

วารสารการจัดการและการพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Journal of Management and Development

Ubon Ratchathani Rajabhat University

ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2562

ISSN 2351-065X

วารสารได้รับการรับรองคุณภาพในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 2

เจ้าของ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ธรรมรักษ์ ละอองนวล อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์หทัยรัตน์ ควรรู้ดี คณบดีคณะบริหารธุรกิจและการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำไพ ยงกุลณิช มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนสุวิทย์ ทับหิรัญรักษ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยกันธิ์ ไซตวินิช

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

วัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร

วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลางแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ด้านวิชาการ ระหว่างนักวิจัย คณาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษา

วารสารเปิดรับบทความประเภทบทความวิจัยและบทความวิชาการ มีขอบเขต วิชาการในศาสตร์ด้านเศรษฐศาสตร์/บริหารธุรกิจและการจัดการ นิเทศศาสตร์/ สื่อสารมวลชน และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยทุกบทความ จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่สอดคล้องกับบทความ ไม่น้อยกว่า บทความละ 2 ท่านแบบ double blinded คือ มีการปกปิดชื่อเจ้าของบทความแก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ และเจ้าของบทความไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

กำหนดการออกวารสาร

ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

สถานที่พิมพ์

วิทยาการพิมพ์ 336-338 ถนนผาแดง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000

บทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร เป็นงานเขียนของนักวิจัยหรือนักวิชาการแต่ละท่าน โดยเฉพาะ มิใช่ความเห็นและความรับผิดชอบใด ๆ ของกองบรรณาธิการวารสาร การจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

บทบรรณาธิการ

สังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงและขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเทคโนโลยี ซึ่งต้องอาศัยการจัดการเชิงบูรณาการที่ดีเพื่อการพัฒนาประเทศ วารสารฉบับนี้จึงเป็นแหล่งสื่อสารผลงานวิจัยและผลงานทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการนำไปประยุกต์และต่อยอด

วารสารฉบับนี้เผยแพร่เป็นปีที่ 6 ฉบับที่ 1 ประกอบด้วยบทความทั้งสิ้น 11 บทความ เป็นบทความด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การจัดการด้านการท่องเที่ยว การบริหารทรัพยากรมนุษย์ รูปแบบกิจกรรมการพัฒนาเยาวชน รวมถึงการจัดการระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร

ทุกบทความผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญและสอดคล้องกับบทความ มีการตรวจความถูกต้องโดยกองบรรณาธิการและทีมงานจัดทำวารสาร ขอขอบคุณทุกท่านที่ช่วยให้การจัดทำวารสารสำเร็จลุล่วงด้วยดี และขอน้อมรับข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาคุณภาพของวารสารต่อไป

บรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

บทความวิจัย

- 1 การส่งเสริมสุขภาพขององค์กรของผู้สูงอายุแบบบูรณาการ
 ในจังหวัดบุรีรัมย์
 พระธรรมบุญ เพชรเลิศ, ภัคดี โพธิ์สิงห์, ยุภาพร ยุภาศ
- 29 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกกับความสำเร็จ
 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดฉะเชิงเทรา
 เชาวลิต ประสิทธิ์, กนกพร ชัยประสิทธิ์
- 57 ทศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ
 การใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
 ในเขตกรุงเทพมหานคร
 ชไมพร ขนบแก้ว, กนกพร ชัยประสิทธิ์
- 79 บทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ
 อย่างยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอน้ำยืน
 จังหวัดอุบลราชธานี
 วลัยพร สุขปลั่ง, ศุภกัญญา เกษมสุข, อัญญานี อดทน
- 97 พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬา
 มหาวิทยาลัย: ราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์
 ธรรมรักษ์ ละอองนวล, หทัยรัตน์ ควรรู้ดี, ปิยกนิษฐ์ โชติวินิช,
 อำไพ ยงกุลวนิช, วลัยพร สุขปลั่ง

หน้า

- 119 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิภาพในการทำงานของ
พนักงาน บริษัท โปรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอร์ซิง โซลูชันส์ จำกัด
..... อติศักดิ์ เองมหัสสกุล, ศศินันท์ วิวัฒน์ชาติ, ฉัตยาพร เสมอใจ
- 135 ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานฝึกสหกิจศึกษา
และฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์
คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
..... พนิดา พานิชกุล, ลัทธกาญจน์ กุญแก้ว, อภิวัฒน์ สุกเหลือง
- 153 รูปแบบการจัดกิจกรรมสำหรับการพัฒนาเยาวชน
ในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้
โมเดล “Thailand 4.0”
..... วิมล หลักรัตน์
- 173 อิทธิพลเชิงโครงสร้างของการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตาม
แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์
ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน
ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย
..... กษิดิศ ใจผาวัง, ฉัตรฤดี จองสุริยภาส, ภูมิพัฒน์ มิ่งมาลัยรักษ์
- 201 การศึกษาการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อพัฒนา
ระบบสารสนเทศสนับสนุนเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อใน
เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
..... พัฒนศักดิ์ ปทุมวัน, สราญ ปริสุทธิกุล, พิมกต์ สมชอบ, ขนิษฐา คนกล้า,
นันทพงศ์ นันทสำเริง, ก้องเกียรติ สหายรักษ์, เกรียงศักดิ์ รักภักดี

หน้า

บทความวิชาการ

- 235 การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
..... เมธาวี จำเนียร

การจัดทำวารสาร

- 257 คำแนะนำสำหรับการเขียนบทความ
270 จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานในวารสาร
272 ขั้นตอนการพิจารณาบทความ
273 ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ
278 ฝ่ายสนับสนุนการดำเนินงานจัดทำวารสาร

การส่งเสริมสุขภาพองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการ ในจังหวัดบุรีรัมย์

Promotion of the Integrated Holistic Health of Elderly People in Buriram Province.

พระธรรมบุญ เพชรเลิศ^{1*} ภักดี โพธิ์สิงห์² ยุภาพร ยูภาศ³

Phra Thammanoon Petlert^{1*} Pakdee Phosing² Yuphaporn Yupas³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสุขภาพองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี แบ่งเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 วิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาระดับสุขภาพองค์รวมของผู้สูงอายุ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริมสุขภาพองค์รวมของผู้สูงอายุ ระยะที่ 2 วิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อสร้างและยืนยันต้นแบบการส่งเสริมสุขภาพองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์โดยผู้เชี่ยวชาญ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุในจังหวัดบุรีรัมย์ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป 399 คน และผู้เชี่ยวชาญ 31 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบบบันทึกการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และแบบประเมินยืนยันต้นแบบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) สุขภาพองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมอยู่ใน

^{1*,2,3} คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Faculty of Political Science and Public Administration, Rajabhat Maha Sarakham University

*Corresponding author e-mail: phrathammanoon.petlert@gmail.com

(Received: December 27, 2018; Revised: February 20, 2019; Accepted: March 12, 2019)

ระดับมาก ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งเสริมสุขภาพขององค์กรรวมของผู้สูงอายุ จำนวน 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่อยู่อาศัยเหมาะสม ปัจจัยระบบบริการสาธารณสุขเชิงรุก ปัจจัยความตระหนักในรู้เรื่องสุขภาพ ปัจจัยพฤติกรรมสุขภาพผู้สูงอายุ ปัจจัย การส่งเสริมจากองค์กรภาครัฐ และปัจจัยความช่วยเหลือจากชุมชน 2) ผลการพัฒนา รูปแบบการส่งเสริมสุขภาพขององค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ที่เหมาะสม คือ ส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่อยู่อาศัยเหมาะสม ส่งเสริมระบบบริการ สาธารณสุขเชิงรุก ส่งเสริมความตระหนักในรู้เรื่องสุขภาพ ส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพ ผู้สูงอายุ การส่งเสริมจากองค์กรภาครัฐ ส่งเสริมความช่วยเหลือจากชุมชน ส่งเสริม ชุมชนผู้สูงอายุและส่งเสริมการสนับสนุนจากครอบครัว และผลการประเมินและ ยืนยันตัวแบบการส่งเสริมสุขภาพขององค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัด บุรีรัมย์ โดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: การส่งเสริมสุขภาพขององค์กรรวม ผู้สูงอายุ บูรณาการ

Abstract

The objective of this research was to study the integrated holistic health of elderly people in Buriram province. This mixed methods research was divided into two phases. The first phase was quantitative research which study the level of the integrated holistic health of elderly people and factors that affect the promotion of the integrated holistic health of elderly people. The second phase was qualitative research which establish and confirm a model for promoting the integrated holistic health of elderly people in Buriram province by experts. The samples were 399

elderly people (aged 60 years old and over) in Buriram province and 31 experts. The instruments used in the research were questionnaire, the seminar record form based on experts and the evaluation form to confirm the model. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis.

The results of this research found that 1) The overall level of integrated holistic health of elderly people in Buriram province was at high level. There were six factors affect the promotion of integrated holistic health of elderly people included suitable residential environmental factor, proactive public health service factor, health awareness factor, elderly people health behavior factor, public sector's promotion factor, and community support factor. 2) The results of development of the appropriate model for promoting the integrated holistic health of elderly people in Buriram province were suitable residential environmental promotion, proactive public health service promotion, health awareness promotion, elderly people health behavior promotion, supporting public sector's promotion, promoting community support, elderly people's club promotion and family's support promotion. The results of evaluation and confirmation of the model for promoting the integrated holistic health of the elderly in Buriram province by experts was suitable at the highest level.

Keywords: Promotion of Holistic Health, Elderly People, Integration

บทนำ

ประเทศไทยเข้าสู่ “สังคมสูงวัย” ที่มีประชากร อายุ 60 ปีขึ้นไปประมาณ 10.3 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 16 ของประชากรไทยทั้งหมด เป็นชาย 4.6 ล้านคน และหญิง 5.7 ล้านคน (ปราโมทย์ ประสาทกุล, 2559) ในการก้าวสู่สังคมผู้สูงวัยนี้ จะส่งผลกระทบต่อหลากหลายมิติอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ต่อทุกคน โดยเฉพาะผู้สูงวัยที่มีจำนวนมากขึ้น โดยผู้สูงอายุมีปัญหาสุขภาพกาย สุขภาพจิตปัญหาการเข้าถึงบริการรักษาพยาบาลและค่ารักษาพยาบาล ปัญหาความพิการ ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปัญหาการถูกทอดทิ้ง ปัญหาความว้าเหว่ และปัญหาด้านเศรษฐกิจ อีกทั้งปัญหาการปรับตัวเข้ากับคนในครอบครัวที่เป็นหลักสำคัญในการดูแลผู้สูงอายุ (อรรวรรณ์ คูหา และ นันทศักดิ์ ธรรมานวัตร์, 2552) โดยปัญหาสุขภาพกลุ่มโรคที่ผู้สูงอายุป่วย หรือ รู้สึกไม่สบายมากที่สุด 5 ลำดับแรก คือ 1) โรคระบบทางเดินหายใจ ร้อยละ 25.4 2) ระบบกล้ามเนื้อ เส้นเอ็นกระดูก ร้อยละ 21.9 3) โรคหัวใจหลอดเลือด ร้อยละ 15.9 4) โรคที่อาการไม่แจ้งชัดอื่น ร้อยละ 11 และ 5) โรคของต่อมไร้ท่อ ร้อยละ 8.7 (กรมการแพทย์ สถาบันเวชศาสตร์ผู้สูงอายุ, 2554) เป็นผลให้เกิดภาวะทุพพลภาพ หรือการด้อยสมรรถภาพย่อมส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนสถานภาพและบทบาทใหม่ของผู้สูงอายุด้วย และส่งผลให้เกิดภาระต่อระบบบริการตลอดจนงบประมาณด้านสุขภาพของประเทศ

จังหวัดบุรีรัมย์ได้มีการพัฒนาจังหวัดด้วยตัวแบบระบบการบริหารจัดการรายกรณี (B - CM Model: Buriram case management model) โดยกำหนดเป้าหมายสูงสุด บุรีรัมย์สันติสุขบนความพอเพียง เพื่ออนาคตลูกหลานชาวบุรีรัมย์ ครอบครัวเดียวกัน สถานการณ์ประชากรผู้สูงอายุจังหวัดบุรีรัมย์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 - 2559 มีประชากรผู้สูงอายุจำนวน 228,469 คน ร้อยละ 14.41 ซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้น (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดบุรีรัมย์, 2560) การพัฒนาผู้สูงอายุในจังหวัดบุรีรัมย์จึงควรได้รับการพัฒนาเพื่อก่อให้เกิดความสมบูรณ์ต่อสุขภาวะของผู้สูงอายุมากที่สุด นำไปสู่การมีสุขภาพดีของผู้สูงอายุ โดยมุ่งการพัฒนาแบบบูรณาการ ประสานร่วมมือ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมใน กระบวนการ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ตลอดทั้งเป็นการเชื่อมประสานเกี่ยวโยงกันและกันอย่างลงตัวในการส่งเสริมสุขภาวะแบบองค์รวมของผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย 1) สุขภาวะทางกาย มีการพัฒนากาย การฝึกอบรมกาย มีปัจจัยสี่พอเพียงแก่การดำเนินชีวิต 2) สุขภาวะทางจิต การฝึกอบรมจิตใจ ให้เข้มแข็งมั่นคง เจริญองกงามด้วยคุณธรรมทั้งหลาย 3) สุขภาวะทางสังคม การมีสวัสดิภาพทางสังคม เป็นหนึ่งเดียวในระดับครอบครัว และ 4) สุขภาวะทางปัญญาสามารถเข้าใจในจุดมุ่งหมายอันเป็นอุดมการณ์ชีวิตความรู้สึกสำนึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ

จากปัญหาสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้นตามอายุของผู้สูงอายุ การส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในระดับต้น ด้วยสถานการณ์และปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเกิดข้อสงสัยว่าสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุอยู่ในระดับใด มีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อสุขภาวะองค์รวม และมีรูปแบบการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการใน

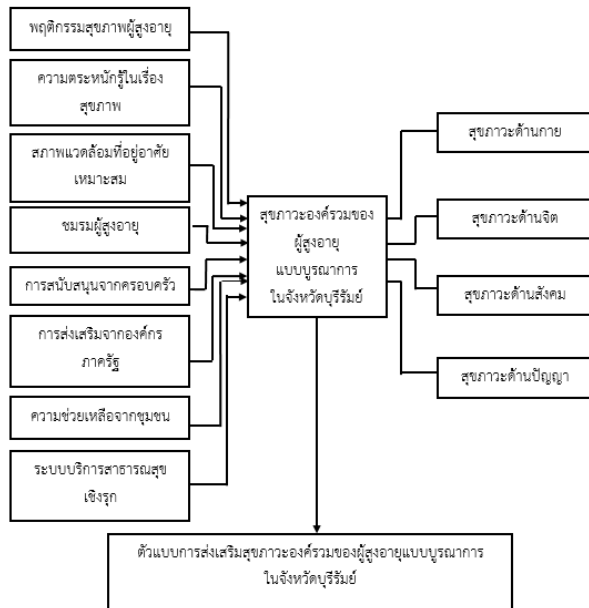
จังหวัดบุรีรัมย์อย่างไร เพื่อเป็นสารสนเทศและเป็นตัวแบบในการส่งเสริมสุขภาพของครอบครัวของผู้สูงอายุต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับสุขภาพของครอบครัวของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริมสุขภาพของครอบครัวของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อสร้างและยืนยันตัวแบบการส่งเสริมสุขภาพของครอบครัวของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย การส่งเสริมสุขภาพของครอบครัวของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (mixed methods research) ระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ดำเนินการวิจัยเป็น 2 ระยะ ดังนี้

การวิจัยระยะที่ 1 เพื่อศึกษาระดับสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นผู้สูงอายุในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 228,469 คน (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดบุรีรัมย์,

2560) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้สูงอายุในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 399 คน คำนวณตามสูตร ทาโร ยามานะ (Yamane, 1973) แล้วสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) และผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้สูงอายุและผู้เกี่ยวข้องในการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ จำนวน 31 คน โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive - sampling)

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ พฤติกรรมสุขภาพผู้สูงอายุ (X_1) ความตระหนักรู้ในเรื่องสุขภาพ (X_2) สภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยเหมาะสม (X_3) ชุมชมผู้สูงอายุ (X_4) การสนับสนุนจากครอบครัว (X_5) การส่งเสริมจากองค์กรภาครัฐ (X_6) ความช่วยเหลือจากชุมชน (X_7) ระบบบริการสาธารณสุขเชิงรุก (X_8) ส่วนตัวแปรตาม คือ สุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ (Y) ตัวแปรตาม ได้แก่ สุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ 1) สุขภาวะด้านกาย 2) สุขภาวะด้านจิต 3) สุขภาวะด้านสังคม และ 4) สุขภาวะด้านปัญญา

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการวิจัยระยะที่ 1 แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (check list) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ในตอนที่ 2 และ 3 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) (Likert, 1967) โดยใช้เกณฑ์ที่กำหนดค่าคะแนนดังนี้ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีค่าเท่ากับ 5 4 3 2 และ 1 ตามลำดับ

และตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (open end)

4. การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวคิดทฤษฎี กรอบแนวคิดการวิจัย และนิยามศัพท์ ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง .60 – 1.00 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยนำไปทดลองใช้ (try out) กับผู้สูงอายุในจังหวัดบุรีรัมย์ที่ไม่ใช่ตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์อำนาจจำแนกรายข้อโดยใช้เทคนิค item total correlation ได้ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ระหว่าง .29 ถึง .87 และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach alpha coefficient) (Cronbach, 1970) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ .98

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สถานภาพทั่วไป คือ การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

5.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ระดับสุขภาวะองค์รวม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) แล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบของแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

4.51 – 5.00 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริม/สุขภาวะองค์รวมแบบบูรณาการ อยู่ในระดับมากที่สุด

3.51 – 4.50 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริม/สุขภาวะองค์รวมแบบบูรณาการ อยู่ในระดับมาก

2.51 – 3.50 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริม/สุขภาวะองค์กรรวมแบบ
บูรณาการ อยู่ในระดับปานกลาง

1.51 - 2.50 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริม/สุขภาวะองค์กรรวมแบบ
บูรณาการ อยู่ในระดับน้อย

1.00 – 1.50 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริม/สุขภาวะองค์กรรวมแบบ
บูรณาการ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

5.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริมสุขภาวะองค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพหุภาคี แบบการเพิ่มตัวแปรเป็นขั้นตอน (stepwise multiple regression analysis) (สำราญ มีแจ้ง, 2557) เพื่ออธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริมสุขภาวะองค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม และระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน ด้วยวิธีการหาระดับความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงที่เรียกว่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าเป็นบวก (+) หมายความว่าข้อมูลสองชุดเปลี่ยนแปลงตามกัน กล่าวคือ ถ้าค่าของตัวแปรหนึ่งสูง ค่าของอีกตัวแปรหนึ่งจะสูงไปด้วย และถ้าค่าของตัวแปรหนึ่งต่ำค่าของตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะต่ำด้วย สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าเป็นลบ (-) หมายความว่าข้อมูลสองชุดเปลี่ยนแปลงในทางตรงกันข้ามหรือกลับกัน กล่าวคือ ถ้าค่าของตัวแปรหนึ่งสูง ค่าของอีกตัวแปรหนึ่งจะต่ำและถ้าค่าของตัวแปรหนึ่งต่ำค่าของตัวแปรอีกตัวแปรหนึ่งจะสูง ค่าระดับความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation coefficient (r)) มีเกณฑ์การวัดระดับความสัมพันธ์ ดังนี้ ระหว่าง .001–.500

มีระดับความสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ ระหว่าง .501-.700 มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง และระหว่าง .701 ขึ้นไป มีระดับความสัมพันธ์สูง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน ควรมีค่าไม่เกิน .80 เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการเกิดภาวะร่วมของตัวแปรในตัวแบบเส้นตรง (multicollinearity) ซึ่งหมายถึง ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูงมากเกินไปจนไม่เหมาะที่จะนำตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงเข้าไปในสมการทั้งสองตัว (ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2558)

5.4 วิเคราะห์ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมสุขภาพขององค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อความที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นโดยการเขียนเป็นข้อความ โดยผู้วิจัยจัดการจัดกลุ่มสรุปประเด็นเรียบเรียงถ้อยคำใหม่ อธิบายในรูปตารางความถี่ ร้อยละ

การวิจัยระยะที่ 2 สร้างและยืนยันต้นแบบการส่งเสริมสุขภาพขององค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์

ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิจัยในระยะที่ 1 มาสร้างต้นแบบขึ้นเพื่อใช้เป็นแบบจำลองในการพิจารณา และทำการยืนยันต้นแบบด้วยวิธีการยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและยืนยันต้นแบบการส่งเสริมสุขภาพขององค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาเอกสารวิชาการและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพขององค์กรรวมของผู้สูงอายุ เพื่อร่างต้นแบบการส่งเสริมสุขภาพขององค์กรรวม

1. กลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 31 คน ได้แก่ ตัวแทนจากศูนย์อนามัยที่ 9 นครราชสีมา จำนวน 1 คน ตัวแทนจาก

โรงพยาบาล จำนวน 4 คน ตัวแทนจากสำนักงานสาธารณสุข จำนวน 4 คน ตัวแทนจากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จำนวน 4 คน ตัวแทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 4 คน ตัวแทนจากคณะสงฆ์ จำนวน 4 รูป ตัวแทนจากอาจารย์มหาวิทยาลัย จำนวน 4 คน ตัวแทนจากพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ประจำจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1 คน ตัวแทนจากศูนย์ส่งเสริมผู้สูงอายุจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 1 คน และตัวแทนผู้สูงอายุ จำนวน 4 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบตรวจสอบยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญ (Eisner, 1976) ตัวแบบการส่งเสริมสุขภาพขององค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์โดยผู้วิจัยนำผลการวิจัยในระยะที่ 1 และจากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาสร้างตัวแบบขึ้นเพื่อใช้เป็นแบบจำลองในการพิจารณา ตรวจสอบยืนยัน โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ และผู้เกี่ยวข้อง ทำการวิพากษ์ พร้อมให้คำแนะนำ ตัวแบบการส่งเสริมสุขภาพขององค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า ผู้วิจัยได้แบ่งระดับความคิดเห็นต่อความเป็นไปได้ตามวิธีการของลิเคิร์ท 5 ระดับ และนำผลมาปรับปรุงเป็นตัวแบบการส่งเสริมสุขภาพขององค์กรรวมของผู้สูงอายุในจังหวัดบุรีรัมย์และข้อเสนอแนะ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย การวิจัยระยะที่ 2 เป็นการสร้างตัวแบบการส่งเสริมสุขภาพขององค์กรรวมของผู้สูงอายุ ในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยการตอบแบบตรวจสอบยืนยัน โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 31 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อเสนอแนะ ใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ พร้อมทำการบันทึกภาพ บันทึกเสียงทุกเนื้อหา และทำการสังเคราะห์ข้อมูลจากการวิจารณ์ และข้อเสนอแนะจากการถอด

ข้อความเพื่อนำมาเทียบเคียงกับบริบทของการวิจัย และปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อวิจารณ์และข้อเสนอแนะ จากแบบสอบถามและขอรับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ ในการยืนยันตัวแบบวิเคราะห์ เพื่อตรวจสอบยืนยัน และนำผลมาปรับปรุงเป็นตัวแบบการส่งเสริมสุขภาพองค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ เหนือในการพิจารณาตัวแบบการส่งเสริมสุขภาพองค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งแนวทางการพัฒนาให้ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ และผู้เกี่ยวข้อง โดยเลือกคุณลักษณะที่มีค่าเฉลี่ย (mean) ตั้งแต่ 3.41 ขึ้นไป ค่ามัธยฐาน (median) ตั้งแต่ 3.50 ขึ้นไป และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (interquartile range: IQR) ตั้งแต่ 1.50 ตามเกณฑ์ของ บุญชม ศรีสะอาด (2553) ลงมา เพื่อนำมาเขียนเป็นตัวแบบการส่งเสริมสุขภาพองค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ต่อไป

ผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยระยะที่ 1 เพื่อศึกษาระดับสุขภาพองค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริมสุขภาพองค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์

1. สุขภาพองค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสังคม รองลงมาคือ ด้านกาย ด้านปัญญา และด้านจิต ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมสุขภาพองค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

พบว่า ด้านความตระหนักรู้ในเรื่องสุขภาพมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านพฤติกรรมสุขภาพผู้สูงอายุ และด้านการสนับสนุนจากครอบครัว ตามลำดับ

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบทบาทการส่งเสริมสุขภาพขององค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์

3.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวพยากรณ์กับตัวพยากรณ์ และตัวพยากรณ์กับตัวแปรตาม ผู้วิจัยตรวจสอบภาวะร่วมของตัวแปรในตัวอย่างแบบเส้นตรง เพื่อเป็นการยืนยันว่าตัวแปรที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ไม่มีความสัมพันธ์กันสูงจนอาจเกิดผลต่อการวัดในสิ่งเดียวกัน หรือทำนายซ้ำซ้อนกัน ซึ่งทำให้ผลในการวิเคราะห์ไม่เที่ยงตรง ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (tolerance) ของตัวแปรสังเกตที่มีค่าต่ำกว่า .01 และ ค่าองค์ประกอบความแปรปรวนที่สูงกว่าความเป็นจริง (variance inflation factor: VIF) ที่มีค่ามากกว่า 10 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวพยากรณ์กับตัวพยากรณ์ และตัวพยากรณ์กับตัวแปรตาม

ตัวแปร	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
X1	1	.754**	.746**	.426**	.580**	.448**	.474**	.464**	.720**
X2		1	.748**	.457**	.636**	.522**	.484**	.445**	.710**
X3			1	.490**	.658**	.517**	.526**	.467**	.725**
X4				1	.536**	.577**	.684**	.707**	.565**
X5					1	.538**	.580**	.580**	.615**
X6						1	.705**	.606**	.610**
X7							1	.693**	.651**
X8								1	.632**
Y									1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก แสดงถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยตัวแปรทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปรระหว่าง .426 ถึง .725 ซึ่งเป็นค่าความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปรไม่เกิน .80 จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันระหว่างคู่ตัวแปร

นอกจากนี้ ผลการตรวจสอบตัวแปรจากค่าคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง .539 ถึง .616 ซึ่งมีค่าสูงกว่า .01 โดยตัวแปรที่มีค่าต่ำที่สุดคือ ด้านความช่วยเหลือจากชุมชน โดยตัวแปรที่มีค่าสูงที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมจากองค์กรภาครัฐ และเมื่อพิจารณาค่าองค์ประกอบความแปรปรวนที่สูงกว่าความเป็นจริง พบว่า มีค่าระหว่าง 2.153 ถึง 2.894 ซึ่งที่ค่าน้อยกว่า 10 โดยตัวแปรที่มีค่าต่ำที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมจากองค์กรภาครัฐ โดยตัวแปรที่มีค่าสูงที่สุดคือ ด้านความช่วยเหลือจากชุมชน จึงสรุปได้ว่าวิธีตรวจสอบตัวแปรจาก ค่าคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ค่าองค์ประกอบความแปรปรวนที่สูงกว่าความเป็นจริง และความสัมพันธ์ร่วมระหว่างคู่ตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวในการศึกษาครั้งนี้ ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

3.2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์
แบบการเพิ่มตัวแปรเป็นขั้นตอน ดังปรากฏตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบทบาทการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์

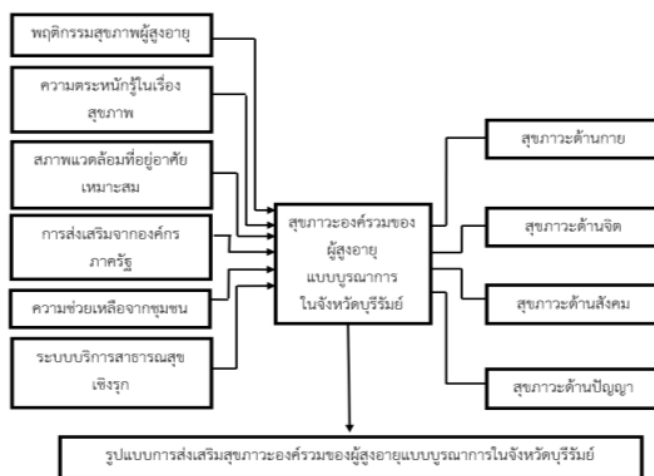
ตัวแปรพยากรณ์	b	β	SE _b	t
ด้านสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัยเหมาะสม (X_3)	.187	.229	.039	4.844**
ด้านระบบบริการสาธารณสุขเชิงรุก (X_8)	.136	.189	.033	4.108**
ด้านความตระหนักรู้ในรู้เรื่องสุขภาพ (X_2)	.159	.198	.038	4.159**
ด้านพฤติกรรมสุขภาพผู้สูงอายุ (X_1)	.166	.190	.041	4.049**
ด้านการส่งเสริมจากองค์กรภาครัฐ (X_6)	.081	.102	.032	2.499*
ด้านความช่วยเหลือจากชุมชน (X_7)	.090	.122	.038	2.358*
a = .623 R = .837 R ² = .701 S.E.est. = .294 F = 152.590 Sig. = .01, .05				

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรอิสระ (X) ที่สามารถพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า มีตัวแปรอิสระ 6 ตัว คือ ด้านสิ่งแวดล้อมที่อยู่อาศัยเหมาะสม (X_3) ด้านระบบบริการสาธารณสุขเชิงรุก (X_8) ด้านความตระหนักรู้ในรู้เรื่องสุขภาพ (X_2) ด้านพฤติกรรมสุขภาพผู้สูงอายุ (X_1) ด้านการส่งเสริมจากองค์กรภาครัฐ (X_6) และด้านความช่วยเหลือจากชุมชน (X_7) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (r) เท่ากับ .837 มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .701 โดยมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 70.10

ผลการวิจัยระยะที่ 2 สร้างและยืนยันต้นแบบการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์

จากผลการวิจัยในระยะที่ 1 ผู้วิจัยสร้างต้นแบบขึ้นเพื่อใช้เป็นแบบจำลองในการพิจารณา และทำการยืนยันต้นแบบด้วยวิธีการยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งผลการยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญ ในการวิพากษ์ร่างต้นแบบ สรุปได้ว่าต้นแบบ

การส่งเสริมสุขภาพขององค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย ความร่วมมือเริ่มจากระดับปัจเจกบุคคลได้แก่ ความเหมาะสมในสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัย พฤติกรรมความตระหนักรู้ องค์กรในชุมชน จนกระทั่งผู้ออกนโยบายและแผนงาน ร่วมกันพัฒนากลยุทธ์หรือตัวบ่งชี้ในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุ เพื่อส่งเสริมให้เกิดปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัย



ภาพที่ 2 รูปแบบการส่งเสริมสุขภาพองค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพที่ 2 ผลจากการประเมิน ตัวแบบการส่งเสริมสุขภาพองค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ในภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด และความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกันมาก รูปแบบการส่งเสริมสุขภาพองค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์

สรุปการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ระดับสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า สุขภาวะองค์ของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = .53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงอันดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสังคม ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = .60) อันดับสอง คือ ด้านกาย ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = .60) อันดับสาม คือ ด้านปัญญา ($\bar{X} = 3.62$, S.D. = .60) และอันดับสุดท้าย คือ ด้านจิต ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = .62) ตามลำดับ

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ แบบการเพิ่มตัวแปรเป็นขั้นตอน พบว่า ตัวแปรอิสระ (X) ที่สามารถพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า โมเดลที่ 6 มีตัวแปรอิสระ 6 ตัว คือ ด้านสิ่งแวดล้อมที่อยู่อาศัยเหมาะสม (X_3) ด้านระบบบริการสาธารณสุขเชิงรุก (X_8) ด้านความตระหนักรู้ในเรื่องสุขภาพ (X_2) ด้านพฤติกรรมสุขภาพผู้สูงอายุ (X_1) ด้านการส่งเสริมจากองค์กรภาครัฐ (X_6) และด้านความช่วยเหลือจากชุมชน (X_7) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .837 มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ .701 โดยมีอำนาจในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 70.10 สำหรับปัจจัยพยากรณ์ที่เป็นตัวพยากรณ์การส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบ

บูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ด้านชมรมผู้สูงอายุอายุ (X₄) และ ด้านการสนับสนุนจากครอบครัว (X₅)

3. ตัวแบบการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ผลการยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 31 คน ในการวิพากษ์ร่างตัวแบบ สรุปได้ว่าตัวแบบการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ 1) ส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่อยู่อาศัยเหมาะสม 2) ส่งเสริมระบบบริการสาธารณสุขเชิงรุก 3) ส่งเสริมความตระหนักรู้ในรู้เรื่องสุขภาพ 4) ส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุ 5) ส่งเสริมการส่งเสริมจากองค์กรภาครัฐ 6) ส่งเสริมความช่วยเหลือจากชุมชน

ผลการจากการประเมิน ตัวแบบการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 31 คน ในภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด และความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกันมาก (mean = 4.56, median = 4.62, mod = 4.69, IQR = .54)

อภิปรายผลการวิจัย

ระดับสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์อยู่ในระดับมาก เป็นผลมาจากการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับสถานการณ์สังคมผู้สูงอายุทั้งในส่วนของสังคมระดับโลกและในส่วนของประเทศไทยได้มีการเตรียมความพร้อมได้ระดับหนึ่ง ส่งผลต่อระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุดีขึ้น ผู้สูงอายุมีอายุเฉลี่ยที่มากขึ้น และจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ อีกทั้งในส่วนของผู้สูงอายุเองเริ่มให้ความสำคัญและตระหนักในเรื่องสุขภาพของตนเองมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ ทวีชัย เชษฐเนิน (2554) ได้ศึกษาความอยู่

ดีมีสุขและปัจจัยที่เกี่ยวข้องของผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกสมาคมข้าราชการบำนาญและผู้นสูงอายุ จังหวัดขอนแก่น พบว่า ระดับความอยู่ดีมีสุขของกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่มีการประเมินด้วยตัวบุคคลเองนั้น พบว่า มีระดับความอยู่ดีมีสุขมาก และสอดคล้องกับ เกศสิริ ปันธุระ (2552) ได้ศึกษาวิถีชีวิตที่มีผลต่อการเสริมสร้างสุขภาวะของประชาชน เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนมีสุขภาวะรวมอยู่ในระดับดี

ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมสุขภาวะองค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่อยู่อาศัยเหมาะสม มีความสัมพันธ์กับสุขภาวะองค์กรรวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ เนื่องจากบ้านหรือที่พักอาศัยโดยพื้นฐานแล้วคือสิ่งจำเป็นอย่างมากต่อการอยู่อาศัยของบุคคล สำหรับการปรับตกแต่งหรือสร้างบ้านเพื่อให้สอดคล้องกับผู้อาศัยก็เป็นสิ่งจำเป็น เพราะสิ่งเหล่านี้มีผลต่อสภาพร่างกายและจิตใจและความเป็นอยู่ของคนในบ้าน โดยเฉพาะบ้านที่มีผู้สูงอายุพักอาศัยอยู่ด้วย สอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552) กล่าวว่า โครงสร้างพื้นฐานด้านที่อยู่อาศัยและการจัดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมถือว่าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้สูงอายุ ได้แก่ พื้นบ้านราบเรียบสม่ำเสมอ มีแสงสว่างเพียงพอ เป็นต้น สอดคล้องกับศูนย์สมเด็จพระสังฆราชญาณสังวร (2550) ได้กล่าวถึง การเตรียมความพร้อมของการสาธารณสุขในกลุ่มประชากรผู้สูงอายุที่เป็นโรคเรื้อรังว่า การที่ประชากรโลกมีอายุยืนยาวขึ้น ถือว่าเป็นความสำเร็จของการสาธารณสุข และเป็นผลของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม จำเป็นต้องการผู้มาดูแลซึ่งผู้ดูแลอาจจะเป็นบุคคลในครอบครัว อีกทั้งการตระหนักรู้ในสิ่งนั้น ๆ ในส่วนของเรื่องสุขภาพก็เช่นกัน เมื่อเกิดความตระหนักรู้ในเรื่องของสุขภาพแล้วย่อมส่งผลต่อ

การปฏิบัติการแสดงออกต่อสุขภาพในทางที่ดีของบุคคล การรับประทานที่ถูกหลักโภชนาการหรือเหมาะสมกับวัย การออกกำลังกายที่เหมาะสม การพักผ่อนที่เพียงพอ การขับถ่ายที่เหมาะสม การหลีกเลี่ยงจากอุบัติเหตุ และการงดเว้นจากสิ่งเสพติด เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นตัวกำหนดสุขภาพของบุคคลให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ สอดคล้องกับสุจินต์ ปรีชาमारณ (2555) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับ พฤติกรรมสุขภาพ หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่บุคคลกระทำเกี่ยวข้องกับสุขภาพอนามัย ไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ รวมถึงสิ่งที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ซึ่งสามารถวัดได้โดยใช้เครื่องมือ เช่น ความคิด ความเชื่อ ความรู้สึกความชอบ ความสนใจ รวมทั้งการส่งเสริมจากองค์กรภาครัฐ มีความสัมพันธ์กับสุขภาพะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

ทั้งนี้กฎหมาย และนโยบาย หรือแผนซึ่งเป็นเครื่องมือแห่งรัฐในการดำเนินกิจกรรมทางภาครัฐ ในส่วนของผู้สูงอายุกฎหมายและนโยบาย รวมทั้งแผนต่าง ๆ มีความพร้อมเพื่อให้รัฐได้ดำเนินการ เช่น พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 แผนยุทธศาสตร์ผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) ปณิญาผู้สูงอายุไทย และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) เป็นต้น สิ่งเหล่านี้คือส่วนช่วยให้เกิดความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมของรัฐเพื่อผู้สูงอายุ การส่งเสริมจากภาครัฐจึงเป็นส่วนสำคัญต่อสุขภาพผู้สูงอายุสอดคล้องกับ บุญทิพย์ สิริรังษี และคณะ (2555) ได้ศึกษากลยุทธ์สู่ความสำเร็จในการอยู่ตามลำพังของผู้สูงอายุ พบว่าผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังมีความต้องการให้มีการช่วยเหลือจากรัฐมากที่สุด และสิ่งที่จำเป็นสำหรับผู้สูงอายุในการดำรงชีวิตอยู่ตามลำพัง พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการให้มีการเพิ่มเบี้ยยังชีพจากรัฐ ร้อยละ 77.29 เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายใน

การดำรงชีพและการรักษาพยาบาลโรคต่าง ๆ ที่จำเป็นมากขึ้นตามวัย จากผลการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยชมรมผู้สูงอายุและปัจจัยการสนับสนุนจากครอบครัว ไม่ส่งผลต่อสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ปัจจัยดังกล่าวทั้ง 2 ยังไม่เอื้อต่อการแก้ปัญหา เด็ดร้อนกรณีต่าง ๆ ได้แก่ การจัดสวัสดิการตามปัญหา งบประมาณ ดำเนินงานในการจัดกิจกรรม จัดหาเครื่องออกกำลังกายและวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้กับชุมชน และจัดกิจกรรมดูแลสุขภาพร่วมกับหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ซึ่งจะต้องอาศัยแรงผลักดันและการสนับสนุนจากภายนอกร่วม ดังที่แนวคิดของสุพัตรา ศรีวณิชชากร และคณะ (2552) ที่ระบุถึง บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบขององค์กรภาคต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน ได้แก่ องค์กรระดับนโยบายองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีบทบาทหลักในการจัดสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุ รวมทั้งสถานบริการทางสุขภาพ ล้วนมีบทบาทหลักในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุเช่นเดียวกัน

ผลการสร้างและยืนยันรูปแบบการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยระยะที่ 1 จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากบทวิพากษ์ของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งได้ตัวแบบ 1) ด้านสิ่งแวดล้อมที่อยู่อาศัยเหมาะสม 2) ด้านระบบบริการสาธารณสุขเชิงรุก 3) ด้านความตระหนักรู้ในเรื่องสุขภาพ 4) ด้านพฤติกรรมสุขภาพผู้สูงอายุ 5) ด้านการส่งเสริมจากองค์กรภาครัฐ และ 6) ด้านความช่วยเหลือจากชุมชน อีกทั้งผลการประเมินเพื่อยืนยันตัวแบบการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ มีเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้ผ่านการประเมินยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญ 31 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญที่ประเมินยืนยัน พบว่า ตัวแบบ

การส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ มีความเป็นไปได้เหมาะสมทุกแนวทาง ซึ่งเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของการวิเคราะห์ กล่าวคือ ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นที่สอดคล้องกันมาก ทั้งนี้การส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการต้องอาศัยความร่วมมือทุกภาคส่วน โดยการส่งเสริมแต่ละด้านให้เกิดความยั่งยืน เช่น ส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่อยู่อาศัยเหมาะสม ระบบบริการสาธารณสุขเชิงรุก ความตระหนักรู้ในเรื่องสุขภาพ พฤติกรรมสุขภาพผู้สูงอายุ ส่งเสริมจากองค์กรภาครัฐ ความช่วยเหลือจากชุมชน และส่งเสริมการสนับสนุนจากครอบครัว เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่อยู่อาศัยเหมาะสม ปัจจัยด้านระบบบริการสาธารณสุขเชิงรุก ปัจจัยด้านความตระหนักรู้ในเรื่องสุขภาพ ปัจจัยด้านพฤติกรรมสุขภาพผู้สูงอายุ ปัจจัยด้านการส่งเสริมจากองค์กรภาครัฐ ปัจจัยด้านความช่วยเหลือจากชุมชน ปัจจัยด้านชมรมผู้สูงอายุ และปัจจัยด้านการสนับสนุนจากครอบครัวส่งผลต่อสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์ ดังนั้นจึงควรมีการเสนอให้ภาครัฐกำหนดทิศทางแนวนโยบายในการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในแต่ละปัจจัยดังกล่าว เพื่อให้การส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการมีความชัดเจน และมีประสิทธิภาพสูงสุด

2. จากผลการวิจัยพบว่า สุขภาวะองค์รวมของผู้สูงอายุแบบบูรณาการในจังหวัดบุรีรัมย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ควรมีการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมของ

ผู้สูงอายุให้ดียิ่งขึ้น โดยการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้สูงอายุเป็นผู้สูงอายุอย่างมีคุณค่า มีศักดิ์ศรี ดังนี้

2.1 สุขภาพร่างกาย ควรส่งเสริมการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับวัย เช่น การรำมวยจีน การฝึกโยคะ การทำกายบริหาร เป็นต้น ควรส่งเสริมการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย เช่น อาหารที่ย่อยง่าย มีใยอาหารสูง ตรงต่อเวลาครบทั้ง 3 มื้อ เป็นต้น ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุนอนหลับพักผ่อนอย่างเพียงพอ ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้เล่นกีฬาที่เหมาะสมกับวัย เช่น เปตอง การปั่นจักรยาน การเดินวิ่ง เป็นต้น ควรส่งเสริมหลักวิธีการนอนที่ถูกต้องของผู้สูงอายุ ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุหลีกเลี่ยงอาหารและเครื่องดื่มที่ก่อให้เกิดโทษต่อร่างกาย สถานที่น่าสนใจต่าง ๆ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุ เช่น ไม้เท้า รถเข็น เป็นต้น

2.2 สุขภาพด้านจิต ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้เข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเกิดความรู้สึกมีคุณค่าในสังคม ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้ทำงานอดิเรก ควรมีกิจกรรมให้กำลังใจแก่ผู้สูงอายุ ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุที่สามารถช่วยเหลือผู้อื่นได้มีโอกาสได้ช่วยเหลือหรือแนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้อื่น ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีความภาคภูมิใจในตนเองกับสิ่งที่ผ่านมาในชีวิต ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ เมื่อถูกกระทบจากสิ่งทำให้เกิดความไม่พอใจ ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุยอมรับความเปลี่ยนแปลงของร่างกาย ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้เตรียมความพร้อมในการเผชิญกับเหตุการณ์ไม่ดีที่จะเกิดในวันข้างหน้า เช่น ความพลัดพรากจากสิ่งที่รักตลอดทั้งความตาย เป็นต้น

2.3 สุขภาพด้านสังคม ควรส่งเสริมให้ครอบครัวได้มีบทบาทสำคัญในการดูแลผู้สูงอายุ ควรให้ผู้สูงอายุได้พบปะสังสรรค์กับผู้สูงอายุด้วยกัน ควรมี

การเยี่ยมเยียนผู้สูงอายุจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมการเยี่ยมผู้สูงอายุโดยผู้สูงอายุด้วยกัน เช่น ผู้สูงอายุรุ่นน้องเยี่ยมผู้สูงอายุรุ่นพี่ ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุที่ติดสังคมได้พัฒนาตนเองบ่อย ๆ ชุมชนควรคอยเฝ้าระวังอันตรายต่าง ๆ ให้กับผู้สูงอายุ

2.4 สุขภาวะด้านปัญญา ควรส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้มีเวทีในการถ่ายทอดองค์ความรู้หรือภูมิปัญญา ควรส่งเสริมผู้สูงอายุเกิดความรู้ความเข้าใจหลักการดำเนินชีวิตกับผู้สูงอายุ ควรสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับความสูงอายุให้กับผู้สูงอายุ ควรสร้างผู้สูงอายุให้มีความมั่นใจ เห็นความสำคัญว่าการมีสุขภาพที่ดีต้องเริ่มที่ตัวผู้สูงอายุเอง ควรมีกิจกรรมที่เตรียมพร้อมก่อนถึงวัยสูงอายุ ควรสร้างให้ผู้สูงอายุตระหนักต่อสุขภาพหรือรับรู้ภาวะสุขภาพของตนเอง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษารูปแบบการเตรียมความพร้อมกับสภาพสังคมผู้สูงอายุที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้
2. ควรมีการศึกษาสมรรถนะในการทำงานเมื่อเกษียณ เพื่อลดปัญหาการว่างงานในผู้สูงอายุ
3. ควรมีการศึกษารูปแบบการสร้างงานสร้างอาชีพที่เหมาะสมกับวัยในผู้สูงอายุ

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความเมตตาอย่างยิ่งของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.ภักดี โพธิ์สิงห์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.ยุภาพร

ยุคาศ ซึ่งได้กรุณาให้คำแนะนำตรวจแก้ข้อบกพร่องต่างๆ ให้สมบูรณ์ที่สุด ผู้วิจัยมีความซาบซึ้งในความเมตตากรุณาของอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง ขออนุโมทนาและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กรมการแพทย์ สถาบันเวชศาสตร์ผู้สูงอายุ. (2554). **คู่มือแนวทางการจัดตั้ง และดำเนินการคลินิกผู้สูงอายุ**. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- เกตุสิรี ปันธุระ. (2552). **รายงานการวิจัยเรื่อง วิถีชีวิตที่มีผลต่อการ เสริมสร้างสุขภาวะของประชาชน เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. (2558). **การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). มหาสารคาม: ตักสิลาการพิมพ์.
- ทวีชัย เชสูงเนิน. (2554). **ความอยู่ดีมีสุขและปัจจัยที่เกี่ยวข้องของผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกสมาคมข้าราชการบำนาญ บำนาญ และผู้สูงอายุ จังหวัดขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). **การวิจัยเบื้องต้น**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สุวีรยาสาน.
- บุญทิพย์ ลีธีรรังศรี, ทรงศรี สรณสถากร, มาลี สุระเชษฐ และศรีนวล สติวิทยานันท์. (2555). **กลยุทธ์สู่ความสำเร็จในการอยู่ตามลำพังของผู้สูงอายุ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ปราโมทย์ ประสาทกุล. (2559). **สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย 2558**. กรุงเทพฯ: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ศูนย์สมเด็จพระสังฆราชญาณสังวรเพื่อผู้สูงอายุ. (2550). **รายงานการวิจัยเรื่อง สถานการณ์การบริการทางการแพทย์ในผู้สูงอายุที่มีโรคเรื้อรัง**. กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). **แนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้สูงอายุ อย่างบูรณาการ**. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดบุรีรัมย์. (2560). **โครงการพัฒนาระบบการดูแล ระยะยาว สำหรับผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิงในชุมชน อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ ปี 2559**. บุรีรัมย์: สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด บุรีรัมย์.

สำราญ มีแจ้ง. (2557). **สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัย: ทฤษฎีและปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุจินต์ ปรีชาสามารถ. (2555). **สุขภาพจิต**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.

สุพัตรา ศรีวนิชชากร, ทศนีย์ ญาณะ และสายศิริ ด่านวัฒนะ. (2552). **การดูแลผู้สูงวัยในชุมชน: ระบบหลักการ และแนวทางปฏิบัติ**. นนทบุรี: สถาบันวิจัยและพัฒนาระบบสุขภาพชุมชน.

อรรวรรณ์ คูหา และนันทศักดิ์ ธรรมานวัตร. (2552). **โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาระบบดูแลสุขภาพผู้สูงอายุที่มีความเปราะบางด้าน สุขภาพในชุมชน**. นนทบุรี: สถาบันเวชศาสตร์ผู้สูงอายุ กรมการ แพทย์ กระทรวงสาธารณสุข.

- Cronbach, L. J. (1970). **Essentials of Psychological Testing**. New York: Harper and Row Publication.
- Eisner, E. (1976). Education Connoisseurship and Criticism: Their Form and Functions in Educational Evaluation. **Journal of Aesthetic Education**. 24(1), 192-193.
- Likert, R. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale, In Reading in Fishbein, M. (Ed.). **Attitude Theory and Measurement**. New York: Wiley & Son.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. (3rd ed.). New York: Harper and Row Publication.

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกกับความสำเร็จของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดฉะเชิงเทรา
The Relationship Between External Factors and Business
Success of Small and Medium Enterprises
in Chachoengsao Province

เชาวลิต ประสิทธิ์^{1*} กนกพร ชัยประสิทธิ์²

Chawalit Prasit^{1*} Kanokporn Chaiprasit²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยทั่วไปของกิจการที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอก และ ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายนอกกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจำนวน 393 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที่ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และวิเคราะห์สหสัมพันธ์ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทั่วไปของกิจการ ประกอบด้วย ขนาดของ

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

*Corresponding author e-mail: chawalit_p@mail.rmutt.ac.th

(Received: March 8, 2019; Revised: April 20, 2019; Accepted: May 7, 2019)

กิจการ รูปแบบของกิจการ ลักษณะกิจการ จำนวนพนักงาน และระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ตัวแปรภายนอก คือ การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี ตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย การเติบโต การทำกำไร และความมั่นคงทางธุรกิจ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั่วไปของกิจการส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยลักษณะกิจการ จำนวนพนักงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการแตกต่างกัน ระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอกและความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมและเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ในระดับปานกลาง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

คำสำคัญ: ปัจจัยภายนอก ความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the general factors of business that affect the success of small and medium enterprises, 2) to study the importance levels of external factors and the success of small and medium enterprises and 3) to study

the relationship of external factors and the success of small and medium enterprises. The sample used in this study was 393 entrepreneurs of small and medium enterprises in Chachoengsao Province. The research instrument for collecting data was a questionnaire. The statistics used for analyzing the data were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test statistic, one way ANOVA and correlation analyse at the significance level of .05. Variables used in analyzing general factors's data of business consist of size of business, types of business structures, forms of business, number of employees and length of business. The external variables were politics, economic, society and culture, and technology. The dependent variable was the success of small and medium enterprises consist of growth, profit capability and business stability.

The results of the study found that general factors of business effected to the success of small and medium enterprises in Chachoengsao Province which have a difference of forms of business and number of employees were affect the difference of small and medium enterprises's success. The overall importance level of external factors and the success of small and medium enterprises were at the moderate level. The result of relationship analysis fount that the external environment factors consists of politics, economic, society and culture, and technology had a

relationship to the success of small and medium enterprises in Chachoengsao Province at the moderate level with the significance of .05

Keywords: External Factors, Business Success, Small and Medium Enterprises

บทนำ

บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (small and medium enterprises: SMEs) เป็นพลังสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตในทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจไทย เป็นเสมือนฟันเฟืองที่ทำให้เครื่องจักรใหญ่ของประเทศเดินไปข้างหน้าได้ เป็นกลไกช่วยกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจไปสู่ภาคประชาชนจากตัวเลขของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) แสดงโครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (gross domestic product: GDP) ของประเทศ จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และตามขนาดวิสาหกิจใน ปี พ.ศ. 2559 พบว่า โครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของภาคนอกเกษตร ยังคงมีวิสาหกิจขนาดใหญ่เป็นตัวขับเคลื่อนที่มีความสำคัญ โดยมีสัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 43.4 ขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีสัดส่วนร้อยละ 42.2 โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นมา พบว่า สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจนมีสัดส่วนใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดใหญ่ แสดงถึงบทบาทต่อเศรษฐกิจของประเทศที่มีมากขึ้นเรื่อย ๆ

ปัจจุบันเศรษฐกิจไทยกำลังเข้าสู่บริบทใหม่ที่ เรียกว่า “Thailand’s New Normal” จากในอดีตผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเคยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 5 แต่ในทศวรรษต่อไปอาจโตเฉลี่ยได้เพียงร้อยละ 3 เท่านั้น สำหรับสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดจากสาเหตุหลายด้าน อาทิเช่น การที่สังคมไทยกำลังกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุ ปัญหาหนี้ครัวเรือนที่สูง ปัญหาของธุรกิจแต่ละภาคส่วน รวมถึงภาวะเศรษฐกิจโลกยังมีความผันผวน เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ อาทิ การออกจากสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักร การปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางสหรัฐอเมริกา และความผันผวนของราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจ และถือเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ (มูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง, 2559) เมื่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องเผชิญกับปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และโดยเฉพาะเทคโนโลยี ซึ่งล้วนมีความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจ การปรับตัวให้พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นทางออกสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และที่กำลังจะเกิดมากขึ้นในอนาคต ล้วนเป็นความท้าทายที่ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นจะต้องเรียนรู้และเตรียมพร้อมรับมือ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คาดการณ์ว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมที่แท้จริงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2560-2564 แต่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงเล็กน้อย โดยในระยะสั้น พบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ กำลังซื้อของผู้บริโภคยังไม่ฟื้นตัว เศรษฐกิจไทยมีอัตราการ

เติบโตที่ลดลง การขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต ประกอบกับต้นทุนวัตถุดิบที่มีแนวโน้มสูงขึ้น การแข่งขันที่สูงขึ้นทั้งจากภายในและภายนอกภูมิภาค ทั้งนี้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะได้รับผลกระทบจากสาเหตุข้างต้นมาก หากไม่มีการแก้ไขอาจทำให้ปัญหาดังกล่าวกลายเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SMEs ในระยะยาวได้ (มูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง, 2559)

ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยผลกระทบมีทั้งปัจจัยเชิงบวก และปัจจัยเชิงลบ โดยมีหลักการสำคัญ คือ การวิเคราะห์ให้เห็นถึงอุปสรรคและโอกาสที่จะกลายเป็นปัจจัยหลัก ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีสาระสำคัญที่ การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านการเมือง เศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมและเทคโนโลยี เป็นแนวความคิดหลักในการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทั่วไปของกิจการที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอก และ ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายนอกกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประกอบกิจการในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งมีจำนวนสถานประกอบการทั้งสิ้น 21,741 บริษัท (สำนักงานสถิติจังหวัดฉะเชิงเทรา, 2560) การสุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษา ได้ทำการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Yamane (1973) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ 393 ตัวอย่าง โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามจะครอบคลุมปัจจัยสำคัญทั้ง 3 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยทั่วไปของกิจการ ปัจจัยภายนอก และปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีขั้นตอนการพัฒนาแบบสอบถามดังต่อไปนี้

ปัจจัยทั่วไปของกิจการ พิจารณาจากข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากนั้นทำการกำหนดเป็นรายข้อคำถาม แบ่งออกเป็นด้านขนาดของกิจการ รูปแบบของกิจการ ลักษณะของกิจการ จำนวนพนักงาน และระยะเวลาในการดำเนินกิจการ โดยมาตรวัดเป็นแบบนามบัญญัติ (nominal scale) และมาตรวัดแบบอันดับ (ordinal scale)

ปัจจัยภายนอก เป็นแบบสอบถามที่ปรับปรุงมาจาก ศิริญา ตังณมิตร (2558) ที่ปรับปรุงมาจาก แนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ได้รับขอบเขตของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี โดยแบ่งมาตรวัดออกเป็น 5 ระดับแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) สำหรับการวัดความคิดเห็นของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อตัวแปรสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรทั้ง 4 ด้าน

ปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นแบบสอบถามที่ปรับปรุงมาจาก ปภพพล เต็มธีรกิจ (2555) ได้รับขอบเขตเกี่ยวกับความสำเร็จของการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ การเติบโต การทำกำไร และความมั่นคงทางธุรกิจ โดยแบ่งมาตรวัดออกเป็น 5 ระดับ แบบมาตราส่วนประมาณค่า สำหรับการวัดความคิดเห็นของ

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3. การวิเคราะห์ทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทั่วไปของกิจการต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะใช้สถิติเปรียบเทียบ t-test สำหรับการเปรียบเทียบไม่เกิน 2 กลุ่ม และใช้ F-test สำหรับการเปรียบเทียบตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป และพิจารณาค่า test of homogeneity of variances พร้อมทั้งทดสอบความแตกต่างรายกลุ่ม เป็นรายคู่ในส่วนวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ซึ่งเป็นการวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์แบบ Pearson correlation ระหว่างตัวแปร เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ซึ่งพิจารณาว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ และมีความสัมพันธ์กันในระดับใด จะพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)

4. การแปลผลข้อมูล

การแปลผลข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรปัจจัยภายนอก และความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในส่วนนี้จะกำหนดเกณฑ์สำคัญในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นออกเป็น 5 ระดับ จากการคำนวณสูตร ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543)

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{(5 - 1)}{5} \\
 &= .8
 \end{aligned}$$

การแปลความหมายระดับคะแนนเฉลี่ย

4.21-5.00	หมายถึง	สูงมาก
3.41-4.20	หมายถึง	มาก
2.61-3.40	หมายถึง	ปานกลาง
1.81-2.60	หมายถึง	ต่ำ
1.00-1.80	หมายถึง	ต่ำมาก

การแปลความระดับความสัมพันธ์ ซึ่งพิจารณาว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ และมีความสัมพันธ์กันในระดับใด จะพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ดังนี้ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2549)

- ค่า r มีค่ามากกว่า .90 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
- ค่า r มีค่าระหว่าง .70-.89 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
- ค่า r มีค่าระหว่าง .30-.69 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
- ค่า r มีค่าระหว่าง .01-.29 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
- ค่า r มีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ปัจจัยทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผู้ตอบแบบสอบถาม

ขนาดของกิจการ พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่เป็น วิสาหกิจขนาดย่อม จำนวน 210 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 53.44 ที่เหลือวิสาหกิจขนาดกลาง จำนวน 183 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 46.56

รูปแบบกิจการ พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่ เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญที่จดทะเบียนนิติบุคคล 290 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 73.79 กิจการส่วนบุคคล 89 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 22.65 ที่เหลือจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน 14 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 3.56

ลักษณะกิจการ พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่ มีลักษณะเป็นกิจการผลิตสินค้า/ให้บริการ 288 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 73.28 กิจการค้าปลีก 76 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 19.34 ที่เหลือเป็นกิจการค้าส่ง 29 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.38

จำนวนพนักงาน พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 15 คน จำนวน 151 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 38.42 รองลงมาได้แก่จำนวนพนักงาน 51 - 200 คน จำนวน 115 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 29.26 จำนวนพนักงาน 16-50 คน จำนวน 97 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 24.68 และจำนวนพนักงาน 200 คนขึ้นไป จำนวน 30 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 7.64 ตามลำดับ

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ พบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 170 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 43.26 รองลงมา ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ระหว่าง

5 - 10 ปี จำนวน 111 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 28.24 ระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมอยู่ระหว่าง 10 - 15 ปี จำนวน 75 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 19.08 และระยะเวลาในการดำเนินกิจการต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 37 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 9.42 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอก

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับของปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ด้านการเมือง	2.13	1.04	ต่ำ	4
2. ด้านเศรษฐกิจ	2.67	.87	ปานกลาง	3
3. ด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.46	.89	มาก	1
4. ด้านเทคโนโลยี	3.41	.86	มาก	2
ภาพรวม	2.62	.77	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยภายนอกโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.62 (S.D. = .77) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงอันดับได้ ดังนี้ ด้านสังคมและวัฒนธรรมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.46 (S.D. = .89) ด้านเทคโนโลยีผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.41 (S.D. = .86) ด้านเศรษฐกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.67 (S.D. = .87) และด้านการเมือง ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับต่ำ มีค่าเฉลี่ย 2.13 (S.D. = 1.04) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความสำคัญของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความสำเร็จของธุรกิจ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ด้านการเติบโต	2.95	1.06	ปานกลาง	2
2. ด้านการทำการกำไร	2.84	1.13	ปานกลาง	3
3. ด้านความมั่นคงทางธุรกิจ	3.15	1.13	ปานกลาง	1
ภาพรวม	2.92	1.01	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาระดับความสำคัญของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.92 (S.D. = 1.01) เมื่อพิจารณาเป็น รายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกด้านอยู่ในระดับปานกลางสามารถเรียงอันดับได้ ดังนี้ ด้านความมั่นคงทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.15 (S.D. = 1.13) ด้านการเติบโต มีค่าเฉลี่ย 2.95 (S.D. = 1.06) และ ด้านการทำการกำไร มีค่าเฉลี่ย 2.84 (S.D. = 1.13) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทั่วไปของกิจการที่แตกต่างกัน มีความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ปัจจัยทั่วไปของกิจการ	ความสำเร็จของธุรกิจ	
	Sig.	ผลการทดสอบ
ขนาดของกิจการ	.069	ปฏิเสธ
รูปแบบกิจการ	.571	ปฏิเสธ
ลักษณะกิจการ	.000*	ยอมรับ
จำนวนพนักงาน	.024*	ยอมรับ
ระยะเวลาดำเนินกิจการ	.568	ปฏิเสธ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ค่า Sig. ขนาดของกิจการ รูปแบบกิจการ และระยะเวลาดำเนินกิจการมีค่าเท่ากับ .069 .571 และ .568 ตามลำดับ ซึ่งมีความมากกว่า .05 หมายความว่าขนาดของกิจการ รูปแบบกิจการ และระยะเวลาดำเนินกิจการ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และ ค่า Sig. ลักษณะกิจการและจำนวนพนักงานมีค่าเท่ากับ .000 และ .024 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า ลักษณะกิจการและจำนวนพนักงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เนื่องจากลักษณะกิจการและจำนวนพนักงานพบความแตกต่างเป็นรายกลุ่มจึงทำการทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่ต่อไป มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามลักษณะกิจการเป็นรายคู่

(I) ลักษณะกิจการ	(J) ลักษณะกิจการ	mean difference (I-J)	Std. Error	Sig.
กิจการค้าส่ง	กิจการค้าปลีก	-.2999	.1479	.113
	กิจการผลิตสินค้า/ให้บริการ	-.5628	.1292	.000 [*]
กิจการค้าปลีก	กิจการผลิตสินค้า/ให้บริการ	-.2629	.1146	.060

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามลักษณะกิจการเป็นรายคู่โดยใช้สถิติ Games-Howell พบว่า กิจการค้าส่งมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากิจการผลิตสินค้า/ให้บริการ โดยมีผลค่าเฉลี่ย -.563 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามจำนวนพนักงานเป็นรายคู่

(I) จำนวนพนักงาน	(J) จำนวนพนักงาน	mean difference (I-J)	Std. Error	Sig.
ไม่เกิน 15 คน	16 – 50 คน	-.098	.131	.450
	51 – 200 คน	-.359	.124	.004 [*]
	200 คนขึ้นไป	-.326	.201	.106
16 – 50 คน	51 – 200 คน	-.260	.138	.061
	200 คนขึ้นไป	-.227	.209	.280
51 – 200 คน	200 คนขึ้นไป	.033	.206	.872

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามจำนวนพนักงานเป็นรายคู่โดยใช้สถิติ LSD (least square difference) พบว่าจำนวนพนักงานไม่เกิน 15 คน มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า 51 - 200 คน โดยมีผลค่าเฉลี่ย - .359 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายนอกและความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ปัจจัยภายนอก	ความสำเร็จของธุรกิจ				
	r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง	อันดับ
ด้านการเมือง	.441	.000*	ปานกลาง	เดียวกัน	3
ด้านเศรษฐกิจ	.669	.000*	ปานกลาง	เดียวกัน	1
ด้านสังคมและวัฒนธรรม	.304	.000*	ปานกลาง	เดียวกัน	4
ด้านเทคโนโลยี	.481	.000*	ปานกลาง	เดียวกัน	2
ภาพรวม	.598	.000*	ปานกลาง	เดียวกัน	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกัน พบว่า ปัจจัยภายนอกทุกด้านและภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยภาพรวมมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .598 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยภายนอกทุกด้านมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในระดับปานกลาง สามารถเรียงอันดับได้ ดังนี้ ด้านเศรษฐกิจมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .669 ด้านเทคโนโลยีมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .481 ด้านการเมืองมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .441 ส่วนด้านสังคมและวัฒนธรรม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .304 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปการวิจัย

ส่วนที่ 1 จากผลการศึกษาปัจจัยทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผู้ตอบแบบสอบถามพบว่ากิจการส่วนใหญ่มีขนาดของกิจการเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม คิดเป็นร้อยละ 53.44 มีรูปแบบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนสามัญที่จดทะเบียนนิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ 73.79 ลักษณะเป็นกิจการผลิตสินค้า/ให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 73.28 จำนวนพนักงานไม่เกิน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 38.42 มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 15 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 43.26

ส่วนที่ 2 จากผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอกพบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยภายนอกโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านสังคมและวัฒนธรรม รองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยี ตามด้วยด้านเศรษฐกิจ และ ด้านการเมือง ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 จากผลการศึกษาระดับความสำคัญของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความมั่นคงทางธุรกิจ รองลงมาคือ ด้านการเติบโต และด้านการทำกำไร ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยทั่วไปของกิจการ ซึ่งได้แก่ ลักษณะกิจการ และจำนวนพนักงาน ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยลักษณะกิจการที่แตกต่างกัน และ จำนวนพนักงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยทั่วไปของกิจการที่มีขนาดของกิจการ รูปแบบของกิจการ และระยะเวลาในการดำเนินกิจการปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยขนาดของกิจการ รูปแบบของกิจการ และระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่แตกต่างกัน

เมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามลักษณะกิจการเป็นรายคู่ พบว่า กิจการค้าส่งมีค่าเฉลี่ยความสำเร็จน้อยกว่ากิจการผลิตสินค้า/ให้บริการ และเมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามจำนวนพนักงานเป็นรายคู่ พบว่า จำนวนพนักงานไม่เกิน 15 คน มีค่าเฉลี่ยความสำเร็จน้อยกว่าจำนวนพนักงาน 51 - 200 คน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยภายนอกทุกด้านและภาพรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับปานกลาง โดยปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์สูงสุด รองลงมาคือด้านเทคโนโลยี ตามมาด้วยด้านการเมือง และด้านสังคมและวัฒนธรรม ตามลำดับ

การอภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทั่วไปของกิจการที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่แตกต่างกัน

ขนาดของกิจการ จากผลการวิจัย พบว่าปัจจัยทั่วไปของกิจการที่มีขนาดของกิจการที่แตกต่างกัน มีความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ขวัญปภัสสร จานทอง (2557) ที่ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของปัจจัยภูมิหลัง การมุ่งประกอบการ และเครือข่ายทางสังคมต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการจังหวัดราชบุรี พบว่าขนาดของกิจการมีอิทธิพลเชิงบวกกับความสำเร็จของกิจการ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกิจการที่มีขนาดใหญ่ย่อมมีจำนวนพนักงานมาก จึงมีผู้ช่วยคิดช่วยปฏิบัติเพื่อให้กิจการประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น และเพราะกิจการมีพนักงานมากทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องเพิ่มผลการดำเนินงานให้มีรายได้และผลกำไรเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้สามารถดำรงกิจการต่อไปได้จึงทำให้กิจการยังมีขนาดใหญ่ขึ้นก็ส่งผลให้กิจการประสบความสำเร็จทางธุรกิจมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย

รูปแบบกิจการ จากผลการวิจัย พบว่าปัจจัยทั่วไปของกิจการที่มีรูปแบบกิจการที่แตกต่างกัน มีความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ ชูเกียรติ จากใจชน (2546) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตของธุรกิจขนาดย่อม พบว่า รูปแบบการถือครองเป็นเจ้าของกิจการหรือรูปแบบการจัดตั้งกิจการนั้นขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้ประกอบการในการเลือกรูปแบบกิจการที่จะยังผลดีมากที่สุดแก่องค์กรของตนเป็นสำคัญ ซึ่งข้อเท็จจริงจากการสัมภาษณ์นั้น พบว่าแม้ผู้ประกอบการ

จะมีการจดทะเบียนเป็นห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทตามกฎหมาย แต่อำนาจสิทธิขาดในการบริหารจัดการทางพฤตินัยยังคงเป็นรูปแบบของคนเดียว จึงมีลักษณะเป็นภาพลวงตา โดยรูปแบบกิจการจะถูกพิจารณาจากเหตุผลและความน่าเชื่อถือทางภาพลักษณ์ของธุรกิจเป็นสำคัญ เป็นต้นว่าหากจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในรูปแบบห้างหุ้นส่วนหรือบริษัท จะยังประโยชน์ต่อการรับคำสั่งซื้อในปริมาณมากได้ เพราะได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้ามากกว่าว่ามีทุนจดทะเบียน มีลักษณะองค์กรแบบมีโครงสร้าง สามารถส่งมอบสินค้าตามสัญญา สามารถได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากสถาบันการเงิน ในขณะเดียวกันสถาบันการเงินและแหล่งเงินทุนก็เชื่อมั่นในความสามารถในการชำระเงินกู้คืนได้ตามสัญญา

ลักษณะกิจการ จากผลการวิจัย พบว่าปัจจัยทั่วไปของกิจการที่มีลักษณะกิจการที่แตกต่างกัน มีความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ วชรวิษ งามอินทรา (2561) ที่ศึกษาเรื่องธุรกิจค้าส่งค้าปลีกธุรกิจกรณีศึกษาธุรกิจค้าส่งค้าปลีกในภาคใต้ พบว่า ปัจจัยด้านการเข้าถึงเทคโนโลยี โดยเฉพาะระบบอินเทอร์เน็ต และระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ทำให้ภาคครัวเรือนบางกลุ่มหันมาสั่งซื้อสินค้า/บริการโดยตรงผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้นซึ่งนั่นมีส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้า/บริการมีช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ในทางกลับกันผู้ประกอบการธุรกิจการค้าจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจของตนสามารถอยู่รอดในสภาวะดังกล่าว

จำนวนพนักงาน จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยทั่วไปของกิจการที่มีจำนวนพนักงานที่แตกต่างกัน มีความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ รุ่งนภา ต่ออุดม (2550) ที่ศึกษาเรื่อง

ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเล็งเห็นว่าบุคลากรหรือแรงงานมีความสำคัญมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการจ้างแรงงานให้พอเหมาะกับงานตำแหน่งงานในบริษัท จะมีผลทำให้พนักงานได้ใช้ความรู้ความสามารถของตนเองได้เต็มที่

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยทั่วไปของกิจการที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Indarti & Langenberg (2004) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเชิงประจักษ์หลักฐานจากประเทศอินโดนีเซียพบว่า ระยะเวลาในการดำเนินกิจการไม่ว่าจะเป็นช่วงเวลาเริ่มก่อตั้งหรือเวลาที่ยาวนานของการดำเนินงานนั้นไม่มีความเชื่อมโยงที่สำคัญกับความสำเร็จทางธุรกิจ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล พึ่งทอง (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์จากประเทศไทยพบว่า ปัจจัยภายนอกองค์กรมีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจอย่างยิ่ง เพราะองค์กรไม่สามารถกำหนดปัจจัย

ภายนอกได้เอง องค์กรจึงต้องมีการพยากรณ์ หรือมีการวางแผนสำรองสำหรับการแก้ไขปัญหาสำหรับอนาคต จึงเป็นการลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจลง และทำให้องค์กรมีจุดยืน มีความมั่นคง ความได้เปรียบคู่แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน ส่งผลให้องค์กรมีความน่าเชื่อถือ มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ผลงานวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sammut-Bonnici & Galea (2015) ซึ่งได้อธิบายความสัมพันธ์ของปัจจัยภายนอกกับความสำเร็จของธุรกิจ จำแนกได้ตามปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยทางการเมือง แม้ว่าเศรษฐกิจโลกส่วนใหญ่จะยอมรับรูปแบบการตลาดเสรี แต่การแทรกแซงจากรัฐบาลยังมีนัยสำคัญเกิดขึ้นในพื้นที่ที่มีความไม่สมบูรณ์ของตลาด การแทรกแซงทางการเมืองที่เฉพาะเจาะจงในตลาดมีแนวโน้มส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในบางด้าน อย่างการควบคุมดูแลโครงสร้างพื้นฐานของประเทศโดยตรงของรัฐบาลหรือผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน โดยมีรัฐบาลเป็นผู้ควบคุม ดูแล วางกฎเกณฑ์เป็นส่วนใหญ่ ไทคอมนาคม สาธารณูปโภค และสถาบันการเงินถือเป็นตัวอย่างที่ดี เมื่อพิจารณาจะเห็นได้ชัดว่า หากสภาพแวดล้อมทางการเมืองเปลี่ยนแปลงไป จะส่งผลต่อโครงสร้างและการดำเนินงานของตลาดหรืออุตสาหกรรม การตรวจสอบปัจจัยข้างต้นอย่างต่อเนื่องในบางส่วนหรือทั้งหมดเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความมั่นใจว่ากลยุทธ์ของบริษัท สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป บริษัทจะได้รับประโยชน์จากการกลั่นกรองและประเมินสภาพแวดล้อมทางการเมืองที่กำลังดำเนินการหรือจะดำเนินการในอนาคต

2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมต่าง ๆ ในรูปแบบที่แตกต่างกัน เพื่อเตรียมพร้อมรับมือ และสามารถปรับตัวให้อยู่รอดในการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจได้ บริษัทจำเป็นต้องมองเห็นรูปแบบพฤติกรรม การเปลี่ยนแปลงที่สัมพันธ์กันระหว่างเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมให้ชัดเจน ในบางกรณีผลการเปลี่ยนแปลงอาจไม่ส่งผลเพียงระดับของอุตสาหกรรมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจของประเทศที่แตกต่างกัน

3. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม แนวโน้มทางสังคมกำหนดแบบแผน ประเพณี ทัศนคติ และรสนิยมของผู้บริโภค รวมถึงปริมาณความต้องการสินค้าหรือบริการ การติดตามแนวโน้มทางสังคมช่วยให้บริษัทสามารถปรับตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนให้พอดีกับความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค

4. ปัจจัยทางเทคโนโลยี เทคโนโลยีสามารถใช้ประโยชน์จาก ความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านหลายปัจจัย ซึ่งอาจรวมถึง การผลิตที่ถูกกว่า การเข้าถึงลูกค้าที่ดีขึ้น การสร้างแบรนด์ที่ดีขึ้น คุณภาพผลิตภัณฑ์ และระดับธุรกิจอัจฉริยะ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว บริษัทต้องตื่นตัวในการปรับปรุงพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องในอุตสาหกรรม โดยคำนึงถึงความสามารถในการทำกำไรในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทั่วไปของกิจการในส่วนของลักษณะกิจการมีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าว

และมองไปข้างหน้าถึงแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องตามการเปลี่ยนแปลงที่ยังคงมีอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการทั้งกิจการค้าส่ง กิจการค้าปลีก และกิจการผลิตสินค้า/บริการ จะต้องมีการปรับตัวโดยเร็วเพื่อให้ธุรกิจของตนสามารถอยู่รอดในสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป

2. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยทั่วไปของกิจการในส่วนของ จำนวนพนักงานมีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าว พร้อมทั้งมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ในการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละบุคคลอย่างชัดเจน มีการกระจายอำนาจให้พนักงานตามระดับต่าง ๆ อย่างเหมาะสม และควรมีการมอบหมายให้พนักงานสามารถตัดสินใจในการปฏิบัติงานเพื่อให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจ มีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจมากยิ่งขึ้น

3. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกมีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนั้น ธุรกิจต้องมีการศึกษาข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกโดยเฉพาะปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีค่าความสัมพันธ์สูงสุดในปัจจัยทั้ง 4 ด้าน พร้อมใช้กระบวนการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ในการประเมิน และทำความเข้าใจกับความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก ทำให้องค์กรรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงภายนอก และปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญปภัสสร จานทอง. (2557). อิทธิพลของปัจจัยภูมิหลัง การมุ่ง
ประกอบการ และเครือข่ายทางสังคม ต่อความสำเร็จทางธุรกิจ
ของผู้ประกอบการจังหวัดราชบุรี. วารสารสมาคมนักวิจัย.
19,1 (มกราคม-เมษายน), 123-134.
- ชูเกียรติ จากใจชน. (2546). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตของ
ธุรกิจขนาดย่อม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นฤมล พึ่งทอง. (2557). ปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กร
ที่มีความสัมพันธ์กับการส่งออกของอุตสาหกรรมยางรถยนต์
จากประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยทางการวัดผลและประเมินผล.
กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปภพพล เต็มธีรกิจ. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของ
ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษา
อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พิชิต ฤทธิ์จรรยา. (2549). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. (พิมพ์
ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: แฮ้าส์ออฟคอร์มีส์.

มูลนิธิสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง. (2559). **โครงการศึกษา**

วิเคราะห์สถานภาพและโครงสร้าง SMEs ตามระยะการเติบโตทางธุรกิจ ภายใต้งานจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประจำปี. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

รุ่งนภา ต่อดม. (2550). **ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา.** การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

วชรวิช งามอินทรา. (2561). **ธุรกิจค้าส่งค้าปลีกภูธร กรณีศึกษาธุรกิจค้าส่งค้าปลีกในภาคใต้.** สงขลา: ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้.

ศิริญา ตังนฤมิตร. (2558). **ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560).

SMEs 4.0 The Next Economic Revolution. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

สำนักงานสถิติจังหวัดฉะเชิงเทรา. (2560). **สำมะโนอุตสาหกรรม พ.ศ. 2560 ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดฉะเชิงเทรา.** ฉะเชิงเทรา: สำนักงานสถิติจังหวัดฉะเชิงเทรา.

- Indarti, N. & Langenberg, M. (2004). **Factors Affecting Business Success Among SMEs: Empirical Evidences from Indonesia**. Paper Presented at The Second Biannual European Summer University.
- Sammut-Bonnici, T. & Galea, D. (2015). **PEST Analysis**. Malta: University of Malta.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. (3rd ed). New York: Harper and Row Publication.

ทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับ การใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

Attitude and Perceived Risk Influencing the Acceptance of
E-Payment Service of TMB Bank Public Company Limited
in Bangkok

ชไมพร ขนาบแก้ว^{1*} และกนกพร ชัยประสิทธิ์²
Chamaiporn Khanabkaew^{1*} Kanokporn Chaiprasit²

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย สถิติที่ใช้คือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ

^{1,2} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

*Corresponding author e-mail: chamaiporn_k@mail.rmUTT.ac.th

(Received: March 9, 2019; Revised: April 18, 2019; Accepted: April 27, 2019)

ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ independent samples t-test, One-Way ANOVA และ ค่าสหสัมพันธ์แบบ (multiple regression analysis) ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิจัย พบว่า บุคคลที่มี อายุ ระดับการศึกษา รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน ปัจจัยทัศนคติและปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ทัศนคติ, การรับรู้ความเสี่ยง, การยอมรับ E-Payment

Abstract

The objectives of this independent study were 1) to compare a differentiation of personal factors influenced the acceptance of E-Payment service of TMB Bank Public Company Limited in Bangkok. 2) to study the influence of attitudes factor and risk perceptions toward the acceptance of E-Payment service of TMB Bank Public Company Limited in Bangkok.

The sample group used in this study was 400 customers of TMB Bank Public Company Limited in Bangkok. A questionnaire was used as a tool for primary data collection and simple random sampling method was used in this study. The statistics used were

frequency, percentage, means, standard deviation, independent samples t-test, One-Way ANOVA, and multiple regression analysis with the statistical significance level at .05.

The hypothesis test found that person with the differentiation in age, education level, and income had different attitudes toward the acceptance of E-Payment Service of TMB Bank Public Company Limited in Bangkok. Attitudes factor and perceived risk factor had positive influences on the acceptance of the E-Payment service of TMB Bank Public Company Limited in Bangkok with the statistical significance level at .05.

Key words: Attitude, Perceived Risk, Acceptance E-Payment

บทนำ

E-payment หรือคำเต็ม ๆ electronic payment คือการจ่าย-รับ หรือทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เทรนด์ใหม่ของผู้บริโภคในปัจจุบันมีพฤติกรรมที่ชอบความสะดวกสบาย ความรวดเร็วและมีความเป็นตัวเองสูง ภาคธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อตอบสนองความต้องการด้านผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้า นายปิติ ตัณฑเกษม ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ลูกค้าธุรกิจ ทีเอ็มบี หรือธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) กล่าวว่าจากแผนยุทธศาสตร์ระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติหรือ national E-payment ธนาคารทหารไทย มองว่าทุกภาคส่วนควรตื่นตัวและให้ความสำคัญ เพราะโลกปัจจุบัน

กำลังเดินไปข้างหน้าอย่างรวดเร็ว ดิจิทัลเป็นเรื่องที่อยู่ในชีวิตประจำวันของคนทุกระดับ ทุกภาคส่วน และในระบบเศรษฐกิจที่เป็นเส้นเลือดของประเทศ และธนาคารทหารไทย เป็นธนาคารแรก ๆ ที่ให้ความสำคัญเรื่องการยกระดับบริการและโซลูชันทางการเงินด้วยช่องทางดิจิทัลมาโดยตลอด หัวใจสำคัญในการเดินหน้าสู่ digital banking ของธนาคารทหารไทย นั้น ไม่ใช่แค่การนำเทคโนโลยีมาใช้เพียงอย่างเดียว แต่มุ่งเน้นยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ให้ความสำคัญสูงสุดกับการตอบโจทย์และตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าอย่างตรงจุดเป็นอันดับแรก ก่อนส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่จะเปลี่ยนให้ชีวิตลูกค้าดีขึ้น ตลอดจนพร้อมที่จะเป็นพันธมิตรเคียงคู่ผู้ประกอบการในการก้าวสู่เศรษฐกิจดิจิทัลอย่างมั่นใจและปลอดภัย ธนาคารทหารไทย มองว่า national E-payment นั้นจะช่วยลูกค้าธุรกิจได้มาก ตั้งแต่การลดขั้นตอน ลดต้นทุนการจัดการเงินสด และเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่องค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม (ธนาคารทหารไทย, 2560) เพื่อให้ E-payment เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง รัฐและผู้ให้บริการรับชำระเงินจำเป็นที่จะต้องสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และภาคธุรกิจว่าระบบการชำระเงินแบบเสมือนจริงนี้มีความปลอดภัยในการใช้งานมากกว่าการใช้เงินสด ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านออนไลน์ และยิ่งในยุคการแข่งขันที่รุนแรงภายในอุตสาหกรรมธนาคารที่ทุกรายต่างพยายามรักษฐาน ลูกค้าเดิมและเร่งขยายฐานลูกค้าใหม่เพื่อนำไปต่อยอดในธุรกิจให้ได้มากที่สุดนั้น เป็นเรื่องที่ธนาคารให้ความสำคัญ ดังนั้น ธนาคารจึงมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน

2. ทศนคติที่ดีมีผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. การรับรู้ความเสี่ยงมีผลเชิงลบต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการศึกษารุ่นนี้ ได้แก่ ลูกค้าของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 149 สาขา (ธนาคารทหารไทย, 2561) โดยจะเลือกวิธีการจับสลาก มา 4 สาขา ประกอบด้วย สาขาพหลโยธิน สาขา ม.เกษตรศาสตร์ สาขาบางเขน และสาขาจตุจักร การสุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดโควต้า ตามจำนวนของสาขาที่จับสลากได้ ด้วยการกำหนดสัดส่วนของกลุ่ม ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (1997) โดยกำหนดระดับค่า ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย คือ 384 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง โดยสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คนต่อสาขา

2. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ตัวแปรต้น และตัวแปรตาม โดยมีรายละเอียด ดังนี้ ตัวแปรต้น ประกอบด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วยตัวแปรย่อย 6 ตัวแปร คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพ

2.2 ปัจจัยด้านทัศนคติ

2.3 ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง

ตัวแปรตาม ประกอบด้วย 1 ตัวแปร ได้แก่ การยอมรับการใช้ E-payment

3. ระยะเวลาในการวิจัย 6 เดือน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยแบบสอบถามจะครอบคลุมปัจจัยสำคัญทั้ง 4 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง และปัจจัยด้านการยอมรับ โดยมีขั้นตอนการพัฒนาแบบสอบถามดังต่อไปนี้

ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล พิจารณาจากข้อมูลพื้นฐานของลูกค้า จากนั้นทำการกำหนดเป็นรายข้อคำถาม แบ่งออกเป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และสถานภาพ โดยมาตรวัดเป็นแบบนามบัญญัติ (nominal scale) และมาตรวัดแบบอันดับ (ordinal scale)

ส่วนปัจจัยด้านทัศนคติเป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดทัศนคติที่มีต่อการยอมรับการใช้ E-Payment โดยแบ่งมาตรวัดออกเป็น 5 ระดับสำหรับการวัดความคิดเห็นของลูกค้าต่อตัวแปรทัศนคติ

ส่วนปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยงเป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดการรับรู้ความเสี่ยงที่มีต่อการยอมรับการใช้ E-payment โดยแบ่งมาตรวัดออกเป็น 5 ระดับ สำหรับการวัดความคิดเห็นของลูกค้าต่อตัวแปรการรับรู้ความเสี่ยง

ทดสอบค่าความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach, 1990) และค่ายอมรับได้ที่ค่าความเชื่อมั่น .70 ขึ้นไป โดยค่าความเชื่อมั่นหลังจากได้มีการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟารวม เท่ากับ .959

5. การวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอสถิติที่เกี่ยวข้องมาใช้อย่างนี้

5.1 การวิเคราะห์สถิติพื้นฐานเกี่ยวกับภูมิหลังของบุคคล เพื่อทราบลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ซึ่งการวิเคราะห์จะใช้สถิติพื้นฐานบรรยายเพื่อให้ทราบค่าร้อยละ (percentage) และความถี่ (frequency)

5.2 การวิเคราะห์สถิติพื้นฐานเกี่ยวกับตัวแปร ปัจจัยด้านทัศนคติ และปัจจัยด้านการรับรู้ความเสี่ยง ทั้ง 2 ปัจจัย เพื่อให้ทราบลักษณะการแจกแจงของตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งการวิเคราะห์ จะใช้สถิติพื้นฐานบรรยายเพื่อให้ทราบค่าเฉลี่ย (mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ของตัวแปรแต่ละตัวที่ทำการศึกษาในส่วนนี้จะใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป นอกจากนั้นการกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดระดับการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นออกเป็น 5 ระดับ

5.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลต่อการยอมรับการใช้ E-Payment จะใช้สถิติเปรียบเทียบ t-test สำหรับการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง ไม่เกิน 2 กลุ่ม และใช้ F-test สำหรับการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม พร้อมทั้งพิจารณาความแปรปรวนด้วยการพิจารณาค่า test of homogeneity of variances หากพบว่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มเท่ากันจะทำการพิจารณาสถิติ ANOVA ต่อไป และทำการพิจารณาเปรียบเทียบด้วยสถิติ LSD

5.4 วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยด้านทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีต่อปัจจัย การยอมรับการใช้ E-payment โดยการตรวจสอบ ภาวะร่วมของตัวแปรในแบบเส้นตรง (multicollinearity) จะใช้ค่า variance inflation factor (VIF) หรือ ค่า tolerance ตัวใดตัวหนึ่งก็ได้ โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบดังนี้ ค่า VIF ที่เหมาะสมควรน้อยกว่า 10 ซึ่งแสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มี

ความสัมพันธ์กันเอง (Black, 2006) ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (tolerance) หาก ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ $> .1$ หรือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ > 0 (Pedhazur, 1997) แสดงว่า ไม่เกิดภาวะร่วมของตัวแปรในตัวแบบเส้นตรง สามารถใช้วิธีทดสอบพหุระดับถดถอยสมการ (regression) แบบปกติ (enter) ที่ระดับความเชื่อมั่น (confidence interval) ร้อยละ 95

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ ได้ดังนี้

จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 236 คน คิดเป็น ร้อยละ 59.0 ที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 อายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 อายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 อายุ 60 ปีขึ้นไปและต่ำกว่า 20 ปี อย่างละจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาคือระดับปริญญาโท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และระดับปริญญาเอก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ รายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 รายได้ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และรายได้ 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมาคืออาชีพข้าราชการ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทัศนคติ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านความเข้าใจ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.29 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .506 ด้านความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 4.24 และค่าส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน .617 ด้านความรู้สึก มีค่าเฉลี่ย 4.17 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .530

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ผู้ใช้บริการ E-payment อาจจะต้องมีความรู้พื้นฐานทางด้านระบบเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ย 3.93 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .908 การใช้บริการ E-payment มีความเสี่ยงที่ส่งผลให้สูญเสียทางการเงิน (เช่น ค่าธรรมเนียม เป็นต้น) มีค่าเฉลี่ย 3.78 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .895 การใช้บริการ E-payment มีความเสี่ยงที่ส่งผลให้สูญเสียทางด้านข้อมูลส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 3.69 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .881 การใช้บริการ E-payment มีความเสี่ยงที่ส่งผลให้สูญเสียทางเวลา (กรณีการทำธุรกรรมผิดพลาด) มีค่าเฉลี่ย 3.64 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .905

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การยอมรับการใช้ E-payment เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้ ระดับการตัดสินใจที่จะใช้บริการ E-Payment อย่างต่อเนื่องในอนาคต มีค่าเฉลี่ย 4.38 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .814 ระดับการตัดสินใจที่จะเลือกรูปแบบการให้บริการ E-payment เพราะรับรู้ถึงความมีคามง่ายในการใช้ทำธุรกรรมทางการเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.21 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .717 ระดับการตัดสินใจที่จะเลือกรูปแบบการให้บริการ E-payment เพราะรับรู้ถึงความมีประโยชน์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.17 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .696

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ พบว่า

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพ

	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	รายได้	อาชีพ	สถานภาพ
การยอมรับการใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหารไทย	-	.008	.001	.001	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เนื่องจากพบความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ จึงทำการทดสอบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่โดยใช้สถิติ LSD มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างการยอมรับการใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตาม อายุ เป็นรายคู่

(I) อายุ	(J) อายุ	mean difference (I-J)	Std. Error	Sig.
ต่ำกว่า 20 ปี	60 ปีขึ้นไป	-.595	.235	.012*
20 – 29 ปี		-.630	.173	.000*
30 – 39 ปี		-.505	.176	.004*
40– 49 ปี		-.502	.187	.008*
50 – 59 ปี		-.681	.206	.001*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 5 คู่ ได้แก่ อายุ ต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า อายุ 60 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย - .595 อายุ 20 – 29 ปี มีค่าเฉลี่ยต่อการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า อายุ 60 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย - .630 อายุ 30 – 39 ปี มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า อายุ 60 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย - .505 อายุ 40– 49 ปี มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า อายุ 60 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย - .501 อายุ 50 – 59 ปี มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า อายุ 60 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย - .681

ตารางที่ 3 ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างการยอมรับการใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	mean difference (I-J)	Std. Error	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	-.251	.081	.002*
	ปริญญาโท	-.397	.098	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment

น้อยกว่า ปริญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย - .251 ระดับการศึกษา ต่ำกว่า ปริญาตรี มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า ปริญาโท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย .397

ตารางที่ 4 ตารางแสดงเปรียบเทียบความแตกต่างการยอมรับการใช้ E-Payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามระดับรายได้ เป็นรายคู่

(I) รายได้	(J) รายได้	mean difference (I-J)	Std. Error	Sig.
ไม่เกิน 10,000	20,001 – 30,000	-.395	.132	.003*
	30,001 – 40,000	-.309	.142	.030*
	50,001 ขึ้นไป	-.360	.160	.025*
10,000 – 20,000	20,001 – 30,000	-.312	.079	.000*
	30,001 – 40,000	-.226	.094	.017*
	50,001 ขึ้นไป	-.277	.119	.021*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยด้านระดับรายได้ แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 6 คู่ ได้แก่ ระดับรายได้ไม่เกิน 10,000 มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า 20,001 – 30,000 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.395 ระดับรายได้ ไม่เกิน 10,000 มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า 30,000-40,000 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.309 ระดับรายได้ ไม่เกิน 10,000 มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า 50,001 ขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.360 ระดับรายได้ 10,000 – 20,000 มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า 20,001

- 30,000 ขึ้นไปโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.312 ระดับรายได้ 10,000 – 20,000 มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า 30,001 – 40,000 ขึ้นไปโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.226 ระดับรายได้ 10,000 – 20,000 มีค่าเฉลี่ยการยอมรับการใช้ E-payment น้อยกว่า 50,001 ขึ้นไปโดยมีผลต่างค่าเฉลี่ย -.277

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยทัศนคติ และการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าสถิติ multiple linear regression ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยเชิงพหุ ปัจจัยทัศนคติ และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวม

การยอมรับ การใช้ E-Payment	unstandardized coefficients		standardized coefficients	t	Sig.	tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
ค่าคงที่	.514	.203		2.529	.012		
ด้านทัศนคติ	.947	.041	.739	22.987	.000*	.909	1.101
ด้านการรับรู้ ความเสี่ยง	-.121	.028	-.140	-4.353	.000*	.909	1.101

R = .792, R Square = .628, Adjusted R Square = .626, F = 334.537, Sig = .000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ การถดถอยเชิงพหุของปัจจัยทัศนคติ และการรับรู้ความเสี่ยง ที่มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคาร

ทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยทัศนคติ มีอิทธิพล ในเชิงบวกกับการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร และการรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพล ในเชิงลบ กับการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เท่ากับ .792 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับ ร้อยละ 62.8 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 37.2 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น ๆ โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ .386 ผลการวิเคราะห์ สมการถดถอยเชิงพหุของปัจจัยทัศนคติ และการรับรู้ความเสี่ยง มีค่าระดับนัยสำคัญ เท่ากับ .05 ทั้ง 2 ปัจจัย ด้านทัศนคติมีค่า Beta = .739 และ ด้านการรับรู้ความเสี่ยงมีค่า Beta = -.140

สรุปการวิจัย

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติที่ดีมีผลเชิงบวกต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยทัศนคติมีผลต่อการยอมรับการใช้

E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
ในเชิงบวก

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยงมีผลเชิงลบต่อการยอมรับการใช้
E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร
ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อการยอมรับ
การใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต
กรุงเทพมหานครในเชิงลบ

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงที่มีอิทธิพลต่อการ
ยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต
กรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับ
การใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขต
กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และ
รายได้ มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด
(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน มีความสอดคล้องกับงานวิจัย
ของ วิมลวรรณ สุวรรณรักษ์ (2559) อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีผล
ต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของธนาคาร ด้านพฤติกรรมการใช้งาน
รายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคาร
ทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน มีความ
สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวีสรา พุ่มดนตรี (2559) ปัจจัยประชากรศาสตร์
ด้านรายได้ ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ ของประชากรในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาอิทธิพลของทัศนคติและการรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ผ่านธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. ปัจจัยทัศนคติ มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ในเชิงบวก สอดคล้องกับงานวิจัยของจิฎาดา แก้วแทน (2557) ทัศนคติมีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระเงิน ทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนมากที่สุด และมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก คือถ้าผู้ใช้บริการมีทัศนคติมากขึ้น การยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ก็จะมากขึ้น โดยทัศนคติของผู้บริโภคมีผลต่อพฤติกรรมยอมรับการใช้บริการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน เพราะเห็นว่าการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟนเป็นวิธีการ ที่ทันสมัย ทำให้ชีวิตประจำวันสะดวกสบายมากขึ้น และเป็นประสบการณ์ที่ดีน่าสนใจ

สอดคล้องกับงานวิจัยของอัญญา สายสนั่น ณ อยุธยา (2558) ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับบริการของธนาคารส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารออนไลน์ หากผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ทราบถึงขีดความสามารถของธนาคาร ประกอบกับการใช้บริการธนาคารออนไลน์มีคำอธิบายขั้นตอนการใช้งานที่เข้าใจง่ายและไม่มี ความยุ่งยาก ก็ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการ นอกจากนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของภักจิรา นิลเกษม (2556) ปัจจัยด้านทัศนคติโดยรวมมีอิทธิพลต่อการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคาร อยู่ในระดับความสำคัญมาก ดังนั้นธนาคารต้องรักษามาตรฐานที่มีความสำคัญต่อลูกค้า รวมถึงการสร้างทัศนคติของลูกค้าธนาคารให้เกิดขึ้นในเชิงบวก เช่น การพัฒนาระบบ

อินเทอร์เน็ตให้สามารถใช้งานได้ง่ายไม่ซับซ้อนและมีความทันสมัยตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้หลากหลายมากขึ้น

2. ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยงมีผลต่อการยอมรับการใช้ E-Payment ในเชิงลบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชลธิชา ศรีแสง (2556) ได้ทำการศึกษารายการยอมรับการใช้งานของระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าปัจจัยการรับรู้ถึงความเสี่ยงของระบบ E-payment มีผลกระทบในแง่ลบต่อความตั้งใจที่จะนำระบบมาใช้ โดยความเสี่ยงคือปัจจัยที่สามารถอธิบายถึง การตัดสินใจใช้งานธนาคารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต กรณีที่ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้ความเสี่ยงมาก จะทำให้เกิดความไม่สบายใจกังวลใจและไม่กล้าที่จะใช้งานระบบนั้น หมายความว่าความตั้งใจใช้งานจะเกิดในระดับต่ำ เช่น กรณีเกิดการโจรกรรมบัญชีในระบบออนไลน์ได้สร้างกระแสให้ผู้คนเกิดความกังวลและหยุดการใช้งานระบบบัญชีออนไลน์ชั่วคราวจนกว่าการรับรู้ความเสี่ยงจะลดลง ซึ่งลดลงได้โดยเช่นทางธนาคารประกาศนโยบายความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพขึ้นใหม่ หรือการรับประกันในความปลอดภัยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยทัศนคติ มีผลต่อการยอมรับการใช้ E-payment ในเชิงบวก ดังนั้น ผู้ให้บริการรับชำระเงินจำเป็นที่จะต้องสร้างทัศนคติที่ดีในการให้บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านธนาคารและผู้ให้บริการควรพัฒนาด้านโครงสร้าง อุปกรณ์ด้าน ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ แอปพลิเคชัน ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีในปัจจุบัน และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และภาคธุรกิจว่าระบบการชำระเงินแบบเสมือนจริงนี้มีความปลอดภัยในการใช้งานมากกว่าการใช้เงินสด ทั้งในแง่ระบบ

ป้องกันภัยคุกคามทางไซเบอร์ ซึ่งความเชื่อมั่นที่เพิ่มมากขึ้น จะนำมาซึ่งจำนวนธุรกรรมที่สูงขึ้น ท้ายที่สุด การใช้ E-payment ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นจะดันให้เศรษฐกิจขยายตัวตามไปในยุคดิจิทัลนี้

จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการรับรู้ความเสี่ยง มีความสัมพันธ์ในเชิงลบต่อการยอมรับการใช้งาน E-payment ดังนั้นผู้ให้บริการควรที่จะนำเสนอรูปแบบความปลอดภัยและประสิทธิภาพในการทำงานของการรักษาข้อมูลความเป็นส่วนตัวของลูกค้า และจะต้องทำการพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอย่างสม่ำเสมอพร้อมทั้งทดสอบความผิดพลาดเพื่อที่จะให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพลดความเสี่ยงในการให้บริการ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดการยอมรับการใช้งาน E-payment มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จิณดา แก้วแทน. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้บริการชำระ
เงินทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านอุปกรณ์สมาร์ตโฟน: กรณีศึกษา ใน
พื้นที่กรุงเทพมหานครและปทุมธานี. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชลธิชา ศรีแสง. (2556). การยอมรับการใช้งานของระบบชำระเงินทาง
อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน).
ค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรม
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ชวีกา พุ่มดนตรี. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน). (2560). **พลิกธุรกิจ ก้าวสู่เศรษฐกิจดิจิทัล 2017**. กรุงเทพฯ: ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน).
- ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน). (2561). **บทสรุปผลประกอบการ**. กรุงเทพฯ: ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน).
- ภักจิรา นิลเกษม. (2556). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการธนาคารบนอินเทอร์เน็ตของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดปทุมธานี**. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิมลวรรณ สุวรรณรักษ์. (2559). **การเปรียบเทียบการยอมรับนวัตกรรมทางการเงินของธนาคารเอกชนกับธนาคารของรัฐในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล กรณีศึกษาธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) กับธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน)**. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อัญญา สายสนั่น ณ อยู่ธยา. (2558). **การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ของประชากร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Black, K. (2006). **Business Statistics for Contemporary DecisionMaking**. (4th ed.). USA: John Wiley and Sons.

Cochran, W. G. (1997). **Sampling Techniques**. (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons Inc.

Cronbach, L. J. (1990). **Essentials of Psychological Testing**. (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.

Pedhazur, E. J. (1997). **Multiple Regression in Behavioral Research: Explanation and Prediction**. (3rd ed.). Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich.

บทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ
อย่างยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน
อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี

Role of Public Organizations towards the Development of
Sustainable Nature based Tourism in Kaenglamduan Waterfall
Area, Amphoe Nam Yuen, Ubon Ratchathani Province

วลัยพร สุขปลั่ง^{1*} ศุภกัญญา เกษมสุข² อัญญาณี อดทน³

Walaiporn Sookprung^{1*} Supakanya Kasamsuk² Anyanee Odthon³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติอย่างยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี และ 2) ศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่ควรพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 10 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาและโปรแกรมสำเร็จรูป

^{1*23} คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Faculty of Business Administration and Management, Ubonratchathani Rajabhat University

*Corresponding author e-mail: walaiporn.s@ubru.ac.th

(Received: January 28, 2019; Revised: February 25, 2019; Accepted: March 5, 2019)

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐมีบทบาทต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติอย่างยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 5 บทบาท ประกอบด้วย 1) การประชาสัมพันธ์ 2) การจัดสรรการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวสาธารณะ 3) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร 4) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และ 5) การวางแผนส่วนแนวทางในการพัฒนาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติอย่างยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีนั้น พบว่ามีแนวทางการพัฒนาบทบาทเพิ่มขึ้น 2 บทบาท ประกอบด้วย บทบาทด้านการบริการ และบทบาทด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

คำสำคัญ: บทบาทภาครัฐ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติอย่างยั่งยืน

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the role of public organizations towards the development of sustainable nature based tourism in Kaenglamduan Waterfall area, Amphoe Nam Yuen, Ubon Ratchathani Province and 2) to study the development roles of public organizations in order to create a sustainable nature based tourism in Kaenglamduan Waterfall area. This research was qualitative research. The instruments used were a semi-structured in-depth interview questions, the purposive

sampling technique was used to select 10 samples, data was analysed by content analysis and package software.

The research found that public organizations had a role towards the development of sustainable nature based tourism and there were 5 roles consists of 1) public relation, 2) resource allocation from public tourism location, 3) information, 4) human resource development and 5) planning. In addition, the guidelines of role development for public organizations toward sustainable nature based tourism in Kaenglamduan Waterfall area, Amphoe Nam Yuen, Ubon Ratchathani Province had 2 roles consists of service roles and conservation of natural resources roles.

Keywords: Role of Public, Sustainable Nature based Tourism

บทนำ

ประเทศไทยมีการแบ่งการท่องเที่ยวไว้หลายรูปแบบ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเฉพาะทาง เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบนั้นมีความโดดเด่นและมีลักษณะเฉพาะตัว เนื่องจากการท่องเที่ยวแต่ละรูปแบบมีความแตกต่างกันทั้งด้านสถานที่ ด้านเวลา และสิ่งอำนวยความสะดวก (สุธี เจริญศรี, 2558) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในปัจจุบันนับว่าเป็นที่นิยมในกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการพักผ่อนกับธรรมชาติ ชอบทำกิจกรรมที่เน้นถึงสิ่งแวดล้อมเชิงธรรมชาติเป็นหลักและชอบการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ แต่ให้ความสำคัญ

กับการอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้แบ่งได้หลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ เป็นต้น ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติกำลังได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีความสมบูรณ์ของทรัพยากรเชิงธรรมชาติ รวมถึงความมีมาตรฐานของที่พักร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มีการเดินทางที่สะดวก ปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

องค์การการท่องเที่ยวโลกได้นิยามการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของทั้งนักท่องเที่ยวและผู้อยู่อาศัยในพื้นที่นั้นโดยมีการป้องกันและเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นในอนาคต ซึ่งแนวทางการพัฒนาข้างต้นจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยฝ่ายที่ทำหน้าที่เป็นผู้บริหารและจัดสรรการใช้ทรัพยากรธรรมชาติหลักคือหน่วยงานภาครัฐทั้งในระดับส่วนกลางและท้องถิ่น (รักษพงศ์ วงศาโรจน์ และคณะ, 2550) โดย เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นแนวทางการพัฒนาที่มุ่งให้เกิดความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านสังคม เศรษฐกิจ และการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม หรืออาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างไร้ขีดจำกัดที่เน้นการเพิ่มขึ้นของปริมาณการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องมากกว่าความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในระยะยาว

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่แก่งลำดวน หรือ น้ำตกแก่งลำดวน ซึ่งตั้งอยู่ในเขตสถานีวิจัยและพัฒนาและส่งเสริมการ

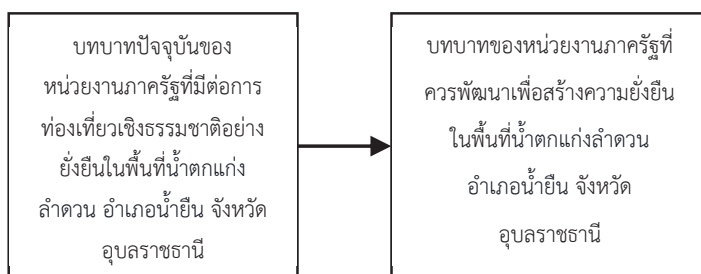
อนุรักษ์สัตว์ป่าอุบลราชธานี ในท้องที่บ้านหนองขอน ตำบลโดมประดิษฐ์ อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี อยู่ห่างจากตัวอำเภอน้ำยืน 16 กิโลเมตร น้ำตกแก่งลำดวนเป็นน้ำตกที่ไหลมาตามแก่งหิน มีความยาวประมาณ 200 เมตร โดยเป็นส่วนหนึ่งของลำน้ำลำโดมใหญ่ บรรยากาศโดยรอบร่มรื่นไปด้วยพันธุ์ไม้นานาชนิดโดยเฉพาะต้นลำดวนซึ่งมีอยู่มาก อันเป็นที่มาของชื่อน้ำตกแห่งนี้ กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวของแก่งลำดวน ได้แก่ การลงเล่นน้ำท่ามกลางบรรยากาศอันร่มรื่น และการเดินชมธรรมชาติตามเส้นทางที่จัดไว้ซึ่งจะผ่านถ้ำและแก่งต่าง ๆ โดยในช่วงปลายเดือนสิงหาคม ถึงกลางเดือนกันยายน นักท่องเที่ยวจะได้ชมปรากฏการณ์อันน่ามหัศจรรย์ที่เรียกว่า “กุงเดินขบวน” ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่กุงฝอยนับล้านตัวเดินบนพลาญหินเรียบแก่งน้ำ มุ่งหน้าสู่ยอดเขาสูงบนเทือกเขาพนมดงรัก โดยจะเดินขบวนในช่วงกลางคืนหลังฝนตกหนักหรือสายน้ำในแก่งมีความเชี่ยวกราก ปัจจุบันน้ำตกแก่งลำดวนอยู่ในความดูแลของสถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าอุบลราชธานี โดยยังมีหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ให้การส่งเสริมและดูแลการท่องเที่ยวในพื้นที่นี้ตามบทบาทและหน้าที่ของหน่วยงาน ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่นี้ยังไม่ครอบคลุมการบริการท่องเที่ยวในทุกด้าน เช่น การจัดการที่พัก ร้านอาหาร การเดินทาง เป็นต้น (สถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่า อุบลราชธานี, 2559) ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความเป็นไปได้ที่หน่วยงานภาครัฐจะเข้ามามีส่วนในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ เนื่องจากปรากฏการณ์กุงเดินขบวนถือเป็น Unseen Thailand มีแห่งเดียวในโลก ซึ่งหน่วยงานภาครัฐมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทานที่ช่วยสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น การประชาสัมพันธ์และการ

ส่งเสริมการท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกและการรักษาความปลอดภัย ให้แก่นักท่องเที่ยว การพัฒนาผู้ประกอบการและชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลจากผลการวิจัยนำเสนอต่อผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปพัฒนาเป็นแนวทางการพัฒนาบทบาทของภาครัฐเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชน และเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทปัจจุบันของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติอย่างยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่ควรพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทปัจจุบันของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติอย่างยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี โดยสังเคราะห์ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการท่องเที่ยวจากการทบทวนวรรณกรรมของ Fennell (1999) รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์ และคณะ (2550) เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ฉันทิช วรรณถนอม (2552) และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2559)

วิธีดำเนินการวิจัย

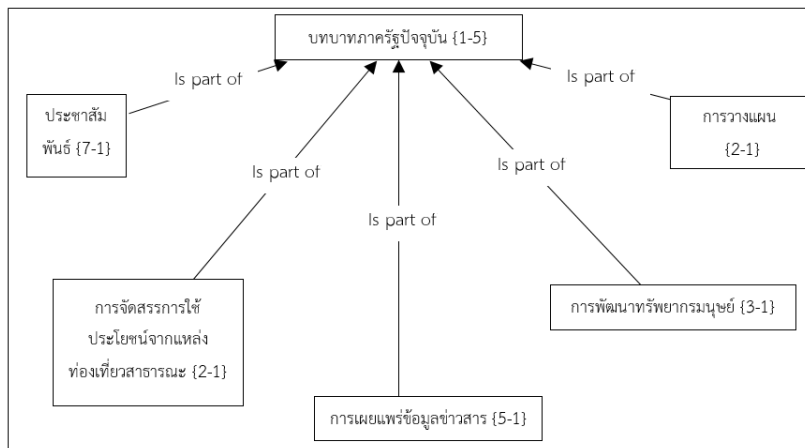
ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของภาครัฐที่มีต่อการท่องเที่ยว แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ให้ข้อมูล (key informant) จำแนกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้นำชุมชนหมู่บ้านหนองขอน 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวที่น้ำตกแก่งลำดวน 3) หน่วยงานภาครัฐ ที่ให้การสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว 3 แห่ง ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เลือกกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้นำชุมชน หมู่บ้านหนองขอน จำนวน 1 คน 2) ประชาชนชาวบ้าน จำนวน 1 คน 3) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวที่น้ำตกแก่งลำดวน จำนวน 5 คน และ 4) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 3 แห่ง ๆ ละ 1 คน ประกอบด้วย (1) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2) องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และ (3) สถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าอุบลราชธานี รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น จำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสรุปเป็น แผนภาพ และตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านข้อมูล ด้านผู้วิจัย และด้าน ทฤษฎี

ผลการวิจัย

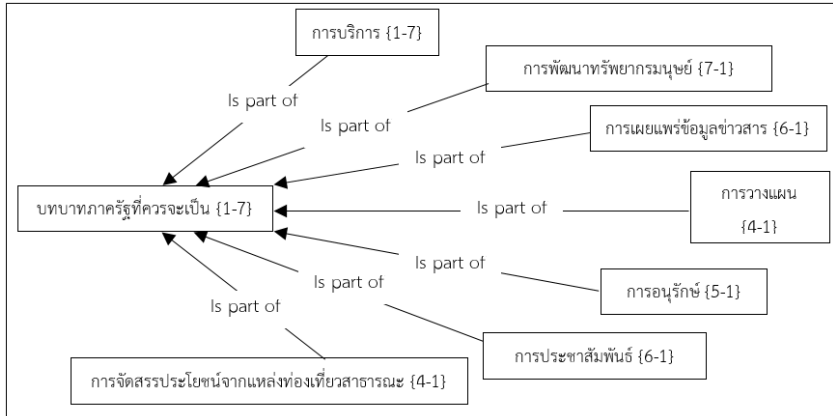
จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาบทบาทปัจจุบันของหน่วยงานภาครัฐ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติอย่างยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี สรุปได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงจำนวนครั้งที่ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงบทบาทปัจจุบันของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติอย่างยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอน้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี

จากภาพที่ 2 อธิบายได้ว่า ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงบทบาทด้านการประชาสัมพันธ์มากที่สุด พบความถี่ของคำสัมภาษณ์ เท่ากับ 7 รองลงมาพบความถี่ของคำสัมภาษณ์ ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เท่ากับ 5 และความถี่ของคำสัมภาษณ์ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เท่ากับ 3 ส่วนด้านการจัดสรรการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวสาธารณะ และการวางแผน พบว่าความถี่ของคำสัมภาษณ์น้อยที่สุด เท่ากับ 2 ตามลำดับ

จากคำอธิบายข้างต้นสรุปได้ว่า ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐมีบทบาทเกี่ยวข้องกับการบริการท่องเที่ยว น้ำตกแก่งลำดวนที่สำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้านการวางแผน และด้านการจัดสรรการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวสาธารณะ



ภาพที่ 3 แสดงจำนวนครั้งที่ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่ควรพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอ น้ำยืน จังหวัดอุบลราชธานี

จากภาพที่ 3 อธิบายได้ว่า ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่ควรพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอ น้ำยั้น จังหวัดอุบลราชธานี โดยได้กล่าวถึงบทบาทด้านการบริการ และบทบาทด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพิ่มขึ้นจากบทบาทเดิม 2 บทบาท โดยพบความถี่ของคำสัมภาษณ์เกี่ยวกับบทบาทด้านการบริการ เท่ากับ 7 และพบความถี่ของคำสัมภาษณ์เกี่ยวกับบทบาทด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เท่ากับ 5 ส่วนบทบาทอื่น ๆ อีก 5 บทบาทนั้น เป็นบทบาทเดิมที่ถือปฏิบัติอยู่แล้วแต่ต้องการเพิ่มเติมแนวทางปฏิบัติให้ครอบคลุมภาระงานมากขึ้น

สรุปการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

บทบาทปัจจุบันของหน่วยงานภาครัฐที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ อย่างยั่งยืนในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวน อำเภอน้ำยั้น จังหวัดอุบลราชธานี ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงบทบาทที่สำคัญ 5 บทบาท ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านการจัดสรรการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวสาธารณะ และการวางแผน ตามลำดับสำหรับบทบาทของหน่วยงานภาครัฐที่ควรพัฒนานั้น พบว่า บทบาทปัจจุบันทั้ง 5 ด้านนั้นยังคงเป็นบทบาทที่ต้องดำเนินงานต่อไปแต่ยังต้องพัฒนาแต่ละบทบาทให้ครอบคลุมภาระหน้าที่ในงาน โดยข้อค้นพบใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล คือ บทบาทด้านการบริการ และบทบาทด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

อภิปรายผลการวิจัย

ด้านการบริการ ผลการวิจัยพบว่า ในพื้นที่ท่องเที่ยวภาครัฐไม่มีบทบาทในการช่วยเหลือหรือพัฒนาการให้บริการแก่ทั้งผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และชุมชน แตกต่างกับการศึกษาของเทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ได้ศึกษาบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนพบว่า การให้บริการท่องเที่ยวนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีบทบาทด้านการให้บริการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน เช่น การให้บริการด้านคมนาคม ที่พัก อาหารเครื่องดื่ม การนำเที่ยวมัคคุเทศก์ การจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและการยกระดับมาตรฐานการบริการในสาขาต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและด้านการวางแผน ผลการวิจัยพบว่า โอกาสในการพัฒนาตนเองของบุคลากรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนั้นยังมีน้อยและไม่ถูกบรรจุไว้ในแผนปฏิบัติงานจึงทำให้บุคลากรยังขาดทักษะด้านการให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แตกต่างกับภูมิพัฒน์ อัครภูมินทร์ และหรรณ ชูเพ็ญ (2558) ได้ศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: วิเคราะห์กรณีองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตนั้น องค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ตได้มีการประสานงานระหว่างภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ให้การสนับสนุนงบประมาณกับภาคธุรกิจเอกชน พัฒนาอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและด้านการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า บทบาทของภาครัฐในการประชาสัมพันธ์หรือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมีน้อย โดยส่วนใหญ่จะประชาสัมพันธ์เมื่อถึงฤดูกาลเที่ยวชมทุ่งดอกบัว ซึ่งจะมีการประชาสัมพันธ์เพียงปีละครั้ง ขณะที่ในแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่น่าสนใจและน่าจะสมารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ แตกต่างกับรสสุคนธ์ ประดิษฐ์ และรัตเกล้า เปรมประสิทธิ์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการวิจัยพบว่า องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่อำเภอเขาค้อได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นจากการกระจายอำนาจด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐให้กับองค์กรส่วนท้องถิ่น ซึ่งผลการดำเนินงานในการเสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น การส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมงานเทศกาลประเพณีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น มีการบริการข้อมูลข่าวสาร การติดต่อสอบถามเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว จากผลการวิจัยดังกล่าวสรุปได้ว่าการกระจายอำนาจให้หน่วยงานที่ใกล้ชิดกับแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนนั้นจะทำให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ มีความเข้าใจตรงกันทั้งฝ่ายชุมชน ภาครัฐ รวมถึงเจ้าหน้าที่ โดยภาครัฐจำเป็นต้องเป็นที่ยอมรับและสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

ด้านการอนุรักษ์ ด้านการจัดสรรการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวสาธารณะ สอดคล้องกับคมลักษณ์ สงทิพย์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า

เจ้าหน้าที่รัฐจะเป็นตัวกลางระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ โดยปฏิบัติงานมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของชุมชนเป็นสำคัญ นอกจากนี้การก่อสร้างตลาดน้ำวัดตะเคียน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ชาวบางคูเวียงใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยว แหล่งซื้อขายอาหารและสินค้าต่าง ๆ ของชาวบ้าน โดยเปิดโอกาสและสร้างอาชีพให้กับชาวบ้าน ในด้านความรู้ ความเข้าใจในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียนทั้ง 3 กลุ่ม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และด้านการบริการในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ศักยภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับ บุคลากรในสายงานด้านอื่น ๆ นับว่ามีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรมนุษย์หรือบุคลากรหลายระดับ และหลายประเภท ในการให้บริการ นับตั้งแต่บุคลากรไร้ฝีมือไปจนถึงบุคลากรระดับผู้บริหาร โดยเฉพาะบุคลากรที่อยู่ในระดับปฏิบัติการ จำเป็นต้องมีความรู้และทักษะที่เฉพาะเจาะจงกับลักษณะงานนั้น ๆ ซึ่งเป็นที่ต้องการอย่างมาก บุคลากรในทุกระดับที่กล่าวถึงเป็นส่วนประกอบสำคัญในกระบวนการผลิต หรือการให้บริการและเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างของการบริการ ดังนั้นบุคลากรด้านการท่องเที่ยวจึงควรมีความรู้ ความสามารถ และพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน รวมไปถึงการสร้างจิตสำนึกในการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดความประทับใจ ประกอบกับการปลูกฝังทัศนคติที่ดีในการทำงาน ซึ่งเป็นลักษณะของการแสดงออกในเชิงบวก

ที่เหมาะสมต่อลักษณะงาน ภาครัฐควรสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมของคนในพื้นที่ เช่น การพัฒนามัคคุเทศก์น้อย พัฒนาผู้ประกอบการและแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาให้ผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้าที่ระลึก สร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่น และให้ชุมชนนำไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ การอบรมให้ผู้นำเที่ยวให้ความรู้แก่บุคคลที่สนใจการจัดอาชีพนำเที่ยว ให้ความสำคัญกับการกำหนดหลักเกณฑ์ การมีธรรมาภิบาลของเจ้าหน้าที่ของรัฐตามหลักธรรมาภิบาล 4 ประการ ได้แก่ 1) การปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ระมัดระวัง (duty of care) 2) การปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต (duty of loyalty) 3) การปฏิบัติตามกฎหมาย (duty of obedience) และ 4) การเปิดเผยข้อมูลอย่างถูกต้อง (duty of disclosure)

2. ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยววนั้นจะต้องมีการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว แล้วให้ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววนั้น โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนั้นถือเป็นการบริการส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว โดยในพื้นที่นำตกแก่งลำดวนควรมีการจัดทำรายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง การจัดทำแผนที่เส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยววนั้นให้อยู่ในรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้การปรับตัวให้เข้ากับกระแสของยุคสมัย โดยใช้สื่อยุคใหม่ให้เป็นประโยชน์เพื่อเป็นช่องทางที่ทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค เช่น การพัฒนา social network, blogger, micro blogging หรือการนำแนวคิดใหม่ ๆ (innovative idea) เข้ามาใช้ในการสื่อสารแบบดั้งเดิม เป็นต้น

3. ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ภาครัฐควรเข้ามาส่งเสริม อบรม และสร้างสามัญสำนึกให้ประชาชนเกิดความรู้สึกและมองเห็นคุณค่าของ

สิ่งแวดล้อม ในพื้นที่น้ำตกแก่งลำดวนควรทำป้ายหรือนิทรรศการให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์และรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว จัดกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ให้คนในพื้นที่และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมปลูกฝังให้คนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวรู้สึกมีความเป็นเจ้าของ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบบทบาทภาครัฐ บทบาทภาคเอกชน และชุมชน โดยทำการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเน้นการทำวิจัยแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดในการจัดทำแผนหรือกำหนดนโยบายอย่างมีส่วนร่วมได้

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบบทบาทภาครัฐ บทบาทภาคเอกชน และชุมชน แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของพื้นที่อื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่อำนวยความสะดวกและให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จนสำเร็จสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และขอขอบคูนนักศึกษาในการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัย และขอขอบพระคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ที่พิจารณาให้ทุนสนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2559. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2560 จาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=438&filename=index.

- คมลักษณ์ สงทิพย์. (2557). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.**
- ฉันทิช วรรณณอม. (2552). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สามลดา. เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า.**
- ภูมิพัฒน์ อัครภูรินทร์ และหรรณ ชูเพ็ญ. (2558). **การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: วิเคราะห์กรณีองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต. วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 8(2), 467-478.**
- รสสุคนธ์ ประดิษฐ์ และรัตเกล้า เปรมประสิทธิ์. (2557). **ศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารสังคมศาสตร์, 10(2), 127-149.**
- รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์, สุวรรณิ ตรีวัฒนวงศ์ และอัจฉริยา ศักดิ์นรงค์ (2550). **รายงานการวิจัยเรื่อง บทบาทขององค์การภาครัฐหลักที่มีต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนบนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด.. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.**
- สถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าอุบลราชธานี. (2559). **สัมภาษณ์. 28 พฤศจิกายน 2559.**

- สุถี เจริญศรี. (2558). แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชน
คลองโคน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Fennell, D. A. (1999). *Ecotourism and Introduction*. London:
Routledge.

พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักกีฬา ที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัย: ราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ Money Spending Behavior of Student - Athletes Participating in University Sports: Ubon Ratchathani Rajabhat Games

ธรรมรักษ์ ละอองนวล^{1*} หทัยรัตน์ ควรรู้ดี² ปิยกนิษฐ์ โชติวนิช³

อำไพ ยงกุลวนิช⁴ วลัยพร สุขปลั่ง⁵

Thamarak La-ongnual^{1*} Hathairat Kuanrudee² Piyakanit Chotivanich³

Ampai Yongkulvanich⁴ Walaiporn Sookplung⁵

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ ศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัย: ราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล จำนวน 385 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 อายุระหว่าง 18 – 20 ปี จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 71.7 กำลังศึกษาในชั้นปีที่ 3 จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 9,001 – 10,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็น

^{1*} คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
Faculty of Agriculture, Ubonratchathani Rajabhat University

^{2,3,4,5} คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
Faculty of Business Administration and Management, Ubonratchathani Rajabhat University

*Corresponding author e-mail: thamarak2507@gmail.com

(Received: March 19, 2019; Revised: April 29, 2019; Accepted: May 13, 2019)

ร้อยละ 37.9 การสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายเงิน 5 ด้าน ของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัย: ราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.60$) โดยแยกเป็นรายด้านการใช้จ่ายที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ 1) ด้านการใช้จ่ายเงินตามความต้องการทางสังคม ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.02$) โดยมีการใช้จ่ายเป็นค่าซื้อของฝาก/ของที่ระลึกในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) 2) ด้านการจ่ายเงินตามความต้องการพื้นฐาน ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96$) โดยมีการใช้จ่ายเป็นค่าอาหารอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) 3) ด้านการใช้จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยม ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.58$) โดยมีการใช้จ่ายเป็นค่าใช้จ่ายในการสื่อสารอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) 4) ด้านการใช้จ่ายตามความต้องการด้านนันทนาการ ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.35$) โดยมีการใช้จ่ายเป็นค่าใช้จ่ายอื่น ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$) และ 5) ด้านการใช้จ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ในการแข่งขันกีฬา ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.07$) โดยมีการใช้จ่ายเป็นค่าชุดกีฬายู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.55$)

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้จ่ายเงิน นักกีฬา กีฬามหาวิทยาลัย

Abstract

The objective of this research was to study the level of spending behavior of student-athletes who participated in Ubon Ratchathani Rajabhat Games at Ubon Ratchathani Rajabhat University by surveyed 385 of student-athletes. The statistics used

for data analysis included frequency distribution, percentage, mean and standard deviation.

The research results found: the majority of the respondents of 226 or 58.7 percent were male which represent 276 respondents or 71.7 percent of student-athletes from age 18-20 years old, 134 respondents or 34.8 percent are third year students and 123 respondents or 37.9 percent had income between 9,001 - 10,000 baht per month. Five factors of spending behavior affect students-athletes who participated in UBRU Games 2019 overall the finding is at medium level ($\bar{x}$ = 2.60). Factors that affect spending behavior are following: 1) spending for social needs is at medium level ($\bar{x}$ = 3.02) which explored the purchase and spending of souvenirs and gifts onto high level ($\bar{x}$ = 3.83). 2) spending for basic needs is medium level ($\bar{x}$ = 2.96) necessity include food which is at high level ($\bar{x}$ = 3.94) 3) spending for consumption overall is at medium level ($\bar{x}$ = 2.58) necessity include communication expenditure in high level ($\bar{x}$ = 3.57) 4) recreation activities participation needs overall is at low level ($\bar{x}$ = 2.35) by other expenses is at medium level ($\bar{x}$ = 3.08) and 5) spending for personal athlete needs overall is at low level ($\bar{x}$ = 2.07) include athlete clothing in medium level ($\bar{x}$ = 2.55).

Key words: Spending Behavior, Athletes, University Sports

บทนำ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ยุทธศาสตร์ด้านการเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ เมื่อพิจารณาคุณภาพคนพบว่ายังมีปัญหาในแต่ละช่วงวัยและส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงกันตลอดช่วงชีวิต ครอบครัวมีรูปแบบหลากหลายและเปราะบางสูง ส่งผลต่อการบ่มเพาะให้เด็กเติบโตอย่างมีคุณภาพ ประกอบกับการเลื่อนไหลของวัฒนธรรมต่างชาติผ่านสังคมยุคดิจิทัล ในขณะที่คนไทยจำนวนไม่น้อยไม่สามารถคัดกรองและเลือกรับวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม ส่งผลต่อวิกฤตค่านิยม ทักษะคน และพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิต การพัฒนาในระยะต่อไปจึงต้องให้ความสำคัญกับการวางรากฐานการพัฒนาคนให้มีความสมบูรณ์ อีกทั้งยังเป็นทุนทางสังคมสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับเปลี่ยนให้คนในสังคมไทยมีค่านิยมตามบรรทัดฐานที่ดีทางสังคม มีทักษะการดำรงชีวิตในโลกศตวรรษที่ 21 มีการเสริมสร้างสุขภาวะที่ดีตลอดช่วงชีวิต อีกทั้งมีการเสริมสร้างสถาบันทางสังคมให้มีความเข้มแข็งเอื้อต่อการพัฒนาคนและประเทศ ทั้งนี้มีเป้าหมายให้คนในสังคมไทยทุกช่วงวัยมีทักษะ ความรู้ และความสามารถเพิ่มขึ้น วัยแรงงานมีความรู้และทักษะเป็นไปตามความต้องการของตลาดงานและมีทักษะทางการเงินเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ รวมถึงการออมส่วนบุคคลต่อรายได้พึงจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

สำนักงานสถิติแห่งชาติได้จัดทำการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนประจำปี 2560 เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลทุกเดือนจากครัวเรือนตัวอย่างในทุกจังหวัดทั่วประเทศ จำนวน 52,000 ครัวเรือน พบว่าครัวเรือนมีค่าใช้จ่าย

เฉลี่ยเดือนละ 21,437 บาท โดยมีรายละเอียดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เรียงตามลำดับดังนี้ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าอาหาร เครื่องดื่ม และยาสูบ ร้อยละ 35.1 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าที่อยู่อาศัย เครื่องแต่งบ้าน เครื่องใช้ภายในบ้าน ร้อยละ 20.3 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับยานพาหนะและการเดินทาง ร้อยละ 17.4 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับของใช้ส่วนบุคคล/เครื่องนุ่งห่ม/รองเท้า ร้อยละ 5.2 ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการสื่อสาร ร้อยละ 1.8 และค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับกิจกรรมทางศาสนา ร้อยละ 1.0 นอกจากนั้นแล้วยังมีค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค เช่น ค่าภาษีเงินบริจาคน ของขวัญ เบี้ยประกันภัย ซื้อมาสลากกินแบ่ง/หวย ดอกเบี้ยสูงถึง ร้อยละ 13.0 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560)

พฤติกรรมทางการเงินของคนไทยจากการศึกษาของศูนย์วิเคราะห์วิจัยของธนาคารทหารไทย พบว่าส่วนใหญ่มีเงินออมไม่พอใช้ อันมีสาเหตุมาจากการใช้ชีวิตในรูปแบบเน้นการใช้ชีวิตประจำวันอย่างเร่งรีบ ใช้โซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น เช่น ค่าใช้จ่ายในกลุ่มสุราที่มีสัดส่วนสูง อีกทั้งยังมีการออมที่ให้ผลตอบแทนและการป้องกันความเสี่ยงในระดับต่ำ พฤติกรรมการใช้ชีวิต ความคิดต่าง ๆ ที่มีผลต่อการใช้ชีวิตประจำวัน เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบอาชีพ จำนวน 35 ล้านคน ได้แบ่งกลุ่มตามเงินออมเหลือจากการใช้จ่าย เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแรกคือกลุ่มที่มีเงินออมไม่พอสำหรับการใช้จ่ายตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป มีสัดส่วนร้อยละ 80 และกลุ่มที่มีเงินออมเพียงพอสำหรับการใช้จ่ายตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป มีสัดส่วนร้อยละ 20 สาเหตุของการออมที่มีสัดส่วนน้อย มาจากพฤติกรรมการใช้จ่าย โดยเฉพาะในกลุ่มตัวอย่างมีการใช้จ่ายร้อยละ 76 ของรายได้ต่อเดือน โดยเฉพาะในกลุ่มแรกที่มีเงินออมไม่พอสำหรับการใช้จ่ายตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป จะมีการใช้จ่ายสูงถึงร้อยละ 82 ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของคนไทยที่สำคัญคือ วิถีชีวิตที่

เปลี่ยนแปลงไป เน้นความสะดวกสบายและรวดเร็ว เช่น ทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น เน้นสถานที่บรรยากาศดี และนิยมใช้โซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้น อีกพฤติกรรมหนึ่งที่บ่งชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายเกินกำลังซึ่งสะท้อนจากในปัจจุบันมากกว่าร้อยละ 50 ของคนที่มีบัตรเครดิตไม่สามารถจ่ายบิลรายเดือนได้เต็มจำนวน และอีกร้อยละ 48 เคยผ่อนสินค้าแบบยอดเสียดอกเบี้ย ในด้านการใช้จ่ายพบว่าคนไทยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นสูงถึง 1 ใน 4 ของรายได้ต่อเดือน (มาร์เก็ตอัปส์, 2560)

จากการศึกษาของธนุญชัย ไยบัว (2556) ถึงการดำเนินชีวิตของนักศึกษา รูปแบบการใช้ชีวิตในความเป็นสังคมเมืองตามการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีความเป็นบริโภคนิยม ตามกระแสวัฒนธรรมตะวันตก หรือการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย โดยได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักศึกษาจากกรอบการศึกษาพฤติกรรมการใช้เงินในด้านต่าง ๆ 5 ด้าน คือ พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินตามความต้องการพื้นฐาน พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินตามความต้องการทางการศึกษา พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินตามความต้องการทางสังคม พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินตามความต้องการด้านนันทนาการ และ พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยม (พัชรี สารวิโรจน์, 2553; สุวงศ์ พิมพ์สินธ์, 2547)

นักศึกษาในมหาวิทยาลัยนับเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญของประเทศ ในแต่ละปีมหาวิทยาลัยในประเทศไทยได้ส่งนักกีฬาเข้าร่วมแข่งขันในกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ซึ่งครั้งที่ 46 ราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ จัดขึ้นในปี 2562 โดยมีเจ้าภาพคือมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มีนักกีฬาเข้าร่วมทั้งสิ้น 10,685 คน (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2562) จากสถาบันอุดมศึกษาทั้งสิ้น 111 สถาบัน การเดินทางมาเข้าร่วมการแข่งขัน

ระหว่างช่วงเวลาวันที่ 11-20 มกราคม 2562 เป็นที่น่าสนใจว่านักศึกษาที่เป็นนักกีฬามหาวิทยาลัยครั้งนี้มีพฤติกรรมการใช้จ่ายอย่างไร จึงได้เก็บข้อมูลพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัยในงานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์เพื่อวิเคราะห์และเสนอส่วนงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัย: ราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักกีฬาที่เข้าร่วมในการแข่งขันกีฬาราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ ทั้งสิ้น 10,685 คน ขนาดตัวอย่างใช้ตามตารางยามาเน (Yamane, 1973) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ทั้งนี้ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย เป็นการสุ่มตัวอย่างที่หน่วยตัวอย่างในประชากรมีโอกาสถูกเลือกเท่า ๆ กัน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักกีฬาจาก 39 มหาวิทยาลัย นักกีฬาสังกัดคณะตามหลักสูตรที่กำลังศึกษา 13 คณะ และมีประเภทการแข่งขัน 23 ชนิดกีฬา เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 11-20 มกราคม 2562 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้พัฒนาจากงานวิจัยของพัชรี สารวิโรจน์ (2553) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและลักษณะการใช้จ่าย และตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้จ่ายเงิน เป็นข้อคำถามปลายปิดและใช้มาตราส่วนประมาณค่าของ Likert 5 ระดับ ข้อคำถามพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินแบ่งเป็น 5

ด้าน คือ 1) การจ่ายเงินตามความต้องการพื้นฐานจำนวน 8 ข้อ 2) การใช้เงินตามความต้องการทางสังคมจำนวน 4 ข้อ 3) การใช้จ่ายตามความต้องการด้านนันทนาการจำนวน 7 ข้อ 4) การใช้จ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ในการแข่งขันกีฬาจำนวน 5 ข้อ และ 5) การใช้จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยมจำนวน 8 ข้อ การพัฒนาคุณภาพเครื่องมือด้วยการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหาและการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นในส่วนของพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินเท่ากับ .88 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา ซึ่งเป็นการหาค่าสถิติพื้นฐานเพื่อแสดงการกระจายของค่าตอบหรือความคิดเห็นและอธิบายลักษณะของข้อมูลในเบื้องต้น โดยใช้การหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ มีนักกีฬาตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน มาจาก 6 ภูมิภาคของประเทศไทย ประกอบด้วยภาคเหนือ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.87 ภาคกลาง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75 ภาคตะวันออก จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.79 ภาคตะวันตก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.55 และภาคใต้ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.02 มีข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 อายุระหว่าง 18 – 20 ปี จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 71.7 กำลังศึกษาในชั้นปีที่ 3 จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 9,001 – 10,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9

ผลการศึกษาระดับพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัย: ราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการใช้เงินภาพรวม 5 ด้านของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัยในงานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์

ลำดับ	พฤติกรรมการใช้เงิน 5 ด้าน	$\bar{x}$	S.D.
1.	การจ่ายเงินตามความต้องการพื้นฐาน	2.96	.716
2.	การใช้จ่ายเงินตามความต้องการทางสังคม	3.02	.682
3.	การใช้จ่ายตามความต้องการด้านนันทนาการ	2.35	.855
4.	การใช้จ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ในการแข่งขันกีฬา	2.07	.955
5.	การใช้จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยม	2.58	.798
	รวม	2.60	.632

จากตารางที่ 1 การสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายเงิน 5 ด้าน ของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัย: ราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.60$) โดยแยกเป็นรายด้านการใช้จ่ายที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการใช้จ่ายเงินตามความต้องการทางสังคม ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.02$) ด้านการจ่ายเงินตามความต้องการพื้นฐาน ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.96$) ด้านการจ่ายการใช้จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยม ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.58$) ด้านการใช้จ่ายตามความต้องการด้านนันทนาการ ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.35$) และด้านการใช้จ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ในการแข่งขันกีฬา ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.07$)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจ่ายเงินตามความต้องการพื้นฐานของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัยในพระราชวังอุบลราชธานีเกมส์

ลำดับ	การจ่ายเงินตามความต้องการพื้นฐาน	$\bar{X}$	S.D.
1.	ค่าอาหาร	3.94	.947
2.	ค่าที่พัก	2.94	.747
3.	ค่าเสื้อผ้า	2.80	.607
4.	ค่ารักษาพยาบาล	2.55	.709
5.	ค่าพาหนะ	2.81	.532
6.	ค่าซักรีด	2.83	.740
7.	ค่าของใช้ประจำวัน (เช่น ยาสีฟัน แป้ง สบู่ แชมพู)	3.08	.988
8.	อื่น ๆ	2.77	.344
	รวม	2.96	.716

จากตารางที่ 2 การจ่ายเงินตามความต้องการพื้นฐานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96$) เมื่อพิจารณาการจ่ายเงินตามความต้องการพื้นฐานรายด้าน พบว่าการใช้จ่ายที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ 1) ค่าอาหารอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) 2) ค่าของใช้ประจำวัน (เช่น ยาสีฟัน แป้ง สบู่ แชมพู) อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$) และ 3) ค่าที่พักอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.94$)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้จ่ายเงินตามความต้องการทางสังคมของนักศึกษาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัยในงานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์

ลำดับ	การใช้จ่ายเงินตามความต้องการทางสังคม	$\bar{x}$	S.D.
1.	ค่ากิจกรรมการสังสรรค์	3.51	.521
2.	ค่าซื้อของฝาก/ของที่ระลึก	3.83	.923
3.	ค่ากิจกรรมการกุศล	2.61	.735
4.	อื่น ๆ	2.11	.362
	รวม	3.02	.682

จากตารางที่ 3 การใช้จ่ายเงินตามความต้องการทางสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.02$) เมื่อพิจารณาการใช้จ่ายเงินตามความต้องการทางสังคมรายด้าน พบว่าการใช้จ่ายที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ 1) ค่าซื้อของฝาก/ของที่ระลึกอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$) 2) ค่ากิจกรรมการสังสรรค์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$) และ 3) ค่ากิจกรรมการกุศลอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.61$)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้จ่ายตามความต้องการด้านนันทนาการ ของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัยในงานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์

ลำดับ	การใช้จ่ายตามความต้องการด้านนันทนาการ	$\bar{x}$	S.D.
1.	ค่าหนังสืออ่านเล่น การ์ตูน นวนิยาย ฯลฯ	2.25	.429
2.	ค่าชมภาพยนตร์/การแสดง	2.33	.233
3.	ค่าบริการเล่นเกม	2.24	.768
4.	ค่าเที่ยวตามสถานบันเทิง	2.45	.363
5.	ค่าบุหรี่ย	1.82	.606
6.	ค่าสุรา	2.29	.492
7.	อื่น ๆ	3.08	.755
	รวม	2.35	.855

จากตารางที่ 4 การใช้จ่ายตามความต้องการด้านนันทนาการในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.35$) เมื่อพิจารณาการใช้จ่ายตามความต้องการด้านนันทนาการรายด้าน พบว่าการใช้จ่ายที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ 1) ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.08$) 2) ค่าเที่ยวตามสถานบันเทิงอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.45$) และ 3) ค่าชมภาพยนตร์/การแสดงอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.33$)

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้จ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ในการแข่งขันกีฬาของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัยในงานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์

ลำดับ	การใช้จ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ในการแข่งขันกีฬา	$\bar{x}$	S.D.
1.	ค่าเช่าสถานที่ฝึกซ้อม	2.08	.471
2.	ค่าเทรนเนอร์	2.04	.774
3.	ค่าอุปกรณ์กีฬา	2.17	.605
4.	ค่าชุดกีฬา	2.55	.455
5.	อื่น ๆ	1.56	.922
	รวม	2.07	.955

จากตารางที่ 5 การใช้จ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ในการแข่งขันกีฬาในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.07$) เมื่อพิจารณาการใช้จ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ในการแข่งขันกีฬารายด้าน พบว่าการใช้จ่ายที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ 1) ค่าชุดกีฬาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.55$) 2) ค่าอุปกรณ์กีฬาอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.17$) และ 3) ค่าค่าเช่าสถานที่ฝึกซ้อมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.08$)

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้จ่ายเงินตามแบบ
บริโภคนิยมของนักศึกษาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัยในงานราชภัฏ
อุบลราชธานีเกมส์

ลำดับ	การใช้จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยม	$\bar{X}$	S.D.
1.	ค่าเสื้อผ้า (นอกจากชุดนักศึกษา/กีฬา)	2.68	.422
2.	ค่ากระเป๋	2.42	.633
3.	ค่าเครื่องประดับ	2.30	.637
4.	ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการสื่อสาร	3.57	.462
5.	ค่าอาหารฟาสต์ฟู้ด	2.98	.774
6.	ค่าเครื่องสำอาง	2.33	.630
7.	ค่าใช้จ่ายในร้านกาแฟหรือร้านนั่งเล่น	3.07	.768
8.	อื่น ๆ	2.59	.895
	รวม	2.58	.798

จากตารางที่ 6 การใช้จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยมในภาพรวมอยู่ใน
ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.58$) เมื่อพิจารณาการใช้จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยม
รายด้าน พบว่าการใช้จ่ายที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ 1) ค่าใช้จ่าย
เกี่ยวกับการสื่อสารอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) 2) ค่าใช้จ่ายในร้านกาแฟหรือ
ร้านนั่งเล่นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$) และ 3) ค่าอาหารฟาสต์ฟู้ดอยู่ใน
ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.98$)

สรุปการวิจัย

จากแบบสอบถามเก็บข้อมูล จำนวน 385 ชุด ผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 18 – 20 ปี ชั้นปีที่ 3 รายได้ 9,001 – 10,000 บาท
ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายส่วนตัวที่ใช้ในช่วงที่มาแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

เกมส์ อยู่ระหว่าง 5,000 - 5,500 บาท ผลการวิจัยระดับพฤติกรรม การใช้จ่ายเงินของนักกีฬาที่เข้าร่วมงานกีฬามหาวิทยาลัยในงานราชภัฏ อุบลราชธานีเกมส์ พบว่าพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักกีฬาที่เข้าร่วมงาน กีฬามหาวิทยาลัยในงานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ในภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง การใช้จ่ายที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด คือ การใช้จ่ายเงิน ตามความต้องการทางสังคมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง การจ่ายเงินตาม ความต้องการพื้นฐานในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง การใช้จ่ายเงินตามแบบ บริโภคนิยมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง การใช้จ่ายตามความต้องการด้าน นันทนาการในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย และการใช้จ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ใน การแข่งขันกีฬานภาพรวมอยู่ในระดับน้อย

อภิปรายผลการวิจัย

การใช้จ่ายเงินตามความต้องการทางสังคมภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง การจ่ายเงินตามความต้องการพื้นฐานภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง การใช้ จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยมภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง การใช้จ่ายเงินตาม ความต้องการด้านนันทนาการภาพรวมและการใช้จ่ายเพื่อวัตถุประสงค์ใน การแข่งขันกีฬาภาพรวมอยู่ระดับน้อย ขณะที่การศึกษาของพัชรีย์ สารวิโรจน์ (2553) พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษา มีพฤติกรรมในการใช้จ่ายเงินในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาการใช้จ่ายเงินแต่ละแบบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามี พฤติกรรมในการใช้จ่ายเงินตามความต้องการพื้นฐานโดยภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง พิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ดังนี้ ค่าใช้จ่ายค่าอาหาร ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง ค่าของใช้ประจำวัน

(ยาสีฟัน แป้ง สบู่ แชมพู) ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีพฤติกรรมในการใช้จ่ายเงินตามความต้องการทางสังคมภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง พิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ดังนี้ ค่ากิจกรรมรับน้อง ค่ากิจกรรมชมรม ค่าของขวัญเนื่องในวันสำคัญต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีพฤติกรรมในการใช้จ่ายเงินตามความต้องการด้านนันทนาการโดยภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ พิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ดังนี้ ค่าชมภาพยนตร์/การแสดง นวนิยาย ค่าหนังสืออ่านเล่น การ์ตูน ค่าบริการเกี่ยวกับการถ่ายรูป กลุ่มตัวอย่างในการศึกษามีพฤติกรรมในการใช้จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยมภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง พิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ดังนี้ ค่าเสื้อผ้า (นอกเหนือจากชุดนักศึกษา) ค่ารองเท้า ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการสื่อสาร

การศึกษาของทรายทอง เลิศเปียง (2557) ศึกษาพฤติกรรมการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคลของนักศึกษาสาขาการบัญชี พบว่านักศึกษาสาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ โรงเรียนลำปางพณิชยการและเทคโนโลยีมีพฤติกรรมการเงินทั้ง 3 ด้าน อันได้แก่ พฤติกรรมการใช้เงินด้านการศึกษา พฤติกรรมการใช้เงินด้านนันทนาการและกิจกรรมทางสังคม และพฤติกรรมการใช้เงินด้านความจำเป็นพื้นฐานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้ โดยมีพฤติกรรมการใช้เงินด้านการศึกษามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือด้านนันทนาการและกิจกรรมทางสังคม และด้านความจำเป็นพื้นฐานมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด พฤติกรรมการใช้เงินด้านความจำเป็นพื้นฐานภาพรวมอยู่ในระดับพอใช้ เมื่อศึกษาตามรายการพบว่า มีพฤติกรรมการซื้อของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น สบู่ แป้ง

ยาสีฟัน ผงซักฟอก ฯลฯ และพฤติกรรมการวางแผนการใช้จ่ายเงินในค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับความจำเป็นพื้นฐานอยู่ในระดับดี นักศึกษาต้องจ่ายค่าเช่าสำหรับที่พักอาศัยหรือหอพักระหว่างเรียน และนักศึกษาต้องจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า นักศึกษามีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่ารักษาพยาบาล ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ นักศึกษาชอบแต่งกายตามแฟชั่น และนักศึกษาใช้เงินเพื่อซื้อเครื่องสำอาง เช่น ลิปสติก น้ำหอม ครีม เครื่องแต่งหน้า พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินด้านการศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อศึกษารายข้อพบว่า มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินอยู่ในระดับดี โดยนักศึกษามีค่าใช้จ่ายในการศึกษาค้นคว้า เช่น ค่าถ่ายเอกสาร ค่าพิมพ์งาน ค่าบริการอินเทอร์เน็ต ค่ายานพาหนะในการเดินทางมาเรียน เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากความพยายามที่จะต้องการให้ผลการเรียนออกมาดีแล้วได้รับการยกย่องและยอมรับในสังคม

การศึกษาของเหมวลา เจตชูพันธ์เสรี (2559) เรื่องแบบแผนการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายจากความต้องการถือเงินของนักศึกษาพยาบาลมหาวิทยาลัยเอกชน ผลการวิจัยพบว่านักศึกษาพยาบาลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง นักศึกษามีพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินแต่ละเดือนเพื่อการบริโภคและภาษีสังคม 3 ด้าน ได้แก่ เทคโนโลยี แฟชั่น และการท่องเที่ยว จากผลการศึกษาแบบแผนการใช้จ่ายของนักศึกษาพยาบาลมหาวิทยาลัยเอกชน หลักสูตรปกติ ชั้นปีที่ 1 - 4 จำนวนตัวอย่าง 200 คน พบว่า นักศึกษาพยาบาลมีพฤติกรรมการใช้จ่ายในการบริโภครวมถึงรายจ่ายด้านภาษีสังคมทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ เทคโนโลยี แฟชั่น และการท่องเที่ยว พฤติกรรมที่พบเช่นเดียวกับพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักศึกษาคณะอื่น ๆ (กนกรัตน์ เอี่ยมอรุณวรรณ, 2551; อภิยุทธ์ นวอัจฉริยะกิจ, 2557; ปรางพรรณ วรรณกุล, 2557)

นอกจากนี้ นุชนันท์ ไยบัว (2556) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของ นักศึกษากองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ล้านนา ภาคพายัพ เชียงใหม่ ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินทางด้าน ความต้องการพื้นฐานโดยภาพรวมมีการใช้จ่ายเงินอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ดังนี้ ค่าอาหาร ค่าพาหนะ (เช่น ค่าโดยสาร ค่าน้ำมัน ค่าซ่อม) ค่าที่พักอาศัย ค่าของใช้ในชีวิตประจำวัน (เช่น สบู่ ยาสีฟัน) ค่าเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มและค่ารักษาพยาบาล ผลการศึกษา พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินทางด้านการศึกษา โดยภาพรวมมีการใช้จ่ายเงินอยู่ใน ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า มีการใช้จ่ายเงินอยู่ใน ระดับมาก 2 ข้อ และปานกลาง 3 ข้อ ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเงิน ทางด้านกิจกรรมนันทนาการโดยภาพรวมมีการใช้จ่ายเงินอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า มีการใช้จ่ายเงินอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ และระดับน้อย 6 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ดังนี้ ค่าเช่า คอมพิวเตอร์/เล่นเกมส์/อินเทอร์เน็ต ค่าหนังสืออ่านเล่น (เช่น นิยายสาร การ์ตูน) ค่าชมภาพยนตร์/การแสดง/การแข่งขันกีฬา ค่าท่องเที่ยวตามสถานที่ ท่องเที่ยวต่าง ๆ ค่าเที่ยวสถานบันเทิง/คาราโอเกะ ค่าบริการเสริมความงาม (เช่น ทำผม ทำเล็บ) และค่าเล่นการพนัน (เช่น หวย บอล) ผลการศึกษา พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินทางด้านสังคมนิยม แฟชั่น โดยภาพรวมมีการใช้ จ่ายเงินอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า มีการใช้จ่ายเงินอยู่ ในระดับปานกลาง 1 ข้อและระดับน้อย 4 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมาก ไปหาน้อยตามลำดับดังนี้ ค่าโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์เสริม ค่าสินค้าแฟชั่น (เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า) ค่าเครื่องสำอาง ค่าอาหารฟาสต์ฟู้ด (เช่น KFC พิซซา) และค่าเครื่องประดับ (เช่น แหวน สร้อยคอ)

ส่วนวิทยุทธ นวอัจฉริยะกิจ (2557) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของ นักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพที่อาศัยหอพักในเขตพื้นที่ เทศบาลตำบลหนองป่า ครั้ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าพฤติกรรมการใช้จ่ายของ นักศึกษาในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย พิจารณาเป็นราย ด้านแล้วพบว่านักศึกษามีพฤติกรรมการใช้จ่ายมากที่สุดคือด้านความจำเป็น พื้นฐาน ส่วนด้านนันทนาการและกิจกรรมทางสังคมมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเป็น อันดับสุดท้าย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. การใช้จ่ายเงินตามความต้องการทางสังคมของนักศึกษาที่เข้าร่วมงาน กีฬามหาวิทยาลัยในงานราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์ พบว่าค่าซื้อของฝาก/ของที่ ระลึกและค่ากิจกรรมการสังสรรค์อยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการ ประเภทของฝาก/ของที่ระลึกและบริการกิจกรรมการสังสรรค์ในจังหวัด อุบลราชธานี ควรเตรียมสินค้าของฝาก/ของที่ระลึกหรือบริการกิจกรรมการ สังสรรค์สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เดินทางเข้ามาทำกิจกรรมต่าง ๆ ในจังหวัด
2. การจ่ายเงินตามความต้องการพื้นฐานในด้านค่าอาหารอยู่ในระดับ มาก ดังนั้น ผู้ประกอบการประเภทอาหารในจังหวัดอุบลราชธานี ควรเตรียม ผลิตภัณฑ์อาหารที่เหมาะสมกับผู้มาเยือน ตั้งราคา จัดช่องทางการเข้าถึงสินค้า และจัดการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการพื้นฐานในด้าน อาหารของผู้มาเยือน
3. การใช้จ่ายเงินตามแบบบริโภคนิยมด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการสื่อสาร อยู่ในระดับมาก ค่าใช้จ่ายในร้านค้าแฟฟหรือร้านนั่งเล่นอยู่ในระดับปานกลาง

ดังนั้น ผู้ประกอบการประเภทการสื่อสารและร้านกาแฟหรือร้านนั่งเล่นในจังหวัดอุบลราชธานี ควรสื่อสารให้ผู้มาเยือนทราบถึงช่องทางการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและบริการร้านกาแฟหรือร้านนั่งเล่น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการพฤติกรรมการบริโภคของนักกีฬาที่เข้าร่วมการแข่งขันงานกีฬามหาวิทยาลัย การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคของนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

2. การศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคของนักกีฬาที่เข้าร่วมการแข่งขันงานกีฬามหาวิทยาลัย ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของคนไทยในช่วงวัยเด็ก วัยทำงาน และผู้สูงอายุในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

กนกรัตน์ เอี่ยมอรุณวรรณ. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้

จ่ายและการใช้เวลาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี กรณีศึกษา
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

ทรายทอง เลิศเปียง. (2557). พฤติกรรมการวางแผนทางการเงินส่วนบุคคล
ของนักศึกษาสาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ โรงเรียนลำปาง
พาณิชยการและเทคโนโลยี. วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ, 4(6), มกราคม-มิถุนายน 2557,
15-26.

- นฐนัย ไยบัว. (2556). รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักศึกษา กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ เชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ เชียงใหม่.
- ปรางพรรณ วรรณกุล. (2557). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยของวัยรุ่นในจังหวัดลำปาง. สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2561 จาก <http://repository.rmutl.ac.th/handle/123456789/289>.
- พัชรีย์ สารวิโรจน์. (2553). พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักศึกษา กองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. (2562). เอกสารประกอบการประชุมการเตรียมการจัดงานกีฬามหาวิทยาลัยครั้งที่ 46 ราชภัฏอุบลราชธานีเกมส์. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- มาร์เก็ตอู๊ปส์. (2560). เปิดมุมมองพฤติกรรมทางการเงินของคนไทย: ออมไม่พอ ใช้จ่ายไม่จำเป็น ออมผิดที่. สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2561 จาก <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/customer-insights-by-tmb-analytics/>.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560-2564. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). **บทสรุปผู้บริหาร การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2560**. สืบค้นเมื่อ 22 มิถุนายน 2561 จาก <http://www.nso.go.th/>.
- สูงษ์ พิมพิสนธ์. (2547). **พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของนักศึกษาที่กู้ยืมเงินจากกองทุนเงินให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาในจังหวัดเลย: กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเลย ประจำปี 2544**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เหมวลา เชิดชูพันธ์เสรี. (2559). **แบบแผนการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายจากความต้องการถือเงินของนักศึกษาพยาบาลมหาวิทยาลัยเอกชน. Verdian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 9(2), พฤษภาคม-สิงหาคม 2559, 597-609.**
- อภัยุทธ นวอัจฉริยะกิจ. (2557). **พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพที่อาศัยหอพักในเขตพื้นที่ เทศบาลตำบลหนองป่าครั่ง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.**
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis. (3rd ed).** New York: Harper and Row Publications.

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิภาพในการทำงานของ พนักงาน บริษัท โพรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอร์ซิง โซลูชันส์ จำกัด

Transformational Leadership and Work Effectiveness of Employees at Professional Outsourcing Solutions Company Limited

อดิศักดิ์ เงามหัสสกุล^{1*} ศศนันท์ วิวัฒน์ชาติ² ฉัตยาพร เสมอใจ³

Adisak Angmahussagul^{1*} Sasanant Vivadhanajat² Chattayaporn Samerjai³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน และเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บริษัท โพรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอร์ซิง โซลูชันส์ จำกัด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากประชากรซึ่งเป็นพนักงานประจำ จำนวน 45 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ตามความคิดเห็นของพนักงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนในรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี เป็นด้านที่พนักงานให้ความสำคัญสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการกระตุ้นสติปัญญา ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ และด้านการคำนึงถึงความเป็นเอกัตะบุคคล ตามลำดับ

^{1*,2,3} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

Faculty of Business Administration, Rajapruk University

*Corresponding author e-mail: addy.manu001@hotmail.com

(Received: March 11, 2019; Revised: March 26, 2019; Accepted: April 1, 2019)

ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนในรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านปริมาณงาน เป็นด้านที่พนักงานให้ความสำคัญสูงสุด รองลงมา คือ ด้านคุณภาพงาน ด้านเวลา และด้านค่าใช้จ่าย ตามลำดับ

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บริษัท โปรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอร์ซิง โซลูชั่นส์ จำกัด มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ประสิทธิภาพในการทำงาน

Abstract

The objectives of this research were to study the transformational leadership and the work effectiveness of employees, and to find the correlation of the transformational leadership and the work effectiveness of employees at Professional Outsourcing Solutions Company Limited. Questionnaires were used as a tool to collect data from 45 office employees. The statistical analysis used were number, percentage, mean, standard deviation and Pearson's correlation coefficient.

The results of this research found that the overall of the transformational leadership of employees at Professional Outsourcing Solutions Company Limited was at the high level. When considering separately, all aspects were at the high level included idealized influence or charisma leadership was found to be the most important for employees, follow by intellectual stimulation, inspiration motivation and individualized consideration respectively.

The overall of the work effectiveness of the employees was at the high level. When considering separately, all aspects were at the high level included quantity was found to be the most important for employees, follow by quality, time and cost respectively.

The transformational leadership and the work effectiveness of employees at Professional Outsourcing Solutions Company Limited has an averagely positive relation at the statistical significance level of .05.

Keywords: Transformational Leadership, Work Effectiveness

บทนำ

ในยุคสมัยที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งในเรื่องเทคโนโลยี สภาพแวดล้อม และสถานการณ์ เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และรวมถึงการติดต่อสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้การบริหารงานขององค์กรต้องปรับตัวเปลี่ยนแปลงให้ทันยุคทันสมัยเพื่อพร้อมเสมอกับการปฏิบัติงานขององค์กร ดังนั้น องค์กรจึงต้องมีการพัฒนาทรัพยากรบุคคลเพราะเชื่อว่าบุคคลเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถทำให้การบริหารองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ให้กลายเป็นผลผลิตและบริการตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

การดำเนินการให้เกิดผลผลิตหรือผลงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ผู้บริหารจะต้องใช้ “ภาวะผู้นำ” ซึ่งหมายถึงศาสตร์และศิลป์ในการบริหารจัดการ ได้แก่ ทักษะความสามารถและพฤติกรรม รวมถึงบุคลิกภาพประกอบกับการใช้อำนาจอิทธิพลด้วยความเป็นธรรมเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นและจูงใจผู้ปฏิบัติงานให้เกิดความศรัทธาและยินยอมปฏิบัติงานอย่างเต็มศักยภาพเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร (อภิรัตน์ กังสดารพร, ฉัตรวิทย์ องค์กรสิงห์ และธีระ ชินภัทร งามเดชะ, 2556) โดยตั้งแต่ทศวรรษที่ 1980 เป็นต้นมา จนถึงปัจจุบัน

ทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้รับความสนใจและนำมาเป็นองค์ประกอบในการศึกษาและวิจัยเป็นอย่างมาก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคโลกาภิวัตน์ส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ ประสบปัญหาที่หลากหลายภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น ภาวะผู้นำแบบเดิมที่ผู้นำหรือผู้บริหารเคยนำมาเป็นแนวทางในการบริหารจึงอาจต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับสภาวะการณ์ปัจจุบันมากยิ่งขึ้น โดยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะมุ่งยกระดับความต้องการความเชื่อ ทศนคติและคุณธรรมของผู้นำและผู้ตามให้สูงขึ้น (Burns, 1978)

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญในการประกอบธุรกิจคือ การที่องค์กรใดมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงจะมีผลกำไรที่สูงตามไปด้วย ฉะนั้นผลการปฏิบัติงานหรือการสร้างผลงานให้มีประสิทธิภาพ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือบรรลุลจุดเป้าหมายตามที่วางไว้ จะต้องพิจารณาจากคุณภาพของงานเป็นที่ยอมรับของลูกค้า ปริมาณงานที่เกิดขึ้นต้องเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เวลาที่ใช้ในการดำเนินงานต้องอยู่ในหลักการและมาตรฐาน และมีวิธีการบริหารให้มีความใช้จ่ายน้อยที่สุด ซึ่งการดำเนินงานขององค์กรย่อมขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของบุคลากร เพราะบุคลากรมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ผู้บริหารจึงต้องคิดหาวิธีสร้างแรงผลักดันเพื่อไปกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรเกิดพลังและเกิดความกระตือรือร้นในการทำงาน ด้วยความเต็มใจ ดังนั้น ผู้นำที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นกุญแจสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร และผู้นำต้องแสดงความเป็นผู้นำในรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งก่อให้เกิดความร่วมมือกันในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดตามเป้าหมายที่องค์กรได้วางไว้

บริษัท โพรเฟสชันแนล เอ้าท์ซอร์ซซิง โซลูชันส์ จำกัด (professional outsourcing solutions) หรือ “POS” เป็นบริษัทที่ให้บริการทางด้านการจัดการระบบเงินเดือนและภาษี รวมทั้งงานบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับแผนกทรัพยากรบุคคล และให้บริการทางด้านการจัดการระบบงานบัญชี

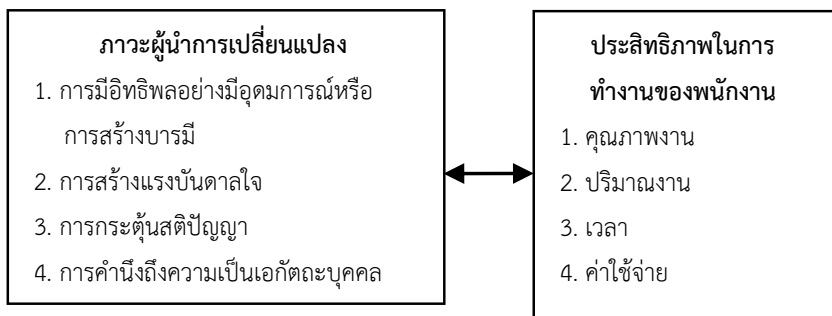
ครบวงจร บริษัทเติบโตมาจากบริษัทในกลุ่มแอนเตอร์เซ็นที่มีมาตรฐานการให้บริการในระดับสากล ถึงแม้จะแยกตัวออกมาบริหารงานด้วยคณะกรรมการและทีมงานที่เป็นคนไทยทั้งสิ้น แต่ยังคงยึดมั่นในมาตรฐานการให้บริการในระดับสากล และจากประสบการณ์การดำเนินงานมากกว่า 20 ปี ทำให้บริษัทเป็นที่ไว้วางใจสำหรับลูกค้าในกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ภาวะผู้นำของบริษัทเป็นตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลต่อและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน โดยเฉพาะยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง ผู้บริหารถือเป็นบุคคลที่สำคัญยิ่งที่จะเป็นแบบอย่าง เป็นผู้นำและผู้ประสานงานในการบริหาร ทั้งนี้การใช้ภาวะผู้นำที่ชาญฉลาดจะส่งผลให้บุคลากรผู้ปฏิบัติงานยอมอุทิศตนเพื่อการทำงานและเกิดความรู้สึกเจตคติที่ดีต่องานที่ทำ มีความสุขในการทำงานและยอมอุทิศตนเพื่อความสำเร็จของงาน

จากการวิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง พบว่า ผู้บริหารควรมีภาวะผู้นำในการบริหารเป็นอย่างดีซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บริษัท โปรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอร์ซซิง โซลูชันส์ จำกัด เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ และเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพผู้นำเพื่อบรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กร คือ เติบโต ต่อเนื่อง เพื่อเกิดประสิทธิภาพสูงสุด และเป็นแนวทางให้บริษัทเอกชนสามารถนำผลของการวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงและวางแผนพัฒนาการบริหารจัดการด้านองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน และสามารถปรับตัวเพื่อการแข่งขันในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของบริษัท โพรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอร์ซิง โซลูชันส์ จำกัด
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บริษัท โพรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอร์ซิง โซลูชันส์ จำกัด
3. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บริษัท โพรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอร์ซิง โซลูชันส์ จำกัด

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บริษัท โพรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอร์ซิง โซลูชันส์ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยประชากร คือ พนักงานประจำบริษัทฯ จำนวน 45 คน (บริษัท โพรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอร์ซิง โซลูชันส์ จำกัด, 2561) ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนธันวาคม 2561 – มกราคม 2562

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .94 จากการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด จากพนักงานบริษัททิวแมนนิกา จำกัด มหาชน ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี 2) การสร้างแรงบันดาลใจ 3) การกระตุ้นสติปัญญา และ 4) การคำนึงถึงความเป็นเอกัตละบุคคล มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท โปรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอสซิ่ง โซลูชันส์ จำกัด แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ปริมาณงาน 2) คุณภาพงาน 3) เวลา และ 4) ค่าใช้จ่าย มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับที่ได้รับคืนมาทั้งหมด และผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ตามกรอบแนวคิดวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัยแล้ว แปรผลข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้การการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแสดงดังตารางที่ 1 – 3 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 วิเคราะห์ระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี	3.74	.50	มาก
2. ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ	3.54	.63	มาก
3. ด้านการกระตุ้นสติปัญญา	3.69	.54	มาก
4. ด้านการคำนึงถึงความเป็นเอกัตถะบุคคล	3.49	.50	มาก
รวม	3.62	.47	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ตามความคิดเห็นของพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนในรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี ด้านการกระตุ้นสติปัญญา ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ และด้านการคำนึงถึงความเป็นเอกัตถะบุคคล ตามลำดับ

ตารางที่ 2 วิเคราะห์ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน

ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านคุณภาพงาน	3.95	.48	มาก
2. ด้านปริมาณงาน	3.99	.45	มาก
3. ด้านเวลา	3.76	.46	มาก
4. ด้านค่าใช้จ่าย	3.59	.51	มาก
รวม	3.82	.38	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัทโทรศัพท์ชั้นเนล เอ้าท์ซอสซิ่ง โซลูชั่นส์ จำกัด ตามความคิดเห็นของพนักงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และในรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านปริมาณงาน ด้านคุณภาพงาน ด้านเวลา และด้านค่าใช้จ่าย ตามลำดับ

ตารางที่ 3 วิเคราะห์ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน	
	Pearson Correlation (r)	ระดับความสัมพันธ์
1. ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี	.630**	ปานกลาง
2. ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ	.492**	ปานกลาง
3. ด้านการกระตุ้นสติปัญญา	.546**	ปานกลาง
4. ด้านการคำนึงถึงความเป็นเอกัตะบุคคล	.482**	ปานกลาง
รวม	.619**	ปานกลาง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิภาพในการทำงาน พบว่าสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง ในรายด้านพบว่า ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี มีระดับความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับกลางกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ในภาพรวมสูงที่สุด อนึ่งทุก ๆ ด้านของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ในระดับปานกลางทุกด้าน

สรุปการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บริษัท โปรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอสซิ่ง โซลูชันส์ จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บริษัท โปรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอสซิ่ง โซลูชันส์ จำกัด มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางทุกด้าน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงตามความคิดเห็นของพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนในรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน แสดงให้เห็นถึงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของบริษัท โปรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอสซิ่ง โซลูชันส์ จำกัด มีผู้บริหารแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในอุดมการณ์ มีวิสัยทัศน์และความสามารถในการถ่ายทอดไปยังผู้ตาม ผู้นำจะมีความสม่ำเสมอ สามารถควบคุมอารมณ์ได้ในสถานการณ์วิกฤต และมีการเสริมสร้างและส่งเสริมให้พนักงานมองเห็นเป้าหมายในการพัฒนาองค์กรร่วมกัน มีความคิดสร้างสรรค์ในการหาแนวทางการกระตุ้นใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหา กระตุ้นจิตวิญญาณของทีม (team spirit) ให้มีชีวิตชีวา มีการแสดงออกซึ่งความกระตือรือร้น โดยการสร้างเจตคติที่ดีและการคิดในแง่บวก และผู้บริหารแสดงการยอมรับและชื่นชมต่อพนักงานเมื่อปฏิบัติงานได้สำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถวิท ชื่นจิตต์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านการสร้างบาร์มี ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นการใช้ปัญญา และด้านการคำนึงถึงปัจเจกบุคคล และสอดคล้องกับแนวความคิดของ Bass & Avolio (1994) ได้กล่าวว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงหมายถึง คุณลักษณะของผู้นำที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการการกระตุ้น

ให้เกิดความสนใจระหว่างผู้ร่วมงานและผู้อื่นมองเห็นถึงแง่มุมใหม่ ๆ ในการทำงานและการทำให้เกิดการตระหนักรู้ในเรื่องภารกิจ และวิสัยทัศน์ของทีม และขององค์กร รวมถึงมีการพัฒนาความสามารถของผู้ร่วมงานและผู้ตามไปสู่ระดับที่สูงขึ้น และมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น โดยผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะชักนำผู้ตามให้ทำงานได้ผลงานมากกว่าที่ผู้ตามได้ตั้งใจไว้ตั้งแต่ต้น และผู้นำการเปลี่ยนแปลงมักจะใช้การท้าทายเพื่อนำไปสู่การบรรลุผลงานในระดับที่สูงขึ้น

2. ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนในรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน สรุปได้ว่า พนักงานบริษัท โพรเฟสชันแนล เอ้าท์ซอสซิ่ง โซลูชันส์ จำกัด สามารถผลิตชิ้นงานออกมาตรงตามความต้องการของบริษัทและสร้างความพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้มารับบริการ โดยมีการควบคุมการทำงานที่มีมาตรฐานตลอดจนสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและตรงตามเวลาที่บริษัทกำหนดไว้ โดยใช้ทรัพยากรด้านการเงิน วัสดุ และเทคโนโลยีที่มีอยู่อย่างประหยัดคุ้มค่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาคริต ศรีขาว (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพ ในด้านการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทหมิสก้น (ไทยแลนด์) จำกัด พบว่า พนักงานมีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวความคิดของ Peterson & Plowman (1953) ได้สรุปองค์ประกอบของประสิทธิภาพไว้ 4 ข้อ คือ 1) คุณภาพของงาน จะต้องมีความสูงสามารถสร้างความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้มารับบริการ 2) ปริมาณงาน โดยผลงานที่ปฏิบัติได้มีปริมาณที่เหมาะสมตามที่กำหนดในแผนงานหรือเป้าหมายที่บริษัทวางไว้และควรมีการวางแผนบริหารเวลาเพื่อให้ได้ปริมาณงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ 3) เวลา คือ เวลาที่ใช้ในการดำเนินงานจะต้องอยู่ในลักษณะที่ถูกต้องตามหลักการเหมาะสมกับงาน และ 4) ค่าใช้จ่าย คือ จะต้องลงทุนน้อยและได้ผลกำไรมากที่สุด ประสิทธิภาพในมิติของค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนการผลิต ได้แก่ การใช้ทรัพยากรด้านการเงิน คน วัสดุ เทคโนโลยีที่มีอยู่อย่างประหยัดคุ้มค่าและเกิดการสูญเสียน้อยที่สุด

3. ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท โปรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอร์ซิง โซลูชันส์ จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นไปในทิศทางบวก และเมื่อแยกพิจารณาตามรายด้านพบว่าทุก ๆ ด้านมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณิการ์ วัฒนาวีโส (2551) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลง ความพึงพอใจในงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยศึกษาจากพนักงานประจำของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งที่น่าสนใจธุรกิจด้านเครื่องจักรกลการเกษตร จากการศึกษาพบว่าภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลงทั้ง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ภาวะผู้นำเชิงบริหารมีการสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญา และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในงาน โดยหากผู้บังคับบัญชามีภาวะผู้นำแบบสร้างความเปลี่ยนแปลงสูงก็จะส่งผลทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในงานสูงตามไปด้วย เช่นเดียวกับ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท โปรเฟสชั่นแนล เอ้าท์ซอร์ซิง โซลูชันส์ จำกัด ซึ่งพบว่า หากภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเพิ่มสูงขึ้นจะทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัทสูงขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี พบว่า ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์หรือการสร้างบารมี อยู่ในระดับมาก คือ ผู้บริหารต้องแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในอุดมการณ์ ความเฉลียวฉลาดและความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้น และผู้บริหารต้องเสียสละ

ประโยชน์ส่วนตนเพื่อประโยชน์ส่วนรวม เพื่อให้ผู้ตามเกิดความภาคภูมิใจ ความจงรักภักดี และเป็นการสร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกัน

ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ พบว่า ด้านการสร้างแรงบันดาลใจอยู่ในระดับมาก คือ ผู้บริหารต้องเสริมสร้างและส่งเสริมให้พนักงานมองเห็นเป้าหมายในการพัฒนาองค์กรร่วมกัน และให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นของพนักงาน ผู้นำจะกระตุ้นจิตวิญญาณของทีมให้มีความกระตือรือร้น โดยการสร้างเจตคติที่ดีและการคิดในแง่บวก และแสดงความเชื่อมั่นแสดงให้เห็นความตั้งใจอย่างแน่วแน่ว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายได้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ตามมองข้ามผลประโยชน์ของตน และผู้บริหารต้องกระตุ้นให้พนักงานมีการทำงานเป็นทีมอย่างมีชีวิตชีวา ทำให้คนทำงานมีความสุขและสนุกกับงาน จึงไม่ต้องการย้ายไปทำงานที่อื่น กลายเป็นความรู้สึกผูกพันและรักองค์กรในที่สุด

ด้านการกระตุ้นสติปัญญา พบว่า ด้านการกระตุ้นสติปัญญาอยู่ในระดับมาก คือ ผู้บริหารมีความคิดสร้างสรรค์ในการหาแนวทางการกระตุ้นใหม่ ๆ ในการแก้ปัญหา และกระตุ้นให้พนักงานตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาร่วมกัน ผู้นำต้องสร้างแรงจูงใจและสนับสนุนความคิดใหม่ ๆ ของพนักงาน และต้องพิสูจน์ให้เห็นว่าสามารถเอาชนะอุปสรรคทุกอย่างได้ จากความร่วมมือในการแก้ปัญหาของผู้ตามทุกคน

ด้านการคำนึงถึงความเป็นเอกัตถะบุคคล พบว่า ด้านการคำนึงถึงความเป็นเอกัตถะบุคคลอยู่ในระดับมาก คือ ผู้บริหารแสดงการยอมรับและชื่นชมต่อพนักงานเมื่อปฏิบัติงานได้สำเร็จ มอบหมายงานตามความสามารถของแต่ละบุคคลเพื่อการพัฒนาผู้ตาม โดยให้ความดูแลเอาใจใส่พนักงานเป็นรายบุคคล เป็นการทำให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญเสมอ

2. ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน

ด้านคุณภาพงาน พบว่า ด้านคุณภาพงานอยู่ในระดับมาก คือ ผลงานมีคุณภาพสร้างความพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้มารับบริการ และเป็นที่ยอมรับต่อ

องค์กรภายนอก ซึ่งพนักงานต้องมีจิตสำนึกในการทำงาน โดยเห็นแก่ประโยชน์ขององค์กรเป็นหลักและไม่เอาเปรียบองค์กรเพื่อผลประโยชน์สูงสุดขององค์กร

ด้านปริมาณงาน พบว่า ด้านปริมาณงานอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานรายบุคคลสามารถผลิตชิ้นงานได้ตามเป้าหมายที่ได้รับมอบหมาย และสามารถผลิตชิ้นงานได้ตรงตามเป้าหมายขององค์กร ซึ่งจำนวนชิ้นงานที่พนักงานรายบุคคลได้รับมอบหมายนั้นต้องมีความเหมาะสม โดยการกำหนดความมากน้อยเป็นมาตรฐานของการมอบหมายงานให้กับพนักงานรายบุคคล เพื่อให้ผลงานออกมามีคุณภาพ

ด้านเวลา พบว่า ด้านเวลาอยู่ในระดับมาก คือ โดยรวมผลงานสำเร็จตรงตามเวลาที่องค์กรกำหนด เนื่องมาจากพนักงานมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนในการปฏิบัติงาน จึงใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานน้อย เพราะฉะนั้นองค์กรต้องกำหนดเวลาในการดำเนินงานให้อยู่ในลักษณะที่ถูกต้องตามหลักการและเหมาะสมกับงานกับจำนวนพนักงาน

ด้านค่าใช้จ่าย พบว่า ด้านค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับมาก คือ การใช้ทรัพยากรด้านการเงิน วัสดุ เทคโนโลยีที่มีอยู่อย่างประหยัดคุ้มค่า และระหว่างกระบวนการปฏิบัติงานเกิดการสูญเสียในการผลิตน้อยที่สุด ซึ่งองค์กรต้องกำหนดวิธีการดำเนินงานที่เหมาะสม เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่าย เพื่อให้ได้ผลกำไรมากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เช่น ความพึงพอใจในการทำงาน ความจงรักภักดีต่อองค์กร หรือความผูกพันต่อองค์กร เป็นต้น

2. ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน เช่น รูปแบบของงาน หรืออาจจะใช้ตัวแปรอื่น ๆ ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ในขณะนั้น

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ผู้วิจัยได้รับความกรุณาเป็นอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ศศินันท์ วิวัฒน์ชาติ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตยาพร เสมอใจ ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำและคำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ พร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมถึงให้ความช่วยเหลือระหว่างการศึกษาตั้งแต่เริ่มจนการศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิการ์ วัฒนาวิโส. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำแบบสร้างความสำเร็จเปลี่ยนแปลงกับความพึงพอใจในงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ: กรณีศึกษาบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชาคริต ศรีขาว. (2551). ความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท มิสกัน (ไทยแลนด์) จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- บริษัท โพรเฟสชันแนล เอ้าท์ซอร์ซิง โซลูชันส์ จำกัด. (2561). ข้อมูลบริษัท โพรเฟสชันแนล เอ้าท์ซอร์ซิง โซลูชันส์ จำกัด. สัมภาษณ์. 18 ธันวาคม 2561.
- อภิรัตน์ กังสดารพร, ฉัตรวรรณ องค์กรสิงห์ และธีระ ชินภัทร รามเดชะ. (2556). ภาวะผู้นำของอธิการบดีกับประสิทธิผลของสถาบันอุดมศึกษาไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, 9(15), 83-97.
- อรรถวิท ชื่นจิตต์. (2558). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- Bass, B. M. & Avolio, B. J. (1994) . **Improving Organizational Effectiveness Through Transformational Leadership**. London: Sage.
- Burns, J. M. (1978). **Leadership**. New York: Harper and Row.
- Peterson, E. & Plowman, G. E. (1953). **Business Organizational and Management**. Illinois: Irwin.

**ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานฝึกสหกิจศึกษา
และฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์
คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
Online Management Information System of the Cooperative
Education and Professional Experience Internship,
Faculty of Business Administration and Accounting,
Sisaket Rajabhat University**

พนิดา พานิชกุล^{1*} ลัทธกาญจน์ กุญแก้ว² อภิวัฒน์ สุกเหลือง³
Panida Panichkul^{1*} Lattagarn Kuikaew² Apiwat Sooklueang³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานฝึกสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ 2) ประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานฝึกสหกิจและฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานฝึกสหกิจและฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างมี 4 กลุ่มได้แก่ นักศึกษาจำนวน 140 คน เจ้าหน้าที่ศูนย์สหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพของคณะฯ จำนวน 2 คน อาจารย์

^{1*,2} คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

Faculty of Business Administration and Accounting, Sisaket Rajabhat University

³ กลุ่มงานวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

Office of Academic Resources and Information Technology, Sisaket Rajabhat University

*Corresponding author e-mail: p.panichkul@sskru.ac.th

(Received: December 29, 2018; Revised: March 30, 2019; Accepted: April 20, 2019)

ประจำวิชา จำนวน 7 คน และสถานประกอบการ 36 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์ 2) แบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพของระบบ และ 3) แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ

ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานฝึกสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์สามารถนำไปใช้งานได้จริง โดยแบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนของผู้ใช้ (user) และ ส่วนของผู้ดูแลระบบ (admin) สำหรับผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบโดยผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับดีที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = .52) และผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = .63)

คำสำคัญ: ระบบสหกิจศึกษาออนไลน์ ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการระบบฝึกประสบการณ์วิชาชีพออนไลน์

Abstract

The objectives of this research were 1) to develop online management information system of the cooperative education and professional experience Internship, Faculty of Business Administration and Accounting, Sisaket Rajabhat University 2) to evaluate the efficiency of Online Management Information System of The Cooperative Education and Professional Experience Internship, and 3) to evaluate user satisfaction of Online Management Information System of The Cooperative Education and Professional Experience Internship. The samples had 4 groups consist of 1) 140 students, 2) 2 Cooperative Education and Professional Experience Center administrator, 3) 7 subject lecturers, and 4) 36 enterprises.

The instruments used in this research were 1) online management information system of the cooperative education and professional experience internship Faculty of Business Administration and Accounting, Sisaket Rajabhat University 2) efficiency evaluation questionnaire, and 3) user satisfaction questionnaire.

The results of this research found that the development of online management information system of the cooperative education and professional experience Internship can actually be used. The working system has 2 functions consists of 1) front-end users function and back-end (admin) function. The results of the system efficiency by experts were at higher level ($\bar{x} = 4.55$, S.D. = .52) and the results of user satisfaction was at a good level ($\bar{x} = 4.34$, S.D. = .63).

Keywords: Cooperative Education System, Management Information System, Professional Experience System

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศมีความก้าวหน้าอย่างมาก หน่วยงานและองค์กรต่างๆ นิยมใช้ระบบสารสนเทศช่วยจัดการงานในแต่ละฝ่าย เนื่องจากระบบสารสนเทศมีเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นองค์ประกอบหลักที่มีอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ ฐานข้อมูล การติดต่อสื่อสาร และเครือข่ายคอมพิวเตอร์เป็นกลไกในการจัดเก็บข้อมูล ประมวลผล จัดการข้อมูล และสามารถสร้างรายงานตามที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งระบบสารสนเทศเหล่านี้สามารถทำงานได้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่มีการใช้งานกันอย่างแพร่หลายในสังคมไทย คนไทยทั้งในเมืองใหญ่หรือต่างอำเภอสามารถเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้อย่างเท่าเทียมกัน

ด้วยอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล และโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ทำให้การเข้าถึงแหล่งข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ทำได้ง่ายขึ้น

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองการปกครอง และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลกระทบโดยตรงต่อการผลิตบัณฑิตของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ดังนั้น กระทรวงศึกษาธิการจึงได้มีการปรับปรุงการบริหารจัดการหลักสูตรเรียนการสอน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) กำหนดให้แต่ละสาขาจัดทำหลักสูตรให้สอดคล้องตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิดังกล่าว สาขาส่วนใหญ่จะถูกกำหนดให้มีรายวิชาประสบการณ์ภาคสนาม ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ฝึกงานหรือฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และสหกิจศึกษา ที่เป็นรายวิชาที่จะทำให้นักศึกษาสามารถเรียนรู้ได้จากประสบการณ์จริง ทำงานได้จริงตามที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ เปิดหลักสูตรในระดับปริญญาตรีทั้งหมด 7 หลักสูตร ได้แก่ การบัญชี การจัดการ การตลาด การท่องเที่ยวและการโรงแรม คอมพิวเตอร์ธุรกิจ เศรษฐศาสตร์การเงิน การคลัง และการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ ทุกหลักสูตรมีโครงสร้างรายวิชาที่กำหนดขึ้นตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ (มคอ.1) ของหลักสูตรนั้นอย่างเคร่งครัด ทุกหลักสูตรจะกำหนดให้มีรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ/สหกิจศึกษาสำหรับนักศึกษาชั้นปีสุดท้าย เพื่อสนับสนุนให้นักศึกษาได้มีประสบการณ์จริงตามนโยบายของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ซึ่งในรายวิชาดังกล่าวอยู่ภายใต้การดูแลของศูนย์สหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพของคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี

ในภาคเรียนที่นักเรียนกำลังลงทะเบียนในรายวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ/สหกิจศึกษา ศูนย์สหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพของคณะฯ จะประกาศปฏิทินการดำเนินการขอฝึกงานไปยังอาจารย์ประจำรายวิชาของแต่ละสาขา เพื่อแจ้งนักศึกษาที่ลงทะเบียนในรายวิชาดังกล่าวปฏิบัติตามปฏิทิน โดยเริ่มจากนักศึกษาติดต่อสถานประกอบการที่ต้องการขอเข้าไปฝึกงาน กรอกแบบฟอร์ม

จองสถานที่ฝึกงานที่ได้รับจากอาจารย์ประจำรายวิชาเพื่อนำไปจัดทำหนังสือขออนุญาตฝึกงาน ซึ่งต้องผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ประจำวิชาของแต่ละสาขา แล้วจึงรวบรวมของทุกสาขามาผ่านการพิจารณาของคณบดี จึงสามารถนำไปยังสถานประกอบการต่างๆ เพื่อรอหนังสือตอบกลับจากสถานประกอบการ เมื่อถึงกำหนดเวลาเริ่มฝึกงาน นักศึกษาจะต้องไปประจำสถานประกอบการพร้อมหนังสือส่งตัวเพื่อดำเนินการฝึกงานจนกว่าจะครบกำหนด ปัญหาที่พบจากกระบวนการดังกล่าวคือนักศึกษาไม่มีรายชื่อสถานประกอบการที่อนุญาตให้เข้าฝึกงานเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้วิธีสอบถามจากรุ่นพี่ที่เคยไปฝึกงาน การรวบรวม การจัดเก็บ และการส่งต่อเอกสารไปยังบุคคลที่เกี่ยวข้องค่อนข้างซับซ้อน ไม่สอดคล้อง และบางครั้งพบว่า เอกสารสูญหาย ทำให้การค้นหาข้อมูลการฝึกงานของนักศึกษาในอดีตล่าช้า และไม่พบข้อมูล การจัดทำหนังสือส่งตัวมีความล่าช้าเนื่องจากใช้วิธีคัดลอกรายชื่อและสถานประกอบการทีละราย การดำเนินงานของศูนย์สหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพของคณะจึงไม่คล่องตัว

จากปัญหาและความสำคัญดังกล่าวผู้วิจัยจึงเห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานฝึกสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์ ให้กับคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ เพื่อให้การจัดการงานฝึกสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพมีประสิทธิภาพ สะดวก และรวดเร็ว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานฝึกสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานฝึกสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์โดยผู้เชี่ยวชาญ

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานฝึกสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้เกี่ยวข้องกับการจัดการเฉพาะในส่วนของการฝึกสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ของศูนย์สหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและการบัญชีที่กำลังจะออกฝึกงานในภาคเรียนที่ 2/2560 จำนวน 694 คน เจ้าหน้าที่ศูนย์สหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 2 คน อาจารย์ประจำรายวิชาสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 7 คน สถานประกอบการที่ตอบรับนักศึกษาจำนวน 180 แห่ง

กลุ่มตัวอย่าง

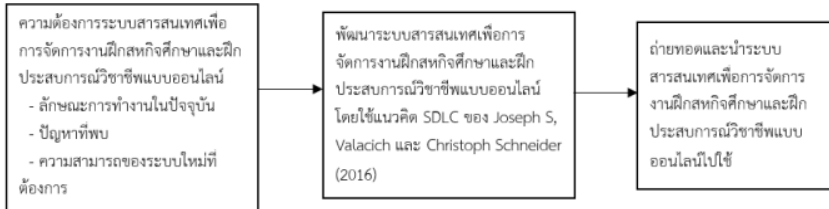
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือผู้ใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานฝึกสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและการบัญชีจำนวน 140 คน ซึ่งได้จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จากนักศึกษา 7 สาขาวิชาที่กำลังจะออกฝึกงานในภาคเรียนที่ 2/2560

2. เจ้าหน้าที่ศูนย์สหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพจำนวน 2 คน ซึ่งได้จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

3. อาจารย์ประจำรายวิชาสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพจำนวน 7 คน จาก 7 สาขาวิชา สาขาวิชาละ 1 คน ซึ่งได้จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

4. สถานประกอบการ จำนวน 36 แห่ง ซึ่งได้จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากสถานประกอบการที่ตอบรับนักศึกษาฝึกงานในภาคเรียนที่ 2/2560



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้ใช้วิธีการสนทนากลุ่มในการเก็บรวบรวมความต้องการระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานฝึกสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานฝึกสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ด้วยการสร้างชุดคำสั่งหรือเขียนโปรแกรมภาษา PHP, JavaScript และ CSS โดยใช้โปรแกรม NetBeans IDE 8.2 เป็น Editor ใช้ฐานข้อมูล MySQL ที่จัดการด้วย PHPMyAdmin และใช้ Apache เป็นเซิร์ฟเวอร์จำลอง

2. แบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพของระบบ เป็นแบบสอบถามที่ใช้ประเมินประสิทธิภาพของระบบ โดยผู้ประเมินคือผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์ จำนวน 5 ท่าน แบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 การประเมินประสิทธิภาพของระบบ แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านตรงตามความต้องการของผู้ใช้ระบบ (functional requirement test) ด้านการทำงานได้ตามฟังก์ชันงานของระบบ (function test) ด้านความง่ายต่อการใช้งานระบบ (usability test) และด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในระบบ (security test) โดยแบบสอบถามในตอนที่ 1 มีลักษณะเป็นแบบมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) (อ้างอิงใน ธาณินทร์ ศิลป์จารุ, 2550) ประกอบด้วยตัวเลือก 5 ระดับตามความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

ดีที่สุด	ให้	5	คะแนน
ดี	ให้	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้	3	คะแนน
พอใช้	ให้	2	คะแนน
ควรปรับปรุง	ให้	1	คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยเพื่อนำผลไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมิน (พิสุทธา อารีราษฎร์, 2551) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 – 5.00 หมายความว่า ระดับดีที่สุด

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 – 4.49 หมายความว่า ระดับดี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 – 3.49 หมายความว่า ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.50 – 2.49 หมายความว่า ระดับพอใช้

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.49 หมายความว่า ระดับปรับปรุง

ค่าเฉลี่ยที่ยอมรับได้คือ 3.50 – 5.00

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติม เป็นแบบสอบถามปลายเปิดใช้แสดงความคิดเห็นหรือคำแนะนำเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์

3. แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ เป็นแบบสอบถามที่ใช้ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ ซึ่งประกอบด้วยนักศึกษา เจ้าหน้าที่

ศูนย์สหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ อาจารย์ประจำวิชา และสถานประกอบการ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ สถานะ และเพศ

ตอนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบ มีลักษณะคำตอบเป็นแบบมาตรวัดลิเคิร์ต ประกอบด้วยตัวเลือก 5 ระดับตามความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่นเดียวกับแบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพของระบบ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติม เป็นแบบสอบถามปลายเปิดใช้แสดงความคิดเห็นและคำแนะนำเพิ่มเติมของผู้ใช้ระบบ

การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีและหลักการจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการทำวิจัยระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และเพื่อใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

2. กำหนดกรอบแนวคิดของงานวิจัยและนำเสนอต่อที่ปรึกษางานวิจัย

3. กำหนดขอบเขตและรายละเอียดของแบบสอบถาม

4. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพของระบบ

5. นำแบบสอบถามไปเสนอต่อที่ปรึกษางานวิจัย

6. ปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของที่ปรึกษางานวิจัย

7. นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือจำนวน 3 ท่าน โดยการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือจะใช้วิธีคำนวณหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา/วัตถุประสงค์ (item object congruence: IOC) และให้ค่าคะแนนดังนี้

ใช้ได้ ให้ค่าคะแนนเป็น 1

ไม่แน่ใจ ให้ค่าคะแนนเป็น 0

ใช้ไม่ได้ ให้ค่าคะแนนเป็น -1

8. คำนวณหาคุณภาพของเครื่องมือ

9. นำแบบสอบถามกลับมาดูผลการคำนวณ พบว่าแบบสอบถามทั้ง 2 ฉบับ ทุกข้อคำถามมีค่ามากกว่า .50 โดยมีค่าส่วนใหญ่เท่ากับ 1

10. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง (try out) จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

11. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามไปยังส่วนงาน สหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี เพื่อให้เจ้าหน้าที่ตอบแบบสอบถาม และทำหนังสือไปยัง 7 สาขาวิชา เพื่อให้อาจารย์ประจำวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ/สหกิจศึกษา ได้ทำการตอบแบบสอบถาม รวมถึงขอความอนุเคราะห์อาจารย์ประจำรายวิชาแจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ด้วย จำนวนทั้งสิ้น 140 คน

2. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามไปยังสถานประกอบการ จำนวน 36 แห่ง

3. รวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 185 คน และตรวจสอบความเรียบร้อยและสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่รวบรวมกลับมา

4. ลงรหัสในแบบสอบถาม

5. บันทึกข้อมูลลงในโปรแกรมประมวลผลทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

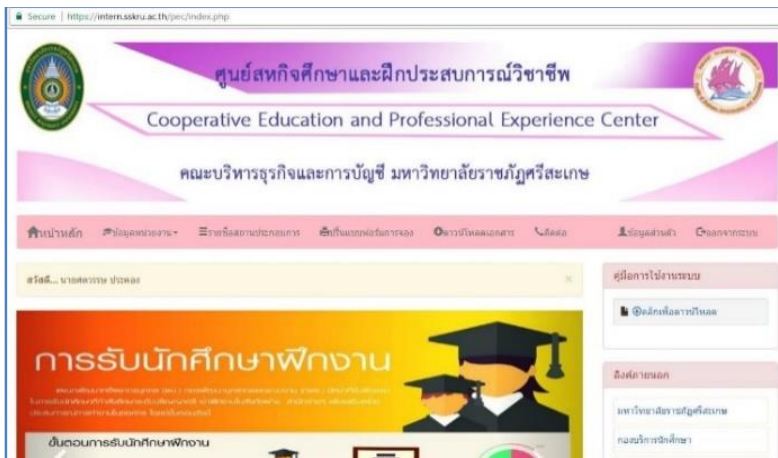
การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ส่งรหัสแล้วมาบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ
2. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป
3. นำค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์เพื่อแปลผลเป็นรายชื่อ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานศูนย์สหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์ แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนของผู้ใช้ และส่วนของผู้ดูแลระบบ และได้ติดตั้งระบบที่ <https://intern.sskru.ac.th> ส่วนของผู้ใช้ระบบ แสดงภาพดังต่อไปนี้

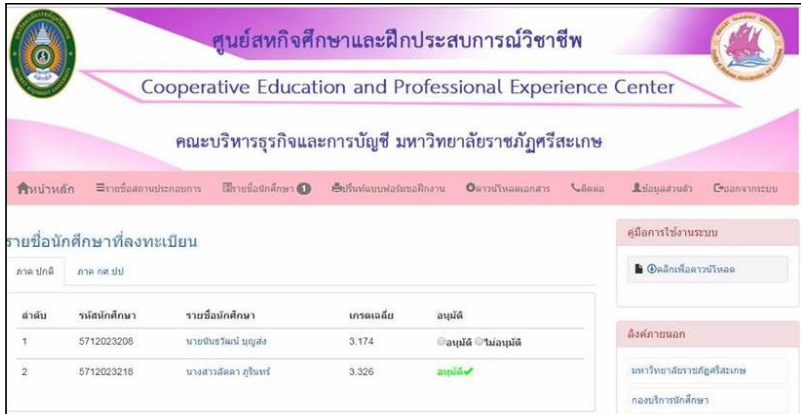


ภาพที่ 2 การทำงานในหน้าแรกส่วนของผู้ใช้ระบบ

จากภาพที่ 2 แสดงการทำงานในหน้าแรกในส่วนของผู้ใช้ระบบ ซึ่งจากภาพตัวอย่าง ผู้ใช้ระบบคือนักศึกษา เมื่อล็อกอินเข้าสู่ระบบ จะพบข่าวประชาสัมพันธ์และประกาศต่าง ๆ รวมถึงเมนูการใช้งานสำคัญ ได้แก่ ข้อมูลหน่วยงาน รายชื่อสถานประกอบการ ปรี้นแบบฟอร์มการจอง ดาวน์โหลดเอกสาร ติดต่อ และข้อมูลส่วนตัวที่สามารถเข้าไปแก้ไขได้

ภาพที่ 3 การทำงานส่วนของผู้ใช้ระบบสำหรับนักศึกษา

ภาพที่ 3 การทำงานส่วนสำคัญของผู้ใช้ระบบสำหรับนักศึกษา คือ การกรอกข้อมูลการจองสถานประกอบการ



ศูนย์สหกิจศึกษาและพัฒนาประสบการณ์วิชาชีพ
Cooperative Education and Professional Experience Center

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

หน้าหลัก | รายชื่อสถานประกอบการ | รายชื่อนักศึกษา | **ยื่นใบสมัครขอฝึกงาน** | ดาวน์โหลดเอกสาร | ติดต่อ | ข้อมูลส่วนตัว | ออกจากระบบ

รายชื่อนักศึกษาที่ลงทะเบียน

ภาค ปกติ | ภาค กศ.ปป

ลำดับ	รหัสนักศึกษา	รายชื่อนักศึกษา	เกรดเฉลี่ย	อนุมัติ
1	5712023208	นายธีรวัฒน์ บุญสูง	3.174	อนุมัติ อนุมัติ
2	5712023218	นางสาวลัดดา คุ้มทรัพย์	3.326	อนุมัติ ✓

คู่มือการใช้งานระบบ

📄 ดาวน์โหลดไฟล์เอกสาร

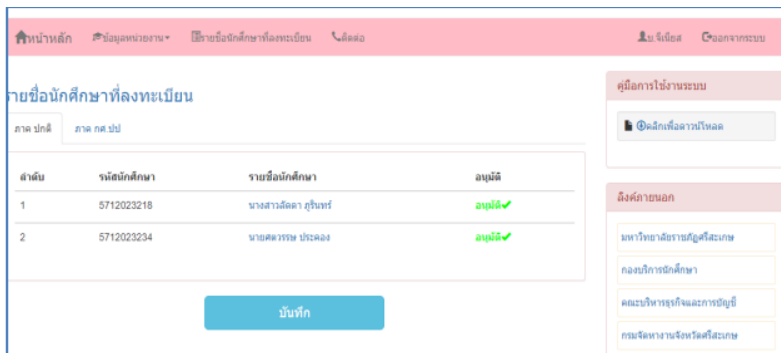
ลิงค์ภายนอก

มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

กองบริหารการศึกษา

ภาพที่ 4 การทำงานส่วนของผู้ใช้ระบบสำหรับอาจารย์

ภาพที่ 4 การทำงานส่วนของผู้ใช้ระบบสำหรับอาจารย์ กล่าวคือ อาจารย์สามารถเรียกดูการจ้องสถานที่ฝึกงานและพิจารณาอนุมัติได้



หน้าหลัก | ข้อมูลหน่วยงาน | รายชื่อนักศึกษาที่ลงทะเบียน | **ยื่นใบสมัครขอฝึกงาน** | ติดต่อ

ข้อมูลส่วนตัว | ออกจากระบบ

รายชื่อนักศึกษาที่ลงทะเบียน

ภาค ปกติ | ภาค กศ.ปป

ลำดับ	รหัสนักศึกษา	รายชื่อนักศึกษา	อนุมัติ
1	5712023218	นางสาวลัดดา คุ้มทรัพย์	อนุมัติ ✓
2	5712023234	นายศุภราช ปรังละอ	อนุมัติ ✓

บันทึก

คู่มือการใช้งานระบบ

📄 ดาวน์โหลดไฟล์เอกสาร

ลิงค์ภายนอก

มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

กองบริหารการศึกษา

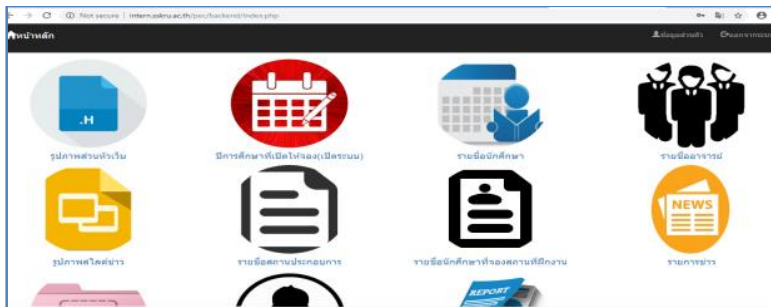
คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี

กองเจ้าหน้าที่บริหารงาน

ภาพที่ 5 การทำงานส่วนของผู้ใช้ระบบสำหรับสถานประกอบการ

ภาพที่ 5 การทำงานส่วนของผู้ใช้ระบบสำหรับสถานประกอบการที่สามารถพิจารณาอนุมัติการขอฝึกงานของนักศึกษาได้

ส่วนของผู้ดูแลระบบ หรือเจ้าหน้าที่ศูนย์สหกิจศึกษาฯ แสดงภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 6 การทำงานส่วนของผู้ดูแลระบบ

ภาพที่ 6 หน้าจอการทำงานส่วนของผู้ดูแลระบบ ประกอบไปด้วยเมนูที่ช่วยจัดการข้อมูลหลักของระบบได้

ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบมีดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบ

ข้อที่	รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1	ประสิทธิภาพด้านการตรงตามความต้องการของผู้ใช้ระบบ (functional requirement test)	4.64	.50	ดีที่สุด
2	ประสิทธิภาพด้านการทำงานได้ตามฟังก์ชันงานของระบบ (function test)	4.54	.51	ดีที่สุด
3	ประสิทธิภาพของระบบด้านความง่ายต่อการใช้งานระบบ (usability test)	4.40	.52	ดี
4	ประสิทธิภาพด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในระบบ (security test)	4.60	.55	ดีที่สุด
	รวม	4.55	.52	ดีที่สุด

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบมีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบ

ข้อที่	รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1	ความง่ายต่อการใช้งานของระบบ	4.30	.57	ดี
2	ระบบทำงานได้ถูกต้อง	4.36	.60	ดี
3	ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลในระบบ	4.33	.65	ดี
4	ความเป็นปัจจุบันของข้อมูลในระบบ	4.39	.63	ดี
5	ความเหมาะสมของรูปแบบที่ใช้ในระบบ	4.33	.63	ดี
6	ความน่าเชื่อถือของข้อมูลในระบบ	4.36	.60	ดี
7	ความสะดวกในการใช้งานระบบ	4.45	.64	ดี
8	ความน่าสนใจของข้อมูลในระบบ	4.30	.66	ดี
9	ความหลากหลายของข้อมูลในระบบ	4.19	.72	ดี
9	ความหลากหลายของข้อมูลในระบบ	4.19	.72	ดี
10	การใช้ประโยชน์จากระบบ	4.41	.61	ดี
รวม		4.34	.63	ดี

สรุปการวิจัย

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานฝึกสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ มีดังต่อไปนี้

1. ผลการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานฝึกสหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพแบบออนไลน์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ แบ่งการทำงานเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของผู้ใช้ และ ส่วนของผู้ดูแลระบบ สามารถทำงานบนเว็บไซต์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

สามารถแสดงผลบนอุปกรณ์ที่มีขนาดแตกต่างกัน เช่น คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก สมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต เป็นต้น เป็นระบบที่พัฒนาขึ้นมาเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงานของศูนย์สหกิจศึกษาและฝึกประสบการณ์วิชาชีพของคณะ บริหารธุรกิจ ระบบฯ ช่วยให้อาจารย์ประจำวิชาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ตรวจสอบและอนุมัติการขอฝึกงานของนักศึกษาได้ง่ายขึ้น และนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ที่กำลังจะออกฝึกประสบการณ์สามารถจองสถานที่ฝึกงานได้สะดวก สามารถ ตรวจสอบสถานะการอนุมัติฝึกงานได้ และระบบสามารถแจ้งเตือนสถานะการ อนุมัติการขอฝึกงานผ่านทางอีเมล นอกจากนี้ สถานประกอบการยังสามารถตอบ รับการขอฝึกงานผ่านทางเว็บไซต์ได้อีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพจน์ บัวเลิง และคณะ (2560) ซึ่งทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบสารสนเทศฝึก ประสบการณ์วิชาชีพนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราช ภัฏร้อยเอ็ด ที่สามารถใช้งานได้กับอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่เชื่อมโยงกับระบบ เครือข่ายซึ่งระบบสารสนเทศสามารถทำงานด้วยโปรแกรม web browser ต่างๆ รวมทั้งสามารถแสดงผลในอุปกรณ์ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี (responsive web)

2. ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบโดยรวมอยู่ในระดับดีที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = .52) แสดงให้เห็นว่าระบบที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพและเป็น ที่น่าพอใจของผู้ใช้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเด่นชัย สมบอง และคณะ (2557) ซึ่งทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบบริหารจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพโดยอาศัย เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารขึ้นมามีลักษณะการทำงานเป็นเว็บแอป พลิกเคชั่น ใช้กระบวนการพัฒนาตามวงจรชีวิตการพัฒนาระบบงานสารสนเทศ (system development life cycle: SDLC) ซึ่งมีผลการประเมินประสิทธิภาพ ของระบบโดยผู้เชี่ยวชาญอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ($\bar{X} = 4.81$, S.D. = .13)

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบอยู่ในเกณฑ์ดี ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = .63) และสอดคล้องกับงานวิจัยของกมลมาศ วงษ์ใหญ่ และมัชฌมกานต์ เผ่า สวัสดิ์ (2558) เรื่อง การพัฒนาระบบการจัดการสารสนเทศสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งพัฒนาขึ้นเพื่อ

รวบรวมนและเผยแพร่ข้อมูลโครงการสหกิจศึกษาของมหาวิทยาลัยมีผู้ใช้งานระบบทั้งหมด 5 ส่วน คือ ผู้ดูแลระบบ สถานประกอบการ นักศึกษา เจ้าหน้าที่คณะและอาจารย์นิเทศ ผลการศึกษาคความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อระบบการจัดการสารสนเทศสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .71

ข้อเสนอแนะ

ควรเพิ่มความสามารถด้านการนำทางไปยังสถานประกอบการด้วย google map API ควรเพิ่มการทำงานสำหรับผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มอาจารย์นิเทศให้สามารถเข้าถึงข้อมูลนักศึกษาและสถานประกอบการที่กำลังจะไปนิเทศ โดยอาจารย์นิเทศสามารถบันทึกคะแนนนิเทศลงในระบบได้ และควรเพิ่มการแจ้งเตือนสถานะการอนุมัติการขอฝึกงานผ่านทางข้อความของโทรศัพท์มือถือ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ที่ให้ความร่วมมือทุกขั้นตอนของการวิจัย ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษที่ให้การสนับสนุนการวิจัย คุณค่าที่เกิดจากงานวิจัยมอบให้กับผู้มีพระคุณทุกท่าน

เอกสารอ้างอิง

กมลมาศ วงษ์ใหญ่ และมัชฌมกานต์ เผ่าสวัสดิ์. (2558). การพัฒนาระบบการจัดการสารสนเทศสหกิจศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์. วารสารวิจัยและพัฒนามวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 10(1), 18-28.

- เด่นชัย สมปอง, สายชล จินโจ, สุขแสง คุณนก และเผด็จ พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2557). การพัฒนาระบบบริหารจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพโดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร**, 6(11), 65-80.
- ธานินทร์ ศิลปจารุ. (2550). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่7. กรุงเทพฯ: บริษัทวี อินเทอร์เน็ต.
- พิสุทธา อารีราษฎร์. (2551). การพัฒนาซอฟต์แวร์ทางการศึกษา. มหาสารคาม: คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สุพจน์ บัวเลิง, สุพจน์ บัวเลิง, วิชุดา มาโยธา และจิตาภัทร์ โสมาบุตร. (2560). การพัฒนาระบบสารสนเทศฝึกประสบการณ์วิชาชีพนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 “นวัตกรรมสร้างสรรค์ ศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ไทยแลนด์ 4.0”. 370-381. ร้อยเอ็ด: มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.
- Joseph, S., Valacich & Christoph, S. (2016). **Information System Today**. (7th ed). USA: Pearson Education.

รูปแบบการจัดกิจกรรมสำหรับการพัฒนาเยาวชน ในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศ ภายใต้โมเดล “Thailand 4.0”

Activity Model for Youth Development in Sisaket Province to
Conform with The Country Development Under Thailand 4.0

วิมล หลักรัตน์

Wimol Laklat

บทคัดย่อ

วิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเยาวชนจังหวัดศรีสะเกษ และ 2) เสนอแนะแนวทางส่งเสริมรูปแบบการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเยาวชนจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” การวิจัยในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือเยาวชนในจังหวัดศรีสะเกษจำนวน 398 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน งานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้เชี่ยวชาญด้าน

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

Faculty of Business Administration and Accounting, Sisaket Rajabhat University

e-mail: kagnoi2513@gmail.com

(Received: October 13, 2018; Revised: February 15, 2019; Accepted: March 29, 2019)

การจัดกิจกรรมสำหรับเยาวชน จำนวน 2 คน เยาวชนที่ได้รับรางวัลเยาวชนดีเด่นจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 2 คน และผู้แทนหน่วยงานที่รับผิดชอบการพัฒนาเยาวชน จำนวน 2 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่ม ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 20-21 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการจัดกิจกรรมสำหรับพัฒนาเยาวชนจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” คือ การจัดกิจกรรมด้านบำเพ็ญประโยชน์ มีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาคือ การจัดกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม การจัดกิจกรรมกีฬา การจัดกิจกรรมวิชาการ และการจัดกิจกรรมด้านนันทนาการ ตามลำดับ

คำสำคัญ: รูปแบบการจัดกิจกรรม การพัฒนาเยาวชน ศรีสะเกษ
ไทยแลนด์ 4.0

Abstract

The objectives of this research were 1) to study an appropriate activity model for youth development in Sisaket province and 2) guidelines on promoting appropriate activity model for youth development in Sisaket province to conform with the country development under “Thailand 4.0”. This research was a quantitative and qualitative research. The sample of a quantitative research was 398 youth in Sisaket province, the data was collected by questionnaire, the statistics used were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The informants in qualitative research were 2 youth who were activity specialists,

2 youth who recieved the outstanding Youth Award, and representatives from unit which reaction for youth development, the data was collected by focus group.

The study show that most of samples were female, their age between 20-21 year old, their comments on the activity model for youth development in Sisaket province to conform with the development country under “Thailand 4.0” were the most appropriate activity was the social responsibility activity followed by cultural and art, sport activities, academic and recreational activities respectively.

Keywords: Activity Model, Youth Development, Sisaket, Thailand 4.0

บทนำ

ไทยแลนด์ 4.0 เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ภายใต้การนำของพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีการให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ จากฐานรากของประเทศสู่องค์กรรวม การดำเนินการมีจุดเริ่มตั้งแต่การวางแผน กระบวนการดำเนินการไว้อย่างเป็นแบบแผน มีการจัดองค์กรให้มีความคล่องตัว เร่งรัดการจัดหาบุคคลและพัฒนากำลังคนให้สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ รวมทั้งการควบคุมสั่งการและการติดตามประเมินผลการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้าง

หนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงในศตวรรษที่ 21 ได้

จังหวัดศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่ถูกประกาศให้เป็นจังหวัดต้นแบบที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (value-based economy) หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” โดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น ดังนั้น “ประเทศไทย 4.0” จึงควรมีการเปลี่ยนวิธีการทำที่มีลักษณะสำคัญ คือ เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมในปัจจุบัน ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (smart farming) โดยเกษตรกรต้องร่ำรวยขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (entrepreneurs) เปลี่ยนจาก วิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมที่มีอยู่และรัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา ไปสู่การเป็นธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของประเทศ (smart enterprises) และบริษัทเกิดใหม่ที่มีศักยภาพสูง เปลี่ยนจาก การบริการแบบดั้งเดิม (traditional services) ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่การสร้างมูลค่าขั้นสูง (high value services) และเปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง จากนโยบายดังกล่าวองค์กรภาครัฐและเอกชน หน่วยงานทุกระดับรวมถึงมหาวิทยาลัยจะมีบทบาทตอบสนองนโยบาย Thailand 4.0 โดยภารกิจหลัก คือ การสร้างคน ให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ โดยมีคุณภาพและตรงกับความต้องการของสังคม ซึ่งเป็นภาระหลักที่สถาบันอุดมศึกษาทุกแห่งต้องทำ

สร้างความรู้ เพื่อใช้ความรู้ในการสร้างคนให้เป็นคนดีคนเก่ง เพราะความรู้จะเกิดประโยชน์สูงสุด เมื่อมีการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับบุคคลและสังคม การสร้างนวัตกรรม โดยต่อยอดจากงานวิจัย หรือจากจินตนาการ โดยเกาะเกี่ยวองค์ความรู้ อาทิ กรณี สหกิจศึกษา (cooperative education) เป็นนวัตกรรมที่นำมาใช้เสริมการผลิตบัณฑิตในสาขาวิชาต่าง ๆ เพื่อให้พร้อมทำงาน (employability) พื้นที่ที่สำเร็จการศึกษาและการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างงานสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าถือเป็นการสร้างนวัตกรรม (บวร เทศารินทร์, 2559) ทางการศึกษาที่สำคัญเพราะกิจกรรมจะสร้างคนเพื่อให้คนสร้างชาติ

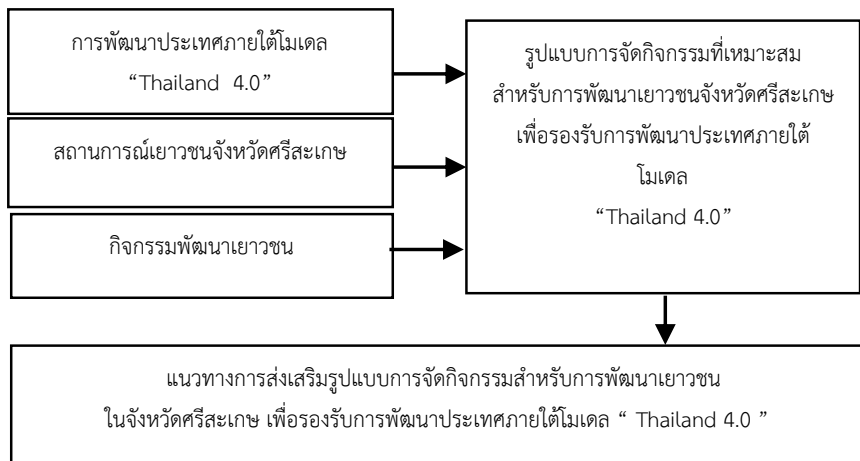
ดังนั้นการจัดกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และมหาวิทยาลัย จึงจำเป็นจะต้องสนับสนุน ส่งเสริม เชื่อมประสาน อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งจัดหลักสูตรพัฒนาทักษะการจัดกิจกรรม จัดหางบประมาณสนับสนุนและเป็นพี่เลี้ยงให้คำปรึกษาในการทำกิจกรรมให้สำเร็จตามเป้าหมาย โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดกิจกรรม นักกิจกรรมจากองค์การนักศึกษา สถานักศึกษาและชมรม รวมกันส่งเสริมกิจกรรมแก่เยาวชนหรือนักศึกษาตามความถนัดและสนใจให้ด้านต่าง ๆ ให้ครอบคลุมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกีฬา ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านวิชาการ ด้านบำเพ็ญประโยชน์ ด้านนันทนาการ (วิจิตร ศรีสอ้าน, 2559) เพื่อให้เยาวชนได้พัฒนาตนให้เป็นกำลังหลักที่สำคัญของประเทศชาติในหลากหลายมิติ เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ซึ่งต้องเริ่มต้นที่การพัฒนากำลังคนในระดับเยาวชนโดยเชื่อมโยงไปยังครอบครัว ชุมชน สังคม ซึ่งเป็นจุดแข็งของสังคมไทยโดยเฉพาะเยาวชนจังหวัดศรีสะเกษมีความตระหนักในการเข้าร่วมกิจกรรม จึงนับเป็นโอกาสที่ดีหากจะเร่งพัฒนาเยาวชนให้เป็นกำลังสำคัญในการสร้างชาติที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล จึงถือเป็นสิ่งจำเป็น เร่งด่วน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษารูปแบบการจัดกิจกรรมสำหรับการพัฒนาเยาวชนในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” โดยคาดหวังว่ารูปแบบที่ได้นี้จะสร้างคุณค่าทางสังคมและมีความเหมาะสมสำหรับการพัฒนาเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0”

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดกิจกรรมสำหรับการพัฒนาเยาวชนในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0”
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางส่งเสริมรูปแบบการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเยาวชนในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0”

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดกิจกรรมสำหรับการพัฒนาเยาวชนในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” เป็น การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งมีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ด้านประชากร คือเยาวชนในจังหวัดศรีสะเกษซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 103,166 คน (สำนักบริหารการทะเบียน, 2559) การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ตามสูตรการคำนวณของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ขนาดความคลาดเคลื่อน ร้อยละ ± 5 มีจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 398 คน

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม โดยการสร้างแบบสอบถามจากการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาเยาวชนผ่านกิจกรรม 5 ด้าน ได้แก่ ด้านวิชาการ ด้านกีฬา ด้านบำเพ็ญประโยชน์ ด้านศิลปวัฒนธรรมและด้านนันทนาการ ซึ่งมีโครงสร้างแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ รูปแบบการจัดกิจกรรมสำหรับการพัฒนาเยาวชนในจังหวัด ศรีสะเกษ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (open-ended) การตรวจสอบความ

เที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้วิธีการตรวจในเชิงประจักษ์โดยผู้เชี่ยวชาญ และนำผลตรวจในเชิงประจักษ์ ไปพิจารณาหาค่าดัชนีความสอดคล้องโดยใช้สูตร $IOC = R/N$ ซึ่งเกณฑ์ในการเลือกคำถาม พิจารณาเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า หรือเท่ากับ .5 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ซ้ำกันกับกลุ่มประชากรตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 ชุด คำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) ปรากฏค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเท่ากับ .97 ซึ่งผ่านตามหลักเกณฑ์

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและวิธีการโดยจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง พร้อมตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนและความสมบูรณ์ของเอกสาร จัดทำหนังสือนำเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามโดยแนบไปพร้อมกับแบบสอบถามที่ส่งถึงกลุ่มที่ทำการศึกษ จึงดำเนินการจัดเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปต่อไป

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาเปลี่ยนเป็นเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (code) แล้วบันทึกลงในโปรแกรม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามลำดับ โดยคำนวณหาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามตอนที่ 1 มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (checklist) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (percentage) คำนวณหาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเยาวชนจังหวัดศรีสะเกษ แบบสอบถามตอนที่ 2 ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยประชากร (mean: $\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร (standard deviation: S.D.) การคำนวณหาข้อมูล

เกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ จากแบบสอบถาม ตอนที่ 3 มีลักษณะปลายเปิด ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา แล้วสรุปออกมาเป็นความถี่โดยเรียงลำดับมากไปน้อย

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม นำเสนอผลจากการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้ผู้สนทนากลุ่มได้วิเคราะห์แนวทางส่งเสริมรูปแบบการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาเยาวชนจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งมีการดำเนินการวิจัยดังนี้

2.1 ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม มีจำนวน 6 คน คือ 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดกิจกรรมจำนวน 2 คน 2) เยาวชนที่ได้รับรางวัลเยาวชนดีเด่นจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 2 คน และ 3) ผู้แทนหน่วยงานที่รับผิดชอบการพัฒนาเยาวชน จำนวน 2 คน

2.2 ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสนทนากลุ่มโดยการสัมภาษณ์และกำหนดประเด็นจากผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษารูปแบบการจัดกิจกรรมสำหรับการพัฒนาเยาวชนในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” ประกอบด้วย 5 ด้านคือ ด้านวิชาการ ด้านกีฬา ด้านบำเพ็ญประโยชน์ ด้านศิลปวัฒนธรรม ด้านนันทนาการ เพื่อรายงานผลการวิจัยและเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับพัฒนาเยาวชนจังหวัดศรีสะเกษเพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล Thailand 4.0 ต่อไป

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยบันทึกเทป และบันทึกรูปภาพระหว่างการสนทนากลุ่ม พร้อมบันทึกข้อมูลที่สำคัญไว้ เมื่อสิ้นสุดการสนทนากลุ่มแล้วจึงนำมาถอดเทปอย่างละเอียด

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มไปหาความสอดคล้องของข้อมูลและเพิ่มเติมข้อมูลที่ค้นพบใหม่จากการสนทนากลุ่มในงานวิจัยนี้เพื่อพัฒนาแนวทางการส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ต่อไป

ผลการวิจัย

1. รูปแบบการจัดกิจกรรมการวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดกิจกรรมสำหรับการพัฒนาเยาวชนในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0”

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 60.1 และเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.9 มีอายุระหว่าง 20–21 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมา อายุระหว่าง 18–19 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.4 อายุระหว่าง 22–23 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 และอายุระหว่าง 24–25 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการจัดกิจกรรมด้านบำเพ็ญประโยชน์ มีความเหมาะสมมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = .67) รองลงมาคือ การจัดกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.30$, S.D. = .59) การจัดกิจกรรมด้านกีฬา ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = .62) การจัดกิจกรรมด้านวิชาการ ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = .58) และการจัดกิจกรรมด้านนันทนาการ มีความเหมาะสมน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = .68) ตามลำดับเมื่อพิจารณาารายด้านพบว่า

การจัดกิจกรรมด้านวิชาการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุดคือ การจัดอบรมเพื่อสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่แก่เยาวชน เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” อยู่ในระดับมาก

($\bar{X}$ = 4.35, S.D. = .72) รองลงมาคือ พัฒนาเทคโนโลยีและสารสนเทศ ที่ส่งเสริมวิธีการดำรงชีวิต พฤติกรรม การเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่เยาวชน อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = .75) และมีความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ ติดตาม ประเมินผลนโยบาย โครงการ กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเยาวชนอย่าง ต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.15, S.D. = .78) ตามลำดับ

การจัดกิจกรรมด้านกีฬา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุดคือ ส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้และความตระหนักด้านการออกกำลังกายและการกีฬาขั้นพื้นฐาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.45, S.D. = .73) รองลงมาคือ ส่งเสริมให้เยาวชนมีการออกกำลังกายและมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬา อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.31, S.D. = .77) และมีความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ พัฒนา องค์ความรู้และนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาแก่เยาวชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.20, S.D. = .79) ตามลำดับ

การจัดกิจกรรมด้านบำเพ็ญประโยชน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความ คิดเห็นมากที่สุดคือ จัดกิจกรรมเยาวชนอาสาทำความดีด้วยหัวใจเพื่อสร้าง จิตสำนึกรับผิดชอบต่อส่วนรวมและสำนึกรักบ้านเกิด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.44, S.D. = .77) รองลงมาคือ จัดค่ายเยาวชนอาสาสร้างสรรค์ ปลุกฝัง คุณธรรม “พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา มีความรับผิดชอบ” สู่เยาวชนผู้นำ การเปลี่ยนแปลงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = .78) และมีความคิดเห็น น้อยที่สุดคือ จัดค่ายเยาวชนอาสาสร้างสรรค์ สร้างคน สร้างความรู้ สร้าง นวัตกรรม ภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = .78) ตามลำดับ

การจัดกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความ คิดเห็นมากที่สุดคือ อบรมคุณธรรม จริยธรรมเพื่อบ่มเพาะองค์ความรู้ และ

ค่านิยมที่ดีงามแก่เยาวชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = .75) รองลงมา คือ สร้างเยาวชนคนต้นแบบของชุมชนด้านคุณธรรมจริยธรรมอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = .75) และมีความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ อนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมเพื่อสร้างคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์แก่เยาวชนอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = .73) ตามลำดับ

การจัดกิจกรรมด้านนันทนาการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมี ความคิดเห็นมากที่สุดคือ สร้างความตระหนักและเห็นคุณค่าของการใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมนันทนาการที่เป็นประโยชน์ทั้งต่อร่างกาย จิตใจ แก่เยาวชนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.79) รองลงมาคือ การประกวดแข่งขันเพื่อพัฒนาศักยภาพและสร้างภูมิคุ้มกันแก่เยาวชนอยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = .78) และมีความคิดเห็นน้อยที่สุดคือ จัดประกวดหรือแข่งขันเพื่อสร้างความเข้มแข็งและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแก่ เยาวชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = .78) ตามลำดับ

2. เสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับการ พัฒนาเยาวชนจังหวัดศรีสะเกษ เพื่รองรับการพัฒนาประเทศภายใต้ โมเดล Thailand 4.0 ในแต่ละด้านดังนี้

ด้านวิชาการ เน้นการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมแก่เยาวชน เพื่รองรับการพัฒนาประเทศโดยมีการอบรมเพื่อสร้างสมรรถนะทางอาชีพ เพื่รองรับตลาดแรงงาน เร่งรัดการพัฒนาเทคโนโลยีและสารสนเทศ อบรม ความเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพ มีระบบพี่เลี้ยงหรือที่ปรึกษาเพื่อพัฒนาทักษะที่ จำเป็นในศตวรรษที่ 21 ออกแบบหลักสูตรเพื่อการเรียนรู้ตลอดชีวิต ให้เยาวชนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

ด้านกีฬาเน้นส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้และตระหนักในการออกกำลังกาย การมีส่วนร่วมในการกิจกรรมกีฬาและพัฒนาองค์ความรู้ นวัตกรรมกีฬารวมถึงอุตสาหกรรมกีฬาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับการบริหารกีฬาให้มีประสิทธิภาพ

ด้านบำเพ็ญประโยชน์ เน้นการสร้างเยาวชนให้มีจิตอาสาทำความดี ด้วยหัวใจโดยการจัดค่ายอาสาสร้างสรรค์ ปลูกฝังคุณธรรมพอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา ค่ายสร้างจิตสำนึกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและยั่งยืน

ด้านศิลปวัฒนธรรม เน้นการบ่มเพาะองค์ความรู้และค่านิยมที่ดีงาม แก่เยาวชน สร้างเยาวชนต้นแบบด้านคุณธรรมจริยธรรม เชิดชูเกียรติ สร้างเสริมวิถีชีวิตความพอเพียงและค่านิยมที่ควรยกย่อง สร้างสำนึกรักไทย ไทยนิยม สร้างคุณค่าศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์แก่เยาวชน

ด้านนันทนาการ เน้นการสร้างความตระหนักและคุณค่าในการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันแก่เยาวชน มีการจัดประกวด แข่งขันเพื่อพัฒนาศักยภาพ สร้างความเข้มแข็งและปฏิสัมพันธ์ที่ดีทางสังคม และอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อความคงอยู่สืบไป

สรุปการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ศึกษาเพื่อหารูปแบบการจัดกิจกรรมสำหรับการพัฒนาเยาวชนในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า การจัดกิจกรรมด้านบำเพ็ญประโยชน์ มีความเหมาะสม

มากที่สุด รองลงมาคือ การจัดกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม การจัดกิจกรรมด้านกีฬา การจัดกิจกรรมด้านวิชาการ และการจัดกิจกรรมด้านนันทนาการตามลำดับ และได้ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมรูปแบบการจัดกิจกรรมสำหรับการพัฒนาเยาวชนในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” ในแต่ละด้าน แบ่งออกเป็น 1) ด้านวิชาการ เน้นการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมแก่เยาวชนเพื่อรองรับการพัฒนาประเทศ 2) ด้านกีฬา เน้นส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้และตระหนักในการออกกำลังกาย 3) ด้านบำเพ็ญประโยชน์ เน้นการสร้างเยาวชนให้มีจิตอาสาทำความดีด้วยหัวใจ 4) ด้านศิลปวัฒนธรรม เน้นการบ่มเพาะองค์ความรู้และค่านิยมที่ดีงามแก่เยาวชน และ 5) ด้านนันทนาการ เน้นการสร้างความตระหนักและคุณค่าในการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

อภิปรายผลการวิจัย

1. รูปแบบการจัดกิจกรรมสำหรับการพัฒนาเยาวชนในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า

1.1 ด้านวิชาการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุดคือ การจัดอบรมเพื่อสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่แก่เยาวชนเพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ พัฒนาเทคโนโลยีและสารสนเทศที่ส่งเสริมวิถีการดำรงชีวิต พฤติกรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตแก่เยาวชน และติดตามประเมินผลนโยบาย โครงการกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเยาวชนอย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการพัฒนากำลังคนเพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” (วิจิตร ศรีสอาน, 2559) และสอดคล้องกับแนวคิดของ

Marquardt (1996) ความรู้เริ่มจากการเปลี่ยนผ่านความรู้ จากแหล่งความรู้ ไปสู่การใช้ความรู้นั้นให้เป็นประโยชน์ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน การแสวงหาความรู้ (acquisition) การสร้างความรู้ (creation) การจัดเก็บความรู้ (storage) การวิเคราะห์และการทำเหมืองความรู้ (analysis and data mining) การถ่ายโอนและเผยแพร่ความรู้ (transfer and dissemination) การประยุกต์ใช้และการทำให้ข้อมูลถูกต้องเที่ยงตรง (application and validation) เป็นความรู้ที่ฝังอยู่ตัวคน (tacit knowledge) และความรู้ที่ชัดแจ้ง (explicit knowledge)

1.2 การจัดกิจกรรมด้านกีฬา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้และความตระหนักรู้ด้านการออกกำลังกายและการกีฬาขั้นพื้นฐานอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านส่งเสริมให้เยาวชนมีการออกกำลังกายและมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬา และด้านพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาแก่เยาวชน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการพัฒนากำลังคนเพื่อรองรับการพัฒนาประเทศ ภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” (วิจิตร ศรีสอ้าน, 2559) และสอดคล้องกับแนวคิดของ Marquardt (1996) การจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีการจัดการความรู้ (technology for management knowledge) และเทคโนโลยีสำหรับเพิ่มพูนการเรียนรู้ (technology for enhancing knowledge) เป็นการนำอุปกรณ์สารสนเทศ ทัศนทัศน์ การอบรบแบบสื่อผสมผสาน (computer – based multimedia) มาใช้ประโยชน์เพื่อถ่ายทอด และพัฒนาความรู้และทักษะของคนในองค์กรให้ดีขึ้น

1.3 การจัดกิจกรรมด้านบำเพ็ญประโยชน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุดคือ การจัดกิจกรรมเยาวชนอาสาทำความดีด้วยหัวใจ

เพื่อสร้างจิตสำนึกรับผิดชอบต่อส่วนรวมและสำนึกรักบ้านเกิด รองลงมาคือ การจัดค่ายเยาวชนอาสาสร้างสรรค์ ปลุกฝังคุณธรรม “พอเพียง วินัย สุจริต จิตอาสา มีความรับผิดชอบต่อ” สู่เยาวชนผู้นำการเปลี่ยนแปลง และ การจัดค่ายเยาวชนอาสาสร้างสรรค์ สร้างคน สร้างความรู้ สร้างนวัตกรรม ภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการพัฒนากำลังคนเพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” (วิจิตร ศรีสอาน, 2559) และสอดคล้องกับแนวคิดสืบสาน รักษา ต่อยอด ตามพระราชโบายจิตอาสาเราทำความดีด้วยหัวใจ ซึ่งมีทิศทางอย่างชัดเจน

1.4 การจัดกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น มากที่สุดคือ การอบรมคุณธรรมจริยธรรมเพื่อบ่มเพาะองค์ความรู้ และค่านิยมที่ดีงามแก่เยาวชน รองลงมาคือ การสร้างเยาวชนคนดีต้นแบบของชุมชน ด้านคุณธรรมจริยธรรม และการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม เพื่อสร้างคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์แก่เยาวชน ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการพัฒนากำลังคนเพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” (วิจิตร ศรีสอาน, 2559) และสอดคล้องกับแนวคิดของ Marquardt (1996) ที่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมที่เป็นการบ่มเพาะองค์ความรู้ และค่านิยม โดยการให้รางวัลเป็นปัจจัยกุญแจสำคัญของวัฒนธรรมที่จะส่งเสริมให้เกิดการใช้ความรู้ร่วมกันกลายเป็นวัฒนธรรมองค์การแห่งการเรียนรู้

1.5 การจัดกิจกรรมด้านนันทนาการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น มากที่สุดคือ สร้างความตระหนักและเห็นคุณค่าของการใช้เวลาว่างในการทำกิจกรรมนันทนาการที่เป็นประโยชน์ทั้งต่อร่างกาย จิตใจ แก่เยาวชนอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การประกวด แข่งขันเพื่อพัฒนาศักยภาพ

และสร้างภูมิคุ้มกันแก่เยาวชนอยู่ และการจัดประกวดหรือแข่งขันเพื่อสร้างความเข้มแข็งและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแก่เยาวชน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการพัฒนากำลังคนเพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0 และสอดคล้องกับแนวคิดของ Marquardt (1996) การให้คุณค่าและการให้รางวัลกับการเรียนรู้ การนั้นหนทางการจะสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้และให้รางวัล ผู้ที่เรียนจะเป็นดังวีรบุรุษ ทุกคนจะตระหนักถึงการเรียนรู้นั้นเมื่อผลการปฏิบัติงานได้รับคำชื่นชม ได้รับเกียรติคุณ หรือได้รับเงินรางวัล ซึ่งจะสร้างโอกาสในการพัฒนาความรู้ ทักษะ และทัศนคติทั่วทั้งองค์กรโดยเน้นการสร้างศักยภาพ ภูมิคุ้มกันความสุข และคุณภาพชีวิตอย่างต่อเนื่องเป็นปัจจัยสำคัญต่อการอยู่รอดของคนและการประสบความสำเร็จในชีวิต

2. เสนอแนะแนวทางการส่งเสริมรูปแบบการจัดกิจกรรมสำหรับการพัฒนาเยาวชนในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศภายใต้โมเดล “Thailand 4.0” ว่าควรจัดให้มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาประเทศไทยใต้โมเดล Thailand 4.0 ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์ เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญสามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รุนแรง ในศตวรรษที่ 21 ได้ (บวร เทศารินทร์, 2559) ภารกิจหลัก คือสร้างคนให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ และตรงกับความต้องการของสังคม เกิดประโยชน์สูงสุดกับบุคคลและต่อยอดจากงานวิจัย โดยกรณีศึกษาเป็นนวัตกรรมที่นำมาใช้เสริมการผลิตบัณฑิตในสาขาวิชาต่าง ๆ เพื่อให้พร้อมทำงานทันทีที่สำเร็จ

การศึกษา ถือเป็นการสร้างนวัตกรรมทางการศึกษาซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างคน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งประกอบด้วยกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและนันทนาการ กรมกิจการเด็กและเยาวชน ศูนย์ศิลปวัฒนธรรม สภาเด็กและเยาวชน องค์การนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ ควรร่วมกันจัดกิจกรรมแบบบูรณาการ ในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านการจัดกิจกรรมวิชาการ มุ่งเน้นให้พัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ควรจัดอบรมภาษาอังกฤษเพื่อเพิ่มทักษะให้แก่เยาวชน พัฒนาการเรียนการสอนให้เป็นไปตาม Thailand 4.0 ให้เข้าใจอย่างทั่วถึง เน้นปฏิบัติให้มากและสามารถสร้างเป็นผลผลิตออกมาได้ ในแต่ละรอบเดือนในกลุ่มเยาวชนมีกิจกรรมบริการวิชาการแก่ชุมชน โรงเรียน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด นำไปสู่การสร้างความรู้

ด้านการจัดกิจกรรมกีฬา มุ่งเน้นให้พัฒนาให้ดียิ่งขึ้นโดยจัดกิจกรรมกีฬาทุกเดือน หรือสัปดาห์ละ 2 ครั้ง ให้แก่เยาวชน และให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม การกีฬา ให้สมกับว่า “ศรีสะเกษเมืองกีฬา” เพื่อให้เกิดความสามัคคี พัฒนาตนเองให้สุขภาพแข็งแรง สร้างทักษะด้านความมีวินัย มีน้ำใจนักกีฬา

ด้านการจัดกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ มุ่งเน้นให้พัฒนาให้ดียิ่งขึ้นโดยสร้างสำนึกรักธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระตุ้นการเป็นจิตอาสา ด้วยการปลูกป่า เก็บขยะ ออกค่ายทำความสะอาดบริเวณวัด โรงเรียนต่าง ๆ ทำความ

สะอาดในมหาวิทยาลัยทุก ๆ 2 เดือน เพื่อบำเพ็ญประโยชน์และพัฒนาเมืองให้น่าอยู่ กระตุ้นการสร้างคนให้มีจิตอาสา ช่วยเหลือชุมชน

ด้านการจัดกิจกรรมศิลปวัฒนธรรม มุ่งเน้นให้พัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ควรร่วมมือกับกระทรวงวัฒนธรรมจัดกิจกรรมส่งเสริมอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นศรีสะเกษ ศึกษาชุมชน วัฒนธรรมที่ใกล้จะสูญหายมาแสดงในวันสำคัญ เพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่

ด้านการจัดกิจกรรมนันทนาการ มุ่งเน้นให้พัฒนาให้ดียิ่งขึ้น โดยให้มีการจัดการแข่งขันเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแก่เยาวชน สนุกสนาน สดแทรก ความรู้นำไปสู่การสร้างคนให้เป็นคนกล้าแสดงออก มีภาวะความเป็นผู้นำ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากข้อค้นพบของงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องและนำสู่การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนภายใต้โมเดลไทยแลนด์ 4.0 มีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปแยกเป็นด้านดังนี้

1. ด้านการจัดกิจกรรมวิชาการ ควรศึกษาการจัดการเรียนรู้นอกห้องเรียน เรียนเพื่อรู้ แล้วนำไปใช้ ซึ่งองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาจะนำไปสู่ความยั่งยืนต่อไป
2. ด้านการจัดกิจกรรมกีฬา ควรศึกษาการจัดการด้านอุตสาหกรรมกีฬา กับการพัฒนาคนอย่างยั่งยืน
3. ด้านการจัดกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ ควรศึกษาการจัดกิจกรรม นวัตกรรมอาสาเพื่อการพัฒนาสังคมยั่งยืน
4. ด้านการจัดกิจกรรมศิลปวัฒนธรรม ควรศึกษาการจัดกิจกรรมอาสา เพื่อการพัฒนาสังคมหลากหลายวัฒนธรรม

5. ด้านการจัดกิจกรรมนันทนาการ ควรศึกษาการจัดกิจกรรมสร้างสุขและสุขภาวะสำหรับเยาวชน

เอกสารอ้างอิง

- บวร เทศารินทร์. (2559). **ประเทศไทย 4.0 โมเดลเศรษฐกิจใหม่**. สืบค้นเมื่อ 29 พฤศจิกายน 2559 จาก <http://www.drborworn.com>.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). **การวิจัยเบื้องต้น**. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วิจิตร ศรีสอาน. (2559). **สำนักงานสภามหาวิทยาลัย รายงานการประชุม สภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี**. สืบค้นเมื่อ 29 พฤศจิกายน 2559 จาก <http://www.sut.ac.th/ouc>.
- สำนักบริหารการทะเบียน. (2559). **ระบบสถิติและทางการทะเบียน ข้อมูลประชากรและบ้าน**. สืบค้นเมื่อ 23 สิงหาคม 2559 จาก http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php.
- Marquardt, M. (1996). **Building the Learning Organization**. New York: McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. (3rd ed). New York. Harper and Row Publications.

อิทธิพลเชิงโครงสร้างของการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิด
เศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์
ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน
ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย
Structural Equation Modeling of Creative Economy Business
Resources Utilization and Creative Economy Strategies
Implementation toward the Sustainability
of Northern Thai Community Based Enterprises

กษิดิศ ใจผาวัง^{1*} ฉัตรฤดี จongsureyapar² ภูมิพัฒน์ มิ่งมาลัยรักษ์³

Kasidit Chaiphawang^{1*} Chatrudee Jongsureyapar² Phoommhiphat Mingmalairak³

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงโครงสร้างของการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย โดยประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบน 17 จังหวัด กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 558

^{1*,2,3} สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

School of Management, Mea Fah Luang University

*Corresponding author e-mail: kasidit.crru@crru.ac.th

(Received: October 31, 2018; Revised: November 21, 2018; Accepted: December 6, 2018)

ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม AMOS ผลการวิจัยพบว่า

การใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มากที่สุด และยังมีอิทธิพลทางตรงต่อความยั่งยืนทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ในขณะเดียวกันกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็มีอิทธิพลทางตรงต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนด้วยเช่นกัน

การใช้ทรัพยากรด้านปัญญาของวิสาหกิจชุมชนมีอิทธิพลมากที่สุดต่อกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความยั่งยืนทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ภาคเหนือตอนบน รองลงมา ได้แก่ ทรัพยากรด้านการเงิน ทรัพยากรด้านแรงงาน และทรัพยากรด้านกายภาพ ตามลำดับ

ส่วนกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า กลยุทธ์การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลมากที่สุดต่อความยั่งยืนทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ภาคเหนือตอนบน รองลงมา ได้แก่ กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการสร้างพันธมิตร กลยุทธ์ด้านพนักงาน และกลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง ตามลำดับ

คำสำคัญ: วิสาหกิจชุมชน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

Abstract

The objective of this research was to study the structural equation model of creative economy business resources utilization and creative economy strategies implementation towards the sustainability of community-based enterprises in Northern of Thailand. The population used in this study was the community-

based enterprise entrepreneurs in 17 provinces in Northern of Thailand. The sample was 558. The instruments used to collect the research data were questionnaire. The data were analyzed by using the AMOS program. The results of this research found that

Creative economy business resources utilization had a direct effect on economy strategies implementation and also directly affected the sustainability of community-based enterprises as well as the creative economy strategy implementation directly influenced community-based enterprise's sustainability.

Intellectual resources had a strongest effect on economy strategies implementation and sustainability of community-based enterprises and other resources such as financial resources, labor resources, and physical resource respectively.

The creative economy strategy that highly effect the community-based enterprise was eco-friendly production strategy. There were other strategies such as innovation strategy, marketing strategy, alliance strategy, staff strategy and differentiation strategies also influenced sustainability as well.

Keywords: Community Based Enterprise, Creative Economy, Creative Economy Strategy, Community Based, Enterprise's Sustainability

บทนำ

ในสมัยรัฐบาลของอดีตนายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตร ได้มีการส่งเสริมให้แต่ละตำบลได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนเองที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงภูมิปัญญาของท้องถิ่นเพื่อนำเข้าสู่ตลาดในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (one tambon one product: OTOP) โดยเป็นการนำแนวคิดที่ประสบความสำเร็จของประเทศญี่ปุ่นมาปรับใช้ ซึ่งในประเทศญี่ปุ่น ใช้ชื่อว่า “OVOP” หรือ one village one product หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีเป้าหมายเพื่อให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้ เพิ่มการจ้างงานภายในท้องถิ่นและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ซึ่งในช่วงแรกได้รับการตอบรับจากตลาดเป็นอย่างดี แต่ยังมีปัญหาในเรื่องของมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นรัฐบาลจึงได้มีการคัดสรรผลิตภัณฑ์โอท็อป โดยแบ่งระดับคุณภาพของสินค้าโอท็อป ออกเป็น 5 ระดับ หรือ 5 ดาวนั่นเอง รวมถึงพยายามยกระดับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพให้เป็นวิสาหกิจชุมชน โดยออกพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขึ้นในปี พ.ศ. 2548 เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และได้เริ่มการประเมินผลศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนครั้งแรกในไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2551 (ธันวาคม พ.ศ. 2550) พบว่า ทั้งประเทศมีวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนทั้งสิ้น 49,966 แห่ง ได้รับการประเมินทั้งสิ้น 34,533 แห่ง ผลการประเมินในระดับดี 9,994 แห่ง ระดับปานกลาง 15,987 แห่ง และต้องปรับปรุง 8,552 แห่ง และล่าสุด ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปีงบประมาณ 2561 (31 ธันวาคม พ.ศ. 2560) พบว่า ทั้งประเทศมีวิสาหกิจชุมชนจดทะเบียนทั้งสิ้น 85,452 แห่ง ได้รับการประเมินแล้ว 63,283 แห่ง มีผลการประเมินในระดับดี 18,290 แห่ง ระดับปานกลาง 33,045 แห่ง และต้อง

ปรับปรุง 11,941 แห่ง (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจ
ชุมชน, 2560)

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบผลการประเมินวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2551 และ พ.ศ. 2560

การประเมิน	วิสาหกิจที่จัด ทะเบียน	ระดับดี		ระดับปานกลาง		ระดับต้องปรับปรุง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไตรมาสที่ 1 ปีงบประมาณ 2551	49,966	9,994	28.94	15,987	46.29	8,552	24.76
ไตรมาสที่ 1 ปีงบประมาณ 2560	85,452	18,290	28.91	33,045	52.22	11,941	18.87
การ เปลี่ยนแปลง	+35,486	+8,296	-0.03	+17,058	+5.93	+3,389	-5.87
ร้อยละของ การ เปลี่ยนแปลง	71.02	83.01	-	106.70	-	39.63	-

ที่มา: (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2560)

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่า ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา
มีวิสาหกิจชุมชนเพิ่มขึ้น 35,486 แห่ง คิดเป็นร้อยละที่เพิ่มขึ้น คือ 71.02 ส่วน
วิสาหกิจที่ได้มีผลการประเมินอยู่ในระดับดี เพิ่มขึ้น 8,296 แห่ง คิดเป็นร้อยละ
ที่เพิ่มขึ้น 83.01 ส่วนระดับปานกลางเพิ่มขึ้น 17,058 แห่ง คิดเป็นร้อยละที่เพิ่มขึ้น
106.70 และระดับต้องปรับปรุงเพิ่มขึ้น 3,389 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 39.63

ซึ่งจากผลการประเมินในปีงบประมาณ 2560 พบว่า วิสาหกิจชุมชน
ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.22 มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง และร้อยละ 18.87
อยู่ในระดับต้องปรับปรุง ส่วนที่อยู่ในระดับดีมีเพียงร้อยละ 28.91 เท่านั้น
นั้นก็หมายความว่า 2 ใน 3 ของวิสาหกิจชุมชนของไทยยังมีความไม่
ประสบปัญหาในการดำเนินงานเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนนั่นเอง

การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบน 17 จังหวัด ก็มีผลการดำเนินงานใกล้เคียงกับผลการประเมินที่สำนักงานเลขานุการ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนได้ทำการประเมินไว้ และเมื่อพิจารณา ถึงอัตราความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือ ตอนบน ในปี พ.ศ. 2557 พบว่า อัตราการไม่ต่อทะเบียน 2 ปี มีสัดส่วนคิดเป็น เกินกึ่งหนึ่งของวิสาหกิจชุมชนที่มีการต่อทะเบียนแล้ว ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนภาคเหนือตอนบน ปี พ.ศ. 2557

วิสาหกิจชุมชนภาคเหนือตอนบน					
	ต่อทะเบียน แล้ว	ไม่มาต่อ ทะเบียน 2 ปี	ถูกเพิกถอน ทะเบียน	ขอยกเลิก ทะเบียน	อนุมัติ ทะเบียน
วิสาหกิจชุมชน ภาคเหนือตอนบน เขต 6	12,728	8,105	3,545	4,497	2,056
วิสาหกิจชุมชน ภาคเหนือตอนบน เขต 9	8,004	4,617	2,967	1,137	1,353
รวม	20,732	12,722	6,512	5,634	3,409

ที่มา: (สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2557)

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่ ยังมีจำนวนน้อยกว่าเมื่อเทียบกับจำนวนของวิสาหกิจชุมชนที่ไม่มาต่อทะเบียน 2 ปี ถูกเพิกถอนทะเบียนและขอยกเลิกทะเบียน ซึ่งจะเห็นได้ว่าอัตราการออกจากธุรกิจสูงกว่าอัตราการเกิดใหม่ของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งหากเป็นเช่นนี้ต่อไปก็จะส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนจะค่อย ๆ ลดจำนวนลงจนไม่เหลือวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการประกอบธุรกิจได้เลย

จากปัญหาดังกล่าว ภาครัฐได้มีการหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถอยู่รอดได้ แนวคิดหนึ่งที่ได้มีการนำมาส่งเสริมให้แก่วิสาหกิจชุมชน ได้แก่ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) ซึ่งเป็นแนวคิดในการพัฒนาสินค้าและบริการด้วยความคิดสร้างสรรค์ สร้างความแปลกใหม่ให้กับสินค้า สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ แต่เนื่องจากบริบทของวิสาหกิจชุมชนของไทยที่มีทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ประกอบกับข้อจำกัดของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนของไทยที่ยังขาดองค์ความรู้ทางด้านเทคโนโลยี ทักษะในการประกอบกิจการ ความรู้ทางด้านการตลาดรวมถึงความคิดสร้างสรรค์ทำให้ความสามารถในการพัฒนาสินค้าและบริการของตนเองให้กลายเป็นสินค้าที่มีความแปลกใหม่ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทำได้ค่อนข้างยาก ส่งผลให้การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งทั้งสองข้อจำกัดนี้ คือปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (สุชาติ จรประดิษฐ์, 2557)

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มีการกำหนดขอบเขตของธุรกิจสร้างสรรค์ไว้หลายขอบเขตบวกกับประเภทของสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนที่มีความหลากหลายอันเกิดจากความแตกต่างด้านทรัพยากรทางธุรกิจที่มีอยู่ รวมถึงการดำเนินกลยุทธ์ที่แตกต่างกันของวิสาหกิจชุมชน จึงทำให้ไม่สามารถที่จะกำหนดแนวทางที่เป็นมาตรฐานสำหรับการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์เข้ากับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนให้แก่วิสาหกิจชุมชนได้อย่างแท้จริง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ในการศึกษาอิทธิพลเชิงโครงสร้างของการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความ

ยังยืนให้แก่วิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนทางการดำเนินธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถก้าวไปสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างแท้จริง และจะส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนไทยสามารถอยู่ดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในอนาคตนั่นเอง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงโครงสร้างของการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรม เอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทุนเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560) ที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 10 ไว้ว่า ทุนทางเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนประกอบด้วย 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ ทุนทางกายภาพ ทุนหรือสินทรัพย์ทางการเงิน ทุนทางปัญญา และทุนด้านแรงงาน ซึ่งการนำทรัพยากรในด้านต่าง ๆ ที่ชุมชนมีอยู่มาใช้เป็นทุนในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้น ตามแนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากร ของ Barney (1991) ได้กล่าวว่า ให้นำข้อ

ได้เปรียบของทรัพยากรต่าง ๆ ที่ธุรกิจมีอยู่มาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์องค์การ เพื่อให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน และจากการศึกษาวิจัยของ สุพาดา สิริกุดตา (2557) ได้ศึกษาพบว่า กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่วิสาหกิจชุมชนใช้ในการดำเนินธุรกิจประกอบด้วย 6 กลยุทธ์ ได้แก่ การสร้างความแตกต่าง การสร้างพันธมิตร การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นวัตกรรม พนักงาน และการตลาด เพื่อนำมาสร้างความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจ ซึ่งความยั่งยืนทางด้านธุรกิจ ประกอบด้วย ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ความยั่งยืนด้านสังคม และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (Barbier, 1987) จากแนวคิดทั้งหมดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1 เพื่อใช้ในการทดสอบอิทธิพลเชิงโครงสร้างของปัจจัย ทั้ง 3 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

โดยผู้วิจัยได้มีการกำหนดตัวแปรที่ศึกษาตามที่ได้มีการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัย ดังมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3 ตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้
1. การใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CREB)	
1.1 ทรัพยากรด้านการเงิน (FIN)	1. มีการระดมทุนจากสมาชิกในชุมชน 2. ระดับการพึ่งพาแหล่งทางการเงินภายในชุมชน 3. การหมุนเวียนของเงินทุนของวิสาหกิจชุมชน 4. สภาพคล่องทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน
1.2 ทรัพยากรด้านปัญญา (INT)	1. นำกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ 2. นำความหลากหลายของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่วิสาหกิจชุมชนมาใช้ในการดำเนินงาน 3. ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าหรือบริการ 4. บูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าและบริการ
1.3 ทรัพยากรด้านกายภาพ (PHY)	1. ระดับของการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้า 2. แหล่งที่ตั้งของวิสาหกิจชุมชนหาง่ายไปมาสะดวก 3. ปริมาณของแหล่งทรัพยากรภายในชุมชนที่เพียงพอต่อความต้องการ 4. คุณค่าเชิงธุรกิจของทรัพยากรหรือวัตถุดิบภายในชุมชน
1.4 ทรัพยากรด้านแรงงาน (LAB)	1. มีการจ้างแรงงานภายในชุมชน 2. แรงงานมีทักษะและมีฝีมือในการปฏิบัติงาน 3. แรงงานมีทักษะในด้านการคิดสร้างสรรค์ 4. แรงงานมีความสามารถในการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาในการผลิตสินค้าหรือบริการ
2.การดำเนินกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CRES)	
2.1 การสร้างความแตกต่าง (DF)	1. สินค้าและบริการมีลักษณะพิเศษ โดดเด่นกว่าสินค้าอื่นในท้องตลาด 2. สินค้าและบริการมีมาตรฐานและคุณภาพ 3. สินค้าและบริการมีความหลากหลาย 4. บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและทันสมัย

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้
2.2 การสร้างพันธมิตร พันธมิตร (AL)	1. การสร้างพันธมิตรกับผู้จัดจำหน่ายที่หลากหลาย 2. การสร้างพันธมิตรที่สามารถส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน 3. การสร้างพันธมิตรที่สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลให้มีความสามารถในการแข่งขัน 4. การสร้างพันธมิตรช่วยให้วิสาหกิจชุมชนลดต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการ
2.3 การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สิ่งแวดล้อม (EP)	1. มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 2. มีนโยบายอย่างชัดเจนในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 3. มีการใช้เทคโนโลยีสะอาดในการดำเนินธุรกิจ 4. มีการการคำนึงถึงการป้องกันมลภาวะเป็นพิษจากการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน
2.4 ด้านนวัตกรรม (IN)	1. มีการสร้างสรรค์สินค้าใหม่ที่ไม่มีมาก่อนเข้าสู่ตลาด 2. มีการสร้างสรรค์กระบวนการทำงานใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจ 3. มีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง 4. มีการใช้เทคโนโลยีมาต่อยอดพัฒนาเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
2.5 ด้านพนักงาน (ST)	1. การเปิดโอกาสให้สมาชิกเสนอความคิดเห็นในการพัฒนาการดำเนินงาน สินค้าหรือบริการใหม่ ๆ 2. พนักงานมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน และเสนอแนะในการแก้ไขปัญหา 3. การสร้างความกระตือรือร้นในการคิดและสร้างสรรค์งานใหม่ ๆ ให้แก่สมาชิก 4. มีกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการทำงานร่วมกัน
2.6 ด้านการตลาด (MK)	1. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย 2. มีการรักษาลูกค้าเดิมและสร้างลูกค้าใหม่ 3. มีการใช้ช่องทางทางการตลาดใหม่ ๆ เพื่อเข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้
	4. มีการพัฒนาตราสินค้าที่เป็นที่จดจำของผู้บริโภคได้ 5. มีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าเพื่อใช้ในการวางแผนการผลิตสินค้า
3. ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน (SUS)	
3.1 ความ ยั่งยืนด้าน เศรษฐกิจ (ES)	1. วิสาหกิจชุมชนเน้นการเจริญเติบโตที่ต่อเนื่อง 2. การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนทำให้เกิดการกระจายรายได้ ชุมชน 3. วิสาหกิจชุมชนทำให้เกิดความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในชุมชน 4. การดำเนินงานของวิสาหกิจทำให้คนในชุมชนสามารถพึ่งพาตนเอง ได้
3.2 ความ ยั่งยืนด้าน สังคม (SS)	1. มีการเปิดโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรอย่างทั่วถึงในชุมชน 2. มีการขับเคลื่อนการพัฒนาภายในชุมชน 3. มีการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมดำเนินงานของวิสาหกิจ ชุมชน 4. วิสาหกิจชุมชนได้มีการคืนกำไรเพื่อการพัฒนาชุมชน
3.3 ความ ยั่งยืนด้าน สิ่งแวดล้อม (EV)	1. มีการใช้ทรัพยากรภายในชุมชนอย่างคุ้มค่า 2. มีการป้องกันหรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิต 3. มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายในชุมชน 4. มีการวางแผนการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดมูลค่าเพิ่ม

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีเนื้อหาศึกษาเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ประธานและหรือกรรมการของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบน จำนวน 17 จังหวัด รวมจำนวนทั้งสิ้น 20,732 ราย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 558 ราย ซึ่งมากกว่า 500 ราย ตามแนวคิดของ Comrey & Lee (1992) ที่ได้กล่าวถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มากกว่า 500 รายจะมีคุณภาพของข้อมูลในระดับดีมาก

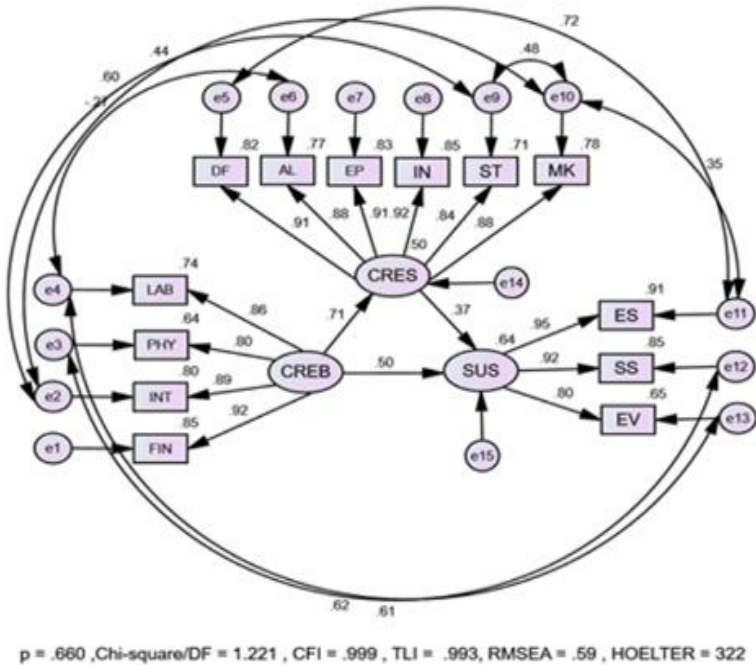
ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและนำมาประมวลผลตามโมเดลสมการโครงสร้าง (structural equation model: SEM) โดยส่งแบบสอบถามรวมทั้งสิ้น 1,080 ฉบับ ตามสัดส่วนของจำนวนวิสาหกิจชุมชนในแต่ละจังหวัด และมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนรวมทั้งสิ้น 558 ฉบับ และนำเสนอข้อมูลในเชิงสถิติในการวิเคราะห์เชิงอนุมาน โดยมีการกำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลไว้ดังตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล

สถิติที่เกี่ยวข้อง	สัญลักษณ์	สถิติตัวแบบ สอดคล้อง กับข้อมูลเชิง ประจักษ์	นักวิจัย
Chi-square	ρ	$(p > .05)$	Hoyle (1995)
Relative Chi-square	χ^2/df	< 3	Ullman (2001)
Comparative Fit Index	CFI	$> .95$	Kline (2005)
Tucker-Lewis Index	TLI	$> .95$	Schumacker, Lomax & Richard (2004)
Root Mean Square Error of Approximation	RMSEA	$< .06$	Kline (2005)
HOELTER	Hoelter's critical	≥ 200	Hoelter (1983)

ผลการวิจัย

จากข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยทำการวาดโมเดลอิทธิพลเชิงโครงสร้างของการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย และดำเนินการปรับโมเดล (model modification) จนกระทั่งโมเดลจะมีความเหมาะสมและสอดคล้องกลมกลืนกัน (model fit) ดังภาพที่ 2 และได้ค่าสถิติดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลดังตารางที่ 5



ภาพที่ 2 โมเดลอิทธิพลเชิงโครงสร้างของการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยก่อนปรับปรุง

จากภาพที่ 2 และตารางที่ 5 พบว่า ภายหลังจากการปรับปรุงโมเดลโครงสร้าง พบว่า ค่า P เท่ากับ .66 สัดส่วนของค่าสถิติไคสแควร์/ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ (χ^2/df) เท่ากับ 1.221 ค่า CFI เท่ากับ .999 ค่า TLI เท่ากับ .993 ค่า RMSEA เท่ากับ .089 และ ค่า HOELTER เท่ากับ 322 ซึ่งทั้งหมดผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 5 ผลการศึกษาความสอดคล้องของโมเดลอิทธิพลเชิงโครงสร้างปัจจัย
ความยั่งยืนทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนภาคเหนือตอนบน

Indicator		Factor	Standardised Regression Weights (λ)		Squared Multiple Correlation (R ²)		Model Fit			Cut-off Value Requirement
			Before	After	Before	After	Indices	Before	After	
FIN	<---	CREB	.92	.92	.85	.84	χ^2/df	7.832	1.221	< 3
INT	<---	CREB	.91	.89	.83	.79	p	.000	.660	> .05
PHY	<---	CREB	.86	.80	.74	.64	CFI	.899	.999	≥ .95
LAB	<---	CREB	.89	.86	.79	.73	TLI	.866	.993	≥ .95
DF	<---	CRES	.92	.91	.85	.82	RMSEA	.351	.089	< .8
AL	<---	CRES	.87	.88	.76	.77	HOELTER	87	322	≥ 200
EP	<---	CRES	.90	.91	.81	.82	P=.05			
IN	<---	CRES	.92	.92	.85	.84				
ST	<---	CRES	.93	.84	.86	.70				
MK	<---	CRES	.93	.88	.86	.77				
ES	<---	SUS	.94	.95	.88	.90				
SS	<---	SUS	.97	.92	.94	.84				
EV	<---	SUS	.90	.80	.81	.64				

ดังนั้น สรุปได้ว่า การใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนภาคเหนือตอนบนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ในขณะที่เดียวกันกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็มีอิทธิพลทางตรงต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนด้วยเช่นกัน

ปัจจัยการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นตัวแทนที่ดีที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ทรัพยากรด้านการเงิน รองลงมา ได้แก่ ทรัพยากรด้านปัญญา ทรัพยากรด้านแรงงาน และทรัพยากรด้านกายภาพ

ตามลำดับ ส่วนกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นตัวแทนที่ดีที่สุดที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม รองลงมา ได้แก่ กลยุทธ์การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการสร้างพันธมิตร และกลยุทธ์ด้านพนักงานตามลำดับ ซึ่งความยั่งยืนที่จะได้รับอิทธิพลจากทั้งสองปัจจัยมากที่สุด ได้แก่ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ รองลงมา ได้แก่ ความยั่งยืนด้านสังคม และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ดังที่แสดงตามภาพที่ 2 และค่าสถิติในตารางที่ 5

สรุปการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

การใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มากที่สุด นอกจากนี้ การใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ในลำดับรองลงมา

กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีอิทธิพลทางตรงต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน รองจากปัจจัยการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนที่จะได้รับอิทธิพลมากที่สุดจากปัจจัยการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ รองลงมา ได้แก่ ความยั่งยืนด้านสังคม และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

อภิปรายผล

ทรัพยากรด้านการเงิน การเริ่มต้นวิสาหกิจชุมชนโดยการระดมทุนจากสมาชิกในชุมชนที่เป็นลักษณะการระดมทุนโดยทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนของประเทศไทย การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน อันจะส่งผลต่อความยั่งยืนทางด้านสังคมในอนาคต เมื่อวิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินงานที่สามารถสร้างผลกำไรได้ ก็จะมีการแบ่งปันผลกำไรคืนกลับให้แก่สมาชิกตามสัดส่วนของการลงทุนของแต่ละคน สร้างความมั่นคงและปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้แก่คนในชุมชน สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน (จิระนุช ชาญณรงค์กุล, 2559) ซึ่งเป็นส่วนช่วยในการสร้างความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจให้แก่สมาชิกและชุมชน

ทรัพยากรด้านปัญญา การนำความหลากหลายของภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรด้านปัญญาที่วิสาหกิจชุมชนมีอยู่ นำมาใช้ในการผลิตเป็นสินค้าหรือบริการ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่ชุมชน (พิชญ บุญนิยม และกล้าณรงค์ สุทธิรอด, 2561) ซึ่งภูมิปัญญาเหล่านี้ได้สืบทอดกันภายในชุมชนถือว่าเป็นองค์ความรู้แบบฝังลึก (tacit knowledge) อยู่ในตัวของสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน (อุสา สุทธิสาคร, 2555) เมื่อมีการนำมาประยุกต์เข้ากับความคิดสร้างสรรค์ ก็จะทำให้ภูมิปัญญาเหล่านั้นได้รับการถ่ายทอด อนุรักษ์ไม่เลือนหายไปจากชุมชน

ทรัพยากรด้านกายภาพ การนำผลผลิตทางการเกษตรภายในชุมชนมาใช้ในการผลิตเป็นสินค้าของวิสาหกิจชุมชนเป็นการช่วยลดปัญหาผลผลิตล้นตลาดราคาตกต่ำ (โกสินทร์ ชำนาญพล, 2558; สุกัญญา ดวงอุปมา, 2557) ทำให้เกษตรกรซึ่งส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนได้รับความช่วยเหลือ

(พิชญ บัญนิยม และกล้าณรงค์ สุทธิรอด, 2561) ซึ่งเป็นการสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจและสังคมของวิสาหกิจชุมชนและชุมชนร่วมกัน

ทรัพยากรด้านแรงงาน โดยส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนจะมีการใช้แรงงานจากสมาชิกและจ้างแรงงานภายในชุมชน ซึ่งเป็นผู้ที่ไม่มีความรู้ประสบการณ์ด้านการทำธุรกิจมาก่อน จึงกลายเป็นปัญหาหลักในด้านทักษะการจัดการธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน (ทิวา แก้วเสริม, 2551) แต่การรวมกลุ่มกันของสมาชิกในชุมชนถือว่าเป็นการสร้างโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรอย่างทั่วถึง สร้างการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการพัฒนาภายในชุมชน (นิยม คำบุญทา และตราภรณ์ เดชพลมัตย์, 2550)

กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนภาคเหนือตอนบนที่นิยมใช้กันมากที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการตลาด ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่นำมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาการจำหน่ายสินค้าไม่ได้ (ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์, 2556) โดยวิสาหกิจชุมชนหันมาศึกษาความต้องการของลูกค้าและนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาสินค้าให้มีความทันสมัยมากขึ้น (สมฤทัย จิตภักดีดินทร์, 2555) ซึ่งถือว่าเป็นการดำเนินกลยุทธ์ในเชิงรุกของวิสาหกิจชุมชน (สัญญา เคนาภูมิ, 2558) นอกจากนี้ยังมีการนำเอาความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดสินค้าใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้อีกด้วย (สมฤทัย จิตภักดีดินทร์, 2555) ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างความแตกต่างให้แก่สินค้าของวิสาหกิจชุมชนอันเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ในการแข่งขันเพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจด้านเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Schumpeter (1934) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีในการผลิตมีส่วนช่วยให้องค์กรมี

กำไรและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจและยังช่วยลดความเสี่ยงเบื้องต้นในการใช้ทรัพยากร ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมในชุมชน

การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานด้านสินค้าเพื่อสร้างความแตกต่างให้แก่สินค้าของวิสาหกิจชุมชน เช่น การใช้มาตรฐานสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร (GHP) และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น มาตรฐานในกระบวนการผลิตแคบหมูในจังหวัดเชียงราย (ยุwannท์ สันติทวีฤกษ์, 2555) ซึ่งทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ทำให้เห็นว่าผู้บริโภคใส่ใจในมาตรฐานสินค้าเพิ่มมากขึ้น

จากการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้น ความยั่งยืนด้านสังคมจะได้รับอานิสงส์มากที่สุด โดยทำให้เกิดความยุติธรรมในการเข้าถึงทรัพยากรของชุมชน สร้างความเท่าเทียมในชุมชน ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ จะเกิดการกระจายรายได้ภายในชุมชน (จิระนุช ชาญณรงค์กุล, 2559) ในรูปแบบของการซื้อขายวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต การจ้างงาน และสมาชิกได้รับการแบ่งปันผลกำไรจากวิสาหกิจชุมชน ทำให้มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน สิ่งแวดล้อมภายในชุมชนได้รับดูแลรักษาภายใต้นโยบายการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน (สุนิษา กลิ่นขจร, 2558) การใช้เทคโนโลยีสะอาดในการดำเนินธุรกิจและคำนึงถึงการป้องกันมลภาวะเป็นพิษจากการดำเนินงาน ซึ่งเป็นความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะ

1. การใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่วิสาหกิจชุมชน

1.1 วิสาหกิจชุมชนต้องสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านรูปแบบการระดมทุนจากประชาชนในชุมชน เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เป็นสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน และมีการแบ่งปันผลกำไรคืนกลับให้แก่สมาชิกเพื่อสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจให้แก่สมาชิกและวิสาหกิจชุมชน

1.2 วิสาหกิจชุมชนต้องนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชนมาใช้ในการดำเนินงาน แต่จะต้องคัดเลือกภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีศักยภาพมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ โดยประยุกต์กับเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด

1.3 วิสาหกิจชุมชนต้องคำนึงถึงปริมาณแหล่งทรัพยากรภายในชุมชน เพื่อให้สร้างความพอเพียงของปริมาณวัตถุดิบที่จะต้องใช้อย่างประหยัด ทรัพยากรภายนอกชุมชน อันจะส่งผลให้เกิดความยั่งยืนด้านสังคมแก่ชุมชน

1.4 วิสาหกิจชุมชนต้องมุ่งเน้นการใช้แรงงานที่มีทักษะและฝีมือในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะกลุ่มประชาชนชาวบ้าน เพื่อนำเอาองค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์ในการผลิตสินค้าหรือบริการ

2. การเลือกใช้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์

2.1 กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม วิสาหกิจชุมชนต้องคิดค้นสินค้าใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2.2 กลยุทธ์การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม วิสาหกิจชุมชนต้องกำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้ชัดเจน มีการใช้เทคโนโลยีสะอาดในการดำเนินธุรกิจ ป้องกันมลภาวะจากการดำเนินงาน

2.3 กลยุทธ์ด้านการตลาด วิสาหกิจชุมชนต้องใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน พัฒนาตราสินค้าให้เป็นທີ່จดจำ

2.4 กลยุทธ์การสร้างพันธมิตร วิสาหกิจชุมชนต้องมีการสร้างพันธมิตรเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลให้มีความสามารถในการแข่งขัน สร้างความเข้มแข็งร่วมกันในการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

2.5 กลยุทธ์ด้านพนักงาน วิสาหกิจชุมชนต้องสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการวางแผนการดำเนินงาน และให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหา การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และสร้างความผูกพันในองค์กรแก่สมาชิกของวิสาหกิจชุมชน

2.6 กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง วิสาหกิจชุมชนต้องมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค ออกแบบสินค้าให้มีความโดดเด่นตรงกับความต้องการของตลาด

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาหาต้นแบบในการดำเนินงานที่ยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนที่มีการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแต่ละประเภทของสินค้าหรือขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อหาแนวปฏิบัติที่ดีในการสร้างความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

เอกสารอ้างอิง

- โกสินทร์ ชำนาญพล. (2558). การพัฒนารูปแบบการจัดการเครือข่าย
การตลาดวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวไทย เพื่อรองรับประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียน. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิระนุช ชาญนรงค์กุล. (2559). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ. สืบค้น
เมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2560 จาก https://ssnet.doae.go.th/wp-content/uploads/2015/10/01_QR-codeการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ.pdf.
- ทิวา แก้วเสริม. (2551). รายงานการวิจัยเรื่อง ปัญหาและความต้องการการ
พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่น
(OTOP) จังหวัดเพชรบูรณ์. เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เพชรบูรณ์.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์. (2556). รายงานการวิจัย
เรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนในเขต
ลุ่มทะเลสาบสงขลา. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นิยม คำบุญทา และตราภรณ์ เดชพลมาตย์. (2550). รายงานการวิจัยเรื่อง
การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน:
กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนครศรีอยุธยา.

- พิชญ์ บุญนิยม และกัลลัณรงค์ สุทธิรอด. (2561). การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัย. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <https://e-par.kpru.ac.th/e-par/A1/A0005-3620500391873-201805111526053414.pdf>.
- ยุวรัตน์ สันติทวีฤกษ์. (2555). รายงานการวิจัยเรื่อง แนวทางสู่ความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ GHP: ผลกระทบต่อเคหะชุมชนในจังหวัดเชียงราย. เชียงราย: สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.
- สมฤทัย จิตภักดิ์ดินทร์. (2555). รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาการนำมะนาวและวัสดุเหลือใช้จากมะนาวมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและอาหารแปรรูป. สงขลา: สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.
- สัญญา เคนาภูมิ. (2558). แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ จังหวัดมหาสารคาม. วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์, 2(3), 68-85.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). ส่วนที่ 2.1: ทูตทางเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในแผนพัฒนาฉบับที่ 10. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2560 จาก https://www.nesdb.go.th/download/plan10/2_1.pdf.
- สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2557). ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2561 จาก <http://smce.doae.go.th/index.php>.

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2560).

การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2561

จาก http://www.sceb.doae.go.th/index_n2.html.

สุกัญญา ดวงอุปมา. (2557). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการที่ดี ของ

วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์. วารสารการพัฒนาชุมชนและ

คุณภาพชีวิต, 2(2), 133-139.

สุชาติ จรประดิษฐ์. (2557). อิทธิพลของการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และคุณลักษณะของ

ผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จทางการตลาดของสินค้าหนึ่ง

ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ระดับ 5 ดาวในประเทศไทย.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สุนิษา กลิ่นขจร. (2558). การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ลูก

ประคบสมุนไพรบ้านเขานาใน ตำบลต้นยวน อำเภอพนม จังหวัด

สุราษฎร์ธานี. Veridian E-Journal, Silpakorn University

ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 8(2),

2643-2655.

สุพาดา สิริกุดตา. (2557). กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จ

ขององค์กรธุรกิจ: กรณีศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาคกลาง

ตอนบน. สืบค้นเมื่อ 8 เมษายน 2557 จาก [http://kasetart](http://kasetartjournal.ku.ac.th/kuj_files/2013/A1311251433136718.pdf)

[journal.ku.ac.th/kuj_files/2013/A1311251433136718.pdf](http://kasetartjournal.ku.ac.th/kuj_files/2013/A1311251433136718.pdf).

อูสา สุทธิสาคร. (2555). การเรียนรู้และการจัดการความรู้ด้านวิสาหกิจ

ชุมชน ของชุมชนบ้านร่องก่อ ตำบลโพธิ์ใหญ่ อำเภวารินชำราบ

จังหวัดอุบลราชธานี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

- Barbier, E. B. (1987). The Concept of Sustainable Economic Development: Environment Conservation. **Environmental Conservation**, 14(2), 101-110.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, **Journal of Management**, 17(1), 99-121.
- Comrey, A. L. & Lee, H. B. (1992). **A First Course in Factor Analysis**. (2nd ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Hoelter, J. W. (1983). The Analysis of Covariance Structure: Goodness-of-Fit Indices. **Sociological Method and Research**, 11(3), 325-344.
- Hoyle, R. H. (1995). **Structural Equation Modeling: Concepts, Fundamental Issues and Applications**. California: Sage Publications.
- Kline, R. B. (2005). **Principles and Practice of Structural Equation Modeling**. New York: The Guilford Press.
- Schumacker, R., Lomax, E. & Richard, G. (2004). **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schumpeter, J. A. (1934). **The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profit, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle**. Massachusetts: Harvard University Press.

Ullman, J. B. (2001). **Structural Equation Modeling**. (4th ed.).
Massachusetts: Allyn & Bacon.

การศึกษาการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศสนับสนุนเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

A Study of the Marketing and Distribution Channel for the Development of Information System to Support the Farmer Network that Raises the Goats in the Northeastern Region

พัฒนศักดิ์ ปทุมวัน^{1*} สราญ ปริสุทธิกุล² พิมุกต์ สมชอบ³ ขนิษฐา คนกล้า⁴

นัทธพงศ์ นันทสำเริง⁵ ก้องเกียรติ สหายรักษ์⁶ เกรียงศักดิ์ รักภักดี⁷

Pattanasak Phatthumwan^{1*} Sran Parisuthikun² Pimook Somchob³ Khanittha Khonkla⁴

Natthapong Nantasamroeng⁵ Kongkiat Sahairak⁶ Kriangsak Rakpakdee⁷

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อให้ได้ข้อมูลการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายแพะ ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) เพื่อให้ได้ระบบสารสนเทศที่สนับสนุนการสร้างตลาดและช่องทางการจำหน่ายแพะในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3) เพื่อให้ได้เครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงและจำหน่ายแพะ จากระบบสารสนเทศสนับสนุนเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ

^{1*,3,4,6,7} คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Faculty of Business Administration and Management, Ubonratchathani Rajabhat University

² คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

Faculty of Agriculture, Ubonratchathani University

⁵ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Faculty of Industrial Technology, Ubonratchathani Rajabhat University

*Corresponding author e-mail: pattanasak.p@ubru.ac.th

(Received: August 25, 2018; Revised: October 20, 2018; Accepted: October 31, 2018)

เนื้อในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อ ในพื้นที่ 8 จังหวัด ประกอบด้วย นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี ยโสธร ชัยภูมิ และอำนาจเจริญ โดยมี จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 210 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การ สัมภาษณ์เชิงลึก และระบบวิเคราะห์ต้นแบบระบบสารสนเทศ

ผลการวิจัย 1) ด้านการตลาด มี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1.1) ด้าน ผลិតภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรให้ความนิยมมากที่สุดคือแพะเนื้อที่ จำหน่ายแบบมีชีวิต 1.2) ด้านราคา พบว่า เกษตรกรนิยมจำหน่ายแพะเนื้อมีชีวิตแบบซั่วน้ำหนักโดยคิดราคาตามน้ำหนักตัวของแพะเนื้อ รองลงมาคือการ ซื้อขายพ่อแม่พันธุ์ที่ดูจากความสมบูรณ์และสายพันธุ์ของพ่อแม่พันธุ์ 1.3) ด้าน ช่องทางการจำหน่าย พบว่า รูปแบบช่องทางการจำหน่ายระหว่างเกษตรกรกับ พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อยคือรูปแบบที่ใช้ในการติดต่อซื้อขายมากที่สุดใน พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 1.4) ด้านการสื่อสารการตลาด พบว่า เป็น ลักษณะรูปแบบการตลาดทางตรง โดยเกษตรกรใช้โทรศัพท์ และแอปพลิเคชัน บนสมาร์ทโฟน ในการติดต่อสื่อสารมากที่สุด ในส่วนของช่องทางการจัด จำหน่ายแพะของเกษตรกร มี 6 ช่องทาง ประกอบด้วย การจำหน่ายพ่อแม่ พันธุ์ระหว่างเกษตรกรด้วยกัน การจำหน่ายให้กับชาวบ้านทั่วไป การจำหน่าย ให้ชาวมุสลิม การจำหน่ายให้กับกลุ่มหรือเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ การ จำหน่ายให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะที่รับซื้อเพื่อรวบรวมแพะขายให้กับพ่อค้า รวบรวมท้องถิ่นรายใหญ่ และการจำหน่ายให้พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อย 2) ด้านระบบสารสนเทศสนับสนุนเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อในเขตภาค ตะวันออกเฉียงเหนือสามารถสนับสนุนเกษตรกรในการสร้างความน่าเชื่อถือ และขยายตลาดพ่อแม่พันธุ์แพะจากข้อมูลและรายงานในระบบสารสนเทศฯ 3)

ด้านเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะที่เกิดขึ้นจากระบบ ส่งผลให้เกิดการรวมตัวกันของเกษตรกรในระบบสารสนเทศฯ กับพ่อค้ารวบรวมรายใหญ่และพ่อค้าจากต่างประเทศ โดยระบบสารสนเทศมีผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศฯ จากผู้เชี่ยวชาญในภาพรวมอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.38) และมีผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้งาน จากเกษตรกรในภาพรวมอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.47)

คำสำคัญ: การตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย ระบบสารสนเทศ
เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อ

Abstract

The objective of this research were 1) to finding a marketing information and distribution channels of goats in the northeastern region of Thailand, 2) to develop information system that supports the establishing of the market and distribution channels of goats, and 3) establishing the farmer network which raises and sells goats from the information system supporting the farmer network that raise the goats in the northeastern region. The population was the farmers who raised goats in eight provinces consists of Nakhon Ratchasima, Buri Ram, Surin, Si Saket, Ubon Ratchathani, Yasothon, Chaiyaphum, and Amnat Charoen. The sample was 210 farmers who raised goats in eight provinces

The research result found that 1) there were 4 components of marketing consists of 1.1) product component, It was found that living meat goat was the most popular product for the farmers, 1.2) pice component, it was found that sale price of living meat goat was

based on body weight of living goat, followed by the breeder trading that based on the perfectness and species of the breeder, 1.3) distribution channels component, it was found that the distribution channel between farmers and small local merchants is the most usage distribution channel in the northeast region, and 1.4) marketing communication component, it was found that direct marketing was the marketing communication styles which use by farmers including telephone, Samart phone application. In term of the distribution channels of goat farmers, there were 6 distribution channels consist of distribution of breeders between farmers together, sales to general villagers, sales to Muslims, sales to farmer network who raise goats, sales to goat farmers who bought to collect goat and sold to large local merchants, and sales to small local merchants. 2) The information system supporting the farmers who raised the goats in the northeastern region was able to support the farmers in establishing reliability and expanding the market for male and female goat breeders, based on the data and reports from the information system 3) The farmer network that occurred from the system resulted in the integration of a farmers in the information system, large merchants as well as foreign merchants. In the overall, there was a good level of the evaluation of efficiency of information system from experts ($\bar{x} = 4.38$). In the overall, there was a good level of satisfaction evaluation of the usage from the farmers ($\bar{x} = 4.47$).

Keywords: Marketing, Distribution Channel, Information System, Farmers who Raise Goats

บทนำ

ปัจจุบันแพะได้ถูกกำหนดเป็นหนึ่งในสัตว์เศรษฐกิจของประเทศไทยและมีเกษตรกรให้ความสนใจและนิยมเลี้ยงเพิ่มมากขึ้นทุกภูมิภาคในประเทศไทย เห็นได้จากจำนวนแพะเนื้อในประเทศเพิ่มขึ้นจาก 394,204 ตัว ในปี 2554 เป็น 719,872 ตัว ในปี พ.ศ. 2561 โดยเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี (ตารางที่ 1) สอดคล้องกับรายงานการศึกษาการตลาดแพะเนื้อของสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ผลการศึกษาพบว่าด้านประสิทธิภาพการตลาด มีค่าเท่ากับ 261.54 ที่แสดงว่าตลาดแพะเนื้อมีประสิทธิภาพ (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2557) ทั้งนี้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีลักษณะภูมิอากาศแบบร้อนชื้นสลับร้อนแห้งแล้งหรือฝนเมืองร้อนเฉพาะฤดู ที่เหมาะกับการเลี้ยงแพะเนื้อ ซึ่งเป็นสัตว์ที่เจริญเติบโตได้ดีในสภาพภูมิอากาศที่ค่อนข้างแห้งแล้ง (สมเกียรติ สายธนู, 2528) อีกทั้งมีพื้นที่ปลูกหญ้าหรือพืชอาหารสัตว์ (302,015.5 ไร่) มีพื้นที่ทุ่งหญ้าสาธารณะ (1,440,090 ไร่) มากที่สุดในประเทศ มีเขตชายแดนติดประเทศเพื่อนบ้านที่เอื้ออำนวยต่อการส่งออก

ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาได้ให้การสนับสนุนเกษตรกรในการเลี้ยงแพะส่งผลให้มีเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเพิ่มมากขึ้น และเริ่มมีการจำหน่ายแพะมาได้ระยะเวลานานหนึ่ง โดยเฉพาะในพื้นที่ปศุสัตว์เขต 3 (จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี ยโสธร ชัยภูมิ และอำนาจเจริญ) พบว่าในปี พ.ศ. 2560 จำนวนเกษตรกร เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 112.54 และมีจำนวนแพะเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 97.32 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2559

ตารางที่ 1 เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อ รายเขตปศุสัตว์ ปี 2554 – 2561

เขต ปศุสัตว์	ปี 2554		ปี 2553		ปี 2556		ปี 2557		ปี 2558		ปี 2559		ปี 2560		ปี 2561	
	จำนวน เกษตรกร (ตัว)	เกษตรกร (ตัว)	จำนวน เกษตรกร (ตัว)	เกษตรกร (ตัว)	จำนวน เกษตรกร (ตัว)	เกษตรกร (ตัว)	จำนวน เกษตรกร (ตัว)	เกษตรกร (ตัว)	จำนวน เกษตรกร (ตัว)	เกษตรกร (ตัว)	จำนวน เกษตรกร (ตัว)	เกษตรกร (ตัว)	จำนวน เกษตรกร (ตัว)	เกษตรกร (ตัว)	จำนวน เกษตรกร (ตัว)	เกษตรกร (ตัว)
เขต 1	11,113	46,328	11,414	49,491	11,172	45,389	11,172	44,107	1,458	65,055	1,553	68,720	2,091	79,097	2,831	95,947
เขต 2	382	7,872	514	9,300	413	7,997	369	7,610	412	9,940	408	10,355	485	12,078	562	15,809
เขต 3	632	11,262	657	12,806	429	11,092	388	12,987	438	14,169	590	18,997	1,254	37,484	1,650	48,491
เขต 4	348	3,720	341	3,195	196	2,566	140	2,315	221	4,517	254	4,795	497	8,994	704	14,444
เขต 5	874	10,500	870	11,110	272	4,475	306	5,550	281	5,579	251	3,804	375	5,478	616	8,080
เขต 6	748	28,897	757	29,114	582	27,067	657	27,705	692	31,970	691	32,829	1,138	43,946	1,412	49,530
เขต 7	1,710	70,914	2,282	90,438	2,605	94,977	2,992	112,230	3,045	120,550	2,970	123,134	3,420	142,256	3,753	144,792
เขต 8	4,529	50,732	5,150	58,061	3,479	45,235	5,240	65,720	5,485	75,458	5,489	74,555	6,772	100,179	6,737	109,600
เขต 9	30,036	163,979	34,220	198,299	31,177	181,466	28,036	169,341	30,151	187,855	28,385	183,576	35,819	223,452	37,497	233,119
ยอดรวม	40,372	394,204	46,205	461,814	40,325	4,420,264	39,320	4,447,565	42,183	515,093	40,591	520,765	51,851	652,964	55,762	719,872

หมายเหตุ: ประมาณการข้อมูล วันที่ 11 พ.ย. 2561 ภาคเหนือตั้งแต่เขต 5, 6 ภาคตะวันออกและจังหวัดน่านตั้งแต่เขต 3, 4 ภาคกลาง ตั้งแต่เขต 1, 2, 7 ภาคใต้ตั้งแต่เขต 8, 9

รวบรวมโดยกลุ่มงานสารสนเทศและข้อมูลสถิติศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปศุสัตว์อำเภอ กรมปศุสัตว์

ที่มา: (กรมปศุสัตว์, 2561)

จากการลงพื้นที่เพื่อสอบถามในประเด็นการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายแพะจากเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะและพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อย พบว่ามีพ่อค้ารวบรวมรายใหญ่จากภาคกลาง จากสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เข้ามาจับซื้อถึงหน้าฟาร์มเพื่อนำกลับประเทศ แต่เนื่องจากยังมีปัญหาในการรวบรวมแพะให้เพียงพอต่อความต้องการซื้อ จึงทำให้พ่อค้าจากภาคกลางและพ่อค้าจากต่างประเทศต้องติดต่อซื้อผ่านพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อย

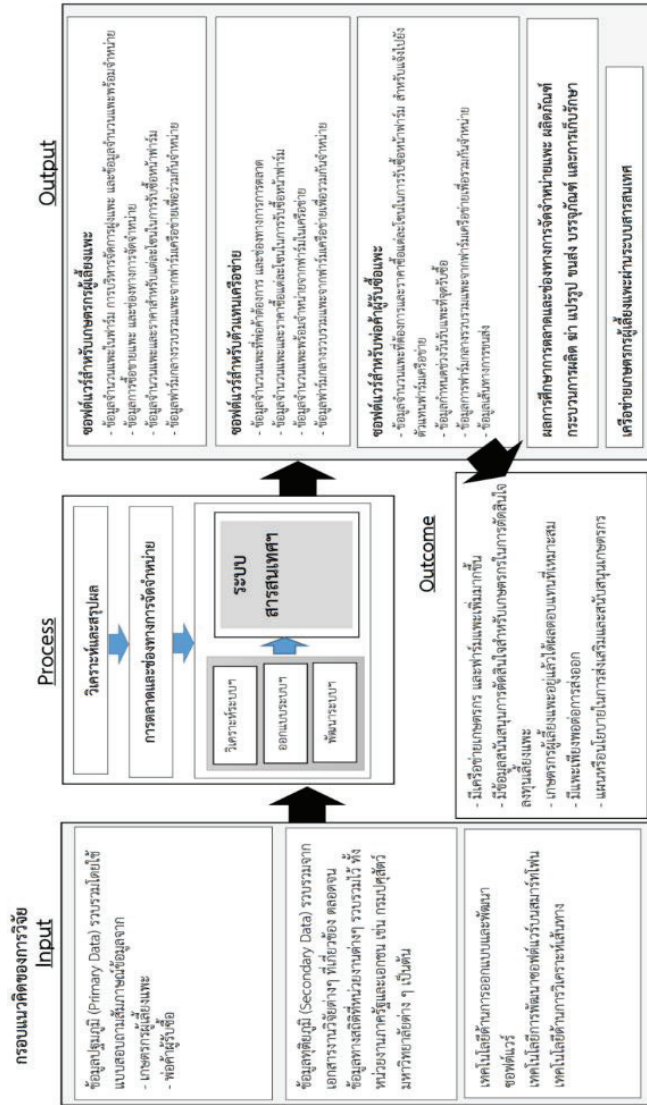
จากที่กล่าวข้างต้นเห็นได้ชัดว่ามีการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายแพะเกิดขึ้นในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยจึงเห็นควรทำการวิจัยการศึกษาการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายแพะ เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศสนับสนุนเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ โดยเลือกพื้นที่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นกรณีศึกษา เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและข้อมูลจากการสำรวจวิเคราะห์ ออกแบบ และพัฒนาเป็นระบบสารสนเทศฯ ซึ่งจะมีส่วนสนับสนุนทำให้เกิดมาตรฐานในการผลิตแพะ และทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มในด้านการตลาดจากรายงานและข้อมูลการใช้ระบบสารสนเทศสนับสนุนการบริหารจัดการฟาร์ม รวมถึงสนับสนุนให้เกิดตลาดและช่องทางการจำหน่ายใหม่จากการรวมกลุ่มผ่านระบบสารสนเทศฯ และขยายช่องทางการจำหน่ายแพะให้เพิ่มขึ้นผ่านระบบสารสนเทศฯ อีกทั้งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะช่วยให้เกษตรกรมีข้อมูลสนับสนุนในการตัดสินใจลงทุนเลี้ยงแพะเพิ่มมากขึ้น ทั้งการเลี้ยงเป็นอาชีพเสริมหรือแม้กระทั่งอาชีพหลัก ภาครัฐสามารถนำระบบสารสนเทศฯ และข้อมูลที่ได้จากการดำเนินการวิจัยไปเป็นต้นแบบสำหรับนำไปใช้กับภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อให้สามารถรองรับการส่งออกและแข่งขันกับประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายแพะ ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อให้ได้ระบบสารสนเทศที่สนับสนุนการสร้างตลาดและช่องทางการจำหน่ายแพะ ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อให้ได้เครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงและจำหน่ายแพะ จากระบบสารสนเทศสนับสนุนเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1 และกรอบแนวคิดของระบบสารสนเทศดังภาพที่ 2



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อ โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรที่แน่นอน (finite population) จากข้อมูลของกรมปศุสัตว์ คือ 438 (กรมปศุสัตว์, 2560) จึงได้ใช้สูตรทาโรยามานะ (Yamane, 1973) ในการคำนวณที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม 210 ตัวอย่าง โดยมีขั้นตอน 1) เลือกจังหวัดสำหรับการเก็บข้อมูลด้วยการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) (ประกายรัตน์ สุวรรณ, 2549) เลือกจังหวัดในพื้นที่เขต 3 ของกรมปศุสัตว์ เนื่องจากมีจังหวัดที่มีพื้นที่เชื่อมต่อกับต่างประเทศ และมีเส้นทางเชื่อมต่อไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังภาคใต้ ได้แก่ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี ยโสธร ชัยภูมิ และอำนาจเจริญ ตามลำดับ 2) ในแต่ละจังหวัด ผู้ดำเนินการวิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยความน่าจะเป็น (probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) (ประกายรัตน์ สุวรรณ, 2549) โดยเลือกฟาร์มแพะแบบเลือกสุ่มเฉพาะในเขตอำเภอที่มีฟาร์มแพะตั้งอยู่ของแต่ละจังหวัด 3) ในการเลือกจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละอำเภอ ผู้ดำเนินการวิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (quota sampling) คือสุ่มอำเภอละเท่า ๆ กัน (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544) ฉะนั้นผู้ดำเนินการวิจัยจะสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 210 คน จาก 8 จังหวัด และผู้ดำเนินการวิจัยได้เลือกสุ่มตัวอย่างที่จะตอบแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (convenience sampling) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544)

2. ขอบเขตด้านข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้แหล่งข้อมูล ดังนี้ 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยประสานขอความอนุเคราะห์ผู้ประสานเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในแต่ละจังหวัด เพื่อเข้าร่วมประชุมและเก็บรวบรวมข้อมูล 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารตีพิมพ์เผยแพร่ของหน่วยงานต่าง ๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการเข้าร่วมประชุมและการจัดสัมมนา 3) วิเคราะห์ข้อมูลรวบรวมได้จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจะถูกนำมาประมวลผลเพื่อหาค่าด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษา โดยกำหนดรูปแบบการศึกษาแบบผสมผสานในการศึกษาเชิงปริมาณ (quantitative research) และเชิงปฏิบัติการ (action research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขั้นตอนการวิจัย (research stage) กำหนดขั้นตอนไว้ ดังนี้

1) สังเคราะห์กรอบแนวคิดจากการศึกษาเอกสาร บทความ งานวิจัย สอบถามหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสร้างเครื่องมือในการเก็บข้อมูล 2) กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา หาความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เพื่อหาความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ด้วยการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านปศุสัตว์ การตลาด และเทคโนโลยีสารสนเทศ จัดทำคู่มือและจัดอบรมการออกเก็บข้อมูล 3) ลงพื้นที่เก็บข้อมูล และการสัมภาษณ์เชิงลึก (แบบสอบถามแบ่งออกเป็น ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย และส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการใช้ระบบสารสนเทศในการบริหารจัดการฟาร์มแพะเนื่องจากเกษตรกร) 4) เข้าร่วมประชุมและจัดสัมมนาเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ เรื่อง “เครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง” และเรื่อง “การตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายแพะ” ณ จังหวัดอุบลราชธานี

จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อเก็บข้อมูลการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของแพะ ผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต หม่า แปรรูป ขนส่ง บรรจุภัณฑ์ และการเก็บรักษา 5) ตรวจสอบ วิเคราะห์ สรุปและแปรผลข้อมูล เพื่อนำไปออกแบบและพัฒนาต้นแบบระบบสารสนเทศฯ 6) จัดอบรมเรื่อง “การใช้งานต้นแบบระบบสารสนเทศสนับสนุนเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ” และประเมินการใช้งานต้นแบบระบบสารสนเทศฯ รวบรวมและสรุปความต้องการใช้งานเพิ่มเติม ข้อเสนอแนะ และฟังก์ชันการทำงาน รวมถึงส่วนติดต่อกับผู้ใช้ 7) นำต้นแบบระบบสารสนเทศฯ และข้อเสนอแนะจากการอบรมฯ เป็นแนวทาง ในการวิเคราะห์ ออกแบบและพัฒนาาระบบสารสนเทศฯ 8) ประเมินระบบสารสนเทศฯ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านปศุสัตว์ การตลาด เทคโนโลยีสารสนเทศ และเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ 9) ปรับปรุงระบบสารสนเทศฯ ตามผลการประเมิน และข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ 10) เผยแพร่ระบบสารสนเทศฯ 11) จัดสัมมนาเรื่อง “การติดตามผลการใช้งานระบบสารสนเทศสนับสนุนเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ” 12) ประเมินผลการใช้งานและประสิทธิภาพ จากค่าเฉลี่ยผลการประเมินความพึงพอใจและประสิทธิภาพ ของระบบสารสนเทศฯ 13) สรุปงานวิจัย

2. ขั้นตอนการพัฒนา (development stage) กำหนดขั้นตอนไว้ ดังนี้ 1) สรุปผลการศึกษาและเก็บข้อมูล เพื่อใช้เป็นหัวข้อในการประชุม/สัมมนา 2) นำองค์ความรู้จากการสัมภาษณ์ การร่วมประชุม และการร่วมจัดสัมมนามาทำการวิเคราะห์และเลือกปัจจัยไปพัฒนาต้นแบบระบบสารสนเทศฯ 3) นำผลการวิเคราะห์มาสรุป เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ ออกแบบ และพัฒนาต้นแบบระบบสารสนเทศฯ เพื่อให้ได้ต้นแบบที่ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ 4) นำความต้องการใช้งานระบบสารสนเทศฯ ฟังก์ชันการทำงานที่ต้องการ และส่วนติดต่อผู้ใช้ที่ต้องการเพิ่มเติมจากต้นแบบระบบสารสนเทศฯ ที่ได้จากการจัดอบรมฯ มาวิเคราะห์และสรุปเพื่อนำไปพัฒนาระบบสารสนเทศฯ 5) พัฒนาระบบสารสนเทศฯ 6) ประเมินเพื่อหาประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศฯ โดย

ผู้เชี่ยวชาญด้านปศุสัตว์ ด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และเกษตรกรผู้เชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงแพะ 7) ปรับปรุงระบบสารสนเทศฯ ตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ 8) เผยแพร่ระบบสารสนเทศฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ และ 9) ประเมินความพึงพอใจในการใช้งานและประเมินประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศฯ

3. ขั้นตอนในการนำเสนอความรู้ที่ค้นพบ โดยใช้เทคนิคในการนำเสนอเพื่อให้เข้าใจ (knowledge representation) ประกอบไปด้วย 1) นำเสนอองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษา การสำรวจ และการเข้าร่วมประชุมและการจัดสัมมนา มาเสนอให้แก่เกษตรกรเข้าใจกระบวนการทำงานของระบบสารสนเทศฯ โดยผ่านการอบรมการใช้งานต้นแบบระบบสารสนเทศฯ 2) เผยแพร่ระบบสารสนเทศฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรนำไปใช้งาน 3) จัดสัมมนาเรื่อง “การติดตามผลการใช้งานระบบสารสนเทศสนับสนุนเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ” เพื่อเป็นการติดตามผลการใช้งานระบบสารสนเทศฯ รวมถึงนำเสนอองค์ความรู้จากการวิจัยและเป็นการเผยแพร่ระบบสารสนเทศฯ ให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ ณ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี และ 4) เผยแพร่ผลการวิจัยและระบบสารสนเทศฯ ผ่านทางสื่อออนไลน์ (facebook เพจ “MISGoat” และ www.misgoat.com ร่วมกับการใช้ google ads) บทความ และการนำเสนองานวิจัย

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ พบว่าจังหวัดที่มีเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะมากที่สุดคือจังหวัดนครราชสีมา 56 คน รองลงมาคือจังหวัดบุรีรัมย์ 51 คน จังหวัดอุบลราชธานี 39 คน จังหวัดศรีสะเกษ 28 คน จังหวัดชัยภูมิ 25 คน จังหวัดอำนาจเจริญ 4 คน จังหวัดสุรินทร์ 4 คน และจังหวัดยโสธร 3 คน ตามลำดับ และเริ่มมีการเลี้ยงแพะในปี พ.ศ. 2536 และเริ่มเลี้ยงมากที่สุดในปี พ.ศ. 2559

2. ข้อมูลการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย

2.1 การเข้าร่วมกลุ่มหรือเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะพบว่าเกษตรกรส่วนมากเข้าร่วมฯ (ร้อยละ 83.8 จากจำนวนทั้งหมด) โดยวัตถุประสงค์ของเกษตรกรในการเข้าร่วมฯ ส่วนมากต้องการรวมกลุ่มเพื่อรวมกันจำหน่าย รองลงมาคือเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

2.2 ตลาดที่เกษตรกรนำผลผลิตไปจำหน่ายส่วนมากมีพ่อค้ารับซื้อถึงฟาร์ม รองลงมาคือนำไปรวมกลุ่มเพื่อขาย ในส่วนของช่องทางการติดต่อซื้อขายพบว่าเกษตรกรใช้โทรศัพท์ในการติดต่อ รองลงมาคือพ่อค้ามาติดต่อที่ฟาร์ม และเว็บไซต์ สำหรับการสื่อสารที่เกษตรกรคิดว่ามีผลต่อการสร้างยอดขายมากที่สุดคือ facebook รองลงมาคือเว็บไซต์ และพนักงานขาย ตามลำดับ

2.3 ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบันของเกษตรกร พบว่าเกษตรกรจัดส่งสินค้าด้วยตัวเอง รองลงมาคือผ่านพ่อค้าปลีก และผ่านตัวแทนจำหน่าย เกษตรกรมีความเห็นว่าช่องทางการจัดจำหน่ายโดยพนักงานขาย ส่งผลต่อผลประกอบการในระดับปานกลาง ทั้งนี้เกษตรกรมีความคิดเห็นว่าช่องทางการจัดจำหน่ายและการทำตลาดผ่านทางเว็บไซต์ และเฟสบุ๊ก ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการอยู่ในระดับมาก

2.4 ขั้นตอนการซื้อขายแพะมีชีวิตที่เกษตรกรใช้มากที่สุด คือ 1) มีพ่อค้าท้องถิ่นรายย่อยมารับซื้อถึงฟาร์ม 2) เกษตรกรประกาศขายและพ่อค้าเดินทางเข้ามารับซื้อที่ฟาร์ม 3) พ่อค้าแจ้งความต้องการรับซื้อและนำแพะไปรวมกัน ณ จุดขายที่เป็นพื้นที่สาธารณะ 4) พ่อค้าแจ้งความต้องการรับซื้อและนำแพะไปรวมกัน ณ ฟาร์มตัวแทนเกษตรกรในกลุ่ม และ 5) เกษตรกรต้องนำแพะไป ณ จุดที่พ่อค้ากำหนด

3. กระบวนการผลิต และผลิตภัณฑ์

จากการลงพื้นที่เพื่อสำรวจและเก็บข้อมูลสามารถสรุปได้ ดังนี้ พื้นที่ทำการปศุสัตว์ส่วนมากเป็นพื้นที่ของเกษตรกรเอง (ร้อยละ 97.1 จากจำนวนทั้งหมด) ขนาดพื้นที่ปลูกพืชอาหารสัตว์ต่อฟาร์มอยู่ในช่วงระหว่าง 1 – 3 ไร่ต่อ

ฟาร์ม และนิยมปลูกหญ้าเนเปียเพื่อเป็นอาหารสัตว์มากที่สุด ในด้านการจัดการภายในฟาร์ม พบว่าเกษตรกรส่วนมากมีโรงเรือนสำหรับเลี้ยง โดยส่วนมากใช้วิธีการเลี้ยงแบบขังคอกบางเวลาสลับปล่อยอิสระในพื้นที่ฟาร์ม รองลงมาคือขังคอกตลอดเวลาและให้อาหารในโรงเรือน สำหรับในแต่ละฟาร์มจำนวนพ่อพันธุ์ที่เกษตรกรมีเฉลี่ยมากที่สุดคือ 1 ตัว และจำนวนแม่พันธุ์ที่เกษตรกรมีเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4 ตัว สายพันธุ์ที่เลี้ยงมากที่สุดคือ ลูกผสมเบอร์ บอร์ และแอ่งโกลนุเบียน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสายพันธุ์ที่เป็นที่ต้องการของตลาด นอกจากนี้เกษตรกรมีการแปรรูปหรือต่อยอดผลิตภัณฑ์ โดยส่วนมากฆ่าและเพื่อขายเนื้อ รองลงมาคือขายนมสด ขายน้ำนม และนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ตามลำดับ สำหรับกระบวนการในการจัดการแปรรูปพบว่ามีค่อนข้างน้อยในด้านการขนส่งและวิธีการขนส่ง พบว่าจากจำนวนเกษตรกรทั้งหมดมากกว่าร้อยละ 52 ขนส่งด้วยรถยนต์ส่วนตัว และมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งเฉลี่ย 300 บาทต่อครั้ง แรงงานในการขนส่งใช้มากที่สุดคือ 2 คน และใช้เวลาที่ใช้เฉลี่ยในการขนส่งแต่ละครั้งคือ 1 ชั่วโมง

4. ความต้องการใช้ระบบสารสนเทศในการบริหารจัดการฟาร์มแพะเนื้อจากเกษตรกร

4.1 จากข้อมูลพื้นฐานของผู้ใช้ พบว่าลักษณะการใช้งานอินเทอร์เน็ตมีการใช้บ่อยครั้งคิดเป็นร้อยละ 47.1 มีการใช้บ้างบางครั้งคิดเป็นร้อยละ 36.2 และไม่ใช่คิดเป็นร้อยละ 16.7 ตามลำดับ ในพื้นที่ฟาร์มของเกษตรกรมากกว่าร้อยละ 83 สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ โดยส่วนมากใช้สมาร์ตโฟนและร้อยละ 82.4 ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์

4.2 ความต้องการระบบสารสนเทศบริหารจัดการฟาร์ม พบว่าเกษตรกรมีความต้องการให้สนับสนุนการทำงานในฟาร์ม สนับสนุนการตลาด และสนับสนุนช่องทางการจำหน่าย

4.3 ความต้องการในการสนับสนุนการทำงานด้านการผลิต พบว่าเกษตรกรมีความต้องการข้อมูลการผสมพันธุ์เพื่อนำไปวิเคราะห์อัตราการผสม

ติด อัตราเฉลี่ยน้ำหนักรากตลอดทั้งฟาร์ม วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยการหย่านมต่อแม่ ต่อปี อัตราการตายก่อนหย่านมทั้งฟาร์ม และการวางแผนการผลิต

4.4 ความต้องการในการสนับสนุนการทำงานด้านการเลี้ยง พบว่าเกษตรกรมีความต้องการข้อมูลประวัติการฉีดวัคซีน ประวัติการใช้วัคซีนหรือยารักษาโรค การให้อาหารข้นและอาหารหย่าบ การเจริญเติบโตและอัตราการเจริญเติบโตโดยเฉลี่ย การวางแผนการเลี้ยง และการบริหารจัดการฝูงสัตว์

4.5 ความต้องการการจ้างเหมาตามแผนการดำเนินงาน พบว่าเกษตรกรมีความต้องการจ้างเหมาด้านการผลิต จ้างเหมาตามแผนการดำเนินงานด้านการเลี้ยง และจ้างเหมาการฉีดวัคซีน

4.6 ความต้องการในการสนับสนุนด้านการจำหน่าย พบว่าเกษตรกรมีความต้องการด้านการจำหน่ายเป็นเนื้อ การจำหน่ายเป็นพ่อแม่พันธุ์ การจำหน่ายในภาพรวมของฟาร์ม ประวัติแพะพ่อแม่พันธุ์ ประมาณการแพะพร้อมจะขาย การรวมตัวกันจำหน่าย แจ้งข้อมูลความต้องการขายและราคาขาย รับทราบข้อมูลความต้องการซื้อและราคารับซื้อ รับทราบข้อมูลความต้องการซื้อและราคารับซื้อ ข้อมูลพ่อค้าหรือเกษตรกร ที่ต้องการรับซื้อแพะ และข้อมูลตำแหน่ง เส้นทาง และระยะทางที่ต้องใช้ในการขนส่งระหว่างฟาร์มเกษตรกร หรือจุดรับซื้อหรือจุดรวมกลุ่มกันเพื่อขาย

4.7 ความต้องการในการสนับสนุนด้านการรวมกลุ่มเกษตรกร ผู้เลี้ยงแพะในระบบสารสนเทศฯ พบว่าเกษตรกรมีความต้องการการตั้งกลุ่มหรือเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ เข้าร่วมหรือออกจากกลุ่มหรือเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ และเลือกแสดงข้อมูลฟาร์มให้ผู้อื่นเห็นเฉพาะตามที่ต้องการ

4.8 ความต้องการในการสนับสนุนการบริหารจัดการภายในฟาร์ม พบว่าเกษตรกรมีความต้องการวิเคราะห์ต้นทุนในการบริหารจัดการ จัดการข้อมูลบัญชีประจำฟาร์ม สนับสนุนการเป็นฟาร์มผ่านมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ และมีข้อมูลสำหรับสนับสนุนการเป็นฟาร์มปลอดโรค บรูเซลเลซิส

4.9 ความต้องการในความปลอดภัยในการใช้งานระบบสารสนเทศ พบว่าต้องการมากที่สุดคือใช้ระบบสารสนเทศฯ คนเดียว รองลงมาคือใครก็ได้ที่ต้องการให้ใช้งานได้ และใครก็ได้ที่สามารถเข้าถึงอุปกรณ์ ตามลำดับ นอกจากนี้เกษตรกรยังมีความต้องการสำรองและโอนย้ายข้อมูลกรณีเปลี่ยนเครื่องใหม่ การกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลและแสดงข้อมูลฟาร์ม และส่งออกข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในโปรแกรมอื่น

4.10 ความต้องการในการสนับสนุนการบริการและค้นหาข้อมูล พบว่าเกษตรกรมีความต้องการค้นหาและแสดงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแพะ ค้นหาประวัติการจำหน่ายและแสดงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ค้นหาฟาร์มแพะใกล้เคียงและแสดงข้อมูลฟาร์มที่ค้นพบ ข้อมูลจำนวนแพะและราคาในการรวมกลุ่มเพื่อขาย และมีความต้องการใช้รายงานจากระบบสารสนเทศฯ ทั้งหมด

4.11 ความต้องการให้ระบบสารสนเทศมีรูปแบบการทำงาน โดยโหนดที่ต้องการมากที่สุดคือ สีฟ้า และขนาดฟอนต์ที่ต้องการมากที่สุดคือขนาด 20 รองลงมาคือขนาด 16 สำหรับการแสดงหน้าจอเกษตรกรต้องการให้แสดงทุกส่วนของระบบผ่านหน้าจอ และต้องการใช้งานบนสมาร์ตโฟนในระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์

5. สรุปการศึกษาดูงาน ร่วมประชุมและจัดการสัมมนา (ร่วมประชุมเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะแกะ จังหวัดศรีสะเกษ และจัดประชุมและสัมมนาเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อ และพ่อค้าปลีกพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นหรือพ่อค้ารวบรวมท้องที่ เรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย และเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และร่วมประชุมประจำปีของเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะแกะจังหวัดบุรีรัมย์) และการลงพื้นที่สัมภาษณ์เกษตรกรผู้เชี่ยวชาญในการเลี้ยงแพะ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ

5.1 การตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายแพะในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์เกษตรกร และการร่วมประชุม

และสัมมนา ทำให้ผู้วิจัยและคณะทราบว่าในแต่ละพื้นที่มีลักษณะการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายในแต่ละพื้นที่คล้ายกัน สามารถแบ่งเป็นกลุ่ม ๆ ได้ดังนี้

ผู้ผลิต (เกษตรกร) แบ่งเป็น 1) เกษตรกรที่เลี้ยงแพะเป็นอาชีพเสริม เช่น เกษตรกรที่มีสวนยาง สวนปาล์ม และข้าวสาร 2) เกษตรกรที่เลี้ยงวัวและแพะ 3) เกษตรกรที่เลี้ยงแพะพ่อแม่พันธุ์ และแพะขุน 4) เกษตรกรที่เลี้ยงเฉพาะแพะพ่อแม่พันธุ์ และ 5) เกษตรกรที่เลี้ยงเฉพาะแพะขุน

พ่อค้าคนกลาง แบ่งเป็น 1) เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อขายให้เกษตรกรด้วยกันเอง เพื่อไปขายยพันธุ์หรือนำไปขุนในฟาร์มและขายต่อ 2) พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อยหรือพ่อค้ารวบรวมท้องที่ (รวมถึงเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะที่รับซื้อแพะจากเกษตรกรด้วยกัน) เพื่อนำไปขายต่อให้กับพ่อค้ารวบรวมรายท้องถิ่นรายใหญ่หรือนำไปฆ่าและขาย 3) พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายใหญ่ รวบรวมแพะจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อย เพื่อขายให้พ่อค้ารวบรวมรายใหญ่หรือพ่อค้าจากต่างประเทศ 4) พ่อค้ารวบรวมรายใหญ่ รวบรวมจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายใหญ่ เพื่อนำไปขายต่อให้กับพ่อค้าจากต่างประเทศจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวหรือสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามหรือรวบรวมไปยังภาคกลางเพื่อส่งโรงเชือดหรือขายในพื้นที่ภาคกลาง และส่งไปยังภาคใต้เพื่อบริโภคหรือส่งไปขายยังประเทศมาเลเซีย และ 5) พ่อค้าจากต่างประเทศ ที่รับซื้อจากพ่อค้ารวบรวมรายใหญ่ หรือพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายใหญ่

ผู้บริโภค แบ่งเป็น 1) ซื้อแพะมีชีวิตเพื่อนำไปฆ่าและบริโภค 2) ซื้อเพื่อนำไปประกอบพิธีทางศาสนา และ 3) ซื้อมาปรุงเป็นอาหารเพื่อจำหน่ายในร้านอาหาร

5.2 ข้อมูลสำหรับนำไปวิเคราะห์ ออกแบบและพัฒนาต้นแบบระบบสารสนเทศฯ จากผลสรุปการสัมมนาและลงพื้นที่พูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ และเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อ

ด้านการตลาด แบ่งเป็น 1) ด้านผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น 1.1) แพะมีชีวิตเป็นการขายเพื่อส่งโรงเชือดโดยใช้วิธีชั่งน้ำหนักในการคิดราคาซื้อขายโดยพ่อค้า

เป็นคนกำหนดราคาซื้อขายต่อกิโลกรัม รวมถึงชาวมุสลิมในชุมชนที่นำไปบริโภค และใช้ประกอบพิธีทางศาสนา 1.2) แพะพ่อแม่พันธุ์ สำหรับเกษตรกรรายใหม่ หรือเกษตรกรต้องการเพิ่มจำนวนแพะในฝูงหรือเพิ่มฝูงใหม่รวมถึงเปลี่ยนพ่อแม่พันธุ์ ผลผลิตหลักของแพะนี้แบ่ง ออกเป็นสองกลุ่มคือ แพะพ่อแม่พันธุ์ และแพะสวยงาม (หมายถึงความเข้มข้นสายเลือดแท้ และโครงสร้างร่างกายของแพะ) 1.3) ผลผลิตที่เป็นอาหารแปรรูป มีการแปรรูปเนื้อแพะเป็นลูกชิ้น เนื้อตากแห้ง แปรรูปเป็นไอศกรีม สบู่ โลชั่น และนํานมสดส่งโรงงานเพื่อผลิตเป็นนม UHT 2) ด้านราคา แบ่งเป็น 2.1) ราคาจำหน่ายให้กับกลุ่มหรือเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะภายในแต่ละจังหวัด และขายต่อไปยังพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายใหญ่ (ราคาปัจจุบันในพื้นที่วิจัยเฉลี่ยอยู่ที่ 90 - 120 บาทต่อกิโลกรัม) 2.2) ราคาจำหน่ายให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะที่รับซื้อ (ราคาปัจจุบันในพื้นที่วิจัยเฉลี่ยอยู่ที่ 60 - 80 บาทต่อกิโลกรัม) 2.3) ราคาจำหน่ายให้พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อยที่ไปรับซื้อถึงหน้าฟาร์ม (ราคารับซื้อหน้าฟาร์มปัจจุบันในพื้นที่วิจัยเฉลี่ยอยู่ที่ 90 - 100 บาทต่อกิโลกรัม) 2.4) ราคาจำหน่ายพ่อแม่พันธุ์ระหว่างเกษตรกรด้วยกันเพื่อนำไปขุนต่อหรือนำไปเป็นพ่อแม่พันธุ์ ตลาดซื้อขายเพื่อนำไปขุนต่อมีมูลค่าค่อนข้างต่ำเนื่องจากการซื้อขายระหว่างเกษตรกรกันเอง เน้นการซื้อขายเกษตรกรในกลุ่มหรือเครือข่าย ในส่วนของราคาซื้อขายพ่อแม่พันธุ์มีมูลค่าค่อนข้างสูงขึ้นอยู่กับสายพันธุ์ (ราคาเริ่มต้นโดยประมาณอยู่ที่ 3,000 - 80,000 บาทต่อตัว) แต่ปริมาณและช่วงเวลาซื้อขายไม่แน่นอน เกิดขึ้นตามความต้องการปรับปรุงสายพันธุ์และขยายฝูงของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ 2.5) ราคาจำหน่ายให้กับชาวบ้านทั่วไป (คนในชุมชนบริเวณฟาร์ม) ราคาซื้อขายตามอายุและน้ำหนักของแพะและขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ซื้อและผู้ขาย (ราคาประมาณที่ 2,000 - 4,500 บาทต่อตัว) และ 2.6) ราคาจำหน่ายให้ชาวมุสลิมในพื้นที่ (ราคาเริ่มต้นโดยประมาณอยู่ที่ 2,000 - 3,000 บาทต่อตัว) แบ่งเป็น ระหว่างเกษตรกรกับชาวมุสลิมโดยตรงหรือชาวบ้านแจ้งความต้องการซื้อแพะผ่านโต๊ะอิหม่ามหรือผู้นำศาสนาที่เป็นผู้นำในพิธีทางศาสนา

อิสลามเพื่อสั่งซื้อ สำหรับนำไปประกอบในพิธีกรรมทางศาสนา และประกอบอาหารในโอกาสต่าง ๆ เช่น พิธีกุรบาน งานแต่งงาน งานสังสรรค์ และงานรื่นเริงต่าง ๆ เป็นต้น ตลาดผู้บริโภครั่วทั่วไปและตลาดชาวมุสลิมมีข้อเสียคือมีกำลังการซื้อน้อยและมีข้อจำกัดค่อนข้างมาก 3) ด้านช่องทางการจำหน่ายพบว่าในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีช่องทางการจำหน่ายระหว่างเกษตรกรกับพ่อค้ารวบรวมต้องถึนรายย่อย คือรูปแบบที่ใช้ในการติดต่อซื้อขายมากที่สุด 4) ด้านการสื่อสารการตลาด พบว่า เป็นลักษณะรูปแบบการตลาดทางตรง โดยเกษตรกรใช้โทรศัพท์ และแอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน ในการติดต่อสื่อสารมากที่สุด รอลลงมา คือ การแนะนำกันปากต่อปากจากเพื่อนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะหรือเกษตรกรทั่วไป

ช่องทางการจัดจำหน่าย แบ่งเป็น 1) พ่อค้ารวบรวมรายใหญ่ ซึ่งจะรับซื้อแพะมีชีวิตจากพ่อค้ารวบรวมต้องถึนรายใหญ่ แบ่งช่องทางการจัดจำหน่ายออกเป็นสองช่องทางใหญ่คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายภายในประเทศโดยส่งไปขายยังภาคใต้เพื่อบริโภคและใช้ประกอบพิธีทางศาสนาหรือส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย เพื่อบริโภคและใช้ประกอบพิธีทางศาสนา ส่งเข้าโรงเชือดในภาคกลางเพื่อส่งไปขายยังร้านอาหารหรือขายให้กับชาวมุสลิมในภาคกลาง และในกรณีแพะที่ไม่ได้ขนาดจะส่งไปยังฟาร์มขุนของพ่อค้าหรือเครือข่าย เพื่อขุนให้ได้ขนาดก่อนส่งไปภาคใต้หรือโรงเชือด และช่องทางการจัดจำหน่ายส่งออกไปยังต่างประเทศ เป็นอีกช่องทางการขายของพ่อค้ารวบรวมรายใหญ่นั้นคือการขายให้กับพ่อค้าจากต่างประเทศ เพื่อส่งไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวสำหรับบริโภคภายในประเทศหรือส่งไปขายยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเพื่อบริโภคภายในประเทศหรือปลายสุดของเส้นทางคือการส่งไปขายยังสาธารณรัฐประชาชนจีนเพื่อบริโภค 2) พ่อค้าจากต่างประเทศ ซึ่งจะรับซื้อแพะมีชีวิตจากพ่อค้ารวบรวมต้องถึนรายใหญ่และพ่อค้ารวบรวมรายใหญ่

จากช่องทางการจัดจำหน่ายสุดท้ายที่เกษตรกรและพ่อค้ารวบรวมในพื้นที่เข้าถึงได้ทีกล่าวในข้างต้นสามารถสรุปช่องทางการจัดจำหน่ายของ

เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อ ได้ 6 ช่องทาง ดังนี้ 1) ช่องทางการจำหน่ายพ่อแม่พันธุ์ระหว่างเกษตรกรด้วยกัน เพื่อเป็นการส่งเสริมการขยายขนาดฟาร์มและเปลี่ยนพ่อแม่พันธุ์ 2) ช่องทางการจำหน่ายให้กับชาวบ้านทั่วไป เพื่อนำไปบริโภคในครอบครัวหรือในงานเลี้ยงสังสรรค์หรืองานประเพณี 3) ช่องทางการจำหน่ายให้ชาวมุสลิม เพื่อนำไปบริโภคหรือประกอบพิธีทางศาสนา 4) ช่องทางการจำหน่ายให้กับกลุ่มหรือเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ เพื่อรวมตัวกันขายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายใหญ่ 5) ช่องทางการจำหน่ายให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะที่รับซื้อ เพื่อรวบรวมแพะขายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายใหญ่หรือเกษตรกรขายให้เกษตรกรบางรายที่รวบรวมแพะเพื่อขุนเพิ่มน้ำหนักและจำหน่ายให้พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายใหญ่และ 6) ช่องทางการจำหน่ายให้พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อย โดยพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อยจะขายต่อไปยังพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายใหญ่ โดยจะรวบรวมแพะจากพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อยในพื้นที่ให้ได้ครั้งละ 50 - 60 ตัว ขึ้นไป

จากที่กล่าวมาข้างต้นแพะจากเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะจะถูกนำไปรวบรวมอีกครั้งในฟาร์มกลางของพ่อค้าท้องถิ่นรายใหญ่ และจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมรายใหญ่และพ่อค้าจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวหรือพ่อค้าจากสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (ราคาปัจจุบันในพื้นที่วิจัยเฉลี่ยอยู่ที่ 110 - 125 บาทต่อกิโลกรัม) เพื่อนำกลับประเทศผ่านทางด่านจังหวัดมุกดาหารไปยังสะพานนะเขตสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวแล้วไปยังสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม เหตุที่พ่อค้าชาวเวียดนามต้องเข้ามาซื้อในประเทศไทยเนื่องจากปริมาณแพะในประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการบริโภค เพราะเนื้อแพะเป็นที่นิยมบริโภคอย่างมากในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม มีการเชือดแพะมากกว่าวันละ 5,000 ตัว แต่ยังไม่พอต่อความต้องการทำให้ต้องเข้ามาติดต่อขอซื้ออยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้พ่อค้าชาวเวียดนามจะนำแพะไปขุนเพื่อเพิ่มน้ำหนักและส่งไปจำหน่ายต่อยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนสามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ ดังนี้

คณะจึงทำการนำต้นแบบระบบสารสนเทศฯ มาทำการวิเคราะห์และออกแบบระบบใหม่ ทั้งนี้ยังคงใช้โครงสร้างบางส่วนเป็นแนวทางในการออกแบบ ผลการนำต้นแบบระบบสารสนเทศฯ มาทำการวิเคราะห์และออกแบบระบบใหม่ ได้แบ่งการทำงานออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

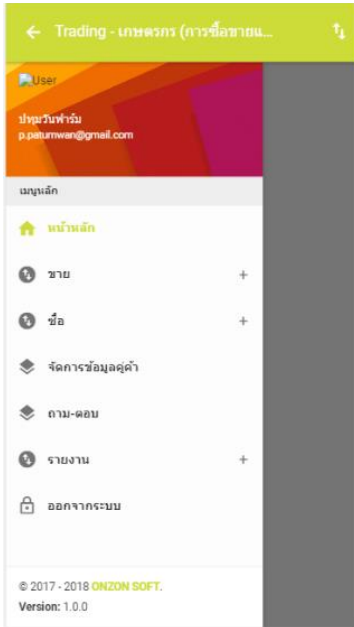
1) สำหรับผู้ดูแลระบบ เป็นส่วนสำหรับการจัดการข้อมูลพื้นฐานทั้งหมดของระบบ เช่น การกำหนดประเภทต่าง ๆ เพื่อใช้งานในระบบ การตั้งกลุ่มหรือเครือข่ายฯ กำหนดผู้ใช้งานที่เป็นตัวแทนหรือประธานฯ ในแต่ละกลุ่มหรือเครือข่ายฯ และอนุมัติการใช้งานระบบของพ่อค้า เป็นต้น

2) สำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ เป็นส่วนเริ่มต้นในการนำข้อมูลเข้าสู่ระบบ (transaction processing system: TPS) และในแต่ละระบบย่อยจะมีระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (management information system: MIS) เฉพาะในแต่ละด้าน ดังนี้ การบริหารจัดการฟาร์ม การซื้อขายแพะ และร่วมขายกับกลุ่มหรือเครือข่ายเกษตรกร

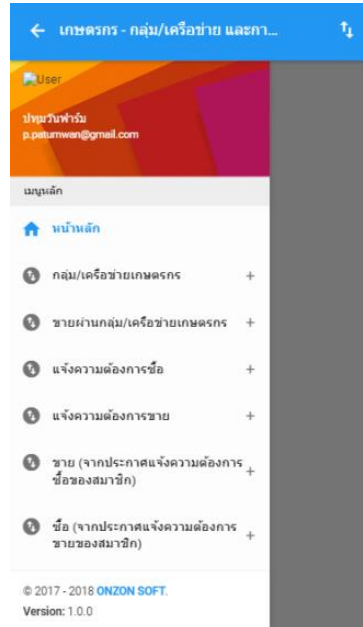
3) สำหรับตัวแทนหรือประธานกลุ่มหรือเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ เป็นส่วนที่ทำหน้าที่ประสานงานระหว่างกลุ่มหรือเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะกับพ่อค้า (ผู้ใช้ที่จะถูกกำหนดเป็นตัวแทนหรือประธานฯ ได้ต้องเป็นสมาชิกในกลุ่มหรือเครือข่ายเสียก่อน) เพื่อรักษาสีทธิประโยชน์ของสมาชิก และตรวจสอบความน่าเชื่อถือและคัดกรองพ่อค้าก่อนทำการติดต่อซื้อขายหรือตกลงราคาขาย

4) สำหรับพ่อค้ารับซื้อแพะ เป็นส่วนที่ทำหน้าที่ในการแจ้งความต้องการขอซื้อจากกลุ่มหรือเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ และตอบกลับความต้องการขายของกลุ่มหรือเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ

5) สำหรับส่วนกลาง เป็นการแสดงข้อมูลจากระบบ ประกอบไปด้วยหน่วยงานระดับอำเภอ หน่วยงานระดับจังหวัด หน่วยงานระดับเขต และหน่วยงานระดับประเทศ



ภาพที่ 4 ตัวอย่างหน้าจอหลักการจัดการซื้อขาย ระหว่างเกษตรกร และการซื้อขายระหว่างลูกค้า



ภาพที่ 5 ตัวอย่างหน้าจอหลักการซื้อขายร่วมกับกลุ่ม/เครือข่าย

7. ผลการประเมินเพื่อหาประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศฯ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านปศุสัตว์ ด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และเกษตรกรผู้เชี่ยวชาญด้านปศุสัตว์ในการเลี้ยงแพะ พบว่าประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศฯ อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.38)

8. ผลการดำเนินการจัดสัมมนาเรื่อง “การติดตามผลการใช้งานระบบสารสนเทศสนับสนุนเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ” เพื่อนำเสนอองค์ความรู้เผยแพร่ระบบสารสนเทศฯ โดยมีประเด็นในการสัมมนา ดังนี้ เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะนำระบบสารสนเทศฯ ไปใช้งานในฟาร์ม และเกิดเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะผ่านระบบสารสนเทศฯ ที่สามารถผลิตแพะรองรับการส่งออกไปยังประเทศ

ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศฯ จากผู้เข้าร่วมสัมมนาในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.47)

9. ผลดำเนินการเผยแพร่ระบบสารสนเทศฯ ผ่านสื่อต่าง ๆ นอกเหนือจากการจัดสัมมนา ยังมีการเผยแพร่ผ่าน www.misgoat.com เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่งานวิจัยผ่านทาง facebook (เพจ MISGoat) และ google (google ads) เพื่อเป็นการเผยแพร่ข้อมูลให้ถึงเกษตรกรให้ได้มากที่สุด และให้เกิดการนำระบบสารสนเทศฯ ไปใช้งานในการดำเนินงานของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ เกิดเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ ช่วยให้เกิดการซื้อขายที่เกิดจากการตลาด และการซื้อขายผ่านช่องทางการจำหน่ายในระบบสารสนเทศฯ

สรุปการวิจัย

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายแพะเนื้อ และผลิตภัณฑ์ ตลอดจนกระบวนการผลิต ขำ แปรรูป ขนส่ง บรรจุภัณฑ์ และการเก็บรักษา เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศสนับสนุนเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าส่วนมากในพื้นที่ 8 จังหวัดไม่นิยมเลี้ยงเพื่อบริโภค แต่เป็นการเลี้ยงเพื่อจำหน่ายแบบมีชีวิตด้วยวิธีการชั่งน้ำหนัก ดังนั้นราคาจึงขึ้นลงตามน้ำหนักของแพะและพ่อค้าเป็นผู้กำหนดราคาต่อกิโลกรัม และรับซื้อไม่จำกัดจำนวน โดยสรุปแล้วด้านวิธีการตลาดหรือช่องทางการตลาดแพะเนื้อ เริ่มจากเกษตรกรทั่วไปที่เลี้ยงแพะเนื้อมีชีวิตขายแพะเนื้อให้เกษตรกรด้วยกันเองเพื่อไปขยายพันธุ์หรือขุนต่อ ขายให้กับผู้บริโภคโดยตรง และขายให้พ่อค้าขายปลีกเนื้อแพะชำแหละ นอกจากนั้นก็จะขายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อยหรือพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อยขายแพะเนื้อมีชีวิตต่อไปให้กับผู้บริโภค เกษตรกรและพ่อค้าขายปลีกเนื้อแพะชำแหละต่อไป สามารถสรุปข้อมูลการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายแพะ ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 8 จังหวัด ได้ดังต่อไปนี้

การตลาด

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะเนื้อและผู้เชี่ยวชาญ พบว่าตลาดแพะเนื้อในปัจจุบันจำนวนแพะเนื้อมีน้อยกว่าความต้องการของผู้บริโภค การตลาดแพะเนื้อและการขนส่งในประเทศไทยส่วนมากพื้นที่บริโภคอยู่ในภาคใต้แต่การผลิตยังไม่เพียงพอจึงต้องรวบรวมแพะเนื้อมีชีวิตจากเกษตรกรรายย่อยจากทุกภาค โดยส่วนมากจะสั่งซื้อแพะเนื้อมีชีวิตจากพ่อค้าในภาคกลางเพื่อรวบรวมแพะในพื้นที่ หรือพ่อค้าจากภาคกลางติดต่อมายังพ่อค้าในภาคอีสานโดยใช้วิธีการติดต่อซื้อขายแบบปากต่อปากและติดต่อประสานงานผ่านทางโทรศัพท์โดยตรงไปยังฟาร์มที่คาดว่าจะมีแพะขายหรือติดต่อผ่านทางตัวแทนกลุ่มหรือเครือข่ายในแต่ละจังหวัด แล้วรวบรวมเพื่อนำไปขายต่อให้กับพ่อค้ารวบรวมแพะเนื้อมีชีวิตในภาคใต้ ซึ่งแพะเนื้อที่ส่งไปยังภาคใต้จะใช้เพื่อการบริโภคหรือเลี้ยงต่อหรือส่งออกไปยังประเทศมาเลเซีย และการนำไปเลี้ยงต่อ และมีบางส่วนที่ชำแหละเพื่อนำไปขายปลีกในตลาดสด และขายส่งให้โรงแรมและร้านอาหารในกรุงเทพฯ และมีตลาดส่งออกไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามรวมถึงสาธารณรัฐประชาชนจีนจากการศึกษาการตลาดปัจจุบัน พบว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์พบว่าเกษตรกรขายแพะเนื้อมีชีวิตให้กับผู้ซื้อทั่วไป เพื่อนำบริโภคเองหรือใช้ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ตลาดนี้จะเกิดขึ้นแค่บางครั้งตามเทศกาลหรืองานเลี้ยง ที่ผู้ซื้อจะสั่งซื้อกับเกษตรกรเป็นแพะมีชีวิตหรือให้ชำแหละให้ เกษตรกรขายเนื้อแพะตามน้ำหนัก โดยการเชือดและแบ่งชั่งน้ำหนักขายตามน้ำหนัก เกษตรกรเชือดและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น จากการลงพื้นที่พบว่าในจังหวัดอำนาจเจริญ และจังหวัดนครราชสีมา เกษตรกรแปรรูปเป็น ลูกชิ้น หม่า เนื้อตากแห้ง เกษตรกรขายแพะมีชีวิตให้กับพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่น หรือพ่อค้ารวบรวมต่างถิ่น ตลาดจำหน่ายแพะเนื้อมีชีวิตเป็นตลาดที่พ่อค้ารับซื้อแพะเนื้อมีชีวิตจำนวนไม่จำกัด และรับซื้อโดยไม่เลือกสายพันธุ์ ไม่จำกัดขนาดหรือน้ำหนัก 2) ด้านราคาแบ่งเป็น ราคาจำหน่ายให้กับกลุ่มหรือเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะแกะ ราคาจำหน่ายให้กับ

เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะที่รับซื้อ ราคาจำหน่ายให้พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อย ราคาจำหน่ายพ่อแม่พันธุ์ระหว่างเกษตรกรด้วยกัน ราคาจำหน่ายให้กับชาวบ้านทั่วไป และราคาจำหน่ายให้ชาวมุสลิมในพื้นที่ 3) ด้านช่องทางการจำหน่ายพบว่า เกษตรกรรวมตัวกันเป็นกลุ่มเกษตรกรเพื่อขายแพะมีชีวิตให้กับพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่น หรือพ่อค้ารวบรวมต่างถิ่น ตลาดขายแพะเนื้อมีชีวิตเป็นตลาดที่พ่อค้ารับซื้อแพะเนื้อมีชีวิตจำนวนไม่จำกัด และรับซื้อโดยไม่เลือกสายพันธุ์ ไม่จำกัดขนาดหรือน้ำหนัก 4) ด้านการสื่อสารการตลาด พบว่า เป็นลักษณะรูปแบบการตลาดทางตรง

ช่องทางการจัดจำหน่ายแพะเนื้อ

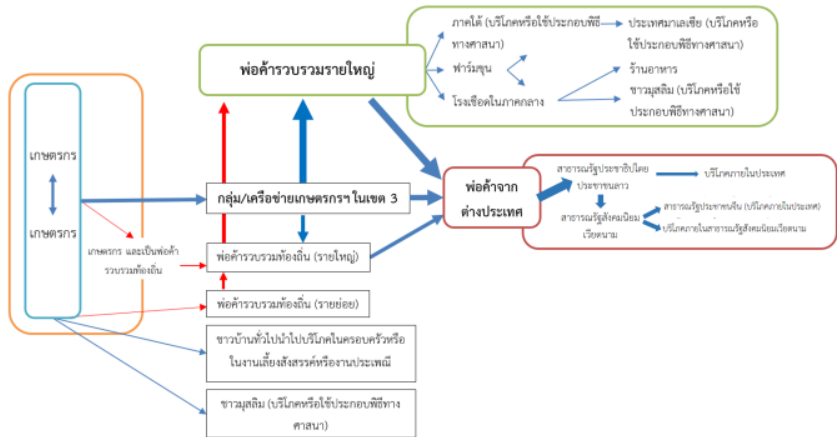
เกษตรกรส่วนมากมีกระบวนการผลิตด้วยวิธีการเลี้ยงในพื้นที่ฟาร์มตนเอง และจำหน่ายเองหรือเลี้ยงในฟาร์มตนเอง และบางส่วนรับซื้อแพะจากเกษตรกรด้วยกันเข้ามาในฟาร์มเพื่อนำมาขุนเพิ่มน้ำหนักและจำหน่ายต่อ ในด้านการขนส่งเกษตรกรที่ต้องการซื้อพ่อแม่พันธุ์จากเกษตรกรด้วยกันผู้ซื้อจะเดินทางไปซื้อยังฟาร์มพ่อแม่พันธุ์ด้วยตนเอง เมื่อเกษตรกรต้องการจำหน่ายแพะมีชีวิตแบ่งเป็นพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นมารับซื้อที่หน้าฟาร์มเกษตรกร และอีกช่องทางคือเกษตรกรขนส่งด้วยรถยนต์ส่วนตัว (กรณีมีฟาร์มใกล้เคียงจะใช้วิธีเหมารถร่วมกัน) เดินทางไปรวมตัวยังฟาร์มของกลุ่มเกษตรกรที่นัดรวมตัวกันเพื่อจำหน่าย ซึ่งในพื้นที่วิจัยผู้วิจัยยังไม่พบฟาร์มกลางของภาครัฐที่ทำหน้าที่เป็นฟาร์มรวบรวมแพะเพื่อจำหน่าย เกษตรกรจึงจำเป็นต้องใช้ฟาร์มของเกษตรกรในกลุ่ม สามารถแบ่งเป็นช่องทาง 1) ช่องทางการจัดจำหน่ายพ่อแม่พันธุ์ระหว่างเกษตรกรด้วยกัน 2) ช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับชาวบ้านทั่วไป 3) ช่องทางการจัดจำหน่ายให้ชาวมุสลิม 4) ช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับกลุ่ม/เครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ 5) ช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะที่รับซื้อเพื่อรวบรวมแพะขายให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายใหญ่ 6) ช่องทางการจัดจำหน่ายให้พ่อค้ารวบรวมท้องถิ่นรายย่อย

สรุปผลการดำเนินงานในการลงพื้นที่ 8 จังหวัดพบว่าไม่ใช่พื้นที่บริโภคแพะเนื้อแต่เป็นพื้นที่ผลิตเพื่อจำหน่าย ในจังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา และบุรีรัมย์ ส่วนมากจำหน่ายให้ยังพ่อค้าต่างถิ่นจากภาคกลางเพื่อรวบรวมส่งไปยังภาคใต้ ในส่วนของจังหวัดอุบลราชธานี อำนาจเจริญ ยโสธร สุรินทร์ และศรีสะเกษ ส่วนมากนิยมจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่น เกษตรกรรายย่อยไม่สามารถจำหน่ายให้พ่อค้าจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวหรือสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามหรือพ่อค้ารวบรวมรายได้โดยตรง เนื่องจากปัญหาในเรื่องจำนวนแพะเพราะพ่อค้าจะรับซื้อต่อครั้งในจำนวน 50 ตัวขึ้นไป ซึ่งแตกต่างจากพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่นที่รับซื้อจำนวน 5-10 ตัว เพื่อนำไปรวบรวมจากหลายๆ ฟาร์มแล้วนำไปขายให้กับพ่อค้ารวบรวมรายได้ใหญ่หรือพ่อค้าจากต่างประเทศ จึงทำให้พ่อค้าต้องติดต่อขอซื้อผ่านพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น เพื่อรวบรวมแพะหรือรับซื้อจากเกษตรกรในภาคกลางโดยผ่านเครือข่ายผู้รวบรวมท้องถิ่น แล้วนำกลับประเทศ ในด้านราคารับซื้อแพะหน้าฟาร์มพ่อค้าคนไทยจะให้ราคารับซื้อน้อยกว่าพ่อค้าจากต่างประเทศจะเห็นได้ว่าการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อรวมตัวกันจำหน่ายยังคงเป็นประเด็นสำคัญของการตลาดและช่องทางการจำหน่ายแพะเนื้อซึ่งตรงกับงานวิจัยของชูตา แก้วละเอียด (2558) ที่ให้ความสำคัญในการพัฒนากลยุทธ์การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การสร้างเครือข่าย จากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล สัมภาษณ์ เข้าร่วมประชุม และร่วมสัมมนากับเกษตรกรผู้เชี่ยวชาญในการเลี้ยงแพะ ผู้เชี่ยวชาญในด้านปศุสัตว์ทั้งภาครัฐและเอกชน และผู้เชี่ยวชาญในด้านการตลาดและช่องทางการจำหน่ายร่วมกับข้อมูลผลวิเคราะห์จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูล เพื่อนำมาวิเคราะห์ความต้องการในด้านต่าง ๆ สำหรับใช้ในการออกแบบ และพัฒนาต้นแบบระบบสารสนเทศฯ และจัดอบรม โดยนำข้อคอมเน้นจากการจัดอบรมฯ และความ ต้องการเพิ่มเติมนำมาวิเคราะห์ ออกแบบ และพัฒนาระบบสารสนเทศฯ ที่สามารถสนับสนุนโดยการเพิ่มความน่าเชื่อถือในตลาดพ่อแม่พันธุ์แพะในด้าน รายงานข้อมูลประวัติสายพันธุ์ การผสมพันธุ์ การฉีดยาและวัคซีน การ

สามารถสนับสนุนโดยการเพิ่มความน่าเชื่อถือในตลาดพ่อแม่พันธุ์แพะในด้าน รายงานข้อมูลประวัติสายพันธุ์ การผสมพันธุ์ การฉีดยาและวัคซีน การ เจริญเติบโต และเกิดช่องทางการจัดจำหน่าย โดยระบบสารสนเทศฯ สามารถ สนับสนุนในการรวบรวมจำนวนแพะจากฟาร์มในเครือข่ายฯ ได้จำนวนเพียงพอใน การจำหน่ายให้กับพ่อค้ารวบรวมรายใหญ่และพ่อค้าจากต่างประเทศ

เครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงและจำหน่ายแพะจากระบบสารสนเทศฯ

ในปัจจุบันกลุ่ม/เครือข่ายฯ สามารถขายแพะให้กับพ่อค้ารวบรวมท้องถิ่น (รายใหญ่) เท่านั้น (ภาพที่ 3) เนื่องจากปัญหาในการรวบรวมแพะให้ได้จำนวนและ เวลาตามที่พ่อค้ารวบรวมรายใหญ่และพ่อค้าจากประเทศต้องการ จากผลการ ดำเนินงานพบว่า ระบบสารสนเทศฯ สามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายระหว่าง กลุ่ม/เครือข่ายฯ กับพ่อค้าได้ โดยระบบสารสนเทศฯ สามารถสนับสนุนการ ดำเนินงานการซื้อขายระหว่างกลุ่ม/เครือข่ายฯ กับพ่อค้ารวบรวมรายใหญ่ และ ระหว่างกลุ่ม/เครือข่ายฯ กับพ่อค้าจากต่างประเทศ (ภาพที่ 6) เนื่องจากเกษตรกร ที่ใช้ระบบสารสนเทศฯ ในการดำเนินงานภายในฟาร์มมีข้อมูลแพะที่พร้อม จำหน่าย และมีข้อมูลพร้อมส่งแพะเข้าร่วมจำหน่ายกับกลุ่ม/เครือข่ายฯ ผ่าน ระบบสารสนเทศฯ รวมถึงตัวแทนหรือประธานกลุ่ม/เครือข่ายฯ สามารถใช้ข้อมูล จากระบบสารสนเทศฯ ในการวางแผนประมาณการจำนวนแพะที่พร้อมจำหน่าย และสามารถแจ้งข้อมูลการขอซื้อจากพ่อค้าผ่านระบบสารสนเทศฯ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่ม/ เครือข่ายฯ รวบรวมแพะได้ตามจำนวนและเวลาตามที่พ่อค้าต้องการ



ภาพที่ 6 ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้งานระบบสารสนเทศฯ

ผลการประเมินระบบสารสนเทศฯ เพื่อหาประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศฯ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านปศุสัตว์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และเกษตรกรผู้เชี่ยวชาญในการเลี้ยงแพะ พบว่าประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศฯ ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.38) รวมถึงผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศฯ จากผู้เข้าร่วมสัมมนาในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย 4.47) และดำเนินการเผยแพร่ระบบสารสนเทศฯ และองค์ความรู้จากงานวิจัยผ่านทางสื่อออนไลน์ พบว่าได้เกิดการรวมกลุ่มเกษตรกรในรูปแบบของเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะจากผู้ใช้งานผ่านระบบสารสนเทศฯ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการประยุกต์ใช้ผลงานวิจัย เกษตรกรผู้เลี้ยงแพะรายเก่า และรายใหม่สามารถนำระบบสารสนเทศฯ ไปใช้ในการจัดการฟาร์มหรือร่วมกลุ่มเกษตรกร เพื่อเป็นช่วยในการดำเนินงานภายในฟาร์มและบริหารจัดการกลุ่มและการซื้อขายแพะ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะใช้งานระบบสารสนเทศฯ ในการบริหารจัดการฟาร์ม เพื่อช่วยสนับสนุนในการเพิ่มผลผลิตสำหรับจำหน่ายภายในประเทศและเพียงพอต่อการส่งออก ซึ่งข้อมูลจากการใช้งานระบบสารสนเทศฯ จะทำให้เกิดข้อมูลสำหรับนำไปศึกษาและวิจัย เพื่อหาแนวทางในการสนับสนุนการตัดสินใจลงทุนเลี้ยงแพะ และเกิดเครือข่ายเกษตรกรและฟาร์มแพะเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในด้านนโยบาย หน่วยงานภาครัฐสามารถนำข้อมูลจากการใช้งานระบบสารสนเทศฯ ข้อมูลจากผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนการดำเนินงานหรือกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะหรือนำไปประยุกต์ใช้ในสัตว์ประเภทอื่น ทั้งนี้ข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการใช้งานระบบสารสนเทศฯ ยังเป็นข้อมูลที่สามารถช่วยสนับสนุนการตัดสินใจในการส่งออกและแข่งขันกับประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษากระบวนการผลิตแพะเนื้อ และฟาร์มในระบบพันธสัญญา โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตแพะเนื้อ

เอกสารอ้างอิง

- กรมปศุสัตว์. (2560). ข้อมูลเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะ,แกะ รายเขตปศุสัตว์และ
รายภาค ปี 2560. สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561 จาก
<http://ict.dld.go.th/th2/index.php/th/report/529-report-thailandlivestock/reportservey2560/1241-2560-1-country>.
- กรณีการ สุขเกษม และสุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). นานานวัตกรรมวิธี
วิทยาการวิจัย. กรุงเทพฯ: บริษัท เฟื่องฟ้า พรินต์ติ้ง จำกัด.
- ชูตา แก้วละเอียด (2558). การพัฒนาการตลาดแพะเพื่อเพิ่มมูลค่าทาง
เศรษฐกิจของเกษตรกรผู้เลี้ยงแพะในจังหวัดสงขลา. คณะ
วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- ประกายรัตน์ สุวรรณ. (2549). การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติเพื่อ
การวิจัย. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สมเกียรติ สายธนู. (2528). การเลี้ยงแพะ. โครงการวิจัยและพัฒนาการเลี้ยง
แพะและแกะในภาคใต้. ภาควิชาสัตวศาสตร์ คณะ
ทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ หาดใหญ่.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2544). สถิติพื้นฐานที่เป็นอนุกรมเวลา. สืบค้นเมื่อ
วันที่ 12 พฤศจิกายน 2555 จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/BaseStat/basestat.html>.
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. (2557). การศึกษาการตลาดแพะเนื้อ. สืบค้น
เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2559 จาก http://www.oae.go.th/ewtadmin/ewt/oae_baer/download/article/article_20141027141431.pdf.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์เฟื่องฟ้าพรินต์ติ้ง.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed).
New York. Harper and Row Publications.

การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

Community Identity Communication for Tourism Promotion

เมธาวี จำเนียร

Methawee Chamnian

บทคัดย่อ

“การสื่อสารอัตลักษณ์” คือ การเลือกสรรและสื่อสารความโดดเด่นเป็นหนึ่งเดียว และเป็นตัวตนของตัวองค์กรหรือชุมชนที่แตกต่างจากที่อื่น การสื่อสารอัตลักษณ์จึงมีความสำคัญในมิติต่าง ๆ โดยเฉพาะในแง่ของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ รวมถึงองค์กรต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายหันมาสนใจสินค้า บริการ หรือองค์กรของตน ในมิติของชุมชนซึ่งถือเป็นการรวมกลุ่มคนเข้าด้วยกัน และมีสถานที่ตั้งที่เป็นหลักแหล่งชัดเจนย่อมจะมีวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่ได้คิดค้น สืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่น ก่อให้เกิดเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งจะมีผลต่อการท่องเที่ยว โดยชุมชนสามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของตนเอง ผ่านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพื่อเลือกเนื้อหาหรือประเด็นที่เป็นความโดดเด่นไม่เหมือนใครภายในชุมชนออกไปเพื่อสร้างความสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมในชุมชนของตน ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการสื่อสารตราสัญลักษณ์ของชุมชนและการสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง บทความวิชาการนี้ จึงมุ่งชี้ให้เห็น

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Faculty of Management Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

e-mail: methawee_kae@nstru.ac.th

(Received: December 14, 2018; Revised: February 10, 2019; Accepted: February 21, 2019)

ความหมาย ความสำคัญของการรู้จักและเข้าใจในอัตลักษณ์ของชุมชนของตนเอง การเชื่อมโยงสู่การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน และการวิเคราะห์อัตลักษณ์จากกรณีศึกษา เพื่อให้ผู้อ่านได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนของตนเอง

คำสำคัญ: การสื่อสารอัตลักษณ์ การท่องเที่ยว ชุมชน

Abstract

"Identity communication" is the selection and communication of remarkable, unique and identity of organisation or community that is different from the other. Identity communication is important in many dimensions, especially in terms of advertising and public relations of products, services. and organizations which attract target groups to focus on their products, services and organizations. In the dimension of the community which considered to be a group of people together and has a apparent location. There will be a way of life, invented arts, culture and wisdom that has been invented and pass down from generation to generation, causing local identity which will affect tourism. Communities can communicate their identities throung the participating of people in the community by choose the texture or the issues that is unique in order to stimulate the interest of tourists

to visit in their community. At the same time, there must be continuous communication of the community brand and identity community through various media. This academic article aims to points out the meaning, the importance of knowing and understanding the identity of their own community, links to community identity communication in order to promote tourism, identifying strategy of community identity communication and identity analysis from case studies, so that the readers can use as a guideline in communicating the identity community to promote tourism of their own community.

Keywords: Identity Communication, Tourism, Community

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ ซึ่งจากสถิติเดือน กันยายน 2561 การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ถึง 21 ล้านล้านบาท จากการที่มีนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศ ซึ่งเข้ามาในประเทศไทยถึง 2,655,562 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) และนักท่องเที่ยวในประเทศที่ไหลเวียนใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว โดยมีปัจจัยกระตุ้นให้เกิดการออกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่ง ได้แก่ การพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่ง โดยเฉพาะการขนส่งทางถนนและทางเครื่องบินซึ่งมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว การพัฒนาด้านการสื่อสารและการโทรคมนาคม ปัจจุบันมีการเกิดสื่อชนิดใหม่ ๆ ที่สามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจนและรวดเร็ว ทำให้มนุษย์สามารถรู้

เห็นความเป็นไปของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไกล ๆ และต้องการที่จะไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ด้วยตัวเองมากขึ้น และการพัฒนาด้านการตลาด มีทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ต่าง ๆ ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้ผู้คนเกิดความต้องการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น (ชัยยุทธ์ ถาวรานุรักษ์, 2560)

ยิ่งไปกว่านั้น เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรทางธรรมชาติและทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น เป็นหนึ่งเดียวในโลก อัตลักษณ์หรือสิ่งที่ประเทศไทยเรามีต่างจากที่อื่นเหล่านี้ จึงควรมีการสื่อสารเพื่อให้เกิดการรับรู้ในหมู่นักท่องเที่ยว อันจะทำให้เกิดความสนใจ และตัดสินใจเลือกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามมา อย่างไรก็ตาม ยังมีชุมชนอีกจำนวนไม่น้อยที่มีแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ แต่คนในชุมชนไม่เข้าใจความสำคัญของ “อัตลักษณ์” และ “การสื่อสารอัตลักษณ์” ซึ่งหมายถึง การแสดงออกถึงตัวตนที่มีลักษณะเฉพาะ ความเป็นเอก เป็นหนึ่งเดียว ไม่เหมือนใคร ซึ่งจะเป็นประเด็นที่สามารถสร้างความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนได้ จึงหากขาดซึ่งการสื่อสารอัตลักษณ์ ก็จะทำให้ไม่สามารถดึงศักยภาพของชุมชนที่มีนำไปใช้ประโยชน์ในแง่การท่องเที่ยวได้เท่าที่ควร

ความหมายของอัตลักษณ์

บทความฉบับนี้ ผู้เขียนจะได้นำเสนอความหมายและความสำคัญของอัตลักษณ์โดยการปูพื้นความรู้ให้ผู้อ่านได้เข้าใจ ก่อนที่จะนำเสนอประเด็นประโยชน์ของการสื่อสารอัตลักษณ์ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชน และการยกกรณีศึกษาให้

เห็นถึงชุมชนที่ยังไม่มีการสื่อสารอัตลักษณ์และชุมชนที่มีการกำหนดอัตลักษณ์ของตนอย่างชัดเจน

จากการรวบรวมความหมายของคำว่า “อัตลักษณ์” จากนักวิชาการด้านการสื่อสาร ได้ความหมายดังนี้

กาญจนา แก้วเทพ (2549) ให้ความหมายอัตลักษณ์ คือ อำนาจที่เราจะนิยามตัวตนได้ว่า เราเป็นใคร เหมือนหรือต่างจากคนอื่นอย่างไร และตัวตนของเราจะดำรงพื้นที่อยู่ในสังคมใหญ่ได้อย่างไร การดำรงอยู่ของอัตลักษณ์ในแต่ละชุมชน จึงต้องอาศัยพื้นที่ที่จะสื่อสารความเป็นตัวตนของท้องถิ่นให้กับทั้งตนเองและคนอื่น ๆ ที่อยู่ภายนอกชุมชน และเนื่องจากพิธีกรรมเป็นพื้นที่การสื่อสารที่ชุมชนท้องถิ่นแต่ละแห่งเป็นเจ้าของและเป็นผู้สร้างสรรค์ขึ้น พิธีกรรมจึงเป็นเครื่องมือที่รับใช้ชุมชนในการสร้างและบ่งบอกนัยแห่งอัตลักษณ์ร่วมได้อย่างมีศักดิ์ศรีนั่นเอง ดังนั้น การวัดอัตลักษณ์หมายถึง การบอกกับตัวเองว่า “เราเป็นใคร” และบอกให้คนอื่นรับรู้ “เราเป็นใคร” “เรามีลักษณะอย่างไร” “เราเป็นชุมชนแบบไหน” (กาญจนา แก้วเทพ, 2549)

ไพโรจน์ วิไลนุช (2557) ให้ความหมายอัตลักษณ์ขององค์กร ซึ่งในที่นี้คือชุมชน ว่าหมายถึง ลักษณะเฉพาะซึ่งทำให้แตกต่างจากคนอื่นหรือสิ่งอื่น ความเป็นเอกลักษณ์ซึ่งทำให้คนอื่นจดจำได้ อัตลักษณ์ขององค์กรจึงหมายถึงลักษณะเฉพาะขององค์กรหรือตัวตนอันเป็นคุณลักษณะพิเศษซึ่งไม่เหมือนองค์กรอื่น

Kotler (2000 อ้างใน วรวรรณ องค์ครุฑรักษา, 2561) ใช้คำว่าเอกลักษณ์แทนคำว่า อัตลักษณ์ โดยให้ความหมายอัตลักษณ์ คือ เอกลักษณ์ประกอบด้วยวิธีที่บริษัทมุ่งแสดงตัวของบริษัทต่อสาธารณชน ในขณะที่ภาพลักษณ์เป็นวิธีที่

สาธารณชนรับรู้ต่อบริษัท และบริษัทออกแบบเอกลักษณ์ขององค์กรเพื่อสร้างรูปร่างให้ภาพลักษณ์แก่องค์กร เอกลักษณ์จะกลายเป็นภาพลักษณ์ในใจคน เสมือนกับคนเอาเอกลักษณ์ไปผ่านความคิดของตนเองแล้วเกิดเป็นภาพลักษณ์

Albert and Whetten (1985 อ้างใน Molleda & Jain, 2013) อธิบายว่า อัตลักษณ์ขององค์กร คือ ลักษณะขององค์กรที่สมาชิกรับรู้ว่าเป็นสิ่งมั่นคงถาวร เป็นกลางและเป็นหนึ่งเดียวเกี่ยวกับองค์กรของพวกเขา อัตลักษณ์ขององค์กรเปลี่ยนแปลงไปขึ้นอยู่กับลักษณะของสมาชิกที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับองค์กร

Ruengaramsri (2000 อ้างใน Ratanakosol et al., 2016) ให้ความหมายว่า อัตลักษณ์ของชุมชน คือ ลักษณะของความเป็นตัวตนที่เป็นการรวบรวมมา ชี้ให้เห็นความพิเศษและความโดดเด่นของชุมชน

กล่าวโดยสรุป อัตลักษณ์ หมายถึง การบ่งบอกตัวตน ความพิเศษ ความเป็นหนึ่งเดียวที่มีความแตกต่างจากคนอื่น กลุ่มอื่น ในที่นี้ คือ ชุมชน อัตลักษณ์ของชุมชนก็คือ ความเป็นลักษณะเฉพาะของชุมชน ทั้งทางรูปธรรมและนามธรรม โดยบทความฉบับนี้ เน้นการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนในด้านศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่ผ่านการสื่อสารจะมีผลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ประโยชน์ของการสื่อสารอัตลักษณ์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

อัตลักษณ์ชุมชนมีความสำคัญทั้งต่อปัจเจกบุคคล กลุ่มคนและชุมชน เนื่องจากเป็นพลังขับเคลื่อนให้สามารถสร้างความภาคภูมิใจ ความเคารพในตัวเอง ความเป็นหนึ่งเดียว ความเป็นเจ้าของและความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่ง

จะนำไปสู่การมีส่วนร่วมของกิจกรรมในชุมชน (Ruongaramsri, 2000 อ้างใน Ratanakosol et al., 2016) นอกจากนี้ วรวรรณ องค์ครุฑรักษา (2561) แสดงความคิดเห็นว่า อัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์มีประโยชน์สามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. อัตลักษณ์จะทำให้องค์ประกอบต่าง ๆ ที่สร้างสรรค์ภาพลักษณ์ขององค์กรหรือตราสินค้าซึ่งอาจจะไม่เป็นไปทิศทางเดียวกันนั้น มารวมกันอย่างเป็นระบบระเบียบ

2. อัตลักษณ์จะทำให้เกิดความเข้าใจในองค์กรหรือตราสินค้านั้น ๆ ชัดเจนขึ้น

3. อัตลักษณ์สามารถนำมาใช้เป็นสัญลักษณ์สื่อความหมายเพื่อสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ได้ เพื่อให้บุคคลภายใน เช่น พนักงาน และภายนอกองค์กรรับรู้และเข้าใจในสิ่งเดียวกับที่องค์กรยึดถือ

4. อัตลักษณ์จะช่วยจัดการภาพลักษณ์ให้ตัวองค์กรและสินค้าหรือบริการให้มีความแตกต่างและโดดเด่นจากคู่แข่งในตลาด

สรุปได้ว่า การสื่อสารอัตลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ ผู้เขียนขอรวบรวมความหมายของภาพลักษณ์ไว้ดังนี้

รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง (2558) ให้ความหมายว่า ภาพลักษณ์องค์กร (corporate image) เป็นภาพในใจ (mental image) หรือความรู้สึกประทับใจ (impression) ที่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ มีต่อองค์กรหนึ่ง ๆ โดยภาพลักษณ์องค์กรอาจเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลา ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ตรงที่แต่ละกลุ่มได้รับจากการสื่อสารอัตลักษณ์ขององค์กรนั้น (corporate identity) รวมถึงการได้มีปฏิสัมพันธ์กับองค์กร ตลอดจนการได้รับ

ประสบการณ์ทางอ้อมจากคำบอกเล่า ที่สำคัญคือ ภาพลักษณ์ยังมีความเกี่ยวข้องกับ “วัฒนธรรมองค์กร” (corporate culture) ซึ่งหมายถึง ค่านิยม (values) ขององค์กรนั้นที่สมาชิกหรือพนักงานทุกคนสัมผัสได้และรู้สึกร่วมกัน และมี “วิสัยทัศน์” (vision) ซึ่งฝ่ายบริหารระดับสูงขององค์กรเป็นผู้กำหนดขึ้น เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นปรารถนาที่จะให้องค์กรนั้นก้าวหน้าไปถึง

อภิชาต พุกสวัสดิ์ (2560) ระบุว่า ภาพลักษณ์ เป็นการสร้างการรับรู้ ภาพลักษณ์องค์กรตามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมต่าง ๆ ขององค์กร

รุ่งนภา พิตรปรีชา (2556) แสดงทัศนะไว้ว่า ภาพลักษณ์องค์กร เป็นการตีความจากการรับรู้ของคนเกี่ยวกับองค์กรโดยที่การรับรู้ นั้น อาจไม่ตรงกับความจริงที่องค์กรเป็นอยู่ก็ได้ เพราะบุคคลจะได้รับข้อมูลและมีความคิดเห็น ความรู้สึกต่อข้อมูลนั้น ๆ โดยตีความ หรือตัดสินจากประสบการณ์ที่มีอยู่ ดังนั้น บางครั้งสิ่งที่ปรากฏภาพลักษณ์ในสายตาของกลุ่มเป้าหมาย จึงอาจไม่ใช่ภาพลักษณ์ขององค์กรที่ตรงกับความเป็นจริง หรือในทางกลับกัน แม้ว่าภาพลักษณ์ขององค์กรที่กลุ่มเป้าหมายมีจะตรงกับภาพลักษณ์ที่องค์กรเป็นอยู่ แต่เป็นสิ่งที่องค์กรจะต้องดูแลและรักษาไว้ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีนั้นให้คงไว้

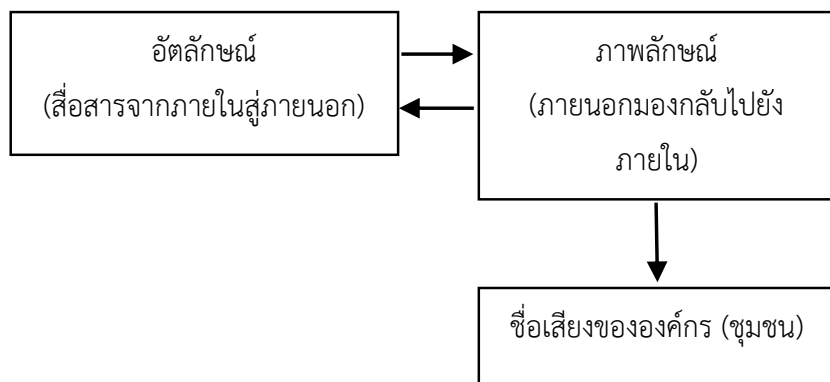
อภิชาต พุกสวัสดิ์ (2560) แสดงความเห็นว่าการสร้างภาพลักษณ์จะต้องสร้างทุกวัน ทุกแห่งทุกมุม รวมทั้งมีการตรวจสอบภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกและปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์เชิงลบ

นอกจากการสื่อสารอัตลักษณ์จะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแล้ว ภาพลักษณ์ที่ดีก็จะส่งผลเชื่อมโยงให้เกิดชื่อเสียงขององค์กร

ไพโรจน์ วิไลสุข (2557) ให้ความหมายของ ชื่อเสียง (reputation) ว่าเป็นชุดของความหมายซึ่งคนอื่นรู้เกี่ยวกับบริษัทผ่านการมองของคนอื่น จำบริษัทได้และสัมพันธ์กับชื่อเสียงนั้น ชื่อเสียงเป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ของความเชื่อ ความคิด ความรู้สึก และความประทับใจของคน

ในขณะที่ อภิวัจ พุกสวัสดิ์ (2560) สรุปไว้ว่า ชื่อเสียงขององค์กร เป็นการสร้างการรับรู้ความมีชื่อเสียงซึ่งเป็นผลมาจากการดำเนินงาน และผลงานในอดีตที่ผ่านมา ผลประกอบการที่ดี ความรับผิดชอบต่อสังคม และการให้ผลตอบแทนต่อผู้เกี่ยวข้อง

ผู้เขียนได้วิเคราะห์และนำเสนอความเชื่อมโยงของอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรตามแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ของอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงขององค์กร (ชุมชน)

จะเห็นได้ว่า การสื่อสารอัตลักษณ์ขององค์กรหรือหน่วยงานที่ดี สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในใจของกลุ่มเป้าหมายได้ อันจะนำมาสู่ชื่อเสียงขององค์กร

เมื่อนำคำว่า อัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ และชื่อเสียงขององค์กร มาสรุปร่วมกัน ทำให้สรุปได้ว่า อัตลักษณ์ คือ การมองและสื่อสารตัวตนจากชุมชนออกไป ในขณะที่ภาพลักษณ์ คือ มุมมองที่คนภายนอกมองกลับเข้ามาในชุมชน ทั้งนี้ อัตลักษณ์ที่ดีของชุมชน ภาพลักษณ์ที่ดีในสายตานักท่องเที่ยว ก็จะทำให้เกิดชื่อเสียงที่ดีของชุมชน

การสร้างอัตลักษณ์องค์กรจัดว่าเป็นองค์ประกอบในการจัดการชื่อเสียง (reputation management) เพียงประการเดียวที่องค์กรสามารถควบคุมความซับซ้อนของการจัดการได้จากภายใน โดยการสร้างอัตลักษณ์องค์กรมีพื้นฐานจากวิสัยทัศน์ ชื่อ ตราสัญลักษณ์ รวมถึงการสื่อสารตนเองขององค์กร (Argenti, 2009 อ้างใน รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง, 2558) ซึ่งผู้เขียนจะได้ขยายความในหัวข้อถัดไป

กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ในที่นี้ ผู้เขียนจะนำเสนอกลยุทธ์โดยยึดตามองค์ประกอบในการสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

กลยุทธ์การมีส่วนร่วมของชุมชนในการระดมความคิดเห็นค้นหาอัตลักษณ์และคิดหาทางวางแผนสื่ออัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อประโยชน์ทางด้านการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของท้องถิ่น การค้นหาอัตลักษณ์เพื่อใช้ในการสื่อสารสู่ภายนอกนั้น คนในชุมชนซึ่งต่างมีองค์ความรู้และประสบการณ์ร่วมเกี่ยวกับชุมชน จะต้องมีการรับรู้ที่จะค้นหา

อัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อการสื่อสารร่วมกัน ตกลงร่วมกัน และช่วยกันสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนที่เล็งเห็นแล้วว่า สามารถสร้างความสนใจ ดึงดูดและโน้มน้าวใจนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชมในชุมชนของตนเองได้ เช่น การมีเรื่องราวเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ การมีสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกแตกต่างจากที่อื่น ฯลฯ

2. กลยุทธ์การสร้างตราสัญลักษณ์ สร้างแบรนด์ หรือยี่ห้อของชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และเกิดการติดตาม ติดตาม นักท่องเที่ยวสามารถจำตราสัญลักษณ์ของชุมชนได้ เกิดความสนใจ และเข้ามาเยี่ยมชมภายในชุมชน ทั้งนี้ตราสัญลักษณ์สามารถปรากฏอยู่ในช่องทางสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น ป้าย สิ่งพิมพ์ ของที่ระลึก ฯลฯ

3. กลยุทธ์การสื่อสารเรื่องราวของชุมชนอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ การบอกเล่าเรื่องราวของชุมชนที่น่าสนใจ น่าติดตามผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ยิน ได้ฟัง ได้เห็น ได้ติดตาม และเกิดความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวในที่สุด

กลยุทธ์ในการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น จะเป็นกรอบดำเนินการสื่อสารความเป็นตัวตนของชุมชนออกไป ซึ่งย่อมต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนตั้งต้น การร่วมกันสร้างตราสัญลักษณ์ของชุมชนให้นักท่องเที่ยวจดจำ และการสื่อสารเรื่องราวอย่างต่อเนื่องผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

การสื่อสารอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม กรณีศึกษา อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 2 ของภาคใต้ รองจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีชื่อเสียงทั้งเรื่องของวัฒนธรรม อันมีพระบรมธาตุวรมหาวิหารเป็นศูนย์กลางพุทธศาสนาในภาคใต้และยังมีเรื่องของ “ธรรมชาติ” ที่มีความอุดมสมบูรณ์ ส่งผลต่อชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติด้วย หนึ่งในนั้นคือ อำเภอลานสกา ซึ่งขึ้นชื่อว่าเป็นสถานที่ที่มีอากาศดีที่สุดในประเทศไทย (สันทนา รัตนอำนวยศิริ, 2554) ซึ่งนอกจากอำเภอลานสกาแล้ว ยังมีอำเภอหนึ่งซึ่งมีพื้นที่และเส้นทางต่อเนื่องมาจากอำเภอลานสกา และมีศักยภาพทางธรรมชาติ การเกษตร และเชิงวัฒนธรรมที่เอื้ออำนวยต่อการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดนครศรีธรรมราชได้เป็นอย่างดี คือ “อำเภอช้างกลาง”

ในอดีต อำเภอช้างกลาง คือ พื้นที่ส่วนหนึ่งของอำเภอฉวาง แต่เนื่องจากอำเภอฉวางเดิมมีอาณาเขตที่กว้างขวาง มีประชากรจำนวนมาก การคมนาคมไม่สะดวก อยู่ห่างไกล ทำให้ยากแก่การให้บริการประชาชนอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว ดังนั้นเพื่อประโยชน์ในการปกครองและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน กระทรวงมหาดไทยจึงได้แบ่งท้องที่ อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 3 ตำบล ได้แก่ ตำบลช้างกลาง ตำบลหลักช้าง และตำบลสวนขัน ตั้งขึ้นเป็นกิ่งอำเภอช้างกลาง เมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2539 โดยมีเนื้อที่ 236.32 ตารางกิโลเมตร (เทพกร ณ สงขลา, 2556) ต่อมาวันที่ 24 สิงหาคม 2550 ได้รับการยกฐานะเป็นอำเภอช้างกลางจนถึงปัจจุบัน

อำเภอช้างกลางยังได้ชื่อว่าเป็นดินแดนที่มีความศักดิ์สิทธิ์ เพราะเป็นที่ตั้งของวัดธาตุน้อย ซึ่งเป็นวัดที่ประดิษฐานพ่อท่านคล้ายวาจาสิทธิ์ที่เป็นที่เคารพ

นับถือของพุทธศาสนิกชนทั่วประเทศ นอกจากนี้ อำเภอช้างกลางยังได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตั้งแต่ปี 2540 ซึ่งนอกเหนือจากกิจกรรมการเกษตรแล้ว อำเภอช้างกลางยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมอื่น ๆ ดังนี้

ตารางที่ 1 แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอช้างกลาง

ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว
น้ำตกท่าแพ	ธรรมชาติ
น้ำตกสีนุ่น	ธรรมชาติ
ถ้ำมึนยม	ธรรมชาติ
บ่อน้ำพ่อกำนันคล้าย	วัฒนธรรม
จุดชมวิวกาเหเมน	ธรรมชาติ/เชิงเกษตร
ถ้ำหินส้ม	ธรรมชาติ
เจดีย์พระธาตุน้อย	วัฒนธรรม
วัดมะนาวหวาน	วัฒนธรรม
กลุ่มเลี้ยงผึ้ง	เชิงเกษตร
กลุ่มเกษตรอินทรีย์	เชิงเกษตร
กลุ่มเพาะเห็ด	เชิงเกษตร
กลุ่มแม่บ้านแปรรูป	เชิงเกษตร
ร้านอาหารเรือนผักกูด	เชิงเกษตร

ที่มา: (เทพกร ณ สงขลา, 2556)

อย่างไรก็ตาม ประเด็นปัญหาสำคัญของการท่องเที่ยวในอำเภอช้างกลาง คือ ตัวแทนชุมชนไม่ทราบอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ ของดี หรือจุดเด่นของอำเภอตนเอง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ที่ผ่านมา ชุมชนไม่เคยมีการระดมความ

คิดเห็นของคนในชุมชนเกี่ยวกับอัตลักษณ์และวิธีการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนสู่ภายนอก ในขณะที่เดียวกันก็ขาดการสำรวจภาพลักษณ์ของอำเภอช้างกลางในมุมมองของนักท่องเที่ยว ซึ่งการสื่อสารอัตลักษณ์และภาพลักษณ์น่าจะมีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ อำเภอช้างกลาง เป็นอย่างมาก (กรกฎ จำเนียรและคณะ, 2561)

แสดงให้เห็นความสำคัญของภาพลักษณ์ ซึ่งภาพลักษณ์จะนำไปสู่การสะท้อนตัวตนของชุมชน (อัตลักษณ์) สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาต่าง ๆ ในชุมชนได้ ดังนั้น ชุมชนจึงต้องมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อนำไปสู่อัตลักษณ์ของชุมชนของตนเอง เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว หรือนำไปใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ต่อไป

การสื่อสารอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ กรณีศึกษาแหลมตะลุมพุก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

การสื่อสารอัตลักษณ์ของแหลมตะลุมพุกควรเน้นเรื่องการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เป็นหลัก (ปัญจพร เกื้อนุ้ย และคณะ, 2561) ซึ่งคำจำกัดความของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หมายถึง สถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติความเป็นมาอันเป็นความทรงจำของมนุษย์ และชาติพันธุ์ของมนุษย์ได้บันทึกหรือสืบทอดกันมาสู่คนรุ่นหลังให้หวนกลับมายังสมัยก่อนนั้น แหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ในที่นี้ประกอบด้วยสถานที่สิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรม ศิลปวัฒนธรรม อารยธรรม และศาสนาความเชื่อต่าง ๆ ของมนุษย์ในยุคก่อน และส่งผ่านมาจนถึงยุคปัจจุบัน เช่น พระราชวังโบสถ์ วิหาร วัด ศาสนสถาน งานศิลปวัตถุโบราณ สถานที่สำคัญของอารยธรรมโบราณวัฒนธรรมเก่า ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นี้จะสะท้อน

ความทรงจำตลอดจนความภูมิใจ ความรู้สึกทางใจที่นักท่องเที่ยวได้สัมผัสสำหรับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นั้นควรจะหาความรู้ถึงประวัติศาสตร์ในแหล่งที่จะไปก่อนเพื่อที่จะทำให้ชาวซึ่งรับความรู้สึกของบรรยากาศสถานที่อย่างแท้จริง เช่น พระบรมมหาราชวังก็ชาวซึ่งอีกแบบหนึ่ง เช่นเดียวกับศาสนสถานก็ให้ความรู้สับสนรุ่มอย่างหนึ่ง (เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย, 2554)

ทั้งนี้ มีข้อมูลเพื่อใช้ในการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนด้านประวัติศาสตร์ โดยสรุปดังนี้

ตำบลแหลมตะลุมพุก อำเภopakพนัง ตั้งอยู่ในส่วนที่เป็นแหลมยื่นสู่อ่าวไทยในจังหวัดนครศรีธรรมราช ห่างจากอำเภopakพนัง 25 กิโลเมตร แต่ห่างจากตัวจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นตัวจังหวัดราว 18 กิโลเมตรเท่านั้น มีพื้นที่อยู่ในเขตปกครองประมาณ 100 ตารางกิโลเมตร เป็นพื้นดินเพียง 15 ตารางกิโลเมตร

“ตะลุมพุก” เป็นนามของปลาตะลุมพุก แต่ชาวบ้านเรียกว่าปลาลุมพุก (มีลักษณะคล้ายปลาตะเพียน ลำตัวเพรียวกว่า มีเกร็ดใหญ่และบางคลุมทั้งลำตัว) ซึ่งเคยมีชุกชุมที่แหลมแห่งนี้

ตำบลแหลมตะลุมพุก ประกอบไปด้วย 3 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านปลายทราย (พื้นดินงอกขึ้นมาจากหลัง ชาวบ้านเรียกว่า แหลมช่องขาด) หมู่ที่ 2 และหมู่ที่ 3 เป็นพื้นที่ที่มีอยู่เดิม ซึ่งสันนิษฐานว่ามีประชาชนหลายกลุ่มเข้ามาอาศัยอย่างต่อเนื่องตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 2 และ 3 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ไม่น้อยกว่า 800 คราวเรือน ดังนี้ ประชาชนกลุ่มแรกคือ “ชาวไทยมุสลิม” ซึ่งประกอบอาชีพประมง ปัจจุบันมีกุโบ (หลุมฝังศพชาวไทยมุสลิม) ปรากฏอยู่ 2 แห่ง ปัจจุบันเหลือชาวไทยมุสลิมอยู่เพียง 1 คน หลังจากนั้น ได้มีชาวจีนเข้ามาทำการค้า โดยมีโรงพระจีนหรือโรงก้อง 2 แห่งปรากฏอยู่เช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ ยังมีโรงเรียนจีน ว่ากันว่า วันสำคัญของคนจีนจะมีธงชาติจีน มากกว่าธงชาติไทยเลยทีเดียว กลุ่มประชาชนกลุ่มสุดท้ายคือ คนไทยพื้นเมือง ดังนั้น ณ ที่แห่งนี้ จึงมีการผสมผสานทางวัฒนธรรมความเชื่อที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ ทั้งแม่หมะของชาวไทยมุสลิม, ก้อง (ก่ง) ของคนจีน ศาลตาแหลม พ่อท่านลาก วัดบ้านแหลม หมู่ที่ 3 และหมู่ที่ 1 มีพ่อท่านสว่าง วัดสุเทพธาราม ของคนไทย

ในสมัยรัชกาลที่ 5 พระองค์เสด็จแหลมตะลุมพุก ทอดสมอเรือในอ่าวไทย เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2432 ทั้งนี้จากบันทึกจดหมายเหตุเสด็จประพาสแหลมมลายู ร.ศ.108 ได้บรรยายสภาพความเป็นอยู่การประกอบอาชีพของประชาชนที่นี่ว่า “ที่แหลมนี้ เป็นหาดแคบนิดเดียวแต่ยังยาววงเป็นอ่าวเข้าไปไกล มีเรือนประมาณ 70 หลัง ปลุกมะพร้าวมาก มีของที่เป็นสินค้าขายออก คือ ปลาเค็ม ปลากระบอก เคย แดงเป็นมาก เวลาบ่าย 4 โมง เสด็จกลับมาลงเรือพระที่นั่ง แล้วออกเรือพระที่นั่งต่อมา” (หมู่ที่ 3 ในปัจจุบัน) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ม.ป.ป.)

ในช่วงรัชกาลที่ 6 ได้เกิดโรคห่าไข้ทรพิษและอหิวาตกโรคขึ้น โดยชาวบ้านเรียกว่า “โรคไข้หนวย” ทำให้ผู้คนล้มตายจากเป็นจำนวนมาก และต่อมาได้เกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ในปี 2486 ทหารญี่ปุ่นได้เข้ามายึดหัวหาดแหลมตะลุมพุกและว่ากันว่ามิระเบิดที่เป็นผลจากสงครามครั้งนั้นมาตกลงที่แหลมตะลุมพุก 2 ลูก แต่ไม่ระเบิด ซึ่งในขณะนั้น แหลมตะลุมพุกแห่งนี้มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติในทุก ๆ ด้าน มีประชาชนอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น ทั้งชาวไทยมุสลิม จีน และไทยพื้นเมือง

แต่แล้วเมื่อประมาณวันที่ 22 ตุลาคม 2505 ฝนตกต่อเนื่องทุกวัน จนเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2505 เวลาประมาณ 19.00 น. มีพายุโซนร้อนที่มีเส้นผ่าน

ศูนย์กลางขนาด 300 กิโลเมตร ความเร็วลม 180-200 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ความเร็วในการเคลื่อนที่ 92.662 กิโลเมตร พายุโซนร้อนลูกนี้ชื่อว่า “แฮเรียต” ระลอกแรกส่งผลให้เกิดท้องฟ้าแดงฉาน แห้งแล้ง ไม่มีแดดและลมแรง มีสัตว์น้ำจำนวนมากเกยขึ้นหาด มีชาวบ้านจับมาประกอบอาหาร เกิดลมแรงหลังคาปลิวว่อน มีเสียงเหมือนเครื่องบินมา พายุได้ส่งบลงชั่วคราวและก็เกิดขึ้นอีกครั้ง ซึ่งมีลักษณะรุนแรงกว่าเดิม ครึ่งนี้เกิดขึ้นอีกอย่างต่อเนื่องจนเวลาล่วงเลยเข้าสู่วันใหม่ในวันที่ 25 ตุลาคม 2505 ประมาณตี 1- ตี 2 มีฝนตกหนักและมีคลื่นสูงราว 3-4 เมตร ถล่มใส่หมู่บ้านในแหลมตะลุมพุกจนบ้านเรือนพังเสียหายเกือบทั้งหมดและชาวบ้านล้มตายเป็นจำนวนมากราว 3,000-5,000 คน ทั้งที่เป็นคนในพื้นที่และคนต่างพื้นที่ที่มาประกอบอาชีพที่นี่ บ้านที่ยังหลงเหลืออยู่หลังจากเกิดเหตุวาทภัยครั้งนั้นมีเพียง 2 หลัง และมีชาวบ้านบางส่วนที่เหลือรอดมา เนื่องจากการปลูกสร้างบ้านสร้างด้วยการมุงด้วยต้นจากที่เป็นธรรมชาติ จึงไม่อันตรายมากเมื่อบ้านพังด้วยแรงพายุ และยังมีป่าโกงกางช่วยรักษาชีวิตไว้

วาทภัยในครั้งนั้น มีความร้ายแรงที่สุดในรอบศตวรรษเลยทีเดียวและในเหตุการณ์ครั้งนั้น ทำให้เกิดมูลนิธิราชประชานุเคราะห์และโรงเรียนราชประชานุเคราะห์เป็นแห่งแรกของไทยโดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ได้พระราชทานเงินบริจาคให้นำไปบรรเทาทุกข์อย่างทั่วถึง แล้วยังมีเงินเหลืออยู่ จึงทรงพระกรุณาธิคุณโปรดเกล้าฯ ให้อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ จดทะเบียนตั้งมูลนิธิราชประชานุเคราะห์ในพระบรมราชูปถัมภ์

ต่อมา สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนีเสด็จเยี่ยมเยียนราษฎรถึง 2 ครั้ง ในปี 2507 และ 2512 และสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณบดินทรเทพยวรางกูร รัชกาลที่ 10 (พระบรมโอรสาธิราช สยามมกุฎราชกุมารใน

ขณะนั้น) เสด็จมาเปิดโรงเรียนราชประชานุเคราะห์ (เดิมชื่อ โรงเรียนบ้านปลายแหลม) ณ แหลมตะลุมพุกในปี 2529

ในทุกวันที่ 25 ตุลาคม ของทุก ๆ ปี จะมีการจัดกิจกรรมรำลึกถึงเหตุการณ์วาทภัย “แอเรียต” ที่ศาลาประชาคมของแหลมตะลุมพุก ทั้งนี้ ชุมชนเลือกที่จะสื่อสารอัตลักษณ์โดยยกเรื่องราวทางประวัติศาสตร์มาดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปสัมผัส

อย่างไรก็ตาม นอกจากจะมีการสื่อสารอัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์เป็นหลักแล้ว ควรจะนำเสนอข้อมูลที่จำเป็นแก่นักท่องเที่ยวด้วย ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ กิจกรรมการท่องเที่ยว อาหาร ที่พัก สินค้าและของที่ระลึก เป็นต้น (ปัญญาพร เกื้อนุ้ย และคณะ, 2561)

จะเห็นได้ว่า ประวัติศาสตร์ของแหลมตะลุมพุกที่เคยเกิดเหตุมหาวาตภัยถล่มนั้น สามารถนำมาสร้างเป็นอัตลักษณ์เพื่อใช้ในการสื่อสารได้หลากหลายมุม เช่น อัตลักษณ์เรื่องการจัดระบบนิเวศที่เหมาะสม โดยมีป่าโกงกางเป็นแหล่งอาหารและแหล่งหลบภัยธรรมชาติไปในเวลาเดียวกัน อัตลักษณ์ภูมิปัญญาด้านสถาปัตยกรรม ที่มีการสร้างบ้านด้วยการมุงจาก ทำให้เมื่อเกิดเหตุวาทภัยสามารถรักษาชีวิตผู้คนได้จำนวนหนึ่ง ทั้งนี้ อัตลักษณ์ดังกล่าวสามารถนำมาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ เช่น การจัดกิจกรรมการปลูกป่าโกงกางเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว การจัดทำบ้านมุงจากจำลอง เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วิถีชีวิตของประชาชนชาวแหลมตะลุมพุกในอดีต

บทสรุป

อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่เป็นตัวตนเป็นเอก แตกต่างจากชุมชนอื่น จะเป็นตัวช่วยทำให้อัตลักษณ์ของชุมชนนั้น ๆ เป็นที่รู้จักในสังคม การสื่อสารอัตลักษณ์จึงเป็นการบ่งบอก เผยแพร่ความเป็นหนึ่งเดียวของชุมชนให้แก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ามาเยี่ยมชม เรียนรู้ และเก็บความประทับใจกลับไป การสื่อสารอัตลักษณ์ที่ดี มีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ หรือความรู้สึกนึกคิดในใจของนักท่องเที่ยวในทางที่ดีเช่นเดียวกัน และจะนำไปสู่ความมีชื่อเสียงของชุมชน ที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากทั่วทุกสารทิศมาเยือนอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ กลยุทธ์ในการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชน ประกอบไปด้วย กลยุทธ์การมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดอัตลักษณ์และการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชน กลยุทธ์การใช้ตราสัญลักษณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวจดจำ เกิดความรู้สึกอยากมาเที่ยวชมและกลยุทธ์การเผยแพร่เรื่องราวความเคลื่อนไหวของชุมชนผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชมชุมชนของตน การสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน จึงควรมาจากการระดมความคิดเห็นของคนในชุมชนเป็นหลัก นอกจากนี้ ควรมีการรับรู้ร่วมกัน ตกลงร่วมกัน และร่วมแรงร่วมใจกันสื่อสารอัตลักษณ์ที่ได้ค้นหามาสู่สาธารณชน เพื่อประโยชน์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในชุมชน และการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของท้องถิ่นอีกทางหนึ่งด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากบทความวิชาการนี้ ชุมชนจะได้เห็นถึงความสำคัญของอัตลักษณ์และการสื่อสารอัตลักษณ์ที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตลอดจนสามารถ

นำแนวทางวิเคราะห์บริบทชุมชนเพื่อการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนได้ด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม ชุมชนสามารถค้นหาข้อมูลเพื่อการเลือกสื่อสารอัตลักษณ์ได้จากหลายแหล่งประกอบกัน เช่น จากการสังเกตการณ์บริบทชุมชนและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ฯลฯ เพื่อนำไปสู่การสื่อสารอัตลักษณ์ที่ตรงกับความสนใจและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน โดยเฉพาะในแง่การท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรกฎ จำเนียร เมธาวี จำเนียร ทศนาวดี แก้วสนิท และศศิพัชร บุญขวัญ.

(2561). รายงานการวิจัยเรื่อง สื่อใหม่เล่าเรื่องเส้นทางสายบุญเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช. นครศรีธรรมราช:

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่

เดินทางเข้าประเทศไทย เดือนกันยายน ปี 2561 (ข้อมูล

เบื้องต้น) (16 ต.ค. 2561). สืบค้นเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2561

จาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=498&filename=index.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (ม.ป.ป.) แหลมตะลุมพุก. สืบค้นเมื่อ 14

พฤศจิกายน 2561 จาก <https://thailandtourismdirectory.go.th/th/info/attraction/detail/itemid/1871>.

กาญจนา แก้วเทพ. (2549). รายงานการวิจัยเรื่อง ใต้ฟ้าฟ้าแห่งการศึกษา
สื่อบุคคลและเครือข่ายการสื่อสารภาพรวมจากงานวิจัย.

กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ชัยยุทธ์ ถาวรานุรักษ์. (2560). ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการ
ท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เอ เอ เอ เซอร์วิส.

เทพกร ณ สงขลา. (2556). รูปแบบการจัดการทรัพยากรเกษตรเพื่อการ
ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ยั่งยืน ในอำเภอช้างกลาง จังหวัด

นครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ

ทรัพยากรเกษตรเขตร้อน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สงขลา.

เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย. (2554). การนันทนาการ. กรุงเทพฯ: วี.พริ้นท์
(1991).

ปัญญาพร เกื้อนัย สุภาวดี พรหมมา เมธาวิ จำเนียร ชนิตา รอดหุ่ย และยศยง
เซ็นภักดี. (2561). รายงานการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก
เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แหลมตะลุมพุก
จังหวัดนครศรีธรรมราช. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยราชภัฏ
นครศรีธรรมราช.

ไพโรจน์ วิไลนุช. (2557). การบริหารการสื่อสารขององค์กร: การสื่อสารกับ
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย. กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พริ้นท์.

รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2556). พลัังแห่งการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: 21 เซ็น
จูรี.

รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง. (2558). การสื่อสารองค์กร แนวคิดการสร้างชื่อเสียงอย่าง
ยั่งยืน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วรวรรณ องค์ครูทรักษา. (2561). การบริหารภาพลักษณ์และเอกลักษณ์
ที่พึงประสงค์ของสินค้าและองค์กร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- สันทนา รัตนอำนวยศิริ. (2554). ลานสกาที่ว่า “อากาศดีที่สุดในประเทศ
ไทย”. สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2562 จาก
<http://www.komchadluek.net/news/lifestyle/100141>.
- อภิชาจ พุกสวัสดิ์. (2560). นวัตกรรมการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ผ่านการ
สื่อสารเครือข่ายสังคมออนไลน์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- Molleda, J. & Jain, R. (2013). Identity, perceived authenticity, and
reputation: A dynamic association in strategic
communications, In Carroll, C.E. (Ed.). **The handbook of
communication and corporate reputation**. (435-445).
UK: Wiley & Sons, Inc.
- Ratanakosol, K., Pathumcharoenwattana, W. & Kimpee, P. (2016).
Learning process for creating community identity.
Retrieved November, 14, 2018 from [https://www.shs-
conferences.org/articles/shsconf/pdf/2016/04/shsconf_
erpa2016_01067.pdf](https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2016/04/shsconf_erp2016_01067.pdf).

คำแนะนำสำหรับการเขียนบทความ

วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ได้เปิดรับบทความจากนักวิจัย คณาจารย์ นักศึกษา และนักวิชาการ ทั้งระดับท้องถิ่นและระดับสากล มีกำหนดการตีพิมพ์ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม โดยมีขอบเขตของเนื้อหาของบทความที่พิจารณาตีพิมพ์เกี่ยวข้องกับศาสตร์ด้านเศรษฐศาสตร์/บริหารธุรกิจ และการจัดการ นิเทศศาสตร์/สื่อสารมวลชน และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ทั้งนี้ทุกบทความจะต้องผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ ไม่น้อยกว่า 2 ท่านแบบ double blinded คือ มีการปกปิดชื่อเจ้าของบทความแก่ผู้ทรงคุณวุฒิ และเจ้าของบทความไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ และเพื่อให้บทความที่ดีพิมพ์เป็นไปตามรูปแบบมาตรฐานตามเกณฑ์การรับรองคุณภาพวารสาร ขอให้ผู้ส่งบทความจัดพิมพ์ในรูปแบบตามคำแนะนำนี้

ประเภทของบทความที่ดีพิมพ์

1. บทความวิจัย (research article) เป็นผลงานที่ได้จากข้อมูลที่ผู้เขียนได้ศึกษาวิจัยด้วยตนเอง โดยมีการนำเสนอบทนำ วัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย กรอบแนวคิดในการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย และสรุปการวิจัย เพื่อนำเสนอองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

2. บทความวิชาการ (article) เป็นการเขียนเพื่อนำเสนอทางวิชาการในลักษณะการเขียนแบบความเรียง มุ่งให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงหรือเป็นการกล่าวแสดงความคิดเห็นของผู้เขียนโดยมีข้อมูลแสดงให้เห็นเชิงประจักษ์ที่

สนับสนุนทำให้เกิดการสรุปผลในบทความวิชาการนั้น อาจเป็นการอ้างถึงกรอบความคิด ทฤษฎี ตลอดจนข้อเท็จจริงจากผลการศึกษาที่ผ่านมา โดยมีการค้นคว้าอ้างอิงจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้และทันสมัย

การเตรียมต้นฉบับบทความ

1. บทความต้องไม่เคยผ่านการตีพิมพ์ในวารสารอื่น
2. บทความเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ เนื้อความรวม 15-35 หน้า ขนาดกระดาษ A6 โดยพิมพ์ด้วยโปรแกรมไมโครซอฟเวิร์ดแบบคอลัมน์เดียว
3. การจัดพิมพ์บทความมีดังนี้
 - 3.1 หัวข้อหลักให้เป็นตัวหนาและขีดซ้าย การขึ้นหัวข้อหลัก เว้น 1 บรรทัด หัวข้อรองและการพิมพ์ส่วนเนื้อหาไม่มีการเว้นบรรทัด
 - 3.2 ก่อนและหลังการแสดงผลภาพและตาราง เว้น 1 บรรทัด
4. รูปแบบตัวอักษรในการพิมพ์บทความ มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ขนาด ลักษณะ และการจัดตำแหน่งตัวอักษรในการพิมพ์บทความ

รายการ	รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK		การจัดตำแหน่ง
	ขนาด	ลักษณะ	
ชื่อเรื่องภาษาไทย/อังกฤษ	14/12	ตัวหนา	กึ่งกลาง
ชื่อผู้เขียน	11	ตัวธรรมดา	ชิดขวา
ข้อมูลที่เชิงอรรถ	8	ตัวธรรมดา	ชิดซ้าย
หัวข้อหลัก	12	ตัวหนา	ชิดซ้าย
เนื้อหา	12	ตัวธรรมดา	กระจายแบบไทย
เอกสารอ้างอิงท้ายบทความ	12	ตัวธรรมดา	ชิดซ้าย

5. หัวข้อหลักในบทความ

หัวข้อหลักในบทความวิจัยและบทความวิชาการ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 หัวข้อหลักในบทความวิจัยและบทความวิชาการ

หัวข้อหลักในบทความวิจัย	หัวข้อหลักในบทความวิชาการ
ชื่อบทความ	ชื่อบทความ
บทคัดย่อ	บทคัดย่อ
คำสำคัญ	คำสำคัญ
Abstract	Abstract
Keywords	Keywords
บทนำ	บทนำ
วัตถุประสงค์การวิจัย	เนื้อหา
กรอบแนวคิดการวิจัย	บทสรุป
ข้อสมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี)	กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)
วิธีดำเนินการวิจัย	เอกสารอ้างอิง
ผลการวิจัย	
สรุปการวิจัย	
ข้อเสนอแนะ	
กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)	
เอกสารอ้างอิง	

คำอธิบายหัวข้อหลักในบทความ

1. ชื่อบทความ ควรกะทัดรัด ไม่ใช่คำย่อ และไม่ควรรายเกินไป
2. ชื่อผู้พิมพ์ ให้อยู่ถัดจากชื่อเรื่อง จัดชิดขวา ระบุเฉพาะชื่อและนามสกุล กรณีมีผู้เขียนหลายคนให้ระบุชื่อทุกคน และมีตัวเลขอารบิกกำกับเหนือ

ตัวอักษรสุดท้ายของนามสกุล (เรียงตามลำดับ) กำหนดให้ใส่เครื่องหมาย * ไว้ต่อจากเลขลำดับของผู้เขียนที่เป็นผู้รับผิดชอบบทความหลักหรือผู้ประสานบทความ (corresponding author)

3. สถานที่ติดต่อผู้เขียน ระบุไว้ที่เชิงอรรถ จัดชิดซ้าย โดยระบุชื่อคณะและสถาบันการศึกษาของผู้เขียน กรณีมีผู้เขียนหลายคนให้ระบุสถานที่ติดต่อทุกคน และให้ระบุอีเมลที่ใช้ติดต่อของผู้รับผิดชอบบทความหลัก

^{1*,2} คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Faculty of Business Administration and Management, Ubonratchathani Rajabhat University

*Corresponding author e-mail: walaii@ubru.ac.th

(Received: January 5, 2019; Revised: February 20, 2019; Accepted: March 5, 2019)

ภาพที่ 1 ตัวอย่างการเขียนตำแหน่งและที่อยู่ของผู้เขียนบทความ

4. บทคัดย่อ และ Abstract ความยาวไม่ควรเกินอย่างละ 150-200 คำ และไม่มีหัวข้อย่อย

5. คำสำคัญ และ Keywords คำสำคัญไม่ควรเกิน 5 คำ ไม่ต้องมีคำว่า “และ (and)” หน้าคำสุดท้าย การเขียนคำสำคัญภาษาไทยต่อจากบทคัดย่อภาษาไทย การเขียนคำสำคัญภาษาอังกฤษต่อจากบทคัดย่อภาษาอังกฤษ และบทคัดย่อภาษาอังกฤษให้ใช้เครื่องหมายจุลภาค (comma) คั่นระหว่างคำตัวอย่างดังภาพที่ 2

คำสำคัญ: การจัดการ แผนพัฒนาชุมชน การพัฒนาสังคม

Keywords: Management, Community Plan, Social Development

ภาพที่ 2 ตัวอย่างการเขียนคำสำคัญ และ Keywords

6. เนื้อเรื่อง ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

6.1 บทนำ คือ ส่วนแสดงข้อมูลครอบคลุมความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง บทนำควรเขียนรูปแบบเรียงความให้รวมเป็นเนื้อเดียวกัน

6.2 วัตถุประสงค์การวิจัย คือ ข้อความที่ผู้วิจัยกำหนดว่าต้องการค้นหาข้อเท็จจริงใดบ้าง

6.3 กรอบแนวคิดการวิจัย คือ การสรุปกรอบความคิดในการวิจัยทางทฤษฎีที่เป็นของตนเองอย่างชัดเจน

6.4 ข้อสมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) คือ ข้อความที่กำหนดขึ้นตามความคิดที่คาดหวังว่าผลการวิจัยจะเป็นไปในลักษณะใด

6.5 วิธีดำเนินการวิจัย คือ ข้อมูลประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

6.6 ผลการวิจัย คือ ข้อมูลที่ตอบตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

6.7 สรุปการวิจัย ประกอบด้วย สรุป และอภิปรายผล (ถ้ามี)

6.8 ข้อเสนอแนะ คือ การข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป (ถ้ามี)

6.9 กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) คือ การระบุแหล่งทุน หรือผู้มีส่วนสนับสนุนในการทำวิจัยให้ประสบความสำเร็จ

6.10 ภาพประกอบ ให้ระบุชื่อรูปภาพหลังแสดงรูปภาพ จัดชิดซ้าย ดังตัวอย่างในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 รายได้บ็อกออฟฟิตเมืองไทย ปี พ.ศ. 2553
ที่มา: (ศิวารุช ไพรีพิณาศ, 2556)

6.11 ตาราง ให้ระบุชื่อตารางก่อนแสดงตารางข้อมูล จัดชิดซ้าย และในการพิมพ์ตารางกำหนดให้มีเส้นตารางในแนวนอนและแนวตั้งภายในตาราง ไม่มีเส้นตารางในแนวตั้งขอบด้านซ้ายและขวาของตาราง ดังตัวอย่าง

ตารางที่ 3 พื้นที่อนุรักษ์และอุทยานแห่งชาติ

ประเทศ	จังหวัด	พื้นที่อนุรักษ์
ไทย	ศรีสะเกษ	อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าพนมดงรัก
ลาว	สาละวัน	ป่าสงวนแห่งชาติพูเชียงทอง ป่าสงวนแห่งชาติเซซับ
กัมพูชา	พระวิหาร	ป่าสงวนพระวิหาร

ที่มา: (ชาติชาย สุขศรี, 2560)

การเขียนเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงเอกสารจะใช้ระบบการอ้างอิงและการเขียนรายการเอกสารอ้างอิงตามแบบ APA (american psychological association) เพื่อให้การอ้างอิงถึงผลงานของบุคคลอื่นมีความชัดเจนในการลงรายการอ้างอิงในบทความเป็นรูปแบบเดียวกัน วารสารกำหนดของการเขียนอ้างอิง ดังนี้

1. การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหาเป็นการเขียนอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่ปรากฏในเนื้อหาบทความ โดยระบุชื่อผู้แต่งและปีที่พิมพ์ คั่นด้วยจุลภาค (,) การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา มี 2 แบบ ดังนี้

1.1 การอ้างอิงไว้ท้ายข้อความที่อ้างอิง รูปแบบการเขียนและตัวอย่าง ดังนี้

(ชื่อผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์)

1.1.1 กรณีผู้แต่ง 1 คน

(พรณี สวนเพลง, 2552)

(Ivancevich, 2010)

1.1.2 กรณีผู้แต่ง 2 คน

(กมล สมใจ และไพริน วรรณศิลป์, 2561)

(Kotler & Armstrong, 2010)

1.1.3 กรณีผู้แต่งตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป การอ้างอิงให้ใส่ชื่อผู้แต่งคนแรก และตามด้วยคำว่า “และคณะ” หรือ “et al.”

(ธีระพล อรุณะกสิกร และคณะ, 2550)

(Colquitt et al., 2015)

1.2 การอ้างอิงกรณีมีการระบุชื่อผู้แต่งในเนื้อหาแล้ว ไม่ต้องระบุชื่อผู้แต่งไว้ในวงเล็บท้ายข้อความอีก แต่ให้ระบุปีที่พิมพ์ไว้หลังชื่อผู้แต่งที่อ้างอิงรูปแบบการเขียนและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์)

กมล สมใจ และไพริน วรรณศิลป์ (2561) กล่าวว่า.....

พร ประไพ และคณะ (2560) ได้กล่าวว่า.....

Kotler & Armstrong (2010) ได้ศึกษา.....

Colquitt et al. (2015) กล่าวว่า.....

2. การอ้างอิงท้ายบทความ

การอ้างอิงท้ายบทความเป็นการเขียนรายการอ้างอิงแหล่งที่มาที่มีการอ้างในเนื้อหาบทความ ให้จัดชิดซ้าย รายการอ้างอิงท้ายบทความจะเขียนเฉพาะรายการที่มีการอ้างในเนื้อหาบทความเท่านั้น

2.1 การอ้างอิงจากหนังสือหรือตำรา มีรูปแบบการเขียนและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). **ชื่อหนังสือหรือตำรา**. (พิมพ์ครั้งที่). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

2.1.1 กรณีอ้างอิงผู้แต่งหนังสือหรือตำราโดยตรง ให้ระบุชื่อผู้แต่งทุกคน

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เนต.

กรรณิการ์ สุขเกษม และสุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). **นวัตกรรมการวิจัย**.

วิทยาการวิจัย. กรุงเทพฯ: บริษัท เพื่องฟ้า พรินติ้ง จำกัด.

สุพัตรา ศรีวณิชชากร, ทศนีย์ ญาณะ และสายศิริ ตำนวัฒน์. (2552).

การดูแลผู้สูงวัยในชุมชน: ระบบหลักการ และแนวทางปฏิบัติ.

นนทบุรี: สถาบันวิจัยและพัฒนาระบบสุขภาพชุมชน.

Harris, M. B. (1995). **Basic Statistics for Behavioral Science Research.** Boston: Allyn and Bacon.

Colquitt, J. A., LePine, J. A. & Wesson, M. J. (2015). **Organizational Behavior.** (4th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010).

Multivariate Data Analysis: A Global Perspective.

(7th ed.). New Jersey: Pearson Education International.

2.1.2 กรณีอ้างอิงผู้แต่งหนังสือหรือตำราชั้นรอง

การเขียนอ้างอิงโดยให้ความสำคัญกับเอกสารเดิมมากกว่าให้ขึ้นต้นด้วยรายการอ้างอิงของเอกสารเดิม ใช้คำว่า “อ้างถึงใน” หรือ “กล่าวถึงใน” (“quoted in” หรือ “cited by”) นำหน้ารายการอ้างอิงของเอกสารรอง

พรณี สวนเพลง. (2552). **เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมสำหรับ**

การจัดการความรู้. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น, อ้างถึงใน พงษ์ศักดิ์

ผกามาศ. (2553). **ระบบซีทีและการจัดการยุคใหม่.** กรุงเทพฯ:

วิตต์กรูป.

การเขียนอ้างอิงโดยให้ความสำคัญกับเอกสารรองมากกว่า ให้เริ่มต้นด้วยรายการอ้างอิงเอกสารรอง ใช้คำว่า “อ้างจาก” หรือ “กล่าวจาก” (“quoting” หรือ “citing”) นำหน้ารายการอ้างอิงของเอกสารเดิม

พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ. (2553). **ระบบซีทีและการจัดการยุคใหม่**. กรุงเทพฯ:

วิตติกรूप, อ้างจาก พรรณี สวนเพลง. (2552). **เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมสำหรับการจัดการความรู้**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

2.2 การอ้างอิงบทความหรือเนื้อหาจากหนังสือที่มีผู้แต่งหลายคน และมีบรรณาธิการหนังสือ มีรูปแบบการเขียนดังนี้

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่พิมพ์). **ชื่อบทความหรือชื่อเนื้อหา**. ใน ชื่อผู้แต่ง (บรรณาธิการ), ชื่อหนังสือ. (หน้า). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

วิกานดา เกษตรเอี่ยม. (2560). **การประยุกต์ใช้โปรแกรม HR**. ใน อำไพ ยงกุลวณิช (บรรณาธิการ), ระบบสารสนเทศเพื่องานธุรกิจ. (50-60). อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

Molleda, J. & Jain, R. (2013). Identity, Perceived Authenticity, and Reputation: A Dynamic Association in Strategic Communications, In Carroll, C.E. (Ed.). **The Handbook of Communication and Corporate Reputation**. (435-445). UK: Wiley & Sons, Inc.

2.3 การอ้างอิงจากรายงานการวิจัย มีรูปแบบการเขียนและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). รายงานการวิจัยเรื่อง ชื่อเรื่อง. สถานที่พิมพ์:
สำนักพิมพ์.

บุญเลิศ ธีระตระกูล และคณะ. (2555). รายงานการวิจัยเรื่อง ผลการวิจัย
ตลาดแรงงาน ปี 2554-2555. กรุงเทพฯ: กระทรวงแรงงาน.

2.4 การอ้างอิงจากวิทยานิพนธ์ มีรูปแบบและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์หรือปริญญาานิพนธ์. ประเภทและระดับ
ปริญญา สถาบันการศึกษา.

ธีระวัฒน์ ชะอุ่ม. (2554). การจัดการความรู้ทรัพยากรวัฒนธรรม:
วัดพระศรีรัตนศาสดาราม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Zhmei, W. (2008). *The Practices of Training Programs of
Selected Transnational Companies in Chonburi
Province*. Master's Thesis, Degree of Arts, English for
Communication, Burapha University.

2.5 การอ้างอิงจากวารสารวิชาการ มีรูปแบบและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่พิมพ์(ฉบับที่), เลขหน้าที่
ปรากฏ.

ภารดี มหาชนธ์. (2555). การตั้งถิ่นฐานและพัฒนาการของภาคตะวันออก
ยุคปรับปรุง ประเทศตามแบบสมัยใหม่ถึงปัจจุบัน. **วารสารวิชาการ
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา**, 20(34),
111-132.

Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2006). The Link Between
Competitive Advantage and Corporate Social
Responsibility. **Harvard Business Review**, 84(12), 78-92.

2.6 การอ้างอิงจากเอกสารสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ มีรูปแบบ
การเขียนและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความหรือชื่อเรื่องของบท. ใน ชื่อบรรณาธิการ,
ชื่อการประชุม (หน้า). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

อำพัน เอ็มบัณฑิต. (2559). การจัดการตลาดน้ำบางคล้ากับการท่องเที่ยวอย่าง
ยั่งยืน. ในวันทนี วาสิกะสิน (บรรณาธิการ), **การประชุมวิชาการ
ระดับชาติ สหวิทยาการ 2559 “การก่อการร้ายในศวรรษที่ 21:
ภัยคุกคามไร้พรมแดน”** (411-439). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

2.7 การอ้างอิงจากเว็บไซต์ มีรูปแบบและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่เผยแพร่). **ชื่อหนังสือหรือชื่อบทความ**. สืบค้นเมื่อ วันที่ เดือน
ปี จาก ชื่อเว็บไซต์.

ชูศักดิ์ คงนันทน์. (2550). **เกษตรกรรม**. สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2559 จาก
<http://ebook.ram.edu/ebook/g/GE253-9.pdf>.

2.8 การอ้างอิงจากการสัมภาษณ์ มีรูปแบบและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์หรือหน่วยงาน. (ปีที่สัมภาษณ์). ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์
(ถ้ามี). สถานที่ทำงาน (ถ้ามี). สัมภาษณ์. วัน เดือน ปีที่สัมภาษณ์.

ประกิต จงเจริญ. (2560). นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ.

สำนักงานการเกษตร. สัมภาษณ์. 7 สิงหาคม 2560.

จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานในวารสาร

วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เป็นสื่อกลางในการสื่อสารผลงานจากการวิจัยหรือข้อค้นพบใหม่ เพื่อคุณภาพ และมาตรฐานของการจัดทำวารสาร จึงได้กำหนดจริยธรรมในการตีพิมพ์ ผลงานในวารสาร (publication ethics) ดังนี้

บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์ (duties of authors)

1. ผู้นิพนธ์ต้องรับรองว่าผลงานที่ส่งมานั้นเป็นผลงานใหม่และไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน
2. ผู้นิพนธ์ต้องรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัยหรือการศึกษา ค้นคว้า ไม่บิดเบือนข้อมูลหรือให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ
3. ผู้นิพนธ์ต้องอ้างอิงผลงานของผู้อื่น หากมีการนำผลงานเหล่านั้นใช้ใน ผลงานตัวเอง รวมทั้งจัดทำรายการอ้างอิงท้ายบทความ
4. ผู้นิพนธ์ต้องเขียนบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนดไว้ใน “คำแนะนำสำหรับการเขียนบทความ”
5. ผู้นิพนธ์ที่มีชื่อปรากฏในบทความทุกคน ต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในการ ดำเนินการวิจัยหรือการศึกษาค้นคว้า
6. ผู้นิพนธ์ต้องระบุแหล่งทุนวิจัยที่สนับสนุนในการทำวิจัย (ถ้ามี)
7. ผู้นิพนธ์ต้องระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (ถ้ามี)

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ (duties of editors)

1. บรรณาธิการวารสารมีหน้าที่พิจารณาคุณภาพของบทความ เพื่อ ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารที่รับผิดชอบ โดยจัดทำเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน
2. บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้นิพนธ์ และผู้ประเมินบทความ แก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องตลอดระยะเวลาของการประเมินบทความ

3. บรรณาธิการต้องตัดสินใจคัดเลือกบทความมาตีพิมพ์หลังจากผ่านกระบวนการประเมินบทความแล้ว โดยพิจารณาจากความสำคัญ ความใหม่ ความชัดเจน และความสอดคล้องของเนื้อหาในบทความกับนโยบายของวารสารเป็นสำคัญ

4. บรรณาธิการต้องไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์ที่อื่นมาแล้ว

5. บรรณาธิการต้องไม่ปฏิเสธการตีพิมพ์บทความเพราะความสงสัยหรือไม่แน่ใจ แต่ต้องหาหลักฐานมายืนยันหรือพิสูจน์ข้อสงสัยนั้นก่อน

6. บรรณาธิการต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้พิมพ์ และผู้ประเมิน

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมิน (duties of reviewers)

1. ผู้ประเมินบทความต้องรักษาความลับและไม่เปิดเผยข้อมูลบางส่วนหรือทุกส่วนของบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาแก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง ตลอดช่วงระยะเวลาในการประเมินบทความ

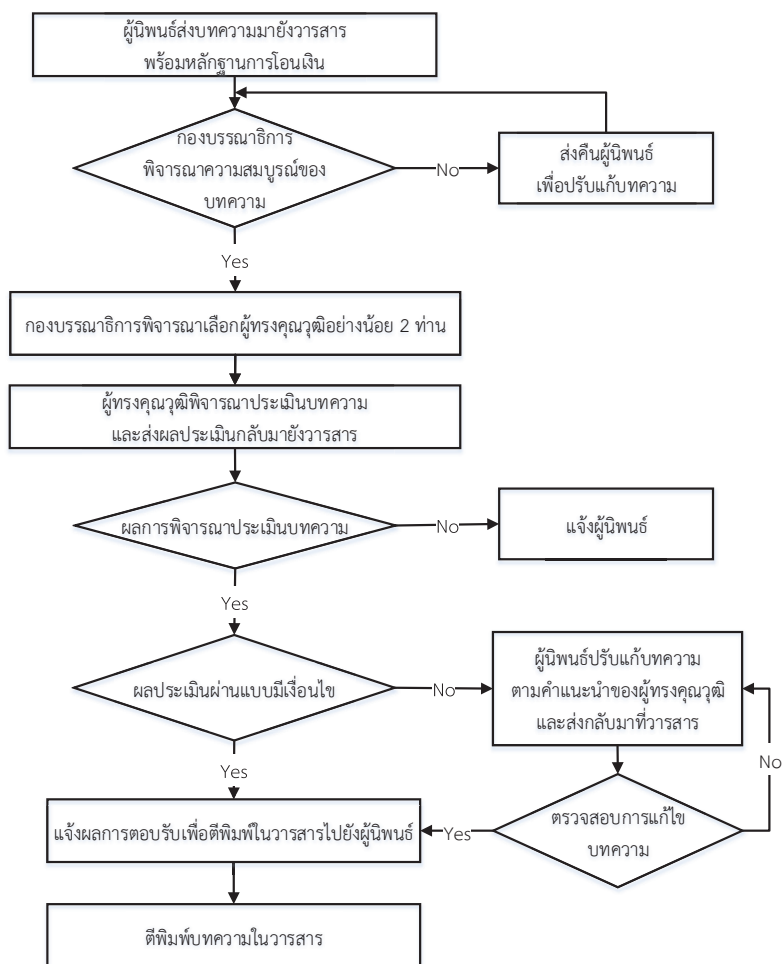
2. ผู้ประเมินบทความควรปฏิเสธการประเมินบทความ ในกรณีที่บทความนั้นอาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้ประเมิน อาทิ เป็นผู้ร่วมโครงการ หรือเหตุผลอื่นใด ซึ่งอาจส่งผลถึงความเป็นอิสระในการประเมินบทความ

3. ผู้ประเมินบทความควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาความสำคัญของเนื้อหาในบทความที่จะมีต่อสาขานั้น คุณภาพของบทความ และความเข้มข้นของบทความ ไม่ควรใช้ความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลรองรับมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจพิจารณาบทความ

4. ผู้ประเมินบทความควรระบุผลงานที่สำคัญและสอดคล้องกับเนื้อหาของบทความที่กำลังประเมิน แต่ผู้พิมพ์ไม่ได้อ้างถึง ในการพิจารณาบทความ

5. ผู้ประเมินต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบ ในกรณีที่พบว่าส่วนใดส่วนหนึ่งของบทความมีความเหมือนหรือซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่น

ขั้นตอนการพิจารณาบทความ



ผู้นิพนธ์ส่งบทความด้วยระบบออนไลน์ของวารสารผ่านเว็บไซต์

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU/index>

<http://www.bba.ubru.ac.th/JournalBBA/>

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.นลินี ทองประเสริฐ	เศรษฐศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยกนิษฐ์ โชติวินิช	เศรษฐศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา จิ่งสุวดี	การบริหารธุรกิจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำไพ ยงกุลวณิช	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันชัย ยงกุลวณิช	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์ ศรีวงศ์วรรณะ	การบริหารทรัพยากรมนุษย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริภาพรรณ ลีภัยเจริญ	การบริหารทรัพยากรมนุษย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาลีนี ศรีไมตรี	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัยรดา พรเจริญ	การจัดการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิกุล สมชอบ	การตลาด
อาจารย์ ดร.รัตนภรณ์ แซ่ลี้	การตลาด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประนอม คำผา	การบัญชี
อาจารย์ ดร.ก้องเกียรติ สหายรักษ์	การบัญชี
อาจารย์ ดร.ประไพพิศ เลียบสือตระกูล	การบัญชี
อาจารย์ ดร.นิภา ชุณหวิญญกุล	การจัดการ
อาจารย์ ดร.อโณทัย ทหาระสาร	การจัดการ
อาจารย์ ดร.ปิยนุช วรบุตร	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ
อาจารย์ ดร.อนันต์ สุนทราเมธากุล	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
อาจารย์ ดร.วลัยพร สุขปลั่ง	การพัฒนาองค์การและ การจัดการสมรรถนะ ของมนุษย์

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.กนกศักดิ์ แก้วเทพ

เศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์อนงค์นุช เทียนทอง

เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

รองศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญนันท์ นิลสุข

ครุศาสตร์เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ศาสตราจารย์ ดร.ระพีพันธ์ ปิตาคะโส

วิศวกรรมอุตสาหการ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นลิน เพียรทอง

วิศวกรรมอุตสาหการ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วริษา วิสิทธิพานิช

วิศวกรรมอุตสาหการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อาจารย์ ดร.นันทพงศ์ นันทสำเริง

วิศวกรรมอุตสาหการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิเศษ ดร.สมชาย หาญหิรัญ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนา คุลยพัชร

การบริหารทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย ปานจันทร์

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ

การตลาด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนสุวิทย์ ทับหิรัญรักษ์

การตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ จันทินอก

การตลาด มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

อาจารย์ ดร.ณฐมน บัวพรหมมี

การตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

อาจารย์ ดร.ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์

เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ ดร.สิทธิพร ดาดาช

บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร บุญมี

การบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

อาจารย์ ดร.กุลนันทน์ ศรีพงษ์พันธุ์

บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ

การบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี ขุนทองจันทร์

การบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อาจารย์ ดร.วินัย ปัญจขจรศักดิ์

การบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน

การจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

อาจารย์ ดร.ภูริศร์ พงษ์เพียจันทร์

การจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

อาจารย์ ดร.สุมาลี เกยวิจิตร

ธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

อาจารย์ ดร.อุทัย อันพิมพ์

พัฒนบูรณาการศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

อาจารย์ ดร.พรพิพัฒน์ แก้วกล้า

การบัญชี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

อาจารย์ ดร.สุภาวดี ชอบเสรีจ

การบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

อาจารย์ ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว

การบัญชี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

อาจารย์ ดร.มุกดาวรรณ พลเดช

การบัญชี วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

อาจารย์ ดร.ไตรรงค์ สวัสดิกุล

การบัญชี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.จ่านง วงศ์ชาชม

วิทยาการสารสนเทศและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระชัย คอนจ่อหอ

การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจลักษณ์ เมืองมีศรี

การจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

อาจารย์ ดร.อนิรุธ สืบสิงห์

เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

อาจารย์ ดร.สิริลักษณ์ บริรักษ์

เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

อาจารย์ ดร.สาธิต แสงประดิษฐ์

เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

อาจารย์ ดร.จักริน วชิรเมธิน

ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุปิยา ทาปทา

ประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

รองศาสตราจารย์ ดร.สกล บุญสิน

รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

อาจารย์ ดร.ประเทือง ม่วงอ่อน

รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

อาจารย์ ดร.เอกราช บุญเรือง

รัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ฝ่ายสนับสนุนการดำเนินงานจัดทำวารสาร

ประสานงานและจัดเตรียมต้นฉบับ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิภาดา เกษตรเอี่ยม

นางสาววาสนา สิริพิผล

วารสารออนไลน์

อาจารย์ไมตรี รีมทอง



Modern Education Excellent BBA

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
2 ถ.ราชธานี ต.ในเมือง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 34000