digital transformation and job satisfaction were used to set up the appropriate factors and test them to seek the relationship. The sampling group were 260 employees of Zhanjiang Cigarette Factory in China surveyed by online questionnaire. The multiple linear regression analysis to analyze the relationship between digital transformation and various factors of employee job satisfaction were investigated and tested the hypothesis. Our results show that the digital transformation of top management and technological innovation have significant positive effects on all factors of employee job satisfaction. In addition, the “marital status” and “age” showed a significant impact on employees' work environment and employees' work-life balance, respectively. These finding indicated that enterprise digital transformation has a correlation to the employee job satisfaction.

**Keywords :** Digital transformation, Employee job satisfaction, Cigarette Factory, Digital Economy

## Introduction

Since the globalization of the economy, economies around the world have soared with the development of technology. Digitalization becomes a hot topic in people's eyes. Manufacturing is an important pillar of national development and a core driver of economic growth, and with the development of digital technologies, traditional manufacturing industries

Received Revised Accepted
26 ธันวาคม 2565 / 16 มีนาคม 2566 / 11 พฤษภาคม 2566
26 December 2022 / 16 March 2023 / 11 May 2023

around the world were caught up in the wave of digital transformation. The benefits are so attractive to countries around the world that Germany has launched its "Industry 4.0" strategy and the U.S. has launched its "Industrial Internet" strategy to help the country's digital transformation of manufacturing. The China State Council (2022) is also aware of the importance of digital transformation to the development of various industries. The digital economy brought about by digital transformation is driving changes in production methods, lifestyles and governance, becoming a key force in reorganizing global factor resources, reshaping the global economic structure and changing the global competitive landscape. As of 2019, China's total digital economy has accounted for 34.8% of GDP, and the average annual growth rate of companies that have implemented digital transformation are over 150%. The impact of this digital economy has even led to the employment of about 191 million people in China, which is a very impressive result (Peng& Tao, 2022).

As the company wants to strengthen the digital infrastructure of the enterprise, improve the digital economy governance system and promote the development of digital industrialization then they must have strong value from human resources. Employee job satisfaction is an important aspect of human resource management. Job satisfaction dates back to the 1930s and is an important concept in the study of employee responses to work (Jędrzejczak– Gas & Wyrwa, 2020). Satisfied employees created more value for the organization, which leads to greater motivation and potential, aiming to build a better organizational future. Nowadays, the Chinese working population is generally more educated, more concerned about their own working conditions, and therefore more focused on their job satisfaction (Zhu et al., 2015). This is confirmed in a survey of Chinese workers by Jiang et al. (2019), who found that employees' job satisfaction directly influences their career identity and willingness to leave. This is a double-edged sword, satisfied employees can create higher benefits for the enterprise, on the contrary, the enterprise will suffer huge losses, Chinese enterprises have to pay attention to this issue. However although many scholars have done a lot of research on employee job satisfaction, there is no research to show whether the digital transformation of enterprises will affect employees' job satisfaction.

This study selects the Zhanjiang Cigarette Factory (ZCF), from the perspective of Chinese state-owned enterprises, as the object to explore the impact of enterprises' digital transformation

on employee job satisfaction. As a Chinese state-owned manufacturing enterprise, Zhanjiang Cigarette Factory (ZCF) is bound to respond to the national call for digital transformation, with the primary goal of deep integration of digital technology with the real economy. Over the past 40 years, China's state-owned enterprises (SOEs) have helped the Chinese economy grow by leaps and bounds (Lin et al., 2020), which is evidence of the importance of SOEs to China's market economy. According to the Chinese government's Tobacco Monopoly Law of the People's Republic of China, the China Tobacco Control Board is authorized to operate all aspects of China's tobacco industry, including tobacco cultivation, tobacco leaf purchase and distribution, the production and distribution of cigarettes, cigars and other tobacco products, and the import and export business of China's tobacco industry. Thus, all business activities in the tobacco industry are delegated by the Chinese government to the China National Tobacco Corporation (He et al., 2013). Consequently, tobacco resources are completely monopolized by the Chinese government, and this centrally planned model is more conducive to managing China's huge tobacco industry. In brief, ZCF is representative of China's tobacco manufacturing industry.

The results of this study can help reduce unnecessary barriers in the digital transformation process for companies and even cigarette manufacturing. By maintaining or improving employee job satisfaction, it can enhance employee loyalty to the company and control the company's labor costs, thus reducing the burden on the company. For employees, higher job satisfaction is more likely to motivate them to work better for the company and create greater economic benefits.

**Research Objectives**

1. Identify factors related to digital transformation and job satisfaction.

2. Examine the correlation between factors of digital transformation and employee job satisfaction.

## Literature review

### Digital Transformation

In order to understand digital transformations (DT), it is necessary to define them. The definition of digital transformation is currently understood differently by different scholars after an in-depth study of it. In the understanding of Bond et al., (2018) digital transformation is a change in which digital technology affects various aspects of people's lives. For companies, the changes brought about by digital technologies will relate to business operations and delivery of value to customers, which will then go further to impact all aspects of business work, corporate culture, and human relationships (Mićić, 2017). Fundamentally, digital transformation is the process of using technology to improve overall business performance (Westerman et al., 2014). In this process, even though the technologies adopted by companies may not necessarily be the latest, them can achieve significant business improvements by enhancing customer experience, streamlining operations, etc. (Liere-Netheler et al., 2018). In order to better facilitate the smooth digital transformation, many scholars have analyzed the influencing factors in this process from various aspects. All these influencing factors of digital transformation can be very helpful for us in the following research. Liere-Netheler et al. (2018) identified 12 drivers in their study for digital transformation of manufacturing, including: 1) Process Improvement; 2) Workplace Improvement; 3) Vertical Integration; 4) Management Support; 5) Horizontal Integration; 6) Cost Reduction; 7) Customer Demands; 8) Supply Chain; 9) Innovation Push; 10) Market Pressure; 11) Laws/Government; 12) Employee Support. Similarly, Zhang et al. (2022) validated their impact on digital transformation of enterprises in three dimensions: 1) Technology: IT infrastructure and IT management capabilities; 2) Organization: Digital transformation strategy, Top management, and Employee skills; 3) Environment: Government support and Partnerships. They also noted that technology and environment can ultimately lead to successful digital transformation by facilitating the improvement of organizational capabilities. Moreover, Ahmad et al. (2021) also suggest six keys metrics involved in digital transformation from the organizational side: 1) Organizational agility; 2) Operational flexibility; 3) Customer focus measures; 4) Digital resources; 5) Value proposition of product and services; 6) Transition management. Based on the above overview we can clearly find that digital transformation is the process by which companies continuously change their business models as well as business processes in order to help them achieve a competitive

advantage (Davenport & Westerman, 2018). Although the processes and approaches used in the transformation process are not necessarily the same across different companies. However, they all have the ultimate goal of redesigning the company's business through the use of digital technologies to achieve a range of benefits. (Aguiar et al., 2019; Ulas, 2019).

**Employee job satisfaction**

Job satisfaction is a concept developed from organizational theory that is a complex phenomenon consisting of many influencing factors (Ravari et al., 2012). Although different definitions of job satisfaction exist under the understanding of different scholars, the most commonly used one stems from the definition given by Locke in 1976, who considered job satisfaction as a positive emotional state resulting from one's evaluation of a job or work experience (Tsounis & Sarafis, 2018). Similarly, Hackman and Oldham's (1975) study on Job Diagnostic Survey (JDS) also implies a relevant definition of job satisfaction as an employee's emotional response to the job. In brief, job satisfaction is the extent to which employees like their jobs (Kökalan, 2019). If he feels that the job is good, it means that he is satisfied with the job, otherwise he is not satisfied with the job (Jalagat, 2016). The high or low level of employee job satisfaction can reflect to some extent the state of employees in all aspects of their work, for example, higher job satisfaction can lead to higher job performance results, while lower job satisfaction can influence employees to produce higher probability of leaving, etc. (Fahr, 2011). In their study, Waqas et al. (2014) found that employees' job satisfaction and job loyalty there is a positive and strong correlation between job satisfaction and job loyalty, which means that employees with higher job satisfaction are more likely to want to maintain a long-term stable relationship with the organization. All of the above evidence shows the importance of employee job satisfaction for organizations, which can practically affect factors such as employee performance, probability of leaving, and job loyalty. However, as mentioned earlier, job satisfaction is a complex phenomenon consisting of many influencing factors, because different employees have different needs, and these needs more or less affect employee satisfaction. In order to maintain or improve employee job satisfaction, is necessary to figure out the relevant factors influencing job satisfaction. In Sowmya and Panchanatham (2011) study, pay and promotion are indispensable factors that influence employees' job satisfaction, followed by factors such as job suitability, working conditions and employee relations are also important for

maintaining the level of job satisfaction. In addition to salary factors, factors such as supervisor support, good working environment, high job security levels, work-life balance, career opportunities and promotions, employee training and development opportunities are all important influences on job satisfaction (Neog & Barua, 2014). To facilitate the study of job satisfaction, other scholars have divided employees' job satisfaction into two dimensions: intrinsic and extrinsic. The intrinsic dimension is how employees feel about their jobs, such as their sense of accomplishment at work or their own job identity. While the extrinsic dimension is how employees feel about the external environment of their jobs, such as pay, benefits, work environment and coworker relationships, and other external emotional stimuli (Shim et al., 2002).

## Hypothesis

$H_1$: Differences in employee sample characteristics has impact their job satisfaction.

$H_2$: Digital transformation has a positive impact on employee job satisfaction.

## Framework

According to the literature review and the current situation of the research enterprise, this study uses four factors on digital transformation: digital resources, employee skills, top management and technological innovation. Factors in job satisfaction include: Employee Training & Development, Employee Loyalty, Working Environment, Job Performance and Work-Life Balance. And demographic factors are gender, age, marital status, education, working hours. The corresponding framework are shown in Figure 1.

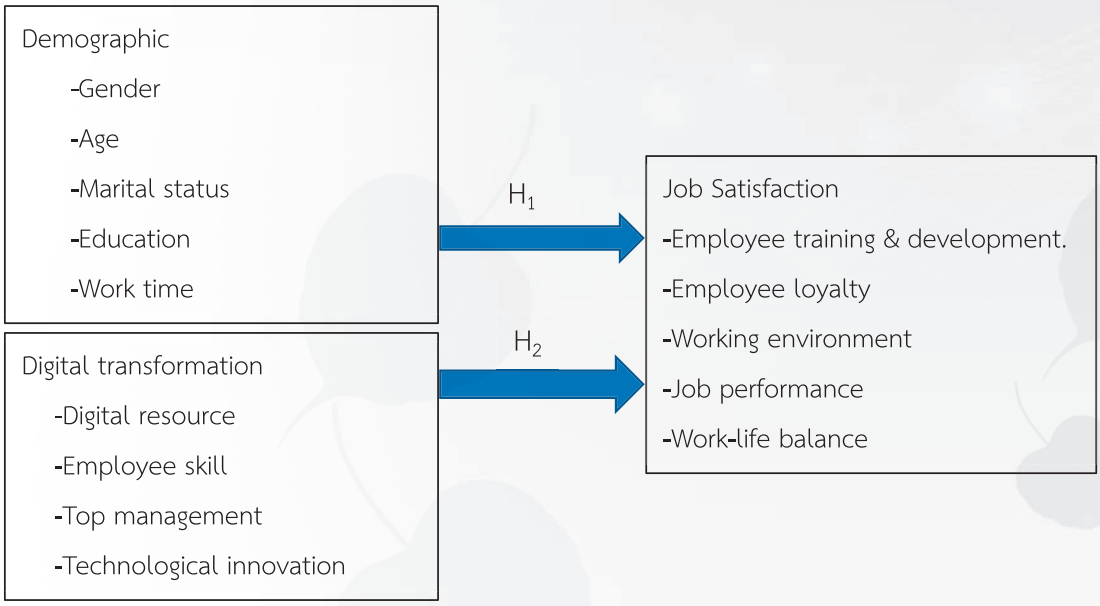



**Figure 1 The framework of this study.**

## Research design and Methodology

### Population and sampling Method

The population of this study is all employees working in ZCF 2022, totaling 616 people, which can be divided into four categories according to job function: managers, technical workers, administrative clerks and logisticians. There are about 86 managers, 300 technical workers, 80 administrative clerks and 150 logisticians. In terms of sample data, we used an online questionnaire to collect ZCF employees based on a self-selected method. As a non-probability sampling technique, the self-selection method is a very inexpensive and widely available way to obtain sample data in online surveys (Bhardwaj, 2019; Lehdonvirta et al., 2021).

### Data analysis

We designed a questionnaire for ZCF's digital transformation and employee job satisfaction, followed by a validity check of the questionnaire by senior experts in HRM research. The questionnaire contains 41 question items covering 10 topics. After data collection, 30 samples were tested for reliability using the Cronbach Alpha.

We used the Statistics Software to organize and summarized the sample data and performed a series of analyses such as frequency, mean, and regression. Regression analysis can

be divided into univariate linear regression analysis and multiple linear regression analysis according to the number of dependent variables and independent variables. Univariate linear regression analysis only includes one independent variable and one dependent variable, and the relationship between the two can be approximated by a straight line, while multiple linear regression analysis includes two or more independent variables (Lin et al., 2021; Nataraja, 2018). As can be found in the literature review, the variables involved in this study are more than two, so we will choose to use multiple linear regression analysis to find the relationship between digital transformation and employee satisfaction.

## Results and Discussions

### Reliability of Questionnaire

Clonbach's alpha generally varies between 0 and 1. When the alpha value is within the interval value of 0.6 to 1, it indicates that the questionnaire has high reliability, but if the alpha value is below the minimum value of 0.6, it indicates that the data reliability is relatively low and therefore cannot be used (Yap et al., 2018). After testing with Cronbach's alpha, the result is 0.985, which is greater than 0.6.This means that this questionnaire has a high reliability.

### Participant Demographic Content

Table 1 shows the demographic data of the participants in the survey (n=260), which includes gender, marital status, age, education, and working age. From the table, we can learn that 81.2% of the participants were male with 211 participants, while there were only 49 female participants, which means that the results of this survey will be more in favor of male employees. In terms of marital status, there are 188 married people, accounting for 72.3%, followed by 69 unmarried employees, and only a few employees are in divorced status. In terms of age structure, the majority of employees are between 41-50 years old, followed by 51 years old or above. In terms of educational background, the majority of employees are college and bachelor degree holders, 49.6% and 39.2% respectively, with only a few employees with high education. Finally, the age of the employees, it can be found that more than half of them have been working in ZCF for 16 years or more, here we can initially judge the loyalty of the employees is relatively high.

Table 1 Description Statistics of Demographics

| | Items | Frequency | Percent |
|---|---|---|---|
| Gender | Male | 211 | 81.2 |
| | Female | 49 | 18.8 |
| Marital status | Unmarried | 69 | 26.5 |
| | Married | 188 | 72.3 |
| | Divorced | 3 | 1.2 |
| Age | 21-30 | 57 | 21.9 |
| | 31-40 | 48 | 18.5 |
| | 41-50 | 96 | 36.9 |
| | 51 and above | 59 | 22.7 |
| Education | Junior college | 129 | 49.6 |
| | Bachelor | 102 | 39.2 |
| | Master | 18 | 6.9 |
| | PhD | 11 | 4.2 |
| Work years | Less than 5 | 38 | 14.6 |
| | 50-100 | 47 | 18.1 |
| | 110-150 | 31 | 11.9 |
| | 16 and above | 144 | 55.4 |

## Multiple Linear Regression Analysis

### Demographics and Employee Job Satisfaction

In the multiple linear regression analysis of demographics and employee job satisfaction, we selected various demographic factors as independent variables. The dependent variable is employee job satisfaction.

Generally, researchers choose significance levels at 0.0001, 0.001, 0.01, 0.05, and 0.1 (O'Brien et al., 2018). To make the results more convenient, we chose a significance level of 0.1 in this study. In other words, when the significance is lower than 0.1, there is a significant effect. Table 2, Table 3 and Table 4 are the results of regression analysis of these variables.

Table 2 Model Summary of Demographics and Employee Job Satisfaction

| | Employee Training & Development | Employee Loyalty | Working Environment | Job Performance | Work-Life Balance |
|---|---|---|---|---|---|
| R | 0.22 | 0.18 | 0.19 | 0.22 | 0.22 |
| R Square | 0.05 | 0.03 | 0.04 | 0.05 | 0.05 |
| Adjusted R Square | 0.03 | 0.01 | 0.02 | 0.03 | 0.03 |
| Std. Error of the Estimate | 1.00 | 1.02 | 1.01 | 0.99 | 0.99 |
| Durbin-Watson | 1.95 | 2.04 | 1.88 | 1.89 | 2.07 |

Table 3 Significant values of Demographics and Employee Job Satisfaction

| | Employee Training & Development | Employee Loyalty | Working Environment | Job Performance | Work-Life Balance |
|---|---|---|---|---|---|
| Gender | 0.85 | 0.62 | 0.86 | 0.34 | 0.55 |
| Marital status | 0.20 | 0.17 | 0.08 | 0.20 | 0.13 |
| Age | 0.23 | 0.27 | 0.23 | 0.10 | 0.07 |
| Education | 0.31 | 0.36 | 0.43 | 0.38 | 0.24 |
| Work years | 0.18 | 0.34 | 0.24 | 0.53 | 0.60 |

Table 4 Unstandardized Coefficients of Demographics and Employee Job Satisfaction

| | Employee Training & Development | | Employee Loyalty | | Working Environment | | Job Performance | | Work-Life Balance | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | B | Std. Error | B | Std. Error | B | Std. Error | B | Std. Error |
| (Constant) | 4.01 | 0.41 | 3.84 | 0.42 | 3.87 | 0.41 | 3.76 | 0.40 | 3.74 | 0.41 |
| Gender | 0.03 | 0.17 | 0.08 | 0.17 | 0.03 | 0.17 | 0.16 | 0.16 | 0.10 | 0.16 |
| Marital status | 0.24 | 0.18 | 0.26 | 0.19 | 0.32 | 0.19 | 0.23 | 0.18 | 0.28 | 0.18 |
| Age | -0.12 | 0.10 | -0.11 | 0.10 | -0.12 | 0.10 | -0.16 | 0.10 | -0.18 | 0.10 |
| Education | 0.09 | 0.09 | 0.08 | 0.09 | 0.07 | 0.09 | 0.08 | 0.08 | 0.10 | 0.08 |
| Work years | -0.12 | 0.09 | -0.09 | 0.09 | -0.11 | 0.09 | -0.06 | 0.09 | -0.05 | 0.09 |

The significant value of marital status shown in Table 3 is 0.08 less than 0.1, and the unstandardized coefficient of marital status was 0.32, which means that marital status has a positive relationship with work environment.

**Equation of regression:** Working Environment = 0.32* Marital status+ 3.87.

In addition, significant values met less than 0.1 for the variables of age and work-life balance, which was 0.07. The unstandardized coefficient of age was -0.18, which means that age has a negative relationship with work-life balance.

**Equation of regression:** Work-Life Balance = - 0.18* Age+ 3.74.

**Digital Transformation and Employee Job Satisfaction**

Keep the dependent variable unchanged and replace the independent variable with digital transformation. Then, the multiple linear regression analysis was re-run, with the results shown by Table 5, Table 6, and Table 7.

Table 5 Model Summary of Digital Transformation and Employee Job Satisfaction

| | Employee Training & Development | Employee Loyalty | Working Environment | Job Performance | Work-Life Balance |
|---|---|---|---|---|---|
| R | 0.89 | 0.89 | 0.85 | 0.87 | 0.85 |
| R Square | 0.80 | 0.79 | 0.73 | 0.75 | 0.72 |
| Adjusted R Square | 0.80 | 0.78 | 0.72 | 0.74 | 0.71 |
| Std. Error of the Estimate | 0.46 | 0.48 | 0.54 | 0.51 | 0.54 |
| Durbin-Watson | 2.02 | 2.03 | 2.06 | 1.96 | 2.07 |

Table 6 Unstandardized Coefficients of Digital Transformation and Employee Job Satisfaction

| | Employee Training & Development | | Employee Loyalty | | Working Environment | | Job Performance | | Work-Life Balance | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | B | Std. Error | B | Std. Error | B | Std. Error | B | Std. Error |
| (Constant) | 0.40 | 0.12 | 0.47 | 0.12 | 0.55 | 0.14 | 0.53 | 0.13 | 0.62 | 0.14 |
| Digital Resources | 0.00 | 0.05 | -0.07 | 0.05 | 0.01 | 0.06 | 0.00 | 0.06 | -0.02 | 0.06 |
| Employee Skills | 0.09 | 0.07 | 0.11 | 0.07 | 0.04 | 0.08 | 0.07 | 0.08 | -0.03 | 0.08 |
| Top Management | 0.40 | 0.07 | 0.31 | 0.07 | 0.41 | 0.08 | 0.40 | 0.07 | 0.47 | 0.08 |
| Technological Innovation | 0.43 | 0.06 | 0.56 | 0.06 | 0.42 | 0.07 | 0.41 | 0.06 | 0.42 | 0.07 |

Table 7 Significant values of Digital Transformation and Employee Job Satisfaction

| | Employee Training & Development | Employee Loyalty | Working Environment | Job Performance | Work-Life Balance |
|---|---|---|---|---|---|
| Digital Resources | 0.93 | 0.17 | 0.88 | 0.95 | 0.77 |
| Employee Skills | 0.22 | 0.14 | 0.59 | 0.37 | 0.69 |
| Top Management | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Technological Innovation | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |

In table 7, we can find that among the four factors influencing the digital transformation of enterprises, there Top Management and Technological Innovation can have a significant impact on all factors of employee job satisfaction .While the variables of digital resources and employee skills do not have a significant effect on employee job satisfaction. Combining with Table 6 we can extract the following equation:

Employee Training & Development =0.40* Top Management+ 0.43* Technological Innovation+ 0.40.

Employee Loyalty =0.31* Top Management+ 0.56* Technological Innovation+ 0.47.

Working Environment =0.41* Top Management+ 0.42* Technological Innovation+ 0.55.

Job Performance =0.40* Top Management+ 0.41* Technological Innovation+ 0.53.

Work-Life Balance =0.47* Top Management+ 0.42* Technological Innovation+ 0.62.

## Conclusion

The research purpose of this study is firstly determine the influencing factors of digital transformation and employee job satisfaction. Secondly, to examine the correlation between ZCF's digital transformation and employee job satisfaction. This study uses four factors on digital transformation: digital resources, employee skills, top management and technological innovation. Factors in job satisfaction are: Employee Training & Development, Employee Loyalty, Working Environment, Job Performance and Work-Life Balance. Based on quantitative research methods,

an online questionnaire was conducted among 260 ZCF employees. Through multiple linear regression analysis, only top management and technological innovation have significant effects on job satisfaction. The greatest impact is Employee Training & Development, followed by employee loyalty, and Work-Life Balance has the least impact. In terms of demographics, marital status has a positive and significant effect on work environment and age has a negative and significant effect on work-life balance. In brief, the digital transformation of enterprises has a positive impact on employees' job satisfaction, while demographic factors also affect employees' job satisfaction. There are various indications that ZCF is now in the "Change" stage of digital transformation. Employees and managers are aware of the importance and urgency of this change, which can bring huge benefits to the enterprise. By using digital technology to realize a series of benefits such as productivity improvement, cost reduction and innovation, as can compete more effectively in an increasingly digital world (Aguiar et al., 2019; Ulas, 2019). We found that ZCF's top management maintains a positive attitude in the work of digital transformation, especially in terms of providing various digital facilities and employee training. The staff expressed high satisfaction with this aspect. This can play a good role in the improvement of employees and the optimization of work. Digital transformation is a multi-faceted change process that is unlikely to produce significant results in the short term. Although it can bring many positive changes to the enterprise, it also faces many unknown challenges. The purpose of this study is to better promote the motivation of employees in transformational work by studying the relationship between digital transformation and job satisfaction which is a win-win situation.

## Discussion

In China, married employees face greater job pressure. These pressures stem from their own mortgage, child support, and elderly care. These all require a lot of money. Therefore, they will try their best to maintain the stability of their work, which includes the relationship with colleagues or superiors. On the other hand, the changes in the working environment brought about by the digital transformation of enterprises will further promote the coordination of work among employees. Therefore, the influence of marital status on the working environment in this study is mainly generated from the working atmosphere and relationship of employees.

In terms of work-life balance, as employees get older, their balance declines instead. The first reason is that their personal energy is becoming more limited. Personal aging is accompanied by various diseases, which can cause them to allocate extra energy to treatment and maintenance. In this process, a lot of time and costs are bound to be spent. Secondly, life also requires facing trivial matters such as car loans and mortgages as mentioned earlier, which invariably increases the pressure of individuals in life. Therefore, the negative impact of age on work-life balance comes from the rising proportion of employees' life demands. In conclusion, we found a positive and significant effect of marital status on work environment and a negative and significant effect of age on work-life balance. No significant effects existed between other factors. Thus, demographics can have an impact on employees' job satisfaction, $H_1$ accepted.

In terms of digital resources, data is undoubtedly the basis for digital transformation of companies. However, data integration is often a very difficult task, and this is usually left to specialized teams, whether for forecasting, analysis, etc. of data (Ahmad et al., 2021). As a cigarette production company, most of the employees at ZFC are engaged in production-type work. Therefore, the average employee is rarely exposed to this aspect in their work activities, resulting in a non-significant effect of the variable of digital resources on their job satisfaction. In terms of employee skills, many participants agreed that digital skills can help improve the performance of the team. However, digital skills are only a stock of skills for the employees themselves, and the skills and knowledge they possess influence more on the executive level on the job (Zhang et al., 2022). This has a greater weight on the digital strategy or management of the company than on the employees themselves. Thus, employee skills, while a very important factor for digital transformation, are not significant in terms of the degree of impact on employee job satisfaction.

In top management, besides being responsible for setting and planning the strategic goals of the company, an important role is to support employees, help them solve various problems at work, and coordinate conflicts between different job functions (Hsu et al., 2018). ZCF supports its employees more in terms of optimizing the various production facilities. With a large number of employees in the company focused on the operational side of production, this type of support is certainly very effective. With a lot of support from the top, employees will be less hindered in the execution of their work, which will naturally have a direct impact on their job satisfaction. In the case of technological innovation, the degree of adoption of the innovated technology is

influenced by the behavior of individuals, organizations and the environment in which they live (Liere-Netheler et al., 2018). The innovation and adoption of technology must take into account the relationship between the needs of the organization and its intrinsic economy. In other words, when this need is met in the organization, it will inevitably produce emotional fluctuations for the people in the organization. New technology optimizes the workflow, or the difficulty of the work, or whatever. In general, it ultimately leads to a better work experience for the employees.

In conclusion, ZCF's digital transformation has a positive impact on employee job satisfaction, which $H_2$ is acceptable. According to their respective R-square values, Employee Training & Development is 0.8, Employee Loyalty is 0.79, Working Environment is 0.73, Job Performance is 0.75, and Work-Life Balance is 0.72. In descending order, they are Employee Training& Development, Employee Loyalty, Job Performance, Working Environment, and Work Life Balance. Thus, digital transformation mainly affects employees' job satisfaction from two aspects, namely Top Management and Technological Innovation, and the biggest impact is on Employee Training & Development, followed by Employee Loyalty, and the smallest impact is on Work-Life Balance.

The final result of hypothesis test are shown in Table 8. In terms of demography and employee job satisfaction, marital status has a positive and significant impact on the work environment, and age has a negative and significant impact on work life balance. In terms of digital transformation and employee job satisfaction, senior management and technological innovation can have a significant impact on all factors of employee job satisfaction

**Table 8 Test Results for the Hypotheses**

| Hypotheses | Outcome |
|---|---|
| $H_1$: Differences in employee sample characteristics can affect their job satisfaction. | Accepted |
| $H_2$: Digital transformation has a positive effect on employee job satisfaction. | Accepted |

## Recommendations

This study makes up for a certain research gap, and provides a theoretical basis for subsequent scholars who are interested in this field. Although the results confirm the relationship between digital transformation and employee job satisfaction, there are still some limitations. First is the region, the selection of the enterprises and samples studied are all from China. Secondly, the selection of influencing factors of digital transformation and employee job satisfaction still can be studied in many aspects. Therefore, the future research should take other regions as the research target and explore the relationship between other factors.

## References

Aguiar, T., Gomes, S. B., da Cunha, P. R., & da Silva, M. M. (2019, October). Digital transformation capability maturity model framework. In *2019 IEEE 23rd International Enterprise Distributed Object Computing Conference (EDOC)* (pp. 51-57). IEEE.

Ahmad, A., Alshurideh, M., Al Kurdi, B., Aburayya, A., & Hamadneh, S. (2021). Digital transformation metrics: a conceptual view. *Journal of management Information and Decision Sciences*, *24*(7), 1-18.

Bhardwaj, P. (2019). Types of sampling in research. *Journal of the Practice of Cardiovascular Sciences*, *5*(3), 157.

Bond, M., Marín, V. I., Dolch, C., Bedenlier, S., & Zawacki-Richter, O. (2018). Digital transformation in German higher education: student and teacher perceptions and usage of digital media. *International journal of educational technology in higher education*, *15*(1), 1-20.

China State Council. (2022). *The State Council on the issuance of the "14th Five-Year Plan" for the development of the digital economy notice*. Retrieved June 15, 2022, from Government of the People's Republic of China website: http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2022-01/12/content_5667817.htm

Davenport, T. H., & Westerman, G. (2018). Why so many high-profile digital transformations fail. *Harvard Business Review*, *9*(4), 15.

Fahr, R. (2011). Job design and job satisfaction—empirical evidence for Germany?. *Management revue*, 28-46.

Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1975). Development of the job diagnostic survey. *Journal of Applied psychology*, *60*(2), 159.

He, P., Takeuchi, T., & Yano, E. (2013). An overview of the China national tobacco corporation and state tobacco monopoly administration. *Environmental health and preventive medicine*, *18*, 85-90.

Hsu, H. Y., Liu, F. H., Tsou, H. T., & Chen, L. J. (2019). Openness of technology adoption, top management support and service innovation: a social innovation perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*, *34*(3), 575-590.

Jalagat, R. (2016). Job performance, job satisfaction, and motivation: A critical review of their relationship. *International Journal of Advances in Management and Economics*, *5*(6), 36-42.

Jędrzejczak-Gas, J., & Wyrwa, J. (2020). Determinants of job satisfaction in a transport company: a Polish case study. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, *15*(3), 565-593.

Jiang, H., Wang, Y., Chui, E., & Xu, Y. (2019). Professional identity and turnover intentions of social workers in Beijing, China: The roles of job satisfaction and agency type. *International Social Work*, *62*(1), 146-160.

Kökalan, Ö. (2019). The effect of organizational cynicism on job satisfaction: Testing the mediational role of perceived organizational spirituality. *Management Research Review,* 42(5), 625-640.

Lehdonvirta, V., Oksanen, A., Räsänen, P., & Blank, G. (2021). Social media, web, and panel surveys: using non‐probability samples in social and policy research. *Policy & internet*, *13*(1), 134-155.

Liere-Netheler, K., Packmohr, S., & Vogelsang, K. (2018). Drivers of digital transformation in manufacturing. *Hawaii International Conference on System Sciences, 51*, 3926-3935.

Lin, H., Gaosheng, R., Ning, M., Li, C., Bo, H., & Xiaofan, G. (2021). Combination forecasting model of equipment and material prices for power grid production technological transformation projects based on unary linear regression and grey theory. *Earth and Environmental Science,* 827(1), 012-019.

Lin, K. J., Lu, X., Zhang, J., & Zheng, Y. (2020). State-owned enterprises in China: A review of 40 years of research and practice. *China Journal of Accounting Research*, *13*(1), 31-55.

Mićić, L. (2017). Digital transformation and its influence on GDP. *Economics*, *5*(2), 135-147.

Nataraja, N. S., Chilale, N. R., & Ganesh, L. (2018). Financial performance of private commercial banks in India: multiple regression analysis. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, *22*(2), 1-12.

Neog, B. B., & Barua, M. (2014). Factors influencing employee's job satisfaction: An empirical study among employees of automobile service workshops in Assam. *The SIJ Transactions on Industrial, Financial & Business Management (IFBM)*, *2*(7), 305-316.

O'Brien, S. M., Feng, L., He, X., Xian, Y., Jacobs, J. P., Badhwar, V., Kurlansky, P. A., Furnary, A. P., Cleveland Jr, J. C., Lobdell, K. W., Vassileva, C., Ballmoos, M. C. W., Thourani, V. H., Rankin, J. S., Edgerton, J. R., D'Agostino, R. S., Desai, N. D., Edwards, F. H., & Shahian, D. M. (2018). The Society of Thoracic Surgeons 2018 adult cardiac surgery risk models: part 2—statistical methods and results. *The Annals of thoracic surgery*, *105*(5), 1419-1428.

Peng, Y., & Tao, C. (2022). Can digital transformation promote enterprise performance?—From the perspective of public policy and innovation. *Journal of Innovation & Knowledge*, *7*(3), 25-32.

Ravari, A., Mirzaei, T., Kazemi, M., & Jamalizadeh, A. (2012). Job satisfaction as a multidimensional concept: A systematic review study. *Journal of Occupational Health and Epidemiology*, *1*(2), 95-102.

Shim, S., Lusch, R., & O'Brien, M. (2002). A hierarchical model of values, leadership, job satisfaction and commitment: Human resources management implications for the retail industry. *Journal of Marketing Channels*, *10*(1), 65-87.

Sowmya, K. R., & Panchanatham, N. (2011). Factors influencing job satisfaction of banking sector employees in Chennai, India. *Journal of law and conflict Resolution*, *3*(5), 76-79.

Tsounis, A., & Sarafis, P. (2018). Validity and reliability of the Greek translation of the Job Satisfaction Survey (JSS). *BMC psychology*, *6*(1), 1-6.

Ulas, D. (2019). Digital transformation process and SMEs. *Procedia Computer Science*, *158*, 662-671.

Waqas, A., Bashir, U., Sattar, M. F., Abdullah, H. M., Hussain, I., Anjum, W., & Arshad, R. (2014). Factors influencing job satisfaction and its impact on job loyalty. *International Journal of Learning and Development*, *4*(2), 141-161.

Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). The nine elements of digital transformation. *MIT Sloan Management Review*, *55*(3), 1-6.

Yap, R. J. C., Komalasari, F., & Hadiansah, I. (2018). The effect of financial literacy and attitude on financial management behavior and satisfaction. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, *23*(3), 140-146.

Zhang, X., Xu, Y., & Ma, L. (2022). Research on successful factors and influencing mechanism of the digital transformation in SMEs. *Sustainability*, *14*(5), 2549.

Zhu, Y., Xie, Y., Warner, M., & Guo, Y. (2015). Employee participation and the influence on job satisfaction of the 'new generation'of Chinese employees. *The International Journal of Human Resource Management*, *26*(19), 2395-2411.

# ประสบการณ์การขจัดความยากจนแบบครอบคลุมและตรงจุดของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และการทำงานเชิงพื้นที่เพื่อแก้ไขความยากจนแบบเบ็ดเสร็จแม่นยำในประเทศไทย

# Comparative Study on The Experiences of the Inclusive and Precise Poverty Alleviation in People's Republic of China and the Comprehensive and Precise Poverty Alleviation in Thailand

ลั่นทม จอนจวบทรง* อัญชลี สมบูรณ์* อโศก พลบำรุง** ถนอมสิน พลลาภ*** และเอกชัย ปิ่นแก้ว***
*คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ **หน่วยบริหารจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่
***นักวิชาการอิสระ
18/18 ถ.เทพรัตน์ กม.18 ต.บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
Lanthom Jonjoubsong, Anchali Sombon, Asok Polbumrung, Thanomsin Pollap and Ekachai Pinkeaw
Faculty of Business Administration, Huachiew Chalermprakiet University
18/18 Thepparat Road (KM.18), Bang Chalong, Bang Phli, Samutprakran 10540
E-mail : lanthomjon@gmail.com

**บทคัดย่อ**

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนประกาศหลุดพ้นความยากจนได้ในปี พ.ศ. 2563 ด้วยแนวทางการแก้ไขความยากจนแบบตรงจุด จนเป็นที่สนใจของทั่วโลก งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาแนวทางขจัดความยากจนของจีน เพื่อค้นหาความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ปรับปรุงการดำเนินการแก้ไขความยากจนปรับปรุงการดำเนินการแก้ไขความยากจนเชิงพื้นที่ของส่วนประเทศไทย ทั้งในส่วนการค้นหาและตรวจทานคนจน และการจัดทำโมเดลแก้จน โดยมีพื้นที่วิจัยประกอบด้วยเขตปกครองตนเองกว่างซี-จ้วง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงที่จังหวัดไป่เซ่อ กุ้ยหลิน และ ยวีหลิน ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการขจัดความยากจนแบบตรงจุดของประเทศจีนได้มุ่งเน้นที่การพิสูจน์ครัวเรือนยากจน การช่วยเหลือตรงจุด ทั้งการพัฒนาพื้นที่ยากจน และการพัฒนาอาชีพด้วยการการใช้นวัตกรรมการผลิตแบบอุตสาหกรรม และการตลาดสมัยใหม่ โดยมีลักษณะเด่นจัดทำแผนความช่วยเหลือเป็นรายชุมชนและครัวเรือน และการบริหารงานแบบ 4 ประสาน ที่มีทั้งภาครัฐ สถานศึกษา เกษตรกร และภาคเอกชนร่วมงาน ช่วยประสานงาน พัฒนาศักยภาพคนจน การถ่ายทอดนวัตกรรมและเทคโนโลยี และการดึงคนจนสู่ห่วงโซ่คุณค่า

**คำสำคัญ :** การขจัดความยากจน การขจัดความยากจนแบบตรงจุด การขจัดความยากจนแบบเบ็ดเสร็จแม่นยำ โมเดลแก้จน การขจัดความยากจนจีน พื้นที่ปกครองตนเองกว่างซี-จ้วง

Received Revised Accepted
6 มิถุนายน 2566 / 6 กรกฎาคม 2566 / 13 ธันวาคม 2566
6 June 2023 / 6 July 2023 / 13 December 2023

**Abstract**

The People's Republic of China (PRC) has achieved remarkable succeed at eradicating poverty with targeted poverty alleviation approach in 2020. This research project has objective to study on poverty redemption of PRC, to search for the use of science, technology and innovation for poverty redemption of PRC that could be applied to Thai poverty alleviation. Research sites for the study were Guangxi-Zhuang Autonomous Region with three provinces—Baise, Guilin and Yulin—were purposive sampling as research samples. The results of the study showed that the Targeted Poverty Alleviation of PRC has focused on poor household approval and targeted poverty reduction with comprehensive poverty redemption projects that have been focused on industrial production approach and modern trade and strategy of four lateral party collaboration including government, educational institutes, communities, and private sector, to transfer technologies and innovation to production systems of the poor, to build the capacity of the poor and to push them to value chain.

**Keywords :** Poverty Alleviation, targeted poverty alleviation, Comprehensive and Precise Poverty Alleviation, Poverty redemption model, China Poverty Alleviation

**บทนำ**

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ใช้ความพยายามกว่า 70 ปี ในการแก้ไขปัญหาความยากจนให้ประชากรกว่า 800 ล้านคนหลุดพ้นความยากจนด้วยมาตรการขจัดความอยากจนแบบตรงจุด (Targeted Poverty Alleviation) (ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร, 2564) ซึ่งการประกาศหลุดพ้นความยากจนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้กลายเป็นตัวเร่งให้ประเทศที่ยังมีคนยากจนเรียนรู้แนวทางแก้ไขความยากจนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อมาปรับใช้กับประเทศของตน ประเทศไทย ในภาคส่วนของการศึกษา กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมได้กำหนดงานขจัดความยากจนอย่างตรงจุดเป็นนโยบายและยุทธศาสตร์ของกระทรวง มีกรอบแนวทางการสนับสนุนทุนวิจัยและพัฒนา โดยหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.) ได้ให้ทุนสนับสนุนโครงการวิจัย “การพัฒนาระบบสนับสนุนการทำงานเชิงพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จ

และแม่นยำ” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 เพื่อดำเนินการวิจัยในพื้นที่ยากจนใน 20 จังหวัดของประเทศไทย โดยได้มีการนำแนวทางแก้ไขความยากจนแบบตรงจุด มาพัฒนาเป็นกรอบการวิจัยในการแก้ไขความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำ (แมน ปุโรทกานนท์ และคณะ, 2565)

**วัตถุประสงค์**

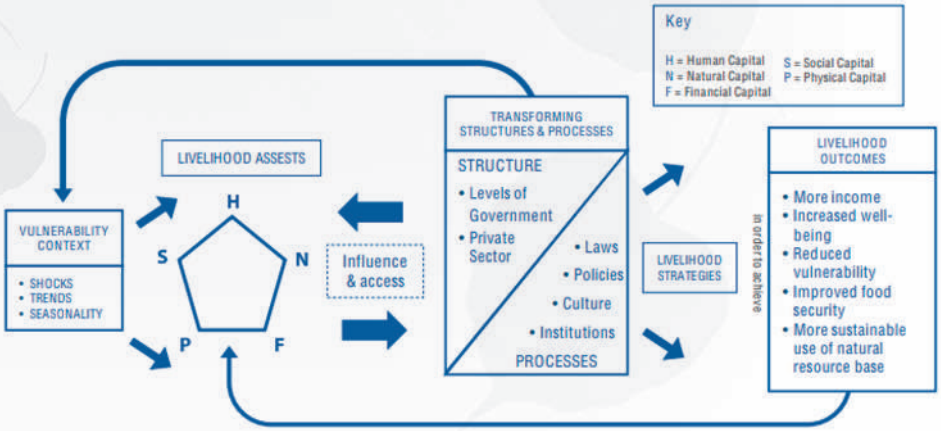
การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ในการศึกษาแนวทางในการแก้ไขความยากจนของของประเทศสาธารณะประชาชนจีน เพื่อค้นหาแนวทางการแก้ไขปัญหาความยากจนที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศไทย ในโครงการการพัฒนาระบบสนับสนุนการทำงานเชิงพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำในพื้นที่ยุทธศาสตร์

**ทบทวนวรรณกรรม**

**การดำรงชีพแบบยั่งยืน**

สถานบันการศึกษาการพัฒนา (Institute for Development Studies หรือ IDS) และ the British Department for International Development (DFID) ได้นำเสนอองค์ประกอบสำหรับการดำรงชีพประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ทรัพยากรเพื่อการดำรงชีพ (Livelihood resources) ยุทธศาสตร์เพื่อการดำรงชีพ (Livelihood strategies) และกระบวนการเชิงสถาบันและโครงสร้างองค์กร (Institutional processes and organizational structure) โดยสรุปไว้ว่า ความยากจนไม่ใช่แค่การมีรายได้ต่ำ และการเติบโตของเศรษฐกิจดีจะลดความยากจนได้ แต่ความยากจนรวมไปหลายมิติ (Krantz, 2001) แต่ความยากจนประกอบด้วยหลายมิติ และเป็นมิติของการดำรงชีพอย่างยั่งยืน Swift River Local Advisory Committee และ สถานบันการศึกษาการพัฒนา (Institute for Development Studies หรือ IDS) ได้กำหนดกรอบการดำรงชีพอย่างยั่งยืน (Sustainable Livelihoods Framework หรือ SLF) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) สถานการณ์เปราะบาง 2) สินทรัพย์เพื่อการดำรงชีพ 3) โครงสร้างการแปลงรูปและกระบวนการดำเนินกิจกรรม 4) กลยุทธ์การดำรงชีพ และ 5) ผลลัพธ์การดำรงชีพแบบยั่งยืน โดยมีความสัมพันธ์ขององค์ประกอบตามภาพที่ 1 สินทรัพย์เพื่อการดำรงชีพอย่างยั่งยืน ได้กำหนดเป็นทุน 5 ชนิดได้แก่ทุนการเงิน ทุนทางกายภาพ ทุนทางธรรมชาติ ทุนมนุษย์ และทุนทางสังคม ซึ่งแต่ละทุนมีบทบาทต่อความเป็นอยู่อย่างยั่งยืน ดังนี้ (UNDP, 2017) (1) ทุนการเงิน (Financial capital) หมายถึงเงิน หรือเงินออม หุ้น และรวมถึงการผลิต (Production) หรือกิจกรรมที่สร้างรายได้ (2) ทุนทางกายภาพ (Physical capital) หมายถึงที่อยู่อาศัย ระบบความปลอดภัยและสุขลักษณะ โครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการดำรงชีพ การเข้าถึงเครื่องมือเพื่อการผลิต และการเข้าถึงข่าวสารและการสื่อสารด้วย (3) ทุนทางธรรมชาติ (Natural capital) คือทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมที่ช่วยปรับปรุงการดำรงชีพ ซึ่งจะรวมถึงการมีที่ดินที่มีการอนุรักษ์พันธุ์พืชเพื่อความหลากหลายทางชีวภาพ ความอุดมสมบูรณ์ของดิน และน้ำ (4) ทุนมนุษย์

(Human capital) หมายถึงความสามารถ ความรู้ ประสบการณ์ ทักษะในการทำงาน ระดับการศึกษา ความสามารถในการเป็นผู้นำ และสุขภาพที่ดี เพื่อแสดงความเป็นคนที่พร้อมในการดำเนินชีวิตได้บรรลุเป้าหมาย หรือเป็นแรงงานที่มีคุณภาพ และ (5) ทุนทางสังคม (Social capital) คือทุนที่เกิดจากกิจกรรมทางสังคม ที่สามารถนำมาใช้เพื่อการดำเนินชีวิตได้บรรลุวัตถุประสงค์ ได้แก่เครือข่ายและความเชื่อมโยง (Networks and connections) การมีส่วนร่วมในกิจที่เป็นทางการ (Participation) ซึ่งนำมาสู่กฎระเบียบ หลักการ การยินยอม และการแทรกแซง และการสัมพันธ์ในความน่าเชื่อถือ (UNDP, 2017)




**ภาพที่ 1 กรอบการดำรงชีพอย่างยั่งยืน**

**ที่มา :** DFID อ้างอิงใน UNDP. (2017). *Guidance Note: Application of the Sustainable Livelihoods Framework in Development Projects.* UNDP: 2

**ห่วงโซ่คุณค่าเพื่อแก้จน**

ห่วงโซ่คุณค่าเพื่อแก้จน (Pro Poor Value Chain หรือ Pro-poor VC) คือห่วงโซ่คุณค่าที่มีจุดมุ่งหมายในการแก้ปัญหาการตลาด หรือสร้างการตลาดเพื่อคนจนได้เกิดการพัฒนาแบบยั่งยืน โดยมีเป้าหมายที่ผู้ผลิต หรือกลุ่มวิสาหกิจขนาดจิ๋ว (Micro-enterprise) ที่เน้นการทำงานแบบความร่วมมือ และการสนับสนุนจากภาคธุรกิจ ที่มีศักยภาพในทางธุรกิจ ไม่ว่าจะมาในส่วนของนำเข้าวัตถุดิบ ผู้ซื้อ ผู้ส่งออก นายหน้าทางธุรกิจ ที่จะมาช่วยให้วิสาหกิจของคนจนได้ข้อได้เปรียบในการดำเนินการตลาด นักปฏิบัติการทางการตลาด และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ (Action for Enterprise, 2013) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่จะช่วยผลักดันให้เกิดทางออกในการแก้ไขความยากจนที่มุ่งเน้นทางออกทางการตลาด คือกลุ่มของหน่วยงาน หรือบุคคลที่จะสนับสนุนงานของห่วงโซ่ หรือผู้ให้บริการต่าง ๆ กับกิจกรรมของห่วงโซ่ (GTZ, 2007) Action for Enterprise (2013) ได้นำเสนอการใช้ห่วงโซ่คุณค่าเพื่อแก้จนประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือการเลือกห่วงโซ่ การวิเคราะห์ห่วงโซ่ การกำหนดทางออกทางการ

ตลาด (Market-based solutions) การประเมินทางออก การกำหนดกิจกรรมสนับสนุน และการวางโครงสร้างความร่วมมือและแสดงการดำเนินงาน ในขณะที่กรอบห่วงโซ่คุณค่าเพื่อแก้จนของ UNIDO (2011) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือการคัดเลือกห่วงโซ่คุณค่า การวิเคราะห์กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเชิงสังคม การออกแบบการแทรกแซงในห่วงโซ่คุณค่า และการดำเนินการ

**สถานการณ์ความยากจนของประเทศไทย**

รายงานสถานการณ์ความยากจนของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2564 ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รายงานว่าประเทศไทยมีคนจน 4.4 ล้านคน (ร้อยละ 6.32) หรือคิดเป็นครัวเรือนที่ 1.24 ล้านครัวเรือน โดยมีเส้นความยากจนที่ 2,803 บาท/คน/เดือน (93.43 บาท/คน/วัน) โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีคนจนมากที่สุด เพราะเป็นภูมิภาคที่มีรายได้ต่อหัวต่ำสุดมาโดยตลอด และโดยภาพรวมพบว่าครัวเรือนที่ยากจนเป็นครัวเรือนที่ไม่มีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจ และเนื่องมาจากโครงสร้างประชาการสู่สังคมสูงวัย ที่ผู้สูงวัยไม่มีรายได้และเข้าไม่ถึงหลักประกันรายได้หลังเกษียณ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) การดำเนินการแก้ไขความยากจนของประเทศไทยกว่า 60 ปี นับจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 - 12 (สิ้นสุดที่ปี พ.ศ. 2564) มีการดำเนินการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (การชลประทาน และทางหลวงชนบท) การปฏิรูปที่ดิน การพัฒนาการศึกษา และการสาธารณสุข การปรับปรุงการเกษตรสู่เกษตรสมัยใหม่ การพัฒนาสู่เศรษฐกิจพอเพียง และการเป็นผู้ประกอบการ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ม.ป.ป.) เมื่อเทียบกับประเทศสาธารณประชาชนจีนในระยะเวลา 30 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 ที่ประเทศจีนมีประชากรยากจน 800 กว่าล้านคน ส่วนประเทศไทยมีประชากรยากจน 58 ล้านคน และในปี พ.ศ. 2563 ประเทศจีนพ้นจากความยากจน แต่ประเทศไทยยังมีประชากรยากจนที่ 6.8 ล้านคน (ดูตารางที่ 2)

**ตารางที่ 2 เส้นแบ่งความยากจนและจำนวนคนจนของประเทศไทยและสาธารณะประชาชนจีน**

| ปี พ.ศ. (ค.ศ.) | ประเทศไทย* | | สาธารณะประชาชนจีน** | |
|---|---|---|---|---|
| | เส้นความยากจน (บาท/คน/เดือน) | จำนวนคนยากจน (ล้านคน) | เส้นความยากจน (บาท/คน/เดือน) | จำนวนคนยากจน (ล้านคน) |
| 2533 (1990) | 960 | 58 | | 816.9 |
| 2543 (2000) | 1,555 | 42.3 | 2,257 บาท | 575.8 (ปี 1999) |
| 2553 (2010) | 2,285 | 16.4 | (คำนวณจาก 2.15 | 186 |
| 2562 (2019) | 2,763 | 6.3 | US$/วัน) | 2.0 |
| 2563 (2020) | 2.762 | 6.8 | | 0 |

ที่มา: * สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *สรุปวิวัฒนาการของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่1-13.* สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565, จาก https://www.nesdc.go.th/article_attach/article_file_20191018111514.pdf.

** สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *สรุปวิวัฒนาการของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่1-13.* สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565, จาก https://www.nesdc.go.th/article_attach/article_file_20191018111514.pdf.

**การหลุดพ้นความยากจนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน**

ประเทศสาธารณประชาชนจีนใช้ความพยายามในการแก้ไขปัญหาความยากกว่า 70 ปี ให้กับคนจนกว่า 800 ล้านคนพ้นความยากจน หรือสามารถทำให้คนจนหลุดพ้นความยากจนได้เฉลี่ย 20 ล้านคน/ปี ในช่วง 40 ปี หลัง ด้วยการดำเนินนโยบายครอบคลุมพัฒนาสังคมกินดีอยู่ดีถ้วนหน้า และดำเนินการแบบตรงจุด (ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร, 2564) โดยการแก้ไขความยากจนของจีนได้แบ่งเป็น 6 ระยะ แต่ละช่วงมีนโยบายที่เป็นตัวหนุนให้แก้ไขความยากจนของจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนโยบายที่ไม่ประสบความสำเร็จ ต้องปรับเปลี่ยนยกเลิก ดังนี้ (Ren อ้างใน ลี ซินฮอง, รัดเกล้า เปรมประสิทธิ์, ฟ้ารุ่ง มีอุดร และนพรัตน์ รัตนประทุม, 2565) และหลังจากประกาศหลุดพ้นจากความยากจนแล้ว จีนยังดำเนินการนโยบายแก้ไขปัญหาความยากจนต่อเนื่องในลักษณะของการป้องกันการกลับมาจนซ้ำอีกด้วย

1) ระยะเริ่มต้น ถึงปี พ.ศ. 2520 จีนเน้นการแก้ความยากจนแบบรัฐให้ความช่วยเหลือ และการลดความยากจนด้วย (1) การปฏิรูประบบการจัดสรรที่ดิน (2) นโยบายสหกรณ์การเกษตร ที่รัฐเป็นผู้ซื้อ-ขายสินค้าการเกษตรเอง (3) ระบบคอมมูน หรือระบบแปลงรวมในการดำเนินการผลิต และ (4) นโยบายก้าวกระโดด โดยมุ่งเน้นการพัฒนาด้วยอุตสาหกรรมหนักอย่างเร่งด่วน โดยรัฐบาลเป็นผู้ลงทุนในอุตสาหกรรมเพื่อใช้เป็นตัวเร่งตัวเลขรายได้เฉลี่ยของครัวเรือน และเป็นการรองรับการจ้างงานให้แรงงานที่ไม่ได้ทำการผลิต

2) ระยะที่ 2 ช่วงปี พ.ศ. 2521 – 2528 จีนเน้นการสร้างความทันสมัยให้กับจีน ด้วยนโยบายปฏิรูปประเทศตามหลักสี่ทันสมัย (Four modernizations) ได้แก่ (1) ปฏิรูปการเกษตร เปลี่ยนระบบนารวม (Commune system) มาเป็นระบบความรับผิดชอบครัวเรือน (Household Responsibility System หรือ HRS) ที่เกษตรกรสามารถผลผลิตผลผลิตส่วนเกิดเพื่อสร้างรายได้ของตนเองได้ (2) ปฏิรูปราคาเป็นเศรษฐกิจแบบตลาดเพื่อสร้างการแข่งขัน และการพัฒนาประสิทธิภาพ (3) การปฏิรูปการคลัง ให้รัฐบาลท้องถิ่นบริหารจัดการภาษีของตนเองได้ และ (4) การปฏิรูปรัฐวิสาหกิจ ยกเลิกงส่งผลกำไรทั้งหมดให้รัฐ เป็นการเก็บภาษีจากกำไร และนโยบายเปิดประเทศ ที่มีการปฏิรูปการค้าการลงทุน อนุญาตให้เอกชนทำการค้ากับต่างประเทศ ยกเลิกการขอใบอนุญาตนำเข้าและระบบโควต้านำเข้า และปฏิรูปการเงิน เปลี่ยนระบบอัตราแลกเปลี่ยนเป็นอ้างอิงอัตราเดียว และใช้ระบบบริหารจัดการแบบลอยตัว และจัดตั้งธนาคารเฉพาะกิจของรัฐ 4 ธนาคาร จากเดิมที่มีเพียงธนาคารประชาชนจีนเพียงธนาคารเดียว (หวัง เต้าหมิง และ วราวุฒิ เรือนคำ, 2564)

3) ระยะที่ 3 ช่วงปี พ.ศ. 2529 – 2536 จีนเข้าสู่ระบบทุนนิยม หรือระบบเศรษฐกิจการตลาด มีการตั้งองค์กรแก้ไขความยากจนอย่างเป็นทางการ ในปี 2529 ได้แก่ สำนักงานแก้ไขปัญหาความยากจนและพัฒนาแห่งชาติ เน้นการพัฒนาชนบทด้วยวิสาหกิจท้องถิ่น ที่ช่วยให้ชนบทมีรายได้ดีขึ้น

4) ระยะที่ 4 ช่วงปี พ.ศ.2537 – 2543 เน้นการพัฒนาความยากจนภาคตะวันตก แบบจับคู่กับภาคตะวันออกเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ โดยเน้นการพัฒนาเขตชาติพันธุ์ชนกลุ่มน้อยและเขตปฏิวัติสมัยเก่า และกระจายอำนาจและความรับผิดชอบแต่ละมณฑล ทั้งการตัดสินใจ การจัดการภาระ และการบริหารดูแลงบประมาณ เงินทุน

5) ระยะที่ 5 ช่วงปี พ.ศ. 2544 – 2555 เป็นการพัฒนาสังคมกินดีอยู่ดีถ้วนหน้าด้วยนโยบายระบบการประกันสังคมเขตชนบท ด้วย (1) ระบบประกันชีวิตขั้นต่ำ (2) ระบบหลักประกันสุขภาพ โดยแผนแก้ไขปัญหาความยากจนแห่งชาติ 87 เน้นแก้ไขปัญหาเรื่องอาหารและเครื่องนุ่งห่มให้กับคนยากจน 80 ล้านคน มีการปรับนโยบายแก้ไขความยากจนในปี 2554 - 2553 นโยบายการแก้ความยากจนจะเน้นเขตยากจนในภาคกลางและภาคตะวันตก มีการปรับโครงสร้างพื้นฐาน การย้ายที่อยู่อาศัยกลุ่มที่บ้านทรุดโทรม การพัฒนาอุตสาหกรรม การเกษตร และการท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจและการจ้างงาน (พสุภา ชินวรโสภาค, 2564)

6) ระยะที่ 6 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 – 2563 เน้นการขจัดความยากจนอย่างตรงจุดและครอบคลุม เพื่อให้ครอบคลุมหมู่บ้านและครอบครัวที่ยากจน ได้รับการพัฒนาและการช่วยเหลือ โดยมีกลไก 4 กลยุทธ์ ได้แก่ การพิสูจน์ครอบครัว/หมู่บ้านยากจน การช่วยเหลืออย่างตรงจุด การบริหารจัดการ และการตรวจสอบอย่างตรงจุด (หวัง เต้าหมิง และวราวุฒิ เรือนคำ, 2564)

นอกจากนี้ ประเทศจีนยังเน้นการพัฒนานวัตกรรมเพื่อตอบสนองท้องถิ่น (Localized innovation) และการพัฒนาสินค้าที่คุณภาพเหมาะสมและราคาถูก (Good enough, low cost) เพื่อให้กลุ่มคนจนส่วนมากได้มีโอกาส ที่เท่าเทียมได้เข้าถึงเทคโนโลยี และโอกาสทางเศรษฐกิจรวมของประเทศ (Guo, 2022) ในด้านการเกษตรจีนมุ่งส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ และการเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลให้การส่งเสริมด้านพันธ์พืชพันธุ์สัตว์ และเทคโนโลยีเพื่อการผลิต และเงินทุนกู้ยืม (หวัง เต้าหมิง และ วราวุฒิ เรือนคำ, 2564)

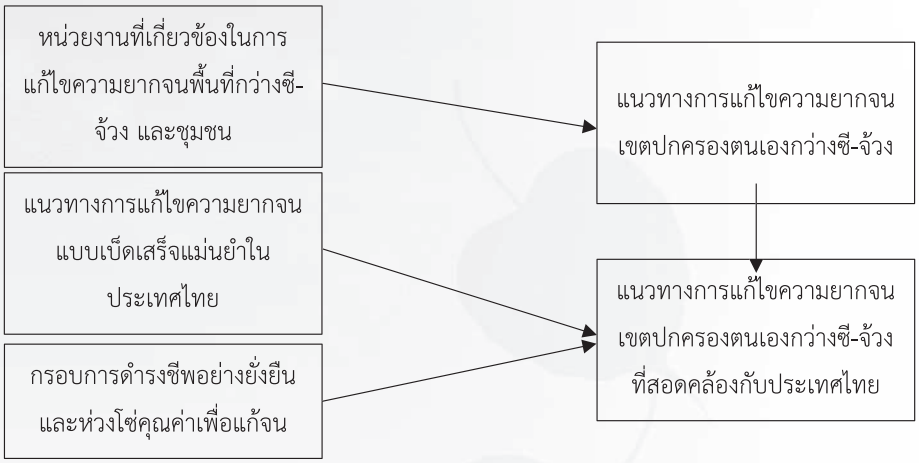
**กรอบทฤษฎีการวิจัย และคำถามการวิจัย**

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาแนวทางในการแก้ไขความยากจนของของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อค้นหาความสอดคล้องกับแนวทางการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศไทย และนำเสนอต่อการพิจารณานำไปปรับใช้ในการดำเนินโครงการขจัดความยากจน หรือโมเดลแก้จน (Operational model หรือ OM) ในพื้นที่ทำงานของโครงการการพัฒนาระบบสนับสนุนการทำงานเชิงพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำในพื้นที่ยุทธศาสตร์ มีกรอบการวิจัย และคำถามวิจัย ดังนี้

**คำถามวิจัย**

1) แนวทางการแก้ไขความจนของประเทศจีน พื้นที่กว่างซี-จ้วงและประเทศไทยเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

2) เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ใช้ในการแก้ไขความจนของพื้นที่กว่างซี-จ้วง ที่เหมาะสมกับการนำมาใช้กับพื้นที่ความยากจนของประเทศไทยคืออะไร




**ภาพที่ 2 กรอบการวิจัย**

**ระเบียบวิธีวิจัย**

การศึกษาในครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยแบบเชิงคุณภาพ มีพื้นที่ในการดำเนินการวิจัยแยกเป็น 2 ส่วน คือส่วนในประเทศไทย ได้แก่พื้นที่ทำงาน 8 จังหวัดของโครงการการพัฒนาระบบสนับสนุนการทำงานเชิงพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำในพื้นที่ยุทธศาสตร์ ได้แก่จังหวัดลำปาง กาฬสินธุ์ ร้อยเอ็ด มุกดาหาร พัทลุง ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อทำกรณีศึกษาในจังหวัด กาฬสินธุ์ ร้อยเอ็ด มุกดาหาร และปัตตานี ในส่วนของประเทศสาธารณประชาชนจีน คือเขตปกครองตนเองกว่างซี-จ้วง โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อศึกษาจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขความยากจน ทั้งเกษตรกร เจ้าหน้าที่ ๆ เป็นพี่เลี้ยงในชุมชนในจังหวัด 3 จังหวัด ได้แก่ไป่เซอ (Baise) ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีความยากจนมากและเป็นพื้นที่ของชุมชนชาวจ้วง จังหวัดกุยหลิน (Guilin) ที่เป็นเมืองเด่นด้านการเพาะปลูกผัก และผลไม้ และมีแหล่งท่องเที่ยว และจังหวัดยวี่หลิน ที่เป็นศูนย์กลางตลาดสมุนไพรจีนทางภาคตอนใต้ของประเทศ ตัวอย่างด้านภาคธุรกิจเอกชนที่เข้าร่วมในการแก้ไขความยากจนทั้งเป็นนักธุรกิจในประเทศ และต่างประเทศจำนวน 3 ราย โดยการเก็บข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก สังเกตการณ์ และการศึกษาเอกสาร การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการจัดหมวดหมู่ด้วยการกำหนดหมวดหมู่ตามประเด็นข้อมูล และเข้ารหัสข้อมูล (Coding to theme) ด้านคุณภาพการวิจัย แนวคำถามที่ใช้มีการนำเข้าพิจารณาในคณะกรรมการจริยธรรมการทำวิจัย และด้านความน่าเชื่อถือ และความถูกต้องในการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวจีน จะมีล่ามภาษาจีน และภาษาจีนท้องถิ่น (ภาษากุ้ยหลิน) และในการถอดบทสัมภาษณ์มีการตรวจสอบบจากล่าม และจากผู้ให้ข้อมูลในบางชุดข้อมูล

**ผลการศึกษา**

**แนวทางการแก้ไขความยากจน**

การศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศจีน ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะมุ่งเน้นในช่วงของระยะที่ 6 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 – 2563 ที่เป็นช่วงประเทศจีนประกาศหลุดพ้นความยากจนในปี พ.ศ. 2563 (ค.ศ. 2020) และเป็นช่วงฟื้นฟูและป้องกันการกลับมาจนซ้ำ จากการศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง และการสังเกตการณ์จากนักวิจัย และทำการศึกษากรณีตัวอย่างโมเดลการแก้จนของประเทศไทย 3 ด้าน หลัก ๆ ได้แก่การเกษตร การผลิตสมุนไพร และคลังแรงงาน ของจังหวัดร้อยเอ็ด และกาฬสินธุ์ เพื่อตอบคำถามงานวิจัย ดังนี้

แนวทางการแก้ไขความยากจนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่วงระยะสุดท้ายเพื่อให้หลุดพ้นความยากจนจะมุ่งเน้นที่การขจัดความยากจนอย่างตรงจุดและครอบคลุม ด้วยระบบการพิสูจน์ครัวเรือนยากจน การช่วยเหลืออย่างตรงจุด และการบริหารจัดการโดยมีความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ ซึ่งโครงการฯ ในประเทศไทยก็มีการดำเนินการดังกล่าวเช่นกัน แต่มีความแตกต่างกัน ดังนี้

1) การพิสูจน์ครัวเรือนยากจนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ใช้เกณฑ์การกำหนดครอบครัวยากจนด้วยการกำหนดเส้นแบ่งความยากจนจากรายได้ต่อคนต่อปี ซึ่งจะแตกต่างกันตามสภาพเศรษฐกิจในแต่ละมณฑล และครอบครัวยากจนต้องมีรายได้เฉลี่ยของคนในครอบครัวที่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ของรายได้เฉลี่ยของมณฑล โดยใช้ข้อมูลพื้นฐานจากสำนักงานสถิติแห่งชาติควบคู่กับการค้นหาและตรวจสอบรายมณฑล และการค้นหาโดยให้ประชากรที่ยากจนได้แจ้งขอรับการขึ้นทะเบียนเป็นครอบครัวคนจน (ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร, 2564) จากนั้นกรดำเนินการพิสูจน์จะดำเนินการโดยพี่เลี้ยงชุมชน ซึ่งเป็นอาจารย์มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่รัฐบาลส่งลงไปเป็นพี่เลี้ยงในชุมชน อดีตพี่เลี้ยงในชุมชนที่จังหวัดไป่เซอ เล่าว่ารัฐบาลกำหนดจำนวนอาจารย์ของแต่ละมหาวิทยาลัยไปยังชุมชนต่าง ๆ โดย รัฐบาลสร้างแรงจูงใจให้อาจารย์ เป็นโอกาสในการได้รับการพิจารณาให้ดำรงตำแหน่งงานที่สูงขึ้น หากมีผลงานที่ชัดเจนในระยะเวลาที่กำหนด 1 ปี พี่เลี้ยงทำหน้าที่ตรวจสอบข้อมูลครัวเรือน จัดทำเป็นสถิติ และส่งข้อมูลเข้าระบบที่รัฐบาลพัฒนาขึ้นเพื่อปรับข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน โดยเมื่อครบระยะเวลา 1 ปี มีการสรุปข้อมูลรายครัวเรือนอีกครั้ง

สำหรับประเทศไทย จากการศึกษาจากโครงการการพัฒนาระบบสนับสนุนการทำงานเชิงพื้นที่ เพื่อการแก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำ ระยะที่ 2 และโครงการการขยายผลการพัฒนาระบบสนับสนุนการทำงานเชิงพื้นที่ เพื่อการแก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำ ได้ดำเนินการในพื้นที่ 20 จังหวัดที่ยากจนที่สุดของประเทศไทย โดยนักวิจัยที่เป็นอาจารย์มหาวิทยาลัยที่ได้รับทุนวิจัย การสำรวจจะใช้ข้อมูลจากระบบบริหารจัดการข้อมูลการพัฒนาคนแบบชี้เป้า (Thai People Map and Analytics Planform หรือ TPMAP) ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และออกแบบการสำรวจด้วยกรอบการดำเนินชีวิตอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของทุน 5 ด้าน ได้แก่ทุนการเงิน ทุนกายภาพ ทุนทางธรรมชาติ ทุนมนุษย์ และทุนทางสังคม เพื่อค้นหาคนจนที่ชัดเจน จากเอกสารรายงานของโครงการในพื้นที่ทั้งสองโครงการ แสดงให้เห็นว่ามีทั้งคนจนที่ตกหล่นจากฐานข้อมูล และคนที่ไม่จนจริงเกินเข้ามาในฐานข้อมูล แต่ข้อมูลที่ได้ไม่ได้มีการไปปรับปรุงฐานข้อมูล

TPMAP แต่ใช้เพื่อการดำเนินการแก้ไขความยากจนทั้งการส่งต่อความช่วยเหลือ และโครงการขจัดความยากจน หรือโมเดลแก้จน (Operational model หรือ OM) ของโครงกรวิจัย แต่มีการประสานเพื่อเป็นแผนการพัฒนาของจังหวัดเป็นรายจังหวัด (แมน ปุโรทกานนท์ และคณะ, 2565; ธีรพล สุวรรณรุ่งเรือง และคณะ, 2565)

2) การช่วยเหลืออย่างตรงจุด สำหรับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน การช่วยเหลือมีแนวนโยบายมาจากรัฐบาล และส่งต่อมาระดับมณฑลเพื่อให้มีเป็นการกำหนดแผนการช่วยเหลือเป็นรายครอบครัว โดยเลี้ยงชุมชนจะทำแผนการช่วยเหลือเป็นรายหมู่บ้าน และรายครอบครัวเสนอยังมณฑล แต่ละมณฑลมอบหมายให้มีเจ้าหน้าดูแลรับผิดชอบ ทั้งในระดับหมู่บ้านและครอบครัว อาจารย์มหาวิทยาลัยกว่างซีเศรษฐศาสตร์และการเงิน ที่เคยทำหน้าที่พี่เลี้ยงระดับหมู่บ้าน ในเขตปกครองตนเองกว่างซี-จ้วง ได้เล่าว่า อาจารย์ที่เป็นพี่เลี้ยงในชุมชน จะคอยประสานงานการดำเนินกิจกรรมตามแผน และจูงใจให้ชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม โดยอาจารย์ต้องใช้ชีวิตอยู่และปฏิบัติงานในชุมชนตลอดช่วงวันทำการ และสามารถเดินทางกลับบ้านได้ในวันหยุด (เสาร์ - อาทิตย์) แต่การเดินทางไป-กลับส่วนใหญ่จะค่อนข้างไกล ทำให้พี่เลี้ยงอาสาสมัครไม่ได้กลับบ้าน จากการสัมภาษณ์จะเห็นว่าโครงการจะมี 2 ประเภท คือโครงการรด้านพัฒนาพื้นที่ยากจน ระบบสวัสดิการ การพัฒนาการผลิตทางการเกษตร และพัฒนาอาชีพนอกภาคการเกษตร

- การพัฒนาพื้นที่ยากจน รัฐบาลจีนจะให้ความสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ยากจน (Poverty-stricken areas) ในภาพรวมของพื้นที่หรือมณฑล ด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณะ การปรับปรุงครัวเรือน และการย้ายการตั้งถิ่นฐานของชุมชน ในกรณีที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ไม่เหมาะสม อาจารย์มหาวิทยาลัยกว่างซีเศรษฐศาสตร์และการเงิน ที่เคยเป็นอาสาสมัครพี่เลี้ยงในชุมชนชาวจ้วง ในเมืองไป่เซ่อ ซึ่งเป็นเขตอยู่อาศัยของชนชาติจ้วง ยังมีที่อยู่อาศัยที่ยังไม่เข้าเกณฑ์คุณภาพ คือมีบ้านเรือนที่มีสภาพที่เก่าทรุดโทรมจนไม่สามารถอยู่ได้ หรือพื้นที่อยู่อาศัยต่อคนต่ำกว่ากว่า 13 ตารางเมตร จำเป็นต้องขยายพื้นที่อยู่อาศัย โดยรัฐบาลจะมี “กองทุนปรับปรุงเคหะสถานทรุดโทรม” (**危房改造**资金) ให้ทุกครัวเรือนสามารถยื่นคำร้องเพื่อขอเงินทุนปรับปรุงบ้านที่ทรุดโทรมได้ประมาณ 30,000 หยวนต่อครัวเรือน โดยจะเน้นขยายพื้นที่บ้านในแนวตั้ง โดยไม่ให้ขยายเพิ่มพื้นที่ แต่จะเน้นก่อนสร้างให้สูงกว่าเดิม จากบ้าน 1-2 ชั้น เป็นบ้าน 3 ชั้น ส่วนการสร้างที่อยู่ใหม่ จะเป็นลักษณะอาคารสูงอยู่รวมกันหลายชุมชน ที่มีบริการ ต่าง ๆ ทั้งโรงพยาบาลและสถานศึกษา และชาวบ้านสามารถเดินทางไป-กลับ ทำการผลิตในพื้นที่เดิมได้ โดยใช้เวลาไป-กลับไม่เกิน 1 ชั่วโมง อย่างชุมชนชาวจ้วงที่จังหวัดไป่เซอ มีมากกว่า 30 ครัวเรือนที่ต้องย้ายออกไปจากพื้นที่อันตราย ไปอยู่เขตชุมชนตั้งถิ่นฐานใหม่ที่เป็นอาคารสูงในเมือง ที่รวมหลายชุมชนอยู่รวมกันประมาณ 40 – 50 อาคาร

ส่วนการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และบริการสาธารณะ จะมุ่งเน้นเพื่อเสริมการพัฒนาอาชีพ ในพื้นที่จังหวัดไป่เซ่อ มีเส้นทางคมนาคมเข้าเมืองยังไม่ค่อยดี ทำให้เป็นอุปสรรคในการขนส่งสินค้า ทางอาจารย์จึงทำโครงการถึงรัฐบาลในการปรับปรุงถนนเข้าเมือง เพื่อให้เกษตรกรขนส่งและจำหน่ายสินค้าได้ และมุ่งเน้นที่ระบบชลประทาน พี่เลี้ยงที่ทำงานในจังหวัดไป่เซ่อ เล่าว่าเขาได้ดำเนินการเสนอให้มีการซ่อมแซมสระเก็บน้ำเพื่อเก็บน้ำ

ไว้ใช้ในการเกษตรเช่นปลูกข้าวปลูกผักผลไม้ และโครงการขุดเจาะบ่อบาดาล และระบบน้ำประปาหมู่บ้านน้ำดื่มเพื่อชุมชน และจากการสังเกตการณ์ของนักวิจัยในพื้นที่เมืองผิงเอ่อ (Pingle) จังหวัดกุ้ยหลิน ถึงแม้ชุมชนกลางหุบเขาก็มีถนนซีเมนต์อย่างดีถึงชุมชน มีระบบชลประทานถึงแปลงการเกษตร และมีถังเก็บน้ำสำหรับระบบน้ำบริโภคของชุมชน สำหรับประเทศไทย ในพื้นที่ชนบทยังมุ่งเน้นที่การพัฒนาทางหลวงชนบท และระบบการชลประทานตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของไทยฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504 – 2509) ถึงแผนฯ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530 – 2534) (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) แต่ปัจจุบันเราก็ยังเห็นว่าหลายพื้นที่ในชนบทเข้าถึงได้ยากบาก และยังไม่มีระบบชลประทานที่ดี

- การพัฒนาระบบสวัสดิการให้คนจนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีทั้งการจัดที่อยู่อาศัย สวัสดิการด้านการศึกษา สวัสดิการด้านสุขภาพ และการพัฒนาศักยภาพเพื่อการทำอาชีพนอกภาคการเกษตร โดยตามที่อภิปรายในข้างต้นด้านการปรับปรุงครัวเรือน ในเรื่องการสร้างแหล่งที่อยู่อาศัยใหม่ให้ชุมชนในพื้นที่แห่งใหม่ รัฐบาลจะสร้างชุมชนที่มีความพร้อมทั้งด้านสถานศึกษา และสถานพยาบาล ในด้านการศึกษา รัฐบาลจะให้ความสำคัญกับการศึกษาสายอาชีพ เพื่อพัฒนาทักษะ และสามารถเข้าไปปฏิบัติงานในสถานประกอบการ อาจารย์ที่เป็นอดีตพี่เลี้ยงในจังหวัดไป่เซ่อ เล่าว่าถ้าเรียนอาชีวศึกษาจะได้เงินอุดหนุนพิเศษมากกว่ามัธยมปลาย 1,500 หยวน/ปี ตลอดการเรียน 3 ปี และการเรียนระดับปริญญาตรี 4 ปี ก็จะให้เงินอุดหนุนครั้งเดียว 5,000 หยวนตลอดการศึกษา และส่งเสริมการศึกษาของนักเรียนหญิง โดยมีการจัดชั้นเรียนเฉพาะผู้หญิง และมีทุนการศึกษาให้จำนวนเงิน 3,000-4,000 หยวน/ปี และยังมีค่าครองชีพเพิ่มให้อีก 3,000 หยวน/ปี และถ้าครอบครัวยากจนไม่มีจ่าย ก็สามารถขอกู้ยืมทุนเพื่อการศึกษา และชำระคืนเมื่อจบการศึกษา ส่วนวัยหนุ่มสาวที่ไม่ต้องการทำงานภาคการเกษตรจะเข้ารับการฝึกอาชีพกับภาคธุรกิจ และจะได้งานทำกับภาคธุรกิจเลย ซึ่งเจ้าหน้าที่บริษัทซีพี เล่าว่าเด็กหนุ่มที่จบแค่ระดับมัธยม ที่ไปเกณฑ์ทหารกลับมา ก็มาพัฒนาทักษะอาชีพกับทางบริษัท แล้วเข้าทำงานฟาร์มของบริษัท หรือห้างโลตัส หรือการส่งเสริมให้ตั้งร้านค้าขนาดเล็ก ส่วนด้านสาธารณสุข อดีตพี่เลี้ยงที่จังหวัดไป่เซอ เล่าว่า รัฐบาลจะใช้ระบบประกันสุขภาพ ที่ชาวบ้านทุกคนจะต้องซื้อประกันสุขภาพเพื่อรับการสนับสนุนค่ารักษาพยาบาลเมื่อเจ็บป่วย ด้วยบริษัทประกันก็เป็นบริษัทที่ทางรัฐบาลตั้งขึ้นมาดำเนินการในเรื่องนี้

สำหรับประเทศไทย ได้เน้นการ ให้บริการที่จำเป็นขั้นพื้นฐาน ทั้งด้านสาธารณสุข และการศึกษานอกระบบ ยกระดับมาตรฐานการจ้างงาน ให้สถานประกอบการปรับปรุงสวัสดิการของลูกจ้าง ทั้งการรักษาพยาบาล และการจัดสรรที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อย ในแผนฯ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 - 2524 ) และมุ่งเน้นพัฒนาเขตชนบทล้าหลังที่มีประชากรยากจนรวม 7.5 ล้านคน พัฒนาระบบอาสาสมัครสาธารณสุขหมู่บ้าน (อสม.) ในแผนฯ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525 - 2529) และมีการขยายการศึกษาขั้นพื้นฐานจาก 6 ปี เป็น 9 ปี ในแผนฯ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530 - 2534) (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ม.ป.ป.) จากการศึกษาวิจัยของโครงการการพัฒนาระบบสนับสนุนการทำงานเชิงพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำในพื้นที่ยุทธศาสตร์ของไทย การพิสูจน์ครัวเรือนยากจน ยังมีการแบ่งระดับความยากจนออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ระดับอยู่ลำบาก อยู่ยาก

พออยู่ได้ และอยู่ดี ซึ่งคนจนกลุ่มที่หนึ่งจะเป็นกลุ่มขาดแคลนปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีพ ต้องส่งต่อเข้าสู่ระบบสวัสดิการเร่งด่วน และฟื้นฟูและป้องกัน หรือมีการติดตามเฝ้าระวังสภาวะความยากจน ซึ่งคนจนกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่สมาชิกในครอบครัวเป็นผู้พิการ ผู้สูงอายุ ผู้ป่วยติดเตียง และเด็กเล็ก (แมน ปุโรทกานน์, 2565)

- การพัฒนาการผลิตในชนบท ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนได้มุ่งเน้นการเกษตรแบบสมัยใหม่ พัฒนาการผลิตด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม และการพัฒนาเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการ ด้วยนโยบายการพัฒนาแบบ 3 - 4 ประสานระหว่างรัฐบาล สหกรณ์ เกษตรกร และภาคเอกชน โดยรัฐบาลประสานความร่วมมือกับบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ ให้ช่วยพัฒนาการผลิต รวมถึงสนับสนุนเทคโนโลยีในการผลิต เงินทุน และการตลาด และรัฐบาลช่วยสนับสนุนการลงทุนผ่านระบบสหกรณ์ เช่น การเลี้ยงสุกรแบบฟาร์มขนาดใหญ่ ซึ่งบริษัทและรัฐบาลร่วมลงทุนคนละครึ่ง โดยในส่วนของรัฐบาลเป็นการสนับสนุนผ่านสหกรณ์ ถ้าสหกรณ์สามารถทำกำไรได้ สมาชิกจะได้เงินปันผล และสวัสดิการต่าง ๆ ให้ชุมชน เช่น ทุนการศึกษาให้บุตรหลานในชุมชน ซึ่งในส่วนนี้ เจ้าหน้าที่ของบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด ที่ปฏิบัติงานในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ได้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ว่า รัฐบาลจีนให้บทบาทภาคเอกชนในการถ่ายทอดเทคโนโลยีสมัยใหม่สู่เกษตรกรยากจน และเป็นการรับรองให้เกษตรกรได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาล เนื่องจากมีความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของบริษัทฯ ทั้งด้านฟาร์ม และการตลาด

นอกจากนั้นอาจารย์มหาวิทยาลัยกว่างซีเศรษฐศาสตร์และการเงิน ยังกล่าวอีกว่า รัฐบาลส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิตด้วยการให้รางวัลหรือเงินอุดหนุนเกษตรกรที่ยอมรับเทคโนโลยีสมัยใหม่ไปดำเนินการ เช่น การรับลูกสุกรหรือลูกโคไปเลี้ยง จะให้เงินอุดหนุนตามจำนวนสัตว์ที่เลี้ยง โดยพี่เลี้ยงจะรายงานโดยตรงไปยังรัฐบาล แล้วรัฐบาลโอนเงินตรงให้กับเกษตรกร หรือการให้เงินกู้ปลอดดอกเบี้ยกับเกษตรกรที่พัฒนาการผลิตแบบอุตสาหกรรม จีนใช้การประสานงานกับภาคธุรกิจ เข้ามาเสริมเทคโนโลยีด้านนี้กับเกษตรกร ในลักษณะ เป็นหน่วยเสริมความรู้ เช่น Alibaba Academyม Duo Duo Academy และ Taobao Village มาเป็นคู่ประสานกับชุมชน (Wu, 2022) เช่นบริษัทพินดัวดัว (Pinduoduo) ได้จัดทำโครงการ Duo Duo Academy สอนให้เกษตรกรในพื้นที่ยากจนเปิดร้านค้าบนแพลตฟอร์มด้วย (Pinduoduo, 2022)

ในส่วนของประเทศไทย การพัฒนาด้านการเกษตรได้มีการส่งเสริมการเกษตรสมัยใหม่ และอุตสาหกรรมการเกษตร ด้วยการให้สินเชื่อเพื่อเร่งการผลิตพืชเศรษฐกิจ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 การใช้ปุ๋ยเคมี และสารเคมีเพื่อเพิ่มผลผลิตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 แต่กลับทำให้เกิดมลภาวะ ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และการขาดสมดุลทางคุณภาพ รัฐบาลจึงหันมาส่งเสริมคุณภาพชีวิตประชาชนด้วยเศรษฐกิจพอเพียงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ม.ป.ป.) และสำหรับโครงการการพัฒนาระบบสนับสนุนการทำงานเชิงพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำในพื้นที่ยุทธศาสตร์ของไทย การพัฒนาทักษะอาชีพ การเสริมความรู้และทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ทั้งด้านการเกษตร สมุนไพร การแปรรูปผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการท่องเที่ยว จะมุ่งเน้นในกลุ่มคนจนระดับพออยู่ได้ โดยการดำเนินโครงการแก้ไขความยากจน หรือโมเดลแก้จน จะมุ่งเน้นไปที่การดึงคนจนเข้าสู่ห่วงโซ่คุณค่า ด้วยหลักห่วงโซ่คุณค่าเพื่อแก้จน หรือ Pro-poor value chain (แมน

ปุโรทกานน์, 2565) ที่มุ่งเน้นการค้นหาโอกาสการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในห่วงโซ่ที่มุ่งสร้างรายได้ให้ครัวเรือนคนจน ทั้งการพัฒนาห่วงโซ่ทั้งแนวนอน และแนวตั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเชื่อมโยงแนวตั้ง (Vertical business linkages) เพื่อขยายกิจกรรมไปยังห่วงโซ่ที่ต่างกัน เป็นการเพิ่มโอกาสเพิ่มจำนวนคนจนเข้าสู่ห่วงโซ่คุณค่า และมุ่งเน้นการนำภาคธุรกิจ หรืออาศัยธุรกิจหลัก (Lead firm) เป็นตัวช่วยในการดำเนินการ (Action for Enterprise, 2013)และกิจกรรมแทรกแซงเพื่อการเสริมศักยภาพให้คนจน (GTZ, 2007; UNIDO, 2011)

จากการศึกษากรณีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลูกผักคำพอุง ตำบลคำพอุง อำเภอโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด การปลูกผักปลอดภัย (Good Agricultural Practice หรือ GAP) เพื่อการจำหน่ายสู่ตลาดห้างสรรพสินค้า หรือโมเดิร์นเทรด กลุ่มได้วิเคราะห์ค้นหากิจกรรมทางธุรกิจในห่วงโซ่คุณค่าเพื่อแก้จน ในการดึงคนจนเข้าสู่ห่วงโซ่ให้มากขึ้น นอกเหนือไปจากเกษตกรที่ทำการปลูกผัก ก็จะมีผู้ทำการผลิตสารชีวภัณฑ์ในการกำจัดศัตรูพืช ผู้รับจ้างในการคัดแยกและบรรจุผัก โดยมีภาคเอกชนได้แก่ บริษัทสฤต เข้ามาช่วยในการจัดการคำสั่งซื้อจากห้างสรรพสินค้า การจัดการด้านราคาสินค้า การบริหารเงินทุนหมุนเวียนในการื้อผัก และการพัฒนากลุ่มเกษตรกรให้เป็นวิสาหกิจ

ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน การเป็นผู้ประกอบการทางการเกษตรยังเชื่อมโยงไปสู่การเป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวอีกด้วย เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ เป็นยุทธศาสตร์หนึ่งเพื่อการแก้ไขความยากจนเพื่อการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นด้วยรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเฉพาะในเขตการปฏิวัติเชิงประวัติศาสตร์ เขตชาติพันธุ์ชนกลุ่มน้อย เขตชายแดนและเขตชนบทและภาคตะวันตกของประเทศ โดยรัฐบาลจะส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์สวยงามเหมาะแก่การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ให้มีการส่งเสริมให้มีการเยี่ยมชมฟาร์มหรือแปลงเกษตร เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร (เจี๋ย หยาง และคณะ, 2560) มีการสนับสนุนการปรับปรุงบ้านเรือน เป็นที่พักอาศัยแบบโฮมสเตย์ การกำจัดขยะในชุมชน และการสร้างถนนและสถานที่อื่น ๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว แต่ยังต้องคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ดั้งเดิมของท้องถิ่น (Ma and Zhen, 2021) จากการสังเกตการณ์ของนักวิจัย จังหวัดใหญ่ ๆ และเป็นจังหวัดที่จุดเด่นเป็นเมืองท่องเที่ยวในเขตปกครองตนเองกว่างซี-จ้วง เช่นเมืองหนานหนิง และกุ้ยหลิน จะมีการสร้างย่านท่องเที่ยวแบบถนนคนเดินที่คงวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง ทั้งอาคารแบบวัฒนธรรมจีน อาหารและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากพืชท้องถิ่น เป็นต้น ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทย-จีน (2563) ได้รายงานว่า ภาคธุรกิจจะเข้ามาสร้างโรงแรมระดับสี่ดาว พื้นที่ทางนันทนาการและบันเทิง โรงภาพยนตร์ และกิจกรรมสันทนาการสำหรับเด็ก มีการพัฒนาแหล่งธรรมชาติ เช่น ทุ่งดอกไม้ขนาดใหญ่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว มรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งในเรื่องนี้ บริษัท Guilin Tonglutai Technology ในเมืองผิงเอ่อ (Pingle) ในจังหวัดกุ้ยหลิน ได้เล่าให้ฟังว่า ทางบริษัทได้ยื่นข้อเสนอกับรัฐบาลระดับมณฑล เพื่อพัฒนาผิงเอ่อให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงเกษตร เตรียมระบบให้นักท่องเที่ยวได้มาชมสวนพลับ ชิมพลับแปรรูป มีศูนย์ให้ซื้อสินค้าของฝาก และที่พักแบบโฮมสเตย์ทั้งในชุมชน และในเขตเมืองเก่าของผิงเอ่อ

- การพัฒนาอาชีพนอกภาคการเกษตร เป็นแนวทางที่สำคัญในการแก้ไขความยากจนของประเทศสาธารณะประชาชนจีน ที่ใช้รายได้จากภาคอุตสาหกรรมเป็นการสร้างรายได้เฉลี่ยของประเทศหรือมณฑล จากตัวเลขด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมทางด้านการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมได้เพิ่มขึ้นและเป็นสินค้าหลักในการส่งออกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 จนถึงปัจจุบัน โดยรัฐบาลจะเน้นไปในพื้นที่ ๆ ไม่สามารถทำการเกษตรได้ และกลุ่มคนที่ไม่พร้อมทำการเกษตร การพัฒนาอุตสาหกรรมและการพัฒนาทักษะเพื่อเพิ่มการจ้างงาน (หวัง เต้าหมิง และวราวุฒิ เรือนคำ, 2564) จากข้อมูลสัมภาษณ์ จะเห็นได้ว่ารัฐบาลจีนจะส่งเสริมให้เรียนสายอาชีพ หรือการเข้าร่วมพัฒนาทักษะอาชีพกับภาคธุรกิจ และทำงานกับภาคธุรกิจนั้น ตามที่เจ้าหน้าที่ของบริษัทซีพีได้เล่าให้ฟังถึงโครงการพัฒนาทักษะอาชีพให้กับกลุ่มวัยรุ่นชายที่ปลดประจำการจากการเป็นทหาร มาสู่การเป็นแรงงานฟาร์ม หรือร้านค้าปลีกของบริษัท

ในส่วนนอกภาคการเกษตรของประเทศไทยไม่ได้ชัดเจนมาก เพียงแต่ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 - 2524 ) มีการยกระดับมาตรฐานการจ้างงาน ให้สถานประกอบการปรับปรุงสวัสดิการของลูกจ้าง ทั้งการรักษาพยาบาล และการจัดสรรที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อย และแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ได้ระบุว่ามีการพัฒนาอุตสาหกรรมในครัวเรือน อุตสาหกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร และธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อม (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ม.ป.ป.) และในโครงการการพัฒนาระบบสนับสนุนการทำงานเชิงพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำในพื้นที่ยุทธศาสตร์ของไทย

โมเดลแก้จนด้านแรงงาน ได้มีการจัดทำ “คลังแรงงานชุมชน” ที่พัฒนาการจากแนวคิดพื้นฐาน 4 ประการ คือ 1) ครัวเรือนยากจนขาดโอกาสในการเข้าถึงการจ้างงานที่ตรงกับทักษะของแรงงาน 2) การจ้างแรงงานของครัวเรือนยากจน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแรงงานนอกระบบ ทำให้ขาดการจัดทำเงื่อนไขการจ้างงานที่เป็นธรรมต่อผู้ถูกว่าจ้างและผู้ประกอบการต่างๆ 3) ครัวเรือนยากจน (โดยเฉพาะในเขตชุมชนเมือง) ขาดปัจจัยพื้นฐานในการประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรม และ 4) การช่วยเหลือและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างเป็นระบบจนเกิดทักษะที่จำเป็น จะทำให้แรงงานมีทางเลือกในการประกอบอาชีพและได้รับค่าจ้างที่สูงขึ้น ตัวอย่างในการศึกษาของการวิจัยในครั้งนี้ คือจังหวัดกาฬสินธุ์ ที่ดำเนินการในเขตเทศบาลเมือง ครอบคลุมมีพื้นที่ 41 ชุมชน และประชากรประมาณ 35,000 คน (ไม่รวมประชากรแฝง) ด้วยการนำเสนอระบบการจ้างงานแบบเว็บแอพพลิเคชั่น “จ้างเวียก หางาน” ที่พัฒนาโดยมหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ และมีเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์เป็นผู้ดูแลระบบให้แรงงานมีการขึ้นทะเบียนแรงงาน การแจ้งความประสงค์ต้องการแรงงานจากสถานประกอบการ และการจับคู่แรงงาน

4) การบริหารจัดการการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศจีน ได้จัดแบ่งการดำเนินการเป็น 3 ระดับ ได้แก่(ก) รัฐบาลส่วนกลาง ที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและจัดสรรทรัพยากรโครงการสนับสนุนการช่วยเหลืออย่างตรงจุด (ข) ระดับมณฑลทำหน้าที่พิสูจน์และคัดเลือกครัวเรือนยากจน จัดการฝึกอบรม ดูแลการบริหาร (ค) ระดับหมู่บ้าน พี่เลี้ยงอาสาสมัครเข้าปฏิบัติงานประจำหมู่บ้านหรือชุมชน ทำหน้าที่ตรวจสอบและปรับปรุงข้อมูลความยากจนระดับหมู่บ้านหรือชุมชน วิเคราะห์สาเหตุความยากจน กำหนดแผนชุมชนเพื่อขจัดความยากจน ทั้งราย

ปัจเจกและรายครัวเรือน โดยปฏิบัติงานร่วมกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น (ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร, 2564) และการช่วยเหลือด้านการพัฒนาการผลิตและการเป็นผู้ประกอบการจะเน้นหลัก 3-4 ประสานตามที่ได้อภิปรายข้างต้น

**การฟื้นฟูเศรษฐกิจ และป้องกันการกลับมาจนซ้ำ**

หลักจากที่รัฐบาลจีนประกาศไม่มีคนยากจนในประเทศแล้ว แต่จีนไม่ได้หยุดมาตรฐานแก้ไขความยากจน เพราะเหล่าคนพ้นจนยังมีโอกาสกลับมาจนได้อีก หากไม่ระมัดระวังในการดำเนินกิจการต่าง ๆ รวมทั้งการเผชิญกับสถานการณ์และค่าใช้จ่ายจำนวนมาก จากการเจ็บป่วย การศึกษาบุตรหลาน หรือภัยธรรมชาติ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2021 รัฐบาลจีนจึงกำหนดเป็นช่วงการฟื้นฟูชนบท ที่เน้นการพัฒนาเศรษฐกิจ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรม ระบบหลักประกันครองชีพขั้นต่ำ หลักประกันด้านการศึกษาภาคบังคับ การรักษาพยาบาลขั้นพื้นฐาน และความปลอดภัยของที่อยู่อาศัย (อดีตพี่เลี้ยงชุมชน จังหวัดไป่เซอ)

1) การพัฒนาระบบการผลิตเป็นอุตสาหกรรม มีการจัดระเบียบพื้นที่ชนบทเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของชนบท โดยด้านเศรษฐกิจ รัฐบาลได้จัดตั้งสำนักฟื้นฟูชนบทและทำงานร่วมกับภาคเอกชนเข้ามาร่วมลงทุนเพื่อพัฒนายกระดับการผลิตของชุมชนเป็นระดับอุตสาหกรรมที่มีธุรกิจเอกชนรองรับผลผลิตเพื่อแปรรูปจำหน่าย ตามที่เห็นตัวอย่างจากเมืองผิงเอ่อในจังหวัดกุ้ยหลิน ที่ส่งเสริมบริษัทเอกชนในการแปรรูปพลับแบบต่าง ๆ เข้ามาในเมือง และยกระดับเมืองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรในการมาชมสวนพลับ และแหล่งเมืองเก่า

2) การประกันการครองชีพขั้นต่ำ ที่เรียกว่า “สองหมดห่วง สามหลักประกัน” เรื่องอาหารและเครื่องนุ่งห่ม ด้วยให้เงินช่วยค่าครองชีพครอบครัวยากจน โดยในช่วงฟื้นฟู ก็ยังมีพี่เลี้ยงลงไปในชุมชน เพื่อการติดตามรายงานไปยังรัฐบาลผ่านระบบบันทึกข้อมูลของสำนักฟื้นฟูชนบท ซึ่งอดีตพี่เลี้ยงในจังหวัดไป่เซอ เล่าว่า ถ้ามีรายใดผิดปกติ หรืออยู่ในเกณฑ์ไม่ปลอดภัย รัฐบาลก็จะเข้าไปแก้ไขทันที ด้วยหลักประกันการครองชีพขั้นต่ำ และจากการบอกเล่าของเกษตรกรในจังหวัดกุ้ยหลิน เล่าว่าหากปีใดมีไม่สามารถผลิตได้ผลผลิตตามเป้าหมาย เนื่องด้วยสภาพภูมอากาศ ก็จะได้รับเงินชดเชย แต่ว่าเป็นจำนวนที่น้อยมาก เพียงแค่ประคับประคอง เกษตรกรจึงมาอาชีพเสริมด้านการเป็นพ่อค้ารับซื้อผลผลิตส่งธุรกิจการเกษตร โดยเฉพาะธุรกิจจำหน่ายผลผลิตการเกษตรแบบออนไลน์

3) หลักประกันด้านการศึกษา รัฐบาลจีนมีนโยบาย “การศึกษาภาคบังคับ 9 ปี” เพื่อประกันว่าเด็กวัยเรียนและวัยรุ่นจะไม่เสียค่าเล่าเรียนและค่าธรรมเนียมเบ็ดเตล็ดเป็นเวลา 9 ปี อาจารย์ชูศักดิ์ เล่าว่าะรัฐบาลจะส่งเสริมการเรียนต่ออาชีวศึกษามากกว่ามัธยมปลาย โดยถ้าเรียนอาชีวศึกษาจะได้เงินอุดหนุนพิเศษมากกว่ามัธยมปลาย 1,500 หยวน/ปี ตลอดการเรียน 3 ปี และการเรียนระดับปริญญาตรี 4 ปี ก็จะให้เงินอุดหนุนครั้งเดียว 5,000 หยวนตลอดการศึกษา และส่งเสริมการศึกษาของนักเรียนหญิง โดยมีการจัดชั้นเรียนเฉพาะผู้หญิง และมีทุนการศึกษาให้จำนวนเงิน 3,000-4,000 หยวน/ปี และยังมีค่าครองชีพเพิ่มให้อีก 3,000 หยวน/ปี และถ้าครอบครัวยากจนไม่มีจ่าย ก็สามารถขอกู้ยืมทุนเพื่อการศึกษา และชำระคืนเมื่อจบการศึกษา

4) หลักประกันการรักษาพยาบาลขั้นพื้นฐาน ถือเป็นเรื่องสำคัญในการป้องกันการกลับมาจนซ้ำ เพราะการเจ็บป่วยทำให้ต้องมีการใช้จ่ายเงินจำนวนมาก โดยเฉพาะโรคร้ายแรง รัฐบาลจึงมี “กองทุนความช่วยเหลือโรคร้ายแรง”หรือ “กองทุนบรรเทาความทุกข์ยากจากโรคภัยไข้เจ็บ” และประกันสุขภาพ

5) ความปลอดภัยของที่อยู่อาศัย ในช่วงฟื้นฟูฯ รัฐบาลต้องเป็น “กองทุนปรับปรุงเคหะสถานทรุดโทรม”(危房改造资) จากการสังเกตการณ์ของนักวิจัย ลักษณะบ้านเรือนในเขตชนบทที่มีการทำการเกษตรในเมืองยวีหลิน และกุ้ยหลิน จะมีลักษณะเป็นตึก 3-4ชั้น แบบก่ออิฐย้าย ๆ ไม่มีการฉาบและทาสี และบางโซจะเป็นเหมือนเมืองสร้างใหม่เป็นอาคารสูงประมาณ 30 ชั้น ที่ไม่ไกลจากย่านการเกษตร

**การใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการแก้ไขความยากจน**

จากการวิเคราะห์ข้อมูล แสดงให้เห็นว่า วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนใช้ในการแก้ไขความยากจน แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มนวัตกรรม ได้แก่นวัตกรรมการบริหารจัดการการขจัดความยากจนโดยรวม และนวัตกรรมในการพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ให้คนจน

1) นวัตกรรมการบริหารจัดการการขจัดความยากจนโดยรวม มีนวัตกรรมเด่น ๆ 2 นวัตกรรม ได้แก่ การพัฒนาพื้นที่ยากจน และการจัดสวัสดิการประกันการครองชีพขั้นต่ำ การพัฒนาพื้นที่ยากจน จะเน้นในเรื่องการ(1) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนทางการพัฒนาอาชีพ และคุณภาพชีวิต ได้แก่การพัฒนาระบบชลประทานเพื่อการเกษตร การสร้างเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงชนบทออกสู่เมืองเพื่อการขนส่งผลผลิตออกสู่ตลาด และการปรับปรุงที่อยู่อาศัยที่เสื่อมโทรมและอยู่อย่างแออัด ให้เป็นบ้านปูนแบบ 3 ชั้น หรือการย้ายที่อยู่อาศัยในพื้นที่ ๆ ไม่เหมาะสมในการอยู่อาศัยและทำการเกษตร เป็นเมืองใหม่แบบอาคารสูงที่มีสวัสดิการอำนวยความสะดวกครบ (2) การจัดสวัสดิการการครองชีพขั้นต่ำ จะประกันรายได้การเกษตรขั้นต่ำให้เกษตรกร กรณีที่ผลผลิตเสียหายจากภัยธรรมชาติและราคาสินค้าตกต่ำ การสนับสนุนเงินทุนด้านการศึกษา ส่วนด้านสุขภาพจะเป็นลักษณะของการซื้อประกันสุขภาพที่ให้ประชาชนร่วมจ่าย แต่เป็นการมีประกันสุขภาพที่ครอบคลุมทั่วหน้า

2) นวัตกรรมในการพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ให้คนจน แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือภาคการเกษตร และนอกภาคการเกษตร (1) ในภาคการเกษตรจะมุ่งเน้นที่การผลิตเชิงอุตสาหกรรม โดยความร่วมมือกับภาคเอกชนเข้าช่วยทางด้านการตลาด การสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรพัฒนาการผลิตให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพเพื่อได้ราคาผลผลิตที่สูงกว่าการส่งตลาดทั่วไป โดยมุ่งเน้นเรื่องการใช้พันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ที่ให้ผลผลิตสูงที่รัฐบาลได้มีการปรับปรุงพันธุ์ที่นำมาส่งเสริม เทคนิคการเพาะปลูก และเลี้ยงสัตว์ที่ให้ผลผลิตมีคุณภาพ และการใช้เครื่องจักรกลการเกษตรทุ่นยนต์ในการทำงานแบบอัตโนมัติ ซึ่งเป็นหนึ่งในแผนพัฒนาประเทศของรัฐบาลจีนในช่วงปี พ.ศ. 2559-2563 ที่มีแผนพัฒนาการผลิตอัจฉริยะ ที่มีแผนต่อการพัฒนาความอัจฉริยะในภาคชนบท ด้วยการผลักดันการพัฒนาการผลิตอัจฉริยะในภูมิภาค การส่งเสริมยกระดับวิสาหกิจขนาดย่อมและขนาดกลาง (Small and Medium Enterprise หรือ SME) สู่ Intelligent SMEs ส่งเสริมการสร้างระบบนิเวศน์การผลิตอัจฉริยะ ส่งเสริมโครงการนำร่องการผลิตอัจฉริยะ และพัฒนากำลังคนด้านการผลิตอัจฉริยะ เป็นต้น (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2560) การ

ประสานกับภาคธุรกิจเอกชน เมื่อเทียบกับการร่วมมือกับภาคเอกชนของวิสาหกิจชุมชนของไทย ยังเป็นลักษณะความร่วมมือเฉพาะราย และรัฐบาลไม่ได้มีนโยบายส่งเสริมภาคเอกชนเข้ามาลงทุนเพื่อช่วยยกระดับการผลิตของเกษตรกรอย่างเป็นทางการ (2) การสร้างรายได้นอกภาคการเกษตร จะมี 2 ส่วน คือส่วนที่หนึ่งจะสอดคล้องกับภาคการเกษตร คือการพัฒนาทักษะแรงงาน เพื่อให้คนที่ไม่ต้องการทำการเกษตรเป็นแรงงานในภาคเอกชนที่เข้ามาดำเนินการด้านการเกษตร และการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดเล็กในท้องถิ่นเพื่อสร้างงาน รวมทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งในชุมชนและเมือง โดยชุมชนที่มีภูมิทัศน์สวยงาม การท่องเที่ยวจะเป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และใช้ลักษณะการประสานความร่วมมือกับภาคเอกชนเช่นเดียวกับการทำการเกษตร

**การอภิปรายผล แลบทสรุป**

แนวทางการแก้ไขความยากจนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนในช่วงระยะพ้นความยากจน ที่มุ่งเน้นขจัดความยากจนแบบตรงจุดและครอบคลุม ตอบคำถามงานวิจัยคำถามที่ 1 “แนวทางการแก้ไขความจนของประเทศจีน พื้นที่กว่างซี-จ้วงและประเทศไทยเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร” ในส่วนของการพิสูจน์ครัวเรือนยากจน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนทำการสำรวจตรวจทานแบบครอบคลุมพื้นที่ตามฐานข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ และมีการปรับข้อมูลให้เป็นปัจจุบันในระบบที่รัฐบาลพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ครอบคลุมทั้งประเทศเพื่อการดำเนินงานโครงการพัฒนาพื้นที่ยากจน

ส่วนประเทศไทย ข้อมูลครัวเรือนยากจนในระบบบริหารจัดการข้อมูลการพัฒนาคนจนแบบชี้เป้า หรือ TPMAP ของสภาพัฒน์ฯ ยังคนจนไม่จริงซึ่งอยู่ในระบบ (Inclusion error) และคนที่จนจริงแต่ไม่มีรายชื่ออยู่ในระบบฐานข้อมูล TPMAP (Exclusive error) และการสำรวจตรวจทานชี้เป้าคนยากจนของโครงการวิจัยการพัฒนาระบบสนับสนุนการทำงานเชิงพื้นที่เพื่อการแก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำ ได้ทำการสำรวจเพื่อค้นหาคนจน เป็นเสมือนโครงการนำร่องในการเสนอแนวคิดการชี้เป้าคนจนด้วยกรอบการดำรงชีพแบบยั่งยืนในพื้นที่ 20 จังหวัด และจัดทำเป็นฐานข้อมูล PPPconnext ก็มีการใช้เฉพาะพื้นที่เป้าหมายการวิจัย และไม่ได้มีการปรับปรุงฐานข้อมูลให้ทันสมัย ส่วนการเชื่อมโยงระบบฐานข้อมูลไปใช้ ก็เป็นเพียงจังหวัดนำร่อง ที่ประสานเชื่อมโยงกับภาคีจังหวัด ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อให้สามารถส่งต่อความช่วยเหลือครัวเรือนยากจนในกรณีเร่งด่วน (แมน ปุโรทกานนท์ และคณะ, 2565; ธีรพล สุวรรณรุ่งเรือง และคณะ, 2565)

ในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ใช้ในการแก้ไขความจน เพื่อตอบคำถามการวิจัยคำถามที่ 2 “เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ใช้ในการแก้ไขความจนของพื้นที่กว่างซี-จ้วง ที่เหมาะสมกับการนำมาใช้กับพื้นที่ความยากจนของประเทศไทยคืออะไร” วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนใช้ในการแก้ไขความยากจน ได้แก่นวัตกรรมการพัฒนาพื้นที่ยากจน ที่มุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และนวัตกรรมในการพัฒนาอาชีพและสร้างรายได้ให้คนจนด้วยระบบการผลิตเชิงอุตสาหกรรม และเศรษฐกิจการตลาด ด้วยระบบ 3-4

ประสาน ที่มีภาคการศึกษาเข้ามาทำงานชุมชนแบบเข้มข้นและประณีต ในการช่วยชุมชนสรุปปัญหา และทำข้อเสนอในการขอการสนับสนุนพัฒนาชุมชน และศักยภาพคนจนในการประกอบอาชีพ และภาคธุรกิจมาสนับสนุนงานทางด้านการพัฒนาการผลิตแบบใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และสนับสนุนด้านการตลาด ซึ่งในเวลาเดียวกัน รัฐบาลก็ได้สนับสนุนคนรุ่นใหม่ในการสร้างธุรกิจ และกลับมาพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งในการดำเนินโครงการโมเดลแก้จนของไทย ในการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเพื่อแก้จน ในส่วนของการประสานภาคธุรกิจเข้ามาหนุนช่วยทางการตลาด ยังเป็นไปตามศักยภาพของวิสาหกิจ แต่ไม่ใช่เป็นเชิงนโยบาย และไม่มีนโยบายการแทรกแซงจากภาครัฐในการให้การสนับสนุนภาคเอกชนที่เข้ามาช่วยงานแก้ไขคนจน เช่นการสนับสนุนเงินลงทุน หรือนโยบายลดหย่อนภาษี เป็นต้น ซึ่งประเทศไทยควรพิจารณาแนวทางแก้ไขความยากจนของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่นำมาปรับใช้ ให้เกิดการใช้แบบเชิงนโยบายที่มีผลบังคับใช้โดยทั่ว ไม่ใช่แค่ในพื้นที่วิจัยของภาคการศึกษา และนโยบายการแทรกแซงในห่วงโซ่คุณค่าเพื่อแก้จนกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ และที่สำคัญคือการพัฒนาศักยภาพคนจนในการเข้าถึงโอกาสทางการศึกษาเพื่อเพิ่มทักษะต่าง ๆ รวมทั้งความสามารถทางสารสนเทศ (Information literacy) และความสามารถทางดิจิทัล (Digital literacy) เพื่อการเพิ่มทุนมนุษย์ การเข้าถึงทุนทางการเงินเพื่อการยกระดับการผลิต และทุนทางกายภาพ โดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัล และเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจของชุมชนตามกระแสของเศรษฐกิจโดยรวม ร่วมถึงเพิ่มขีดความสามารถเชื่อมโยงไปสู่การค้าขายกับประเทศจีน หรือประเทศอื่น ๆ ผ่านทางแพลตฟอร์มการค้าขายข้ามพรมแดน (Cross border e-Commerce) เพื่อยกระดับรายได้ของวิสาหกิจชุมชน และลดความเหลื่อมล้ำกับคนเมือง หรือกลุ่มคนรายได้ที่สูงกว่าเส้นความยากจน หรือใต้เส้นความยากจน

## บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2560). *Factsheet สาธารณรัฐประชาชนจีน.* สืบค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2566, จาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/220366/220366.pdf.

เจี๋ย หยาง, กีรติพร จุฑาวิริยะ และจักรพันธ์ เกตุชุมแสง. (2560). พลวัตด้านนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลจีน. *13th International Conference on Humanities & Social Sciences 2017*, 2055-2068.

ธีรพล สุวรรณรุ่งเรือง และคณะ. (2565). *โครงการขยายผลการพัฒนาระบบสนับสนุนการทำงานเชิงพื้นที่เพื่อการแก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำ.* รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. มูลนิธิเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่.

พสุภา ชินวรโสภาค. (2564). ที่มาของการแก้ปัญหาความยากจนของจีน. *วิทย์ไมตรีไทย-จีน*, (มกราคม 2564). 6-14.

ไพจิตร วิบูลย์ธนสาร. (2564). เมื่อมังกรหลุดพ้นจากความยากจน. *ศูนย์วิจัยยุทธศาสตร์ไทย-จีน*, สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ.

แมน ปุโรทกานนท์ และคณะ. (2565). *โครงการพัฒนาระบบสนับสนุนการทำงานเชิงพื้นที่เพื่อการแก้ไขปัญหาความยากจนแบบเบ็ดเสร็จและแม่นยำระยะที่ 2*. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. มูลนิธิเพื่อการบริหารจัดการน้ำแบบบูรณาการ (ประเทศไทย).

ลี ซินฮอง, รัดเกล้า เปรมประสิทธิ์ม ฟ้ารุ่ง มีอุดร และนพรัตน์ รัตนประทุม. (2565). ถอดบทเรียนความสำเร็จของนยายแก้ไขปัญหาความยากจนในชนบทของจีน. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ, 9*(1). 230-248.

ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทย-จีน. (10 มกราคม 2563). *โมเดลรัฐร่วมเอกชน: กุ้ยโจวดึงจุดแข็งทรัพยากรท้องถิ่นดึงคนพ้นความยากจน*. THAIBIZCHINA.COM. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2565, จาก https://thaibizchina.com.article/โมเดลรัฐร่วมเอกชน-กุ้ย-2.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *รายงานวิเคราะห์สถานการณ์ความยากจนและความเหลื่อมล้ำของประเทศไทย ปี 2564.* กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *สรุปวิวัฒนาการของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่1-13.* สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565, จาก https://www.nesdc.go.th/article_attach/article_file_20191018111514.pdf.

หวัง เต้าหมิง และวราวุฒิ เรือนคำ. (2564). วิเคราะห์แนวคิดนโยบายลดความยากจนของประธานาธิบดี สี จิ้นผิง. *วารสารสุทธิปริทัศน์, 35*(3). 249-270.

Action for Enterprise. (2013). *A short guide to pro-poor value chain program design. Arlington.* VA, USA.

Guo, B. (2022). Decoding the Rising of Chinese Internet Firms. เอกสารประกอบการอบรมออนไลน์ เรื่อง Enterprise Transformation in Digital Era. สถาบันผู้นำไทย-จีน, มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.

GTZ. (2007). *Value links manual, The methodology of value chain promotion.* GTZ.

Krantz, L. (2001). *The sustainable livelihood approach to poverty reduction, An introduction.* Sweden: Sida

Lin, J.Y., and Yu, M. (2011). Industrial structural upgrading and poverty reduction in China. In *China's Statistical Yearbook 2011*.

Mai, Q, Zhen, F. (2021). 旅游电商理念下乡村旅游与精准扶贫的融合模式研究, [การศึกษารูปแบบการบูรณาการการท่องเที่ยวชุมชนและการแก้ปัญหาความยากจนแบบมตรงเป้าภายใต้แนวคิดอี

คอมเมิร์ซการท่องเที่ยว]. *วารสารมหาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตรจี๋หลิน, 5*(30 ตุลาคม 2564).

Pinduoduo. (2022). *Corporate Social Responsibility.* Retrieved 24 April 2023, from https://en.pinduoduo.com/responsibility.

UNDP. (2017). *Guidance Note: Application of the Sustainable Livelihoods Framework in Development Projects.* UNDP.

UNIDO. (2011). *Pro-poor Value Chain Development: 25 guiding questions for designing and implementing agroindustry projects.* United Nations Industrial Development Organization (UNIDO). Vienna, Austria.

World Bank. (2023). Poverty and Inequality Platform (version 20230328_2017_01_02_PROD) [data set]. pip.worldbank.org. Accessed on 2023-08-19

Wu, X. (2022). *Data tech driven inclusive innovation.* เอกสารประกอบการอบรมออนไลน์ เรื่อง Enterprise Transformation in Digital Era. สถาบันผู้นำไทย-จีน, มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.

**กิตติกรรมประกาศ**

บทความวิจัย นี้เป็นผลการศึกษาวิจัยส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย เรื่อง “การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และค้นหาแนวทางการแก้ไขปัญหาความยากจนพื้นที่กว่างซี-จ้วง ที่เหมาะสมกับการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศไทย” ที่ได้รับทุนสนับสนุนจาก หน่วยบริหารจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.)

# ความตั้งใจและพฤติกรรมการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค ที่มีต่อการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุอาหาร

# Intention and Behaviour in Environmental Decision Making of Consumers towards Selecting Food Packaging

พวงชมพู โจนส์* นุช สัทธาฉัตรมงคล นราภรณ์ ธรรมดี และ นันทวุฒิ ครุฑา
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
18/18 ถ.เทพรัตน์ กม.18 ต.บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
Puangchompoo Jones, Nuch sattachatmongkol, Naraporn Thammadee and Nuntawut Kruta
Faculty of Business Administration, Huachiew Chalermprakiet Uinversity
18/18 Debaratna Rd, Bang Chalong, Bang Phli District, Samut Prakan 10540
E-mail: puangchom.j@hcu.ac.th

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอาหารในประเด็นของความตั้งใจและพฤติกรรมการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุอาหาร เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มอาหารนำไปตัดสินใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ในการสร้างมูลค่าให้กับอาหาร และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ Google form และ ส่งผ่านกลุ่มสื่อทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการสั่งอาหารที่ โดยมีแบบสอบถามที่สมบูรณ์สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 434 ตัวอย่าง ใช้สถิติเชิงพรรณนาบรรยายลักษณะของข้อมูล ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยและการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแบบเพียร์สันในการทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การตระหนักถึงความรู้สึกรับผิดชอบสิ่งแวดล้อม ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อม ปัจจัยเชิงจิตวิทยา ค่านิยมทางสังคม สถานการณ์แวดล้อม มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และความตั้งใจทางพฤติกรรมในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่แสดงออกในการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคในระดับมาก

**คำสำคัญ** : ความตั้งใจและพฤติกรรมการตัดสินใจ การตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค การเลือกบรรจุภัณฑ์อาหาร

**Abstract**

This research study involves with food packaging in terms of environmental decision-making intentions and the behavior of consumers towards selecting food packaging. To provide information for SMEs to increase the value of their products and to satisfy customers' needs. This research is quantitative research. The researcher created the questionnaire based on a literature review. Purposive sampling technique was used according to the researcher's objectives. Google form was used to and the questionnaire was sent it through social media groups related to food ordering. There were 434 completed questionnaires for data analysis. Descriptive statistics were used to describe the nature of the data. Multiple regression and Pearson correlation were used to test hypotheses. Awareness of environmental responsibility, opinions about environmental packaging, psychological factors social values, and surrounding situations that have affected on intention to use environmental packaging were found to be significant at the 0.05 level. Intention to use environmental packaging has a positive relation to expressive behavior to make decisions using environmental packaging was found to be significant at the 0.05 level.

**Keywords** : Intention and Behaviour in Decision Making, Environmental Decision Making of Consumers, Selecting Food Packaging

**บทนำ**

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise: SMEs) นับเป็นกลุ่มธุรกิจ ที่มีความหลากหลายอย่างมากทั้งในด้านขนาด ด้านการเติบโตของธุรกิจ ด้านรูปแบบการจัดตั้งกิจการ ตลอดจนด้านระดับความรู้ของเจ้าของธุรกิจ ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ได้ถึง 5,212,004 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 39.6 ของGDPทั้งประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,2560) นโยบายภาครัฐให้ความสำคัญในการส่งเสริม SME โดยกำหนดให้การพัฒนา SME เป็นวาระแห่งชาติ มีกระทรวงอุตสาหกรรมเป็นแกนหลักในการประสานงานและบูรณาการงานส่งเสริมSME ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องในรูปแบบประชารัฐ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อน SME เป็นไปในทิศทางเดียวกัน การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยจึงตั้งอยู่บนพื้นฐานการสนับสนุนกิจการเล็ก ๆ ให้เติบโตขึ้นมาอย่างแข็งแรงและ (สำนักบริหารกลาง กระทรวงอุตสาหกรรม, 2561)

แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยอยู่ในแผนที่ 5 (พ.ศ. 2566 – 2570) ต่อเนื่องมาจากแผนที่ 4 ภายใต้วิสัยทัศน์ให้ SMEs ไทย มีความเข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้ ด้วยการส่งเสริม 3 ประเด็น

คือ 1) สร้างการเติบโตให้ครอบคลุม 2) สร้างการเติบโตแบบมุ่งเป้า และ3) พัฒนาสภาพแวดล้อมให้สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจ โดยการสร้างการเติบโตให้ครอบคลุม เน้นการยกระดับให้ SMEs เข้าสู่การแข่งขันระดับโลก ด้วยการประยุกต์ใช้โมเดลการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่เพื่อความยั่งยืน (Bio–Circular–Green : BCG) เป็นการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนที่ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดจากมนุษย์ เช่น ปัญหาโลกร้อน การปล่อยมลพิษ ขยะ สารเคมี ฝุ่นพีเอ็ม2.5 โมเดล BCG จึงมุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่เดิมอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระยะแรกมุ่งให้ความสำคัญกับสาขา 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร อุตสาหกรรมพลังงานและเคมีชีวภาพ อุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ,2564) สอดรับกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ ในส่วนเป้าหมายที่ 12 การพัฒนารูปแบบการบริโภคและรูปแบบการผลิตอย่างมีความรับผิดชอบในทุกๆที่ในโลกในประเด็นที่เกี่ยวกับการลดปริมาณขยะอาหารทั่วโลกต่อคนลงร้อยละ 50 และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนภายในปี2573 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,2564)

แนวทางการพัฒนาการเสริมสร้างความพร้อมให้ผู้ประกอบการ SMEs ประเทศไทย เพื่อเข้าสู่การแข่งขันรูปแบบใหม่ทางเศรษฐกิจให้ความสามารถจัดการธุรกิจให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืนนั้น การเพิ่มคุณค่าทางสิ่งแวดล้อมจึงเป็นเป้าหมายหลักที่สำคัญ งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาในด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอาหารในประเด็นของความตั้งใจและพฤติกรรมการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุอาหาร เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มอาหารสามารถตัดสินใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ในการสร้างมูลค่าให้กับอาหารเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเกิดคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผู้ประกอบการSMEsกลุ่มอาหารอาจจะยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคและการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการใช้งานที่ไม่ถูกต้องและขาดความปลอดภัย (Modern Manufacturing, 2017) นอกจากนั้นบรรจุภัณฑ์อาหารยังเป็นต้นทางของของเสียที่เรียกว่า “ขยะ”ด้วย บทความของสำนักข่าวสิ่งแวดล้อมได้มีบทวิเคราะห์ของกรรมการมูลนิธิส่งเสริมการออกแบบอนาคตประเทศไทยบันทึกไว้ว่า มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นตัวเร่งให้เกิดขยะจากน้ำมือของมนุษย์ โดยเฉพาะพฤติกรรมความมักง่าย ไม่สนใจผลที่เกิดขึ้นตามมาของปัญหาขยะ ยิ่งไปกว่านั้นความฟุ่มเฟือยในการอุปโภคบริโภค การใช้ทรัพยากรอย่างไม่รู้คุณค่า การใช้บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เกินความจำเป็น ล้วนแต่เป็นสิ่งที่ทำลายสิ่งแวดล้อมทั้งสิ้น ผลจากการศึกษาปัญหาขยะทั่วโลก พบว่าร้อยละ 50 ของขยะที่ใกล้ตัวมนุษย์มากที่สุด คือ ขยะที่มาจากอาหาร และการจัดการขยะที่ดีที่สุด คือ การจัดการตั้งแต่ต้นทาง (ทีมข่าวสิ่งแวดล้อม,2560) โดยกระบวนการดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ต้องเริ่มจากการตระหนักรู้ของคนทุกคน

**วัตถุประสงค์การวิจัย**

1. ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมและบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค

2. วิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคที่มีต่อความตั้งใจและพฤติกรรมการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมที่มีต่อการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุอาหาร

**ทบทวนวรรณกรรม**

**พฤติกรรมสิ่งแวดล้อม**

พฤติกรรมสิ่งแวดล้อมเป็นพฤติกรรมในระดับจิตสำนึกที่ผู้นั้นแสดงออกอย่างมีเป้าหมายที่ต้องการลดผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้นในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมสิ่งแวดล้อมจึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสิ่งเร้าทั้งภายนอกและภายในจิตใจของบุคคลนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นการเสียสละเวลาและความสะดวกที่เคยมีเพื่อมาทำในสิ่งที่สังคมได้ประโยชน์ หากมองในมุมมองด้านจิตวิทยาแล้ว การส่งเสริมหรือโน้มน้าวให้บุคคลมีพฤติกรรมสิ่งแวดล้อมจึงเป็นไม่ใช่เรื่องง่าย (Stewart, 2007; Groot and Stege, 2009) ถ้าบุคคลมีความรู้หรือได้รับข้อมูลสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัดสินใจทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นเช่นกัน (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2558) Hines, Hungerford and Tomera (1986) และนักวิชาการอีกหลายท่าน ได้นำเสนอโมเดลพฤติกรรมรับผิดชอบทางสิ่งแวดล้อมและพบตัวแปรที่ผลต่อพฤติกรรมสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ (กองส่งเสริมและสนับสนุนองค์การอิสระด้านสิ่งแวดล้อม, 2558) ได้แก่1) ความรู้เกี่ยวกับประเด็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม 2)ความรู้เกี่ยวกับการกระทำ 3)การตระหนักถึงความสามารถในการควบคุม 4)ทัศนคติที่มีต่อสิ่งแวดล้อม 5)การแสดงออกถึงความมุ่งมั่นด้วยวาจา 6)ความรู้สึกรับผิดชอบของคนแต่ละคน 7)ค่านิยมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม และ 8) ปัจจัยในด้านสถานการณ์

**การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม**

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคนั้นมีหลากหลายรูปแบบ เช่น การสนับสนุนบริษัทที่มีภาพลักษณ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Albayrak et al., 2013; Schlegelmilch et al., 1996) การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอาจถูกจูงได้ด้วยหลายปัจจัย เช่น การตระหนักรู้ถึงความรับผิดชอบของตนเองที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ความอยากรู้อยากเห็น ความตั้งใจที่จะลดผลกระทบต่อทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดและต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนั้นยังมีงานวิจัยในอดีต ที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย ราคา รายการส่งเสริมการขาย รวมถึงภาพลักษณ์ทางสังคม ล้วนมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Vermeir and Verbeke, 2004;จุฑาทิพย์ อินทรภักดิ์ ,2562) นอกจากนั้นยังมีวิจัยของ Nu´ñez-Cacho and et.al (2020) ที่พบว่า ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจหมุนเวียน และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ตระหนักรู้เรื่องความยั่งยืนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

**การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม**

บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่หลักในการปกป้องผลิตภัณฑ์ ห่อหุ้มให้คงสภาพเดิม ช่วยรักษาคุณภาพ อำนวยความสะดวกในการขนส่งผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค การออกแบบและเลือกสรรชนิดของวัสดุที่ใช้นอกจากความสวยงาม ต้องคำนึงความเหมาะสมกับชนิด ลักษณะของผลิตภัณฑ์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2559) ยังต้องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงต้องคำนึงถึงความสะดวกในการกำจัดขยะและการรักษาปริมาณทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์จึงความจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เป็นเป็นตัวกระตุ้นที่สำคัญประการหนึ่ง ที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อและยังสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ซื้อ (วรดิษ กาญจนอัครเดช,2550) อีกทั้งรูปร่างและลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ยังสามารถสื่อความหมายไปยังผู้บริโภคให้รับถึงคุณค่าและคุณภาพอีกด้วย (Ampuero and Vila,2006) สัดส่วนของรูปทรง สี และวัสดุที่ใช้ของบรรจุภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ (Esmailpour and Rajabi,2016)

**บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม**

บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco-Packaging) ผลิตออกมาโดยคำนึงถึงความเป็นมิตรและปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม มีการเลือกใช้วัตถุดิบในกระบวนการผลิตจากธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายหรือนำกลับมาใช้ใหม่บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมสามารถนำมาใช้งานได้หลากหลายและจัดประเภทได้ ดังนี้ 1)บรรจุภัณฑ์กินได้ช่วยลดปริมาณขยะ 2) บรรจุภัณฑ์สร้างสรรค์ สามารถนำไปใช้และยังเป็นตัวแทนในการสื่อสารแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ได้ด้วย 3) บรรจุภัณฑ์ไบโอ ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ และ 4) บรรจุภัณฑ์รีไซเคิล เกิดจากการนำขยะมาผ่านกระบวนการแปรสภาพเป็นวัสดุใหม่ (เอ็ม.ไอ.ดับบลิว.กรุ๊ป,2565) สำหรับผู้ประกอบการ SMEs พบว่า การตัดสินใจใช้บรรจุภัณฑ์นั้น ยังคำนึงถึงเฉพาะต้นทุน เน้นของถูก แต่ขาดคุณภาพทำให้เกิดการใช้งานที่ไม่ถูกต้องขาดความปลอดภัย (Modern Manufacturing,2017) และไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการส่งเสริมให้ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งยังสามารถสร้างคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย (พิริยาภรณ์ อันทองและศุภกร เอกชัยไพบูลย์, 2559)

**สมมติฐาน**

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการบรรยายลักษณะของข้อมูล และใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) และ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Analysis) โดยงานวิจัยนี้มีสมมติฐานทั้งหมด 7 ข้อ ดังนี้

1. การตระหนักถึงความรู้สึกรับผิดชอบสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง
2. ความรู้เกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

4. ปัจจัยเชิงจิตวิทยามีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

5. ค่านิยมทางสังคมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุ

6. อาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

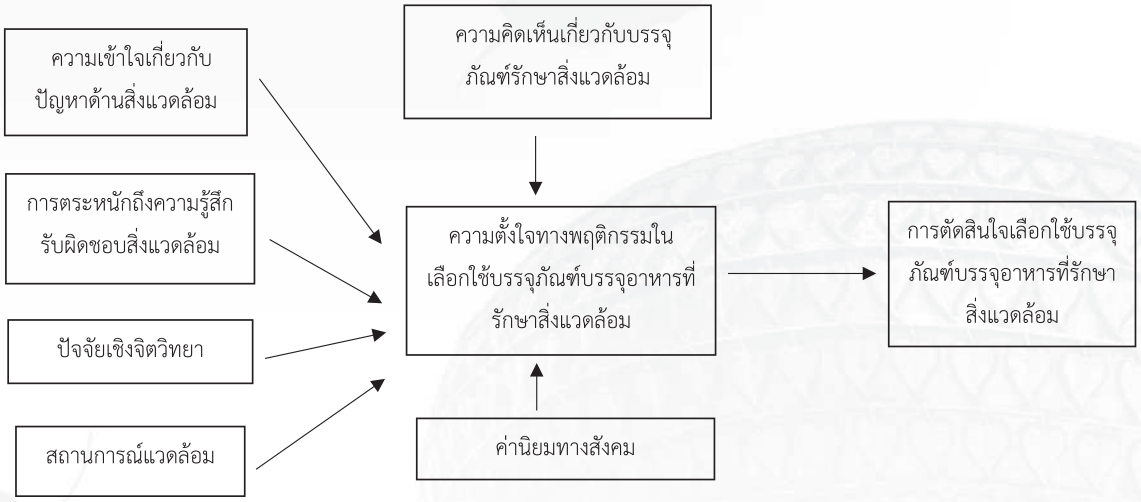
7. สถานการณ์แวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุ

8. อาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

9. ความตั้งใจทางพฤติกรรมในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่แสดงออกในการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

**กรอบแนวคิดการวิจัย**

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นผู้วิจัยได้กำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้




**ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย**

**ที่มา**: ดัดแปลงจาก Hines, Hungerford and Tomera (1986) Model of Responsible Environmental Behavior. Schwarthz and Bilsky (1987) Toward a universal psychological structure of human values. Schwartz (1992) Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries.

**วิธีการวิจัย**

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยประยุกต์เชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกผู้บริโภคจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้สูตร W.G. cochran (1953) และเก็บข้อมูลสำรอง 10% รวมเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 440 ตัวอย่าง โดยที่มีข้อมูลที่สมบูรณ์และนำมาใช้จำนวนทั้งสิ้น 434 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling Technique) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบตามวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย (Purposive Sampling Technique) และทำการส่งแบบสอบถามผ่าน Google Form ผ่านกลุ่มสื่อทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการสั่งอาหาร

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 2 ท่าน และตรวจสอบจริยธรรมการวิจัยในคน โดยดำเนินการขอการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน สาขาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ได้รับการรับรองโครงการวิจัยและแบบสอบถาม ลงวันที่ 2 กรกฎาคม 2564 ทดสอบความเชื่อมั่นผ่านการใช้ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบัคอัลฟา (Cronbach's Alpha) ก่อนทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาความเชื่อมั่นของแบบสอบ 4 ส่วน เท่ากับ 0.821,0.853,0.910 และ0.876 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.7 อยู่ในเกณฑ์ที่น่าเชื่อถือ

**สรุปผลการวิจัย**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 434 คน พบว่าร้อยละ 80 เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 35 ปี มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 85,000 บาท ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 65) และประกอบอาชีพในบริษัทเอกชน สำหรับผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างกรอบแนวคิดของการศึกษา พบว่า การตระหนักถึงความรู้สึกรับผิดชอบสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 4.22 ความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 3.88 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 4.57 ปัจจัยเชิงจิตวิทยามีค่าเฉลี่ย 4.14 ปัจจัยด้านสถานการณ์แวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 4.10 ค่านิยมทางสังคมมีค่าเฉลี่ย 3.74 ความตั้งใจทางพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 4.38 และ พฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมที่แสดงออกมีค่าเฉลี่ย 4.03

ผลการทดสอบสมมติฐานทั้งหมด 7 สมมติฐาน โดยสมมติฐานที่ 1 – 6 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) สมมติฐานที่ 7 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation)

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1** การตระหนักถึงความรู้สึกรับผิดชอบสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

$H_0$ การตระหนักถึงความรู้สึกรับผิดชอบสิ่งแวดล้อมไม่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

$H_1$ การตระหนักถึงความรู้สึกรับผิดชอบสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการ บรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 1**

| Coefficients[a] | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Unstandardized Coefficients B | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
| (Constant) | .990 | .269 | | 3.683 | .000 |
| A2.1 | .118 | .055 | .113 | 2.127 | .034 |
| A2.2 | .125 | .063 | .111 | 1.986 | .048 |
| A2.3 | .095 | .052 | .098 | 1.833 | .067 |
| A2.4 | -.081 | .044 | -.096 | -1.833 | .067 |
| A2.5 | .114 | .052 | .115 | 2.180 | .030 |
| A2.6 | .019 | .025 | .032 | .740 | .460 |
| A2.7 | .084 | .058 | .080 | 1.449 | .148 |
| A2.8 | .126 | .061 | .121 | 2.060 | .040 |
| A2.9 | .098 | .051 | .109 | 1.932 | .054 |
| A2.10 | -.009 | .027 | -.015 | -.341 | .733 |
| A2.11 | .076 | .031 | .110 | 2.442 | .015 |

a.Dependent Variable: ความตั้งใจทางพฤติกรรม

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|
| .549[a] | .301 | .283 | .601 |

A2.1 คนที่ต้องเผชิญภาวะความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมจะมีความห่วงใยในสิ่งแวดล้อม

A2.2 ท่านให้ความสนใจกับประเด็นนโยบายสาธารณะ โดยเฉพาะนโยบายสิ่งแวดล้อม

A2.3 ท่านให้การสนับสนุนหรือยอมรับนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของรัฐบาล

A2.4 กิจกรรมด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่มีค่าใช้จ่ายมาก

A2.5 การส่งหนังสือร้องเรียนเกี่ยวกับประเด็นสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ไม่ควรละเลย

A2.6 ท่านยอมเสียสละความสะดวกสบายส่วนตัวเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

A2.7 การให้การสนับสนุนองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมเป็นหน้าที่ของทุกคน

A2.8 การเข้าร่วมในการเรียกร้องต่างๆเพื่อพิทักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ทุกคนควรทำ

A2.9 ท่านคิดว่าการห่วงใยด้านสิ่งแวดล้อมสร้างคุณค่าทางจิตใจ

A2.10 ท่านคิดว่าการมีส่วนร่วมในองค์กรพัฒนาเอกชนด้านสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ดี

A2.11 ท่านยอมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้ หากสิ่งนั้นทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น

จากตารางที่ 1 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักถึงความรู้สึกรับผิดชอบสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0.549 (R) มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และการตระหนักถึงความรู้สึกรับผิดชอบสิ่งแวดล้อมสามารถทำนายความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารด้านการค้นหาข้อมูล ได้ร้อยละ 30.00 (R Square) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 70.00 เกิดจากปัจจัยอื่น จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ ผู้ที่ต้องเผชิญภาวะความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมจะมีความห่วงใยในสิ่งแวดล้อม (A2.1) ความสนใจกับประเด็นนโยบายสาธารณะ โดยเฉพาะนโยบายสิ่งแวดล้อม (A2.2)การส่งหนังสือร้องเรียนเกี่ยวกับประเด็นสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ไม่ควรละเลย (A2.5) , การเข้าร่วมในการเรียกร้องต่างๆเพื่อพิทักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ทุกคนควรทำ (A2.8) และ การยอมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้ หากสิ่งนั้นทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น (A2.11) มีค่า Sig. = 0.034, 0.048, 0.030, 0.040 และ 0.015 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่าตัวแปรทั้งหมดที่กล่าวมา มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถเขียนซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

Intention = B0 + B1(A2.1) + B2(A2.2) + B5(A2.5) + B8(A2.8) + B11(A2.11)

= 0.990+0.118+.0125+0.114+0.126+0.076

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่า การตระหนักรู้ในการเผชิญภาวะความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมจะมีความห่วงใยในสิ่งแวดล้อม ผู้ที่ต้องเผชิญภาวะความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมจะมีความห่วงใยในสิ่งแวดล้อม ผู้ที่มีความสนใจกับประเด็นนโยบายสาธารณะโดยเฉพาะนโยบายสิ่งแวดล้อมการส่งหนังสือร้องเรียนเกี่ยวกับประเด็นสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ไม่ควรละเลย ผู้ที่มีการเข้าร่วมในการเรียกร้องต่างๆเพื่อพิทักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ทุกคนควรทำ และ ผู้ทีมีการยอมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆได้หากสิ่งนั้นทำให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้นมีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.118, 0.125,0.114,0.126 และ 0.076 หมายความว่า หากมีการตระหนักรู้ในตัวแปรข้างต้น จะมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารเพิ่มขึ้น 0.118, 0.125,0.114,0.126 และ 0.076 หน่วย ตามลำดับ

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2** ความรู้เกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหาร

H0 ความรู้เกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

H1 ความรู้เกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 2**

Coefficients[a]

| | Unstandardized Coefficients B | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| (Constant) | 3.642 | .169 | | 21.562 | .000 |
| A2.12 | .114 | .037 | .160 | 3.077 | .002 |
| A2.13 | .041 | .038 | .060 | 1.059 | .290 |
| A2.14 | .018 | .043 | .029 | .408 | .684 |
| A2.15 | .012 | .043 | .019 | .284 | .776 |

a.Dependent Variable: ความตั้งใจทางพฤติกรรม

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|
| .215[a] | .046 | .037 | .697 |

A2.12 ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน

A2.13 ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมไม่สามารถมองเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม

A2.14 ระบบด้านสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องซับซ้อนเข้าใจได้ยาก

A2.15 ความซับซ้อนด้านสิ่งแวดล้อมเป็นอุปสรรคต่อความคิดฯ

จากตารางที่ 2 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0. 215 (R) มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับน้อย และความรู้เกี่ยวกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมสามารถทำนายความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารด้านการค้นหาข้อมูล ได้ร้อยละ 4.6 (R Square) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 95.4 เกิดจากปัจจัยอื่น จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สามารถสรุปได้ว่า ผู้ที่มีความรู้ว่าปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน (A2.12) มีค่า Sig. = 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรดังกล่าว มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถเขียนซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

Intention = B0 + B1(A2.12)

= 0.3642+0.114

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่า ผู้ที่มีความรู้ว่าปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่ไม่ได้เกิดขึ้นอย่างฉับพลันมีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.114 หมายความว่า หากมีความรู้ในตัวแปรดังกล่าวน จะมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารเพิ่มขึ้น 0.114 หน่วย

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3** ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

$H_0$ ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมไม่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

$H_1$ ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 3**

| | Coefficients[a] | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Unstandardized Coefficients B | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
| (Constant) | .571 | .302 | | 1.890 | .059 |
| B3.1 | .057 | .043 | .066 | 1.341 | .181 |
| B3.2 | .005 | .058 | .005 | .079 | .937 |
| B3.3 | -.002 | .075 | -.001 | -.023 | .982 |
| B3.4 | .159 | .087 | .118 | 1.817 | .070 |
| B3.5 | .217 | .069 | .192 | 3.159 | .002 |
| B3.6 | .178 | .069 | .148 | 2.585 | .010 |
| B3.7 | .019 | .059 | .018 | .323 | .747 |
| B3.8 | .142 | .037 | .178 | 3.867 | .000 |
| B3.9 | -.040 | .038 | -.049 | -1.050 | .294 |
| B3.10 | -.005 | .032 | -.007 | -.157 | .875 |
| B3.11 | .062 | .061 | .056 | 1.008 | .314 |
| B3.12 | .033 | .052 | .031 | .627 | .531 |

a.Dependent Variable: ความตั้งใจทางพฤติกรรม

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|
| .566[a] | .321 | .301 | .594 |

B3.1 บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมไม่ควรมีส่วนประกอบอื่นๆ ที่เป็นอันตราย

B3.2 บรรจุภัณฑ์ควรนำมาใช้ซ้ำได้

B3.3 บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมควรมีความสวยงาม

B3.4 บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่เหมาะสมกับการบรรจุอาหารที่ไม่มีน้ำหรือน้ำมัน

B3.5 บรรจุภัณฑ์ควรทำมาจากวัตถุดิบที่ทำมาจากวัสดุตามธรรมชาติ

B3.6 บรรจุภัณฑ์ควรมีส่วนประกอบที่เหมาะสม ไม่ใช้วัสดุมากเกินความจำเป็น

B3.7 บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมควรมีความสะดวกในการใช้

B3.8 บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมควรไม่ควรมีราคาสูงเกินไป

B3.9 บรรจุภัณฑ์ควรสามารถนำไปเข้ากระบวนการผลิตใหม่ได้

B3.10 บรรจุภัณฑ์ต้องมีลักษณะที่เหมาะสมกับการบรรจุอาหาร

B3.11 บรรจุภัณฑ์ควรนำกลับมาผลิตใหม่ได้

B3.12 บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถกำจัดทิ้งได้อย่างปลอดภัย

จากตารางที่ 3 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0.566 (R) มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมสามารถทำนายความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารด้านการค้นหาข้อมูล ได้ร้อยละ 32.00 (R Square) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 68.00 เกิดจากปัจจัยอื่น จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ ความคิดเห็นที่ว่าบรรจุภัณฑ์ควรทำมาจากวัตถุดิบที่ทำมาจากวัสดุตามธรรมชาติ (B3.5) ความคิดเห็นที่ว่าบรรจุภัณฑ์ควรมีส่วนประกอบที่เหมาะสม ไม่ใช้วัสดุมากเกินความจำเป็น (B3.6) ความคิดเห็นที่ว่าบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมควรไม่ควรมีราคาสูงเกินไป (B3.8) มีค่า Sig. = 0.002, 0.010 และ 0.000 ตามลำดับ หมายความว่าตัวแปรทั้งหมดที่กล่าวมา มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถเขียนซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

Intention = B0 + B5(B3.5) + B6(B3.6) + B8(B3.8)

= 0.571+0.217+0.178+0.142

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่าความคิดเห็นที่ว่าบรรจุภัณฑ์ควรทำมาจากวัตถุดิบที่ทำมาจากวัสดุตามธรรมชาติ บรรจุภัณฑ์ควรมีส่วนประกอบที่เหมาะสม ไม่ใช้วัสดุมากเกินความจำเป็น และบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมควรไม่ควรมีราคาสูงเกินไป มีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.217, 0.178 และ 0.142 หมายความว่า หาก

มีความคิดเห็นในทางบวกตามตัวแปรข้างต้น จะส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารเพิ่มขึ้น 0.217, 0.178 และ 0.142 หน่วย ตามลำดับ

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4** ปัจจัยเชิงจิตวิทยามีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

$H_0$ ปัจจัยเชิงจิตวิทยาไม่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษา สิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

$H_1$ ปัจจัยเชิงจิตวิทยามีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษา สิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 4**

Coefficients[a]

| | Unstandardized Coefficients B | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| (Constant) | 1.697 | .183 | | 9.250 | .000 |
| C4.1 | .090 | .039 | .119 | 2.303 | .022 |
| C4.2 | .027 | .033 | .040 | .818 | .414 |
| C4.3 | -.010 | .040 | -.015 | -.253 | .800 |
| C4.4 | .060 | .036 | .081 | 1.648 | .100 |
| C4.5 | .149 | .051 | .169 | 2.919 | .004 |
| C4.6 | .312 | .052 | .346 | 5.991 | .000 |

a. Dependent Variable: ความตั้งใจทางพฤติกรรม

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|
| .588[a] | .345 | .336 | .579 |

C4.1ปัญหาจากมลภาวะรูปแบบต่างๆ ทำให้ท่านตระหนักถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

C4.2 คนในครอบครัวของท่านมักเลือกซื้ออาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

C4.3 ที่ทำงานของท่านมีนโยบด้านการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน

C4.4 การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม ให้ได้รับการยอมรับจากสังคม

C4.5 ปัญหาจากภัยธรรมชาติทำให้ท่านตระหนักถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

C4.6 ผู้คนรอบๆ ตัวท่าน มักเลือกซื้ออาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม

จากตารางที่ 4 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงจิตวิทยามีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0.5 88 (R) มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยเชิงจิตวิทยาสามารถทำนายความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหาร ได้ร้อยละ 34.50 (R Square) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 65.50 เกิดจากปัจจัยอื่น จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ ปัญหาจากมลภาวะรูปแบบต่างๆ ทำให้ท่านตระหนักถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม (C4.1)) ปัญหาจากภัยธรรมชาติทำให้ท่านตระหนักถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม(C4.5) ผู้คนรอบๆ ตัวท่าน มักเลือกซื้ออาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม (C4.6) มีค่า Sig. = 0.022, 0.004 และ 0.000 ตามลำดับ หมายความว่าตัวแปรทั้งหมดที่กล่าวมา มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถเขียนซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

Intention = B0 + B1(C4.1) + B5(C4.5) + B6(C4.6)

= 1.697+0.90+0.149+0.312

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่าปัญหาจากมลภาวะรูปแบบต่างๆ ทำให้ท่านตระหนักถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ปัญหาจากภัยธรรมชาติทำให้ท่านตระหนักถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม และ การที่ผู้คนรอบๆ ตัวท่านมักเลือกซื้ออาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.217, 0.178 และ 0.142 หมายความว่า ปัจจัยเชิงจิตวิทยาตามตัวแปรข้างต้น จะส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารเพิ่มขึ้น 0.090, 0.149 และ 0.312 หน่วยตามลำดับ

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5** ค่านิยมทางสังคมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

$H_0$ ค่านิยมทางสังคมไม่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษา สิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

$H_1$ ค่านิยมทางสังคมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษา สิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 5**

Coefficients[a]

| | Unstandardized Coefficients B | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| (Constant) | 2.638 | .170 | | 15.489 | .000 |
| C4.7 | .146 | .040 | .205 | 3.672 | .000 |
| C4.8 | .010 | .037 | .014 | .260 | .795 |
| C4.9 | .093 | .034 | .147 | 2.772 | .006 |
| C4.10 | -.056 | .035 | -.092 | -1.612 | .108 |
| C4.11 | .228 | .042 | .284 | 5.360 | .000 |

a.Dependent Variable: ความตั้งใจทางพฤติกรรม

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|
| .460[a] | .211 | .202 | .635 |

C4.7 ร้านอาหารที่ท่านใช้บริการ ใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมเมื่อท่านซื้ออาหารไปกินนอกร้านมี ส่วนทำให้ท่านใช้บรรจุภัณฑ์ดังกล่าว

C4.8 นโยบายภาครัฐฯมีส่วนทำให้ท่านใช้บรรจุภัณฑ์อาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม

C4.9 ท่านหรือคนที่ท่านรู้จักมีปัญหาสุขภาพจากการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

C4.10 ร้านอาหารที่ท่านใช้บริการ ใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมในการบรรจุอาหารให้ท่านเท่านั้น

C4.11 ประเทศที่พัฒนาแล้วผู้คนมักให้ความสนใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีส่วนทำให้ท่านเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม

จากตารางที่ 5 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับค่านิยมทางสังคมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0.460 (R) มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยค่านิยมทางสังคมสามารถทำนายความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหาร ได้ร้อยละ 21.1 (R Square) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 79.9 เกิดจากปัจจัยอื่น จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สามารถแจกแจงรายละเอียดได้ดังนี้ ค่านิยมที่ว่าร้านอาหารที่ท่านใช้บริการ ใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมเมื่อท่านซื้ออาหารไปกินนอกร้านมีส่วนทำให้ท่านใช้บรรจุภัณฑ์ดังกล่าว (C4.7) ท่านหรือคนที่ท่านรู้จักมีปัญหาสุขภาพจากการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (C4.9) และ ประเทศที่พัฒนาแล้วมักให้ความสนใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุ

อาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม C4.11) มีค่า Sig. = 0.000, 0.006 และ 0.000 ตามลำดับ หมายความว่าตัวแปรทั้งหมดที่กล่าวมา มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถเขียนซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

Intention = B0 + B1(C4.7) + B3(C4.9) + B5(C4.11)

= 2.638+0.146+0.093+0.228

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่าค่านิยมที่ว่าค่านิยมที่ว่าร้านอาหารที่ท่านใช้บริการ ใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมเมื่อท่านซื้ออาหารไปกินนอกร้านมีส่วนทำให้ท่านใช้บรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ท่านหรือคนที่ท่านรู้จักมีปัญหาสุขภาพจากการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ ประเทศที่พัฒนาแล้วมักให้ความสนใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม ค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.146, 0.093 และ 0.228 หมายความว่า ปัจจัยด้านค่านิยมทางสังคมตามตัวแปรข้างต้น จะส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารเพิ่มขึ้น 0.146, 0.093 และ 0.228 หน่วย ตามลำดับ

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6** สถานการณ์แวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

$H_0$ สถานการณ์แวดล้อมไม่มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษา สิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

$H_1$ สถานการณ์แวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษา สิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 6**

Coefficients[a]

| | Unstandardized Coefficients B | Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|
| (Constant) | 2.434 | .175 | | 13.923 | .000 |
| C4.12 | .109 | .037 | .155 | 2.970 | .003 |
| C4.13 | .196 | .041 | .244 | 4.810 | .000 |
| C4.14 | .141 | .044 | .170 | 3.207 | .001 |
| C4.15 | .026 | .031 | .042 | .836 | .403 |

a.Dependent Variable: ความตั้งใจทางพฤติกรรม

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|
| .481a | .232 | .225 | .626 |

C4.12 หากท่านใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่รักษาสิ่งแวดล้อม ท่านจะรู้สึกแปลกแยกจากสังคมรอบด้าน

C4.13 คนที่เลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมเป็นคนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

C4.14 คนรุ่นใหม่มักใส่ใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม

C4.15 คนในสังคมให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

จากตารางที่ 6 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์แวดล้อมมีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0.481 (R) มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยค่านิยมทางสังคมสามารถทำนายความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหาร ได้ร้อยละ 23.2 (R Square) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 76.8 เกิดจากปัจจัยอื่น จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สามารถแจกแจงตัวแปรด้านสถานการณ์แวดล้อมได้ดังนี้ หากท่านใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่รักษาสิ่งแวดล้อมท่านจะรู้สึกแปลกแยกจากสังคมรอบด้าน (C4.12) คนที่เลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมเป็นคนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (C4.13) และ คนรุ่นใหม่มักใส่ใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม (C4.14) มีค่า Sig. = 0.003, 0.000 และ 0.001 ตามลำดับ หมายความว่าตัวแปรทั้งหมดที่กล่าวมา มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถเขียนซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

Intention = B0 + B1(C4.12) + B2(C4.13) + B3(C4.14)

= 2.434+0.109+0.196+0.141

จากสมการสามารถอธิบายได้ว่า สถานการณ์แวดล้อมที่ว่า หากท่านใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่รักษาสิ่งแวดล้อม ท่านจะรู้สึกแปลกแยกจากสังคมรอบด้าน คนที่เลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมเป็นคนที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และคนรุ่นใหม่มักใส่ใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อม ค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 0.109, 0.196 และ 0.141 หมายความว่า ปัจจัยด้านสถานการณ์แวดล้อมตามตัวแปรข้างต้น จะส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารเพิ่มขึ้น 0.109, 0.196 และ 0.141 หน่วย ตามลำดับ

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7** ความตั้งใจทางพฤติกรรมในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่แสดงออกในการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

$H_0$ ความตั้งใจทางพฤติกรรมในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่แสดงออกในการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

$H_1$ ความตั้งใจทางพฤติกรรมในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่แสดงออกในการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์สมมติฐานที่ 7**

Correlations

| | | ค่าเฉลี่ยรวมความตั้งใจทาพฤติกรรม | ค่าเฉลี่ยรวมพฤติกรรมที่แสดงออก |
|---|---|---|---|
| ความตั้งใจทางพฤติกรรม | Pearson Correlation | 1 | .586** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 |
| | N | 434 | 434 |
| พฤติกรรมที่แสดงออก | Pearson Correlation | .586** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | |
| | N | 434 | 434 |

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

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์พบว่า ความตั้งใจทางพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับค่าพฤติกรรมที่แสดงออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (r = - 0.586, P-value = 0.000) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในทิศททางเดียวกัน และหากพิจารณาระดับน้ำหนักความสัมพันธ์ (Determining the strength of the relationship) ตามคำแนะนำของ Cohen (1988) จะพบว่าค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก (r=.50 to 1.0)

**อภิปรายผลการวิจัย**

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ความรู้มีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกองส่งเสริมและสนับสนุนองค์การอิสระด้านสิ่งแวดล้อม (2558) ที่พบว่าถ้าบุคคลมีความรู้หรือได้รับข้อมูลสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ย่อมส่งผลต่อตัดสินใจทำกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นเช่นกัน และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Nu´ñez-Cacho and et.al (2020) ที่พบว่าความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจหมุนเวียน และ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ตระหนักรู้เรื่องความยั่งยืนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

สำหรับปัจจัยเชิงจิตวิทยานั้นจากผลการวิจัยพบว่ามีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ของ Stewart (2007) และ Groot and Stege (2009) ที่กล่าวว่ามุมมองด้านจิตวิทยาส่งผลต่อพฤติกรรมสิ่งแวดล้อมของบุคคล ในส่วนของความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ามีผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภค โดยเฉพาะในประเด็นเรื่องของวัสดุจากธรรมชาติ ไม่ใช้วัสดุเกินความจำเป็น และราคาไม่ควรสูงเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในอดีตของ Vermeir and Verbeke (2004) วรดิษ กาญจนอัครเดช (2550) และจุฑาทิพย์ อินทรภักดิ์ (2562) ซึ่งสรุปไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด มี

ความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนั้นจากผลการวิจัยยังพบว่าความตั้งใจทางพฤติกรรมในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมที่แสดงออกในการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมที่ใช้ในการบรรจุอาหารของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับการรวบรวมข้อมูลของ กองส่งเสริมและสนับสนุนองค์การอิสระด้านสิ่งแวดล้อม (2558) ที่พบว่าหนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกด้านสิ่งแวดล้อม คือความตั้งใจแสดงออกถึงความมุ่งมั่นในการรักษาสิ่งแวดล้อม

**ข้อเสนอแนะ**

จากผลการศึกษาเรื่อง ความตั้งใจและพฤติกรรมการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค ที่มีต่อการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการบรรจุอาหาร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมนั้น ผู้ประกอบการ SMEs ในกลุ่มอาหาร ควรจัดหาบรรจุภัณฑ์ควรทำมาจากวัตถุดิบที่ทำมาจากวัสดุตามธรรมชาติ เช่น ใบตอง กาบหมาก ใบบัว ไม่ใช้วัสดุมากเกินความจำเป็นในการบรรจุอาหาร และพยายามหาบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมจากต้นน้ำการผลิตเพื่อไม่ให้มีต้นทุนด้านบรรจุภัณฑ์สูงเกินไป นอกจากนั้นผู้ประกอบการผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอาหาร ควรเริ่มใช้บรรจุภัณฑ์ภัณฑ์บรรจุอาหารที่รักษาสิ่งแวดล้อมสำหรับการซื้ออาหารไปทานนอกร้านตามค่านิยมทางสังคม และยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการแสดงถึงการเป็นผู้ประกอบการที่เข้าใจปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอาหาร อาจใช้การสร้างคอนเทนต์ (Content) ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายให้เห็นถึงปัญหา จากมลภาวะ และ ภัยธรรมชาติ รวมทั้งพยายามสื่อสารผ่านคนที่ใกล้ชิดหรือคนอยู่รอบตัวกลุ่มเป้าหมาย เช่น สมาชิกในครอบครัว ผู้มีอิทธิพล (Influencer) ต่อกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากเป็นปัจจัยเชิงจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอาหารอาจต้องมีการปรับตัวในการใช้บรรจุภัณฑ์ในร้านค้าของตนเอง โดยเฉพาะหากกลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบการฯ เป็นคนกลุ่ม Gen S (Generation Sustainability) เนื่องจากเป็นปัจจัยด้านสถานการณ์แวดล้อมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์รักษาสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง

หากผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอาหาร สามารถเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้เหมาะสม กับร้านของตน เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย อาจส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของลูกต้าในการตัดสินใจซื้ออาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากความตั้งใจทางพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับค่าพฤติกรรมที่แสดงออกในระดับมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**บรรณานุกรม**

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.(2558). คนเราตัดสินใจเพื่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างไร.ส.ไพบูลย์การพิมพ์.

จุฑาทิพย์ อินทรภักดิ์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.บทความวิชาการค้นคว้าอิสระสาขาการจัดการอุตสาหกรรม. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ทีมข่าวสิ่งแวดล้อม. (2560). เมื่อปลาจะกินดาว #ขยะภาระใคร . กรุงเทพมหานคร https://greennews.agency/?p=15430.

พิริยาภรณ์ อันทอง และ ศุภกร เอกชัยไพบูลย์.(2559). Checklist พิชิตธุรกิจยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2559). การจัดการผลิตภัณฑ์และราคา . กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วรดิษ กาญจนอัครเดช และคณะ. (2550). โครงการวิจัยขนมไทยกับการบรรจุภัณฑ์ใหม่ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่สำหรับขนมไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าและสงเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาขนมไทย จังหวัดเพชรบุรี, *วารสารวิชาการคณะมัณฑนศิลป์*, มหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับที่ 2.

สำนักบริหารกลางกระทรวงอุตสาหกรรม. (2561). สรุปรายงาน การประชุม SME Transform #พร้อมเปลี่ยน ประชารัฐร่วมใจ เชื่อม SME ไทยสู่สากล.กรุงเทพมหานคร. เข้าถึงเมื่อวันที่ 30 มกราคม 2565 ,จาก http://www.industry.go.th/industry/index.php/th/about/2017-04-20-15-23-14/item/40190-2018-05-18-04-42-19#

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2564 ). BCGเป็นมาอย่างไร.เข้าถึงเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2565,จาก https://www.bcg.in.th/background/

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.(2564). เกี่ยวกับ SDGs. เข้าถึงเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2565,จาก https://sdgs.nesdc.go.th/เกี่ยวกับ-sdgs/

เอ็ม.ไอ.ดับบลิว.กรุ๊ป.(2565).รู้จักกับบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม.เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2565, จาก https://miwservices.com/eco-friendly-packaging-ideas/

Albayrak, T., Aksoy, S., & Caber, M. (2013). The effect of environmental concern and

scepticism on green purchase behavior. *Marketing Intelligence and Planning*, 31(1), 27-39.

Ampuero O., Vila N. (2006). Consumer perceptions of product packaging", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 23 Issue 2 pp. 100 – 112

Esmailpour, Majid and, Rajabi Azade (2016) .The Effect of Environment-Friendly Attitude on Consumer Perception of Usability of Product Packaging. *Journal of Applied Packaging Research* :Vol8;No2,Article6.

Groot, J. a. and Steg,L. (2009). Mean or Green: which Values can Promote Stable Pro-environmental
behaviour. Conservation Letter 2: 61-66.

Hines, J. M., Hungerford, H. R., & Tomera, A. N. (1987). Analysis and Synthesis of Research on Responsible Environmental Behavior: *A Meta-Analysis. Journal of Environmental Education*, Volume 18, 1987 - Issue 2, pp. 1-8.

Mufacturing, M. (2017). งานเสวนาสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์กับโอกาสที่ท้าทายในยุค 4.0. กรุงเทพมหานคร https://www.mmthailand.com/บรรจุภัณฑ์ไทย-ในยุค-smart-packaging/.

Nu´ñez-Cacho and et.al. (2020). Plastics and sustainable purchase decisions in a circula economy: The case of Dutch food industry. PLOS ONE,1-16 https://doi.org/10.1371/journal.pone.0239949, Access on 28 September, 2020

Ricardo Pires Goncalves. (2008). Product Characteristics and Quality Perception. Consumer Behavior.

Schlegelmilch, B.B., Bohlen, G.M., & Diamantopoulos, A. (1996). The link between green purchasing decisions and measures of environmental consciousness. *European Journal of Marketing*, 30(5), 35-55.

Stewart, A.(2007). Individual Psychology and Environmental Psychology. *The Journal of Individual Psychology*, pp.67-85.

Schwartz, H. S., & Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of personality and social psychology*, 53(3), 550.

Schwartz,H.S. (1992) Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries, *Advances in Experimental Social Psychology*, Volume 25, 1992, Pages 1-65

Vermeir, I., & Verbeke, W. (2004). Sustainable food consumption: exploring the Consumer' attitude-behavioural intention'gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19(2), 169-194.

# การประเมินมูลค่าชีวิตเชิงสถิติ ด้วยวิธีการศึกษาความเต็มใจที่จะจ่าย

# Assessing the Value of Statistical Life via Willingness-to-Pay Studies

รพี อุดมทรัพย์* วิชญุตร์ งามสะอาด และนันทิ สุทธิการนฤนัย
คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
126/1 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงรัชดาภิเษก เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร 10400
Rapee Udomsub*, Witchayut Ngamsaard and Nanthi Suthikarnnarunai
School of Engineering, University of the Thai Chamber of Commerce
126/1 Vibhavadee-Rangsit Rd., Ratchadaphisek, Dindaeng, Bangkok 10400
Email: rapee.u@gmail.com

**บทคัดย่อ**

การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินมูลค่าชีวิตเชิงสถิติ และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มจ่ายใจที่จะจ่ายเพื่อการได้รับบริการทางการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาที โดยใช้เทคนิคสมมติเหตุการณ์ให้ประมาณค่า (Contingent Valuation Method) ด้วยรูปแบบคำถามปลายปิดแบบเสนอราคา 2 ครั้ง (Double-bounded dichotomous choice) โดยวิธีประมาณค่าทางสถิติแบบ Maximum Likelihood Estimation (MLE) กลุ่มตัวอย่าง 400 ราย พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการกำหนดความเต็มใจที่จะจ่ายของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ระดับรายได้ของสมาชิกในครัวเรือน อาชีพ การมีสมาชิกในครอบครัวเคยเกิดอุบัติเหตุฉุกเฉิน เคยเกิดอุบัติเหตุทั่วไป และจำนวนเด็กและผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในครอบครัว ความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อให้ได้รับบริการการการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาที มีมูลค่าเฉลี่ยเท่ากับ 530.63 บาทต่อครั้ง มูลค่าชีวิตเชิงสถิติของผู้ป่วยฉุกเฉินมีค่าประมาณ 4.2 ล้านบาทต่อคน

**คำสำคัญ** : การประเมินมูลค่าชีวิตเชิงสถิติ ความเต็มใจที่จะจ่าย การสมมติเหตุการณ์ให้ประมาณค่า

**Abstract**

This research study aims to assess the value of statistical life and examine the factors influencing the willingness to pay for emergency medical services within an 8-minute timeframe, utilizing the Contingent Valuation Method employing the double-bounded dichotomous choice format. Statistical estimation methods, such as Maximum Likelihood Estimation (MLE) with a sample group comprising 400 individuals. The findings reveal that significant factors affecting the willingness to pay within the sample group include household income, occupation, history of emergency accidents, general accidents, and the number of

children and elderly dependents within the family. The average willingness to pay for emergency medical services within 8 minutes is determined to be 530.63 Baht per occurrence, with the statistical value of life estimated at approximately 4.2 million Baht per person.

**Keywords** : Value of statistical Life (VSL), Willingness to Pay (WTP), Contingent Valuation Method (CVM)

**บทนำ**

บริการทางการแพทย์ฉุกเฉิน (Emergency Medical Service: EMS) ทำหน้าที่รับผิดชอบในการรักษาพยาบาลเบื้องต้นให้กับผู้ป่วยฉุกเฉิน ณ จุดเกิดเหตุ ก่อนจะถูกนำส่งไปรักษาต่อยังโรงพยาบาล จากสถิติขององค์การอนามัยโลก (WHO) พบว่าสาเหตุการตาย 3 อันดับแรกของโลก มีโรคหัวใจขาดเลือดเป็นสาเหตุการตายอันดับหนึ่งพบอัตราการเสียชีวิตอยู่ที่ 16% และตั้งแต่ปี 2543 มีผู้เสียชีวิตจากโรคนี้เพิ่มจาก 2 ล้านคนเป็น 8.9 ล้านคน ในปี 2563 โรคหลอดเลือดสมองเป็นสาเหตุการตายอับดับที่สอง อัตราเสียชีวิตอยู่ที่ 11% และโรคปอดเป็นสาเหตุการตายอันดับที่สาม อัตราเสียชีวิต 6% (WHO, 2019) จากข้อมูลสถิติสาธารณสุข 2564 ของสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข สาเหตุการตายอันดับหนึ่งของประเทศไทยคือ โรคมะเร็งทุกชนิด อันดับที่สองคือ โรคระบบไหลเวียนโลหิตและพบว่ามีอัตราการตายต่อประชากรแสนคนเพิ่มสูงขึ้น ในปี 2560 มีอัตราการตาย 103.7 คนต่อประชากรแสนคน ได้เพิ่มขึ้นเป็น 116.3 คนต่อประชากรแสนคน ในปี 2564 และลำดับที่ 3 คือ โรคระบบทางเดินหายใจ ซึ่งสอดคล้องกับการรายงานของ WHO

ประเทศไทยมีการให้บริการการแพทย์ฉุกเฉินครอบคลุมทุกจังหวัด นับตั้งแต่มีการจัดตั้งระบบการแพทย์ฉุกเฉินอย่างเป็นทางการ ในปี พ.ศ. 2551 หน่วยงานที่ทำหน้าที่กำกับดูแลคือสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ ดำเนินงานในฐานะที่เป็นหน่วยงานของรัฐทำหน้าที่ประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อลดอาการเจ็บป่วยที่จะรุนแรงเพิ่มขึ้นและลดอัตราการตายของผู้ป่วยฉุกเฉินอันมีสาเหตุจากความล่าช้าในการประสานงานเพื่อให้ชุดปฏิบัติการการแพทย์ฉุกเฉินเข้าถึง ณ จุดเกิดภายในเวลา 8 นาทีนับจากมีการรับแจ้งเหตุ ในแต่ละพื้นที่ของประเทศไทยจะมีความสามารถและศักยภาพในการเข้าถึงผู้ป่วยฉุกเฉิน ณ จุดเกิดเหตุที่แตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมและความพร้อมที่มีอยู่ (ชมพูนุท อ่ำช้าง, 2564) ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างแท้จริงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564 มีประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะอยู่อาศัยตามลำพังไม่มีลูกหลานอาศัยร่วมอยู่ด้วยเหมือนที่ผ่านมามีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ผู้สูงอายุจะมีความเสี่ยงด้านสุขภาพจากภาวะเจ็บป่วยฉุกเฉินจากโรคเรื้อรัง ในปัจจุบันตามเมืองใหญ่ที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นจะมีการเปิดสถานดูแลผู้สูงอายุแต่ยังมีค่าใช้บริการในอัตราที่สูงอยู่ ยังไม่เหมาะสำหรับผู้สูงอายุที่ขาดความพร้อมด้านกำลังทรัพย์ ผู้สูงอายุที่มีความพร้อมด้านกำลังทรัพย์แต่อาศัยอยู่ในพื้นที่ห่างไกลจากสถานดูแลผู้สูงอายุจำเป็นที่จะต้องย้าย

ที่อยู่อาศัยเพื่อให้ได้รับการดูแลทางด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ หรือต้องยอมรับความเสี่ยงจากภาวะเจ็บป่วยฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นระหว่างดำรงชีวิตจากการอาศัยอยู่ในสถานที่พักเดิม (จิตติมา จิตราภิรมณ์ และ เกนันทะเสน, 2565)

การศึกษานี้มุ่งเน้นศึกษาถึงมูลค่าชีวิตเชิงสถิติของผู้ป่วยฉุกเฉินด้วยเทคนิคสมมติเหตุการณ์ให้ประมาณค่า โดยวิธีประมาณค่าทางสถิติแบบ Maximum Likelihood Estimation (MLE) จากการได้รับบริการการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาทีหลังมีการแจ้งเหตุ เพื่อให้ทีมปฏิบัติการฉุกเฉินทำการปฐมพยาบาลเบื้องต้นเพื่อช่วยลดความรุนแรงตามอาการเจ็บป่วย และวิเคราะห์ผลทางสถิติเพื่อหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย

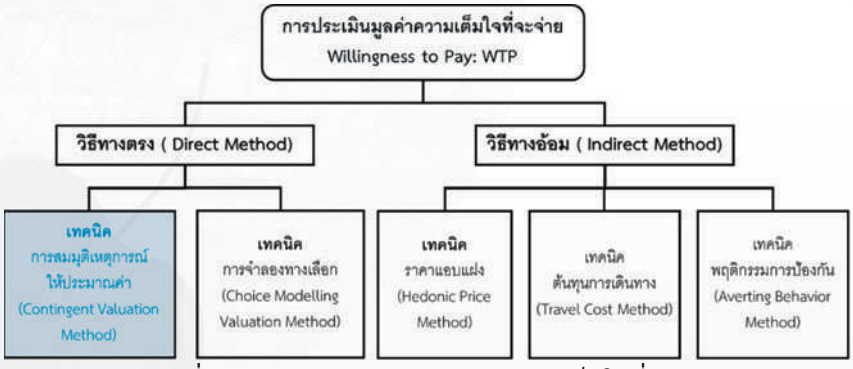
**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายของผู้รับบริการการแพทย์ฉุกเฉิน
2. เพื่อหาค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อให้ได้รับบริการการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาที
3. เพื่อประเมินมูลค่าชีวิตทางสถิติของผู้ป่วยฉุกเฉิน

**ทบทวนวรรณกรรม**

**แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเต็มใจที่จ่าย (Willingness to Pay: WTP)**

ความเต็มใจที่จะจ่าย หมายถึง ความยินดีหรือความเต็มใจของผู้บริโภคที่พร้อมจะจ่ายตามราคาของสินค้าที่ได้ระบุไว้หรือจากการได้รับบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง โดยราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายจะขึ้นอยู่กับการประเมินมูลค่าของสินค้าและบริการนั้น ๆ (ภราดร ปรีดาศักดิ์, 2550) นักเศรษฐศาสตร์ได้มีการพัฒนาวิธีสำหรับการประเมินมูลค่าและบริการให้สามารถแสดงออกมาในรูปของตัวเงิน เพื่อนำมาประเมินมูลค่าของสิ่งแวดล้อมและรวมไปถึงทรัพยากรธรรมชาติ หรือสิ่งที่ประเมินออกมาเป็นมูลค่าทางตัวเงินได้ยาก วิธีประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสามารถแบ่งออกได้ 2 วิธีหลัก คือ วิธีทางตรง และวิธีทางอ้อม




**ภาพที่ 1 เทคนิคการประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย**

**ที่มา** : Mitchell, R. C., & Carson, R. T. (1989). *Using Surveys to Value Public Goods: The Contingent Valuation Method*. Resources for the Future. Washington DC.

**เทคนิคการสมมุติเหตุการณ์ให้ประมาณค่า (Contingent Valuation Method: CVM)**

เป็นการประเมินมูลค่าโดยสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายโดยไม่ได้ทำการจ่ายจริง มีวิธีในการกำหนดคำถามเกี่ยวกับการจ่ายเงินที่ทำได้ 4 วิธี

1) วิธีคำถามปลายเปิด ให้ผู้ถูกสอบถามระบุมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย วิธีนี้ผู้ถูกสอบถามอาจไม่คุ้นเคยกับการกำหนดราคาทำให้เกิดความยุ่งยากที่จะระบุมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายได้

2) วิธีระบุมูลค่าไว้ล่วงหน้า และปรับค่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง วิธีนี้จะมีการกำหนดมูลค่าไว้หลายราคา เลือกราคาเริ่มต้นมาสอบถาม ถ้าผู้ถูกสอบถามยินดีที่จะจ่ายจะทำการปรับเพิ่มราคาตามที่ได้กำหนดไว้ไปจนถึงราคาสูงสุดที่ผู้ถูกสอบถามยินดีที่จะจ่าย กรณีที่ผู้ถูกสอบถามปฏิเสธที่จะจ่ายในราคาที่ได้เสนอตอนเริ่มต้นก็จะทำการลดราคาจากที่ได้กำหนดไว้ลงไปจนถึงราคาที่ผู้ถูกสอบถามยินดีที่จะจ่าย วิธีนี้อาจทำให้ผู้ถูกสอบถามเกิดความรำคาญในการตอบคำถามหลาย ๆ ครั้งได้

3) วิธีจัดทำบัตรมูลค่า เป็นวิธีที่รวมมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายลงบนแผ่นกระดาษ ผู้ถูกสอบถามจะเลือกมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายที่ใกล้เคียงกับความเต็มใจที่จะจ่ายของตนเองมากที่สุด

4) วิธีคำถามปลายปิด วิธีนี้ทำการกำหนดมูลค่าที่เป็นตัวเงินเริ่มต้นให้ และผู้ถูกสอบถามเลือกคำตอบว่าเต็มใจหรือไม่เต็มใจที่จ่าย มีการตั้งคำถามปลายปิดได้ 2 รูปแบบคือ

คำถามปิดแบบชั้นเดียว (Single-bonded dichotomous choice) ให้ผู้ถูกสอบถามเลือกคำตอบจากราคาที่เสนอ ด้วยคำตอบ ยินดีที่จะจ่าย (Yes) หรือไม่ยินดีทีจะจ่าย (No) การประมาณค่าความเต็มใจที่จะจ่ายจากการกำหนดคำถามแบบชั้นเดียวนี้ อาจมีความแปรปรวนสูง

คำถามปิดแบบสองชั้น (Double-bounded dichotomous choice) เป็นการกำหนดคำถามต่อเนื่องโดยมีการเพิ่มหรือลดราคาของความเต็มใจที่จะจ่าย เพื่อช่วยให้มีความแม่นยำเพิ่มขึ้นสำหรับการประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่าย โดยสมมุติให้ความเต็มใจที่จะจ่ายของบุคคลที่ j คือ $WTP_j$ สามารถเขียนฟังก์ชั่นความเต็มใจที่จะจ่ายในรูปแบบของสมการเส้นตรงได้ดังนี้

$$WTP = \sum_{i=1}^{n} X_i \beta_i + e_i \quad (1)$$

โดยที่ WTP คือ ค่าความเต็มใจที่จะจ่าย

$X_i$ คือ ตัวแปรอิสระที่คาดว่าจะมีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย

$\beta_i$ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่ได้จากการประมาณค่า

$e_i$ คือ เวกเตอร์ของความคลาดเคลื่อน

$i = 1 - n$ คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

ถ้าหากนำคำตอบที่ได้จาก 4 รูปแบบมารวมกันแล้วเขียนเป็น Likelihood Function ได้ดังนี้

$$
\begin{aligned}
L_j(\beta' x_j \mid t) = {} & \Pr(\beta' x_{1^j} + \varepsilon_{1^j} > Bid^1, \beta' x_{2^j} + \varepsilon_{2^j} \geq Bid^2)^{YY} \times \\
& \Pr(\beta' x_{1^j} + \varepsilon_{1^j} \geq Bid^1, \beta' x_{2^j} + \varepsilon_{2^j} < Bid^2)^{YN} \times \\
& \Pr(\beta' x_{1^j} + \varepsilon_{1^j} Bid^1, \beta' x_{2^j} + \varepsilon_{2^j} \geq Bid^2)^{NY} \times \\
& \Pr(\beta' x_{1^j} + \varepsilon_1 < Bid^1, \beta' x_{2^j} + \varepsilon_{2^j} < Bid^2)^{NN}
\end{aligned} \tag{2}
$$

Hesam et al., (2019) ทำการเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ โดยทำการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ป่วยที่มาใช้บริการในโรงเพยาบาลในเมืองเทห์เรน อิหร่าน เพื่อประเมินจำนวนเงินสูงสุดที่ผู้ป่วยเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อทำให้สุขภาพดีขึ้น ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายดังนี้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน อายุ เพศ การศึกษา สถานะการสมรส ผลการศึกษาพบว่าผู้ป่วยในระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีความพร้อมที่จะจ่ายเพื่อให้สุขภาพดีขึ้นต่างกัน ผู้ที่มีรายได้สูงกว่าพร้อมที่จะจ่ายมากกว่า โดยระบุว่าการเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายจะสามารถช่วยปรับเปลี่ยนนโยบายทางด้านสุขภาพให้มีความเหมาะสม ในนิวซีแลนด์มีการประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายของการได้รับคำปรึกษาจากเภสัชกรที่ประจำอยู่ ณ ร้านขายยา โดยปกติแล้วทางร้านขายยาจะไม่คิดค่าคำปรึกษา เพื่อสำรวจมุมมองของการได้รับบริการจากทางร้านขายยา ทำการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการ 253 ราย ใน 51 ร้านขายยา จาก 14 สถานที่ที่มีความแตกต่างกันเชิงพื้นที่ พบว่าผู้มาใช้บริการร้อยละ 62.8 ยินดีที่จะจ่ายเพื่อให้ได้รับคำปรึกษาจากเภสัชกรที่ประจำอยู่ ณ ร้านขายยา ที่ราคา 10 ดอลลาร์นิวซีแลนด์ โดยเห็นว่าบริการนี้มีความสำคัญต่อสุขภาพของตนเอง (Yasmin et al., 2023) มนัสนันท์ เนียมศรี และ กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย (2555) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อลดความเสี่ยงจากการใช้สารเคมีทางการเกษตร และประเมินมูลค่าชีวิตเชิงสถิติของเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอในจังหวัดพิจิตร เพื่อช่วยให้เกษตรกรรับรู้ถึงต้นทุนชีวิต ช่วยส่งเสริมให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีในการปลูกส้มโอ อัครพงศ์ อั้นทอง (2553) ทำการประเมินมูลค่าความเสี่ยงภัยจากการเสียชีวิตของประชาชนใน 3 จังหวัดทางภาคเหนือ ที่มีความเสี่ยงจากน้ำป่าและดินโคลนถล่ม ภายใต้สภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เป็นอยู่ มูลค่าทางชีวิตเชิงสถิติจะเป็นข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจดำเนินมาตราหรือจัดทำโครงการเพื่อช่วยลดผลกระทบทางสุขภาพและชีวิตของประชาชนในพื้นที่ได้

**แนวคิดเกี่ยวกับการได้รับบริการการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาที**

สถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐภายในการกำกับดูแลของกระทรวงสาธารณะสุข มีหน้าที่ในการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติงานด้านการแพทย์ฉุกเฉินร่วมกัน ได้ประกาศหลักเกณฑ์การประเมินเพื่อคัดแยกระดับความฉุกเฉินและมาตราฐานการปฏิบัติงานฉุกเฉิน พ.ศ. 2554 เพื่อคุ้มครองความปลอดภัยให้กับผู้ป่วยฉุกเฉิน โดยแบ่งระดับความความฉุกเฉินออกเป็น 5 ระดับ เพื่อให้ผู้ป่วยฉุกเฉินได้รับการปฏิบัติการฉุกเฉินตามลำดับความเร่งด่วน ในระดับผู้ป่วยฉุกเฉินวิกฤต(สีแดง)ESI-1 และในระดับผู้ป่วยฉุกเฉินเร่งด่วน(สีแดง)ESI-2 ชุดปฏิบัติการฉุกเฉินจะต้องเข้าถึงผู้ป่วย ณ จุดเกิดเหตุ ภายในเวลา 8 นาทีตั้งแต่ได้รับการแจ้งเหตุ เพื่อลดการเกิดความพิการและการเสียชีวิตที่มีอัตราการเกิดสูงขึ้นตามเวลาที่ใช้ในการเข้าถึงผู้ป่วยฉุกเฉิน เวลา 8 นาทีที่ได้ระบุเป็นไปตามเวลามาตราฐานในการออกปฏิบัติการของ NFTA (The national Fire Protection Association's)

ซึ่งเป็นองค์กรที่ได้รวบรวมข้อมูลและทำการศึกษาเกี่ยวกับระบบบริการการแพทย์ฉุกเฉินในประเทศสหรัฐอเมริกา

มีการศึกษาถึงมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อได้รับการดูแลทางการแพทย์ฉุกเฉิน โดยใช้โมเดลทางเลือกที่ไม่ต่อเนื่อง พบว่ามีหลายปัจจัยที่อาจส่งต่อความเต็มใจที่จะจ่าย คือ ราคาในการเรียกใช้รถปฏิบัติการการแพทย์ฉุกเฉิน เวลารอคอยรถปฏิบัติการการแพทย์ฉุกเฉินมาถึง ณ จุดเกิดเหตุ ความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้นตามอาการของผู้ป่วย เพื่อให้สามารถเห็นถึงมูลค่าชีวิตของผู้ป่วยเมื่อเทียบกับการลงทุนจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้การบริการการแพทย์ฉุกเฉินมีประสิทธิภาพสามารถมาถึง ณ จุดเกิดเหตุได้ภายในเวลาที่กำหนดไว้ (Maira et al., 2019) การบริการการแพทย์ฉุกเฉินในประเทศญี่ปุ่นเป็นบริการที่ยังไม่คิดค่าใช้จ่ายกับผู้ใช้บริการ ได้มีการศึกษาถึงความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับสถาณการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการช่วยชีวิต โดยใช้วิธีจำลองเหตุการณ์เมื่อต้องเจอเหตุการณ์ที่ผู้ป่วยหัวใจหยุดเต้น แบบสอบถามที่ใช้มีการศึกษาปัจจัยดังนี้ เพศ ช่วงอายุ อาชีพ และประเภทวิธีการในการช่วยเหลือ โดยการจำลองสถานการณ์สามเหตุการณ์ เพื่อเป็นข้อมูลนำไปกำหนดโครงสร้างค่าบริการให้มีความเหมาะสม หากต้องมีการคิดค่าบริการการแพทย์ฉุกเฉินในอนาคต (Yukie et al., 2017)

**ระเบียบวิธีวิจัย**

ในการศึกษานี้ใช้แบบสอบถามตามวิธีของเทคนิคการสมมุติเหตุการณ์ให้ประมาณค่า วิธีคำถามปลายปิดแบบสองชั้น (Double-bounded CVM) ใช้แบบจำลองโลจิต (logit Model) ประมาณค่าทางสถิติแบบ Maximum Likelihood Estimation (MLE) เพื่อประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการได้รับบริการทางการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาที และทำการประเมินมูลค่าชีวิตเชิงสถิติ

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ครัวเรือนในประเทศไทย ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากตารางของเครซี่ และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970: 607-610) จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน ได้เพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

แบบสอบถามเรื่องความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการได้รับบริการการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาที รายละเอียดแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน ภาวะเจ็บป่วยที่เคยเกิดขึ้นในครอบครัว ส่วนที่ 2 ความคาดหวังผลลัพธ์ของการใช้บริการการแพทย์ฉุกเฉิน ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการการแพทย์ฉุกเฉิน (กรณีเคยใช้บริการ) ส่วนที่ 4 บัตรข้อมูล รูปภาพแสดงผลลัพธ์จากการได้รับบริการการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาที และการได้รับบริการการแพทย์ฉุกเฉินล่าช้า ส่วนที่ 5 ความเต็มใจที่จะจ่ายภายใต้สถาณการณ์สมมติ ทำการเก็บแบบสอบถามโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ สุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling)

**การวิเคราะห์ข้อมูล**

1. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ประกอบไปด้วย ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ ภาวะเจ็บป่วยที่เคยเกิดขึ้นในครอบครัว ความคาดหวังผลลัพธ์ของการใช้บริการการแพทย์ฉุกเฉิน และความพึงพอใจต่อการใช้บริการการแพทย์ฉุกเฉินในกรณีที่เคยใช้บริการ แบบสอบถามใช้สเกลของลิเคิร์ท (Likert rating scales) ในการหาค่าความคาดหวัง และความพึงพอใจ

2. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ด้วย Double Bonded Logit Model ประมาณค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อให้ได้รับบริการการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาที โดยวิธีประมาณค่าทางสถิติแบบ Maximum Likelihood Estimation (MLE)

3. ทำการประเมินมูลค่าชีวิตเชิงสถิติ โดยอาศัยหลักการ WTP โดยมีแบบจำลองอย่างง่ายดังสมการ

$$VSL = \frac{\Delta WTP}{\Delta R} \qquad (3)$$

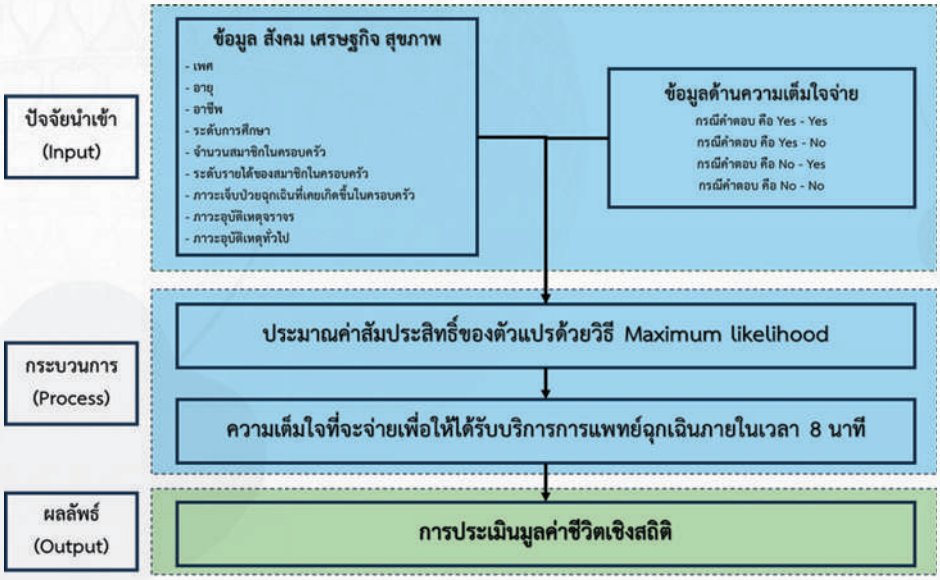
โดยที่ VSL คือ มูลค่าชีวิตเชิงสถิติ (Value of a Statistical Life)

$\Delta WTP$ คือ ความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

$\Delta R$ คือ ความเสี่ยงที่สามารถเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น กล่าวคือมูลค่าชีวิตเชิงสถิติ เท่ากับความเต็มใจยอมรับต่อสุขภาพที่ดีขึ้นจากเหตุการณ์สมมุติในการศึกษานี้ อัตราเสียชีวิตจากโรคระบบไหลเวียนโลหิตอยู่ที่ 103.7 ต่อประชากรแสนคน ในปี 2560 ได้เพิ่มขึ้นเป็น 116.3 ในปี 2564 ดังนั้นอัตราความเสี่ยงเท่ากับ 0.000126

$$(\Delta R = \frac{116.3 - 103.7}{100,000})$$

**กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ**



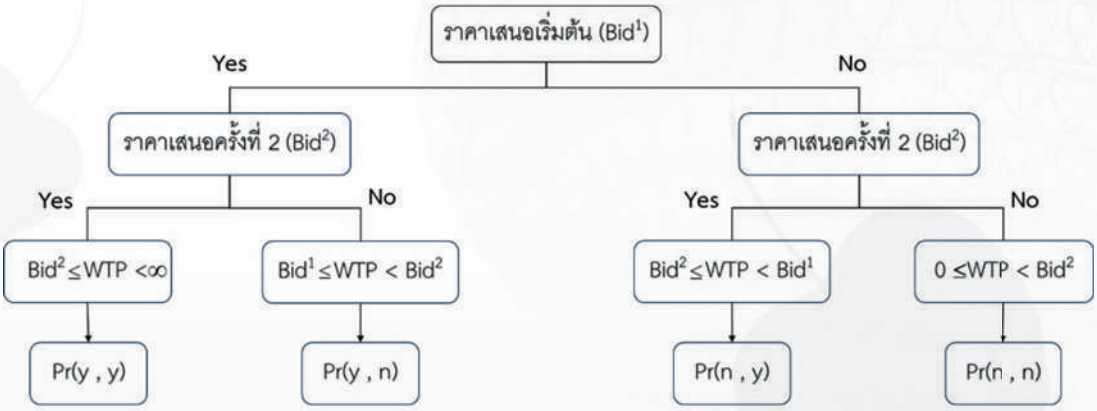

**ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ**

**วิธีการดำเนินการวิจัย**

การศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับการได้รับบริการการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาที ใช้เทคนิคการสมมุติเหตุการณ์ให้ประมาณค่าแบบกำหนดราคา 2 ชั้น (Double Bounded CVM) ดำเนินการ 2 ขั้นตอน ในขั้นตอนแรกนำแบบสอบถามที่ได้ออกแบบไว้ไปทำการทดสอบจำนวน 30 ชุด โดยใช้วิธีคำถามปลายเปิดสอบถามถึงราคาความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อให้ตนเองหรือสมาชิกในครอบครัวได้รับบริการการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาทีหากเกิดเหตุเจ็บป่วยฉุกเฉินขึ้น พบว่ามีช่วงราคาของความเต็มใจที่จะจ่ายอยู่ระหว่าง 0 - 20,000 บาท ไม่เต็มใจที่จะจ่ายมีค่าเท่ากับ 0 บาท มีความเต็มใจที่จะจ่ายสูงสุด 20,000 บาท ขั้นตอนที่สองกำหนดราคาที่จะเสนอในครั้งแรก ($Bid^1$) จากค่าฐานนิยม 4 ราคา ที่ได้จากการทดสอบในขั้นตอนแรก ราคาที่กำหนดมีดังนี้ 500 1,000 2,000 และ 3,000 บาท ทั้ง 4 ราคาของ $Bid^1$ นี้จะมีความน่าจะเป็นที่จะถูกสอบถามเท่ากัน แบบสอบถามมีภาพประกอบอธิบายลักษณะคำถามก่อนตอบแบบสอบถามการเสนอราคาครั้งที่สอง ($Bid^2$) ราคาที่เสนอจะถูกเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าจาก $Bid^1$ ในกรณีที่ผู้ถูกสอบถามยอมรับราคา $Bid^1$ กรณีที่ผู้ถูกสอบถามปฏิเสธราคา $Bid^1$ ราคาที่เสนอในครั้งที่สองนี้จะลดราคาลงเป็นครึ่งหนึ่งของราคาที่ได้เสนอในครั้งแรก การสอบถามจะทำการสอบถามต่อเนื่องกัน

**ตารางที่ 1 ราคาเสนอครั้งแรก ($Bid^1$) และราคาเสนอครั้งที่ 2 ($Bid^2$)**

| ราคาเสนอครั้งแรก: $Bid^1$ (บาท/การได้รับบริการ) | ราคาเสนอครั้งที่สอง: $Bid^2$ (บาท/การได้รับบริการ) | |
|---|---|---|
| | กรณียอมรับ | กรณีปฏิเสธ |
| 500 | 1,000 | 250 |
| 1,000 | 2,000 | 500 |
| 2,000 | 4,000 | 1,000 |
| 3,000 | 6,000 | 1,500 |




**ภาพที่ 3 เทคนิคการสมมุติเหตุการณ์ให้ประมาณค่าวิธีคำถามปลายปิดแบบสองชั้น**

**ที่มา** : ติยพร ชูโฉม. (2562). *ความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับโยเกิร์ตที่ใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์].

ตัวแปรอิสระที่ใช้สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ แสดงไว้ในตารางที่ 2

**ตารางที่ 2 ตัวแปรที่ใช้การศึกษา**

| ตัวแปร | การจำแนก |
|---|---|
| เพศ (gender) | 0=ชาย เป็นข้อมูลอ้างอิง<br>1=หญิง |
| อายุ (age) | ตัวแปรหุ่น 5 กลุ่ม |
| ระดับการศึกษา (education) | ตัวแปรหุ่น 5 กลุ่ม |
| อาชีพ (occupation) | ตัวแปรหุ่น 5 กลุ่ม |
| จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีอายุน้อยกว่า 12 ปี ($PIF_1$) | หน่วยวัดเป็นคน |
| จำนวนสมาชิกในครบครัวที่มีอายุอยู่ในช่วง 12-20 ปี ($PIF_2$) | หน่วยวัดเป็นคน |
| จำนวนสมาชิกในครบครัวที่มีอายุอยู่ในช่วง 21-35 ปี ($PIF_3$) | หน่วยวัดเป็นคน |
| จำนวนสมาชิกในครบครัวที่มีอายุอยู่ในช่วง 36-50 ปี ($PIF_4$) | หน่วยวัดเป็นคน |
| จำนวนสมาชิกในครบครัวที่มีอายุอยู่ในช่วง 51-60 ปี ($PIF_5$) | หน่วยวัดเป็นคน |
| จำนวนสมาชิกในครบครัวที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ($PIF_6$) | หน่วยวัดเป็นคน |
| รายได้ของสมาชิกในครอบครัวรวมกันต่อเดือน (Income-household) | ตัวแปรหุ่น 7 กลุ่ม |
| ภาวะเจ็บป่วยฉุกเฉินที่เคยเกิดขึ้นในครอบครัว (F-Emergency) | ตัวแปรหุ่น 9 กลุ่ม |
| ภาวะอุบัติเหตุจราจรที่เคยเกิดขึ้นในครอบครัว (F-Traffic accident) | ตัวแปรหุ่น 5 กลุ่ม |
| ภาวะอุบัติเหตุทั่วไปที่เคยเกิดขึ้นในครอบครัว (F-General accident) | ตัวแปรหุ่น 10 กลุ่ม |

จากตัวแปรที่ได้นำเสนอในตารางที่ 2 นำมาทดสอบหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยวิธีของสเปียร์แมน (Spearman Correlation Coefficient) ทำการประเมินค่าความเต็มใจที่จะจ่ายด้วยแบบจำลอง Double Bounded Logit model โดยตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย เขียนได้ตามสมการดังนี้

$$WTP = \beta_0 + \beta_1 genger + \beta_2 age + \beta_3_occupation_1 + \beta_4_occupation_2 + \beta_5_occupation_3 + \beta_6_occupation_4 + \beta_7_occupation_5 + \beta_8 PIF_1 + \beta_9 PIF_6 + \beta_{10} IncomeHousehold + \beta_{11}_FEmergency_4 + \beta_{12}_FGeneralAccident_5 + \beta_{13}_FGeneralAccident_6 \quad (4)$$

คำนวณหามูลค่าชีวิตเชิงสถิติของผู้เจ็บป่วยฉุกเฉินได้จากสูตร (3)

$$VSL = \frac{\Delta WTP}{\Delta R}$$

**ผลการวิจัย**

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 31-40 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ รายได้เฉลี่ยของครัวเรือนอยู่ที่ 89,683 บาท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ยอยู่ที่ 3-4 คน ร้อยละ 77.3 ไม่เคยเกิดภาวะเจ็บป่วยฉุกเฉินในครอบครัว ภาวะเจ็บป่วยฉุกเฉินที่เคยเกิดขึ้นในครอบครัวมากที่สุดคือ เด็ก/กุมารเวช ลำดับที่สองคือระบบหัวใจและหลอดเลือด และระบบทางเดินหายใจอยู่ในลำดับถัดมา ร้อยละ 74.5 ไม่เคยเกิดภาวะอุบัติเหตุจราจรในครอบครัว ส่วนใหญ่อุบัติเหตุจราจรที่เคยเกิดขึ้นเป็นอุบัติเหตุจราจรทางบก ร้อยละ 45.5 ไม่เคยเกิดอุบัติเหตุทั่วไปภายในครอบครัว อุบัติเหตุทั่วไปที่เกิดขึ้นมากที่สุดในครอบครัวคือ บาดเจ็บจากสิ่งของ/สัตว์ รองลงมาคือไฟไหม้น้ำร้อนลวก

สำหรับความคาดหวังต่อการใช้บริการการแพทย์ฉุกเฉิน 1669 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.34 ในสองหัวข้อดังนี้ “เมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วยฉุกเฉินการเรียกใช้บริการการแพทย์ฉุกเฉินจะไม่เกิดความพิการ” และหัวข้อ “บริการการแพทย์ฉุกเฉินสามารถช่วยชีวิตเบื้องต้นได้ขณะนำส่งโรงพยาบาล”

**ตารางที่ 3 ความคาดหวังต่อระบบบริการการแพทย์ฉุกเฉิน**

| ความคาดหวังต่อระบบบริการการแพทย์ฉุกเฉิน | Mean | SD |
|---|---|---|
| บริการการแพทย์ฉุกเฉินมีความสะดวก | 3.84 | .63 |
| รถพยาบาลฉุกเฉินจะมาถึงที่เกิดเหตุอย่างรวดเร็วภายในเวลา 8 - 10 นาที | 3.93 | .65 |
| โทรศัพท์ติดต่อบริการการแพทย์ฉุกเฉิน (1669) จะสามารถติดต่อได้อย่างรวดเร็ว | 4.03 | .64 |
| บริการการแพทย์ฉุกเฉินมีอุปกรณ์ครบถ้วน มีการให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง | 4.16 | .63 |
| การแพทย์ฉุกเฉินสามารถให้การช่วยเหลือท่าน ณ จุดเกิดเหตุและนำส่งโรงพยาบาลได้อย่างปลอดภัย | 4.31 | .57 |
| เมื่อเกิดอุบัติเหตุหรือเจ็บป่วยฉุกเฉิน การเรียกใช้บริการการแพทย์ฉุกเฉินจะไม่เกิดความพิการ | 4.34 | .57 |
| บริการการแพทย์ฉุกเฉินสามารถช่วยชีวิตเบื้องต้นได้ขณะนำส่งโรงพยาบาล | 4.34 | .57 |
| บุคลากรทีมแพทย์ฉุกเฉินมีความรู้ความสามารถในการดูแลผู้ป่วยฉุกเฉินซับซ้อนรุนแรงได้ | 4.02 | .71 |

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการการแพทย์ฉุกเฉินสำหรับผู้ที่เคยใช้บริการการแพทย์ฉุกเฉิน 1669 จำนวน 40 คน พบว่า มีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง “ขั้นตอนการปฐมพยาบาลผู้ประสบเหตุรวดเร็ว มีความเป็นมืออาชีพ” มีค่าเฉลี่ย 4.15 ลำดับที่สองมีสองหัวข้อ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.13 หัวข้อแรกคือ “วัสดุอุปกรณ์บนรถกู้ชีพมีความพร้อมสำหรับการให้บริการ” หัวข้อถัดมาคือ “ภาพรวมของการให้บริการการแพทย์ฉุกเฉิน ณ จุดเกิดเหตุ”

การประเมินค่าความเต็มใจที่จะจ่าย ได้ค่าประมาณความเต็มใจที่จะจ่ายของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีค่าเท่ากับ 530.63 บาท เพื่อให้ตนเองหรือสมาชิกภายในครอบครัวได้รับบริการการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาทีนับจากมีการแจ้งเหตุ

**ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่อธิบายค่าความเต็มใจที่จะจ่าย**

| ตัวแปร | ค่าสัมประสิทธิ์ | S.E. | P-Value |
|---|---|---|---|
| gender | 0.500 | 0.242 | 0.039** |
| occupation_1 | -3.247 | 1.677 | 0.053* |
| occupation_2 | -3.478 | 1.647 | 0.035** |
| occupation_3 | -3.239 | 1.659 | 0.051* |
| occupation_4 | -3.021 | 1.655 | 0.068* |
| occupation_5 | -3.353 | 1.826 | 0.066* |
| Income Household | 0.407 | 0.126 | 0.001*** |
| $PIF_1$ | -0.436 | 0.236 | 0.065* |
| $PIF_6$ | 0.441 | 0.234 | 0.059* |
| Femergency_4 | 1.670 | 0.920 | 0.069* |
| FGeneralAccident_5 | -1.091 | 0.658 | 0.097* |
| FGeneralAccident_6 | -1.520 | 0.725 | 0.036** |

***มีนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ99, **มีนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 95, *มีนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ90

**ตารางที่ 5 การประมาณค่าความเต็มใจที่จะจ่าย**

| ค่าสถิติ | การประมาณค่า |
|---|---|
| ค่าสถิติ Log-likelihood | -469.759 |
| ค่าเฉลี่ยความเต็มใจที่จะจ่าย (Mean of WTP) | 530.63 |
| 95% Confidence Interval for Mean WTP | (463.82-597.44) |

จากการวิเคราะห์ความเต็มใจที่จะจ่ายพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อให้ได้รับบริการการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาที ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 90 คือตัวแปรจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีอายุน้อยกว่า 12 ปี และตัวแปรจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ตัวแปรอาชีพ; (รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน, นักเรียน/นักศึกษา, เกษียณ) ตัวแปรอุบัติเหตุฉุกเฉิน; (ระบบกล้ามเนื้อและกระดูก) ตัวแปรอุบัติเหตุทั่วไป; (ตกจากที่สูง) ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 95 ได้แก่ตัว

แปรอาชีพ; (ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย) ตัวแปรเพศ ตัวแปรอุบัติเหตุทั่วไป; (ไฟฟ้าดูด) ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 99 ได้แก่ตัวแปรระดับรายได้ของสมาชิกในครอบครัวรวมกันต่อเดือน

การประเมินมูลค่าชีวิตเชิงสถิติของผู้ป่วยฉุกเฉิน คำนวณโดยนำค่าเฉลี่ยความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อให้ได้รับบริการการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาที นำมาหารด้วยค่าความเสี่ยงที่สามารถเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น

มูลค่าชีวิตเชิงสถิติ $= VSL = \frac{\Delta WTP}{\Delta R} = \frac{530.63}{0.000126} =$ **4,211,349** บาท

**สรุปและอภิปรายผลการวิจัย**

การประเมินค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อให้ได้รับบริการทางการแพทย์ฉุกเฉินภายใน 8 นาที พบว่าตัวแปรสมาชิกในครอบครัวที่มีอายุน้อยกว่า 12 ปี และตัวแปรจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย สอดคล้องกับงานของ เสาวลักษณ์ นรานุภาพ และวิษณุ อรรถวานิช (2563) ที่ทำการศึกษาการประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อป้องกันปัญหามลพิษทางอากาศจากฝุ่นละอองที่มีขนาดเล็กกว่า 2.5 ไมครอน ในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวแปรรายได้มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย สอดคล้องกับงานวิจัยหลายงาน ได้แก่ จิตติมา จิตราภิรมณ์ และเก นันทะเสน (2565) ทำการศึกษาการประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายต่อธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุของผู้บริโภคจังหวัดเชียงใหม่, Maira et al (2019) ทำการศึกษาถึงความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อใช้บริการรถพยาบาลฉุกเฉิน, ติยพร ชูโฉม (2562) ศึกษาถึงความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับโยเกิร์ตที่ใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

เมื่อพิจารณาความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อให้ได้รับบริการการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาที จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ได้ค่าเฉลี่ยความเต็มใจที่จะจ่ายมีค่าเท่ากับ 530.63 บาท และนำค่าที่ได้ไปคำนวณเพื่อหามูลค่าชีวิตเชิงสถิติ มูลค่าชีวิตเชิงสถิตินี้จะช่วยสะท้อนให้เห็นถึงผลกระทบเชิงสุขภาพของประชาชนที่แปลงมูลค่าออกมาเป็นตัวเงินหากว่าไม่ได้รับบริการทางการแพทย์ฉุกเฉินภายในเวลา 8 นาที เพื่อใช้ในการพิจารณาเชิงนโยบายในการพัฒนาระบบการแพทย์ฉุกเฉินของไทยให้ช่วยลดผลกระทบทางสุขภาพที่จะเกิดขึ้นกับประชาชนได้

ผลการศึกษาจากงานวิจัยในครั้งนี้ จะนำไปเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งในการสร้างแบบจำลองทางคณิตศาสตร์เพื่อช่วยกำหนดจุดจอดรถปฏิบัติการฉุกเฉินให้ครอบคลุมพื้นที่เพื่อที่จะสามารถเข้าถึงผู้ป่วยฉุกเฉิน ณ จุดเกิดเหตุได้ภายในเวลา 8 นาที ในลำดับต่อไป

**บรรณานุกรม**

จิตติมา จิตราภิรมณ์ และ เก นันทะเสน. (2565). การประเมินมูลค่าความเต็มใจจ่ายต่อธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุของผู้บริโภคจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ, 13*(25), 1-15. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/econswu/article/view/174073

ชมพูนุท อ่ำช้าง. (2564). การวิเคราะห์พื้นที่การให้บริการศูนย์การแพทย์ฉุกเฉินในจังหวัดชลบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการ, 8*(1), 39-60. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msj/article/view/246956

ติยพร ชูโฉม. (2562). *ความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับโยเกิร์ตที่ใช้บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ของผู้บริโภคในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. PSU Knowledge Bank. http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/12603

ภราดร ปรีดาศักดิ์. (2565). *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค.* พิมพ์ครั้งที่ 5. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มนัสนันท์ เนียมศรี และ กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย. (2555). การประเมินมูลค่าชีวิตเชิงสถิติจากการใช้สารเคมีทางการเกษตร ของเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอ: กรณีศึกษา จังหวัดพิจิตร. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 7*(1), 51-65. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/BECJournal/article/view/54660/45368

สถิติสาธารณสุข 2564. (2566, 9 พฤษภาคม). กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. https://dmsic.moph.go.th/index/detail/9127

เสาวลักษณ์ นรานุภาพ และ วิษณุ อรรถวานิช. (2563). การประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อป้องกันปัญหามลพิษทางอากาศจากฝุ่นละอองที่มีขนาดเล็กกว่า 2.5 ไมครอน ในกรุงเทพมหานคร. *Journal of Buddhist Education and Research: JBER, 6*(2), 295-305. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jber/article/view/243483/166990

อัครพงศ์ อั้นทอง. (2553). มูลค่าความเสี่ยงของชีวิตประชาชนในพื้นที่เสี่ยงภัยน้ำป่าไหลหลากและดินโคลนถล่ม. *วารสารเศรษฐศาสตร์ประยุกต์, 17*(1), 113-131. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/AEJ/article/view/10480/9480

Hesam, S., Mehdi, S., & Elaheh, P. (2019). Willingness-to-pay for improvement of hypothetical health status in patients visiting the emergency department: A contingent valuation study. *Clinical Epidemiology and Global Health, 8*, 66-69. https://doi.org/10.1016/j.cegh.2019.04.009

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*(3), 607-610. https://doi.org/10.1177/001316447003000308

Maira, D.-L., Julián, A. & Victor, C. (2019). Willingness to pay functions for emergency ambulance services. *Journal of Choice Modelling, 30*, 28–37. https://doi.org/10.1016/j.jocm.2018.12.001

Mitchell, R. C., & Carson, R. T. (1989). *Using Surveys to Value Public Goods: The Contingent Valuation Method*. Resources for the Future. Washington DC.

WHO. (2019). World Health Organization, Top 10 causes of death. Available at. https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/the-top-10-causes-of-death

Yasmin, H., Abdul, A., Susan, J. H., Stephen, B. D. & Carlo, A. M. (2023). What do pharmacy users think of free pharmacy services? Investigating pharmacy users' perceptions, attitudes and willingness to pay for free healthcare from pharmacies, *Exploratory Research in Clinical and Social Pharmacy, 11*. http://dx.doi.org/10.1016/j.rcsop.2023.100288

Yukie, I., Manabu, A., Akie M., Toshio, O., & Tomoaki, I. (2017). Beneficiaries' Willingness to Pay for Resuscitation Provided by Ambulance Attendants: A survey Using the Contingent Valuation Approach. *Health, 9*, 1367-1377. DOI: 10.4236/health.2017.910100

# การปรับตัวของผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการขยะ ในสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัส Covid - 19

# Adaptation of Factory Operators 105 and 106 in Thailand for Solid Waste Management in the Situation of the Covid-19 Pandemic

มะลิวัลย์ สุขรักษา ธวัชชัย ศุภดิษฐ์ และพีรพล เจตโรจนานนท์
คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
99/59 หมู่2 หมู่บ้านพิมพาภรณ์ ตำบลหนองไม้แดง อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี 20000
Maliwan Sukraksa, Tawadchai Suppadit and Peerapon Jaderojananont
The Graduate School of Environmental Development Administration, National Institute of Development Administration
99/59 Moo 2 Pimpaporn Villa, Nongmaidaeng, Muangchonburi, Chonburi 20000 Thailand
E-mail : Mali.sukraksa@gmail.com

**บทคัดย่อ**

การศึกษา เรื่อง การปรับตัวของผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ในประเทศไทย ด้านการบริหารจัดการขยะในสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัส Covid-19 จากข้อมูลกรมควบคุมมลพิษ พบว่า สถานการณ์ขยะในปี พ.ศ. 2564 มีขยะเกิดขึ้นจำนวน 25.0 ล้านตัน และลดลงจากปี พ.ศ. 2563 ถึงร้อยละ 1.00 สาเหตุที่ทำให้ปริมาณขยะลดลงสืบเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid -19 ซึ่งรัฐบาลได้มีมาตรการควบคุมการเดินทางเข้า - ออกของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมาประเทศไทย ปริมาณการลดลงของนักท่องเที่ยวทำให้ปริมาณขยะลดลง มองภาพรวมขยะภายในประเทศอาจจะลดลง แต่ในทางตรงกันข้ามจากการที่รัฐบาลได้มีมาตรการการล็อกดาวน์คนในประเทศและมีนโยบายกำหนดให้มีการปฏิบัติงานแบบ Work From Home จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ปริมาณขยะพลาสติกพุ่งสูงขึ้น ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นขยะอันตรายจากชุมชน ขยะทั่วไปหรือขยะติดเชื้อ ล้วนเป็นตัวการสำคัญของปัญหามลพิษและสิ่งแวดล้อม การคัดแยกขยะเป็นอีกหนึ่งวิธีในกระบวนการจัดการขยะ ทำให้ปริมาณขยะที่ถูกคัดแยกแล้วส่งต่อไปในกระบวนการกำจัดที่ถูกต้องได้ง่ายขึ้น

**คำสำคัญ :** การคัดแยกขยะ การปรับตัว การแพร่เชื้อ ไวรัสโควิด-19 โรงงานประเภท 105 และ 106

24 มีนาคม 2565 / 15 พฤษภาคม 2565 / 6 มิถุนายน 2565
24 March 2022 / 15 May 2022 / 6 June 2022

**Abstract**

The study of adaptation of factory operators 105 and 106 in Thailand for solid waste management in the Covid-19 epidemic. The data from the Department of Pollution Control found that in the year 2021, there were 2.5 million tons of waste generated. It decreased by 1 percent from 2020. The reduced amount of waste is affected by the government policy that controls the entry-exit tourists to Thailand. The decrease in tourists has reduced the amount of waste. By sense, domestic solid waste should be reduced, in fact Working from Home policy causes the increasing of plastic waste from the higher number of consumptions during domestic lock-down In general, whether hazardous waste from the community, general waste, or infectious waste, all of these are major contributors to pollution and environmental problems. Therefore, waste sorting is another method in the waste management process. This makes it easier for the amount of waste to be sorted and passed on to the correct disposal process.

**Keywords :** Waste Sorting, Adaptation, Infection, Covid-19, Factory Operators 105 and 106

**บทนำ**

ในปี พ.ศ. 2563 ได้เกิดการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ไปทั่วโลก ในหลายประเทศได้มีการประกาศใช้นโยบายและมาตรการป้องกันควบคุมการแพร่ระบาดของโรคในระดับต่าง ๆ ตามความรุนแรงในแต่ละพื้นที่ สำหรับประเทศไทยก็ได้มีการติดตามสถานการณ์และมีมาตรการเฝ้าระวังควบคุมโรคอย่างใกล้ชิด ซึ่งการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ย่อมส่งผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ความเป็นอยู่ของประชาชน ส่งผลให้หลากหลายอาชีพ หลากหลายกิจการต้องปิดตัวลงเพราะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ผู้ประกอบการจำนวนมากต้องปรับตัวตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ในภาคอุตสาหกรรมรวมถึงผู้ประกอบการโรงงานคัดแยกขยะหรือโรงงานประเภท 105 และ 106 ในประเทศไทยจำนวน 2,277 โรงงาน ก็ต้องปรับตัวตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นด้วย โดยเฉพาะด้านการบริหารจัดการคัดแยกขยะ จากข้อมูลของกรมควบคุมมลพิษ พบว่า สถานการณ์ขยะในปี พ.ศ. 2564 มีขยะเกิดขึ้นจำนวน 25.0 ล้านตัน และลดลงจากปี พ.ศ. 2563 ถึงร้อยละ 1.00 สาเหตุที่ทำให้ปริมาณขยะลดลงสืบเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ซึ่งรัฐบาลได้มีมาตรการควบคุมการเดินทางเข้า - ออกของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมาประเทศไทย ปริมาณการลดลงของนักท่องเที่ยวทำให้ปริมาณขยะลดลงตามไปด้วย ถ้ามองโดยรวมขยะภายในประเทศอาจจะลดลง แต่ในทางตรงกันข้ามมาตรการของการล็อกดาวน์คนในประเทศและนโยบายจากการกำหนดให้มีการปฏิบัติงานแบบ Work From Home ของภาครัฐกลายเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ปริมาณขยะพลาสติกพุ่งสูงขึ้น ซึ่งเกิดจากพฤติกรรมการบริโภคของประชาชนที่เปลี่ยนไป

โดยเฉพาะการสั่งซื้อสินค้าแบบออนไลน์และบริการสั่งอาหารผ่านช่องทางต่าง ๆ ส่งผลให้ปริมาณขยะพลาสติกที่ใช้ครั้งเดียว (Single Use Plastic) และปริมาณขยะจากสินค้าออนไลน์มีเพิ่มมากขึ้น

จากสถิติ พบว่า คนหนึ่งคนสามารถสร้างขยะได้ถึงวันละ 1.15 กิโลกรัม และประมาณร้อยละ 13.0 เป็นขยะพลาสติก สำหรับปี พ.ศ. 2564 มีปริมาณขยะติดเชื้อ 90,009 ตัน เพิ่มจากปี พ.ศ. 2563 ถึงร้อยละ 87.0 แหล่งกำเนิดมาจากโรงพยาบาลของรัฐและโรงพยาบาลเอกชน รวมถึงขยะติดเชื้อจากโรงพยาบาลสนามและศูนย์พักคอยสถานที่กักกันที่ราชการกำหนดให้มีการกักกันโรค ปัญหาขยะทางการแพทย์ที่เพิ่มมากขึ้นในช่วงการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 กำลังจะเป็นปัญหาสำคัญที่รัฐบาลและภาคเอกชนต้องร่วมมือในการแก้ปัญหาขยะติดเชื้อ สำหรับกรุงเทพมหานครขยะติดเชื้อทั่วไปและขยะติดเชื้อ Covid-19 มีประมาณ 37,000 กก.- 41,000 กก. ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน โดยเฉพาะหน้ากากอนามัยและชุดตรวจหาแอนติเจนของเชื้อไวรัสโควิด 19 (Antigen Test Kit : ATK) ที่กำลังเพิ่มมากขึ้นในขณะนี้

ปัจจุบันเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บวกกับพฤติกรรมการทำงานของประชาชนที่เปลี่ยนไป รวมไปถึงการเรียนการสอนของครู นักเรียน และนักศึกษา ที่มีการจัดการเรียนการสอนแบบ Online ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 เพื่อให้ทันกับยุคสมัยและเข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน ทำให้มีความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มมากขึ้น มีการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ที่ใช้งานบ่อยขึ้น จากสถิติข้อมูลขยะอันตรายจากชุมชนในปี พ.ศ. 2564 มีประมาณ 669,518 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2563 ถึงร้อยละ 1.60 และส่วนใหญ่จะเป็นซากผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ E-Waste เป็นขยะที่สร้างปัญหาและเป็นภาระกับสิ่งแวดล้อม หากทิ้งไม่ถูกที่และกำจัดไม่ถูกวิธี อาจกลายเป็นขยะที่อันตรายและเป็นภัยต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นขยะอันตรายจากชุมชน ขยะทั่วไปหรือขยะติดเชื้อ ล้วนเป็นตัวการสำคัญของปัญหามลพิษและสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบโดยรวม ทั้งดิน น้ำ อากาศ และสุขภาพอนามัยของประชาชน การคัดแยกขยะถือเป็นอีกวิธีการหนึ่งในกระบวนการจัดการขยะและเป็นหัวใจหลักในการลดปริมาณขยะ ทำให้ขยะที่ถูกคัดแยกแล้วส่งต่อไปในกระบวนการกำจัดที่ถูกต้องได้ง่ายขึ้น เช่น การนำไปเผาทำเป็นเชื้อเพลิงหรือพลังงานความร้อน การนำไปรีไซเคิลเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ และการนำไปย่อยสลายหมักทำปุ๋ย เป็นต้น ในการคัดแยกขยะก็เพื่อจะลดปริมาณขยะที่ต้องนำไปกำจัดจริงๆ ให้เหลือน้อยที่สุด

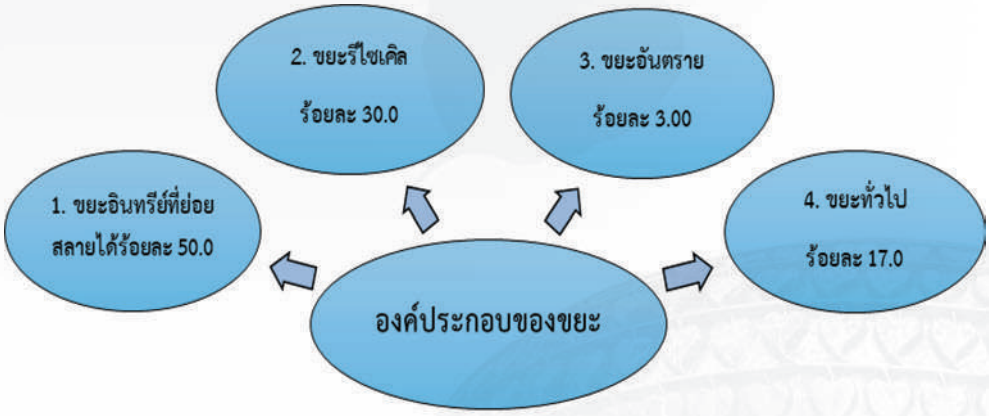
ดังนั้น ก่อนทำการคัดแยกขยะเราต้องรู้จักประเภทขยะและองค์ประกอบของขยะที่จะคัดแยกก่อน โดยองค์ประกอบของขยะจะเปลี่ยนไปตามสภาพเศรษฐกิจ สังคม และสภาพภูมิอากาศ ชีวิตความเป็นอยู่ตลอดจนพฤติกรรมนิสัยในการบริโภคของประชาชนอีกด้วย ซึ่งจะมีองค์ประกอบที่แตกต่างกันไป ประเทศไทยแบ่งขยะออกเป็น 4 ประเภทใหญ่ (ภาพที่ 1) ได้แก่

1 ขยะย่อยสลาย (Compostable Waste) คือ ขยะที่เน่าเสียย่อยสลายได้เร็ว และนำมาหมักทำปุ๋ยได้ เช่น เศษผัก เปลือกผลไม้ เศษอาหาร ใบไม้ เศษเนื้อสัตว์ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 50.0

2 ขยะรีไซเคิล (Recyclable Waste) คือ ประเภทของเสียบรรจุภัณฑ์หรือวัสดุเหลือใช้ซึ่งสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ใหม่ เช่น แก้ว กระดาษ เศษพลาสติก กระป๋องเครื่องดื่ม เศษโลหะ อะลูมิเนียม ยางรถยนต์ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 30.0

3 ขยะอันตราย (Hazardous Waste) คือ ขยะที่ปนเปื้อนวัตถุอันตรายชนิดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเคมีภัณฑ์หรือสิ่งอื่นที่อาจทำให้เกิดอันตรายแก่บุคคล สัตว์ พืช ทรัพย์สิน หรือสิ่งแวดล้อมได้ เช่น ถ่านไฟฉาย หลอดฟลูออเรสเซนต์ แบตเตอรี่ของโทรศัพท์ ภาชนะบรรจุสารกำจัดศัตรูพืช กระป๋องสเปรย์บรรจุสีหรือสารเคมี เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 3.00

4 ขยะทั่วไป (General Waste) คือ ขยะประเภทอื่น ๆ มีลักษณะที่ย่อยสลายยากและไม่คุ้มค่าในการนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ เช่น ห่อพลาสติกใส่ขนม ซองบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ถุงพลาสติกบรรจุอาหาร กล่องโฟม ฟอล์ยห่ออาหาร เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 17.0




**ภาพที่ 1 องค์ประกอบของขยะ**

**ที่มา:** สมาคมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม(ประเทศไทย). (2563). *ความหมาย/ประเภท/องค์ประกอบและสาเหตุของขยะมูลฝอย.* สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2564, เว็บไซต์: https://adeq.or.th/ : 1.

จากบริบทของปัญหาที่เกิดขึ้น จึงมีความเป็นไปได้ที่ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ต้องจัดหาวิธีการในการรับมือกับสถานการณ์ของการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 รวมทั้งต้องคิดถึงการบริหารจัดการคัดแยกขยะของผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ว่าจะมีการบริหารจัดการอย่างไรได้บ้างที่จะไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในปัจจุบันและอนาคต

**การบริหารจัดการคัดแยกขยะของผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106**

ประเทศไทยมีผู้ประกอบการโรงงานคัดแยกขยะหรือโรงงานประเภท 105 และ 106 อยู่นับพันราย แต่ก็ยังไม่สามารถแก้ปัญหาขยะที่เกิดขึ้นภายในประเทศและขยะพลาสติกชนิดที่ใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง รวมไปถึง

ขยะอันตรายและขยะติดเชื้อจากชุมชนโดยเฉพาะหน้ากากอนามัยและชุดตรวจหาแอนติเจนของเชื้อไวรัสโควิด 19 จำนวนมากได้ ดังนั้น ขยะที่เกิดขึ้นภายในประเทศและขยะที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 จึงกลายเป็นปัญหาใหญ่ระดับชาติ ทำให้มีขยะสะสมตกค้างอยู่เป็นจำนวนมาก และที่สำคัญขยะพลาสติกก็เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม ถ้าไม่มีระบบการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพจะมีขยะพลาสติกมากถึง 700 ล้านตัน ในอีก 20 ปีข้างหน้า ทั้งนี้ในส่วนของภาครัฐได้วางแผนขั้นตอนในการดำเนินการ (Road Map) การจัดการขยะพลาสติกในปี พ.ศ. 2561 - 2573 เป้าหมาย คือ การเลิกใช้พลาสติกจำนวน 4 ชนิดในปี พ.ศ. 2565 นั่นคือ ถุงพลาสติกหูหิ้วแบบบาง แก้วพลาสติก หลอดพลาสติกและกล่องโฟม จากมาตรการและนโยบายของภาครัฐ ถือเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเป็นสังคมที่ปลอดขยะ (Zero Waste Society) หลายองค์กรในหลายประเทศได้นำแนวคิดการจัดการขยะเป็นศูนย์ (Zero Waste Management) ไปใช้เป็นแนวคิดหลักในการดำเนินการจัดการขยะด้วยเช่นกัน โดยยึดหลักการที่ว่าขยะมีมูลค่าทางเศรษฐกิจสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ใหม่ และเป้าหมาย คือ การทำให้ขยะเหลือปริมาณน้อยที่สุดก่อนจะถูกนำไปกำจัดด้วยเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ

แนวคิดการจัดการขยะเป็นศูนย์มีหลักการสำคัญ คือ วัตถุดิบที่ใช้ผลิตสามารถนำกลับมาแปรรูปใช้ใหม่ได้หลายครั้ง ลดปริมาณของเสียในการผลิตน้อยที่สุด และผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการจัดเก็บภาษีทางสิ่งแวดล้อมที่คิดต้นทุนรวมอยู่ในราคาสินค้า ตัวอย่างของการนำแนวคิดบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่โดยกำหนดเป็นมาตรการเพื่อแก้ไขปัญหาในการลดปริมาณขยะของประเทศต่าง ๆ เช่น ประเทศเยอรมนี เบลเยียม ฝรั่งเศส อังกฤษและญี่ปุ่น มีการจัดตั้งองค์กรด้านการจัดการบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้ว โดยการรับคืนบรรจุภัณฑ์เพื่อรวบรวมนำกลับมาใช้ซ้ำและทำการรีไซเคิลบรรจุภัณฑ์ใหม่ ส่วนประเทศอเมริกา แคนนาดา ออสเตรเลีย สวีเดน เยอรมนี เดนมาร์ก เกาหลีใต้ และไต้หวัน ใช้ระบบการมัดจำและคืนเงิน กล่าวคือ ทางร้านจะคิดราคาค่าบรรจุภัณฑ์จากลูกค้าและถ้าลูกค้านำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วคืนให้กับทางร้านค้า ทางร้านค้าจะเปลี่ยนเป็นเงินคืนให้ ในหลายประเทศทั้งในยุโรปและเอเชียได้ออกมาตรการ การจัดเก็บค่าธรรมเนียมบรรจุภัณฑ์จากผู้ผลิต และการเก็บภาษีถุงพลาสติกจากร้านค้า โดยกำหนดเป็นมาตรการการเก็บภาษีบรรจุภัณฑ์ มีมาตรการลดภาษีให้กับผู้ประกอบการเมื่อมีการเรียกคืนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้ว รวมถึงการใช้นโยบายในการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เรื่องการลดปริมาณและคัดแยกบรรจุภัณฑ์อย่างถูกต้อง เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในการลดปริมาณบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้ว และยังได้กำหนดสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงถึงการนำบรรจุภัณฑ์กลับไปรีไซเคิลใหม่ได้ (สำนักสิ่งแวดล้อมกรุงเทพมหานคร, 2558)

ในส่วนของประเทศที่พัฒนาแล้วมีการใช้นโยบายในการจัดการขยะพลาสติกอย่างจริงจัง และประสบความสำเร็จจากการใช้นโยบายในการจัดการขยะพลาสติกเป็นอย่างมาก จะเห็นผลได้จากสถิติการลดลงของขยะพลาสติก ตัวอย่างเช่น นโยบายของประเทศอังกฤษมีการจัดเก็บภาษีถุงพลาสติก ห้ามใช้ถุงพลาสติกที่ใช้แล้วทิ้ง ทำให้ประเทศอังกฤษมีการใช้ถุงพลาสติกลดลงมากกว่าร้อยละ 80.0 สามารถลดงบประมาณค่ากำจัดขยะมูลฝอยได้ถึง 60 ล้านปอนด์ และไอร์แลนด์เป็นประเทศที่มีการผลิตพลาสติกมากที่สุดในยุโรป และเป็นประเทศแรกที่มีมาตรการจัดเก็บภาษีถุงพลาสติก มีการบังคับใช้นโยบายจนสามารถลดการใช้ถุงพลาสติกได้ถึง

ร้อยละ 90.0 และยังลดปริมาณขยะมูลฝอยในประเทศได้อีกจำนวนมาก ส่วนประเทศเดนมาร์กเป็นตัวอย่างที่ดีในการลดปริมาณการใช้ถุงพลาสติกที่ประสบความสำเร็จโดยการจัดเก็บภาษีถุงพลาสติกจากร้านค้า เพื่อกดดันให้ร้านค้าคิดค่าธรรมเนียมถุงพลาสติกกับลูกค้า ส่งเสริมการใช้ถุงที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ทำให้เดนมาร์ก ลดการใช้ถุงพลาสติกจากเดิมถึงร้อยละ 66.0 และยังมีระบบมัดจำค่าขวดพลาสติกที่เพิ่มจากราคาสินค้า เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคนำขวดกลับมาแลกคืนเงินที่มัดจำค่าขวดไว้ ทำให้เดนมาร์กสามารถรีไซเคิลขวดพลาสติกที่รวบรวมได้ถึงร้อยละ 90.0

ประเทศที่มีการรีไซเคิลขยะมากที่สุดและออกกฎหมายควบคุมขยะมูลฝอยในทุกภาคส่วนของประเทศทั้งการผลิต การขาย การบริโภค มีการคัดแยกขยะก่อนทิ้งทุกครั้งจนกลายเป็นธรรมเนียมทางสังคมของประเทศนั้น คือ ประเทศเยอรมนี ในส่วนของสวีเดน เป็นประเทศที่มีระบบการจัดการขยะดีที่สุดในโลก จนกลายเป็นประเทศที่ขาดแคลนขยะ ปัจจุบันสวีเดนสามารถพัฒนาเทคโนโลยีที่นำขยะกลับมาใช้เป็นพลังงานโดยไม่ก่อให้เกิดมลพิษใด ๆ และเป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จในการรีไซเคิลขยะภายในประเทศสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้เกือบทั้งหมดมีเพียงแค่ร้อยละ 4.00 ที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ได้ ส่วนประเทศที่อยู่ในแถบเอเชียที่ประสบความสำเร็จในการจัดการขยะ คงหนีไม่พ้นประเทศญี่ปุ่น ที่มีวิธีในการจัดการขยะมากมายและประชาชนทุกคนมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อการจัดการขยะนั้น รวมถึงการออกกฎหมายที่สามารถบังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ประเทศญี่ปุ่นลดการทิ้งขยะได้ถึงร้อยละ 40.0 และอีกหนึ่งประเทศในเอเชีย คือ ประเทศไต้หวัน ที่ออกมาประกาศใช้มาตรการห้ามประชาชนใช้ถุงพลาสติกและแก้วใส่เครื่องดื่มที่เป็นพลาสติกรวมถึงพลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง ส่วนร้านอาหาร เครื่องดื่ม ก็งดให้หลอดฟรีกับลูกค้า

แนวคิดและทฤษฎีของต่างประเทศรวมถึงนโยบายและมาตรการที่แต่ละประเทศนำไปใช้ ล้วนแต่เป็นมาตรการและนโยบายที่ช่วยลดปริมาณขยะรวมไปถึงการจัดการขยะที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และประเทศที่พัฒนาแล้วมีการใช้นโยบายในการจัดการขยะอย่างจริงจัง และประสบความสำเร็จจากการใช้นโยบายในการจัดการขยะ โดยยึดหลักการที่ว่าขยะมีมูลค่าทางเศรษฐกิจสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ใหม่และเป้าหมาย คือ การทำให้ขยะเหลือปริมาณน้อยที่สุดก่อนจะถูกนำไปกำจัดด้วยเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น หลักการที่ว่าขยะมีมูลค่าทางเศรษฐกิจสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ใหม่ จึงเหมาะสำหรับการนำมาปรับใช้ให้เข้ากับกระบวนการบริหารจัดการคัดแยกขยะของผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ในประเทศไทย เนื่องจากแนวคิด ทฤษฎี นโยบาย หรือมาตรการของหลายประเทศ ล้วนแต่เป็นกระบวนการในการบริหารจัดการคัดแยกขยะที่มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลได้มาตรฐานในการบริหารจัดการขยะ โดยการทำให้ขยะเหลือปริมาณน้อยที่สุดและสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้มากที่สุด ก่อนจะถูกนำไปกำจัดด้วยเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ โดยไม่ก่อให้เกิดมลภาวะและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ในประเทศไทย หลายโรงงานมีการพัฒนาปรับเปลี่ยนจัดให้มีระบบการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพและถูกต้องตามหลักวิชาการ ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะตามแนวคิด Waste Management Hierarchy ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ในประเทศไทยหลายโรงงานได้นำแนวคิดนี้มาปรับใช้ โดยการจัดการขยะตามแนวคิด Waste Management

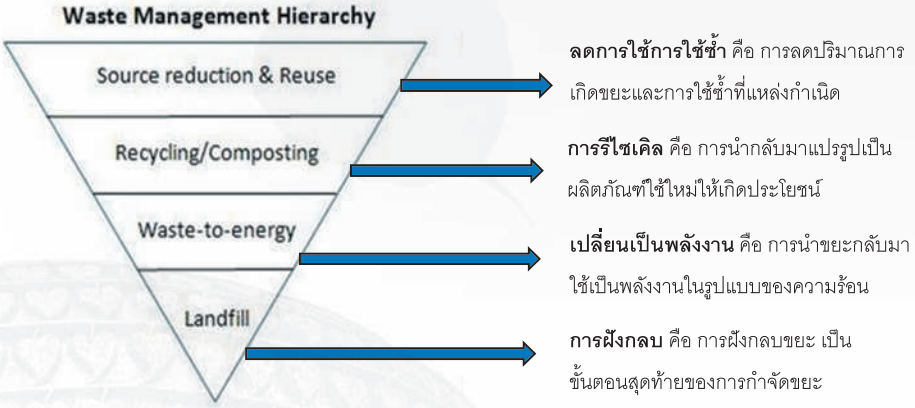
Hierarchy เป็นแนวคิดในการจัดการขยะที่ใช้กันแพร่หลายในสหภาพยุโรป ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1975 เป็นต้นมา แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน (ภาพที่ 2) ประกอบด้วย

ขั้นตอนที่ 1 Source Reduction and Reuse คือ การลดปริมาณการเกิดขยะและการใช้ซ้ำที่แหล่งกำเนิด

ขั้นตอนที่ 2 Recycling and Composting คือ การนำกลับมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใช้ใหม่ให้เกิดประโยชน์

ขั้นตอนที่ 3 Energy Recovery คือ การนำขยะกลับมาใช้เป็นพลังงานในรูปแบบของความร้อน ก๊าซชีวภาพ น้ำมัน และไฟฟ้า ด้วยเทคโนโลยีต่าง ๆ

ขั้นตอนที่ 4 Landfill หลุมฝังกลบ หรือ การฝังกลบขยะ เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการกำจัดขยะ




**ภาพที่ 2 แนวคิดการจัดการขยะ Waste Management Hierarchy**

**ที่มา:** กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน. (2563). *ขยะสำคัญที่การจัดการเพื่อให้ได้ทั้งการกำจัดและพลังงาน.* สืบค้นเมื่อ 8 ตุลาคม 2564, เว็บไซต์: http://webkc.dede.go.th/testmax/node/2108 : 2.

แนวคิดการจัดการขยะแบบ Waste Management Hierarchy มุ่งเน้นความสำคัญไปที่การลดปริมาณขยะที่แหล่งกำเนิดและขยะที่เป็นอันตรายเป็นอันดับแรก โดยการใช้วิธีลดการเกิดขยะด้วยการใช้ซ้ำและนำกลับมาใช้ใหม่รวมถึงการนำขยะไปเปลี่ยนเป็นพลังงานก่อนจะนำขยะที่เหลือไปกำจัดอย่างถูกต้องและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (สุจิตรา วาสนาดำรงดี, 2553)

กระบวนการบริหารจัดการคัดแยกขยะที่มีประสิทธิภาพของผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ในประเทศไทย โดยการปรับใช้แนวคิด Waste Management Hierarchy ก็มุ่งเน้นความสำคัญไปที่กระบวนการในการคัดแยกขยะที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งขยะยังเป็นพลังงานหมุนเวียนอีก

รูปแบบหนึ่งที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตไฟฟ้าและพลังงานความร้อน การพัฒนาพลังงานหมุนเวียนเป็นอีกแนวทางหนึ่งของการแก้ปัญหาเรื่องขยะ โดยวิชชากร จารุศิริ (2555) ได้กล่าวไว้ว่า การแปรรูปขยะให้เป็นพลังงาน จะช่วยลดปริมาณขยะที่จะถูกนำไปกำจัดด้วยวิธีการฝังกลบในขั้นตอนที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและถูกหลักสุขอนามัย ผลที่ได้ คือ แหล่งพลังงานทดแทน การนำขยะมาแปรรูปเป็นน้ำมันเชื้อเพลิง มีบางเทคโนโลยีที่สามารถผลิตน้ำมันเบนซินจากพลาสติกได้ถึงร้อยละ 50.0 แต่ยังมีข้อจำกัดถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ และความคุ้มค่าในการลงทุน

ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ในประเทศไทย ต่างมีความต้องการที่จะได้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ผลิตและรีไซเคิลออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ ทำให้ภาคอุตสาหกรรมของขยะประเภทนี้มีการแข่งขันสูงและประมูลซื้อขายกันออกมาก่อนทำการคัดแยก หรือบางโรงงานอาจมีการทำการคัดแยกไว้ให้เรียบร้อยแล้ว แต่บางโรงงานอาจไม่ต้องมีการคัดแยกและสามารถนำเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ได้เลย

ด้วยมาตรการของภาครัฐและนโยบายต่าง ๆ ที่ส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมในรูปแบบของอุตสาหกรรมสีเขียว (Green Industry) แนวทางในการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเป็นสังคมที่ปลอดขยะ (Zero Waste Society) รวมถึงหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เป็นการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและให้ความสำคัญสำหรับการนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่แทนการผลิตในรูปแบบเดิม คือ การผลิต > ใช้ > แล้วทิ้งในรูปแบบของอุตสาหกรรม การหมุนเวียนใช้ทรัพยากรธรรมชาติในห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการของเสีย วัตถุดิบ สินค้าที่หมดอายุ นำกลับไปใช้ใหม่ ดังนั้น Circular Economy จึงถือเป็นทางรอดของวิกฤติการขาดแคลนทรัพยากรและปัญหามลภาวะอันเนื่องมาจากขยะ และแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับ Circular Economy ที่ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ในประเทศไทยนำมาปรับใช้มีด้วยกัน 3 หลักการ คือ

1. การออกแบบสินค้าและบริการที่เน้นการรักษาต้นทุนด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
2. การเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วยการหมุนเวียนวัตถุดิบ
3. ลดการเกิดของเสียและผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด

หลักทั้ง 3 ข้อนี้เป็นการปรับเปลี่ยนจากระบบการผลิตแบบเดิม (Make > Use > Dispose) ที่เน้นกำไรเป็นตัวตั้ง ไปสู่ระบบการผลิตแบบหมุนเวียนที่เน้นการนำวัตถุดิบจากสินค้าที่ใช้แล้วนำกลับมาใช้ใหม่ (Make > Use > Return) และพัฒนาไปสู่การใช้พลังงานที่สะอาด ลดผลกระทบเชิงลบทางด้านสิ่งแวดล้อม ก้าวสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ปรับสมดุลระหว่างมนุษย์กับทรัพยากรธรรมชาติไม่ให้มีการใช้ทรัพยากรที่ฟุ่มเฟือย เมื่อขยะจากภาคอุตสาหกรรมเริ่มลดลง แต่ความต้องการใช้ทรัพยากรของผู้ประกอบการยังมี ทางเลือกในการบริหารจัดการคัดแยกขยะของผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ในประเทศไทย เพื่อให้ประกอบธุรกิจอยู่ได้ก็คือการนำขยะจากชุมชนของภาคครัวเรือนและภาคประชาชนที่มีปัญหาและรอการจัดการมาช่วยในการทำธุรกิจแทน

จากปัญหาขยะเก่าที่ยังตกค้างสะสมมานานรอการแก้ไขและปัญหาขยะใหม่ที่กำลังเพิ่มมากขึ้นในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 อีกทั้งพฤติกรรมการดำรงชีวิตของประชาชนที่เริ่มเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ ปัญหาขยะพลาสติกและขยะติดเชื้อที่เพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ วัน และในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 การจัดการขยะของภาครัฐในปัจจุบันก็ยังไม่เพียงพอต่อการเพิ่มมากขึ้นของขยะพลาสติกและขยะติดเชื้อ ดังนั้น การเปลี่ยนขยะให้เป็นพลังงานจึงเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับการบริหารจัดการขยะในปัจจุบัน และการเปลี่ยนขยะให้เป็นพลังงานมีหลากหลายเทคโนโลยีที่นำมาใช้กัน การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมกับการจัดการขยะ และที่นิยมใช้กันในปัจจุบัน ได้แก่

1. เตาเผาขยะ (Incineration) เป็นการเผาขยะในเตาที่มีการออกแบบมาเพื่อใช้งานเป็นพิเศษเหมาะกับประเภทและคุณสมบัติของขยะ กล่าวคือ มีอัตราความชื้นสูงและมีค่าความร้อนที่แปรผันได้ การเผาไหม้จะต้องมีการควบคุมที่ดีเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม สามารถนำพลังงานที่ได้จากการเผาขยะไปใช้ให้เกิดประโยชน์

2. เทคโนโลยีการย่อยสลายแบบไม่ใช้ออกซิเจน (Anaerobic Digestion) เป็นกระบวนการย่อยสลายแบบไม่ใช้ออกซิเจนในการจัดการขยะโดยแบ่งการทำงานออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การบำบัดขั้นต้น (Pre-treatment/Front-end Treatment) เป็นการคัดแยกขยะอินทรีย์ที่มีสิ่งปะปนแยกออกจากกันและลดขนาดของขยะอินทรีย์ให้เหมาะสมสำหรับการย่อยสลายเพื่อให้เกิดความสม่ำเสมอของสารอินทรีย์ที่จะป้อนเข้าสู่ระบบ

ขั้นตอนที่ 2 การย่อยสลายแบบไม่ใช้ออกซิเจน (Anaerobic Digestion) เป็นขั้นตอนการผลิตก๊าซชีวภาพจากขยะอินทรีย์สำหรับนำไปใช้เป็นพลังงาน การทำให้ขยะอินทรีย์ถูกย่อยสลายเปลี่ยนเป็นอินทรีย์วัตถุที่มีความคงตัวไม่มีกลิ่นเหม็นปราศจากเชื้อโรคต้องอาศัยการทำงานของจุลินทรีย์ในสภาพที่ไร้ออกซิเจน

ขั้นตอนที่ 3 การบำบัดขั้นหลัง (Post-treatment) ส่วนใหญ่จะเป็นการจัดการกากตะกอนจากการย่อยสลายแบบไม่ใช้ออกซิเจน โดยการนำไปหมักปุ๋ยในระบบแบบใช้อากาศ รวมถึงการคัดแยกเอาสิ่งปะปนต่าง ๆ ออกจากส่วนผสมของขยะอินทรีย์ โดยการใช้ตะแกรงร่อนตลอดจนการปรับปรุงคุณภาพของขยะอินทรีย์ให้เหมาะสมกับการนำไปใช้ประโยชน์ในการเพาะปลูกพืช

3. เทคโนโลยีก๊าซชีวภาพจากหลุมฝังกลบขยะ (Landfill Gas to Energy) เกิดจากปฏิกิริยาการย่อยสลายทางชีวเคมีของขยะมูลฝอยในบริเวณหลุมฝังกลบ ในช่วงแรกจะเป็นการย่อยสลายแบบใช้อากาศ จากนั้นจึงเป็นการย่อยสลายแบบไม่ใช้อากาศ และก๊าซที่ได้ก็จะมีก๊าซมีเทน คาร์บอนไดออกไซด์ ไฮโดรเจนซัลไฟด์ และไนโตรเจน ปริมาณก๊าซมีเทนและคาร์บอนไดออกไซด์จะมีมากกว่าก๊าซชนิดอื่น ๆ

4. การผลิตเชื้อเพลิงขยะ (Refuse Derived Fuel: RDF) เป็นการแปรรูปขยะโดยผ่านกระบวนการจัดการต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงคุณสมบัติทางกายภาพและคุณสมบัติทางเคมีของขยะ เพื่อทำให้กลายเป็นขยะเชื้อเพลิง (RDF) ที่มีค่าความร้อนสูงหรือมีคุณสมบัติเป็นเชื้อเพลิงที่ดี

5. เทคโนโลยีพลาสมาอาร์ค (Plasma Arc) การนำเทคโนโลยีพลาสมาอาร์คมาประยุกต์ใช้งานสำหรับกำจัดขยะติดเชื้อและขยะอันตราย โดยกระบวนการพลาสมาอาร์คจะอาศัยหลักการปล่อยกระแสไฟฟ้าเพื่อให้ความร้อนกับแก๊ส (ไนโตรเจน ออกซิเจน อากาศ เป็นต้น) สร้างอุณหภูมิเปลวแก๊สให้มีความร้อนสูงมากในช่วงอุณหภูมิ 2,200 - 11,000 °C จึงสามารถกำจัดขยะติดเชื้อและขยะอันตรายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เทคโนโลยีพลาสมาอาร์ค (Plasma Arc) อาจกล่าวได้ว่า เป็นเทคโนโลยีการจัดการขยะในปัจจุบันที่มีความเหมาะสมสำหรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid - 19 เนื่องมาจากขยะที่เกิดขึ้นใหม่ในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็นขยะจากหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้วทิ้งปะปนอยู่ในขยะชุมชน และกลายเป็นขยะที่ไม่อันตราย แต่แท้จริงแล้วเป็นขยะติดเชื้อที่อันตรายและสามารถแพร่ระบาดเชื่อโรคได้โดยที่เราไม่ทันได้ระวัง เพียงเพราะคิดว่านั้นคือขยะชุมชนที่ไม่อันตราย ภัทรานิษฐ์ ศรีจันทราพันธุ์ และ อำพรรณ ไชยบุญชู (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปริมาณขยะในครัวเรือนช่วงการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ผลการศึกษา พบว่า มีปริมาณขยะหน้ากากหน้าอนามัยและขยะรีไซเคิลเพิ่มมากขึ้นและขยะหน้ากากอนามัยเป็นขยะที่มีความแตกต่างจากขยะประเภทอื่น ๆ ซึ่งไม่สามารถใช้แนวทาง “ลดการใช้” ขยะประเภทนี้ได้ เนื่องจากหน้ากากอนามัยเป็นอุปกรณ์สำคัญในการป้องกันการติดเชื้อไวรัส Covid-19 ดังนั้น ประชาชนจำเป็นต้องใช้เพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัส การทิ้งขยะหน้ากากอนามัยในชุมชนถือเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วงมากในปัจจุบัน ส่วนหน้ากากอนามัยถ้าถูกทิ้งในโรงพยาบาลจะกลายเป็นขยะติดเชื้อทันทีและ ระบบการบริหารจัดการขยะติดเชื้อในโรงพยาบาลจะแตกต่างจากขยะติดเชื้อของชุมชน

ปัจจุบันโรงพยาบาลต้องใช้งบประมาณในการจัดการขยะติดเชื้อและเทคโนโลยีพลาสมาอาร์ค (Plasma Arc) ต้องใช้ต้นทุนสูงในการจัดการขยะติดเชื้อ ดังนั้น ในการบริหารจัดการขยะติดเชื้อของชุมชนจำเป็นต้องใช้งบประมาณในการจัดการสูงและทางภาครัฐเองก็ไม่มีงบประมาณมากพอที่จะใช้ในการจัดการขยะติดเชื้อของชุมชน หากภาครัฐส่งเสริมให้การสนับสนุนและเปิดโอกาสให้เอกชนหรือผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ที่มีใบอนุญาตประกอบกิจการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการขยะติดเชื้อของชุมชน จะสามารถช่วยแก้ปัญหาในเรื่องของขยะติดเชื้อได้เป็นอย่างมากเหมาะกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และยังสร้างความเชื่อมั่นให้กับชุมชนในเรื่องของสุขอนามัยอีกด้วย เทคโนโลยีในการจัดการขยะแต่ละเทคโนโลยีล้วนมีทั้งข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกันไป งบประมาณในการลงทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานก็แตกต่างกัน ความเหมาะสมขนาดของพื้นที่ที่ใช้ในการบริหารจัดการขยะก็มีความแตกต่างกัน จึงจำเป็นต้องหาแนวทางในการเลือกเทคโนโลยีให้เหมาะสมกับพื้นที่ในแต่ละพื้นที่นั้น ๆ ด้วย

**การปรับตัวด้านการบริหารจัดการคัดแยกขยะในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19**

การกำจัดขยะไม่ว่าจะด้วยวิธีใดก็ตามย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม การหาวิธีกำจัดขยะในรูปแบบต่าง ๆ มีเทคโนโลยีอีกมากมายที่สามารถนำมาใช้กับการแก้ปัญหาเรื่องขยะ แต่ในปัจจุบันยังไม่มีที่ไหนในประเทศไทยที่สามารถจัดการขยะได้อย่างครบวงจร ในส่วนของภาครัฐก็ไม่มี

งบประมาณมากพอที่จะใช้ในการบริหารจัดการขยะที่เป็นปัญหาในปัจจุบัน และในสถานการณ์ปัจจุบันการปรับตัวของผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 จึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะมาเติมเต็มในส่วนนี้

การทำธุรกิจในทุกวันนี้ของผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ก็ล้วนอยู่บนความไม่แน่นอน อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการเองก็ไม่อาจคาดเดาได้ว่าจะเกิดอะไรขึ้นในอนาคตข้างหน้า หากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ลากยาวออกไป การเผชิญกับสถานการณ์ที่วิกฤตของผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ที่ต้องเจอกับปัญหาอีกมากมาย อาทิ อาจจะเจอพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไป สภาพการแข่งขันทางธุรกิจที่แปรเปลี่ยน แนวทางในการรับมือของผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ในโลกของธุรกิจที่เต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลงและต้องเผชิญอยู่ในทุกวันบนความไม่แน่นอน การยืดหยุ่น การปรับเปลี่ยนแนวคิดของการทำธุรกิจในปัจจุบันและการเข้าใจถึงสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นี้คือสิ่งที่ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ต้องปรับใช้ในยุคนี้ ตัวอย่างเช่น

1. ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ต้องเข้าใจในธุรกิจ เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบัน ความไม่แน่นอนและความซับซ้อนของปัญหา ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ที่ต้องปรับตัว ซึ่งไม่ใช่แค่เรื่องของการบริหารจัดการแค่นั้น แต่ยังรวมถึงมุมมองความคิดวิสัยทัศน์ที่ต้องปรับเปลี่ยนตามโลกยุคนี้ไปด้วย เช่น การที่ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 จากเดิมที่บริหารจัดการคัดแยกแค่ขยะอุตสาหกรรม แต่ศักยภาพของผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการคัดแยกขยะชุมชนได้ นั่นหมายถึงผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 สามารถช่วยแก้ปัญหาสถานการณ์ขยะของชุมชนให้กับรัฐบาลได้ ถ้ารัฐบาลเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้าไปมีส่วนร่วม ถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ที่ต้องปรับจากการลงทุนในขยะอุตสาหกรรมเปลี่ยนมาลงทุนกับขยะชุมชน รวมถึงยังสามารถช่วยแก้ปัญหากับสถานการณ์ขยะในปัจจุบันอีกด้วย

2. ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ต้องเข้าใจพฤติกรรมของคนที่เปลี่ยนไป การปรับเปลี่ยนวิถีของการทำงานทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ความท้าทายของการทำธุรกิจหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid - 19 คือ พฤติกรรมของคนจะเปลี่ยนไปจากเดิม โดยการทำงานที่คุ้นเคยกับคำว่า Work From Home การประชุมออนไลน์ ถึงแม้จะออกจากบ้านกันได้อิสระ แต่พฤติกรรมความเคยชิน/วิถีชีวิตเปลี่ยนเป็นออนไลน์ไปแล้ว ดังนั้น หากผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 มองไปถึงพฤติกรรมการบริโภคของประชาชนและในปัจจุบันขยะพลาสติกเกิดขึ้นในประเทศไทยเฉลี่ย 7,000 ตัน/วัน และคนกรุงเทพฯ ใช้ถุงพลาสติกเฉลี่ยคนละ 8 ใบ/วัน และในภาคอุตสาหกรรมความต้องการเม็ดพลาสติกเพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้ายังมีความต้องการมากในปัจจุบัน ผู้ประกอบการหลายรายยังต้องนำเข้าเม็ดพลาสติกจากต่างประเทศ ดังนั้นหากผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ลงทุนและใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการคัดแยกขยะพลาสติกชุมชนเพื่อนำมาผลิตเป็นเม็ดพลาสติกป้อนเป็นวัตถุดิบให้กับภาคอุตสาหกรรม จะช่วยลดปริมาณขยะพลาสติกในประเทศและลดการนำเข้าเม็ดพลาสติกจากต่างประเทศได้ด้วย

3. ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ต้องปรับเปลี่ยนธุรกิจจากในอดีตให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid - 19 เป็นตัวเร่งปฏิกิริยาให้เราทำในสิ่งที่เราไม่เคยทำมาก่อนในบางเรื่อง สิ่งที่ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ต้องคิดและต้องทำในวันนี้ คือ ต้องสร้างความแตกต่างโดยแตกต่างจากสิ่งที่เราเคยทำมาในอดีตและแตกต่างจากคู่แข่ง เราจึงจะสามารถยืนหยัดในธุรกิจนี้ต่อไปได้

4. ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ต้องเข้าใจว่าเป้าหมายของการทำธุรกิจไม่ใช่แค่กำไรสูงสุด แต่เป็นการเติบโตอย่างยั่งยืน เป้าหมายของการทำธุรกิจในสถานการณ์ที่ผันผวนและไม่แน่นอน ยอดขายหรือกำไรสูงสุดไม่ใช่เรื่องสำคัญ แต่เป็นการเติบโตของธุรกิจแบบยั่งยืน นั่นคือ การพัฒนาธุรกิจ การปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น การที่ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 เข้าไปมีส่วนร่วมกับภาครัฐในการแก้ปัญหาขยะชุมชน จะเป็นการแก้ปัญหาขยะชุมชนที่ยั่งยืนได้ในอนาคต

5. ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ต้องเรียนรู้การอยู่รอดในสถานการณ์วิกฤตนี้ โดยมีความยืดหยุ่นและจะต้องปรับตัวได้เร็วทางธุรกิจ สิ่งสำคัญ คือ ต้องมีการพัฒนาในเรื่องของนวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์ให้กับลูกค้า โดยเราอาจไม่จำเป็นต้องเริ่มสิ่งใหม่ ๆ ทั้งหมด แต่เราสามารถปรับจากจุดแข็งของเราที่มีอยู่และพัฒนาจุดแข็งนั้นให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งมันจะง่ายกว่าการคิดสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นมา เข้าใจสถานการณ์ในปัจจุบันและอนาคต ปรับเปลี่ยนการทำธุรกิจแบบลุยเดี่ยวมาเป็นการทำธุรกิจกับภาครัฐและเอกชน รวมถึงการเข้าถึงชุมชนด้วย ท้ายสุดแล้วเราไม่สามารถยืนอยู่ตัวคนเดียวในการทำธุรกิจได้ ดั้งนั้น การทำงานโดยการเชื่อมโยงประสานงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนรวมถึงชุมชนนั้น เพื่อให้มีความยืดหยุ่นในเรื่องของสภาพคล่องทางธุรกิจ ให้ชุมชนมาเป็นส่วนหนึ่งในการทำธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจเดินหน้าต่อไปได้

**บทสรุป**

ในการรับมือของผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ในโลกของการเปลี่ยนแปลงและต้องเผชิญอยู่บนความไม่แน่นอนนั้น การยืดหยุ่น การปรับเปลี่ยนแนวคิดของการทำธุรกิจในปัจจุบันและการเข้าใจถึงสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นี้คือสิ่งที่ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ต้องปรับใช้ในยุคนี้ การกำจัดขยะไม่ว่าจะด้วยวิธีใดก็ตามย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม การใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับการจัดการขยะจะก่อให้เกิดประสทธิภาพและยังช่วยลดมลภาวะที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ในส่วนของผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ต้องเข้าใจว่าเป้าหมายของการทำธุรกิจไม่ใช่แค่กำไรสูงสุด แต่เป็นการเติบโตอย่างยั่งยืน และการเติบโตของธุรกิจแบบยั่งยืน นั่นคือ การพัฒนาธุรกิจ การปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมา ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ต้องเรียนรู้ถึงการอยู่รอดในสถานการณ์วิกฤตนี้ และถ้าหากผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ไม่มีการปรับตัวในเรื่องของการทำธุรกิจใหม่ ๆ ไม่เข้าใจในสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต และยังดำเนินธุรกิจแบบเดิม ๆ อยู่ สุดท้ายแล้วก็จะติดกับดักของพิษเศรษฐกิจในปัจจุบันไปไม่รอดและอาจรอวันล้มอย่างเดียว

**บทวิเคราะห์**

การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการคัดแยกขยะด้วยวิธีการลดและคัดแยกขยะเพื่อใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด การลดปริมาณขยะจากแหล่งกำเนิดทุกภาคส่วนต้องให้ความร่วมมือกันไม่ว่าจะเป็นภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงการสร้างความตะหนักรู้ในการคัดแยกขยะให้กับประชาชน ปัจจุบันมีการใช้พลาสติกมากขึ้นและมีการใช้วัสดุทดแทนมากขึ้นเช่นกัน การจะนำขยะพลาสติกเข้าสู่ระบบการรีไซเคิลสิ่งสำคัญ คือ การเก็บรวบรวม การคัดแยก การทำความสะอาด เพื่อนำกลับไปรีไซเคิลใหม่ การร่วมมือกับผู้ประกอบการในการนำขยะพลาสติกกลับมาทำเป็นสินค้าและส่งออกโดยการออกแบบสินค้าให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นแนวโน้มการจัดการขยะในอนาคตจะทำได้มากขึ้น และผู้ประกอบการโรงงาน 105 และ 106 ในประเทศไทยควรจะเปิดใจ ปรับตัว ปรับแนวคิด ปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์ในการทำธุรกิจแบบใหม่ เพื่อให้ทันกับสถานการณ์และวิฤตที่เป็นอยู่ ไม่เพียงแค่ธุรกิจจะอยู่รอดในสถานการณ์นี้ แต่ยังมีโอกาสเติบโตและยั่งยืนได้อีกมากในอนาคตข้างหน้า

**บรรณานุกรม**

กรมควบคุมมลพิษ. (2562). *รายงานสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย ปี 2562 สถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชน ของเสียอันตรายและสารอันตราย*. http://www.pcd.go.th/publication/8013/.

กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน. (2563). *ขยะสำคัญที่การจัดการเพื่อให้ได้ทั้งการกำจัดและพลังงาน*. http://webkc.dede.go.th/testmax/node/2108.

ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์. (2542). แนวทางการจัดเก็บภาษีสิ่งแวดล้อมในประเทศไทยและข้อวิจารณ์ร่างพรบ.โรงงาน. *วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, *3*(2), 28-49.

ภัทรานิษฐ์ ศรีจันทราพันธุ์ และ อำพรรณ ไชยบุญชู. (2564). การศึกษาปริมาณขยะในครัวเรือนช่วงการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, *41*(2), 1–17.

วิชชากร จารุศิร. (2555). การจัดการขยะเป็นแหล่งพลังงานด้วยการแปรรูปขยะพลาสติกเป็นน้ำมันเชื้อเพลิง. *วารสารมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ(สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี)*, *4*(7), 125-144.

สมาคมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม (ประเทศไทย). (2563). *ความหมาย/ประเภท/องค์ประกอบและสาเหตุของขยะมูลฝอย*. https://adeq.or.th/

สิริลัคน์ สุบงกฎ. (2562). มาตรการทางกฎหมายในการจัดการขยะจากอุปกรณ์ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษา:การจัดการขยะทางโทรทัศน์. *วารสารนิติศาสตร์บัณฑิต*, *12*(3), 550-560.

สุจิตรา วาสนาดำรงดี. (2553). สถานการณ์ปัญหาขยะอิเล็กทรอนิกส์. *วารสารสิ่งแวดล้อม, 19*(3), 1-18.

สุปราณี ศิริอาภานนท์. (2561). การจัดการขยะรีไซเคิล:ประสบการณ์ระดับนานาชาติและการใช้งานสำหรับประเทศไทย. *วารสารรัฏฐาภิรักษ์*, *60*(1), 103-114.

สำนักสิ่งแวดล้อมกรุงเทพมหานคร. (2562). *คู่มือการคัดแยกขยะและการทิ้งขยะ.*

http://www.bangkok.go.th/upload/user/00000231/data/brochure/thai.pdf.

สำนักสิ่งแวดล้อมกรุงเทพมหานคร. (2558*). แนวคิดการจัดการขยะมูลฝอยของนานาประเทศ.*

http://actionforclimate.deqp.go.th/?p=6741#.

# กลยุทธ์การแก้ไขปัญหา “ทุนขั้นต่ำ” ของนักลงทุนต่างชาติในเขตเศรษฐกิจพิเศษ 10 จังหวัดของประเทศไทย: กรณีศึกษาปัญหาทุนขั้นต่ำภายใต้พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ของนักลงทุนชาวจีน

# Strategies to Tackle the Problem of Minimum Capital by Foreign Investors in 10 Special Economic Zones (SEZs) of Thailand: A Study in the Problem of Minimum Capital Faced by Chinese Investors under the Foreign Business Act B.E. 2542 (1999).

เมืองภูมิ หาญสิริเพชร[1*] และภูริพันธุ์ โพธิ์ชัยแก้ว[2]
คณะความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหนานจิง สาธารณรัฐประชาชนจีน[1*]
สถานกงสุลใหญ่สาธารณรัฐประชาชนจีน ณ จังหวัดขอนแก่น[2]
67/61 ซอยแจ่มจันทร์ ถนนเอกมัย 21 แขวงคลองตันเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
Muangphum Harnsiripetch [1*] and Phuripan Pochaikaew[2]
Faculty of International Relations Nanjing University People's Republic of China[1*]
The General Consulate of People’s Republic of China in Khon Kaen[2]
67/61 Soi Chamchan, Ekkamai 21 Rd. , Klongton Nue, Wattana, Bangkok 10110
E-mail : han_bing_phum_h@hotmail.com

**บทคัดย่อ**

พ.ศ. 2557 รัฐบาลไทยได้พัฒนาโครงการเขตเศรษฐกิจพิเศษ 10 จังหวัดชายแดนโดยมีวัตถุประสงค์ดึงดูดทุนจากประเทศในอาเซียน ตลอดจนประเทศใกล้เคียง อาทิ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียนนาม เป็นต้น ให้เข้ามาลงทุนในประเทศไทย ซึ่งประเทศจีนเป็นหนึ่งในประเทศที่รัฐบาลไทยต้องการดึงดูดให้เข้ามาลงทุน อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณากฎหมาย “พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจคนต่างด้าว พ.ศ. 2542” พบว่าการลงทุนของนักลงทุนชาวจีนในเขตเศรษฐกิจพิเศษนั้นยังคงมีอุปสรรคด้านการนำหรือส่ง “ทุนขั้นต่ำ” เข้าสู่ประเทศไทย ด้วยเหตุนี้ ผู้เขียนจึงได้วิเคราะห์ถึงสภาพปัญหาของนักลงทุนชาวจีนโดยพิจารณาจากปัญหา “ทุนขั้นต่ำ” ตามพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจคนต่างด้าวในปี พ.ศ. 2542

จากการศึกษาพบว่า นักลงทุนจีนมิได้รับสิทธิประโยชน์ในการยืดระยะเวลาการนำทุนขั้นต่ำเข้ามาสู่ประเทศไทย เนื่องจากมิใช่นักธุรกิจต่างด้าวที่มาจากประเทศที่มีสนธิสัญญาส่งเสริมการลงทุนระหว่างไทยกับ

26 มกราคม 2565 / 15 เมษายน 2565 / 7 มิถุนายน 2565
26 January 2022 / 15 April 2022 / 7 June 2022

ต่างชาติตามกฎหมายพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจคนต่างด้าวมาตราที่ 10 ผู้เขียนจึงได้วิเคราะห์ถึงรูปแบบของปัญหาทางกฎหมาย และกลยุทธ์การแก้ไขปัญหาเพื่อให้นักลงทุนชาติต่าง ๆได้รับสิทธิประโยชน์อย่างเท่าเทียม

**คำสำคัญ :** เขตเศรษฐกิจพิเศษ กลยุทธ์แก้ไขปัญหาทางกฎหมาย นักลงทุนจีน การนำหรือส่งทุนขั้นต่ำ

## Abstract

In 2014, the Thai Government had developed the Special Economic Zones (SEZs) where 10 border provinces, it aimed to collaborate CLMV (i.e., Cambodia, Laos, Myanmar, and Vietnam). In addition to those nations, China was another key investor in the eyes of Thai government. Notwithstanding, the Foreign Business Act B.E.2542 (FBA) is still problematic in the sense of legal enforcement. In the SEZs, for the example, Chinese investors still has some obstacles in bringing or sending “minimum capital” into Thailand. For this reason, the authors analyzed the problems of Chinese investors based on the “minimum capital” issue under the FBA.

From the study, Chinese investors are not privileged to extend the period of bringing the group of CLMV investors into Thailand. Since they are not foreign businessmen who come from countries that have investment promotion treaties between Thailand and foreigners in accordance with Section 10 of the FBA. As a result, the article was analyzed the pattern of legal problems and strategies for such requirement should have been reconsidered in flavor the equitable treatment for foreign investors.

**Keywords :** Special Economic Zones, Problem Solving Strategies, Chinese Investors, Capital Minimum Requirement

## บทนำ

พ.ศ. 2557 คณะรักษาความสงบแห่งชาติ นำโดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชาได้พัฒนาโครงการเขตเศรษฐกิจพิเศษ 10 จังหวัดชายแดนขึ้นเพื่อตอบสนองประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่กำลังจะจัดตั้งในปี พ.ศ. 2558 เรื่อยไปจนความร่วมมือต่างๆในภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งพื้นที่ภายในเขตเศรษฐกิจพิเศษจะให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุนโดยมีจุดประสงค์ดึงดูดทุนจากประเทศในอาเซียน ตลอดจนประเทศใกล้เคียงมาลงทุนในประเทศไทย นอกจากประเทศในอาเซียน สาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นหนึ่งในประเทศที่ทางรัฐบาลไทย ต้องการดึงดูดให้เข้ามาลงทุนในประเทศไทย

ปัจจุบันการค้าขายระหว่างจีนและประเทศในอาเซียนทวีความสำคัญมากขึ้น เนื่องจากมีการสร้างทางรถไฟความเร็วสูงระหว่างประเทศจีนและประเทศลาว และมีการเปิดใช้งานแล้วส่งผลให้เกิดการค้าขายมูลค่ามหาศาลในบริเวณดังกล่าว อาทิ นับตั้งแต่วันที่ 3 ธันวาคม พ.ศ. 2564 ถึงวันที่ 3 มกราคม พ.ศ. 2565 รวมเป็นระยะเวลา 1 เดือน ศุลกากรของนครคุนหมิง เมืองเอกของมณฑลยูนนานได้เปิดเผยข้อมูลว่า รถไฟสินค้าวิ่งผ่านนครคุนหมิงบนเส้นทางรถไฟจีน-ลาวแล้ว 116 ขบวน ขนส่งสินค้าจากจีนผ่านประเทศลาวไปสู่ประเทศเมียนมาร์ ประเทศไทย และประเทศสิงคโปร์แล้วมากกว่า 49,800 ตัน คิดเป็นมูลค่าราว 676 ล้านหยวน (Hua Xia, 2564: 2) มูลค่าการค้าที่เพิ่มอย่างเห็นได้ชัดสะท้อนถึงความสำคัญของเศรษฐกิจการค้าของชายแดนไทย และเขตเศรษฐกิจพิเศษทั้ง 10 แห่งของไทย ดังนั้นการวางกลยุทธ์เพื่อพัฒนาการดึงดูดนักลงทุนในพื้นที่ดังกล่าวจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

อย่างไรก็ตามเขตเศรษฐกิจพิเศษ 10 จังหวัดชายแดนของไทยมิได้ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยหลายด้าน หนึ่งในนั้นคือกฎหมายต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ เมื่อพิจารณาด้านกฎหมายซึ่งเกี่ยวข้องกับการลงทุนของชาวต่างชาติ โดยวิเคราะห์การจัดตั้งธุรกิจจากกฎหมายการประกอบธุรกิจคนต่างด้าว พบว่าการลงทุนของนักลงทุนชาวจีนในเขตเศรษฐกิจพิเศษนั้นยังคงมีอุปสรรคอยู่บางประการด้านกฎหมาย ด้วยเหตุนี้ผู้เขียนจึงได้วิเคราะห์ถึงสภาพปัญหาของนักลงทุนชาวจีน โดยทำการศึกษาปัญหา “ทุนขั้นต่ำ” ตามมาตรา 14พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจคนต่างด้าว พ.ศ. 2542

“ทุนขั้นต่ำ” ตามพระราชบัญญัติดังกล่าวหมายถึง ทุนของคนต่างด้าวที่อาจมาจาก 2 แหล่ง คือ ทุนจดทะเบียน และทุนที่นำเข้ามาในราชอาณาจักร โดยมีข้อกำหนดว่าจำนวนทุนขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 2 ล้านบาท หากคนต่างด้าวประกอบธุรกิจนอกบัญชีท้ายกฎหมาย และทุนขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 3 ล้านบาท หากคนต่างด้าวได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจตามบัญชีท้ายกฎหมายตามลำดับ (วันเพ็ญ หรูจิตตวิวัฒน์, 2552: 50)

จากการศึกษาพบว่า นักลงทุนจีนมิได้รับสิทธิประโยชน์ในการยืดระยะเวลาการนำทุนขั้นต่ำเข้ามาสู่ประเทศไทย เนื่องจากนักลงทุนชาวจีนมิใช่นักธุรกิจต่างด้าวที่มาจากประเทศภาคีตามพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ได้บัญญัติไว้ กลายเป็นอุปสรรคของนักลงทุนรายย่อยชาวจีนที่ประสงค์จะลงทุนในประเทศไทย เนื่องจากมีเงินหมุนเวียนในธุรกิจไม่เพียงพอที่จะนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้าสู่ประเทศไทย

เนื่องจากอุปสรรคด้านทุนขั้นต่ำของพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว ถือเป็นอุปสรรคหนึ่งที่ทำให้พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ 10 จังหวัดไม่สามารถตอบรับกลุ่มนักลงทุนจากประเทศในแถบลุ่มแม่น้ำโขงนอกเหนือจากประเทศสมาชิกอาเซียนได้ เพราะไม่มีความเท่าเทียมกันตามหลักปฏิบัติของการลงทุน ทำให้เกิดปัญหาด้านการแข่งขันขึ้นได้ บทความนี้ได้วิเคราะห์ถึงรูปแบบของปัญหาทางกฎหมาย และกลยุทธ์การแก้ไขปัญหาเพื่อให้นักลงทุนชาติต่าง ๆได้รับสิทธิประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน อันจะส่งผลดึงดูดให้นักลงทุนชาวจีนตลอดจนนักลงทุนชาติอื่น ๆ เข้ามาลงทุนในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษได้ (เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน, 2559: ออนไลน์)

**ความเป็นมาของเขตเศรษฐกิจพิเศษประเทศไทยและยุทธศาสตร์การดึงดูดนักลงทุน**

เขตเศรษฐกิจพิเศษประเทศไทย (Special Economic Zones :SEZs) คือ บริเวณพื้นที่ที่คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) กำหนดให้เป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งรัฐจะสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน สิทธิประโยชน์การลงทุน การบริหารแรงงานต่างด้าวแบบไป-กลับ การให้บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จและการบริการอื่นที่จำเป็น

รัฐบาลทักษิณ ชินวัตรได้ริเริ่มแนวคิดจัดเขตเศรษฐกิจไทยที่มีพื้นที่เชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านใน พ.ศ. 2547 (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน), 2558: 79) ต่อมารัฐบาลนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ได้รื้อฟื้นขึ้นมาอีกครั้ง โดยลงนามในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยเขตเศรษฐกิจพิเศษ 2556 เพื่อกำหนดนโยบาย หลักการ และแนวทางในการจัดการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ (แนวทางและมาตรการเพื่อการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษบริเวณพื้นที่แนวชายแดนของไทย, 2558: 117-118) โครงการดังกล่าวหยุดชะงักด้วยปัญหาทางการเมืองก่อนจะได้รับสืบทอดอีกครั้งจากรัฐบาลชุดต่อมา

พ.ศ. 2557 “คณะรักษาความสงบแห่งชาติ” เรียกโดยย่อว่า “คสช.” ใช้อำนาจของมาตรา 44 ออกคำสั่งที่ 72/2557 เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2557 แต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) โดยมีหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติเป็นประธาน มีสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เป็นฝ่ายเลขานุการ และมีคณะอนุกรรมการ 6 คณะร่วมบริหารงานส่วนกลางและพื้นที่ประกอบด้วย คณะอนุกรรมการด้านสิทธิประโยชน์ ขอบเขตพื้นที่ และศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน, คณะอนุกรรมการศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านแรงงาน สาธารณสุข และความมั่นคง,คณะอนุกรรมการด้านโครงสร้างพื้นฐานและด่านศุลกากร, คณะอนุกรรมการด้านการจัดหาที่ดินและบริหารจัดการ, คณะอนุกรรมการด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ และคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระดับพื้นที่ (เขตเศรษฐกิจพิเศษในประเทศไทย, 2559: I)

หลังจากมีคำสั่งที่ 72/2557 เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2557 ในปีต่อมามีประกาศกำหนดพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษตามหลักเกณฑ์และจัดลำดับความสำคัญของพื้นที่ชายแดนที่มีศักยภาพและเหมาะสมพัฒนาเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จำนวน 10 จังหวัด ระยะแรก 5 จังหวัด ได้แก่ ตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตราด และสงขลา เริ่มดำเนินการในปี 2558 ระยะที่สอง 5 จังหวัด ได้แก่ หนองคาย นราธิวาส เชียงราย นครพนม และกาญจนบุรี เริ่มดำเนินการในปี 2559 (เขตเศรษฐกิจพิเศษในประเทศไทย, 2559, หน้า I - II)

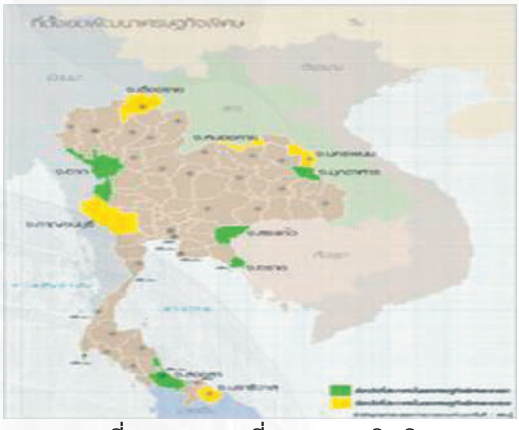
เขตเศรษฐกิจพิเศษทั้ง 10 พื้นที่ มีจุดมุ่งหมายตอบสนองยุทธศาสตร์การเปิดประชาคมอาเซียน และโครงการความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion :GMS) ตลอดจนเป็นฐานรองรับการลงทุนจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (คู่มือการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ, 2561: ออนไลน์) โดยพื้นที่ตั้งของเขตเศรษฐกิจพิเศษจากพื้นที่ทั้งหมด 10 จังหวัด มีเขตเศรษฐกิจพิเศษทั้งหมด 4 จังหวัดที่มีจุดประสงค์ให้เชื่อมโยงกับประเทศจีน จากประเทศจีน

- จังหวัดตาก มีความประสงค์เชื่อมโยงกับจีนตอนใต้

- จังหวัดมุกดาหาร ตั้งอยู่บนแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก ตะวันตก (East – West Economic Corridor) สามารถเชื่อมโยงสาธารณรัฐประชาชนจีนบริเวณจีนตอนใต้ และบริเวณเกาะไต้หวัน โดยมีสะพานมิตรภาพ 2 (มุกดาหาร - สะหวันนะเขต) เป็นจุดเชื่อมสำคัญ (คู่มือการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ, 2561: 8-11)

- จังหวัดเชียงราย (จีนตอนใต้ - ยูนหนาน) ตั้งอยู่บนแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือ - ใต้ (North - South Economic Corridor) ซึ่งสามารถไปทางเหนือเชื่อมโยงกับสาธารณรัฐประชาชนจีนตอนใต้ โดยเฉพาะมณฑลยูนาน ซึ่งเชียงรายนี้สามารถเชื่อมโยงได้ทั้งทางบกและทางน้ำ โดยอาศัยเส้นทางบกสองเส้นทาง ได้แก่ ถนน R3A (ผ่านด่านเชียงของ และสปป. ลาว) และถนน R3B (ผ่านด่านแม่สาย และเมียนมา) ส่วนทางน้ำสามารถขนส่งโดยอาศัยแม่น้ำโขงผ่านท่าเรือเชียงแสน (คู่มือการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ, 2561: 22-23)

- จังหวัดนครพนม โดยจังหวัดนี้เป็นช่องทางการค้าผ่านแดนไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน มณฑลกวางสีที่มีมูลค่าสูงสุดของประเทศ และยังมีศักยภาพที่จะเป็นช่องทางขนส่งไปได้ถึงเกาะไต้หวัน โดยผ่านท่าเรือหวุ่งอ๋างของเวียดนาม (คู่มือการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ, 2561: 26 - 27)



**ภาพที่ 1 ภาพแผนที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ**

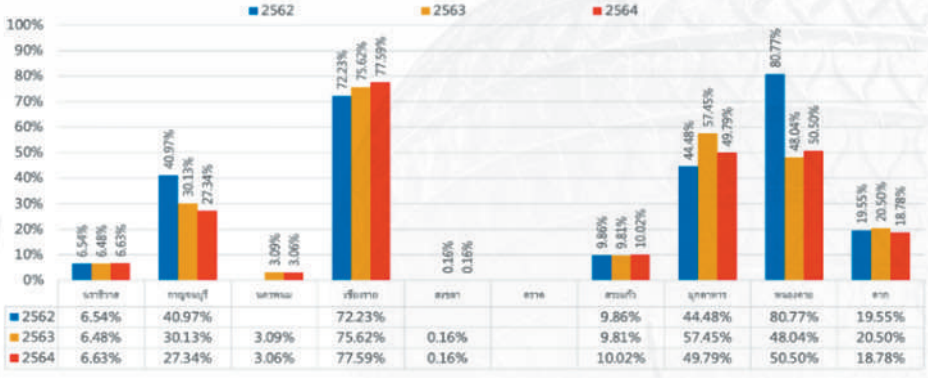
**ที่มา** : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน*. https://data.opendevelopmentmekong.net/dataset/9b5bd23c-963d-42bf-b553-cfbea97a3771/resource/ede372ea-b639-4f1d-901e-bea30bdd4db3/download/4border-special-economic-zones-development.pdf

ในด้านยุทธศาสตร์พัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ นับตั้งแต่ปี 2557 เป็นต้นมาทางภาครัฐได้ดำเนินการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ต่างๆ ในพื้นที่เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 10 จังหวัดเพื่อดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาลงทุน โดยอาจแบ่งยุทธศาสตร์ดังกล่าวได้เป็น 2 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 มาตรการสนับสนุนที่ผู้ประกอบการไม่ต้องขอสิทธิประโยชน์จากทางภาครัฐ อาทิ การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน การสร้างระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นเพื่อรองรับการลงทุน การจัดหาพื้นที่ให้เช่า รวมถึงการตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จครบวงจร เป็นต้น (คู่มือการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ, 2561: 48 - 49)

กลุ่มที่ 2 มาตรการสนับสนุนที่ผู้ประกอบการต้องขอสิทธิประโยชน์จากทางภาครัฐ มีทั้งมาตรการสนับสนุนด้านภาษี และด้านที่มิใช่ภาษีอากร ผู้ลงทุนจะทำเรื่องขอรับสิทธิประโยชน์จากหน่วยงานต่างๆของภาครัฐจาก 3 หน่วยงาน ได้แก่ หน่วยงานที่ 1 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (คู่มือการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ, 2561: 32 - 33) หน่วยงานที่ 2 การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (คู่มือการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ, 2561: 51) ซึ่งจะได้สิทธิประโยชน์ทั้งมาตรการสนับสนุนด้านภาษี และด้านที่มิใช่ภาษีอากร หน่วยงานที่ 3 กระทรวงการคลังกรมสรรพกรซึ่งจะมอบสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีเท่านั้น (คู่มือการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ, 2561, หน้า 48) เมื่อหน่วยงานต่างๆพิจารณาว่าเป็นขอบเขตกิจการที่ภาครัฐสนับสนุน จึงจะทำการอนุมัติให้ได้รับสิทธิประโยชน์

เมื่อพิจารณาสถิติ ประเทศที่เข้ามาลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน 10 จังหวัด 3 อันดับแรกระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2564 พบว่านักลงทุนสัญชาติจีนได้เข้ามาลงทุนเป็น 3 อันดับแรกในทุกจังหวัด ยกเว้นจังหวัดตราด นอกจากนี้ในจังหวัดตาก จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดเชียงราย และจังหวัดนครพนมซึ่งเป็นจังหวัดที่ทางรัฐบาลไทยมีความประสงค์ใช้ดึงดูดทุนจีนโดยเฉพาะ ทุนจากนักลงทุนชาวจีนลงทุนจังหวัดตาก จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดเชียงรายเป็นอันดับที่ 1 สะท้อนให้เห็นว่าเขตพื้นที่ดังกล่าวมีความสามารถที่จะพัฒนาให้มีสภาพเหมาะสมเพื่อดึงดูดนักลงทุนจีนเพิ่มขึ้นได้




| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2562 | 6.54% | 40.97% | | 72.23% | | | 9.86% | 44.48% | 80.77% | 19.55% |
| 2563 | 6.48% | 30.13% | 3.09% | 75.62% | 0.16% | | 9.81% | 57.45% | 48.04% | 20.50% |
| 2564 | 6.63% | 27.34% | 3.06% | 77.59% | 0.16% | | 10.02% | 49.79% | 50.50% | 18.78% |

**ภาพที่ 2 สถิติมูลค่าการลงทุนของนักลงทุนชาวจีน คัดกรองจาก 1 ใน 3 ของประเทศที่เข้ามาลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน 10 จังหวัด ระหว่าง พ.ศ. 2562 – 2564**

**ที่มา** : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2565). *ข้อมูลธุรกิจเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ.*
https://www.dbd.go.th/more_news.php?cid=1025

ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษของไทยแม้มีนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนตามจุดประสงค์ของการตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน แต่ทว่าได้ว่าเขตเศรษฐกิจพิเศษ 10 จังหวัดกลับไม่ประสบความสำเร็จ อาทิ จากข้อมูลระหว่างปี 2558-มิถุนายน 2564 พบว่าจังหวัดมุกดาหาร ตราด สระแก้ว และหนองคาย รวม 4 จังหวัดมีการขอรับการส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษรวม 91 โครงการ คิดเป็นเงินลงทุนเพียง 24.15 ล้านบาทเท่านั้น (ชงประยุทธ์ขยายเขตเศรษฐกิจพิเศษ จูงใจนักลงทุนเพิ่มจังหวัดชายแดน, 2564: ออนไลน์) ขณะที่การลงทุนการลงทุนของต่างชาติในนิติบุคคลที่จัดตั้งในไทยในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor : EEC) อันได้แก่พื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยองเพียงปี พ.ศ. 2564 มีจำนวนมีมูลค่าทั้งสิ้น 825,358.65 ล้านบาท (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565: ออนไลน์)

ในเขตเศรษฐกิจพิเศษบางแห่งเปิดให้เอกชนเข้ามาประมูลเพื่อการลงทุนในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ แต่ทว่ามีผู้สนใจเข้าร่วมประมูลน้อยมาก บางครั้งแม้มีผู้ชนะการประมูลแล้ว แต่ผู้ชนะการประมูลมิได้เข้ามาลงนามสัญญาบริหารพื้นที่ (เขตเศรษฐกิจพิเศษ ล้มลุกคลุกคลาน รัฐเบนเข็มดันระเบียงเศรษฐกิจ 4 ภาค, 2564: ออนไลน์) กระทั่งในปี พ.ศ. 2564 นายดนุชา พิชยนันท์ เลขาธิการสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ออกมายอมรับว่าเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไม่ได้รับความสนใจจากนักลงทุนมากเท่าจำเป็นต้องหาหนทางแก้ไขใหม่เพื่อดึงดูดนักลงทุนเข้ามา (ปัดฝุ่นเขตศก.พิเศษ 10 จังหวัด, 2564: ออนไลน์) ด้วยเหตุนี้จึงอาจกล่าวได้ว่ายุทธศาสตร์การดึงดูดนักลงทุนต่างชาติเข้าสู่พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษควรได้รับการปรับปรุง ซึ่งในบทความนี้จะทำการศึกษาการปรับปรุงด้านกฎหมายว่าด้วยการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำของคนต่างด้าวเข้าสู่ไทยตามพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจคนต่างด้าว พ.ศ. 2542

**ปัญหา“ทุนขั้นต่ำ” ของนักลงทุนต่างด้าวสัญชาติจีนในเขตเศรษฐกิจชายแดน 10 จังหวัด**

ปัญหาของเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนของไทยนอกจากจะมีปัญหาในด้านสิทธิประโยชน์ที่มีไม่ดึงดูดนักลงทุนมากพอ กฎหมายที่ควบคุมการลงทุนในประเทศไทยของนักลงทุนต่างด้าวถือเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันในกลุ่มนักลงทุน ดังปัญหาการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำของคนต่างด้าวเข้าสู่ประเทศไทยตามพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจคนต่างด้าว พ.ศ. 2542

ตามพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 “คนต่างด้าว” หมายถึงบุคคลธรรมดาซึ่งไม่มีสัญชาติไทย, นิติบุคคลซึ่งไม่ได้จดทะเบียนในประเทศไทย, นิติบุคคลซึ่งจดทะเบียนในประเทศไทย แต่มีหุ้นอันเป็นทุนหรือลงทุนมีมูลค่าตั้งแต่กึ่งหนึ่งของนิติบุคคลนั้นถือโดยบุคคลหรือนิติบุคคลต่างด้าว, ห้างหุ้นส่วนจำกัดหรือห้างหุ้นส่วนสามัญที่จดทะเบียน ซึ่งหุ้นส่วนผู้จัดการหรือผู้จัดการเป็นบุคคลธรรมดาซึ่งไม่มีสัญชาติไทย หรือนิติบุคคลซึ่งจดทะเบียนในประเทศไทยมีหุ้นอันเป็นทุนหรือลงทุนมีมูลค่าตั้งแต่กึ่งหนึ่งของนิติบุคคลนั้นถือโดยบุคคลหรือนิติบุคคลที่ต่างด้าว

ความหมายของ “ทุนขั้นต่ำ” หมายถึง ทุนของคนต่างด้าวที่อาจมาจาก 2 แหล่ง คือ ทุนจดทะเบียน และทุนที่นำเข้ามาในราชอาณาจักร ซึ่งจำนวนของทุนขั้นต่ำสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ประเภทที่ 1 หากเป็นการประกอบธุรกิจใดๆนอกบัญชีท้ายพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ทุนขั้นต่ำจะต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า 2 ล้านบาท และประเภทที่ 2 หากธุรกิจของคนต่างด้าวเป็นการประกอบธุรกิจที่ต้องได้รับอนุญาตตามบัญชีท้ายพระราชบัญญัติทุนขั้นต่ำต้องไม่น้อยกว่า 3 ล้านบาท

ระยะเวลาในการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้าสู่ประเทศไทย กำหนดว่าคนต่างด้าวซึ่งเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลที่ไม่ได้จดทะเบียนในประเทศไทยต้องนำหรือส่งเงินตราต่างประเทศที่เป็นทุนขั้นต่ำเข้ามาในประเทศไทยให้ครบตามเกณฑ์ภายในเวลา 3 ปี นับตั้งแต่วันที่เริ่มต้นประกอบธุรกิจ โดย 3 เดือนแรกต้องนำหรือส่งเข้ามาไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของทุนขั้นต่ำ และต้องครบร้อยละ 50 ของทุนขั้นต่ำภายในเวลา 1 ปี ส่วนที่เหลือให้นำหรือส่งเข้ามาปีละไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของทุนขั้นต่ำ แต่หากระยะเวลาประกอบธุรกิจไม่ถึง 3 ปี ต้องนำหรือส่งเงินตราต่างประเทศที่เป็นทุนขั้นต่ำเข้ามาภายใน 6 เดือนนับตั้งแต่วันที่เริ่มต้นประกอบธุรกิจ ในกรณีประกอบธุรกิจนอกบัญชีท้ายกฎหมาย หรือนับตั้งแต่วันที่ได้รับอนุญาตในกรณีประกอบธุรกิจตามบัญชีท้ายกฎหมาย (วันเพ็ญ หรูจิตตวิวัฒน์, 2552: 50)

ทั้งนี้กฎกระทรวงยังได้กำหนดให้คนต่างด้าวแสดงหลักฐานการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้ามาในประเทศไทย รวมทั้งคำนวณเป็นเงินตราไทยโดยใช้อัตราอ้างอิงในวันที่นำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้ามาในประเทศไทยเป็นเกณฑ์ โดยยื่นต่อกรมพัฒนาธุรกิจการค้าภายใน 15 วันนับตั้งแต่วันที่นำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้ามาในประเทศไทย (กฎกระทรวงกำหนดทุนขั้นต่ำและระยะเวลาในการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้ามาในประเทศไทย (ฉบับที่ 4) พุทธศักราช 2562, 2562)

อย่างไรก็ตามระยะเวลาการนำทุนขั้นต่ำเข้าสู่ประเทศไทยสามารถชะลอระยะเวลาได้ตาม “กฎกระทรวงกำหนดทุนขั้นต่ำและระยะเวลาในการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้ามาในประเทศไทย (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562” โดยบัญญัติว่าคนต่างด้าวที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทย หรือที่เป็นนิติบุคคลจดทะเบียนในประเทศไทย โดยสนธิสัญญาทวิภาคีที่ประเทศไทยเป็นภาคี ซึ่งให้สิทธิเป็นการยกเว้นแก่คนชาติภาคีอีกฝ่ายหนึ่งเป็นการต่างตอบแทน ให้นำหรือส่งเงินตราต่างประเทศที่เป็นทุนขั้นต่ำเข้ามาในประเทศไทยให้ครบตามเกณฑ์ข้างต้นภายในวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ. 2572 นับแต่วันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับ สำหรับคนต่างด้าวที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทยโดยสนธิสัญญาทวิภาคีที่ให้สิทธิต่างตอบแทนดังกล่าวก่อนวันที่กฎกระทรวงใช้บังคับ และยังไม่ได้นำหรือส่งเงินตราต่างประเทศที่เป็นทุนขั้นต่ำเข้ามาในประเทศไทยให้ครบตามเกณฑ์ข้างต้น ต้องดำเนินการให้ครบตามเกณฑ์ภายในวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ. 2572 นับตั้งแต่วันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับเช่นกัน (กระทรวงกำหนดทุนขั้นต่ำและระยะเวลาในการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้ามาในประเทศไทย (ฉบับที่ 4) พุทธศักราช 2562, 2562: ออนไลน์)

จากข้อกำหนดตามกฎกระทรวง คนต่างด้าวที่ประกอบธุรกิจโดยสนธิสัญญาหรือความตกลงการค้าระหว่างประเทศไทยกับคู่ภาคี ได้แก่คนต่างด้าวภายใต้สนธิสัญญาดังต่อไปนี้ “สนธิสัญญาทางไมตรีและ

ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างราชอาณาจักรไทยกับสหรัฐอเมริกา พ.ศ. 2511” “ความตกลงการค้าเสรีไทย – ออสเตรเลีย พ.ศ. 2542” “ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย - ญี่ปุ่น (JTEPA) พ.ศ. 2550” และ”ความตกลงว่าด้วยการลงทุนอาเซียน (Comprehensive Investment Agreement) (ACIA) ” โดยจะถือสัญชาติเป็นสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และประเทศในอาเซียนตามลำดับ(สยาม ลิขิตพงศธร, 2558: 10 - 18)

จะเห็นได้ว่าตามกฎกระทรวงช่วยยืดเวลาในการนำทุนขั้นต่ำเข้าสู่ประเทศไทยแก่คนต่างด้าวที่เป็นบุคคลหรือนิติบุคคลซึ่งถือสัญชาติของคู่ภาคี แม้ส่งผลให้เกิดความสะดวกต่อนักลงทุนในประเทศภาคีที่จะเข้ามาลงทุน แต่ว่าย่อมไม่ยุติธรรมต่อชาติที่มิได้เป็นภาคี ซึ่งสาธารณรัฐประชาชนจีนถือเป็นหนึ่งในหลายประเทศที่มิได้เป็นภาคีและไม่สามารถรับสิทธิประโยชน์ดังกล่าวได้ ด้วยเหตุนี้การนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้าสู่ประเทศไทยจึงถือเป็นข้อจำกัดทางการลงทุนในประเทศไทย ของนักลงทุนชาวจีนที่ถูกจัดว่าเป็น “คนต่างด้าว” ตามพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 มาตรา 4 (中华人民共和国商务部, 2006: ออนไลน์)

ผู้เขียนทำการสัมภาษณ์กลุ่มนักลงทุนสัญชาติจีนจำนวน 6 คนโดย 3 คนเป็นนักธุรกิจที่เข้ามาประกอบธุรกิจในไทยโดยถูกกฎหมาย และขนาดธุรกิจนั้นเทียบเท่าได้กับวิสาหกิจขนาดย่อยภาคการค้าและการบริการที่มีการจ้างงานไม่เกิน 5 คน รายได้ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท และอีก 3 คน เป็นนักธุรกิจชาวจีนที่มีบริษัทของตนในประเทศจีน และทำธุรกิจกับไทย โดยขนาดธุรกิจเทียบเท่าวิสาหกิจขนาดย่อมภาคการค้าและการบริการของไทย มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน และมีรายได้ไม่เกิน 50 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อย, 2565: ออนไลน์)

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มนักธุรกิจชาวจีนล้วนมองว่าข้อกำหนดนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้าสู่ประเทศไทยตามกฎกระทรวงเป็นอุปสรรคบริษัทต่างด้าวสัญชาติจีนขนาดเล็ก เนื่องจากเป็นเพิ่มภาระในการหมุนเวียนเงินภายในบริษัท หากสามารถยืดเวลานำหรือส่งทุนขั้นต่ำได้จะส่งผลดีต่อนักธุรกิจรายย่อย อีกทั้งยังช่วยให้สามารถแข่งขันกับชาติที่เป็นภาคีกับประเทศไทย และหวังว่าไทยจะมีสนธิสัญญา หรือกฎหมายที่จะช่วยเหลือนักลงทุนจีนให้สามารถยืดระยะเวลานำหรือส่งทุนขั้นต่ำได้ นอกจากนี้นักธุรกิจรายหนึ่งยังได้เสนอควรยืดหยุ่นให้เลือกระยะเวลาในการแลกเปลี่ยนเงินที่จะนำมาเป็นทุนขั้นต่ำได้ (Yang Xili (杨西理), สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2564)

นักธุรกิจทั้ง 6 คนยังได้กล่าวตรงกันว่า เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน 10 จังหวัดสิทธิประโยชน์มิได้มากกว่าเขตเศรษฐกิจพิเศษที่อื่น เมื่อประกอบกับการพัฒนาสาธารณูปโภคตามจังหวัดต่างๆยังมิได้เจริญมากนัก อีกทั้งยังถูกควบคุมโดยข้อกำหนดการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำ ทำให้พื้นที่ดังกล่าวไม่น่าเข้ามาลงทุน โดยมีนักธุรกิจผู้หนึ่งได้แสดงความคิดเห็นว่า “ถ้าไม่ได้สิทธิประโยชน์มากนัก แต่ยังมีข้อกำหนดเดิมๆควบคุมอยู่ สู้มาลงทุนในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกที่ใกล้กับกรุงเทพฯจะไม่ง่ายกว่าหรือ” (Fang Fei (方菲) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2564) และนักธุรกิจอีกผู้หนึ่งได้กล่าวว่า “บางบริษัทต้องการเลี่ยงปัญหาทุนขั้นต่ำจำเป็นต้องหานอมินีคนไทยเลยทีเดียว” (Zhou Zijie (周字捷), สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2564) โดย “นอมินี” หมายถึง

เป็นผู้รับถือหุ้นให้บุคคลอื่นที่ไม่ต้องการจะเปิดเผยตัวตน เพื่อหลีกเลี่ยงกฎหมายต่าง ๆ ตลอดจนใช้เพื่อการถือหุ้นแทนคนต่างด้าว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่าปัญหาของทุนขั้นต่ำนอกจากจะเป็นอุปสรรคต่อนักลงทุนรายย่อยชาวจีน และทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันในการแข่งขันระหว่างประเทศที่เป็นภาคีกับประเทศไทยและประเทศที่มิได้เป็นภาคีเท่านั้น หากยังส่งผลต่อปัญหาด้านอื่น ๆเกี่ยวกับนักลงทุนต่างชาติอีกสองประการ ประการแรกได้แก่ ปัญหา “นอมินี” เนื่องด้วยหลักเกณฑ์ให้มีการนำทุนขั้นต่ำเข้าสู่ประเทศไทยในการเริ่มประกอบธุรกิจ เป็นการสร้างภาระทางธุรกิจให้แก่คนต่างด้าว ทำให้นักลงทุนต่างชาติมีความพยายามในการหลบเลี่ยงกฎหมายดังกล่าวโดยการขอความช่วยเหลือจากคนไทยให้เข้ามาถือหุ้น เพื่อให้กิจการที่ลงทุนไม่ถูกจัดว่าเป็นกิจการของ “คนต่างด้าว” ซึ่งวิธีนี้เรียกว่าเป็นวิธี “นอมินี” ปัญหาดังกล่าวทำให้การลงทุนในประเทศไทย โดยเฉพาะเขตเศรษฐกิจพิเศษ 10 จังหวัด ลดความน่าสนใจในมิติของดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างชาติเพราะเป็นการสร้างต้นทุนทางธุรกิจเกินความจำเป็น ที่สำคัญหากเกิดปัญหาทางกฎหมายแล้ว ผู้ที่ต้องรับโทษจะเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ชาวไทยที่เป็นนอมินี ขณะที่ผู้ลงทุนจากต่างประเทศสามารถหลีกเลี่ยงปัญหาและหนีกลับประเทศ (อภิสิทธิ์ ศรีวะสุทธ์ และคณะ, 2551: 242-248)

ประการที่สอง ตามกฎกระทรวงข้อ 6 ที่กำหนดว่าให้คนต่างด้าวแสดงหลักฐานการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้ามาในประเทศไทย พร้อมทั้งคำนวณเป็นเงินตราไทยโดยใช้อัตราแลกเปลี่ยนตามอัตราอ้างอิงในวันที่นำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้ามาในประเทศไทยเป็นเกณฑ์ ในทางปฏิบัติหากคนต่างด้าวต้องนำเงินสกุลต่างชาติเข้ามาเพื่อเป็นทุนขั้นต่ำ คนต่างด้าวควรมีเสรีภาพที่จะกำหนดวันแลกเปลี่ยนสกุลเงินต่างประเทศได้ตามที่ตนต้องการ เนื่องจากระยะเวลาการแลกเปลี่ยนเงินเป็นสกุลท้องถิ่นในแต่ละช่วงสามารถสร้างความแตกต่างได้อย่างมีนัยสำคัญ หากจะต้องยึดเอาอัตราแลกเปลี่ยนตามเวลาที่นำส่งทุนขั้นต่ำเข้าสู่ประเทศเท่านั้นอาจจะทำให้นักลงทุนขาดทุนจากอัตราแลกเปลี่ยนได้

ทั้งนี้กลุ่มนักลงทุนจีนรายย่อยถือเป็นกลุ่มนักลงทุนอีกกลุ่มหนึ่งที่มีความสำคัญ และได้กระจายตัวลงทุนทำธุรกิจตามพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย อาทิ ชุมชนจีนในกรุงเทพมหานคร เขตห้วงขวาง (ชาดา เตรียมวิทยาและคณะ, 2559: 9) ที่เข้ามาประกอบอาชีพหลากหลายทั้งร้านอาหาร และร้านขายปลีก (ย่ำถิ่นมังกรใหม่ "ไชน่าทาวน์ห้วยขวาง", 2559: ออนไลน์) หรือตามต่างจังหวัดเช่นตลาดประตูน้ำจังหวัดขอนแก่น และตลาดโบ๊เบ๊จังหวัดอุดรธานี โดยประกอบธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าต่างๆ (Lin Lan , 2565: 6) ดังนั้นหากขจัดอุปสรรค์การลงทุนให้แก่กลุ่มนักลงทุนชาวจีนรายย่อยได้แล้ว ย่อมส่งผลดีทำให้สามารถดึงดูดนักลงทุนได้มากขึ้น

**กลยุทธ์การดึงดูดนักลงทุนจีนสู่เขตเศรษฐกิจพิเศษโดยการปรับปรุงกฎหมาย "ทุนขั้นต่ำ"**

จากพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 วรรคสามประกอบกับกฎกระทรวง “กฎกระทรวงกำหนดทุนขั้นต่ำและระยะเวลาในการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้ามาในประเทศไทย (ฉบับที่ 4) พ.ศ.

2562” ทำให้เกิดความเสียเปรียบทางการแข่งขันด้านการลงทุนของประเทศที่มิได้เป็นภาคีของประเทศไทย ด้วยเหตุนี้จึงควรที่จะทำการแก้ไข เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการดึงดูดนักลงทุนชาวจีนให้เข้ามายังประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มที่มีจุดประสงค์เข้ามาลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ 10 จังหวัด เพื่อพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษให้ดึงดูดนักลงทุนจีนมากขึ้น ผู้เขียนได้เสนอแนะกลยุทธ์การแก้ปัญหาปัญหาทุนขั้นต่ำดังต่อไปนี้ โดยอาจแบ่งได้เป็น 2 แนวทางได้แก่ การแก้ไขโดยใช้กฎหมายระหว่างประเทศ และการแก้ไขโดยกฎหมายภายในประเทศ

แนวทางที่ 1 การแก้ไขโดยการใช้กฎหมายระหว่างประเทศ ประเทศไทยสามารถทำสนธิสัญญาระหว่างประเทศสองประเทศเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศขึ้นมา (ธนาสฤษฎ์ สตะเวทิน, 2554: 33) ซึ่งในอดีตประเทศไทยสาธารณรัฐประชาชนจีนมีการทำสนธิสัญญาทั้งแบบสนธิสัญญาทวีภาคีและพหุภาคีเพื่อส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจหลายฉบับแล้ว อาทิ “ข้อตกลงทางการค้า” ค.ศ. 1978, “ความตกลงเพื่อเว้นการเก็บภาษีซ้อน” ค.ศ. 1986 และ “ความตกลงเร่งลดภาษีสินค้าผักและผลไม้ระหว่างไทย-จีน” ค.ศ. 2003 เป็นต้น (中国同泰国的关系, 2021: ออนไลน์)

ด้วยเหตุนี้ประเทศไทยสามารถใช้กลยุทธ์การทำสนธิสัญญาระหว่างประเทศทั้งในรูปแบบทวิภาคี หรือพหุภาคีเพื่อแก้ปัญหาทุนขั้นต่ำได้ เพื่อให้ประเทศจีนเป็นหนึ่งในภาคีของประเทศไทย ตามข้อกำหนดของกฎกระทรวง ข้อ 5 ที่กล่าวว่า “คนต่างด้าวซึ่งได้ประกอบธุรกิจในประเทศไทยโดยสนธิสัญญาที่ประเทศไทยเป็นภาคีหรือมีความผูกพันตามพันธกรณีซึ่งให้สิทธิเป็นการยกเว้นแก่คนชาติภาคีอีกฝ่ายหนึ่งเป็นการต่างตอบ” (กฎกระทรวงกำหนดทุนขั้นต่ำและระยะเวลาในการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้ามาในประเทศไทย (ฉบับที่ 4) พุทธศักราช 2562, 2562: ออนไลน์) หากมีการทำสนธิสัญญาระหว่างสองประเทศจะทำให้นักลงทุนชาวจีนกลายเป็นประเทศภาคี เพิ่มเติมจากเดิมที่มีเพียงประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และประเทศในอาเซียน สุดท้ายย่อมส่งผลให้นักลงทุนจีนสามารถยืดระยะเวลาการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้าสู่ประเทศไทยได้

นอกจากนี้ในอดีตประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนได้ลงนามร่วมกันในสนธิสัญญาพหุภาคีระหว่างจีนอาเซียนได้แก่ “ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน - จีน” (ASEAN - China Free Trade Agreement, ACFTA) โดยในปี ค.ศ. 2010 มีการบังคับใช้ข้อตกลงความร่วมมือด้านการลงทุน (ASEAN-China Investment Agreement) ข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน ถือเป็นข้อตกลงฉบับแรกของประเทศกลุ่มอาเซียนที่ทำร่วมกับประเทศนอกกลุ่มอาเซียนฉบับแรก โดยมีสาระเพื่อส่งเสริมการค้าการลงทุนระหว่างประเทศที่อยู่ในกรอบความร่วมมือโดยการเจรจาข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน นั้นมีครอบคลุมถึง การเปิดเสรีด้านการค้า สินค้า บริการ การลงทุน และความร่วมมือทางเศรษฐกิจ โดยในส่วนของกรอบความร่วมมือทางการค้านั้นจะเน้นการลดภาษีระหว่างประเทศระหว่างประเทศสมาชิก (齐虹丽, 2011: 79 )

ด้วยเหตุนี้จากพื้นฐานความสัมพันธ์พหุภาคีที่แนบแน่นระหว่างกลุ่มประเทศอาเซียน – จีนประเทศไทยสามารถใช้ข้อตกลงความร่วมมือด้านการลงทุนเพื่อเป็นพื้นฐานการทำสนธิสัญญาระหว่างไทยและจีน เพื่อให้จีน

เป็นประเทศภาคีของไทย เพื่อขยายเวลาการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้าสู่ประเทศไทยให้แก่ผู้ลงทุนชาวจีน (รายงานเศรษฐกิจเดือนธันวาคม 2560 กรอบข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ACFTA), 2560: ออนไลน์)

แนวทางที่ 2 ทำการแก้ไขกฎหมายภายในประเทศให้มีความยืดหยุ่นต่อนักลงทุนมากขึ้น นับแต่อดีตถึงปัจจุบัน ประเทศไทยสนับสนุนหลักการที่รัฐจะต้องทำให้กลไกของตลาดมีการแข่งขันโดยเสรีและเป็นธรรม (Competitive Market) ปัจจุบันนี้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ได้บัญญัติแนวความคิดดังกล่าวไว้ในหมวด 6 แนวนโยบายแห่งรัฐ มาตรา 75 วรรคหนึ่ง ดังต่อไปนี้ “มาตรา 75 รัฐพึงจัดระบบเศรษฐกิจให้ประชาชนมีโอกาสได้รับประโยชน์จากความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจไปพร้อมกันอย่างทั่วถึง เป็นธรรม และยั่งยืน สามารถพึ่งพาตนเองได้ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ขจัดการผูกขาดทางเศรษฐกิจที่ไม่เป็นธรรม และพัฒนาความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประชาชนและประเทศ” (สุรพล นิติไกรพจน์, 2562: 11 - 15)

เนื่องรัฐธรรมนูญแห่งประเทศไทยมีพื้นฐานส่งเสริมเศรษฐกิจแบบเสรี ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงกฎหมายโดยการออกอนุบัญญัติกฎหมายลูกให้สอดคล้องกับสภาวะการลงทุนจึงไม่ขัดต่อรัฐธรรมนูญอันเป็นกฎหมายหลักของประเทศ และยังถือว่าเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะช่วยดึงดูดให้นักลงทุนชาวจีนเข้ามาลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ 10 จังหวัดมากขึ้น รัฐบาลไทยสามารถทำการแก้ไขกฎกระทรวงดั้งเดิมให้คนต่างด้าวทุกชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทยมีระยะเวลาการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเท่ากันทุกประเทศ เพื่อสร้างความเท่าเทียมกันระหว่างประเทศที่เป็นภาคีและประเทศที่มิได้เป็นภาคีกับประเทศไทย

นอกจากการออกอนุบัญญัติกฎหมายลูกเพื่อใช้ครอบคลุมทั่วประเทศ รัฐบาลไทยสามารถออกกฎหมายใช้เฉพาะในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อดึงดูดนักลงทุน ตัวอย่างดังในสาธารณรัฐประชาชนจีนได้เมื่อทำการจัดตั้งเขตการค้าเสรีนครเซี่ยงไฮ้ (China (Shanghai) Pilot Free Trade Zone) ซึ่งเป็นพื้นที่เปิดเสรีด้านการลงทุน การค้า การเงิน และระบบกฎหมายการบริหารงานของภาครัฐ

ในปี พ.ศ. 2556 ได้มีการออกกฎหมายผ่อนคลายข้อจำกัดด้านการลงทุนหลายด้าน อาทิ ให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุนต่างชาติเทียบเท่าบริษัทสัญชาติจีน (Pre–Establishment National Treatment) รวมถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบการอนุมัติธุรกิจ จากเดิมได้รับการพิจารณาอนุมัติจากทางการจีนก่อนจึงสามารถดำเนินธุรกิจ (Approval System) มาเป็นรูปแบบจดทะเบียนนิติบุคคลในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ Registration System ที่จดทะเบียนแล้วดำเนินธุรกิจได้เลย ที่สำคัญในพื้นที่เขตการค้าเสรีนครเซี่ยงไฮ้โดยยกเลิกกฎระเบียบเงินทุนจดทะเบียนขั้นต่ำของบริษัทที่เข้ามาเปิดบริษัทในเขตการค้าเสรี (林雄, 2016: 34 - 36)

จากตัวอย่างข้างต้น รัฐบาลไทยสามารถบัญญัติกฎกระทรวง หรือออกประกาศของกระทรวงพาณิชย์ให้คนต่างด้าวทุกประเทศที่เข้ามาลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ 10 จังหวัดสามารถยืดระยะเวลาในการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำสู่ประเทศไทยเท่ากับระยะเวลานำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้าสู่ประเทศไทยของประเทศภาคี เพื่อให้เกิดการแข่งขันอย่างเท่าเทียมกันแก่นักลงทุนชาติต่างๆ อีกทั้งเป็นการช่วยเหลือนักลงทุนรายย่อย

นอกจากนี้รัฐบาลสามารถพิจารณายกเลิกข้อกำหนดทุนขั้นต่ำ และยกเลิกกำหนดระยะเวลาการแลกเงินตราต่างประเทศเพื่อนำมาเป็นทุนขั้นต่ำในเขตเศรษฐกิจพิเศษ 10 จังหวัดชายแดน ดังการยกเลิกกฎระเบียบการเปิดบริษัทในเขตการค้าเสรีนครเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน

การปรับปรุงกฎหมายดังกล่าว ยังช่วยแก้ไขปัญหาอื่นๆที่เกี่ยวเนื่องกับทุนขั้นต่ำได้อีก ได้แก่ ปัญหานอมินี ตลอดจนปัญหาอัตราแลกเปลี่ยนเงินเพื่อนำมาใช้เป็นทุนขั้นต่ำ หากรัฐบาลไทยใช้กลยุทธ์ดังต่อไปนี้ย่อมช่วยดึงดูดให้นักลงทุนชาวจีนเข้ามาลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ 10 จังหวัดมากขึ้น

**สรุป**

เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน 10 จังหวัดที่มีการริเริ่มจัดตั้งนับแต่ปี พ.ศ. 2557 ถึงปี พ.ศ. 2564 แม้จะมีนักลงทุนต่างประเทศเข้ามาลงทุนแต่ว่ามิได้มากนัก ดังนั้นภาครัฐจึงควรทบทวนกลยุทธ์การดึงดูดนักลงทุนเข้ามาลงทุนใหม่ เพื่อปรับแนวทางให้นักลงทุนสามารถเข้ามาลงทุนในประเทศได้มากขึ้น

นอกจากการปรับปรุงระบบสาธารูณปโภค และสิทธิประโยชน์ต่างๆให้น่าสนใจขึ้น รัฐบาลไทยมีความจำเป็นที่จะต้องการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวเนื่องกับการลงทุนภายในเขตเศรษฐกิจพิเศษเพื่อดึงดูดนักลงทุนแล้ว จากการศึกษาปัญหาพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ด้านทุนขั้นต่ำต่อนักลงทุนชาวจีนที่จะเข้ามาลงทุนยังเขตเศรษฐกิจพิเศษพบว่า ระยะเวลาของทุนขั้นต่ำที่นักลงทุนจีนที่ต้องนำหรือส่งเข้ามายังประเทศไทยนั้นไม่สามารถแข่งขันได้กับประเทศที่เป็นภาคีกับไทยตามกฎกระทรวงกำหนดทุนขั้นต่ำและระยะเวลาในการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้ามาในประเทศไทย (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 อีกทั้งยังเป็นการสร้างอุปสรรคให้แก่นักลงทุนรายย่อยในการมาลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ

ดังนั้น หากทำการปรับปรุงกฎหมายดังกล่าวให้มีความเหมาะสมต่อการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษย่อมเป็นกลยุทธ์สำคัญในการดึงดูดนักลงทุนชาวจีนให้มาลงทุนในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษชายแดน 10 จังหวัดมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มจังหวัดที่มีจุดมุ่งหมายดึงดูดทุนจากนักลงทุนชาวจีน

**บรรณานุกรม**

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). *กฎกระทรวงกำหนดทุนขั้นต่ำและระยะเวลาในการนำหรือส่งทุนขั้นต่ำเข้ามาในประเทศไทย(ฉบับที่ 4)พ.ศ. 2562*.
https://www.dbd.go.th/download/PDF_law/DBD_law_moc_capminimum_inth620827.pdf.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). *พระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 มาตรา 4.*
https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=1053.

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2565). *ข้อมูลธุรกิจเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ.*
https://www.dbd.go.th/more_news.php?cid=1025.

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกระทรวงพาณิชย์. (2560). *รายงานเศรษฐกิจเดือนธันวาคม 2560 กรอบข้อตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ACFTA) และแนวโน้มทางการค้าไทยจีนประจำเดือนธันวาคม พ.ศ.2560*. https://www.ditp.go.th/contents_attach/211632/211632.pdf

ชาดา เตรียมวิทยา. (2559). *โครงการการตั้งถิ่นฐานของชาวจีนรุ่นใหม่ : กรณีศึกษาชุมชนจีนแห่งใหม่.* กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2564). *ปัดฝุ่นเขตศก.พิเศษ10จังหวัด ธนารักษ์ดันเพิ่มสิทธิเท่าอีอีซี.* https://www.reic.or.th/News/RealEstate/453423.

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน). (2558). *แนวทางและมาตรการเพื่อการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษบริเวณพื้นที่แนวชายแดนของไทย*. https://data.opendevelopmentmekong.net/dataset/a5a3663d-c205-4a72-bfb7-85817bd828e0/resource/7ddcfe11-5711-4a0e-a41e- d7c911e8c42e/download/2guidelines_and_measures_for_the_development_of_special_economic_zones_in_the_border_areas_of_th.pdf.

สยาม ลิขิตพงศธร . (2558). *ผลงานเสนอขอรับการประเมินเพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งนิติกรเชี่ยวชาญ ตำแหน่งหมายเลขที่ 5 กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (เรื่องที่ 2) การขออนุญาตการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว และพิจาณาอุทธรณ์คำสั่งทางปกครองกรณี ของ “บริษัท นิฮอนวาโซอุ (ไทยแลนด์) จำกัด”.* https://www.dbd.go.th/download/article/211632/211632.pdf./article20150430175829.pdf.

สุพัฒนพงษ์ พ. (2564, 21 ตุลาคม).ชงประยุทธ์ขยายเขตเศรษฐกิจพิเศษจูงใจนักลงทุนเพิ่มจังหวัดชายแดน. *สำนักข่าวประชาชาติธุรกิจ.* https://www.prachachat.net/local-economy/news-785348.

สุพัฒนพงษ์ พ. (2564, 6 สิงหาคม).7 ปี เขตเศรษฐกิจพิเศษ ล้มลุกคลุกคลาน รัฐเบนเข็มดันระเบียงเศรษฐกิจ 4 ภาค. *สำนักข่าวประชาชาติธุรกิจ.* https://www.prachachat.net/finance/news-730252.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดน*. https://data.opendevelopmentmekong.net/dataset/9b5bd23c-963d-42bf-b553-cfbea97a3771/resource/ede372ea-b639-4f1d-901e-bea30bdd4db3/download/4border-special-economic-zones-development.pdf.

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2561). *คู่มือการลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ.* Thailand Board of Investment. https://www.boi.go.th/index.php?page=guides.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *รายงานความก้าวหน้าการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษโดยฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ สศช.* https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8808.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อย. (2565) .*ประกาศสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อย เรื่อง การกำหนดลักษณะของวิสาหกิจรายย่อย.* https://sme.go.th/upload/mod_download/download-20210210174152.pdf

สำนักงานยุทธศาสตร์และการวางแผนพัฒนาพื้นที่ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ. (2563). *เขต. เศรษฐกิจพิเศษในประเทศไทย.* https://www.nesdc.go.th/ewt_w3c/ewt_dl_link.php?nid=5193.

สุรพล นิติไกรพจน์. (2562).*ปตท.* กับบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญที่ห้ามรัฐประกอบกิจการทางเศรษฐกิจ.*วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา, 1(4)* https://he02.tci-thaijo.org/index.php/JMARD/issue/view/Jmard-article-4-2019/Surapon

วันเพ็ญ หรูจิตตวิวัฒน์. (2552). บีโอไอ:ทุน ทุนขั้นต่ำ และเงินลงทุน ความเหมือนที่แตกต่าง (ตอนที่ 1).*วารสารส่งเสริมการลงทุน,* 20(10) https://www.boi.go.th/uploaad/content/BOI_October_52_17242.pdf

อภิสิทธิ์ ศรีวะสุทธ์ และคณะ (2563). ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551. *วารสารปัญญาปณิธาน*, 5(1). https://so05.tci-thaijo.org/index.php/PPJ/article/view/242952/165428

อินทรชัย พาณิชกุล . (2559, 18 สิงหาคม). ย่ำถิ่นมังกรใหม่ “ไชน่าทาวน์ห้วยขวาง”. *สำนักข่าวโพสต์ทูเดย์.* https://www.posttoday.com/social/local/449346.

Hua Xia. (2022, 7 January). China trades goods worth over 100 million USD via China-Laos Railway. *Xinhuanet.* https://so05.tci-thaijo.org/index.php/PPJ/article/view/242952/165428

Lin Lan. (2565). *ผู้ค้าสัญชาติจีน: การย้ายถิ่นข้ามชาติและเครือข่ายทางสังคมในการพัฒนาธุรกิจยุคดิติทัล.* ขอนแก่น: ศูนย์วิจัยพหุลักษณ์สังคมลุ่มน้ำโขง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

Lin Xiong. (2016). China's Free Trade Zone Construction and International Experience. Guangzhou: *Sun Yat-Sen University Press,* 18(1), 125-126.

Ministry of Foreign Affairs P.R.C, (2021), *China-Thailand all-round friendly cooperation*. https://www.fmprc.gov.cn/web/gjhdq_676201/gj_676203/yz_676205/1206_676932/sbgx_676936/

Qi Hongli. (2011). Interpretation of the Legal Agreement of China-ASEAN Free Trade Area. *Beijing: Economic Management Press,* 24(5), 22-29.

# หนี้ครัวเรือนไทยกับหลักจิตวิทยาตามแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow

# Thai Household Debt and Psychology Based on Maslow's Hierarchy of needs Theory.

รุ่งฤดี รัตนวิไล
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
18/18 ถนนเทพรัตน ตำบลบางโฉลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540
Rungrudee Rattanawilai
The Faculty of Business Administration, Huachiew Chalermprakiet University
18/18 Thepparat Road, Bangchalong, Bangplee, Samutprakran 10540
E-mail : rungrudee.2510@gmail.com

**บทคัดย่อ**

หนี้ครัวเรือนเป็นเงินที่สถาบันการเงินให้กู้ยืมแก่บุคคลธรรมดา นำเงินที่กู้ยืมไปใช้จ่ายเพื่อ การอุปโภคบริโภค ประกอบธุรกิจ การศึกษา ดูแลสุขภาพ ซื้อที่อยู่อาศัย หนี้ครัวเรือนจึงเป็นข้อผูกพันที่ผู้กู้ต้องชำระหนี้คืน

หนี้ครัวเรือนเกิดจากความต้องการของตัวบุคคลบนความคิดที่ว่าของสิ่งนั้นเป็นสิ่งจำเป็น ตามหลักจิตวิทยาทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow เรื่อง ความต้องการของมนุษย์เกิดจากความขาดและเมื่อได้รับการตอบสนองที่เพียงพอ ลำดับความต้องการจะเพิ่มขึ้น คือ ต้องการความเจริญสมบูรณ์เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี ความต้องการที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้พฤติกรรมของครัวเรือนมีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ทำให้ครัวเรือนติดกับดักการเป็นหนี้ ขาดสภาพคล่องและอิสระภาพทางการเงิน วิธีการที่จะรับมือกับหนี้ครัวเรือน คือ ครัวเรือนต้องมีความรู้ทางการเงินเพื่อใช้ในการวางแผนการใช้จ่าย การออม ภายในครอบครัวให้เหมาะสมกับฐานะของตน และยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิต บนพื้นฐานของการมีสติ มีเหตุผล มีความพอดีและมีความสุข

**คำสำคัญ** : หนี้ครัวเรือน จิตวิทยา ลำดับขั้นความต้องการของ Maslow

**Abstract**

Household debt is money that financial institutions lend to individuals. Use the borrowed money for consumption, business, education, health care, and purchasing housing. Household debt is therefore an obligation for the borrower to repay the debt.

Household debt arises from personal needs based on the idea that things are necessary. According to the psychology of Maslow's Hierarchy of Needs theory, human needs arise from lack and when they are adequately met. The order of needs will increase, namely wanting complete prosperity for a good quality of life. Increased demand results in increased spending behavior of households. causing households to fall into debt traps Lack of liquidity and financial freedom. The way to deal with household debt is for households to have financial knowledge. To be used in planning spending and savings within the family to suit their status. and adhere to the Sufficiency Economy Philosophy to apply in life on the basis of being mindful, reasonable, fit and happy.

**Keywords:** Thai household debt, psychology, Maslow's hierarchy of needs

**บทนำ**

ความต้องการการบริโภคขั้นพื้นฐานของครัวเรือนตามหลักปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค อาจจะไม่เพียงพอกับความต้องการในการดำรงชีวิตในปัจจุบันของครัวเรือนอีกต่อไป เนื่องจากสังคม สภาพแวดล้อม เทคโนโลยี ที่เปลี่ยนแปลงไปตามเวลาอย่างรวดเร็ว ทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายของครัวเรือนไม่สอดคล้องกับรายได้ที่ได้รับ การออมลดลง ขาดสภาพคล่องและขาดวินัยทางการเงิน ส่งผลให้เกิดปัญหาหนี้สินและกลายเป็นหนี้ครัวเรือนทำให้คุณภาพชีวิตลดลงตามไปด้วย ซึ่งคุณอานันท์ เกียรติสารพิภพ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร สำนักวิชาการ (2566) ได้กล่าวไว้ว่า หนี้ครัวเรือน คือเงินที่สถาบันการเงินให้กู้ยืมแก่บุคคลธรรมดาที่อาศัยอยู่ภายในประเทศ โดยบุคคลนั้นได้นำเงินไปใช้จ่ายเพื่อการลงทุนประกอบธุรกิจ ใช้จ่ายในการอุปโภค บริโภค เพื่อเสริมสภาพคล่องให้กับตนเองและครอบครัว เป็นภาระผูกพันที่ต้องรับผิดชอบและชำระให้ทันตามกำหนดเวลา หากครัวเรือนไม่มีวิธีการจัดการและวินัยทางการเงินที่ดีพอปัญหาหนี้สินก็จะตามมา ปัญหาหนี้สินในสังคมไทยหลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจพบเห็นได้ชัดเจนมากขึ้น ครัวเรือนได้รับผลกระทบซ้ำเติมมากขึ้นในช่วงที่เกิดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้แรงงานถูกลดชั่วโมงการทำงาน และแรงงานบางรายถูกเลิก

จ้าง เนื่องจากสถานประกอบการปิดกิจการ นายจ้างลดค่าตอบแทนในการทำงาน ครัวเรือนมีรายได้ลดลง รายได้ที่ได้รับไม่เพียงพอกับรายจ่าย สภาพคล่องทางการเงินลดลง ทำให้ครัวเรือนจำเป็นต้องกู้ยืมเงินมาใช้จ่ายภายในครอบครัวและเพื่อเสริมสภาพคล่อง ในเวลาเดียวกันอัตราดอกเบี้ยของสถาบันการเงินในระบบเศรษฐกิจก็ปรับตัวลดลงไปพร้อม ๆ กันกับการว่างงานที่เพิ่มขึ้นจากปัญหาเศรษฐกิจ ซึ่งรัฐบาลต้องเร่งเข้ามาให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจเพื่อบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน จากสถานการณ์การเพิ่มขึ้นของหนี้ครัวเรือนในประเทศไทยซึ่งตรงกันข้ามกับเศรษฐกิจไทยที่ชะลอตัวลงอันเนื่องมาจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อย่างเห็นได้ชัด และเมื่อหลังจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 คลี่คลายลง สถานการณ์เศรษฐกิจไทยเริ่มดีขึ้นเรื่อย ๆ จากการเปิดประเทศและมีการติดต่อค้าขายดำเนินธุรกิจเติบโตไปอย่างต่อเนื่องจนเป็นปกติ แต่ครัวเรือนก็ยังคงมีหนี้อยู่และมีผลกระทบต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน โดยที่หนี้ครัวเรือนส่วนใหญ่ของไทยเป็นหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ เช่น หนี้เพื่อการอุปโภคบริโภค หนี้จากสินเชื่อบัตรเครดิต หนี้ส่วนใหญ่เป็นหนี้ของผู้กู้ที่มีความสามารถในการชำระหนี้ต่ำ โอกาสที่เกิดหนี้เสียจึงมีมาก ทำให้ครัวเรือนบางส่วนแก้ปัญหาหนี้สินโดยการกู้เงินในระบบหรือบางครัวเรือนอาจจะเข้าไม่ถึงการกู้เงินในระบบจนจำเป็นต้องกู้เงินนอกระบบแทน ถึงแม้ดอกเบี้ยเงินกู้นอกระบบจะสูงกว่าดอกเบี้ยเงินกู้ในระบบก็ตาม ด้วยเหตุผลที่ว่า ผู้กู้ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน มีรายได้ไม่แน่นอน หรือผู้กู้มีสินเชื่อในระบบเต็มแล้ว ทำให้ครัวเรือนตกอยู่ในวังวนของการเป็นหนี้ ไม่สามารถชำระหนี้ได้หมดตามกำหนดเวลา และเกิดการหมุนเวียนหนี้พอกพูนสูงขึ้น หาจุดหลุดพ้นได้ยากหากไม่มีการบริหารจัดการหนี้ที่ดีพอ (ณดา จันทร์สม :2566) ข้อสังเกต คือ การเติบโตทางเศรษฐกิจมีผลต่อการเป็นหนี้ของครัวเรือน ความสัมพันธ์ของรายได้และความสามารถในการชำระหนี้ไม่สอดคล้องกัน นั่นคือ เมื่อรายได้เพิ่มขึ้นในขณะเดียวกันหนี้ครัวเรือนก็ยังคงอยู่และเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนที่มากกว่ารายได้ที่ได้รับ สาเหตุสำคัญของการเป็นหนี้ครัวเรือน (สถาบันพระปกเกล้า : 2557) มีหลายประการ คือ ประการที่ 1 ความเจริญทางด้านวัตถุและค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงไปตามเวลา ประการที่ 2 นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล และความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคคลที่ไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อได้สิ่งหนึ่งแล้วก็ยังต้องการอีกสิ่งหนึ่งเพิ่มขึ้น ตามหลักทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ที่ว่า ความต้องการของมนุษย์เกิดจากความขาดและเมื่อได้รับการตอบสนองที่เพียงพอ ลำดับความต้องการขั้นต่อไปคือ ความต้องการความเจริญสมบูรณ์ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เริ่มต้นจากความต้องการด้านสรีระซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค เมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองที่เพียงพอแล้ว ความต้องการของมนุษย์จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเพื่อความเจริญสมบูรณ์เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม และสอดคล้องกับแนวคิดตามหลักเศรษฐศาสตร์ที่ว่าด้วยทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัด แต่ความต้องการของมนุษย์มีอยู่ไม่จำกัด ในเวลาเดียวกันเมื่อได้รับแรงกระตุ้นจากสิ่งล่อใจทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายทำให้ผู้บริโภคคิดว่าสิ่งของนั้นคือ สิ่งสำคัญ “ของมันต้องมี” รวมถึงช่องทางการเข้าถึงการซื้อสินค้า

ได้ง่ายจากการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ทำให้ครัวเรือนมีพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าได้สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น (ชนาภิวัฒน์ ขันทะ และ สุภาค์พรรณ ตั้งตรงไพโรจน์ : 2564) และพร้อมที่จะก่อหนี้เพื่อเสริมสภาพคล่องให้กับตนเองและครอบครัว เพื่อรักษาระดับการบริโภคของตน รวมถึงผลจากการที่รัฐบาลต้องการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยการออกนโยบายกระตุ้นการใช้จ่ายของภาคครัวเรือนทำให้ครัวเรือนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้ง่ายผ่านโครงการประชานิยมเพื่อยกระดับการครองชีพของตน จนการก่อหนี้กลายเป็นเรื่องปกติของครัวเรือน จะเห็นได้ว่าจากข้อมูลข้างต้นคือ สาเหตุสำคัญของการเป็นหนี้ครัวเรือนที่เกิดขึ้นแบบค่อยเป็นค่อยไปโดยไม่ทันตั้งตัว หากครัวเรือนไม่ตระหนักรู้ถึงความจำเป็นในการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันแล้วครัวเรือนจะประสบปัญหาการเป็นหนี้ได้ง่ายและหลุดพ้นจากการเป็นหนี้ได้ยาก ครัวเรือนจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนการใช้จ่ายบนพื้นฐานของการมีความรู้ทางการเงิน มีสติ มีเหตุผล มีความพอดีและมีความสุข

**หนี้ครัวเรือนคืออะไร**

หนี้ครัวเรือน คือ เงินที่สถาบันการเงินให้กู้ยืมแก่บุคคลธรรมดา โดยบุคคลนั้นนำเงินที่กู้ยืมไปใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ เพื่อลงทุนประกอบธุรกิจ หนี้ครัวเรือนจึงเป็นข้อผูกพันที่ผู้กู้ต้องชำระหนี้คืน อาจเป็นหนี้ในรูปของการซื้อสินค้าและบริการรูปแบบเงินผ่อน หรือซื้อเชื่อ หนี้เพื่อการศึกษาบุตร ดูแลสุขภาพ ประกันชีวิต ซื้อที่อยู่อาศัย เพื่อการลงทุนประกอบอาชีพและเป็นหนี้เพราะเหตุจำเป็น เป็นต้น ซึ่งผู้กู้มีภาระที่ต้องรับผิดชอบชดใช้ด้วยเงินสด สินทรัพย์หรือบริการตามที่ได้ตกลงกันระหว่างผู้กู้และผู้ให้กู้กำหนดเป็นมูลค่าหนี้ วันครบกำหนดชำระ และสามารถระบุผู้รับเงินได้ โดยธนาคารแห่งประเทศไทย ได้อธิบายหนี้ครัวเรือนไว้ว่า คือ เงินที่ครัวเรือนกู้ยืมมาจากสถาบันการเงินภายในประเทศเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวันหรือเพื่อลงทุนทำธุรกิจ กำหนดให้หนี้ครัวเรือนครอบคลุมเฉพาะเงินให้กู้ยืมของสถาบันการเงิน 2 กลุ่ม ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยเก็บข้อมูล กลุ่มที่ 1 คือ สถาบันการเงินที่รับฝากเงิน ได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ สถาบันการเงินเฉพาะกิจที่รับฝากเงิน สหกรณ์ออมทรัพย์ กลุ่มที่ 2 คือ สถาบันการเงินอื่นที่ไม่ใช่ธนาคาร ได้แก่ บริษัทบัตรเครดิต บริษัทประกันภัย บริษัทประกันชีวิต บริษัทหลักทรัพย์ ธุรกิจบริหารสินทรัพย์ สินเชื่อเช่าซื้อ สินเชื่อส่วนบุคคล สถาบันการเงิน และโรงรับจำนำ ซึ่งหนี้ครัวเรือนจะไม่นับรวมหนี้นอกระบบ (ภัทรพล ใจเย็น และเดช ชูจันอัด : 2566) (วนัชพร จามิต และบุฎกา ปัณฑุรอัมพร.2566) (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ : 2566)

**สภาพการณ์หนี้ครัวเรือนของไทย**

ปัญหาหนี้ครัวเรือนของไทยมีผลต่อเนื่องมาจากปัญหาเศรษฐกิจและถูกซ้ำเติมจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศตกต่ำ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องลดจำนวนชั่วโมง

การทำงานของแรงงานเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่าย หรือปิดกิจการ ทำให้แรงงานประสบปัญหาการว่างงาน แรงงานหรือครัวเรือนมีรายได้ลดลง เมื่อรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่ายครัวเรือนจำเป็นต้องกู้หนี้ยืมสินเพื่อนำเงินมาใช้จ่ายภายในครอบครัว ครัวเรือนใดที่เข้าถึงเครือข่ายออนไลน์ได้ง่าย สะดวกรวดเร็วจะมีพฤติกรรมการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเป็นจำนวนเงินที่มากกว่าครัวเรือนที่ไม่สามารถเข้าถึงเครือข่ายออนไลน์ได้ง่าย นั่นแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการใช้จ่ายของครัวเรือนเปลี่ยนไปตามสถานการณ์และเทคโนโลยีที่เอื้อต่อการเข้าถึงการใช้จ่ายที่ง่ายสะดวกรวดเร็ว ซึ่งมักจะเป็นการก่อหนี้เพื่อใช้จ่ายในการอุปโภคบริโภค หากครัวเรือนใดไม่มีการวางแผนการใช้จ่ายที่ดีหรือเมื่อมีเหตุฉุกเฉิน ไม่ได้ตระหนักถึงความจำเป็นจริง ๆ จากการใช้จ่ายในแต่ละครั้ง การตัดสินใจใช้จ่ายอยู่บนพื้นฐานของความประมาท ขาดวินัยทางการเงินที่ดีพอ โอกาสที่การออมของครัวเรือนจะลดลงมีมาก แต่ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนจะเพิ่มขึ้นแทนจากการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต การผ่อนชำระค่าสินค้า หรือเพื่อการลงทุน สิ่งที่จะตามมาก็คือ ครัวเรือนจะแก้ปัญหารายได้น้อยกว่ารายจ่ายโดยการกู้ยืมเงินในระบบ และหากหมุนเงินไม่ทันก็จะปานปลายไปถึงการกู้เงินนอกระบบ ถึงแม้ดอกเบี้ยเงินกู้นอกระบบจะสูงกว่าดอกเบี้ยเงินกู้ในระบบก็ตาม รวมถึงการหยิบยืมจากคนรอบข้างและญาติพี่น้อง เพื่อแก้ปัญหาเงินขาดมือ เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้กับตนเองและครอบครัว หากรายได้ไม่พอกับรายจ่ายจนเกิดเป็นหนี้และไม่มีวินัยทางการเงินที่ดีจะทำให้ครัวเรือนขาดภูมิคุ้มกันในครอบครัว และหากพฤติกรรมการก่อหนี้นั้นเป็นหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้โดยเน้นการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภค บริโภค ความมีหน้ามีตาในสังคม จะก่อให้เกิดปัญหาหนี้สินตามมา หนี้ครัวเรือนมีให้เห็นมากขึ้นในสถานการณ์ปัจจุบันของสังคมไทย หนี้ครัวเรือน 4 ลำดับต้น ๆ ของคนไทยเกิดจาก (ภัทรพล ใจเย็น และเดช ชูจันอัด : 2566) ลำดับที่ 1 หนี้เงินกู้เพื่อการอุปโภค บริโภคส่วนบุคคล ลำดับที่ 2 หนี้เงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัย ลำดับที่ 3 หนี้เงินกู้เพื่อการประกอบธุรกิจ ลำดับที่ 4 หนี้เงินกู้เพื่อซื้อหรือเช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์ โดยที่ประเภทของหนี้สิน แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท (สถาบันพระปกเกล้า :2557) คือ หนี้ดี และหนี้ไม่ดี

**หนี้ดี** คือ หนี้ที่ก่อให้เกิดรายได้และสร้างมูลเพิ่มในอนาคต หรือการเป็นหนี้ด้วยเหตุผลของความจำเป็นจริง ๆ เช่น หนี้เพื่อการศึกษา หนี้เพื่อการลงทุนและประกอบอาชีพ เป็นต้น

**หนี้ไม่ดี** คือ หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้และไม่สร้างมูลเพิ่มในอนาคต เช่น หนี้เพื่อการท่องเที่ยว หนี้เพื่อความเท่าเทียมและมีหน้ามีตาในสังคม ไม่ได้เกิดจากความจำเป็นจริง ๆ แต่ก่อหนี้เพื่อความสะดวกสบายบนพื้นฐานของความชอบส่วนบุคคล

หนี้ครัวเรือนที่ปรากฏให้เห็นในประเทศไทยจะมีสัดส่วนหนี้ครัวเรือนเพื่อการอุปโภค บริโภคสูงกว่าหนี้ครัวเรือนเพื่อที่อยู่อาศัย ในขณะที่หนี้ครัวเรือนของต่างประเทศ เช่น นิวซีแลนด์ มาเลเซีย และสิงคโปร์ การก่อหนี้ครัวเรือนเพื่อที่อยู่อาศัยจะมีสัดส่วนที่สูงกว่าหนี้ครัวเรือนเพื่อการอุปโภค บริโภค ซึ่งหนี้ครัวเรือนเพื่อการอุปโภค

บริโภคนั้น จัดเป็นหนี้ครัวเรือนที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ดังตารางที่ 1 เงินให้กู้ยืมแก่ภาคครัวเรือนจำแนกตามวัตถุประสงค์ 1/

**ตารางที่ 1 เงินให้กู้ยืมแก่ภาคครัวเรือนจำแนกตามวัตถุประสงค์ 1/ (หน่วย: ล้านบาท)**

| | | Q3/2566 p | Q2/2566 r | Q1/2566 r | Q4/2565 r | Q3/2565 | Q2/2565 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | เพื่ออุปโภคบริโภคส่วนบุคคล | 11,855,662 | 11,759,391 | 11,619,442 | 11,567,954 | 11,409,649 | 11,289,596 |
| 2 | เพื่อซื้ออสังหาริมทรัพย์ | 5,462,034 | 5,398,952 | 5,341,491 | 5,302,509 | 5,219,813 | 5,149,029 |
| 3 | ซื้อหรือเช่าซื้อรถยนต์และรถจักรยานยนต์ | 1,809,685 | 1,827,880 | 1,809,117 | 1,809,364 | 1,806,008 | 1,810,062 |
| 4 | เพื่อการศึกษา | 196,968 | 203,960 | 209,842 | 216,222 | 223,069 | 230,729 |
| 5 | อุปโภคบริโภคส่วนบุคคลอื่น | 4,386,975 | 4,328,598 | 4,258,993 | 4,239,859 | 4,160,758 | 4,099,776 |
| 6 | of which บัตรเครดิตและสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับของธปท. | 1,292,953 | 1,262,303 | 1,222,825 | 1,230,796 | 1,172,026 | 1,128,408 |
| 7 | เพื่อประกอบอาชีพ | 2,705,414 | 2,698,079 | 2,710,557 | 2,702,444 | 2,699,299 | 2,684,457 |
| 8 | อื่นๆ 2/ | 870,606 | 865,009 | 862,779 | 850,733 | 812,966 | 792,756 |
| 9 | รวม | 15,431,682 | 15,322,479 | 15,192,779 | 15,121,130 | 14,921,913 | 14,766,809 |
| 10 | เงินให้กู้ยืมแก่ภาคครัวเรือนต่อ GDP (%) 3/ | 86.6 | 86.5 | 86.3 | 87.1 | 87.1 | 88.3 |

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). EC_MB_040 เงินให้กู้ยืมแก่ภาคครัวเรือนจำแนกตามวัตถุประสงค์. สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2567, เว็บไซต์: https://bot.or.th/.

**หมายเหตุ:**

1/ ประกอบด้วย เงินให้กู้ยืมและเงินลงทุนในลูกหนี้ที่สถาบันการเงินให้แก่ครัวเรือน (บุคคลธรรมดา)

2/ ประกอบด้วย เงินให้กู้ยืมเพื่อซื้อหลักทรัพย์และเงินให้กู้ยืมที่ไม่สามารถจำแนกวัตถุประสงค์ได้

3/ เงินให้กู้ยืมแก่ภาคครัวเรือนต่อ GDP หรือหนี้ครัวเรือนต่อ GDP คำนวณจากเงินที่ภาคครัวเรือนกู้ยืมหารด้วยผลรวมของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ณ ราคาประจำปี (QGDP) 4 ไตรมาสย้อนหลัง โดยเริ่มนับจากไตรมาสที่อ้างถึง

**แนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Abraham H. Maslow)**

แนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ว่าด้วยความต้องการของมนุษย์เกิดจากความขาดและเมื่อได้รับการตอบสนองที่เพียงพอแล้ว ลำดับความต้องการขั้นต่อไปคือความต้องการความเจริญสมบูรณ์ที่ไม่มีวันจบสิ้นและมีแนวโน้มจะเพิ่มมากขึ้น ดังภาพที่ 1

**ภาพที่ 1 ลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Abraham H. Maslow)**

**ที่มา** : เจนณรงค์ เทียนสว่าง. (2560) ชุดวิชา 91350 การเป็นผู้นำ มนุษสัมพันธ์ และจิตวิทยาสำหรับเกษตรกร หน่วยที่ 9 แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยากับงานส่งเสริมการเกษตร สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ความต้องการแรกเริ่ม คือ ความต้องการด้านสรีระหรือความต้องการด้านร่างกาย เป็นความต้องการปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ คือ ความต้องการอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค จัดเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิต เมื่อได้รับความต้องการด้านร่างกายเป็นเบื้องต้นแล้ว ลำดับต่อมาลำดับที่ 2 คือ ความต้องการความมั่นคง ปลอดภัย ทั้งจากการดำรงชีวิตประจำวัน และความมั่นคงในการประกอบอาชีพการทำงาน

ลำดับที่ 3 คือ ความต้องการการยอมรับเป็นสมาชิกของกลุ่ม สังคม และความรัก มนุษย์เป็นสัตว์สังคมต้องการการรวมกลุ่ม ความรัก ความปรารถนาดีจากผู้อื่นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกกลุ่มและสังคม ลำดับที่ 4 ความต้องการได้รับการยกย่องและชื่นชม ได้รับเกียรติยศ ชื่อเสียง และเชื่อมั่นในความสามารถของตน การได้รับการยกย่องเป็นความภูมิใจในตนเองอย่างหนึ่งที่เป็นที่ยอมรับของสังคม ได้รับความเคารพนับถือและยอมรับจากสังคมที่ตนอยู่ ซึ่งความต้องการลำดับที่ 1 ถึง ลำดับที่ 4 เป็นความต้องการของมนุษย์ที่เกิดจากความขาดแคลน และเมื่อได้รับการตอบสนองหรือเติมเต็มในสิ่งที่ขาด มนุษย์มักจะมีความต้องการเพิ่มขึ้นและสูงขึ้นเรื่อย ๆ ตามลำดับดังภาพ 1

ลำดับที่ 5 ความต้องการรู้และเข้าใจอย่างถ่องแท้เพื่อผลสัมฤทธิ์ทางปัญญา ความต้องการรู้และเข้าใจเป็นความต้องการความสำเร็จในชีวิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองและครอบครัว ความสำเร็จในชีวิตการศึกษา และความสำเร็จในชีวิตการทำงาน ลำดับที่ 6 ความต้องการสุนทรียะ เป็นความต้องการเชิงสัจจะธรรมเข้าใจถึงความงามและจิตวิญญาณของมนุษย์ ความงดงามของสภาพแวดล้อมและมีความรู้สึกดีกับสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัว ลำดับที่ 7 ความต้องการเข้าใจตนเอง เป็นความต้องการตระหนักรู้ในความรู้ความสามารถของตนเอง เพื่อประโยชน์ของตนเองและช่วยเหลือสังคม ซึ่งความต้องการลำดับที่ 5 ถึง ลำดับที่ 7 นั้นจัดเป็นความต้องการพัฒนาตนเอง ความเจริญสมบูรณ์และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

จากลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Abraham H. Maslow) ทั้ง 7 ขั้น จะเห็นได้ว่าความต้องการของมนุษย์จะเริ่มต้นเรียงลำดับจากความต้องการขั้นพื้นฐานลำดับที่ 1 เมื่อได้รับสิ่งที่ต้องการแล้วความต้องการของมนุษย์จะเพิ่มขึ้นอีกตามลำดับ เป็นไปตามความต้องการของมนุษย์ที่มีไม่จำกัดบนพื้นฐานความคิดที่ว่า สิ่งนั้นคือสิ่งจำเป็น ดังเช่นที่ทุกคนได้พบเห็นกันอยู่ในชีวิตประจำวันผ่านสื่อออนไลน์ การถ่ายรูปคู่กับอาหารร้านดัง ราคาแพง มีชื่อเสียง ถ่ายรูปคู่กับรถหรู การดำเนินชีวิตที่แสนสบายหรูหรา ผ่าน TikTok Facebook หรือสื่อออนไลน์อื่นเพื่อการยอมรับของคนในสังคม

**ทฤษฎีความต้องการถือเงินตามแนวคิดทฤษฎีปริมาณเงินของ Keynes (John Maynard Keynes)**

ตามแนวคิดทฤษฎีปริมาณเงินของ Keynes ปริมาณเงินมีผลโดยตรงต่อระดับราคาสินค้า ถ้าปริมาณเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมีมาก ราคาสินค้าจะมีแนวเพิ่มขึ้นตามปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นซึ่งจะส่งผลต่อความต้องการถือเงินของภาคครัวเรือนเพื่อนำเงินมาใช้จ่ายมากขึ้นด้วย ความต้องการถือเงินของภาคครัวเรือนแบ่งออกเป็น 3 ประเภท

1. ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ครัวเรือนต้องการถือเงินสำหรับการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันด้าน อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค รวมถึงใช้จ่ายในเรื่องอื่น ๆ เช่น รถยนต์ โทรศัพท์ เพื่อการพักผ่อนท่องเที่ยว เพื่อการศึกษา เป็นต้น

2. ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน เป็นการจัดสรรเงินบางส่วนจากรายได้ที่ได้รับเพื่อสำรองไว้กรณีฉุกเฉิน เมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินหรือเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดเดาได้ครัวเรือนก็สามารถนำเงินส่วนนี้ออกมาใช้ได้ในทันทีเมื่อมีเหตุจำเป็น เงินส่วนนี้จะช่วยให้ครัวเรือนมีเงินสำรองไว้ใช้จ่ายได้โดยไม่ต้องไปกู้ยืมจากที่อื่น

3. ความต้องการถือเงินเพื่อเสี่ยงหากำไร ครัวเรือนจะกันเงินรายได้บางส่วนเพื่อเสี่ยงหากำไรในรูปของการลงทุน หรือซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล ซึ่งอาจจะได้เงินเข้ามาในกระเป๋าโดยไม่ได้ตั้งใจ

ครัวเรือนควรมีการจัดสรรเงินที่ได้รับออกเป็น 3 ส่วนข้างต้น เพื่อวางแผนการใช้จ่ายให้ครอบคลุมการใช้จ่ายในทุก ๆ ด้านและเพียงพอในการดำเนินชีวิตภายในครอบครัว บนพื้นฐานของการวางแผนทางการเงิน ความรอบคอบ พอประมาณ และสามารถรองรับสถานกาณ์ที่ไม่สามารถคาดเดาเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินได้อย่างไม่ประมาท

**ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง**

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการดำเนินชีวิต ประกอบด้วย 3 หลักการ และ 2 เงื่อนไข คือ (https://www.prd.go.th/)

3 หลักการประกอบด้วย หลักการมีเหตุผล หลักความพอประมาณ หลักการมีระบบภูมิคุ้มกันที่ดี

**หลักความมีเหตุผล** เป็นการคิดวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบคอบทุกการดำเนินการ รวมถึงองค์ความรู้ ขั้นตอน และผลที่คาดว่าจะได้รับ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตนเอง

**หลักความพอประมาณ** คือ การตัดสินใจในการดำเนินการอย่างพอดี บนพื้นฐานของความมีเหตุผล เพื่อสร้างความสมดุลให้กับตนเอง

**หลักการมีระบบภูมิคุ้มกันที่ดี** คือ การเตรียมการรองรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอนที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

2 เงื่อนไข ประกอบด้วย

**ความรอบรู้** คือ การศึกษาความรู้ทั้งในหลักวิชาการและหลักปฏิบัติเพื่อนำไปปรับใช้ในการวางแผนการดำเนินชีวิตได้อย่างระมัดระวัง รอบคอบ

**คุณธรรม** คือ การนำจริยธรรมและความซื่อสัตย์สุจริตมาใช้ในการดำเนินชีวิต

เศรษฐกิจพอเพียง จึงเป็นปรัชญาที่แสดงถึงรากฐานในการดำเนินชีวิตของทุกคน เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินชีวิตจากสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนบนพื้นฐานของการมีสติ มีเหตุผล มีความพอดีและมีความสุข

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นหนี้ครัวเรือน**

หนี้ครัวเรือน เป็นภาระผูกพันของครัวเรือนที่ต้องชำระหนี้คืน มีสาเหตุมาจากปัจจัยหลายประการเพราะความต้องการของมนุษย์ที่มีอยู่ไม่จำกัด ตามลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ด้วยเหตุผลอันเนื่องมาจากความจำเป็นในการดำรงชีวิต ความต้องการความเท่าเทียมกันในสังคม ความต้องการการยอมรับ ต้องการมีสภาพคล่อง และมีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี สาเหตุของการเป็นหนี้ครัวเรือนเกิดได้จาก**ปัจจัยภายใน**ตัวบุคคลหรือครัวเรือนเอง และ**ปัจจัยภายนอก**ตัวบุคคลหรือครัวเรือน (ลลิตา บุดดา : 2559) (ชนาภิวัฒน์ ขันทะ และ สุภาค์ พรรณ ตั้งตรงไพโรจน์ : 2564) และ (ณดา จันทร์สม : 2566)

**ปัจจัยภายในตัวบุคคล**

สาเหตุของการเป็นหนี้ครัวเรือนจากปัจจัยภายในตัวบุคคล เกิดจากความต้องการของบุคคลหรือครัวเรือน โดยมีแนวคิดว่า สิ่งนั้นคือสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิต เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า หนี้ครัวเรือนที่เกิดจากความต้องการภายในตัวบุคคลจึงเกิดได้จากสาเหตุต่าง ๆ คือ

1. ปัจจัยด้านรายได้ หากครัวเรือนมีรายได้ไม่เพียงพอกับการใช้จ่ายในการดำรงชีวิตและขาดสภาพคล่องทางการเงิน เนื่องจากค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้นจากภาวะเงินเฟ้อส่งผลให้ราคาสินค้าแพงขึ้น แต่รายได้ของครัวเรือนยังคงเท่าเดิมหรือปรับขึ้นไม่ทันกับราคาสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับครัวเรือนประสบปัญหาการตกงาน ถูกลดชั่วโมงการทำงาน ทำให้รายได้ที่ได้รับไม่เพียงพอกับรายจ่าย ขาดสภาพคล่องทางการเงิน จึงจำเป็นต้องมีการกู้ยืมเงินมาใช้จ่ายภายในครอบครัว ปัจจัยด้านรายได้จึงเป็นสาเหตุของการก่อหนี้เป็นอันดับต้น ๆ ซึ่งเป็นการก่อหนี้ทั้งในระบบและนอกระบบ ครัวเรือนที่มีรายได้น้อย ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันโอกาสที่ครัวเรือนจะกู้เงินนอกระบบมีมากกว่าครัวเรือนที่มีรายได้สูง หรือกู้เงินในระบบเต็มแล้ว ทำให้หนี้ครัวเรือนลดลงได้ช้าความสามารถในการชำระหนี้ลดลง หรือหารายได้มาชำระหนี้ได้ไม่ทันกำหนดตามสัญญา จนทำให้เกิดการผิดนัดชำระหนี้เพราะหมุนเงินไม่ทัน

2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้จ่าย พฤติกรรมการบริโภคในการซื้อสินค้าและบริการที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้และเกินความจำเป็น รวมถึงความต้องการความเท่าเทียมในสังคม เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองและคนในครอบครัว ความประมาท ส่งผลให้เกิดการใช้จ่ายเงินเกินตัว ขาดสภาพคล่อง และไม่มีวินัยทางการเงิน เช่น การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน การใช้จ่ายเพื่อความมีหน้ามีตาในสังคม เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจในการวางแผนทางการเงินที่รัดกุมรอบคอบ หากครัวเรือนไม่มีความรู้

ทางการเงินเพียงพอที่จะใช้ในการวางแผนบริหารจัดการทางการเงิน บริหารการออม และบริหารหนี้สิน เช่น การซื้อทรัพย์สินไว้เพื่อเก็งกำไร การบริหารการออมเงินภายในครอบครัว การใช้บัตรเครดิตโดยนำเงินในอนาคตมาใช้ก่อน การกู้ยืมเงินเพื่อประกอบธุรกิจ แต่การกู้ยืมนั้นเป็นการกู้ยืมที่ไม่ใช่เป็นการกู้ยืมเพื่อความจำเป็นพื้นฐานและไม่ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นในอนาคต การให้ความรู้ทางการเงินแก่ครัวเรือนจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อที่จะช่วยให้ครัวเรือนได้นำความรู้นั้นมาปรับใช้ในการวางแผนทางการเงิน การออม การลงทุน และบริหารจัดการหนี้สินของครัวเรือนเองได้อย่างเหมาะสม

4. ปัจจัยด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการแล้ว หนี้ครัวเรือนเกิดจากแนวคิดที่ว่าสิ่งนั้นคือสิ่งจำเป็น ของมันต้องมีแล้ว ครัวเรือนยังมีความต้องการสิ่งอื่นเพิ่มขึ้นเพื่อมาเติมเต็มสิ่งที่ขาดหาย เพื่อเพิ่มสภาพคล่องและความสะดวกสบายให้กับครอบครัว เช่น ต้องการซื้อรถยนต์คันใหม่ ซื้อโทรศัพท์มือถือเครื่องใหม่ รายจ่ายเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น ความต้องการข้างต้นเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ในอนาคตใช้แล้วหมดไป ส่งผลให้ความมั่นคงของครัวเรือนลดลงจากการสร้างหนี้เพิ่มขึ้นรวมถึงหนี้จากการพนันด้วย

**ปัจจัยภายนอกตัวบุคคล**

สาเหตุของการเป็นหนี้ครัวเรือนเกิดจากสิ่งเร้าที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการเพิ่มขึ้นเพื่อความสมบูรณ์มากขึ้นตามรูปแบบที่ครัวเรือนต้องการ ปัจจัยภายนอกตัวบุคคลจึงมีส่วนสำคัญที่จะกระตุ้นให้ครัวเรือนมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นได้ หนี้ครัวเรือนที่เกิดจากความต้องการภายนอกตัวบุคคลจึงเกิดได้จากสาเหตุต่าง ๆ คือ

1. การเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย จากการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการเงินของสถาบันการเงินภายในประเทศที่พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ครัวเรือนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินและแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมการใช้จ่ายของครัวเรือน สะดวกรวดเร็วและมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น ปริมาณหนี้ครัวเรือนก็จะเพิ่มขึ้นไปพร้อมกันด้วย ผลจากการพัฒนาเทคโนโลยียังส่งผลให้เห็นได้ชัดเจนในช่วงที่หลาย ๆ ประเทศในโลกรวมถึงประเทศไทยที่ได้รับผลกระทบจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ทุกคนต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้าและบริการ ครัวเรือนหันมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากสถานการณ์บังคับไม่สามารถออกนอกบ้านได้ตามประกาศของภาครัฐที่ให้ทุกคนกักตัวอยู่ภายในอาคารบ้านเรือนของตนเองเพื่อลดการแพร่เชื้อหรือติดเชื้อระหว่างบุคคล และเพื่อควบคุมโรค สถาบันการศึกษาต้องจัดการเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์เพื่อลดการรวมกลุ่มของคนหมู่มาก บริษัทต่าง ๆ มีนโยบายให้พนักงานทำงานแบบ Work From Home เพื่อลดการรวมกลุ่ม และการเดินทาง ซึ่งทั้งหมดนี้ต้องใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ปรับรูปแบบการทำงานให้สะดวกสบาย ปลอดภัย เหมาะสมกับสถานการณ์ เช่น Smart Payment, Online Delivery, e-Commerce, Digital Content & Entertainment, Smart Learning เป็นต้น

2. อัตราดอกเบี้ยต่ำและนโยบายภาครัฐบาล ดอกเบี้ยจัดเป็นต้นทุนของเงินลงทุน เมื่ออัตราดอกเบี้ย

ต่ำก็เป็นสิ่งจูงใจให้ครัวเรือนตัดสินใจได้ง่ายขึ้นในการลงทุนหรือกู้ยืมเงินเพื่อซื้อสินทรัพย์ โดยเฉพาะสินทรัพย์ที่ต้องใช้เงินเป็นจำนวนมากและมีมูลค่าสูง เช่น บ้าน ที่ดิน รถยนต์ ประกอบกับเมื่อมีการเปิดประเทศสถานการณ์เศรษฐกิจดีขึ้น แรงงานมีงานทำ มีรายได้ สภาพคล่องภายในครัวเรือนเริ่มดีขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ครัวเรือนมีกำลังความสามารถในการก่อหนี้มากขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ จึงส่งผลให้หนี้ของครัวเรือนเพิ่มขึ้นได้อีก รวมถึงนโยบายประชานิยมเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐบาล นโยบายการกู้ยืมเพื่อที่อยู่อาศัยบ้านหลังแรก มาตรการคืนภาษีรถยนต์คันแรก โครงการกองทุนหมู่บ้าน เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของภาคครัวเรือน จึงเป็นสาเหตุจูงใจให้ครัวเรือนเข้าโครงการและมีหนี้เพิ่มขึ้น

3. การส่งเสริมการขาย โดยการให้สินเชื่อหรือการนำสินค้ามาใช้ก่อนแล้วผ่อนชำระหนี้ในภายหลัง หรือการผ่อนชำระผ่านบัตรเครดิตตามร้านค้าที่ได้ทำข้อตกลงไว้กับธนาคาร ตามเงื่อนไขที่กำหนด จัดเป็นสินเชื่อส่วนบุคคลเพื่อเสริมสภาพคล่องการใช้จ่ายให้กับครัวเรือน โดยที่หนี้ครัวเรือนลักษณะนี้มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับปริมาณวงเงินสินเชื่อที่ครัวเรือนได้รับ เมื่อเศรษฐกิจเริ่มดีขึ้นครัวเรือนมีความมั่นใจในรายได้ที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้พฤติกรรมความต้องการใช้จ่ายในการอุปโภค บริโภคของครัวเรือนเพิ่มขึ้นและจะนำไปสู่หนี้ครัวเรือนที่สูงขึ้น

4. สาเหตุของหนี้ครัวเรือนด้านอื่น ๆ ได้แก่ หนี้จากการพนัน สถาบันการเงินให้วงเงินกู้ยืมมากเกินไป ภาระหนี้จากการค้ำประกัน ความประมาทในการใช้ชีวิต ไม่มีการวางแผนการใช้จ่ายการเงินที่ดีและเหมาะสม เป็นต้น

จากปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นหนี้ครัวเรือน ทั้งปัจจัยภายในตัวบุคคล (ปัจจัยด้านรายได้ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้จ่าย ปัจจัยด้านความรู้) และปัจจัยภายนอกตัวบุคคล (การเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่าย อัตราดอกเบี้ยที่ลดลง นโยบายรัฐบาล การส่งเสริมการขายของภาคธุรกิจ และหนี้จากการพนัน) พบว่าปัจจัยทุกปัจจัยเกิดจากความต้องการของบุคคล เริ่มจากความต้องการขั้นพื้นฐาน (อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค) เมื่อได้รับการตอบสนองความต้องการที่เพียงพอแล้วบุคคลยังมีความต้องการที่สูงขึ้นอีก ไม่ว่าจะเป็นความต้องการความมั่นคงในชีวิต ความต้องการการยอมรับ ยกย่อง ความต้องการความเข้าใจ ความต้องการด้านสุนทรียะ ความต้องการเข้าใจตนเองตระหนักรู้ในความสามารถของตนเพื่อประโยชน์ของตนเองและบุคคลอื่นในสังคม ซึ่งความต้องการจากภายในตัวบุคคลและจากภายนอกตัวบุคคลดังกล่าวข้างต้น สอดคล้องกับหลักจิตวิทยาตามแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Abraham H. Maslow) ทั้งสิ้น

**วิธีการรับมือกับหนี้ครัวเรือนไทย**

จากปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นหนี้ครัวเรือนทั้งปัจจัยภายในตัวบุคคลและปัจจัยภายนอกตัวบุคคลหากครัวเรือนตระหนักรู้ถึงความจำเป็นในการใช้จ่ายและเรียงลำดับความสำคัญของความจำเป็นในการใช้จ่ายได้อย่างมีเหตุผลรอบคอบ และน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน ใช้แค่พอประมาณ พออยู่ พอกิน พอใช้ ยึดหลักประหยัด ตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นออกเหลือให้น้อยที่สุด และหากครัวเรือนทำบัญชีครัวเรือนเพื่อเตือนการใช้จ่ายด้วยแล้วจะทำให้ครัวเรือนเห็นรายการใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง และสามารถตัดรายการที่ไม่จำเป็นจริง ๆ ออกไปได้ ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนก็จะลดลง หนี้สินลดลง มีเงินออมเพิ่มขึ้น การตระหนักรู้ถึงความพอประมาณจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ครัวเรือนอยู่อย่างสมดุลและมีความสุขได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้น การที่จะทำให้หนี้ครัวเรือนลดลงได้อย่างเป็นรูปธรรมควรเริ่มต้นจากตัวเราก่อนในฐานะของการเป็นสมาชิกของครอบครัว เพราะต้นทางของปัญหาอยู่ที่ตัวบุคคลหากเรามีความรู้ทางการเงิน มีการวางแผนการใช้จ่ายที่ดี รอบคอบ เหมาะสม มีการออมเงินเพื่อเก็บไว้ใช้จ่ายในอนาคต ไม่ใช้จ่ายอยู่บนพื้นฐานของความประมาท มีพฤติกรรมการใช้จ่ายแต่ในสิ่งที่จำเป็นและเป็นรายจ่ายที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ในระยะยาวแล้ว ปัญหาหนี้ครัวเรือนก็จะลดลง

แนวทางเบื้องต้นที่จะนำมาใช้ในการรับมือให้หลุดพ้นจากการเป็นหนี้ครัวเรือน คือ (สถาบันพระปกเกล้า : 2557)

1. ให้ความรู้ทางการเงินกับครัวเรือนในทุกระดับ เพื่อเพิ่มทักษะการบริหารจัดการทางการเงิน ตระหนักถึงความสำคัญของการออม มีการวางแผนการใช้จ่ายลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็น เพื่อบริหารจัดการความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น ส่งเสริมให้มีการจัดทำบัญชีครัวเรือนเพื่อลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ให้เพียงพอต่อการดำรงชีวิต เลี่ยงการก่อหนี้เพิ่ม และปลดหนี้ให้เร็วที่สุด

2. ลดอำนาจซื้อส่วนบุคคล โดยการควบคุมเพดานการให้สินเชื่อส่วนบุคคลลง เพื่อแก้ไขปัญหาการก่อหนี้เพิ่ม และเป็นเกราะป้องกันให้กับครัวเรือน

3. ภาครัฐบาลควรทบทวนวิธีการกระตุ้นเศรษฐกิจในรูปแบบที่เน้นการสร้างหนี้ที่ดีมีคุณภาพ และหนี้นั้นสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับครัวเรือน เศรษฐกิจและสังคมได้ในระยะยาวและยั่งยืน

4. การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการแก้ปัญหาหนี้ครัวเรือน ครัวเรือนควรยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 3 ประการ คือ

ประการที่ 1 การใช้จ่ายเงินอย่างพอประมาณตามความจำเป็น และจัดทำบัญชีครัวเรือนเตือนการใช้จ่าย เพื่อให้ทราบถึงรายการ การใช้จ่ายและจำนวนเงินที่ใช้ไป สามารถมองเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม

ประการที่ 2 การใช้จ่ายนั้นเป็นการใช้จ่ายที่จำเป็น มีเหตุผล คุ้มค่า สมฐานะ

ประการที่ 3 สร้างภูมิต้านทานให้กับครัวเรือน ตระหนักถึงความสำคัญของการออม เก็บออมไว้เพื่อใช้จ่ายในอนาคตตามความจำเป็น

**บทสรุป**

หนี้ครัวเรือนเกิดขึ้นจากตัวบุคคลที่มีความต้องการเพิ่มขึ้นจากปัจจัยภายในตัวบุคคลและภายนอกตัวบุคคลซึ่งล้วนเป็นไปตามหลักจิตวิทยาตามแนวคิดทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ทั้งสิ้น บนพื้นฐานของความจำเป็นและสิ่งนั้นมันต้องมี ว่าด้วยความต้องการของมนุษย์เกิดจากความขาด และเมื่อได้รับการตอบสนองที่เพียงพอ ลำดับความต้องการขั้นต่อไปคือ ความต้องการความเจริญสมบูรณ์ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อความสมบูรณ์และคุณภาพชีวิตที่ดี สาเหตุของความต้องการที่เพิ่มขึ้นทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายมีแนวโน้มค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น หากครัวเรือนไม่มีภูมิคุ้มกันทางการเงินที่ดีและเหมาะสม หรือการใช้จ่ายอยู่บนความประมาทก็อาจทำให้ครัวเรือนติดกับดักการเป็นหนี้ สร้างหนี้เพื่อความอยู่รอด ขาดอิสระภาพทางการเงิน และหากรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย สภาพคล่องของครัวเรือนไม่ดีก็จะทำให้ครัวเรือนหลุดพ้นจากการเป็นหนี้ได้ยาก สิ่งที่จะตามมาคือ การออมลดลง วินัยทางการเงินไม่ดีพอ คุณภาพชีวิตลดลง เป็นหนี้สะสมก่อให้เกิดความเครียดและปัญหาตามมา วิธีการแก้ปัญหาหนี้ครัวเรือนที่ทุกครัวเรือนสามารถนำมาปรับใช้ได้ในทุกสถานการณ์โดยการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันเพื่อให้ตระหนักถึง ความพอมี พออยู่ พอกิน พอใช้ ประกอบอาชีพด้วยความสุจริต ประพฤติชอบ จะเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตให้กับบุคคลและครอบครัวอยู่ได้อย่างมีความสุข

**บรรณานุกรม**

กรมประชาสัมพันธ์. (2567) การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต.สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2567, เว็บไซต์: https:// www.prd.go.th/.

เจนณรงค์ เทียนสว่าง. (2560) ชุดวิชา 91350 การเป็นผู้นำ มนุษสัมพันธ์ และจิตวิทยาสำหรับเกษตรกร หน่วยที่9 แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยากับงานส่งเสริมการเกษตร สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ชนาภิวัฒน์ ขันทะ และ สุภาค์พรรณ ตั้งตรงไพโรจน์. (2564). หนี้ครัวเรือนไทยกับแนวทางแก้ไขให้ยั่งยืน. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ* 131, 8(1), เดือนมกราคม-มิถุนายน.

ณดา จันทร์สม. (2566). หนี้ครัวเรือน : ความเปราะบางทางเศรษฐกิจและสังคมสู่ความไม่ยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2566, เว็บไซต์: https://econ.nida.ac.th/.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). EC_MB_040 เงินให้กู้ยืมแก่ภาคครัวเรือนจำแนกตามวัตถุประสงค์. สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2567, เว็บไซต์: https://bot.or.th/.

ภัทรพล ใจเย็น และเดช ชูจันอัด. (2566). วิกฤติหนี้ครัวเรือนของไทยในยุคเศรษฐกิจโลกถดถอย : ปัญหาและทางออก. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการเชิงพุทธ*, 6(4), เดือนกรกฎาคม-สิงหาคม, 213-223.

ลลิตา บุดดา. (2559). หนี้ภาคครัวเรือนกับวัฏจักรธุรกิจไทย. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์.

วนัชพร จามิต และบุฎกา ปัณฑุรอัมพร. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาระหนี้สินครัวเรือนเพิ่มขึ้นจากสถานการณ์โควิด 19 ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สถาบันพระปกเกล้า. (2557). ปัญหาหนี้ครัวเรือนต่อเศรษฐกิจประเทศไทย. เอกสารวิชาการ การบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง รุ่นที่ 13 หลักสูตรการบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). ภาวะสังคมไทยไตรมาสสอง ปี 2566, สืบค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2567, เว็บไซต์: https://www.nesdc.go.th.

อานันท์ เกียรติสารพิภพ. (2566). หนี้ครัวเรือน. สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร กลุ่มงานบริการวิชาการ 2 สำนักวิชาการ.

# บทแนะนำหนังสือ (Book Review)

# แกะรอยหยักสมอง ยิว & จีน ทางด้านการค้า

# ยิวและจีน คิดอย่างไร ทำอย่างไร จึงยิ่งใหญ่ในการทำการค้าตลอดกาล

โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์รุ่งฤดี รัตนวิไล
สาขาวิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
rungrudee.2510@gmail.com

หนังสือ แกะรอยหยักสมอง ยิว & จีน ทางด้านการค้า ยิวและจีน คิดอย่างไร ทำอย่างไร จึงยิ่งใหญ่ในการทำการค้าตลอดกาล เรียบเรียงโดย จันท์ เสวิกุล เริ่มต้นจากคำถามที่ว่า ยิวกับจีน ใครทำการค้าเก่งกว่ากัน หนังสือเล่มนี้มีคำตอบ

แกะรอยหยักสมอง ยิว & จีน ทางด้านการค้า ระบบการคิดของยิวขายในสิ่งที่คิด ระบบคิดของจีนขายในสิ่งที่ผลิตและต่อยอดการพัฒนาให้ยิ่งใหญ่ไปกว่าเดิม ประกอบด้วยแนวคิดด้านการค้า 12 หัวข้อ คือ มังกรพันล้าน ความสำเร็จของยิว ทำธุรกิจไม่คิดมุมเดียว ความลับของยิว รู้จักจีนสัมผัสมังกร คิดแบบจีนแต่ถามแบบยิว ตลาดจีนตลาดยิว เศรษฐกิจและเทคโนโลยีของจีน สมองผู้นำจีน เศรษฐกิจนวัตกรรม วิธีคิดในการทำการค้า และมุมความเชื่อในการพัฒนาสมอง เมื่ออ่านหนังสือเล่มนี้จบจะทำให้ผู้อ่านทราบความแตกต่างในวิธีคิดและการพัฒนาด้านการค้าของยิวและจีนได้เป็นอย่างดี ยิวนิยมคิดนวัตกรรม ในขณะที่จีนจะต่อยอดนวัตกรรมให้ยิ่งใหญ่ไปกว่าเดิม

โดยสรุป หนังสือเล่มนี้จะช่วยให้ผู้อ่านเห็นความแตกต่างในมุมมองวิธีคิดและการพัฒนาของสองชนชาติยิวและจีน ด้านการค้าขายที่แตกต่างกันถึงแม้จะขายในสิ่งเดียวกันแต่ผลลัพธ์ที่ได้คือ ค้าขายเก่งเหมือนกัน และผู้อ่านสามารถนำแนวคิดไปปรับใช้ในการทำธุรกิจของตนเองได้อย่างเหมาะสม

## ข้อกำหนดของบทความต้นฉบับ

### การจัดพิมพ์บทความ

1) ความยาวของบทความวิชาการไม่เกิน 15 หน้า และบทความวิจัยไม่เกิน 20 หน้ากระดาษ A4 พิมพ์หน้าเดียว (นับรวมรูปภาพ ตาราง เอกสารอ้างอิง และภาคผนวก)
2) รูปแบบตัวอักษร ให้จัดพิมพ์ด้วยแบบตัวอักษร TH Sarabun New เท่านั้น สำหรับรูปแบบตัวอักษรภาษาจีน ให้จัดพิมพ์ด้วยแบบอักษร SIMSUN เท่านั้น
3) ชื่อเรื่องบทความ ขนาดตัวอักษร 18 pt. (ตัวหนา) จัดพิมพ์กึ่งกลางหน้ากระดาษ
4) ชื่อผู้เขียนทุกคนต้องระบุหน่วยงานต้นสังกัด สำหรับที่อยู่ทางไปรษณีย์และอีเมลระบุเฉพาะผู้เขียนที่สามารถติดต่อได้ 1 คน ขนาดตัวอักษร 16 pt. จัดพิมพ์กึ่งกลางหน้ากระดาษ เว้นระยะบรรทัด 1 บรรทัดจากชื่อเรื่อง
5) ชื่อบทคัดย่อ คำสำคัญ ขนาดตัวอักษร 16 pt. (ตัวหนา) จัดชิดซ้าย เว้นระยะบรรทัด 1 บรรทัดจากอีเมล
6) บทคัดย่อ (Abstract) มีความยาวอย่างละไม่เกิน 200 คำ
7) เนื้อหาบทคัดย่อ ย่อหน้า 1.25 ซม. ให้พิมพ์ชิดขอบซ้ายขวา (กระจายแบบไทย) และคำสำคัญ จัดพิมพ์ต่อจากชื่อคำสำคัญ ขนาดตัวอักษร 16 pt. ไม่เว้นระยะบรรทัด
8) ในกรณีบทความภาษาไทยหรือภาษาจีนให้จัดพิมพ์ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน หน่วยงานที่สังกัด ที่อยู่ อีเมล บทคัดย่อ และคำสำคัญ เป็นภาษาที่ใช้ในการเขียนบทความและต้องมีภาษาอังกฤษด้วย สำหรับบทความภาษาอังกฤษ มีแค่ภาษาเดียวคือภาษาอังกฤษ
9) ชื่อหัวเรื่องใหญ่ ขนาดตัวอักษร 16 pt. (ตัวหนา) จัดชิดซ้าย ไม่ใส่เลขลำดับที่ เว้นระยะบรรทัด 1 บรรทัด จากเนื้อหาก่อนหน้านี้
10) ชื่อหัวเรื่องรอง ขนาดตัวอักษร 16 pt. (ตัวหนา) ย่อหน้า 1.25 ซม. ไม่เว้นระยะบรรทัด
11) เนื้อหาบทความ ย่อหน้า 1.25 ซม. ให้พิมพ์ชิดขอบซ้ายขวา (กระจายแบบไทย) ขนาดตัวอักษร 16 pt. ถ้ามีข้อย่อยที่ไม่ใช่ตัวเลข ให้ใช้เครื่องหมายยัติภังค์ (-) เนื้อหาบทความเดียวกับหัวเรื่องใหญ่ ไม่เว้นระยะบรรทัด
12) ชื่อและเลขกำกับตาราง ขนาดตัวอักษร 16 pt. (ตัวหนา) ให้ระบุไว้บนตาราง จัดชิดซ้าย เช่น ตารางที่ 1 เปรียบเทียบต้นทุน เว้นระยะบรรทัด 1 บรรทัดจากเนื้อหาก่อนตาราง และใต้ตารางให้บอกแหล่งที่มา จัดชิดซ้าย ไม่เว้นระยะบรรทัด
13) การจัดพิมพ์ตารางตามรูปแบบ APA (ไม่มีเส้นแนวดิ่ง เส้นแนวนอน มีแค่หัวตาราง 2 เส้น คือเหนือรายละเอียดตาราง 1 เส้น ใต้รายละเอียดตาราง 1 เส้น และเส้นปิดท้ายตาราง 1 เส้น ถ้าเป็นตารางต่อเนื่องหน้าถัดไปไม่ต้องมีเส้นปิดตาราง และในหน้าถัดไปให้ใส่คำว่า (ต่อ) ที่หัวตาราง
14) ชื่อและเลขกำกับภาพ แผนภูมิ ขนาดตัวอักษร 16 pt. (ตัวหนา) ให้ระบุไว้ใต้ภาพหรือแผนภูมิ จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ เช่น ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย ใต้ภาพ แผนภูมิให้บอกแหล่งที่มา จัดชิดซ้าย ไม่เว้นระยะบรรทัด
15) ระยะขอบกระดาษ บน 2.54 ซม. ล่าง 2.54 ซม. ซ้าย 2.54 ซม. และขวา 2.54 ซม.
16) หมายเลขหน้า ให้ใส่ไว้ตำแหน่งด้านล่างขวาตั้งแต่ต้นจนจบบทความ
17) ผู้เขียนต้องส่งผลตรวจอักขราวิสุทธิ์แนบมาพร้อมกับบทความ (การลอกเลียนแบบวรรณกรรมทางวิชาการ ไม่เกิน 20%)
18) ชื่อรายการบรรณานุกรม ขนาดตัวอักษร 16 pt. (ตัวหนา) จัดชิดซ้าย
19) เนื้อหารายการบรรณานุกรม ขนาดตัวอักษร 16 pt. (ตามรูปแบบ APA)
20) ผู้เขียนต้องทำตารางสรุปผลการแก้ไขบทความตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ
21) การตัดสินของกองบรรณาธิการถือเป็นที่สิ้นสุด

| คำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ | แก้ไขจากเดิม…เป็น (โปรดระบุเลขหน้าที่แก้ไข) | ไม่แก้ไขเนื่องจาก |
|---|---|---|
| ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 1<br>1<br>2<br>ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่ 2<br>1<br>2 | | |

**ส่วนประกอบของบทความ**

1. ชื่อเรื่องบทความภาษาไทยหรือภาษาจีนขึ้นอยู่กับภาษาที่เขียนและต้องมีภาษาอังกฤษด้วย สำหรับชื่อเรื่องบทความภาษาอังกฤษมีแค่ภาษาอังกฤษภาษาเดียว

2. ชื่อผู้เขียนทุกคนต้องระบุหน่วยงานต้นสังกัด สำหรับที่อยู่ทางไปรษณีย์และอีเมล ระบุเฉพาะผู้เขียนที่สามารถติดต่อได้ 1 คน (ชื่อผู้เขียนภาษาไทยหรือภาษาจีนขึ้นอยู่กับภาษาที่เขียนและต้องมีภาษาอังกฤษด้วย สำหรับบทความภาษาอังกฤษมีแค่ภาษาอังกฤษ)

3. บทคัดย่อ (Abstract) ในบทความวิชาการและบทความวิจัยมีความยาวไม่เกิน 200 คำ และคำสำคัญ (Keyword) 3-5 คำ (บทคัดย่อและคำสำคัญภาษาไทยหรือภาษาจีนขึ้นอยู่กับภาษาที่เขียนและต้องมีภาษาอังกฤษด้วย สำหรับบทความภาษาอังกฤษมีแค่ภาษาอังกฤษ)

4. เนื้อเรื่อง

4.1 บทความวิชาการ ประกอบด้วย บทนำ เนื้อหา สรุป และวิเคราะห์

4.2 บทความวิจัย ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย ทบทวนวรรณกรรม กรอบแนวคิด วิธีการวิจัย ผลการวิจัย การทดสอบสมมติฐาน สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5. เอกสารอ้างอิง

6. ถ้ามีรูป แผนภูมิ ตารางประกอบ หรืออื่น ๆ ต้องมีหมายเลขกำกับในบทความ อ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลให้ถูกต้อง ชัดเจน และไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น หากมีรูปภาพควรใช้รูปภาพสีหรือขาวดำที่มีความชัดเจน

**การอ้างอิงเอกสาร**

1) การอ้างอิงในเนื้อหาเพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น ให้ใช้วิธีการอ้างอิงแบบนาม-ปี โดยระบุชื่อผู้เขียน ปีพิมพ์ และเลขหน้าของเอกสาร ไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังของข้อความที่ต้องการอ้างอิง เช่น สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2546: 147) ..... หรือ ..... (Newman and Cullen, 2007: 18-19) หรือ ..... (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546: 217-219)

2) การอ้างอิงท้ายบทความ ให้รวบรวมเอกสารที่ใช้อ้างอิงไว้ท้ายบทความ เรียงตามลำดับอักษรชื่อผู้เขียน ให้เรียงรายการเอกสารภาษาไทยไว้ก่อนภาษาอังกฤษ โดยใช้รูปแบบการเขียนอ้างอิงตามระบบ APA ดังตัวอย่างต่อไปนี้

**2.1) วารสารและนิตยสาร**

● **<u>วารสารเรียงลำดับหน้าโดยขึ้นต้นหน้าหนึ่งทุกครั้งเมื่อขึ้นฉบับใหม่ให้ระบุ (ฉบับที่)</u>**

**<u>รูปแบบ</u>**

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. *ชื่อวารสาร, ปีที่*(ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

Author(s). (Year of publication). Title of article. *Title of periodical or journal, Volume*(issue), First-last page.

**<u>ตัวอย่าง</u>**

ขวัญฤทัย คาขาว และเตือนใจ สามห้วย. (2530). สีธรรมชาติ. *วารสารคหเศรษฐศาสตร์, 30*(2), 29-36.

Acton, G. J., Irvin, B. L., & Hopkins, B. A. (1991). Theory-testing research: building the science. *Advance in Nursing Science, 14*(1), 52-61.

● **<u>วารสารเรียงลำดับหน้าหนึ่งถึงหน้าสุดท้ายต่อเนื่องกันตลอดปี ไม่ต้องระบุ (ฉบับที่)</u>**

**<u>ตัวอย่าง</u>**

ขวัญฤทัย คาขาว และเตือนใจ สามห้วย. (2530). สีธรรมชาติ. *วารสารคหเศรษฐศาสตร์, 30*, 29-36.

Dzurec, L. C., & Abraham, I. L. (1993). The nature of inquiry linking quantitative and qualitative research nursing. *Journal of Advanced Nursing, 18,* 298-304.

**2.2) หนังสือ**

**<u>รูปแบบ</u>**

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

**<u>ตัวอย่าง</u>**

วิจารณ์ พานิช. (2551). *การจัดการความรู้ ฉบับนักปฏิบัติ.* พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม.

Chakravarthy, B., Zaheer, A., & Zaheer, S. (1999). *Knowledge sharing in organizations: A field study.* Minneapolis: Strategic Management Resource Center, University of Minnesota.

**<u>กรณีที่หนังสือไม่ปรากฏชื่อผู้แต่งหรือบรรณาธิการ ให้ขึ้นต้นด้วยชื่อหนังสือผู้</u>**

**<u>ตัวอย่าง</u>**

*Merriam-Webster's collegiate dictionary* (10th ed.). (1993). Springfield, MA: Merriam-Webster

**2.3) รายงานการประชุมหรือสัมมนาทางวิชาการ**

**<u>รูปแบบ</u>**

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. *ชื่อเอกสารรวมเรื่องรายงานการประชุม,* วัน เดือน ปี สถานที่จัด. เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

**<u>ตัวอย่าง</u>**

กรมวิชาการ. (2538). *การประชุมปฏิบัติการรณรงค์เพื่อส่งเสริมนิสัยรักการอ่าน,* 25-29 พฤศจิกายน 2528 ณ วิทยาลัยครูมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาหนังสือ กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1991). A motivational approach to self: Integration in personality. In R. Dienstbier (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation: Vol. 38. Perspectives on Motivation* (pp. 237-288). Lincoln: University of Nebraska Press.

**การอ้างอิงเอกสาร**

1) การอ้างอิงในเนื้อหาเพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้น ให้ใช้วิธีการอ้างอิงแบบนาม-ปี โดยระบุชื่อผู้เขียน ปีพิมพ์ และเลขหน้าของเอกสาร ไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังของข้อความที่ต้องการอ้างอิง เช่น สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2546: 147) ..... หรือ ..... (Newman and Cullen, 2007: 18-19) หรือ ..... (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546: 217-219)

2) การอ้างอิงท้ายบทความ ให้รวบรวมเอกสารที่ใช้อ้างอิงไว้ท้ายบทความ เรียงตามลำดับอักษรชื่อผู้เขียน ให้เรียงรายการเอกสารภาษาไทยไว้ก่อนภาษาอังกฤษ โดยใช้รูปแบบการเขียนอ้างอิงตามระบบ APA ดังตัวอย่างต่อไปนี้

**2.1) วารสารและนิตยสาร**

● **<u>วารสารเรียงลำดับหน้าโดยขึ้นต้นหน้าหนึ่งทุกครั้งเมื่อขึ้นฉบับใหม่ให้ระบุ (ฉบับที่)</u>**

**<u>รูปแบบ</u>**

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. *ชื่อวารสาร, ปีที่*(ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

Author(s). (Year of publication). Title of article. *Title of periodical or journal, Volume*(issue), First-last page.

**<u>ตัวอย่าง</u>**

ขวัญฤทัย คาขาว และเตือนใจ สามห้วย. (2530). สีธรรมชาติ. *วารสารคหเศรษฐศาสตร์, 30*(2), 29-36.

Acton, G. J., Irvin, B. L., & Hopkins, B. A. (1991). Theory-testing research: building the science. *Advance in Nursing Science, 14*(1), 52-61.

● **<u>วารสารเรียงลำดับหน้าหนึ่งถึงหน้าสุดท้ายต่อเนื่องกันตลอดปี ไม่ต้องระบุ (ฉบับที่)</u>**

**<u>ตัวอย่าง</u>**

ขวัญฤทัย คาขาว และเตือนใจ สามห้วย. (2530). สีธรรมชาติ. *วารสารคหเศรษฐศาสตร์, 30*, 29-36.

Dzurec, L. C., & Abraham, I. L. (1993). The nature of inquiry linking quantitative and qualitative research nursing. *Journal of Advanced Nursing, 18*, 298-304.

**2.2) หนังสือ**

**<u>รูปแบบ</u>**

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

**<u>ตัวอย่าง</u>**

วิจารณ์ พานิช. (2551). *การจัดการความรู้ ฉบับนักปฏิบัติ.* พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม.

Chakravarthy, B., Zaheer, A., & Zaheer, S. (1999). *Knowledge sharing in organizations: A field study.* Minneapolis: Strategic Management Resource Center, University of Minnesota.

**<u>กรณีที่หนังสือไม่ปรากฏชื่อผู้แต่งหรือบรรณาธิการ ให้ขึ้นต้นด้วยชื่อหนังสือผู้</u>**

**<u>ตัวอย่าง</u>**

*Merriam-Webster's collegiate dictionary* (10th ed.). (1993). Springfield, MA: Merriam-Webster

**2.3) รายงานการประชุมหรือสัมมนาทางวิชาการ**

**<u>รูปแบบ</u>**

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. *ชื่อเอกสารรวมเรื่องรายงานการประชุม,* วัน เดือน ปี สถานที่จัด. เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

**<u>ตัวอย่าง</u>**

กรมวิชาการ. (2538). *การประชุมปฏิบัติการรณรงค์เพื่อส่งเสริมนิสัยรักการอ่าน,* 25-29 พฤศจิกายน 2528 ณ วิทยาลัยครูมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม. กรุงเทพฯ: ศูนย์พัฒนาหนังสือ กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1991). A motivational approach to self: Integration in personality. In R. Dienstbier (Ed.), *Nebraska Symposium on Motivation: Vol. 38. Perspectives on Motivation* (pp. 237-288). Lincoln: University of Nebraska Press.

**2.4) บทความจากหนังสือพิมพ์**

**<u>รูปแบบ</u>**

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์, เดือน วันที่). ชื่อเรื่อง. *ชื่อหนังสือพิมพ์,* หน้าที่นำมาอ้าง.

**<u>ตัวอย่าง</u>**

สายใจ ดวงมาลี. (2548, มิถุนายน 7). มาลาเรียลาม3จว.ใต้ตอนบน สธ.เร่งคุมเข้มกันเชื้อแพร่หนัก. *คม-ชัด-ลึก,* 25.

Di Rado, A. (1995, March 15). Trekking through college: Classes explore modern society using the world of Star Trek. *Los Angeles Time,* p. A3.

**2.5) วิทยานิพนธ์**

**<u>รูปแบบ</u>**

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อวิทยานิพนธ์.* ชื่อปริญญา, สถาบันการศึกษา.

**<u>ตัวอย่าง</u>**

พันทิพา สังข์เจริญ. (2528). *วิเคราะห์บทร้อยกรองเนื่องในวโรกาสวันเฉลิมพระชนม-พรรษา 5 ธันวาคม.* ปริญญานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Darling, C. W. (1976). *Giver of due regard: the poetry of Richard Wilbur.* Ph.D. Thesis, University of Conecticut, USA.

**2.6) สื่ออิเล็กทรอนิกส์**

**<u>รูปแบบ</u>**

ชื่อผู้เขียน. (ปีที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต). *ชื่อเรื่อง.* สืบค้นเมื่อ....., จาก ชื่อเว็บไซต์ เว็บไซต์: URL Address

**<u>ตัวอย่าง</u>**

ประพนธ์ ผาสุขยืด. (2551). *การจัดการความรู้...สู่อนาคตที่ใฝ่ฝัน.* สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2552, จาก การจัดการความรู้ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล เว็บไซต์: http://www.si.mahidol.ac.th/km/add_information/ document/document_files/95_1.pdf

Treeson, Lauren. (2009). *Exploring a KM process for retaining critical capabilities.* Retrieved February 11, 2009, from KM Edge: Where the Best in KM Come Together Website: http://kmedge.org/2009/03/ knowledge-management-process-retaining-critical-capabilities.html

**2.7) การสัมภาษณ์**

**<u>รูปแบบ</u>**

ชื่อผู้สัมภาษณ์/เป็นผู้ให้สัมภาษณ์/ชื่อผู้สัมภาษณ์/เป็นผู้สัมภาษณ์/ที่...
(สถานที่ทำการสัมภาษณ์)/เมื่อ...(วันเดือนปีที่ทำการสัมภาษณ์)

**<u>ตัวอย่าง</u>**

สมปอง อ้นเดช เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ศุจิกา ดวงมณี เป็นผู้สัมภาษณ์ ที่มามหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2553

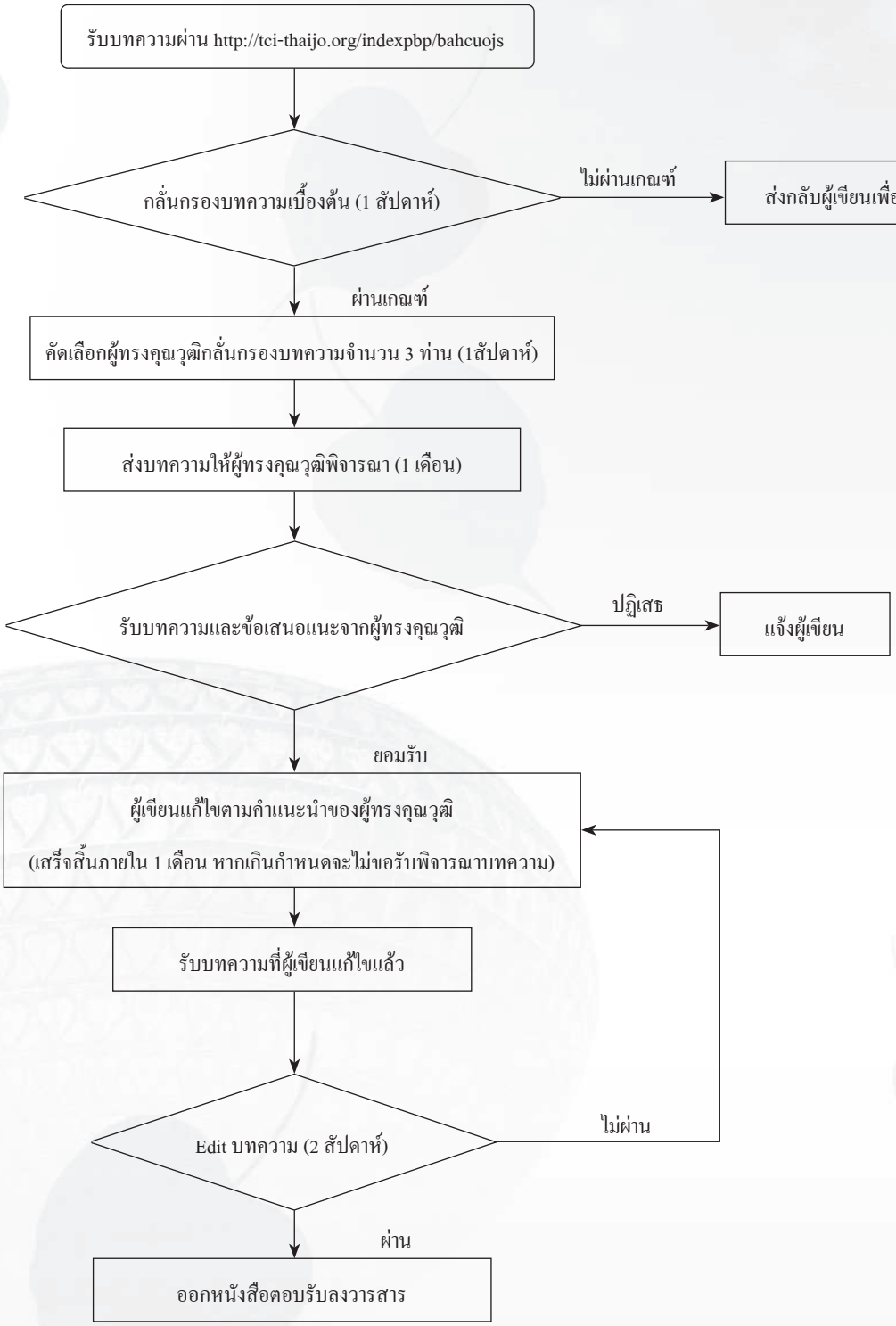
## การส่งบทความ

ผู้เสนอสามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มในการจัดทำต้นฉบับและแบบเสนอบทความพร้อมทั้งลงทะเบียนเพื่อทำการดาวน์โหลดบทความได้ที่ http://tci-thaijo.org/indexpbp/bahcuojs

## ติดต่อสอบถามข้อมูล

ติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ http://tci-thaijo.org/indexpbp/bahcuojs หรือติดต่อสอบถามข้อมูลได้ที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ 18/18 ถนนเทพรัตน (บางนา-ตราด) กม.ที่ 18 ต.บางโฉลง อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540 โทรศัพท์ 02-312-6300 ต่อ 1484, 1223, 1522 หรืออีเมล์ : ba.hcu.journals@gmail.com, หรือ rungrudee.article@gmail.com

# ขั้นตอนการส่งบทความลงวารสารบริหารธุรกิจและการจัดการปริทัศน์




**หมายเหตุ :** เพื่อความรวดเร็วในการพิจารณาบทความตีพิมพ์ในวารสารธุรกิจปริทัศน์ ขอความร่วมมือผู้เขียนบทความตรวจสอบรูปแบบการเขียนบทความให้ถูกต้องครบถ้วนตามข้อกำหนดการจัดพิมพ์บทความอย่างเคร่งครัด ก่อนส่งบทความเข้าระบบ

# แบบเสนอบทความ วารสารบริหารธุรกิจและการจัดการปริทัศน์
# คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

**ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) :**

.....

.....

**ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) :**

.....

.....

**ผู้เขียนหลัก (ชื่อที่ 1)**

ชื่อ-สกุล :

.....

ตำแหน่งและที่อยู่หน่วยงาน :

.....

.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....E-mail.....

**ผู้เขียนหลัก (ชื่อที่ 2)**

ชื่อ-สกุล :

.....

ตำแหน่งและที่อยู่หน่วยงาน :

.....

.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....E-mail.....

**ผู้เขียนหลัก (ชื่อที่ 3)**

ชื่อ-สกุล :

.....

ตำแหน่งและที่อยู่หน่วยงาน :

.....

.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....E-mail.....

## ประเภทบทความที่เสนอ

☐ บทความวิจัย (Research article)

☐ บทความวิชาการ (Academic article)

☐ บทวิจารณ์หนังสือ (Book review)

ถ้าบทความที่เสนอเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หรืออื่นๆ โปรดระบุดังนี้

☐ งานวิจัย ☐ วิทยานิพนธ์ (เอก) ☐ วิทยานิพนธ์ (โท) ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

## คำรับรองจากผู้เขียน

"ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม (ถ้ามี) ขอรับรองว่า บทความที่เสนอมานี้ยังไม่เคยได้รับการตีพิมพ์และไม่ได้อยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาลงตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมยอมรับหลักเกณฑ์การพิจารณาต้นฉบับ ทั้งยินยอมให้กองบรรณาธิการมีสิทธิ์พิจารณาและตรวจแก้ต้นฉบับได้ตามที่เห็นสมควร พร้อมนี้ขอมอบลิขสิทธิ์บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ให้แก่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ กรณีมีการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์เกี่ยวกับภาพ กราฟ ข้อความส่วนใดส่วนหนึ่ง และ/หรือข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความ ให้เป็นความรับผิดชอบของข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมแต่เพียงฝ่ายเดียว"

ลงชื่อ.....

(.....)

...../...../.....

## บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์ (Duties of Authors)

1. ผู้นิพนธ์ต้องส่งผลงานที่จัดทำขึ้นใหม่และไม่เคยตีพิมพ์ที่ใดมาก่อน
2. ผู้นิพนธ์ต้องอ้างอิงผลงานของผู้อื่นอย่างถูกต้องและครบถ้วน เมื่อมีการนำผลงานเหล่านั้นมาใช้ในผลงานของตัวเอง
3. ผู้นิพนธ์ที่มีชื่อปรากฏอยู่ในบทความ ต้องมีส่วนร่วมในงานทุกคน
4. ผู้นิพนธ์ต้องเขียนบทความวิจัยให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนด อีกทั้งรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นอย่างถูกต้อง และต้องระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนการวิจัยอย่างครบถ้วน
5. ข้อความที่ปรากฏในบทความและองค์ประกอบทั้งหมดของบทความเป็นความรับผิดชอบของผู้นิพนธ์แต่ผู้เดียว
6. ผู้นิพนธ์ต้องระบุผลประโยชน์ทับซ้อนอย่างชัดเจน
7. การตัดสินของกองบรรณาธิการถือเป็นที่สิ้นสุด

## บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการวารสาร (Duties of Editors)

1. เมื่อผู้นิพนธ์ส่งบทความ บรรณาธิการวารสารจะดำเนินการคัดเลือก แต่งตั้ง และประสานงานกับผู้ประเมินบทความที่มีความเชี่ยวชาญด้านนั้น ๆ หากมีการแก้ไขปรับปรุงหรือมีคำแนะนำเพิ่มเติมใด ๆ จะติดตามและประสานงานกับผู้นิพนธ์ เพื่อให้มีการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพบทความ
2. บรรณาธิการวารสารจะต้องรักษาความลับ โดยไม่เปิดเผยชื่อและข้อมูลของผู้นิพนธ์และของผู้ประเมินบทความในช่วงเวลาที่การดำเนินงานยังไม่แล้วเสร็จ
3. บรรณาธิการวารสารจะเป็นผู้ตัดสินใจคัดเลือกบทความมาตีพิมพ์โดยผ่านกระบวนการประเมินอย่างมีขั้นตอนและสอดคล้องกับนโยบายของวารสาร
4. บรรณาธิการวารสารจะไม่รับตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์ที่อื่นมาแล้ว
5. บรรณาธิการวารสารจะตัดสินโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานคำแนะนำจากผู้ประเมินบทความและพิจารณาความถูกต้องเหมาะสมชัดเจนในหลักฐานสนับสนุนต่าง ๆ จากผู้นิพนธ์
6. บรรณาธิการวารสารจะทำการตรวจสอบอย่างเคร่งครัด เพื่อให้แน่ใจว่าบทความที่จะตีพิมพ์ไม่มีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น (Plagiarism) และหากตรวจพบ ไม่ว่าจะในขั้นตอนใดก็ตาม จะหยุดดำเนินการและติดต่อผู้นิพนธ์ ให้มีการชี้แจงประกอบการพิจารณาในการตอบรับหรือการปฏิเสธการตีพิมพ์
7. บรรณาธิการวารสารจะต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนใด ๆ กับผู้นิพนธ์ และผู้ประเมินบทความตลอดจนบุคคลใด ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ดังกล่าว
8. การตัดสินของกองบรรณาธิการถือเป็นที่สิ้นสุด

## บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ (Duties of Reviewers)

1. ผู้ประเมินบทความ อ่านบทความที่บรรณาธิการจัดส่งให้ เพื่อพิจารณาในด้านคุณค่าและประโยชน์ที่จะได้รับจากบทความดังกล่าวเป็นการเบื้องต้น เพื่อช่วยให้บทความที่จะตีพิมพ์ลงในวารสารมีคุณค่าที่เหมาะสมสำหรับการอ้างอิงทางด้านวิชาการอีกทั้งให้ข้อคิดเห็นเสนอแนะเพิ่มเติมที่จะเป็นประโยชน์ทางด้านคุณภาพ เพื่อที่จะทำให้บทความดังกล่าวมีความสมบูรณ์ถูกต้องทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหาสาระที่จะเป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้นิพนธ์และต่อผู้อ่าน ก่อนที่จะนำส่งกลับคืนยังกองบรรณาธิการเพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป ทั้งนี้บทความของผู้นิพนธ์จะมีผู้ประเมินอย่างน้อย 2 ท่าน เพื่อการพิจารณาบทความ
2. ผู้ประเมินบทความจะต้องรักษาความลับ โดยไม่เปิดเผยข้อมูลใด ๆ ของบทความในช่วงเวลาที่การดำเนินงานยังไม่แล้วเสร็จ
3. ผู้ประเมินบทความจะต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนใด ๆ กับผู้นิพนธ์ เช่น การรู้จักกันเป็นการส่วนตัว เป็นผู้ร่วมโครงการ ผู้ร่วมงาน อันพึงทำให้ขาดอิสระในการพิจารณาบทความ โดยให้ทำการแจ้งบรรณาธิการและขอปฏิเสธการประเมิน
4. ผู้ประเมินบทความจะต้องประเมินบทความในสาขาที่ตนมีความเชี่ยวชาญและมีหลักฐานที่เชื่อถือได้
5. ผู้ประเมินบทความมีบทบาทต่อการตรวจสอบความซ้ำซ้อนของผลงานจากผู้นิพนธ์ หากมีความซ้ำซ้อนให้แจ้งข้อมูลที่ตรวจพบมายังบรรณาธิการวารสาร
6. การตัดสินของกองบรรณาธิการถือเป็นที่สิ้นสุด

❁ ❁ ❁ ❁ ❁ ❁ ❁ ❁ ❁ ❁ ❁ ❁ ❁ ❁ ❁ ❁