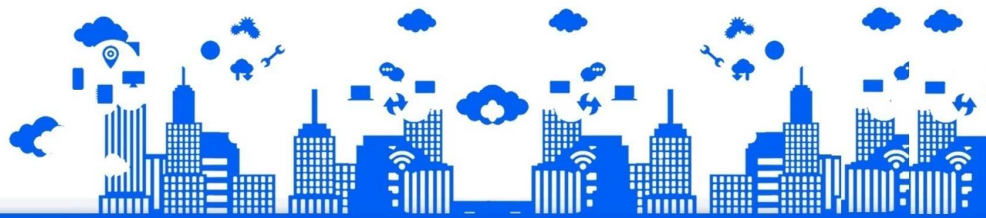


Business Administration National Innovation Conference



นวัตกรรมการบริหารธุรกิจยุค 4.0

21th December 2018

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

การประชุมวิชาการบริหารธุรกิจระดับชาติ 2561
21 ธันวาคม 2561 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

เจ้าของ

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

บรรณาธิการ

รศ.ดร.ปิยนันท์ โชติวณิช

กองบรรณาธิการ

ผศ.หทัยรัตน์ ควรรู้ดี

รศ.มันทนา สามารถ

ผศ.วนิดา เพิ่มศิริ

ผศ.ดร.อุมาวรรณ วาทกิจ

อ.ดร.พวงพรภัสสร วิริยะ

อ.ดร.ภัทริยา พรหมราชบุรี

อ.ดร.พัทธนันท์ เพชรเชิดชู

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

จัดพิมพ์โดย

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

เลขที่ 2 ถนนราชธานี ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000

โทรศัพท์ 045 352 000 ต่อ 1300 www.bba.ubru.ac.th

คณะกรรมการประเมินผลงานวิชาการ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ธนสุวิทย์ ทับทิมรักษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
2. รองศาสตราจารย์ ดร.นลินี ทองประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
3. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน	มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นุสรา เกิดประทุม	มหาวิทยาลัยเกริก
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี ขุนทองจันทร์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุมาวรรณ วาทกิจ	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ จันทนอก	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูริศร์ พงษ์เพียจันทร์	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลห์ล่า ตรีเอกานุกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ สะสอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิดา สัตโยภาส	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมนาด มั่นสัมฤทธิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สวียา ปรานาดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสินี โพธิ์ชาธาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทรรักษ์ ทวีจันทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา จิงสุวดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมุกต์ สมชอบ	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันชัย ยงกุลวณิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริภาพรรณ ลีภัยเจริญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัยรดา พรเจริญ	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำไพ ยงกุลวณิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญช่วง ศรีธรรมาภรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
24. อาจารย์ ดร.จิรัฐติกาฬ วุฒิพันธ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
25. อาจารย์ ดร.ชุตติกร ประเสริฐ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
26. อาจารย์ ดร.อัจฉรา ชนากลาง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
27. อาจารย์ ดร.ภักดิ์ ปรียาสัต	มหาวิทยาลัยบูรพา
28. อาจารย์ ดร.ปัทมวรรณ จินดารักษ์	มหาวิทยาลัยพายัพ
29. อาจารย์ ดร.รัชดา ภักดิ์ยิ่ง	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
30. อาจารย์ ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
31. อาจารย์ ดร.อุษณีย์ จิตติมณี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
32. อาจารย์ ดร.ชินวัตร เชื้อสระคู	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
33. อาจารย์ ดร.มงคล เอกพันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

34. อาจารย์ ดร.วิไลวรรณ โพนศิริ	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
35. อาจารย์ ดร.ศศิธร กกฝ่าย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
36. อาจารย์ ดร.ดรณศักดิ์ ตติยะลาภะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
37. อาจารย์ ดร.วริรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
38. อาจารย์ ดร.ก้องเกียรติ สหายรักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
39. อาจารย์ ดร.นิภา ชุณหวิญญ์กุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
40. อาจารย์ ดร.ประไพพิศ เลียบสือตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
41. อาจารย์ ดร.ปิยะนุช วรบุตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
42. อาจารย์ ดร.รัตนภรณ์ แซ่ลี้	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
43. อาจารย์ ดร.วลัยพร สุขปลั่ง	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
44. อาจารย์ ดร.อโณทัย หาระสาร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
45. อาจารย์.ดร.อนันต์ สุนทราเมธากุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
46. อาจารย์ ดร.นารี วงศ์เลิศคุณากร	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
47. อาจารย์ ดร.ชวรินทร์ เครือโสม	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
48. อาจารย์ ดร.สุมาลี เญยวิจิตร	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

มหาวิทยาลัยเจ้าภาพร่วมการประชุมวิชาการระดับชาติ ประจำปี 2561

“นวัตกรรมการบริหารธุรกิจยุค 4.0”

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
3. คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
4. คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
5. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
6. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
7. วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

สารจากคณบดี
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี



การจัดงานประชุมวิชาการระดับชาติ (BANIC 2018) “นวัตกรรมการบริหารธุรกิจยุค 4.0” ในครั้งนี้ เป็นการเปิดเวทีให้นักวิจัย นักวิชาการ นักศึกษา และผู้ที่สนใจ ได้สร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายทางวิชาการ จุดประกายพลังความคิดในการสร้าง การบูรณาการระหว่างการเรียนรู้ การสอน การวิจัย การนำองค์ความรู้ไปปรับใช้ให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลง อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยกว้างทั้งทางตรงและทางอ้อม

ในโอกาสนี้ ดิฉันขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร. ตรีนทศ เหล่าศิริหงษ์ทอง ที่ให้เกียรติร่วมแสดงปาฐกถาพิเศษ ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเจ้าภาพรวมทั้ง 7 สถาบันซึ่งประกอบด้วย คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี และวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรม และการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณ ผู้เข้าร่วมประชุมทุกท่าน คณะกรรมการทุกฝ่ายที่ร่วมทำให้งาน BANIC 2018 สำเร็จตามที่มุ่งหวังไว้เป็นอย่างดี

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์หทัยรัตน์ ควรรัตน์)

21 ธันวาคม 2561

กำหนดการ
การประชุมวิชาการบริหารธุรกิจระดับชาติ 2561
การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 :
“นวัตกรรมการบริหารธุรกิจยุค 4.0”
(Business Administration National Innovation Conference: BANIC 2018)
21 ธันวาคม 2561 ณ หอประชุมไพฑูริยธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

08.00 – 09.00 น.	ลงทะเบียน
09.00 – 09.15 น.	พิธีเปิด โดย: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สพ.ญ.ดร.สุรรัตน์ บุตรพรหม รองอธิการบดี ฝ่ายวิจัยและพัฒนานวัตกรรม
09.15 – 09.30 น.	การแสดงพิธีเปิด
09.30 – 10.30 น.	ปาฐกถาพิเศษเรื่อง “นวัตกรรมการบริหารธุรกิจยุค 4.0” โดย: ศ.ดร.ตรีทศ เหล่าศิริหงษ์ทอง
10.30 – 10.45 น.	รับประทานอาหารว่าง ณ หอประชุมไพฑูริยธรรม
10.45 – 12.00 น.	ปาฐกถาพิเศษเรื่อง “นวัตกรรมการบริหารธุรกิจยุค 4.0” โดย: ศ.ดร.ตรีทศ เหล่าศิริหงษ์ทอง (ต่อ)
12.00 – 13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
13.00 – 15.30 น.	นำเสนอผลงานแบบบรรยายแยกตามห้องย่อย ห้องย่อยห้องที่ 1 ห้อง 15-204 อาคาร 15 ชั้น 2 ห้องย่อยห้องที่ 2 ห้อง 15-205 อาคาร 15 ชั้น 2 ห้องย่อยห้องที่ 3 ห้อง 15-307 อาคาร 15 ชั้น 3
15.30 – 16.30 น.	มอบเกียรติบัตรผู้นำเสนอผลงานวิจัยยอดเยี่ยมและพิธีปิด

หมายเหตุ

เวลา 08.00 – 12.00 น. นำเสนอผลงานแบบโปสเตอร์ ณ หอประชุมไพฑูริยธรรม

การนำเสนอผลงานแบบบรรยาย
การประชุมวิชาการบริหารธุรกิจระดับชาติ 2561
การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 :
“นวัตกรรมการบริหารธุรกิจยุค 4.0”

(Business Administration National Innovation Conference: BANIC 2018)

21 ธันวาคม 2561 ณ หอประชุมไพโรพะยอม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

- กลุ่มย่อยที่ 1 : ห้อง 15-204 อาคาร 15 ชั้น 2 คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ
- ผู้ทรงคุณวุฒิ : 1. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน
 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมุขต์ สมชอบ
- อาจารย์ผู้ประสานงาน : 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มาลินี ศรีไมตรี
 2. อาจารย์ส่งศรี ลีหิรัญพงศ์

เวลา	ชื่อบทความ
13.00 – 13.15 น.	ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมในจังหวัดอุบลราชธานี พรพิพัฒน์ แก้วกล้า, วรรณภา สุทธิประภา และจริยา อ่อนฤทธิ์, คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
13.15 – 13.30 น.	องค์กรแห่งนวัตกรรม : การบริหารธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในทศวรรษหน้า ภัทร์ศรั หิตจันทร์, อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยสุราษฎร์ธานี พฤกษา แก้วสาร และทรงกฤต ตรีรัตนพิจารณ์, นักศึกษาปริญญาเอก มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
13.30 – 13.45 น.	ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดและการปรับใช้บัญชีครัวเรือน เพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ปณณนุช ยั่งยืน และนวรรณ กาละปุก, มหาวิทยาลัยธนบุรี
13.45 – 14.00 น.	ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมและการตัดสินใจเข้าพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม บุญยาพร ภูทอง, อาจารย์ วิทยาลัยโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ชนิชา หมอยาดี, อาจารย์ ดร. วิทยาลัยโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
14.00 – 14.15 น.	การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษา การท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม วิริยา บุญมาเลิศ, อาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ชัยฤทธิ์ ทองรอด, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

เวลา	ชื่อบทความ
14.15 – 14.30 น.	ปัจจัยที่มีผลกระทบและแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนส่งทางอากาศยาน จิตตรงค์ เพลินหัด, อาจารย์ สาขาการจัดการการขนส่ง วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
14.30 – 14.45 น.	แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักร ดารารัตน์ ชัมพัฒน์วงศ์, รักษ์ ศิลป์ศรีกุล, จิรสิริ กันภัย และสิริวรรณ ตริยธารณ์, หลักสูตร นวัตกรรมการท่องเที่ยว สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
14.45– 15.00 น.	พฤติกรรม的开รับสื่อ และการตอบสนองต่อโฆษณาแบบ TrueView In-stream Ad. บนยูทูบ (YouTube) ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen M ปิยะ อ่อนจันทร์, นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ชุติมา เกศดาอยู่รัตน์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

กลุ่มย่อยที่ 2 : ห้อง 15-205 อาคาร 15 ชั้น 2 คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ
 ผู้ทรงคุณวุฒิ : 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา จิงสุวดี
 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประนอม คำผา
 อาจารย์ผู้ประสานงาน : 1. อาจารย์ฤทธิมา มุ่งหมาย
 2. อาจารย์ชนิษฐา คนกล้า

เวลา	ชื่อบทความ
13.00 – 13.15 น.	การศึกษาและพัฒนากิจการจำหน่ายของภูมิวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด วัชรินทร์ อรรถศรีวิธ และยุทนา พรหมอนันต์, หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
13.15 – 13.30 น.	การวางแผนทางการเงินของผู้มีรายได้เงินเดือนประจำในเขตบางนา ปิยะณัฐ พ่วงลาภ และอัครราช วรายุทธสวัสดิ์, มหาวิทยาลัยธนบุรี
13.30 – 13.45 น.	ความรู้ความเข้าใจและความพร้อมของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีที่มีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในเขตพื้นที่อุดรธานี สุริสา จิตชัย, อรุณา มุลศรี และเบญญาภา โสอุบล, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
13.45 – 14.00 น.	การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของนักบัญชีในเขตบางนา ธนวรรณ แฉ่งคำโหม และบุญยง ยั่งยืน, มหาวิทยาลัยธนบุรี
14.00 – 14.15 น.	ผลกระทบของการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีต่อผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา มยุรี เกื้อสกุล และวรศักดิ์ หงษ์สุวรรณ, มหาวิทยาลัยธนบุรี
14.15 – 14.30 น.	ผลกระทบของการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี ศิริวรรณ สุขประเสริฐ และปราโมทย์ ถวิลรักษ์, หลักสูตรบัญชีบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี มณฑุณี วัฒนอังกูร, หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี
14.30 – 14.45 น.	คุณภาพการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุนในแขวงจำปาสักสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สหัสวี แก่นพมมา, นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี อนันต์ สุนทรเมธากุล, อาจารย์ ดร.ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
14.45 – 15.00 น.	ภาพลักษณ์ของตนเองของกลุ่มชายรักชาย ธามินทร์ เครือโสม, อาจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี รัตนภรณ์ แซ่ลี้, อาจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

กลุ่มย่อยที่ 3 : ห้อง 15-307 อาคาร 15 ชั้น 3 คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ
 ผู้ทรงคุณวุฒิ : 1. รองศาสตราจารย์ ดร.นลินี ทองประเสริฐ
 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัยรดา พรเจริญ
 อาจารย์ผู้ประสานงาน : อาจารย์ ดร.ปิยนุช วรบุตร

เวลา	ชื่อบทความ
13.00 – 13.15 น.	การศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี ณัฐภูมิ ธนาคุณ, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พิชญดา พินผา, อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
13.15 – 13.30 น.	การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดนครสวรรค์ สุภัทรศักดิ์ คำสามารถ, ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด จักรพงษ์ สุระ, ร้านขวัญใจอาหารสัตว์และบริการปศุสัตว์
13.30 – 13.45 น.	การใช้ทฤษฎีการสอนแบบ Scaffolding เป็นกลวิธีกระตุ้นในการพัฒนาประสิทธิภาพการเขียน เรียงความแสดงความคิดเห็น ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยราชภัฏ จันทรเกษม ศุทธิณี พัวพรพงษ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
13.45 – 14.00 น.	การพัฒนาเส้นทางจักรยานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแบบมีส่วนร่วม ในพื้นที่ตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี ราไฟ ภูวราห์, วิมลวรรณ ไสยมรรคา, จุไรรัตน์ อินทรโอสธ และจุฑารัตน์ พนาสุวรรณรัตน์, สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน, รักษ์ ศิลป์ศรีกุล, รัตนพล ชื่นคำ และวัชรภรณ์ อาจหาญ, คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
14.00 – 14.15 น.	การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช ชัยรัตน์ จุสปาโล, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ศรีวิชัย
14.15 – 14.30 น.	กระบวนการถ่ายทอดความรู้จากฐานสู่ฐาน: กรณีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มฮักน้ำจาง บ้านนาแก้วแก้ว ตำบลบ้านแก้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ศรวิสัย สมสวัสดิ์, หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง บุญทวรรณ วิงวอน, ประธานหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ปิยมาศ วันทยางค์นันท์, หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

เวลา	ชื่อบทความ
14.30 – 14.45 น.	การจัดการวิสาทกิจชุมชนตามศาสตร์พระราชากับชีวิตและความสุขที่เพียงพอของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ยุภาภรณ์ เทพจันทร์, หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง บุญทวรรณ วิงวอน, ประธานหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง อนันต์ ปิ่นน้อย, หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
14.45 – 15.00 น.	การดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชน บุญทวรรณ วิงวอน, รองศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง วิไลลักษณ์ พรหมเสน, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง อัจฉรา เมฆสุวรรณ, อาจารย์ ดร. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ณัฐกฤษณ์ ธรรมกวินวงศ์, อาจารย์ ดร. หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
15.00 – 15.15 น.	การจัดการชุมชนด้วยมิติการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ละว้าในจังหวัดแม่ฮ่องสอน สัญญา สะสอง, หลักสูตรปรัชญาและศาสนา ภาควิชาสังคมและวัฒนธรรมศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ชุตินันต์ สะสอง, หลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาสังคมศาสตร์ วิทยาลัยแม่ฮ่องสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

การนำเสนอผลงานแบบโปสเตอร์
การประชุมวิชาการบริหารธุรกิจระดับชาติ 2561
การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 :
“นวัตกรรมการบริหารธุรกิจยุค 4.0”

(Business Administration National Innovation Conference: BANIC 2018)

21 ธันวาคม 2561 ณ หอประชุมไพโรพะยอม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ชื่อบทความ
การพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรมกลุ่มอุตสาหกรรมของกลุ่มอาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ จังหวัดอุบลราชธานี หทัยรัตน์ คารุณี และศิริมล แสนสุข, หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี วิรินดา สุทธิพรหม, หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปิยนันท์ โชติวณิช, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ธัชสินี กำแมต, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
การเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุการทำงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น อดุลยเดช ต้นแก้ว, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี อัญญาณี อดทน, อาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี อรสุดา ต้นแก้ว, นิสิต หลักสูตรอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาล่ามและการแปล (สายการแปล) ศูนย์การแปลและการล่ามเฉลิมพระเกียรติ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
เทคนิคการสื่อสารในการประสานงานระหว่างแผนก วิกานดา เกษตรเอี่ยม, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี วรรณณา ปิยะรัตน์มานนท์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี อดุลยเดช ต้นแก้ว, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ชื่อบทความ
แนวทางการดำรงรักษาบุคลากรทางการแพทย์ของโรงพยาบาลภาครัฐ อดุลยเดช ต้นแก้ว, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี สิริภาพรณ ลีภัยเจริญ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี วิลารักษ์ อ่อนสีบุตร, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ชัยภัทร โกศลวิตร, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดียและแอนิเมชัน คณะวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
การจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ดวงดาว ภูครองจิตร, อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด สิริวิษญ์ ปิ่นคำ, อาจารย์ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด นิรชา เมืองแวง, สุจิตรา นนุสาด, วิชุดา วินทะไชย และณัฐกานต์ พิมโซ, นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
องค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานภาคเอกชน อดุลยเดช ต้นแก้ว, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี วลัยพร สุขปลั่ง, อาจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ชัยภัทร โกศลวิตร, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดียและแอนิเมชัน คณะวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานี อรสุดา ต้นแก้ว, นิสิต หลักสูตรอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาล่ามและการแปล (สายการแปล) ศูนย์การแปลและการล่ามเฉลิมพระเกียรติ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
การดำรงรักษาคนดีคนเก่งเพื่อความยั่งยืนขององค์กรชั้นนำ อดุลยเดช ต้นแก้ว, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี วิรินดา สุทธิพรหม, อาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ชัยภัทร โกศลวิตร, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดียและแอนิเมชัน คณะวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ธัชสินี กำแมด, นักวิชาการศึกษา คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ข้อบความ
รูปแบบสื่อสารเพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้สูงอายุที่อาศัยตามลำพังในตำบลสระสมิง อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ปณิญา อธิจิตตา, หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
การรับรู้ของผู้บริโภคประเทศกัมพูชาต่อความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจและการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ผ่านชายแดนช่องอานม้า จังหวัดอุบลราชธานี เกียรติศักดิ์ พระเนตร, ฐาตา โคตมมงคล และกิม พรประเสริฐ, สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
การปรับปรุงกระบวนการผลิตอิฐมอญโดยการลดความสูญเสียเปล่า กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอิฐมอญอำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี อมรรัตน์ พรประเสริฐ, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี กิม พรประเสริฐ, สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ในปีการศึกษา 2561 พชร วารินสิทธิกุล, กิม พรประเสริฐ, ปวิณญดา บุญรัมย์, ณัฐภัค พละพันธ์, ฐาตา โคตมมงคล, เกียรติศักดิ์ พระเนตร และนันทพงษ์ นันทสำเริง, สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
คุณสมบัติของบัณฑิตสาขาการจัดการโลจิสติกส์ที่ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีต้องการ กิม พรประเสริฐ, พชร วารินสิทธิกุล, ปวิณญดา บุญรัมย์, ณัฐภัค พละพันธ์, ฐาตา โคตมมงคล, เกียรติศักดิ์ พระเนตร และนันทพงษ์ นันทสำเริง, สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
สื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง อำไพ ยงกุลวนิช และสันชัย ยงกุลวนิช, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี กรณิการ์ แก่นพันธ์, ณัฐนพิน มุ่งหมาย และภริดา พลเดช, นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ความสัมพันธ์ของประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศต่อค่าสอบบัญชีสำหรับบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย วรณช กุอุทา, อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี พัชรินทร์ สารมาท, อาจารย์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ นิรมล เนื่องสิทธิ์, อาจารย์ วิทยาลัยเทคโนโลยีพงษ์สวัสดิ์ เมธิกา ธรรมกิจโสภณ, อาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ชื่อบทความ
ความสามารถในการบริหารจัดการ, โอกาสในการเจริญเติบโต และค่าตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ กฤตยกุลม ธานีพงศ์, อาจารย์สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เพ็ญภา หวังที่ชอบ, อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา มฤตติ กีเอียน, อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีพนม, กรรมการและผู้สอบบัญชีรับอนุญาต บริษัท เอแอนด์เอ โปรเฟสชั่นนอล จำกัด
ความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี ระดับชั้นปีที่ 2-4 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จุฑามาศ คูหา, นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ประไพพิศ เลียบสือตระกูล, อาจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
การศึกษาปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม จิตวิทยา และการนับถือตนเอง ในการทำศัลยกรรมเพื่อความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี รัตนภรณ์ แซ่ลี้, อาจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เพ็ญศิริ โชติพันธ์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จิระนันท์ แก้วมะเร็ง และคณะ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี ฐาตา โคตมมงคล และเกียรติศักดิ์ พระเนตร, หลักสูตรสาขาการจัดการโลจิสติกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์บ้านเมืองในยุคเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคหลอมรวมสื่อ อรอนพ แสงภู, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
การสื่อความหมายเกี่ยวกับความจงรักภักดีในเรื่อยาวประเพณีขึ้นโชนชิงธง ภควัต รัตนราช, ดร. สาขาวิชานิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
ผลกระทบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ พุดมพงษ์ รั้งจันทร์รัชดา, ธนุศิลป์ และสมชาย ชายสำอางค์, หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
การใช้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการสร้างคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่สนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจ ASEAN กฤษณ์ท แสนทวี, การสื่อสารเพื่อการจัดการนวัตกรรม วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ข้อบ่งชี้
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม สุวรรณภูมิ ไทล่ำลำ, ชุติมา ปิยนาง และปิยพร ชุนพิชัย, นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จิรายุ รัตนบวร, อาจารย์ ดร. ภาควิชาการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ภาวะการมีงานทำของบัณฑิต หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี จิราภรณ์ จันทรวงศ์, อาจารย์ สาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

สารบัญ

	หน้า
ส่วนที่ 1 บทความที่นำเสนอในรูปแบบบรรยาย.....	1
ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมในจังหวัดอุบลราชธานี	
พรพิพัฒน์ แก้วกล้า, วรรณภา สุทธิประภา และจรรยา อ่อนฤทธิ์.....	3
การศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี	
ณัฐฉา ธนาคุณ และพีชญาดา พันผา.....	10
คุณภาพการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุนในแขวงจำปาสักสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	
สหวิ แก่นพมมา และอนันต์ สุนทรเมธากุล.....	19
ภาพลักษณ์ของตนเองของกลุ่มชายรักชาย	
ธวัชมิตร เครือโสม และรัตนภรณ์ แซ่ลี.....	27
องค์กรแห่งนวัตกรรม : การบริหารธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในทศวรรษหน้า	
ภัสร์ศรัท หิตจันทร์, พกษา แก้วสาร และทรงกฤต ตรีรัตน์พิจารณา.....	32
การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดนครสวรรค์	
สุภัทรรักษ์ คำสามารถ และจักรพงษ์ สุระ.....	44
ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดและการปรับใช้บัญชีครัวเรือน เพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการค้า	
ในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง	
ปณณนุช ยั่งยืน และนพรัตน์ กาละปุก.....	58
ผลกระทบของการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน	
ขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี	
ศิริวรรณ สุขประเสริฐ, ปราโมทย์ ถวิลรักษ์ และมณฑุดี วัฒนอังกูร.....	67
ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมและการตัดสินใจเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	
ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม	
บุญยาพร ภูทอง และชนิดา หนองยาดี.....	80
การศึกษาและพัฒนากิจการจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์	
บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรี	
และจังหวัดตราด	
วัชรินทร์ อรรถศรีวิธ และยุทธนา พรหมอนันต์.....	88
การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษา การท่องเที่ยวตลาดน้ำ	
ในจังหวัดนครปฐม	
วิริยา บุญมาเลิศ และชัยฤทธิ์ ทองรอด.....	104
การวางแผนทางการเงินของผู้มีรายได้เงินเดือนประจำในเขตบางนา	
ปิยะณัฐ พ่วงลาภ และอัครราช วรยุทธ์สวัสดิ์.....	110
ปัจจัยที่มีผลกระทบและแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนส่งทางอากาศยาน	
จัดตั้งค์ เพลินหัด.....	123
การใช้ทฤษฎีการสอนแบบ Scaffolding เป็นกลวิธีกระตุ้นในการพัฒนาประสิทธิภาพการเขียนเรียงความ	
แสดงความคิดเห็น ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม	
ศุทธิณี พัวพรพงษ์.....	131

ความรู้ความเข้าใจและความพร้อมของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีที่มีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในเขตพื้นที่อุดรธานี	
สุริสา จิตชัย, อรชума มุลศรี และเบญญาภา โสอุบล.....	142
การพัฒนาเส้นทางจักรยานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแบบมีส่วนร่วม ในพื้นที่ตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี	
রাইপা গুৱাহা, ৱিমলৱৰ্মন সৈয়মৱৰ্চা, জুৱৈৰ্দ্দীন ইন্থৰাওসো, জুৱাহৰ্দ্দীন পনাসুৱৰ্ণৱৰ্দ্দীন, সুধাৱৰ্ণ প্ৰসংগ্‌তন, ৱাৰ্গী কিল্পীক্ৰীকুল, ৱিত্তনপল শিন্‌কাঁ এবং ৱিখৰাৱৰ্ণ অাজহাণ.....	149
การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของนักบัญชีในเขตบางนา	
ธนวรรณ แฉ่งข้าโหม และบุญยหนู ยังทินนัง.....	158
ผลกระทบของการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีต่อผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา	
มยุรี เกื้อสกุล และวรงค์ดี หงส์สุวรรณ.....	170
การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช	
ชัยรัตน์ จุสปาโล	178
แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักร	
दारवर्तन चिमपलनवन्, ॱाग्स किलपक्रीकुल, जिरलिरि गनग्य और सलररवर्न तुरररताररन.....	187
กระบวนการถ่ายทอดความรู้จากฐานสู่ฐาน: กรณีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มฮักน้ำจาง บ้านนาแก้วแก้ว ตำบลบ้านกิว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง	
ศรวัสย์ สมลสวัสดิ์, บุญทววรรณ วิจารณ์ และปิยมาศ วันทยางคั่นนั.....	199
การจัดการวิสาหกิจชุมชนตามศาสตร์พระราชากับชีวิตและความสุขที่เพียงพอ ของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน	
ຍຸກາວຣນ ເທພຈັນທຣ, ບຸຣຸທວຣນ ວິງວອນ ແລະອັນດ໌ ປິນນ້ອຍ.....	210
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และการตอบสนองต่อโฆษณาแบบ TrueView In-stream Ad. บนยูทูป (YouTube) ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen M	
ปิยะ อ่อนจันทร์ และชุติมา เกศดาบุรรัตน์.....	222
การดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชน	
บุญทววรรณ วิจารณ์, วิไลลักษณ์ พรหมเสน, อัจฉรา เมฆสุวรรณ และณัฐกฤษณ์ ธรรมกวินวงศ์.....	227
การจัดการชุมชนด้วยมิติการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ละว้าในจังหวัดแม่ฮ่องสอน	
ลัญญา สะสอง และชุติมันต์ สะสอง.....	242

	หน้า
ส่วนที่ 2 บทความที่นำเสนอในรูปแบบโปสเตอร์	255
การพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรมกลุ่มอุตสาหกรรมของกลุ่มอาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ จังหวัดอุบลราชธานี หทัยรัตน์ ควรรู้ดี, ศิริมล แสนสุข, วิรินดา สุทธิพรหม, ปิยนันท์ โชติวนิช และฉัตรินี กำแมด.....	257
การเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุการทำงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น อดุลยเดช ต้นแก้ว, อัญญาณี อดทน และอรสุดา ต้นแก้ว.....	265
เทคนิคการสื่อสารในการประสานงานระหว่างแผนก วิภาดา เกษตรเอี่ยม, วรรณณา ปิยะรัตน์มานนท์ และอดุลยเดช ต้นแก้ว.....	273
แนวทางการดำรงรักษาบุคลากรทางการแพทย์ของโรงพยาบาลภาครัฐ อดุลยเดช ต้นแก้ว, สิริภาพรรณ ลีภัยเจริญ วิลาวัณย์ อ่อนสับุตร และชัยภัทร โกศลวิตร.....	283
การจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ดวงดาว ภูครองจิต, ลีวิชัย ปิ่นคำ, นิรัช เมืองแวง, สุจิตรา นนุสาด, วิชุดา วินทะไชย, และณัฐกานต์ พิมโซ	294
องค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานภาคเอกชน อดุลยเดช ต้นแก้ว, วลัยพร สุขปลั่ง, ชัยภัทร โกศลวิตร และอรสุดา ต้นแก้ว.....	303
การดำรงรักษาคนดีคนเก่งเพื่อความยั่งยืนขององค์กรชั้นนำ อดุลยเดช ต้นแก้ว, วิรินดา สุทธิพรหม, ชัยภัทร โกศลวิตร และฉัตรินี กำแมด	313
รูปแบบสื่อสารเพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้สูงอายุที่อาศัยตามลำพังในตำบลสระสมิง อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ปณิสญา อธิจิตตา.....	325
การรับรู้ของผู้บริโภคประเทศกัมพูชาต่อความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจและการให้บริการลูกค้า ของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ผ่านชายแดนช่องอานม้า จังหวัดอุบลราชธานี เกียรติศักดิ์ พระเนตร, ฐาดา โคตมมงคล และกัม พรประเสริฐ.....	333
การปรับปรุงกระบวนการผลิตอูฐมอญโดยการลดความสูญเสีย กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอูฐมอญ อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี อมรรัตน์ พรประเสริฐ และกัม พรประเสริฐ.....	344
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ในปีการศึกษา 2561 พชร วารินสิทธิกุล, กัม พรประเสริฐ, ปวิณญา บุญรัมย์, ณัฐภัค พลพะพันธ์, ฐาดา โคตมมงคล, เกียรติศักดิ์ พระเนตร และนันทพงษ์ นันทสำเริง.....	356
คุณสมบัติของบัณฑิตสาขาการจัดการโลจิสติกส์ที่ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีต้องการ กัม พรประเสริฐ, พชร วารินสิทธิกุล, ปวิณญา บุญรัมย์, ณัฐภัค พลพะพันธ์, ฐาดา โคตมมงคล, เกียรติศักดิ์ พระเนตร และนันทพงษ์ นันทสำเริง.....	365
สื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง อ่ำไพ ยงกุลวณิช และสัณชัย ยงกุลวณิช, กรรณิการ์ แก่นพันธ์, ณัฐนพิน มุ่งหมาย และภริดา พลเดช.....	373
ความสัมพันธ์ของประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศต่อค่าสอบบัญชีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ในประเทศไทย วรรณุช กุอุทา, พชรินทร์ สารมาท, นิรมล เนื่องสิทธิ์ และเมธิกา ธรรมกิจโสภณ.....	382

ความสามารถในการบริหารจัดการ, โอกาสในการเจริญเติบโต และค่าสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ	
กฤษฎกมล ธาณิสพงศ์, เพ็ญนภา หวังที่ซอบ, มลฤดี กี้อย่น และรัตนดา ศรีนวน	394
ความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี ระดับชั้นปีที่ 2-4 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี	
จุฑามาศ คูหา และประไพพิศ เลียบสือตระกูล	403
การศึกษาปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม จิตวิทยา และการนับถือตนเอง ในการทำศัลยกรรมเพื่อความงาม ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี	
รัตน์ภรณ์ แซ่ลี้ และเพ็ญศิริ โชติพันธ์	409
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี	
จิระนันท์ แก้วมะเร็ง และคณะ	416
การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี	
ฐาตา โคตมมงคล และเกียรติศักดิ์ พระเนตร	426
ความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์บ้านเมืองในยุคเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคหลอมรวมสื่อ	
อรรณพ แสงภู	436
การสื่อความหมายเกี่ยวกับความจงรักภักดีในเรื่อยาวประเพณีขึ้นโขนชิงธง	
ภควัต รัตนราช	445
ผลกระทบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์	
พุดพิงษ์ รับจันทร์, รัชดา ธนุศิลป์ และสมชาย ชายสำอาง	449
การใช้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการสร้างคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่สนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจ ASEAN	
กฤษณัท แสนทวี	461
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม	
สุวรรณภูมิ ไตล่ำล่ำ, ชุติมา ปิยนาง, ปิยพร ชุนพิชัย และจิรายุ รัตนบวร	470
ภาวะการมีงานทำของบัณฑิต หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี	
จิราภรณ์ จันทรวงศ์	479
ภาคผนวก	491

ส่วนที่ 1

บทความที่น่าสนใจในรูปแบบบรรยาย

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมในจังหวัดอุบลราชธานี

Marketing Mix of the Cultural Products in Ubon Ratchathani Province

พรพิพัฒน์ แก้วกล้า, คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี¹
วรรณภา สุทธิประภา, คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี²
จริยา อ่อนฤทธิ์, คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี³
Email: Pornpipat.k@ubu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพื่อสำรวจส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมในจังหวัดอุบลราชธานีโดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวและลูกค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนทองเหลืองบ้านปะอาวและกลุ่มสตรีจักสานไม้ไผ่บ้านหนองขอนในจังหวัดอุบลราชธานี รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยได้พัฒนารอบแนวคิดการวิจัยมาจากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่าส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมในจังหวัดอุบลราชธานีโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.65 รองลงมาคือด้านช่องทางจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.54 และด้านราคามีค่าเฉลี่ย 3.52 โดยด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ 3.47 นอกจากนี้ยังพบว่า ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมในจังหวัดอุบลราชธานีมีข้อได้เปรียบด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามและเอกลักษณ์เฉพาะตัว อีกทั้งราคาสินค้ามีความเหมาะสม สามารถต่อรองได้ มีทำเลที่ตั้งที่มีความสะดวกในการเดินทาง และใช้การส่งเสริมการตลาดด้วยการให้ส่วนลดแก่ลูกค้า

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางการตลาด

ABSTRACT

This research aims to study the marketing mix of cultural products in Ubon Ratchathani province. Questionnaires were used with samples of 400 tourists and customers of Ban Pa Ao's Bass product group and Ban NongKhon's Bamboo wickerwork group. The marketing mix (4P); product, price, place and promotion was used to develop the conceptual framework of the research. The research found that the marketing mix value of cultural products was at a high level. The highest average value of the product was 3.65, followed by the place with an average value of 3.54 and prices with an average value of 3.52. Marketing promotion had the lowest mean of 3.47. Additionally, we found that the advantages of cultural products in Ubon Ratchathani are their beautiful and unique features, while the product price is reasonable and negotiable. It is also convenient to travel to the location and the sellers give a discount to customers.

Keywords: Cultural Product, One Tambon One Product (OTOP), Marketing Mix

บทนำ

ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ One Tambon One Product (OTOP) เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ขึ้นในระดับท้องถิ่นและภาครัฐให้การสนับสนุนมาตลอดหลายสิบปี ทั้งนี้ เพื่อยกระดับให้ชุมชนมีความสามารถในการผลิตและสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นในระดับชุมชน (ยุพดี ทองโคตร, ดวงมณี วงศ์สายตา และอารม สุนทรชัย, 2559) และส่งเสริมให้เศรษฐกิจในชุมชนสามารถยืนหยัดอยู่ได้ด้วยตนเองแม้ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ (สุชาติ คุ้มสฤต, ยุพร สุทธิรัตน์ และปริญญ์ อภิบุญโยภาส, 2560) จากข้อมูลล่าสุดจากสถิติทางการประเทศไทย (2557) ได้รายงานข้อมูลเกี่ยวกับ OTOP ล่าสุด ณ ปี พ.ศ.2555 ว่าในจังหวัดอุบลราชธานี มีจำนวนกลุ่มผู้ผลิตชุมชน 245 ราย มียอดขายได้เฉลี่ย 505,177 บาทต่อกิจการ และมีรายได้เฉลี่ยรวมต่อปี มูลค่า 122.25 ล้านบาท ซึ่งผลิตภัณฑ์

¹ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

² คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

³ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ชุมชนส่วนใหญ่เป็นการนำเอาความรู้หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาพัฒนาต่อยอดจนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม

ผลิตภัณฑ์ชุมชนของประเทศไทยส่วนใหญ่จะถูกพัฒนาแนวคิดมาจากการนำทรัพยากรในพื้นที่และภูมิปัญญาที่มีอยู่มาใช้ในการพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ โดยการมีส่วนร่วมของสมาชิก (สุชาติ คัมสุกุด, ยรพร ศุทธรัตน์ และปริญญ์ อภิบุญโยภาส, 2560) ซึ่งผลิตภัณฑ์ชุมชนนอกจากได้รับการส่งเสริมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและมีมาตรฐานแล้ว ปัจจุบันยังได้รับการส่งเสริมชุมชนมีผลิตภัณฑ์เป็นของตนเองและใช้ประโยชน์ในการเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวตามวิถีชุมชนเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ จึงต้องการประเมินส่วนประสมทางการตลาดหรือ 4Ps สำหรับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดอุบลราชธานี โดยเลือกใช้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยวบ้านปะอาวและกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มสตรีจักสานไม้ไผ่บ้านหนองขอนเป็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผลจากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมสามารถนำมาต่อยอดในเชิงของการท่องเที่ยวต่อไปได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยวบ้านปะอาวและกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มสตรีจักสานไม้ไผ่บ้านหนองขอน จังหวัดอุบลราชธานี

ทบทวนวรรณกรรม

ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดเป็นแนวคิดพื้นฐานทางการตลาดที่มักถูกนำมาวิเคราะห์ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Philip Kotler, 1997) โดยได้แบ่งเป็น 4 ตัวแปร (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **ผลิตภัณฑ์** ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่กิจการนำเสนอให้แก่ลูกค้า โดย สิทธิ ธีรธรรม (2552) ได้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ว่า คือ สิ่งที่บริษัทนำเสนอแก่ลูกค้าเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าอาจเป็นสินค้าที่จับต้องได้ หรือบริการที่จับต้องไม่ได้ก็ได้ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์อาจเป็นบุคคล หรืออาจจะเป็นสถานที่ หรืออาจจะเป็นความคิดความพึงพอใจที่อาจได้จากแง่มุมของด้านฝ่ายผลิตภัณฑ์ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ควรมีคุณลักษณะโดดเด่น มีความคุณภาพ มีความแตกต่าง และมีคุณค่าในสายตาจะช่วยสร้างแรงดึงดูดให้แก่ลูกค้า

2. **ราคา** เป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า โดย สิทธิ ธีรธรรม (2552) ให้ความหมายของราคาว่าคือสิ่งที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อแลกกับสินค้าและบริการ ราคาคือองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด ที่บริษัทสามารถเปลี่ยนแปลงราคาได้อย่างยืดหยุ่นและเร็วที่สุดกล่าวคือผู้ทำการตลาดเปลี่ยนแปลงเมื่อไหร่ก็ได้ ทั้งนี้ ราคาที่ดึงดูดลูกค้าได้มากที่สุดก็คือราคาดูกเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยในการกำหนดราคาคควรคำนึงถึง สถานการณ์การแข่งขันในตลาด ต้นทุนทางตรงและต้นทุนทางอ้อมเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ และคุณค่าที่รับรู้ได้ในสายตาของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

3. **การจัดจำหน่าย** เป็นเส้นทางในการเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า โดย สุตาพร กุณทลบุตร (2552) ได้กล่าวถึงการจำหน่ายว่าคือช่องทางในการที่จะนำสินค้าเสนอขายผู้บริโภค โดยควรมีการกำหนดเส้นทางจำหน่ายที่ชัดเจน รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้ามากที่สุด ซึ่งช่องทางการจำหน่ายมีหลายรูปแบบด้วยกันเช่น จัดจำหน่ายสินค้าสู่ผู้บริโภคโดยตรง (Direct) จัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าส่ง (Wholesaler) จัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าปลีก (Retailer) จัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก (Wholesaler and Retailer) จัดจำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทน (Dealer) เป็นต้น

4. **การส่งเสริมทางการตลาด** เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่สนับสนุนกระตุ้น และดึงดูดให้ลูกค้ามีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ โดย สุตาพร กุณทลบุตร (2552) ได้กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารงานตลาดให้ประสบความสำเร็จ และเป็นปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าของกิจการ และเกิดความรู้สึกต้องการซื้อสินค้าของกิจการ โดยอาจใช้เครื่องมือในการส่งเสริมทางการตลาดที่แตกต่างกันออกไป เช่น การโฆษณา การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงาน การส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจกแถม หรือการตลาดทางตรงกับลูกค้า

ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเป็นผลผลิตที่ได้จากภูมิปัญญาชาวบ้านในท้องถิ่น ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้จากวิถีชีวิตประจำวันของชุมชน โดยสอดแทรกในพิธีกรรมต่าง ๆ เชื่อมโยงระหว่างธรรมชาติและวิถีชีวิตของชาวบ้านดังที่ พสุธร เรืองถิ่น (2557) ได้นิยามว่า ผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชน (ตำบล) หมายถึง สินค้าหรือการบริการที่เกิดจากกระบวนการคิด รวมทั้งการบริการ การดูแล การอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้เกิดเป็น ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันและสอดคล้องสภาพวัฒนธรรมของท้องถิ่น และได้ให้หลักการพื้นฐานของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. ภูมิปัญญา ท้องถิ่นสู่สากล ผลิตภัณฑ์ และบริการที่ใช้ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น

3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ พุ่มพัก ประชาชนให้ใช้ชีวิตด้วยความท้อแท้ และจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และมีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน จากข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการ OTOP ในจังหวัดอุบลราชธานีล่าสุด ณ ปี 2555 สถิติทางการประเทศไทย (2557) ได้รายงานเกี่ยวกับกลุ่มผู้ผลิตชุมชนว่ามีจำนวน 245 ราย โดยในจำนวนนี้ ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นของใช้ 106 ราย ผ้าเครื่องแต่งกาย 94 ราย และอาหาร 40 รายรายได้เฉลี่ยรวมของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน มีมูลค่า 122.25 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 66.13 ของมูลค่ารวมทั้งหมด

ตารางที่ 1 รายได้รวมต่อปี และรายได้เฉลี่ย ของผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดอุบลราชธานี จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2555

ประเภทผลิตภัณฑ์	รวมทุกประเภทผู้ประกอบการ			กลุ่มผู้ผลิตเจ้าของรายเดียว			กลุ่มผู้ผลิตชุมชน			SMEs		
	จำนวน (ราย)	รายได้เฉลี่ย ต่อกิจการ	รายได้เฉลี่ยรวม ต่อปี	จำนวน (ราย)	รายได้เฉลี่ย ต่อกิจการ	รายได้เฉลี่ยรวม ต่อปี	จำนวน (ราย)	รายได้เฉลี่ย ต่อกิจการ	รายได้เฉลี่ยรวม ต่อปี	จำนวน (ราย)	รายได้เฉลี่ย ต่อกิจการ	รายได้เฉลี่ยรวม ต่อปี
เครื่องดื่ม	7	429,314	3,005,200	2	934,600	1,869,200	4	184,000	736,000	1	400,000	400,000
ของใช้	121	467,816	56,605,790	15	564,653	8,469,800	106	454,113	48,135,990	-	-	-
ผ้า เครื่องแต่งกาย	116	714,738	81,480,110	22	1,348,538	29,667,830	94	563,177	51,812,280	-	-	-
สมุนไพร	8	683,415	5,467,320	7	774,617	5,422,320	1	45,000	45,000	-	-	-
อาหาร	51	766,272	38,313,620	9	1,625,556	14,630,000	40	551,888	21,523,620	2	1,080,000	2,160,000
รวมทุกผลิตภัณฑ์	303	616,240	184,872,040	55	1,091,985	60,059,150	245	505,177	122,252,890	3	853,333	2,560,000

ที่มา (สถิติทางการประเทศไทย, 2557)

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากงานวิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานและเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าและนักท่องเที่ยวของกลุ่มผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม จำนวน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนท่องเที่ยวหมู่บ้านปะอาวและกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มสตรีจักสานไม้ไผ่บ้านหนองซอน จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับกลุ่มดังนี้

1. กลุ่มผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวหมู่บ้านปะอาว

กลุ่มผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวหมู่บ้านปะอาวตั้งอยู่ที่หมู่ 5 ตำบลปะอาว อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี มีขนาดเงินลงทุนเริ่มต้น 1,000,000 บาท โดยแบ่งเป็นเงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐ 800,000 บาท และเป็นการระดมทุนจากสมาชิกในกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนอีก 200,000 บาท โดยมีผลิตภัณฑ์หลัก 3 ประเภท คือ กระพวน ชัน และกระดิ่งปัจจุบันบ้านปะอาวมีสินค้าท่องเที่ยวมาตรฐานกว่า 1,000 รายการ โดยการผลิตภัณฑ์สินค้าจะคำนึงถึงความคงทนสวยงามและประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวหมู่บ้านปะอาว

2. กลุ่มสตรีจักสานไม้ไผ่บ้านหนองซอน

กลุ่มสตรีจักสานไม้ไผ่บ้านหนองซอน ตั้งอยู่ที่หมู่ 10 ตำบลหนองซอน อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี มีขนาดเงินทุนเริ่มต้น 600,000 บาท โดยเงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐ 500,000 บาท และเป็นการระดมทุนจากสมาชิกในกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนอีก 100,000 บาท โดยมีผลิตภัณฑ์หลัก 3 ประเภท คือ ถาดไม้ไผ่ กระติบข้าว และกระเป๋า โดยการสานกระติบเป็นงานหัตถกรรมที่ถูกถ่ายทอดความรู้มาจากรุ่นสู่รุ่น โดยนำไม้ไผ่มาจักสานมีการออกแบบกระติบข้าวมี 2 ชั้น ช่วยรักษาความร้อนของข้าวนี้ โดยสามารถเก็บรักษาข้าวนี้ให้อุ่นคงความนุ่มอยู่ได้หลายชั่วโมงเพื่อป้องกันความชื้น



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่บ้านหนองซอน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ด้วยตารางประมาณขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (อ้างถึงใน อานันท์ ศิลป์จารุ, 2553) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 5% โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวและลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 2 แห่ง คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวและกลุ่มสตรีจักสานไม้ไผ่บ้านหนองซอน รวมจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดเป็นเครื่องมือการวิจัยเพื่อสำรวจส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมดังกล่าวในมุมมองของนักท่องเที่ยวและลูกค้าและมีการตรวจสอบความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน และสามารถคำนวณค่า IOC ได้เท่ากับ 0.81 นอกจากนี้ ยังได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try out) กับบุคคลที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และคำนวณค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) ได้เท่ากับ 0.748

แบบสอบถามได้แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (OTOP) ในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด โดยใช้วัดมาตราแบบ Likert Scale เพื่อวัดระดับความสำคัญโดยให้ค่าคะแนน 1-5

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมและลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม 2 กลุ่ม คือกลุ่มผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวและกลุ่มสตรีจักสานไม้ไผ่บ้านหนองซอนข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และมีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาอายุ 31 –40 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26 เมื่อแบ่งตามระดับการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34 และมีการประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาคือ รับราชการ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28

ผลจากการสำรวจส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมมีรายละเอียดดังนี้

เมื่อวิเคราะห์ผลโดยภาพรวม พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมากเท่ากับ 3.55 โดยเมื่อแบ่งเป็นรายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.54) รองลงมาคือด้านราคา

(ค่าเฉลี่ย 3.52) และด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ในขณะที่ด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.47) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1.ด้านผลิตภัณฑ์	3.45	0.35	มาก
2.ด้านราคา	3.52	0.41	มาก
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.54	0.48	มาก
4.ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.47	0.54	มาก
โดยภาพรวม	3.55	0.43	มาก

ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สินค้ามีความสวยงามและน่าสนใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.61 รองลงมาคือสินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (ค่าเฉลี่ย3.48) และสินค้ามีความหลากหลายชนิดให้เลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ย3.44) โดยด้านสินค้ามีคุณภาพมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 3.40 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
สินค้ามีคุณภาพ	3.40	0.42	ปานกลาง
มีสินค้าหลากหลายชนิดให้เลือกซื้อ	3.44	0.49	มาก
สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.48	0.45	มาก
สินค้ามีความสวยงามและน่าสนใจ	3.61	0.50	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.45	0.35	มาก

ด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.67 รองลงมาคือสามารถต่อรองราคาของผลิตภัณฑ์กับผู้จำหน่ายได้ (ค่าเฉลี่ย3.66) และผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายราคาให้เลือก (ค่าเฉลี่ย3.43) โดยด้านผลิตภัณฑ์มีราคาต่อหน่วยถูกลงเมื่อซื้อเพิ่มขึ้นในปริมาณมาก มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 3.37 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นด้านราคา

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	3.67	0.51	มาก
สามารถต่อรองราคาของผลิตภัณฑ์กับผู้จำหน่ายได้	3.66	0.69	มาก
ผลิตภัณฑ์ มีราคาต่อหน่วยถูกลงเมื่อซื้อเพิ่มขึ้น ในปริมาณมาก	3.37	0.44	ปานกลาง
ผลิตภัณฑ์ มีหลากหลายราคาให้เลือก	3.43	0.67	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52	0.41	มาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านทำเลที่ตั้งของร้านจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีความสะดวกสบาย เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.64 รองลงมาคือความรวดเร็วในการบริการ (ค่าเฉลี่ย3.45) และภายในร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย3.41) โดยด้านความรวดเร็วในการบริการขนส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้านลูกค้าเมื่อซื้อเป็นจำนวนมากมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 3.28 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ทำเลที่ตั้งของร้านจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีความสะดวกสบายในการเดินทางมาซื้อผลิตภัณฑ์	3.64	0.75	มาก
ภายในร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย	3.41	0.70	มาก
ความรวดเร็วในการบริการ	3.45	0.82	มาท
ความรวดเร็วในการบริการขนส่งผลิตภัณฑ์ ถึงบ้านลูกค้าเมื่อซื้อเป็นจำนวนมาก	3.28	0.91	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.54	0.48	มาก

ด้านการส่งเสริมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีการส่งเสริมการขาย ด้วยการให้ส่วนลด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.71 รองลงมาคือผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีของแถม (ค่าเฉลี่ย 3.63) และผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ให้ค่านายหน้าแก่ลูกค้าที่มีการแนะนำ บอกต่อให้บุคคลอื่นใช้ตาม (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ และให้ค่านายหน้าแก่ลูกค้าที่มีการแนะนำ บอกต่อให้บุคคลอื่นใช้ตามมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 3.32 และ 3.39 ตามลำดับ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ความคิดเห็นด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด	3.71	0.50	มาก
ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีของแถม	3.63	0.68	มาก
ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีการโฆษณาสินค้าผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้ายโฆษณา	3.32	0.43	ปานกลาง
ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีการรับคืนเปลี่ยนสินค้าเมื่อสินค้าชำรุด ไม่เป็นไปตามสภาพเดิมที่ซื้อ	3.39	0.89	ปานกลาง
ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ให้ค่านายหน้าแก่ลูกค้าที่มีการแนะนำ บอกต่อให้บุคคลอื่นใช้ตาม	3.43	0.49	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.47	0.54	มาก

สรุป

ผลการวิจัยนี้พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4Psของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มผลิตภัณฑ์ทองเหลืองบ้านปะอาวและกลุ่มสตรีจักสานไม้ไผ่บ้านหนองขอนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด พบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์จะมีจุดเด่นด้านความสวยงามและมีความน่าสนใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่ยังไม่โดดเด่นด้านคุณภาพของสินค้า สำหรับด้านราคาจะมีความโดดเด่นด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพและสามารถต่อรองราคาได้ แต่ว่าเมื่อซื้อในปริมาณมากไม่สามารถลดราคาลงได้มากเท่าที่ควร ด้านการจัดจำหน่ายจะมีความสะดวกด้านที่สถานที่ตั้งที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย แต่ไม่ค่อยโดดเด่นด้านช่องทางการจำหน่ายแบบบริการส่งถึงบ้าน ส่วนด้านการส่งเสริมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจะจุดเด่นในการให้ส่วนลดแก่ลูกค้า แต่ว่ายังขาดการทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก

อภิปรายผล

ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมในจังหวัดอุบลราชธานีในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองแห่งเป็นกลุ่มชุมชนที่มีการก่อตั้งมานานและมีลักษณะการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ทำให้ส่วนประสมทางการตลาดถูกสะท้อนออกมาในสายตาของลูกค้าและนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศริน โฉมตระกูล (2552) และพสุธร เรืองถิ่น (2557) ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ

ผลิตภัณฑ์ OTOP ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อวิเคราะห์ผลการวิจัยเป็นรายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากซึ่งผลการวิจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาในระดับมากสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพดี ทองโคตร, ดวงมณี วงศ์สายตา และอากร สุนทรชัย (2559) แต่ผลการวิจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลไม่สอดคล้องกับงานวิจัยดังกล่าวที่พบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ทั้งนี้ เนื่องจากลักษณะผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชุมชนที่นำมาศึกษามีความแตกต่างกัน โดยยุพดี ทองโคตรและคณะ (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยกับผลิตภัณฑ์เกลือสปาของกลุ่มชุมชน ขณะที่ในงานวิจัยนี้ได้ศึกษาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม อาจมีลักษณะส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายในทางธุรกิจโดยทั่วไป เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเป็นการผลิตและจัดจำหน่ายในระดับชุมชนซึ่งบริบทในการดำเนินงานมีความแตกต่างจากภาคธุรกิจ ดังนั้น การประเมินส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม เพื่อนำจุดเด่นหรือจุดด้อยของผลิตภัณฑ์ชุมชนมาใช้ในการพัฒนาหรือส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเป็นที่รู้จักหรือเป็นที่ยอมรับจึงเป็นสิ่งสำคัญดังนั้นการคืนข้อมูลย้อนกลับให้แก่กลุ่มชุมชน หรือส่งต่อผลการวิจัยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้เผยแพร่ความรู้ เพื่อพัฒนาศักยภาพให้กับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น จะช่วยยกระดับให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถพึ่งพาตัวเองได้และสามารถแข่งขันได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชุมชนต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น และนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับส่วนประสมทางการตลาดของแต่ละกลุ่มชุมชน เพื่อดำเนินการจุดเด่นจุดด้อยของผลิตภัณฑ์ในแต่ละชุมชน
2. ควรมีการนำส่วนประสมทางการตลาด 7P มาทำการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ
3. ควรมีการศึกษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มชุมชนต่าง ๆ และค้นหาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเพื่อนำมาเป็นต้นแบบในการเรียนรู้ให้กับกลุ่มชุมชนอื่น ๆ

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณโครงการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ประจำปีงบประมาณ 2557 ที่การสนับสนุนทุนวิจัย “โครงการการพัฒนาศักยภาพทางการเงินของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (OTOP) ภูมิปัญญาแต่โบราณ ในจังหวัดอุบลราชธานี” และขอขอบคุณผู้นำและสมาชิกในชุมชนของกลุ่มผลิตภัณฑ์ทองเหลืองบ้านปะอาวและกลุ่มสตรีจักสานไม้ไผ่บ้านหนองขอนในจังหวัดที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- เกศริน โฉมตระกูล. (2551). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ของผู้บริโภค จังหวัดสมุทรปราการ. ภาคนิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ (การตลาด) มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธานินท์ ศิลป์จารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พรินท์.
- พสุธร เรืองถิ่น. (2557). ส่วนประสมการตลาดและพฤติกรรมซื้อสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.
- วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยพะเยา, 116(6), (กันยายน-ธันวาคม): 116-122.
- ยุพดี ทองโคตร, ดวงมณี วงศ์สายตา และอากร สุนทรชัย. (2559). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทเกลือสปาภูมิปัญญา ของผู้บริโภคในอำเภอวังยาง จังหวัดอุดรธานี. การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 7 วันที่ 23 มิถุนายน 2559 มหาวิทยาลัยมหาดไทย.
- สถิติทางการประเทศไทย. (2557). โครงการการพัฒนาข้อมูลสถิติและสารสนเทศ ระดับพื้นที่ 76 จังหวัด/18 กลุ่มจังหวัด. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2561 จาก www.osthailand.nic.go.th.
- สิทธิ อีธรรม. (2552). การสื่อสารทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาติ คัมภักดิ์, ยพร ศุภรัตน์ และปริยานุช อภิบุณโยภาส. (2560). การศึกษากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของสินค้า OTOP ตามแนวคิด OVOP. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 9(3):16-28.
- สุตาพร ฤกษ์กุลบุตร. (2552). หลักการตลาด (สมัยใหม่). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐใน จังหวัดอุบลราชธานี

Corporate Engagement Study of Staff of In the Public Educational Institutions A Case Study in Ubon Ratchathani Province

ณัฐวุฒิ ธนาคุณ, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี¹

พิชญาดา พันผา, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี²

Email: thanakhunkim@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ปัจจัยลักษณะงานที่ปฏิบัติ และปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างคือบุคลากรของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำนวนรวมทั้งหมด 352 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามที่มีระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.979 สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี มีทั้งหมด 5 ปัจจัย ได้แก่ ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ด้านสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว ด้านลักษณะการบริหาร และด้านลักษณะการทำงานที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิตการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

ABSTRACT

The purposes of this research were to compare the staff's engagement in public higher educational institutions in Ubon Ratchathani province by different personal factors, to examine personal factors, types of work, and quality of work life affecting the staff's engagement. Samples were 352 staff of Ubon Ratchathani University and Ubon Ratchathani Rajabhat University. The research instrument was questionnaire with a reliability of 0.979. The statistics used in analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One - Way ANOVA, Correlation analysis, and Multiple Linear Regression Analysis.

The result reveals that; There are 5 variables affecting staff's engagement in public higher educational institutions in Ubon Ratchathani province at statistics significance at 0.01 level, including the fair and sufficient compensation, promotion and job security, the work – life balance, income, the institutions, the management, the interaction with others and the line of operation.

Keywords: Quality of Work Life, Corporate Engagement, Public Educational

บทนำ

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก สาเหตุอันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจของประเทศ ที่อยู่ในสภาวะตกต่ำ ความผันผวนทางการเมืองการเปลี่ยนทางสังคม และเข้าสู่ยุคเทคโนโลยี จึงส่งผลให้องค์กรต่าง ๆ ต้องมีการปรับเปลี่ยนนโยบายรูปแบบการบริหารโครงสร้างองค์กร เพื่อให้สอดคล้องและทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน การปรับเปลี่ยนดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อบุคลากรผู้ปฏิบัติงานที่จำเป็นต้องปรับตัวให้สามารถปฏิบัติงานภายใต้นโยบายและการบริหารที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลทั้งในด้านบวกและด้านลบ ผลที่มีต่อองค์กรในด้านบวกคือ องค์กรมีการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ บุคลากรผู้ปฏิบัติงาน มีความกระตือรือร้นในการ

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ทำงาน มีเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน แต่บางครั้งการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วเกินไปอาจส่งผลในด้านลบคือ บุคลากรผู้ปฏิบัติงานจะทำงานโดยที่ไม่ได้ผูกพันต่อสถานศึกษา ความพึงพอใจในการทำงานจะลดลงไปเรื่อย ๆ ซึ่งถ้ามีโอกาสที่ดีกว่าบุคลากรผู้ปฏิบัติงานอาจจะลาออกจากงานเพื่อไปทำงานที่มีโอกาสก้าวหน้าทั้งในด้านการทำงาน เงินเดือน การยอมรับ รวมถึงสังคมที่ดีกว่า (ฉัตรปรี อยู่นุ่น, 2555)

นักวิชาการและพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการที่เป็นกลุ่มเสี่ยงเร่งด่วนที่ควรพัฒนา คือ พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการที่มีการคงอยู่ในองค์กรในระดับต่ำ ได้แก่ กลุ่มพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการเพศหญิง กลุ่มพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการที่มีรายได้น้อย กลุ่มพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการที่ไม่มีตำแหน่งด้านบริหาร กลุ่มพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการที่ไม่มีภาระในการใช้ทุน และกลุ่มพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการที่สังกัดในมหาวิทยาลัย โดยมีปัจจัยปกป้องที่สำคัญคือ ความผูกพันต่อองค์กร (ศรีณีย์ พิมพ์ทอง, 2555) ในขณะที่เดียวกันกลุ่มคนที่ลาออกจากการเป็นอาจารย์ผู้สอนของมหาวิทยาลัย พบว่า บางส่วนเป็นอาจารย์ที่มีศักยภาพและยังคงเป็นความต้องการของมหาวิทยาลัย นับได้ว่าเป็นการสูญเสียในเชิงคุณภาพมากกว่าในเชิงปริมาณ ทำให้มหาวิทยาลัยประสบปัญหาการขาดแคลนบุคลากรและสูญเสียงบประมาณด้านการสรรหา และการพัฒนาบุคลากรเป็นจำนวนมาก และส่วนหนึ่งของปัญหาดังกล่าวมีสาเหตุจากการแข่งขันในระดับอุดมศึกษาที่มีความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง โดยมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนต่างแข่งขันกันเปิดสอนในระดับบัณฑิตศึกษากันเป็นจำนวนมากแต่ละมหาวิทยาลัยต่างก็พยายามสร้างชื่อเสียงและดึงดูดผู้เรียนเข้าศึกษาต่อ จึงจำเป็นต้องอาศัยการจัดการศึกษาที่มีคุณภาพรวมถึงการคัดสรรอาจารย์ที่มีคุณภาพ แต่เนื่องจากค่าตอบแทนที่สูงกว่าภาคราชการ 2-3 เท่า จึงทำให้เกิดภาวะสมองไหล (Brain Drain) ของอาจารย์หรือนักวิชาการคุณภาพในมหาวิทยาลัยที่ลาออกไปสู่ภาคเอกชน หรือไปเป็นนักวิจัยและอาจารย์มหาวิทยาลัยในต่างประเทศที่ให้ผลตอบแทนและมีความพร้อมทางทรัพยากรในการปฏิบัติงาน และพัฒนางานวิชาการมากกว่า ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพของมหาวิทยาลัย ด้วยเหตุดังกล่าวสถาบันอุดมศึกษาของรัฐจะต้องมีการกำหนดแนวทางหรือกลยุทธ์ในการสร้างความผูกพันต่อองค์กรให้เกิดแก่อาจารย์เพื่อธำรงรักษาอาจารย์ที่มีศักยภาพไว้ (ปาริชาติ ข้าเรือน, 2555)

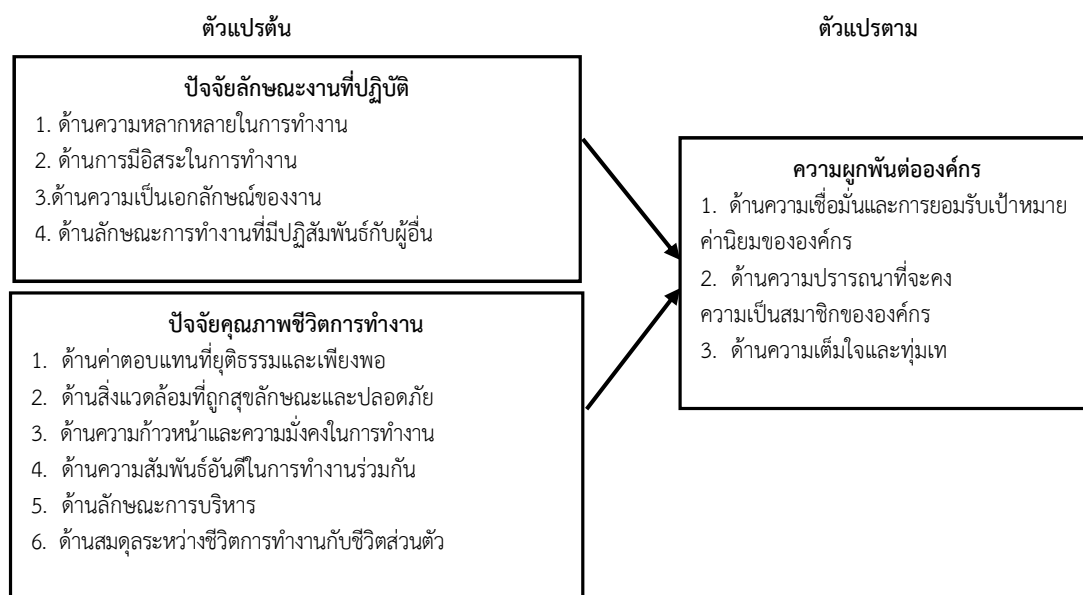
มหาวิทยาลัยจึงเป็นอีกองค์กรหนึ่งที่สำคัญต่อประเทศที่ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคลากรทางการศึกษาเนื่องจากบุคลากรทางการศึกษาที่สำคัญหนึ่งในนั้นคือ “อาจารย์” ที่มีบทบาทหน้าที่ในการให้ความรู้ทางวิชาการแก่เยาวชน ที่จะสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาได้ออกไปปฏิบัติงานกับหน่วยงานต่าง ๆ จนนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศชาติ ดังนั้น มหาวิทยาลัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญและมีการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยให้ดีขึ้นเพื่อเอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพของอาจารย์ในมหาวิทยาลัย และนำไปสู่การพัฒนาการศึกษาในที่สุด (แก้วตา ผู้พัฒนาพงศ์, 2550)

จากความสำคัญข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาในเรื่องการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี บุคลากรการศึกษาที่ทำหน้าที่ให้บริการ ผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึงความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายวิชาการและบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัย เพื่อที่จะเป็นแนวทางให้ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการแก้ไขปัญหา ได้นำไปปรับปรุงการบริหารหาแนวทางมุ่งใจเพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ โดยให้ความสำคัญการทำงานของบุคลากรให้เกิดขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน มีความผูกพันต่อองค์กร และเพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ตลอดจนพัฒนาองค์กรให้ก้าวหน้า และปฏิบัติงานได้อย่างมีความสุขุมเทในการปฏิบัติงาน เกิดความภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัยต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะงานที่ปฏิบัติ และปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการศึกษา มีรายละเอียดในเรื่องขอบเขตการศึกษาและวิธีการศึกษาดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี บุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี ในปี 2560 ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานราชการ พนักงานมหาวิทยาลัย ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 2,587 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี บุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ในปี พ.ศ. 2560 ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยใช้ (Krejcie & Morgan, 1970) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ อย่างเป็นสัดส่วนได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 352 คน จากนั้นเพื่อให้ได้ตัวแทนของบุคลากรประเภทต่างๆ ผู้วิจัยจึงได้คำนวณสัดส่วนจากจำนวนบุคลากรแต่ละประเภทได้ขนาดตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบบเลือกตอบ โดยมีเนื้อหาที่ครอบคลุมกับประเด็นที่สำคัญ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามนี้ขึ้นมาจากวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี แบ่งเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1) เป็นแบบสอบถามข้อมูลบุคคลของบุคลากร ตอนที่ 2) เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะงานที่ปฏิบัติงาน ตอนที่ 3) เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน ตอนที่ 4) เป็นแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาจากวิธี และขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้ 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรจากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการทำวิจัย กำหนดนิยามเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม 2) สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรและตรวจสอบ

เนื้อหาของแบบสอบถามที่ที่ครอบคลุมกับประเด็นที่สำคัญ ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามนี้ขึ้นมาตามวัตถุประสงค์ของผู้วิจัยหรือไม่ จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสม ความชัดเจนในการใช้ภาษาและขอบเขตของเนื้อหาและนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา 3) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเที่ยงตรง (IOC หรือ Index of Item-Objective Congruence) จากนั้น ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐศาสตร์ พาณิชยศาสตร์ และการบริหารทรัพยากรมนุษย์ผู้วิจัยกำหนดระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญหลังจากนั้นเลือกข้อที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ถ้าข้อคำถามใดมีค่า IOC น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ต้องนำไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิก่อนที่จะนำไปทดลองใช้ แล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาอีกครั้งหนึ่งจะต้องได้ค่า IOC มากกว่า 0.5 จะยอมรับ 4) นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (try out) กับบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไปได้นำข้อมูลที่ได้มาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยโปรแกรมสำเร็จรูปประยุกต์ทางคณิตศาสตร์ โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มากกว่า 0.70 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นได้ และสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงได้ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2556)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้ 1) ผู้ศึกษาขออนุญาตเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามจากมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี บุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อขอความอนุเคราะห์ให้บุคลากรเลือกตอบแบบสอบถามคิดค่าความคลาดเคลื่อน บวกเพิ่มร้อยละ 10 เป็น จำนวน 420 ฉบับ 2) ขออนุญาตจากคณะกรรมการบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม 3) ดำเนินการแจกแบบสอบถาม ให้กับกลุ่มตัวอย่างและเก็บด้วยตนเอง 4) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับ 5) นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลต่อ 6) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการบรรยายข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อบรรยายลักษณะ ปัจจัยลักษณะงานที่ปฏิบัติ ปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานและ ความผูกพันต่อองค์กร

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน สามารถอธิบายได้ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนทั้งหมด 352 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 37.50 ส่วนใหญ่มีอายุช่วง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.43 รองลงมา คือ อายุ 41 – 50 คิดเป็นร้อยละ 30.96 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 39.20 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 36.07 ส่วนใหญ่มีสถานะภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 55.96 รองลงมาคือ สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 40.05 ส่วนใหญ่สายงานที่ปฏิบัติงาน เป็นสายสนับสนุน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมาคือ สายวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 43.75 ส่วนใหญ่มีตำแหน่ง พนักงานมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 89.80 รองลงมาคือ ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 9.10 ส่วนใหญ่สถานที่ปฏิบัติงาน คณะ/หน่วยงาน มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี รวมทุกคณะ คิดเป็นร้อยละ 51.42 และมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี รวมทุกคณะ คิดเป็นร้อยละ 48.58 ส่วนใหญ่คือมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 51.42 รองลงมาเป็น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 48.58 กลุ่มสายคณะ สายวิทยาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 65.05 และ สายสังคมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 34.94 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงาน ช่วงระหว่าง 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.37 รองลงมาคือ ช่วงระหว่าง 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.00 ส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ช่วงระหว่าง 15,001-30,000 บาท /เดือน คิดเป็นร้อยละ 49.14 รองลงมา คือ ช่วงระหว่าง 31,001-50,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 31.53

1.2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นปัจจัยลักษณะงานที่ปฏิบัติในภาพรวม พบว่า โดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย = 3.79 เรียงลำดับแต่ละด้านจากมากไปหาน้อย เป็นดังนี้ ลำดับที่ 1 ด้านลักษณะการทำงานที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น มีค่าเฉลี่ย = 3.97 รองลงมา ด้านการมีอิสระในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย = 3.79 ลำดับที่ 3 ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของงาน มีค่าเฉลี่ย = 3.78 และลำดับสุดท้ายด้านความหลากหลายในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย = 3.64

1.3 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานในภาพรวม พบว่า โดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย = 3.57 เรียงลำดับแต่ละด้านจากมากไปหาน้อย เป็นดังนี้ ลำดับที่ 1 ด้านสภาพแวดล้อมที่ถูกละเลยและปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย = 3.76 รองลงมาด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย = 3.71 ลำดับด้านความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกัน มีค่าเฉลี่ย = 3.61 ลำดับที่ 4 ด้านลักษณะการบริหาร มีค่าเฉลี่ย = 3.57 ลำดับที่ 5 ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย = 3.54 และ ค่า SD.= 0.77 และลำดับสุดท้ายด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและพอเพียงมีค่าเฉลี่ย = 3.23

1.4 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรภาพรวม พบว่า โดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย = 3.82 เรียงลำดับจากข้อรายการที่อยู่ในระดับมากไปหาน้อย เป็นดังนี้ ลำดับที่ 1 ด้านความเต็มใจและทุ่มเท มีค่าเฉลี่ย = 4.11 ค่า SD.= 0.65 รองลงมา ด้านความปรารถนาที่จะคงความเป็นสมาชิกภาพองค์กร มีค่าเฉลี่ย = 3.68 และลำดับที่ 3 ด้านความเชื่อมั่นและการยอมรับเป้าหมายค่านิยมขององค์กร มีค่าเฉลี่ย = 3.59

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะงานที่ปฏิบัติ และปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ Analysis of Variance

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	85.237	20	4.262	25.595	0.000
Residual	55.115	332	0.167		
Total	140.352	352			

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณรายด้าน วิธีการ ENTER จากตารางที่ พบว่า ค่า Multiple R = 0.779, $R^2=0.607$, R^2 (Adjusted) มีค่าเท่ากับ 0.584 แสดงว่า ชุดตัวแปรทำนายทั้ง 20 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี ผลการทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนของโมเดลรวมของการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่า F = 25.595, ค่า sig = 0.000 < 0.01 แสดงว่า มีตัวแปรต้นอย่างน้อย 1 ตัว ที่สามารถทำนายตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานีได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะงานของผู้ปฏิบัติงานของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี

Correlations				
ปัจจัยลักษณะงานที่ปฏิบัติ(X)	ความหลากหลายในการทำงาน	การมีอิสระในการทำงาน	ความเป็นเอกลักษณะของงาน	ลักษณะการทำงานที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น
ความผูกพันต่อองค์กร(Y)	0.780**	0.864**	0.795**	0.767**
ความหลากหลายในการทำงาน	1	0.618**	0.412**	0.467**
การมีอิสระในการทำงาน		1	0.622**	0.517**
ความเป็นเอกลักษณะของงาน			1	0.503**
ลักษณะการทำงานที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น				1
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)				

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น (X) ปัจจัยลักษณะงานที่ปฏิบัติกับตัวแปรตาม (Y) ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานีโดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ซึ่งปัจจัยลักษณะงานที่ปฏิบัติ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความหลากหลายในการทำงาน 2) ด้านการมีอิสระในการทำงาน 3) ด้านความเป็นเอกลักษณะของงาน และ 4) ด้านลักษณะการทำงานที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า มีตัวแปรที่สัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด 10 คู่ เมื่อพิจารณาตัวแปรต้น พบว่า มีความสัมพันธ์กันกับตัวแปรตาม 4 คู่ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี

Correlations						
ปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงาน (X)	ค่าตอบแทน ที่ยุติธรรม และพอเพียง	สิ่งแวดล้อมที่ ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัย	ความก้าวหน้า และความมั่นคง ในการทำงาน	ความสัมพันธ์ อันดีในการ ทำงานร่วมกัน	ลักษณะ การบริหาร	สมดุระหว่าง ชีวิตการทำงาน กับชีวิตส่วนตัว
ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร (Y)	0.782**	0.784**	0.870**	0.853**	0.867**	0.695**
ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและพอเพียง	1	0.547**	0.611**	0.07	0.572**	0.495**
สิ่งแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย		1	0.652**	0.057	0.587**	0.444**
ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน			1	0.084	0.743**	0.437**
ความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกัน				1	0.078	0.084
ลักษณะการบริหาร					1	0.556**
สมดุระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว						1

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

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น (X) ปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานกับตัวแปรตาม (Y) ความผูกพันต่อองค์กรบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ซึ่งปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงาน แบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและพอเพียง 2) ด้านสิ่งแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย 3) ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน 4) ด้านความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกัน 5) ด้านลักษณะการบริหาร และ 6) ด้านสมดุระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

ตัวแปร	B	S.E.	Beta	t	Sig.	Tole	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	1.291	0.326		3.959	0.000**		
ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ							
ความหลากหลายในการทำงาน	-0.01	0.04	-0.16	-0.33	0.736	0.51	1.93
การมีอิสระในการทำงาน	0.03	0.05	0.03	-0.65	0.512	0.37	2.68
ความเป็นเอกลักษณะของงาน	0.05	0.04	0.05	1.18	0.238	0.47	2.11
ลักษณะการทำงานที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น	0.11	0.04	0.11	2.44	0.015**	0.51	1.95
ปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงาน							
ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ	0.31	0.03	0.17	3.54	0.000**	0.46	2.15
สิ่งแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย	0.06	0.04	0.07	1.45	0.146	0.46	2.17
ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน	0.14	0.05	0.17	2.84	0.005**	0.31	3.22
ความสัมพันธ์อันดีในการทำงานร่วมกัน	0.00	0.00	-0.02	-0.79	0.425	0.96	1.03
ลักษณะการบริหาร	0.12	0.05	0.14	0.41	0.016**	0.32	3.06
สมดุระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว	0.14	0.04	0.17	3.64	0.000**	0.53	1.86

R=0.779, R²=0.607, R²(Adjusted) = 0.584, SEE = 0.408, F = 0.607, Sig = 0.000**

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณรายด้าน พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานีที่มีทั้งหมด 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) ด้านลักษณะการทำงานที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น 2) ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ 3) ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน 4) ด้านลักษณะการบริหาร และ

5) ด้านสมดุระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่า Tolerance และค่า VIF มีค่าตามเกณฑ์ทุกตัวแปร คือ ค่า Tolerance > 0 และค่า VIF < 10 (Hair et al., 1998 อ้างอิงจาก พิษญาดา พันผา, 2560) เมื่อเรียงลำดับขนาดสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน Beta = 0.179 หมายความว่า ถ้าด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ จะทำให้ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรเพิ่มขึ้น 0.179 หน่วยมาตรฐาน เมื่อควบคุมตัวแปรต้นตัวอื่นๆ ให้มีค่าคงที่

ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน Beta = 0.176 หมายความว่า ถ้าด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน จะทำให้ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรเพิ่มขึ้น 0.176 หน่วยมาตรฐานเมื่อควบคุมตัวแปรต้นตัวอื่นๆ ให้มีค่าคงที่

ด้านสมดุระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน Beta = 0.171 หมายความว่า ถ้าด้านสมดุระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว จะทำให้ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรเพิ่มขึ้น 0.171 หน่วยมาตรฐาน เมื่อควบคุมตัวแปรต้นตัวอื่นๆ ให้มีค่าคงที่

ด้านลักษณะการบริหาร มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน Beta = 0.146 หมายความว่า ถ้าด้านลักษณะการบริหาร จะทำให้ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร เพิ่มขึ้น 0.146 หน่วยมาตรฐาน เมื่อควบคุมตัวแปรต้นตัวอื่นๆ ให้มีค่าคงที่

ด้านลักษณะการทำงานที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน Beta = 0.118 หมายความว่า ถ้าด้านลักษณะการทำงานที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น จะทำให้ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร เพิ่มขึ้น 0.118 หน่วยมาตรฐาน เมื่อควบคุมตัวแปรต้นตัวอื่นๆ ให้มีค่าคงที่

นอกนั้นตัวแปรต้นตัวอื่นๆ ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณด้วยวิธีการ Enter พบว่าค่า Multiple R=0.779 นั่นคือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรทำนายทั้ง 20 ตัว กับตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี มีความสัมพันธ์กันในระดับมาก ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานและปัจจัยลักษณะงานที่ปฏิบัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งหมด 5 ตัวแปร ดังนี้ ได้แก่ 1) ลักษณะการทำงานที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น 2) ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ 3) ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน 4) ลักษณะการบริหาร และ 5) สมดุระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว ตามลำดับ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษาปัจจัยลักษณะงานที่ปฏิบัติ และปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานีสามารถอภิปรายได้ดังนี้ ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ เป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี จากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานโดยภาพรวม มีความคิดเห็นว่า ได้รับเงินเดือนเป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด ได้รับเงินเดือนเพียงพอต่อการครองชีพในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน ได้รับเงินเดือนคุ้มค่าต่อการทุ่มเท ในการทำงานพึงพอใจกับเงินเดือนและสวัสดิการที่ได้รับ สวัสดิการความทัดเทียมกับมหาวิทยาลัยอื่น เช่น ค่ารักษาพยาบาล ประกันสังคม ฯลฯ ทั้งนี้อาจเกิดจากการได้รับพัฒนาระบบบริหารจัดการค่าตอบแทนเพียงพอต่อการครองชีพในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันสวัสดิการสำหรับตำแหน่งงานคุณภาพของงานในแต่ละวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ยสัดส่วน ต่อเนื่องงานที่ได้รับมอบหมายสมควรต่อผลตอบแทนได้รับเงินเดือนคุ้มค่าต่อการทุ่มเทในการทำงาน พึงพอใจกับเงินเดือนและสวัสดิการที่ได้รับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยมนา ไทศาลพัฒนสกุล (2555) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรณีศึกษา วิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการกีฬา มหาวิทยาลัยมหิดลความผูกพันองค์กรในระดับดีมากและปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานในด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติกับความพยายามทำงานส่งผลต่อความผูกพันองค์กร ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อีรสุวัฒน์ มานะกิจ (2557) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาคความผูกพันต่อองค์กรศึกษารณิพนงานบริษัทผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบก่อสร้าง จำกัด ผลการศึกษพบว่าระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัทผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบก่อสร้าง จำกัด อยู่ในระดับสูง ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ได้แก่ ระดับตำแหน่งงาน เงินเดือน สถานที่ปฏิบัติงาน ลักษณะงานที่ปฏิบัติและประสบการณ์ในการทำงานซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สุรพร สุกนิ (2558) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรกับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสระแก้ว ปัจจัยด้านความผูกพันต่อองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพชีวิตการทำงานโดยรวมในระดับค่อนข้างสูง คุณภาพชีวิตการทำงานพัฒนาระบบบริหารจัดการค่าตอบแทนและสวัสดิการสำหรับตำแหน่งงานต่าง ๆ อย่างเป็นธรรมให้มีความเหมาะสมกับสภาพการณ์ครองชีพในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน ตามผลการปฏิบัติงานทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพของงานในแต่ละวิชาชีพ และตำแหน่งงานต่าง ๆ ของบุคลากร และส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับมีส่วนร่วมในการวางแผน ร่วมกำหนดแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงาน รูปแบบของกิจกรรมให้สอดคล้องกับบริบทของโรงพยาบาล และให้บุคลากรรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ มีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ จากผลการวิจัยบุคลากรในมหาวิทยาลัยยังรู้สึกว่าได้รับสวัสดิการความทัดเทียมน้อยกว่ามหาวิทยาลัยอื่น มหาวิทยาลัยควรมีนโยบายค่าตอบแทนตามมาตรฐานและต่อการครองชีพในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันตลอดจนการมีสวัสดิการเทียบเท่าองค์กรเอกชนใหญ่ เช่น ประกันข้าราชการพยาบาล เงินชดเชย

ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าบุคลากรที่ไม่ใช่ข้าราชการได้รับสวัสดิการและความมั่นคงในการทำงานไม่เพียงพอ ดังนั้น มหาวิทยาลัยควรมีนโยบายเสริมสร้างความมั่นคงให้กับบุคลากรเหล่านั้น ไม่ว่าจะเป็นมีการต่อสัญญาการทำงานระยะยาวให้กับบุคลากรในมหาวิทยาลัย

ด้านสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว จากผลการวิจัยบุคลากรในมหาวิทยาลัย รู้สึกว่าการทำงานยังเป็นอุปสรรคต่อการใช้ชีวิตของตนเอง เช่น การออกกำลังกาย การท่องเที่ยว และการพักผ่อนอื่น ๆ ดังนั้นมหาวิทยาลัยควรมีนโยบายสร้างสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานให้พอดีกับบุคลากร การสร้างกิจการในมหาวิทยาลัย เช่น เริ่มวันที่สุดสดด้วย การทำสมาธิ การใช้เวลากับครอบครัวให้มากขึ้น และการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพโดยการจัดกิจกรรมวิ่งมาราธอนหรือปั่นจักรยานในมหาวิทยาลัย

ด้านลักษณะการบริหาร จากผลการวิจัยบุคลากรในมหาวิทยาลัยควรให้ผู้บังคับบัญชาเอาใจใส่บุคลากรอย่างเท่าเทียมไม่เลือกที่รักมักที่ชัง ผู้บังคับบัญชาควรใส่ใจเท่า ๆ กัน ยอมรับความสามารถแต่ละบุคคลที่ต่างกัน และเกิดความเห็นอกเห็นใจต่อผู้ใต้บังคับบัญชาอยู่เสมอเปรียบเสมือนเพื่อนหรือพี่น้องกัน การทำงานนั้นก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ด้านลักษณะการทำงานที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าบุคลากรในมหาวิทยาลัยมีการช่วยเหลือระหว่างเพื่อนร่วมงานโดยภาพรวมน้อยที่สุด ดังนั้น มหาวิทยาลัยควรมีนโยบายหรือกิจการเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรเกิดความรักใคร่กลมเกลียวซึ่งกันและกัน เป็นจุดเริ่มต้นความสามัคคี เสริมสร้างความผูกพันต่อมหาวิทยาลัยเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

ควรนำผลงานวิจัยนี้ไปต่อยอดในการศึกษาหาแนวทางส่งเสริมความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในองค์กรอื่น ๆ เช่น ธนาคาร โรงแรม หน่วยงานราชการอื่น ๆ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรต่อไป

ในการศึกษาค้นคว้านี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว ดังนั้นเพื่อให้การศึกษาค้นคว้าต่อไปครบถ้วนสมบูรณ์มากขึ้น ผู้ศึกษาขอเสนอการทำวิจัยเชิงคุณภาพหรือควรใช้เทคนิคของเครื่องมือในการศึกษาอื่น ๆ เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง“การศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในจังหวัดอุบลราชธานี”สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีโดยได้รับความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.พิษณุดา พันผา ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษา ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่อง และเป็นแรงผลักดันให้ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่นในการแสวงหาความรู้ที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่งานวิจัยให้ ประสบความสำเร็จ พร้อมทั้งเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตในปัจจุบันและอนาคต ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งงานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคำแนะนำจากคณะกรรมการสอบ ดร.อุทัย อันพิมพ์ ดร.รชยา อินทนนท์ และ ดร.พิษณุดา พันผา และผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ตลอดจนคณาจารย์ทุกท่านในหลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ส่งผลให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ เพื่อนักศึกษาอีกทั้งนี้รวมไปถึงเจ้าหน้าที่ในมหาวิทยาลัยทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก สนับสนุน และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี สุดท้ายผู้วิจัยขอน้อมรำลึกถึง พระคุณบิดามารดา ครูอาจารย์ทุกท่านที่กรุณาอบรมสั่งสอน รวมทั้งบุคคลในครอบครัวทุกคนที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของงานวิจัยฉบับนี้

เอกสารอ้างอิง

แก้วตา ผู้พัฒนาพงศ์. (2550). *คุณภาพชีวิตการทำงานของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ฉัตรปรี อู่เย็น. (2555). *รายงานวิจัยแรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

ธีรสุวัฒน์ มานะกิจ. (2557). *ความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษาฝ่ายปฏิบัติการคลังสินค้า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

- ปาริชาติ ข้าเรื่อง. (2555). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของอาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏ**. วิทยานิพนธ์
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.
- พิชญาดา พันผา. (2560). **สถิติธุรกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ยมนา ไพบูลย์พัฒนสกุล. (2555). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรกรณีศึกษาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์และ
เทคโนโลยีการกีฬา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศรัณย์ พิมพ์ทอง. (2555). **รายงานวิจัยปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ
ในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2556). **ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม Classical test theory**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุริพร สุกณี. (2558). **ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรกับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโรงพยาบาลสมเด็จพระ
ยุพราชสระแก้ว**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

คุณภาพการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุนในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

สะหวิ แก่นพมมา, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹
อนันต์ สุนทรเมธากุล, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการและเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุน จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประเภทการลงทุนและระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักลงทุนที่มาใช้บริการแผนกแผนการและการลงทุนในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 120 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.92 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t และ F ผลการวิจัยพบว่า

1) คุณภาพการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยภาพรวมมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้และด้านความเสมอภาคในการให้บริการ

2) นักลงทุนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาและระยะเวลาในการประกอบธุรกิจต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน นักลงทุนที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักลงทุนที่มีประเภทของการลงทุนต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความเสมอภาคในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน และนักลงทุนที่มีประเภทของการลงทุนต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความเสมอภาคในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ แผนกแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ABSTRACT

The research aimed to explore the service quality of the planning and investment division in Champasak province in Lao People's Democratic Republic according to the public opinion and to compare the opinion of the service users towards the service quality according to sex, age, status, educational levels. The samples used in the study were 120 investors who used the service of the planning and investment division in Champasak. They were randomly sampled. The research instrument was the questionnaire with a confidence value equivalent to 0.92. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test. The research findings were as follows.

1. The service quality of the planning and investment division under study was at a high level. The individual levels could be arranged in a descending order of significance: needs satisfaction, personnel, facilities, reliability and service equality.

2. The investors different in age, sex, educational levels and duration in business had no different opinions concerning the service quality. Those different in status had different opinions towards the needs

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² อาจารย์ ดร. ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

2. ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ นักลงทุนที่มาใช้บริการแผนกแผนการและการลงทุน ในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 174 คน (แผนกแผนการและการลงทุน, 2560)

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักลงทุนที่มาใช้บริการแผนกแผนการและการลงทุน ในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 120 คน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan (ทองใบ สุดชาติ, 2549) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

3. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

การดำเนินการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษา ระหว่างเดือนมกราคม – เดือนมีนาคม พ.ศ. 2561

4. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยได้ศึกษาแนวคิดคุณภาพการให้บริการ (กุลธนะ ธนาพงศ์, 2551; ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2552; Peter and Donnelly, 2004) และสังเคราะห์รายการงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ศักดิ์สิทธิ์ โพธิ์งาม, 2559; ลำพูน แจ่มใส, 2559; อติรัตน์ อินทร์น้อย, 2558; ชัญญิตา สังข์ทอง, 2559; อมรสุรพันธ์ ฝ่ายสงฆ์, 2559; วาเชษฐ์ เกตุแก้ว, 2557; ชัญญิตา สังข์ทอง, 2559; พรพิมล ครองยุทธ, 2557) โดยเลือกประเด็นที่มีความเหมาะสมกับลักษณะการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุนในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวซึ่งมีทั้งหมด 5 ด้าน คือ ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการและด้านบุคลากร

5. ขอบเขตด้านตัวแปร

5.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประเภทการลงทุน และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

5.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ คุณภาพการบริการของผู้มาใช้บริการของแผนกแผนการและการลงทุนในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการและด้านบุคลากร

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างเพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของผู้มาใช้บริการของแผนกแผนการและการลงทุนในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว แบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้ คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประเภทการลงทุน และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของผู้มาใช้บริการของแผนกแผนการและการลงทุนในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการและด้านบุคลากร ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

2.1 กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบสอบถาม

2.2 ศึกษาทฤษฎี แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการของผู้มาใช้บริการของแผนกแผนการและการลงทุนในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

2.3 กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยอาศัยจากการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4 สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมขอบเขตของเนื้อหาทั้งหมด

2.5 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาตรวจสอบ ความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ และทีมงานผู้วิจัยก่อนนำไปใช้จริง โดยผลการตรวจปรากฏว่าข้อคำถามผ่านทุกข้อรวมทั้งนำแบบสอบถามไปทดสอบหาความเชื่อมั่นโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach Method มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .92

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

3.1 ขออนุญาตจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ถึงหัวหน้าแผนกแผนการและการลงทุน แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์การศึกษาและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 เก็บรวบรวมข้อมูลคุณภาพการบริการของผู้มาใช้บริการของแผนกแผนการและการลงทุนในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการโดยกระจายไปตามผู้ให้บริการต่างๆ ตามประเภทการลงทุน ได้แก่ ธนาคาร โรงแรม ห้องเที่ยว ค้าขาย อสังหาริมทรัพย์ การเกษตร ปิโตรเลียม การคมนาคมขนส่ง จำนวน 120 ฉบับ

3.3 นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์

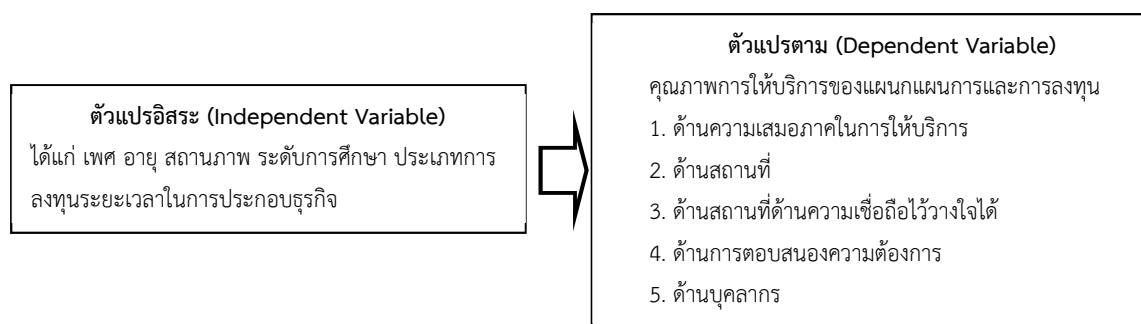
3.4 ทำการวิเคราะห์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมประยุกต์ทางสถิติและใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการอธิบายลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ t-test, F-test เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประเภทการลงทุน และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการและสังเคราะห์รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุนในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (ศักดิ์สิทธิ์ โพธิ์งาม, 2559; ลำพูน แจ่มใส, 2559; ธิติรัตน์ อินทร์น้อย, 2558; ขันยาศิลา สังข์ทอง, 2559; อมรสุรพันธ์ ฝ่ายสงฆ์, 2559; วาเสษฐ เกตุแก้ว, 2557; พรพิมล ครองยุทธ, 2557) โดยเลือกประเด็นที่มีความเหมาะสมกับลักษณะการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุนในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวซึ่งมีทั้งหมด 5 ด้าน คือ ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการและด้านบุคลากร ซึ่งผู้วิจัยนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการศึกษา

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 75.00 มีอายุไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 79.17 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 66.67 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 65.80 ประเภทการลงทุนส่วนใหญ่เป็นการเกษตร ร้อยละ 41.67 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจอยู่ระหว่าง 1-5 ปี ร้อยละ 37.50

2. คุณภาพการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยภาพรวมมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ($\bar{X} = 3.93$) ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.84$) ด้านสถานที่ ($\bar{X} = 3.66$) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{X} = 3.58$) และด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.30$)

3. นักลงทุนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษาและระยะเวลาในการประกอบธุรกิจต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน นักลงทุนที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักลงทุนที่มีประเภทของการลงทุนต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการด้านความเสมอภาคในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยคุณภาพการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

1.1 ด้านคุณภาพการให้บริการด้านความเสมอภาคในการให้บริการมีรายข้อที่มีระดับคุณภาพในการให้บริการระดับปานกลางซึ่งทางแผนกแผนการและการลงทุนควรปรับปรุงได้แก่ ลักษณะการให้บริการควรให้บริการตามลำดับก่อน-หลังโดยไม่มีสิทธิพิเศษ ควรให้บริการกับลูกค้าทุกคนโดยไม่มีการได้เปรียบเสียเปรียบและผู้ให้บริการจะต้องไม่รับสินบนจากผู้มาใช้บริการ ผลการวิจัยที่ได้สามารถอภิปรายได้ว่า การให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุนควรให้ความสำคัญเรื่องความเสมอภาคในการให้บริการทั้งในเรื่องการให้บริการด้วยความเท่าเทียมกัน การให้บริการตามลำดับก่อนหลังโดยไม่มีสิทธิพิเศษในการให้บริการแก่นักลงทุนที่เข้ามาใช้บริการโดยไม่มีการได้เปรียบเสียเปรียบ ผู้ให้บริการไม่รับสินบนจากผู้มาใช้บริการเป็นต้น สอดคล้องกับศักดิ์สิทธิ์ โพธิ์งาม (2559) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สาขาอำเภอวังสามสี จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สาขาอำเภอวังสามสี จังหวัดอุบลราชธานีภาพรวมการให้บริการทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านระยะเวลาในการให้บริการ ด้านความมั่นใจจากการรับบริการ ด้านสถานที่และการจัดสภาพแวดล้อม

1.2 ด้านสถานที่ในการให้บริการมีข้อที่ควรปรับปรุง คือ มีจุดรับรองสำหรับผู้มาใช้บริการที่เหมาะสม เช่น ที่นั่ง ห้องรับรอง ซึ่งมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายได้ว่า ผู้บริหารแผนกแผนการและการลงทุนควรให้ความสำคัญเรื่องสถานที่ในการให้บริการ เช่น มีบรรยากาศที่เหมาะสม เช่น แสงสว่างเพียงพอ อากาศถ่ายเทสะดวก มีจุดบริการสำหรับผู้มาขอใช้บริการ เช่น น้ำดื่ม กาแฟ อาหารว่างและสถานที่ที่ผู้มาใช้บริการมีความสะอาด สวยงาม เรียบร้อยเป็นระเบียบ และมีที่จอดรถเพียงพอและปลอดภัยสำหรับผู้มาใช้บริการ มีจุดรับรองสำหรับผู้มาใช้บริการที่เหมาะสม เช่น ที่นั่ง ห้องรับรอง สิ่งเหล่านี้จะเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับนักลงทุนที่เข้ามาใช้บริการที่แผนกแผนการและการลงทุนในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สอดคล้องกับการศึกษาของลำพูน แจ่มใส (2559) ที่ศึกษาคุณภาพการให้บริการรับชำระภาษีนอกสถานที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลแก่งเค็ง อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งพบว่า ควรมีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น การมีป้ายบอกจุดในการให้บริการ มีกำหนดช่องทางให้บริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มารับบริการเป็นต้น

1.3 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีข้อที่ควรปรับปรุงคือ การตอบข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ซึ่งนักลงทุนมีระดับความคิดเห็นปานกลางจากประเด็นดังกล่าวสามารถอภิปรายได้ว่า เจ้าหน้าที่ยังขาดความเชี่ยวชาญหรือขาดความรู้ในการตอบข้อสงสัยหรือและความรู้แก่นักลงทุนด้านต่างๆ ยังไม่เท่าที่ควร ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องนี้ โดยจัดให้พนักงานที่ยังขาดความรู้หรือทักษะต่างๆ ไปอบรมหรือเพิ่มเติมความรู้ ให้มีความเชี่ยวชาญด้านกระบวนการทำงาน สามารถให้คำแนะนำแก่นักลงทุนที่จะเข้ามาลงทุนในแผนกแผนการและการลงทุนได้ดียิ่งขึ้น ผลการวิจัยที่ได้สอดคล้องกับการศึกษาของธิดารัตน์ อินทร์น้อย (2558) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอภูพาน จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจควรปรับปรุงได้แก่ การมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลให้ความช่วยเหลือกรณีที่มีปัญหาหรือไม่ได้รับความสะดวก

1.4 ด้านการตอบสนองความต้องการ พบว่า นักลงทุนที่เข้าใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก แต่มีข้อที่ควรปรับปรุงคือ ขั้นตอนการให้บริการเป็นระบบไม่ซับซ้อน ลูกค้าสามารถใช้บริการด้วยความสะดวกเนื่องจากมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ประเด็นดังกล่าวสามารถอภิปรายได้ว่า แผนกแผนการและการลงทุนในปัจจุบันอาจจะมีขั้นตอนในการบริการที่ซับซ้อนเกินไป ดังนั้นผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควรมีการปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นโดยลดขั้นตอนที่ซับซ้อนลงเพื่อให้ลูกค้าสามารถมาใช้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว และตอบสนองความต้องการแก่นักลงทุนมากขึ้น ผลการวิจัยที่ได้สอดคล้องกับของธิดารัตน์ อินทร์น้อย (2558) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอภูพาน จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า คุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับมากแต่มีข้อที่ควรปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ควรมีการลดขั้นตอนการทำงานที่ซับซ้อนเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนที่เข้าใช้บริการ

1.5 ด้านบุคลากร พบว่า นักลงทุนที่เข้าใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก แต่มีข้อที่ควรปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นคือ บุคลากรที่ให้บริการจะต้องมีมนุษยสัมพันธ์ดีเยี่ยม อ่อนโยนและเป็นกันเอง และในช่วงกลางวันควรมีบุคลากรคอยให้บริการตลอดเวลา ดังนั้น ผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาบุคลากร ด้านการให้บริการมากขึ้น มีการจัดอบรมสมมนาให้บุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บุคลากรสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการอย่างทั่วถึงและครบถ้วน มีการจัดเวรบุคลากรในช่วงกลางวันเพื่อคอยให้บริการแก่นักลงทุนที่ติดต่อในช่วงเวลากลางวันเป็นต้น ผลการวิจัยที่ได้สอดคล้องกับการศึกษาของลำพูน แจ่มใส (2559) ที่ศึกษาคุณภาพการให้บริการรับชำระภาษีนอกสถานที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลแก่งเค็ง อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งพบว่า คุณภาพการให้บริการของบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมากและควรพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นไปคือ ด้านการเอาใจใส่ผู้มารับบริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ เป็นต้น

2. การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุน

จากผลการวิจัยที่ค้นพบสามารถอภิปรายในประเด็นที่สำคัญได้ดังนี้

2.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามเพศพบว่า นักลงทุนมีระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่แผนกแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านบุคลากร พบว่าไม่แตกต่างกันเช่นเดียวกัน จากผลการวิจัยที่ได้สามารถอภิปรายได้ว่า นักลงทุนที่เป็นเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุนไม่แตกต่างกัน ผลการวิจัยที่ได้สอดคล้องกับการศึกษาของชนัญชิตา สังข์ทอง (2559) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน

2.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามอายุ พบว่า นักลงทุนที่มีอายุต่างกัน จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย อายุไม่เกิน 30 ปี, 31 – 40 ปี, 41ขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่แผนกแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านบุคลากรและในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จากผลการวิจัยที่ได้สามารถอภิปรายได้ว่า บุคลากรแผนกแผนการและการลงทุนให้บริการแก่นักลงทุนที่มีอายุต่างกันอย่างเท่าเทียมกันไม่มีสิทธิพิเศษโดยให้บริการอย่างธรรมและมีความเสมอภาค สอดคล้องกับการศึกษาของอมรสุรพันธ์ ฝ่ายสงฆ์ (2559) ที่ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสถานีตำรวจภูธรพนม จังหวัดนครพนม พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีตำรวจภูธรพนม จังหวัดนครพนม จำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษาไม่แตกต่างกัน

2.3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักลงทุนที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่แผนกแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้และด้านบุคลากรและในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านการตอบสนองความต้องการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสามารถอธิบายความแตกต่างได้จากการทดสอบ Post Hoc โดยใช้การทดสอบรายคู่ LSD เปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ด้านการตอบสนองความต้องการระหว่างนักลงทุนที่มีสถานภาพโสดกับนักลงทุนที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน จากผลการวิจัยที่ได้สามารถอภิปรายได้ว่า นักลงทุนที่มีสถานภาพต่างกันให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพให้บริการในด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้และด้านบุคลากรและในภาพรวมไม่ต่างกัน เมื่อพิจารณาด้านการตอบสนองความต้องการ พบว่า นักลงทุนมีความคิดเห็นแตกต่างกันโดยนักลงทุนที่สถานภาพสมรสมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองความต้องการมากกว่านักลงทุนที่มีสถานภาพโสดทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักลงทุนที่มีสถานภาพการสมรสจะมีวุฒิภาวะมากกว่านักลงทุนที่มีสถานภาพโสด พนักงานแผนกแผนการและการลงทุนจึงให้ความสำคัญมากกว่า ผลการวิจัยที่ได้สอดคล้องกับการศึกษาของวาเชษฐ์ เกตุแก้ว (2557) ที่ศึกษาคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลนาโเส อำเภอกุดชุม จังหวดยโสธร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลนาโเส อำเภอกุดชุม ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ และด้านการเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จำแนกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วยระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่แผนกแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านบุคลากรและในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จากผลการวิจัยที่ได้สามารถอภิปรายได้ว่า นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของบุคลากรแผนกแผนการและการลงทุนไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของชนัญชิตา สังข์ทอง (2559) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน สาขาบางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

2.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามประเภทการลงทุน พบว่า นักลงทุนที่มีประเภทของการลงทุนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่แผนกแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวในด้านสถานที่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านบุคลากรและในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านความเสมอภาคในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสามารถอธิบาย

ความแตกต่างได้จากการทดสอบ Post Hoc โดยใช้การทดสอบรายคู่ LSD เปรียบเทียบรายคู่ พบว่า ด้านความเสมอภาคในการให้บริการระหว่างนักลงทุนที่มีประเภทการลงทุนธนาคาร กับนักลงทุนที่มีประเภทการลงทุนท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักลงทุนที่มีประเภทการลงทุนท่องเที่ยวกับนักลงทุนที่มีประเภทการลงทุนการเกษตรมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างกัน จากผลการวิจัยที่ได้สามารถอภิปรายได้ว่า นักลงทุนที่มีประเภทการลงทุนต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุนไม่แตกต่างกันในบางประการดังนี้คือ ด้านสถานที่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านบุคลากรและในภาพรวม เมื่อพิจารณาถึงความเสมอภาคในการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และจากการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านความเสมอภาคในการให้บริการ พบว่า ระหว่างนักลงทุนที่มีประเภทการลงทุนธนาคาร กับนักลงทุนที่มีประเภทการลงทุนท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักลงทุนที่มีประเภทการลงทุนท่องเที่ยวกับนักลงทุนที่มีประเภทการลงทุนการเกษตรมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ จากผลการวิจัยที่ได้เจ้าหน้าที่แผนกแผนการและการลงทุนควรมีกระบวนการหรือกลยุทธ์ ทำความเข้าใจให้นักลงทุนทั้งประเภทธนาคาร ประเภทการท่องเที่ยวและประเภทเกษตรที่มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันอันจะเป็นประโยชน์ต่อประเทศต่อไป

2.6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการจำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ พบว่า เมื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นระหว่างนักลงทุนที่มารับบริการที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจต่างกัน จำแนกออกเป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วย ระหว่าง 1 – 5 ปี, 6 – 10 ปี, 11 – 15 ปี, 16 – 20 ปี และ มากกว่า 20 ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่แผนกแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านบุคลากรและในภาพรวมไม่แตกต่างกัน จากผลการวิจัยที่ได้สามารถอธิบายได้ว่า นักลงทุนที่เข้ามาใช้บริการในแผนกแผนการและการลงทุนที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจต่างกันมีความเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมและรายด้านไม่ต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเจ้าหน้าที่ในแผนกแผนการและการลงทุนมีความเอาใจใส่ในการให้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการด้วยความเต็มใจ มีอัธยาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส บริการด้วยความเสมอภาค สามารถตอบสนองความต้องการให้กับนักลงทุนที่มารับบริการเป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของพรพิมล ครองยุทธ (2557) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจภูธร จังหวัดอุบลราชธานีจำกัด ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการ ด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผลจากการวิจัยข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ โดยนักลงทุนมีพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่แผนกแผนการและการลงทุน โดยภาพรวมและรายด้านส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ดังนั้นทางผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว เช่น มีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความพร้อมในการให้บริการ มีกฎระเบียบที่ชัดเจน รวมทั้งอบรมเกี่ยวกับธรรมาภิบาลในการให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการไม่รับสินบน เป็นต้น
2. ด้านสถานที่ในการให้บริการ นักลงทุนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมีจุดรับรองสำหรับผู้มาใช้บริการ เช่น ที่นั่ง ห้องรับรอง ยังมีน้อย ดังนั้นควรมีการเพิ่มจุดรับรองสำหรับผู้มาใช้บริการให้มีความเหมาะสมมากขึ้น เช่น เพิ่มที่นั่งให้เหมาะสมเพื่อรองรับผู้มาใช้บริการ
3. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจนักลงทุนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการสามารถตอบข้อสงสัยหรือให้ความรู้ในด้านต่างๆ ยังน้อย ดังนั้นทางผู้บริหารแผนกแผนการและการลงทุนควรมีการอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในด้านการทำงาน ให้กับบุคลากรเพื่อให้มีความรอบรู้ในด้านการทำงานเพื่อบริการแก่นักลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ด้านตอบสนองความต้องการ นักลงทุนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการเป็นน้อยสุด ดังนั้นควรมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการให้ดีขึ้น
5. ด้านบุคลากร นักลงทุนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการไม่มีผู้ให้บริการอยู่เวรช่วงกลางวันเพื่อคอยให้บริการ ดังนั้นทางแผนกแผนการและการลงทุนควรมีการจัดเวรคอยให้บริการนักลงทุนในช่วงกลางวันเพื่อคอยให้บริการแก่นักลงทุน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผลที่ได้จากการศึกษาคุณภาพการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะการให้บริการของแผนกแผนการและการลงทุน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเท่านั้น ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาคุณภาพการให้บริการของแผนกอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยศึกษาเปรียบเทียบว่ามีการรับรู้เกี่ยวกับการให้บริการแตกต่างกันอย่างไรบ้าง
2. ควรมีการศึกษาในเชิงลึกเกี่ยวกับการให้บริการ ปัญหา อุปสรรคต่างๆ ของแผนกแผนการและการลงทุน โดยอาจจะใช้วิธีศึกษาเชิงคุณภาพ เช่น สัมภาษณ์แบบเจาะลึกหรือสนทนากลุ่มนักลงทุนที่มาใช้บริการ เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้เป็นอย่างดีด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ ดร.อนันต์ สุนทรเมธากุล พร้อมทั้งครูอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยคุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ข้าพเจ้าขอขอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดาและบูรพาจารย์ทุกท่าน ตลอดจนผู้ที่มีพระคุณอื่นที่ไม่ได้เอ่ยนาม

เอกสารอ้างอิง

- กุลธน ธนาพงศ์ธร. (2551). การบริหารงานบุคคล. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ขวัญจิตา สังข์ทอง. (2559). คุณภาพการให้บริการสินเชื่อนาคารประชาชนของธนาคารออมสินสาขางละมุง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดเคชั่น.
- ทองใบ สุดชาติ. (2549). การวิจัยธุรกิจ: ปฏิบัติการวิจัยนอกเหนือจากตำรา. อุบลราชธานี: คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ธิดารัตน์ อินทร์น้อย. (2558). คุณภาพการให้บริการการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอภูพาน จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- แผนกแผนการและการลงทุน แขวงจำปาสักสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. รายงานประจำปี 2560. เอกสารอัดสำเนา, 2560.
- พรพิมล ครอบงุม. (2557). คุณภาพการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจภูธร จังหวัดอุบลราชธานีจำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ลำพูน แจ่มใส. (2559). คุณภาพการให้บริการรับชำระภาษีนอกสถานที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลแก่งเค็ง อำเภอภูพาน จังหวัดอุบลราชธานี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- วาเชษฐ์ เกตุแก้ว. (2557). คุณภาพการให้บริการองค์การบริหารส่วนตำบลนาโหล อำเภอภูพาน จังหวัดยโสธร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (12 พฤษภาคม 2561). ประเทศลาว. สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2561, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/ประเทศลาว>
- ศักดิ์สิทธิ์ โพธิ์งาม. (2559). คุณภาพการให้บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สาขาอำเภอม่วงสามสิบ จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- อมรสุรพันธ์ ฝายสงฆ์. (2559). คุณภาพการให้บริการของสถานีตำรวจภูธรธาตุพนม จังหวัดนครพนม. วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2559.
- Peter, P. J. and Donnelly, Jr. H. (2004). *Marketing Management : Knowledge and Skills*, 7th ed. New York: McGraw – Hill.

ภาพลักษณ์ของตนเองของกลุ่มชายรักชาย

Self-Identity of Gay Men

ธวัฒน์ เครือโสม, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี¹
รัตนกรณ์ แซ่ลี, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²
Email: tawamink@gmail.com

บทคัดย่อ

จากการที่ธุรกิจต้องมีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ผ่านกิจกรรมของการบริโภค และสื่อสารถึงความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่สะท้อนถึงความเป็นตัวตนของผู้บริโภค ในปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มชายรักชายจัดได้ว่าเป็นกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche Market) ที่มีศักยภาพสูงด้านอำนาจการซื้อ บทความทางวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวคิดลักษณะการบริโภคที่สะท้อนความเป็นตัวตน อัตลักษณ์ และการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ของตราสินค้าสำหรับกลุ่มชายรักชาย

เพื่อนำไปสู่การศึกษาเชิงวิชาการที่ลึกซึ้งมากขึ้น ทั้งนี้ขอเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การศึกษาในอนาคตสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ของตนเอง (Self-Identity) ของกลุ่มชายรักชายมีความสัมพันธ์กับตราสินค้า กลุ่มวัฒนธรรม พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ กลยุทธ์ทางการตลาดในการเป็นมิตร และสื่อโฆษณา

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์ของตนเอง กลุ่มชายรักชาย ตราสินค้า กลยุทธ์ทางการตลาด

ABSTRACT

Business needs to adapt its marketing strategy related with image and identity through consumption activity and symbolic communication. These reflect self of a consumer. In the present, gay men is identified as a niche market in which having high purchasing power. The present study was proposed the issues under the umbrella of consumption reflecting self, identity and symbol of brand within gay men community. Its contribution concerns with further deep study. In reviews, self-identity of gay men related brand, culture, behaviors in accessing internet and social media, friendly marketing strategy, and ads media.

Keywords: Self-identity, Gay Men Community, Brand, Marketing Strategy

บทนำ

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญกับความท้าทายและโอกาสทางธุรกิจต่างๆ ทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากสาเหตุสำคัญคือ ความเป็นโลกาภิวัตน์ (Globalization) ซึ่งส่งผลทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในด้านต่างๆ อย่างมาก อาทิเช่น ด้านการขนส่ง ด้านการโทรคมนาคม และด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร เป็นต้น (Zolfagharian, 2010) ทั้งนี้ธุรกิจต่างๆ จึงต้องมีการตัดสินใจเพื่อดำเนินการสร้าง ความพึงพอใจแก่ลูกค้าในด้านต่างๆ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาและคัดเลือกพนักงานขาย การใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์รูปแบบต่างๆ เพื่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมไปถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ภาษาหรือคำพูดเพื่อ สื่อสารกับลูกค้า เป็นต้น ทั้งนี้ในตลาดผู้บริโภค (Consumer Market) ซึ่งเกี่ยวข้องกับตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป ซึ่งต้องอาศัยเวลา ในการสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า มีการกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อให้สามารถดำเนินการในด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ นอกจากนี้ยังต้องอาศัยกระบวนการด้านการสื่อสารเพื่อให้กลุ่มลูกค้ารับรู้ถึง ตำแหน่งของตราสินค้าและการส่งเสริมการตลาด รวมไปถึงการให้บริการที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า จึงจะสามารถดำเนิน ธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จ

จากผลของการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์ทำให้ผู้บริโภคเกิดการสร้างอัตลักษณ์ของตนเองขึ้นใหม่หรือมีการผสมผสาน อัตลักษณ์รูปแบบต่างๆ ตามแต่ละบุคคล (Zolfagharian, 2010) ดังนั้นธุรกิจใดๆ จึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้อง

¹ อาจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

² อาจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

กับความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทั้งนี้การบริโภคสินค้าไม่ใช่เพียงการกินหรือการใช้เท่านั้นแต่หมายถึงการสร้างอัตลักษณ์ผ่านกิจกรรมของการบริโภคและสะท้อนภาพลักษณ์ของตนเองผ่านผลิตภัณฑ์นั้นๆ ด้วย (Souiden & Diagne, 2009) นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ยังมีความสำคัญเนื่องจากประโยชน์ใช้สอยหากแต่ยังสามารถสื่อสารถึงความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่สะท้อนถึงความเป็นตัวตนของผู้บริโภคอีกด้วย ดังนั้นความหมายเชิงสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ใดๆ จึงมีความสำคัญและอาจมีการพิจารณาความที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล (Xue, 2008; Govers & Schoormans, 2005)

ในปัจจุบันประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับการตลาดนั้นนอกจากจะให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้บริโภคกระแสหลัก ซึ่งหากให้เกณฑ์อัตลักษณ์ทางเพศ (Sexual Identity) เป็นปัจจัยบ่งชี้จะประกอบด้วย กลุ่มผู้บริโภคที่มีรสนิยมในเพศตรงข้าม (Heterosexuality) และกลุ่มผู้บริโภคที่มีรสนิยมเพศเดียวกัน (Homosexuality) (Potiwan, Tongyu & Apichatvullop, 2011) ทั้งนี้ปัจจัยด้านเพศนับได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้บริโภค (Creusen, 2010) หากแต่ในวัฒนธรรมกระแสหลัก (Mainstream Culture) จะได้มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในกลุ่มผู้บริโภคที่มีรสนิยมในเพศตรงข้าม (Heterosexuality) เป็นส่วนใหญ่ แต่การศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรสนิยมเพศเดียวกัน (Homosexuality) ยังมีผลการศึกษาที่น้อย (Taylor, 2000; Bhat & Reddy, 1998) และในปัจจุบันนับได้ว่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจ เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวมีอำนาจซื้อสูง (Oakenfull & Greenlee, 2005) นอกจากนี้ในภูมิภาคตะวันตกของโลกยังถือว่าเป็นกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche Market) ที่มีศักยภาพสูงและผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคนี้มีแนวโน้มความเป็นสินค้านานาชาติมากขึ้น เช่น Smirnoff Vodka และ Levi Strauss เป็นต้น (Hsieh & Wu, 2011)

การศึกษาเกี่ยวกับลักษณะการบริโภคของชายรักชาย (Gay Men) ในภูมิภาคตะวันออกของโลกยังมีน้อย เนื่องจากเหตุผลทางด้านความหลากหลายทางประวัติศาสตร์และเหตุผลเชิงสังคมวัฒนธรรม (Hsieh & Wu, 2011) สำหรับประเทศไทยแม้จะมีการยอมรับในบทบาทของกลุ่มที่มีรสนิยมเพศเดียวกันหรือเพศทางเลือกมากขึ้น แต่ยังมีข้อจำกัดในการแสดงออก สติและเสรีภาพ และการยอมรับทางสังคม ทำให้ไม่สามารถเปิดเผยรสนิยมทางเพศได้อย่างชัดเจน (Potiwan, Tongyu & Apichatvullop, 2011) ทั้งนี้เนื่องจากสภาพสังคมของกลุ่มประเทศตะวันออกที่มีมุมมองเชิงอนุรักษ์นิยมในเรื่องเพศ รวมถึงเหตุผลในเชิงชนชั้นทางสังคม (Hsieh & Wu, 2011) จากการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่สะท้อนอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้บริโภคที่มีรสนิยมเพศเดียวกันเป็น การศึกษาที่ไม่ได้จำเพาะเจาะจงกลุ่มที่สามารถเปิดเผยรสนิยมด้านเพศหรือไม่สามารถเปิดเผยได้อย่างเด่นชัดมากนัก (ศึกษาเพิ่มเติมจาก Hsieh & Wu, 2011; Gudelunas, 2011; Vandecasteele & Geuens, 2009; Borgerson, Schroeder, Blomberg & Thorssen, 2006; Oakenfull & Greenlee, 2004, 2005; Tuten, 2005; Kates, 2000, 2004; Bhat, Leigh & Wardlow, 1998 เป็นต้น) ดังนั้น การศึกษาถึงลักษณะการบริโภคที่สะท้อนอัตลักษณ์และการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ของตราสินค้าสำหรับกลุ่มชายรักชายในประเทศไทยนับได้ว่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจซึ่งยังขาดข้อมูลการศึกษาเชิงพฤติกรรมของการบริโภคของกลุ่มคนดังกล่าว

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะการบริโภคที่สอดคล้องกับตนเอง (Self-Congruity) และวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มชายรักชาย (Gay Subculture)

ตามที่ Xue (2008) ได้ให้ทัศนะว่า การบริโภคที่สอดคล้องกับตนเองนั้นหมายถึงการที่ผู้บริโภคเลือกผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าที่มีความสัมพันธ์หรือสอดคล้องกับแนวคิดหรือลักษณะของตนเอง ทั้งนี้การบริโภคที่สอดคล้องกับตนเองประกอบด้วยปัจจัย 2 ปัจจัย ได้แก่ มโนภาพแห่งตนหรือความเป็นปัจเจกชน (Self-Concept) และภาพลักษณ์ของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Product Image) นอกจากนี้ Govers & Schoormans (2005) ได้ระบุว่า สินค้าที่มีความสอดคล้องกับตนเองนั้นเป็นปัจจัยสำคัญโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค (Consumer Preference) ทั้งนี้ความสอดคล้องกับตนเอง (Self-Congruity) มีรายละเอียดดังนี้

มโนภาพแห่งตนหรือความเป็นปัจเจกชน (Self-Concept) หมายถึง ลักษณะประจำตัวของบุคคลอันหมายถึงความคิดและความรู้สึกที่มีต่อตนเอง ซึ่งประกอบด้วย 1) มโนภาพแห่งตนในอุดมคติ (Ideal Self-Concept) หรือภาพที่ตนเองอยากให้ผู้อื่นเห็นหรือรับรู้ และ 2) อัตภาพจริง (Actual Self-Concept) หรือตัวตนที่เป็นจริงในปัจจุบัน (Xue, 2008; Govers & Schoormans, 2005) นอกจากนี้ Souiden & Diagne (2009) ได้ระบุว่า มโนภาพแห่งตนหรือความเป็นปัจเจกชน (Self-Concept) ประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพ ลักษณะทางจิตวิทยา และลักษณะเชิงสังคม ที่ล้วนมีผลต่อทัศนคติ พฤติกรรม ความเชื่อ และแนวคิดของบุคคลนั้นๆ ทั้งนี้ นักการตลาดและนักโฆษณาได้นำปัจจัยด้านมโนภาพแห่งตนหรือความเป็นปัจเจกชนมาใช้ในการพัฒนาตราสินค้าที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพของผู้บริโภค รวมไปถึงการนำไปใช้ในเรื่องการกำหนดกลยุทธ์การจัดวางตำแหน่งของสินค้าอีกด้วย (Xue, 2008)

ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Product Image) หมายถึง ลักษณะที่แสดงออกสอดคล้องกับสินค้าหรือบริการนั้นๆ เช่น ผู้ซื้อรถยนต์สปอร์ตย่อมสะท้อนลักษณะบุคลิกภาพไปที่การเป็นบุคคลที่มีความกระฉับกระเฉง ชอบความท้าทาย อยู่ในวัยหนุ่มสาว และเป็นคนชอบเข้าสังคม เป็นต้น ทั้งนี้ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์สามารถทำให้เกิดความแตกต่างของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเดียวกันได้ เช่น สินค้าประเภทเบียร์ บุหรี่ และเสื้อผ้า (Xue, 2008) โดยที่ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มีความเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์

ของตราสินค้า ซึ่ง Xue (2008) ได้ระบุว่า ภาพลักษณ์ของสินค้า (Product Image) และตราสินค้า (Brand Image) ยังแสดงถึงสิ่งที่ผู้ซื้อมองเห็นและต้องการให้บุคคลอื่นมีมุมมองในภาพลักษณ์เหล่านั้นด้วย ทั้งนี้ผู้บริโภคต้องการตราสินค้าที่สามารถแลกเปลี่ยนลักษณะทางบุคลิกภาพได้ นอกจากนี้ความสอดคล้องกันในด้านลักษณะทางบุคลิกภาพยังทำให้เกิดความสัมพันธ์กันระหว่างสินค้าและผู้บริโภคในระยะยาวอีกด้วย (Govers & Schoormans, 2005) ซึ่งหากธุรกิจใดต้องการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีการพัฒนา สื่อสาร และรักษาภาพลักษณ์ของตราสินค้าให้ลูกค้าพึงพอใจอย่างต่อเนื่องนั่นเอง (Bhat & Reddy, 1998)

นอกจากนี้ Govers & Schoormans (2005) ยังได้สรุปว่า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์สามารถสื่อสารความหมายเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Meaning) ได้ และมีอิทธิพลต่อความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้เนื่องมาจากเป็นที่ทราบกันดีว่า ในระบบการผลิตสินค้ามีการควบคุมคุณภาพของสินค้าทำให้คุณภาพของสินค้าต่างๆ ไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้นความหมายเชิงสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าใดๆ ย่อมสามารถสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ให้กับผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้นๆ ได้ ทั้งนี้ความหมายเชิงสัญลักษณ์นั้นย่อมแตกต่างกันขึ้นอยู่กับมุมมองของแต่ละบุคคล

วัฒนธรรมเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สามารถสะท้อนความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ทั้งนี้วัฒนธรรมหมายถึง รูปแบบหรือวิถีการดำรงชีวิตที่คนส่วนใหญ่ในสังคมให้การยอมรับ ซึ่งวัฒนธรรมประกอบไปด้วย ค่านิยม การแสดงออก การใช้สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้ยังมีวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ซึ่งเป็นตัวจำแนกลักษณะและกระบวนการทางสังคมเฉพาะเจาะจงลงไปในกลุ่มหรือสังคมน้อยๆ ทั้งนี้วัฒนธรรมย่อยมีความแตกต่างกันไปในแต่ละชนชาติ ศาสนา กลุ่มชาติพันธุ์ และพื้นที่ โดยที่ Kates (2002) ได้ระบุว่า สังคมในกลุ่มชายรักชายมีวัฒนธรรมย่อยของตนเองเช่นเดียวกับกลุ่มวัฒนธรรมย่อยอื่นๆ อาทิเช่น กลุ่มคนที่ชอบเพลงร็อก กลุ่มผู้ที่เคร่งศาสนา กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบตราสินค้าอาร์เลย์เดวิดสัน เป็นต้น ซึ่งมีการรวมกลุ่มกันทั้งในระดับท้องถิ่น ประเทศ และระดับโลก รวมไปถึงการรวมกลุ่มเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ Oakenfull & Greenlee (2005) ยังระบุว่า วัฒนธรรมกลุ่มย่อยของกลุ่มชายรักชายทำให้เกิดการพัฒนาไปสู่อัตลักษณ์ของกลุ่มชายรักชาย ซึ่งแสดงออกผ่านทางเสื้อผ้า สัญลักษณ์ ภาษา และการแสดงออก ทั้งนี้ การสื่อความหมายดังกล่าวไม่ได้สร้างให้เกิดความหมายเชิงลบต่อผู้ที่อยู่นอกเหนือจากกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนั้น จากผลการศึกษาพบว่า ความถี่ในการติดต่อสัมพันธ์กับกลุ่มวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มชายรักชายมีอิทธิพลต่อการสร้างความเป็นปัจเจกชนและการซึมซับค่านิยมของวัฒนธรรมย่อยนั้นอีกด้วย อาทิ ความเป็นอิสระเสรี การแสดงออกซึ่งตัวตน ความรู้สึกปลอดภัย การมีสังคม การเป็นตัวของตัวเอง เป็นต้น (Hsieh & Wu, 2011) ดังตัวอย่างที่ Gudelunas (2011) ได้ให้ทัศนะว่า การเดินขบวนพาเหรดของกลุ่มชายรักชายและกลุ่มหญิงรักหญิงเป็นการแสดงถึงอิทธิพลความร่วมมือกันของกลุ่มผู้มีรสนิยมเพศเดียวกันด้วย

สำหรับประเทศไทยนั้น การยอมรับในสังคมทั่วไปของกลุ่มชายรักชายยังอยู่ในวงแคบ เนื่องจากวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดอนุรักษนิยม ประเพณี ค่านิยมเชิงสังคม รวมไปถึงบทบาทด้านเพศในสังคมซึ่งมีความแตกต่างจากประเทศในภูมิภาคตะวันตกของโลก (Hsieh & Wu, 2011) ดังนั้นการแสดงออกโดยทั่วไปของกลุ่มชายรักชายในประเทศไทยต่อสินค้าหรือตราสินค้าที่สื่อในด้านอัตลักษณ์และการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ของกลุ่มชายรักชายย่อมไม่เป็นที่เปิดเผยชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับการรวบรวมข้อมูลของ Hsieh & Wu (2011) ที่สรุปว่า การแสดงสัญลักษณ์ที่สื่อถึง อัตลักษณ์ของกลุ่มชายรักชายอย่างเปิดเผยจะกระทำในสังคมเฉพาะกลุ่มชายรักชาย (Gay Community) และไม่ประสงค์ที่จะปรากฏตัวหรือแสดงตัวว่าตนเองอยู่ในกลุ่มชายรักชายแก่สาธารณชน

จากผลการศึกษาของ Hsieh & Wu (2011) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มชายรักชายและการสื่อความหมายของการบริโภคของชายรักร่วมเพศในสังคมของประเทศไต้หวัน พบว่า อินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นเครื่องมือในการเปิดเผยรสนิยมหรือทัศนคติด้านเพศได้ และจากผลการศึกษาของ Tuten (2005) ที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติต่อตราสินค้าเมื่อใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในด้านการเป็นมิตรกับกลุ่มชายรักชาย (Gay-Friendly) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีรสนิยมเพศเดียวกัน (Homosexuality) มีทัศนคติเชิงบวกในระดับมากต่อตราสินค้านั้นเมื่อใช้กลยุทธ์ที่เป็นมิตรกับกลุ่มชายรักชาย

ดังนั้นจากแนวคิดข้างต้นสามารถสร้างข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การศึกษาในอนาคตได้ดังนี้

Proposition 1 : ภาพลักษณ์ของตนเองของกลุ่มชายรักชายมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อตราสินค้าที่สะท้อนให้สาธารณชนทราบว่าจะเกี่ยวข้องกับกลุ่มชายรักชาย

Proposition 2 : ภาพลักษณ์ของตนเองของกลุ่มชายรักชายมีความสัมพันธ์เชิงบวกเมื่อการนำเสนอภาพลักษณ์นั้นภายในกลุ่มชายรักชาย

Proposition 3 : ภาพลักษณ์ของตนเองของกลุ่มชายรักชายมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตหรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)

Proposition 4 : ภาพลักษณ์ของตนเองของกลุ่มชายรักชายมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับตราสินค้าที่ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในด้านการเป็นมิตรกับกลุ่มชายรักชาย (Gay-Friendly)

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้โฆษณาในกลุ่มชายรักชาย (Gay Men)

การวางตำแหน่งหรือการสร้างภาพลักษณ์ในตราสินค้านับได้ว่าเป็นมีความสำคัญในการสร้างความสำเร็จในระยะยาว ทั้งนี้ ภาพลักษณ์ในตราสินค้าเป็นสิ่งที่สื่อความหมายของสินค้าทั้งในด้านการแสดงออกซึ่งสัญลักษณ์ (Symbolic Brand) และการนำไปใช้งาน (Functional Brand) (Bhat, Leigh & Wardlow, 1998) การสื่อสารภาพลักษณ์ในตราสินค้าผ่านการโฆษณาในสื่อต่างๆ นับได้ว่ามีความสำคัญในการสื่อสารด้านความหมายไปยังผู้บริโภค ทั้งนี้ในการตีความอาจแตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับลักษณะของโฆษณาและลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค (Grier & Brumbaugh, 1999) ทั้งนี้ความแตกต่างของกลุ่มทางสังคม (Social Group) มีอิทธิพลอย่างมากต่อเนื้อหาในการโฆษณา (Bhat, Leigh & Wardlow, 1998) นอกจากนี้ ความหลากหลายของประชากรในประเทศทำให้ต้องพิจารณาการทำโฆษณาให้กับกลุ่มตลาดเป้าหมาย (Target Marketing) (Puntoni, Vanhamme & Visscher, 2011; Grier & Brumbaugh, 1999) ให้ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Oakenfull & Greenlee (2004) ที่พบว่าเพศชายที่มีรสนิยมในเพศตรงข้ามมีทัศนคติเชิงลบกับโฆษณาที่มีภาพลักษณ์ของกลุ่มชายรักชาย ดังนั้น การใช้การโฆษณาต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านเพศของทั้งกลุ่มที่มีรสนิยมในเพศตรงข้าม (Heterosexuality) และกลุ่มที่มีรสนิยมเพศเดียวกัน (Homosexuality) ดังนั้นจากแนวคิดในด้านข้อจำกัดในการแสดงอัตลักษณ์ในด้านเพศของกลุ่มชายรักชายและแนวคิดเกี่ยวกับใช้โฆษณาข้างต้นสามารถสร้างข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การศึกษาในอนาคตได้ดังนี้

Proposition 5 : ภาพลักษณ์ของตนเองของกลุ่มชายรักชายมีความสัมพันธ์เชิงลบกับโฆษณาที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกลุ่มชายรักชาย

จากการศึกษาของ Tuten (2005) และ Borgerson, Schroeder, Blomberg & Thorssen (2006) พบว่า การใช้เทคนิคการโฆษณาแฝงเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นกลุ่มที่มีรสนิยมในเพศตรงข้าม (Heterosexuality) และกลุ่มที่มีรสนิยมเพศเดียวกัน (Homosexuality) ได้ นอกจากนี้ Grier & Brumbaugh (1999) ได้ระบุว่า ผู้บริโภคสามารถตีความเนื้อหาในโฆษณาได้เองโดยอาศัยความรู้และประสบการณ์ ดังนั้นจากแนวคิดในด้านข้อจำกัดในการแสดงอัตลักษณ์ในด้านเพศที่มีรสนิยมเพศเดียวกันและแนวคิดเกี่ยวกับใช้โฆษณาข้างต้นสามารถสร้างข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การศึกษาในอนาคตได้ดังนี้

Proposition 6 : ภาพลักษณ์ของตนเองของกลุ่มชายรักชายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับสื่อโฆษณาที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกลุ่มชายรักชาย

สรุป

จากแนวคิดและผลการศึกษาที่ผ่านมาข้างต้นสรุปได้ว่า ผู้บริโภคมีอัตลักษณ์ของตนเอง ดังนั้นธุรกิจ จึงต้องมีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ผ่านกิจกรรมของการบริโภคและสื่อสารถึงความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่สะท้อนถึงความเป็นตัวตนของผู้บริโภค ความหมายเชิงสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ จึงมีความสำคัญและอาจมีการพิจารณาความที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล (Xue, 2008; Govers & Schoormans, 2005) วัฒนธรรมเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สามารถสะท้อนพฤติกรรมของบุคคลอันประกอบไปด้วย วัฒนธรรมกระแสหลักและวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ซึ่งเป็นตัวจำแนกลักษณะและกระบวนการทางสังคมเฉพาะเจาะจงลงไปในกลุ่มหรือสังคมย่อยนั้นๆ ในปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มชายรักชายจัดได้ว่ามีอำนาจซื้อสูง (Oakenfull & Greenlee, 2005) และจัดเป็นกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche Market) ที่มีศักยภาพสูงด้านอำนาจการซื้อและผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายให้แก่กลุ่มผู้บริโภคนี้มีแนวโน้มความเป็นสินค้านานาชาติมากขึ้น สำหรับประเทศไทยการยอมรับกลุ่มชายรักชายยังอยู่ในวงแคบ เนื่องจากวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดอนุรักษ์นิยม ประเพณี ค่านิยมเชิงสังคม รวมไปถึงบทบาทด้านเพศในสังคมซึ่งทำให้มีวิธีการปฏิบัติที่มีความแตกต่างจากประเทศในภูมิภาคตะวันตกของโลก (Hsieh & Wu, 2011) ดังนั้นการแสดงออกโดยทั่วไปของกลุ่มชายรักชายในประเทศไทยต่อสินค้าหรือตราสินค้าที่สื่อในด้านอัตลักษณ์และการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ของกลุ่มชายรักชายย่อมไม่เป็นที่เปิดเผยชัดเจน การศึกษาที่จะนำไปสู่การสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สะท้อนภาพลักษณ์ของตนเองของกลุ่มชายรักชายต่อตราสินค้ากลุ่มวัฒนธรรม พฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตหรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ กลยุทธ์ทางการตลาดในด้านการเป็นมิตร และสื่อโฆษณาจึงเป็นประเด็นที่ควรศึกษาต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- Bhat, S. & Reddy, S.K. (1998). Symbolic and Functional Positioning of Brands. **Journal of Consumer Marketing**, 15(1): 32-43.
- Bhat, S., Leigh, T. W. & Wardlow, D. L. (1998). The Effect of Consumer Prejudices on Ad Processing: Heterosexual Consumers' Responses to Homosexual Imagery in Ads. **Journal of Advertising**, 17(4): 9-28.
- Borgerson, J. L., Schroeder, J. E., Blomberg, B. & Thorssen, E. (2006). The Gay Family in the Ad: Consumer Responses to Non-traditional Families in Marketing Communications. **Journal of Marketing Management**, 22: 955-978.
- Creusen, M. E. H. (2010). The Importance of Product Aspects in Choice: The Influence of Demographic Characteristics. **Journal of Consumer Marketing**, 27(1): 26-34.
- Govers, P. C. M. & Schoormans, J. P. L. (2005). Product Personality and Its Influence on Consumer Preference. **Journal of Consumer Marketing**, 22(4): 189-197.
- Grier, S. A. & Brumbaugh, A. M. (1999). Noticing Cultural Differences: Ad Meanings Created by Target and Non-Target Markets. **Journal of Advertising**, 18(1): 79-93.
- Gudelunas, D. (2011). Consumer Myths and the Gay Men and Woman who Believe Them: A Qualitative Look at Movements and Markets. **Psychology and Marketing**, 28(1): 53-68.
- Hsieh, M. H. & Wu, S. L. (2011). Gay Men's Identity Attempt Pathway and Its Implication on Consumption. **Psychology and Marketing**, 28(4): 388-416.
- Kates, S. M. (2000). Out of the Closet and Out on the Street!: Gay Men and Their Brand Relationship. **Psychology and Marketing**, 17(6): 493-513.
- . (2002). The Protean Quality of Subcultural Consumption: An Ethnographic Account of Gay Consumers. **Journal of Consumer Research**, 29(December): 383-399.
- . (2004). The Dynamics of Brand Legitimacy: An Interpretive Study in the Gay Men's Community. **Journal of Consumer Research**, 31(September): 455-464.
- Oakenfull, G. & Greenlee, T. (2004). The Three Rules of Crossing Over from Gay Media to Mainstream Media Advertising: Lesbians, Lesbians, Lesbians. **Journal of Business Research**, 57: 1276-1285.
- . (2005). Queer Eye for a Gay Guy: Using Market-Specific Symbols in Advertising to Attract Gay Consumers without Alienating the Mainstream. **Psychology and Marketing**, 22(5): 421-439.
- Potiwan, P., Tongyu, M. & Apichatvullop, Y. (2011). The Results of Post-Operative Male to Female Transsexual for Transgender Identity Development. **KKU Research Journal**, 1(1): 79-94.
- Puntoni, S., Vanhamme, J. & Visscher, R. (2011). Two Birds and One Stone: Powerful Polysemy in Minority Targeting and Advertising Evaluations. **Journal of Advertising**, 40(1): 25-41.
- Souiden, N. & Diagne, M. (2009). Canadian and French Men's Consumption of Cosmetics: A Comparison of Their Attitudes and Motivations. **Journal of Consumer Marketing**, 26(2): 97-109.
- Taylor, C. R. (2000). Emerging Issues in Marketing. **Psychology and Marketing**, 17(6): 441-447.
- Tuten, T. L. (2005). The Effect of Gay-friendly and Non-Gay-Friendly Cues on Brand Attitudes: A Comparison of Heterosexual and Gay/Lesbian Reactions. **Journal of Marketing Management**, 21: 441-461.
- Vandecasteele, B. & Geuens, M. (2009). Revising the Myth of Gay Consumer Innovativeness. **Journal of Business Research**, 62: 134-144.
- Xue, F. (2008). The Moderating Effects of Product Involvement on Situational Brand Choice. **Journal of Consumer Marketing**, 25(2): 85-94.
- Zolfagharian, M. A. (2010). Identification, Uniqueness and Art Consumption among Bicultural Consumers. **Journal of Consumer Marketing**, 27(1): 17-25.

องค์กรแห่งนวัตกรรม : การบริหารธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในทศวรรษหน้า

Innovative Organization: Tourism and Services Administration in the Next Decade

ภัทร์ศร์ หิตจันทร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี¹

พฤกษา แก้วสาร, มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น²

ทรงกฤต ตรีนันท์พิจารณ์, มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น³

Email: jaae_angkana@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิชาการครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาแนวคิดนวัตกรรมการบริหารที่เหมาะสมกับธุรกิจท่องเที่ยวและบริการของไทย โดยใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมและประยุกต์ใช้ทฤษฎีนวัตกรรม แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการรับนวัตกรรมไปใช้ในองค์การ หลักการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่จะก่อให้เกิด “นวัตกรรม” ข้อจำกัด อุปสรรค และแนวทางการขับเคลื่อนนวัตกรรมในธุรกิจ และผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมผลลัพธ์ขององค์การเชิงนวัตกรรมนั้น อาจส่งผลให้ระบบการทำงาน และกระบวนการภายในองค์การ มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ ผลงานวิชาการนวัตกรรมและผลงานสร้างสรรค์ให้มาดำเนินการได้จริงในเชิงพาณิชย์ซึ่งจะส่งผลให้เกิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์นวัตกรรม กระบวนการ และนวัตกรรมการตลาด โดยเป็นประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ที่เป็น การสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลงาน/สิทธิบัตร การลดต้นทุน การยกระดับคุณภาพ และการเปิดตลาดใหม่ สิ่งเหล่านี้สามารถกำหนดได้โดย ทรัพยากรภายในองค์การ ผสมกับการบูรณาการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ดัชนีชี้วัดของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์คือ การ นำเสนอสินค้า/บริการท่องเที่ยวใหม่ การปรับปรุง รูปแบบของสินค้า/บริการใหม่ และ การสร้างความหลากหลายให้กับสินค้า/บริการ ขณะที่ดัชนีชี้วัดนวัตกรรมกระบวนการคือการปฏิบัติใหม่ ๆ เพื่อสนับสนุนสินค้า/บริการ และการปรับปรุงกระบวนการ/ขั้นตอนการ ทำงาน ผลการศึกษาครั้งนี้ นำไปสู่การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ ปัจจัยที่เกื้อหนุนเปลี่ยนแปลงหรือ สนับสนุนจากภายนอกต่าง ๆ จึงควรสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ที่เป็นทั้งสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานเอกชนเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศ เพื่อบรรลุเป้าหมาย ของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่เป็นเครื่องมือในการแข่งขันได้อย่างแท้จริง

คำสำคัญ: นวัตกรรม การบริหาร ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ

ABSTRACT

The objectives of this research were to studies innovative ideas management appropriate to thai tourism and services. by innovation theory is applied as a fundamental for research development, basic concepts about innovation using in organization, organizational culture to create "innovation" involve limitation difficulty and innovative approach and innovative performance. The results of the innovation organization may be affect to work system and processes within the tourism business and services organization more effective. Academic innovation and creative works are commercially available cause to Innovation, process and marketing innovation. It is commercially useful to add value, portfolio / patent cost reduction, upgrading quality and new market. These can be generated by internal resources integrate with product innovation and process innovation. Indicators of product innovation is new practices to support product / service and process improvement / workflow. The results of this study leads business and tourism services development. Factor changer or external support should be created by business partners either an educational institution or a private agency to exchange information achieve the goal of innovative talent as a truly competitive tool.

Keywords: Innovation, Management, Tourism Business and Services

¹ อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

² นักศึกษาปริญญาเอก มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

³ นักศึกษาปริญญาเอก มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

บทนำ

ความรวดเร็วของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและอนาคต มีความเร็วจน บิล เกตส์ (Bill Gates) เปรียบเปรยไว้ว่า “การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในรอบ 50 ปีที่ผ่านมา ยังไม่เท่ากับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้นใน 10 ปีข้างหน้า” การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วดังกล่าวทำให้หลายองค์กรปรับตัวไม่ทัน และได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงเพราะการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นเปลี่ยนแปลงในทุกมิติไปพร้อมๆ กัน กระทั่งถึงกันและกัน ทั้งเรื่องภูมิอากาศ อุทกภัย การผลิตอาหาร โรคระบาด พลังงาน เศรษฐกิจ การตลาด และโครงสร้างทางสังคม ในขณะที่สื่อทางสังคมรูปแบบต่างๆ ทำให้การสื่อสารและแบบแผนความสัมพันธ์ของคนในสังคมเปลี่ยนไป รวมถึงตลอดถึงการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง สิ่งสำคัญที่สุดก็คือการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในทุกวันนี้เป็นการเปลี่ยนแปลงที่คาดเดาไม่ได้ เป็นการเปลี่ยนแปลงที่แทบไม่มีทิศทางหรือแนวโน้มแบบแต่ก่อน ทำให้ไม่สามารถคาดเดาได้ว่าอนาคตจะเปลี่ยนไปในทางใด เป็นการเปลี่ยนแปลงแบบกว้างตัว หรืออาจจะเรียกได้ว่าเป็นความผันผวนมากกว่าการเปลี่ยนแปลง (นที จิตสว่าง, 2561)

ปัจจุบันภูมิภาคเอเชียถือว่าเป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโลกและเป็นผู้นำทางเศรษฐกิจและเป็นแหล่งผลิตสินค้าที่สำคัญของโลก พร้อมกันนี้ยังเป็นศูนย์กลางทางการค้า การลงทุน รวมทั้งมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ประเทศไทยถือเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมต่อกับกลุ่มประเทศในทวีปเอเชีย และเป็นประเทศที่มีจุดยุทธศาสตร์ที่สำคัญทางการค้า ประเทศหนึ่งของกลุ่มประชาคมอาเซียน (Asean Economics Community: AEC) นอกจากนี้รัฐบาลไทยยังมีนโยบายและขับเคลื่อนทิศทางเศรษฐกิจเพื่อเข้าสู่ไทยแลนด์ 4.0 ในการยกระดับโครงสร้างและการลงทุนเพื่อเป็นอุตสาหกรรมในอนาคตในการรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโลก โดยแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจไทยแลนด์ 4.0 มุ่งเน้นการพัฒนาด้วยนโยบายความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ในการการสร้างความคุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ่านทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการ เพื่อเตรียมพร้อมในการพัฒนาสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ เพื่อรองรับความเจริญในโลกรอนาคต

ในศตวรรษที่ 21 มนุษย์ทั่วทั้งโลกกำลังก้าวเดินอย่างต่อเนื่องไปในทิศทางของโลกดิจิทัล สังคมไทยก็เช่นเดียวกันที่กำลังก้าวและพัฒนาเข้าไปในระบบที่เชื่อมโลกดิจิทัลกับโลกแห่งความจริงเข้าด้วยกัน การพัฒนาระบบข้อมูลตลอดจนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการประเมินผลจากการจัดทำระบบการบริหารจัดการข้อมูล (Information Management System) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ข้อมูลไปใช้ในการกำหนดทางเลือกนโยบายและสร้างนวัตกรรมในการบริหารจัดการ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564, 2561: 224) ซึ่งประเทศไทยกำลังพัฒนาระบบเศรษฐกิจจากไทยแลนด์ 1.0 2.0 และ 3.0 ที่มีลักษณะท่ามกลางได้น้อย และท่ามกลางได้มาก ด้วยการนำทรัพยากรพื้นฐานต่าง ๆ มาเพิ่มมูลค่า (Value Added) ไปสู่ระบบเศรษฐกิจลักษณะ ท่ามกลางได้มาก ที่เรียกว่า ไทยแลนด์ 4.0 ด้วยการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์มาสร้างสรรค์นวัตกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศที่ผสมผสานกันระหว่างดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตมาสร้างมูลค่า (Value Creation) เพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศ อันจะนำมาซึ่งโอกาส รายได้ และความมั่งคั่ง ให้กับคนในประเทศ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโฉมใหม่ นี้มีความจำเป็น ทั้งที่องค์กรมีอยู่แล้วและที่จะเกิดขึ้นใหม่ จะต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงพัฒนาองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทใหม่ การแข่งขันรูปแบบใหม่ ซึ่งจะเป็นหัวใจสำคัญในการประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนขององค์กร (ชัยทวี เสนะวงศ์, 2561)

นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งจำเป็นของการบริหารองค์กรในยุคปัจจุบัน และในอนาคตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ องค์กรธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีนวัตกรรมไว้อรองรับการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่ทำให้การติดต่อสื่อสารของประเทศต่างๆ ในโลกเชื่อมถึงกันได้สะดวกขึ้นทำให้การแข่งขันของประเทศต่างๆ รุนแรงมากขึ้น (นที จิตสว่าง, 2561) ประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาประเทศ จนผลักดันจากประเทศกำลังพัฒนาขึ้นมาเป็นประเทศชั้นนำของโลกได้ ล้วนมีองค์กรธุรกิจและกลไกภาคธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ และมีการนำนวัตกรรมมาใช้อย่างต่อเนื่องกลไกภาคธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ และมีการนำนวัตกรรมมาใช้อย่างต่อเนื่อง

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ สามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ ในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศได้หลายแสนล้านบาท รวมทั้งสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศจากคนไทยเที่ยวไทยนับแสนล้านบาทเช่นเดียวกัน ซึ่งในปี 2558 นักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นต่อเนื่องและทำสถิติสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 26.7 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 96 จากปีก่อน ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประมาณ 1.29 ล้านล้านบาท ขณะเดียวกันธุรกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 2 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 6-7 ของแรงงานทั้งระบบ รวมทั้งยังช่วยกระจายรายได้และการจ้างงานไปสู่ชนบทตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รายได้เงินตราต่างประเทศดังกล่าวยังมีส่วนสำคัญที่ช่วยชดเชยการขาดดุลการค้าในช่วงที่การส่งออกสินค้าของไทย มีแนวโน้มชะลอตัวลงตามภาวะเศรษฐกิจของโลก อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป และการบริหารจัดการ

ด้านการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาและใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตลอดจนสร้างขีดความสามารถด้านนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และบริการตลอดห่วงโซ่มูลค่าของธุรกิจการท่องเที่ยว (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2561) การพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เป็นการใช้นวัตกรรมทางการบริหาร ซึ่งเป็นเรื่องของการคิดค้นและการเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิธีการ ตลอดจนกระบวนการจัดการองค์กรใหม่ ที่ส่งผลให้ระบบการทำงาน การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการให้บริการขององค์กรมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ลักษณะของนวัตกรรมทางการบริหารมีความสัมพันธ์โดยตรงกับนโยบาย โครงสร้างองค์กร ระบบ รูปแบบ และกระบวนการจัดการในองค์กร

ซึ่งจากความสำเร็จดังกล่าวจึงทำให้หลาย ๆ ธุรกิจต่างก็แสวงหานวัตกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งจุดต่างและโอกาสที่จะนำไปสู่ความสำเร็จใหม่ ๆ ในอนาคต รวมถึงความยั่งยืนในระยะยาวขององค์กร ภายใต้ภาวะการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเมื่อวิเคราะห์การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการรายหลักของแต่ละตลาด ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าปัจจัยหลักของการแข่งขันจะอยู่ที่คำว่า “นวัตกรรม” ทั้งการใช้นวัตกรรมเสริมมูลค่าให้แก่สินค้าเก่า หรือการสร้างนวัตกรรมขึ้นเพื่อเป็นสินค้าใหม่ ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าตัวแปรสำคัญของการแข่งขันทางธุรกิจหนึ่งไม่พ้นนวัตกรรมซึ่งความสำเร็จที่เกิดขึ้นขององค์กรที่เป็นผู้นำในแต่ละธุรกิจเหล่านั้น มักเกิดจากนวัตกรรมไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมทางด้านสินค้า ด้านกระบวนการทำงาน ด้านการให้บริการ ด้านการจัดการ หรือด้านการตลาด หากองค์กรไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเองจากสิ่งใหม่ ๆ ก็ยากที่จะทำให้องค์กรยังคงครองความเป็นที่หนึ่งได้

ทบทวนวรรณกรรม

นวัตกรรม (Innovation)

ความหมาย

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ (2553) ได้ให้ความหมายของ นวัตกรรม หมายถึง “สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือกระบวนการใหม่ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม”

เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ (2553) นวัตกรรม หมายถึง การทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยวิธีใหม่ ๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต กระบวนการหรือองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนนั้นจากการปฏิบัติหรือการพัฒนาต่อยอด เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดี มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิมเอ็ดสัน กล่าวว่ำนวัตกรรมเป็นสิ่งที่สำคัญมากกว่าการเป็นแค่การจดระกายความคิดอะไรใหม่ๆ ให้บังเกิดขึ้นมาเท่านั้น แต่มันเป็นกระบวนการของการทำให้ความคิดเหล่านั้นแพร่หลาย

พลสวัสดิ์ เผ่าประพัทธ์ (2557) ได้ให้ความหมายของคำว่า “นวัตกรรม (Innovation)” โดยทั่วไปหมายถึง “การเปลี่ยนแปลงสู่สิ่งใหม่ หรือการปรับปรุงจากสิ่งเดิม ที่เกิดจากการนำความรู้ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ไปพัฒนาให้เกิดคุณค่าต่อลูกค้าต่อองค์กร ต่อสังคมและประเทศชาติ” หรือ หมายถึง “การทำสิ่งใหม่ที่ดีกว่าเดิม” ทั้งนี้การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ไม่จำเป็นต้องขจัดสิ่งที่มีอยู่เดิมออกไปทั้งหมด แต่อาจเป็นการต่อยอดจากสิ่งเดิมที่มีอยู่มาปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับโอกาสและสภาวะการณ์ เพื่อให้ได้สินค้าใหม่ การบริการใหม่ กระบวนการทำงานใหม่ หรือรูปแบบของธุรกิจใหม่ ที่สามารถสร้างคุณค่าเพิ่มขึ้นได้ คนทั่วไปมักเข้าใจว่า “นวัตกรรม” คือ สิ่งใหม่ที่คนไม่เคยคาดคิดมาก่อนเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงแล้ว ความใหม่เป็นแค่หนึ่งในองค์ประกอบโดยเป็นเพียงแค่จุดเริ่มต้นส่วนหนึ่งของนวัตกรรมเท่านั้น เพราะ “นวัตกรรม” จะเกิดขึ้นได้นั้น ต้องมีทั้งเหตุและทั้งผลลัพธ์ด้วย ซึ่ง “เหตุ” หมายถึงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Initiative) บวกกับความเพียรพยายาม (Effort)

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2560) ได้ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม ไว้ว่า คือ “สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม” นวัตกรรมนับเป็นกระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์ มาผนวกกับความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อสร้างให้เกิดเป็นธุรกิจนวัตกรรมหรือธุรกิจใหม่ อันจะนำไปสู่การลงทุนใหม่ที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดย “นวัตกรรม” สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 รูปแบบดังนี้ 1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) 2) นวัตกรรมด้านการบริการ (Service Innovation) 3) นวัตกรรมด้านกระบวนการผลิต (Business Process Innovation) 4) รูปแบบธุรกิจใหม่ (Business Model Innovation)

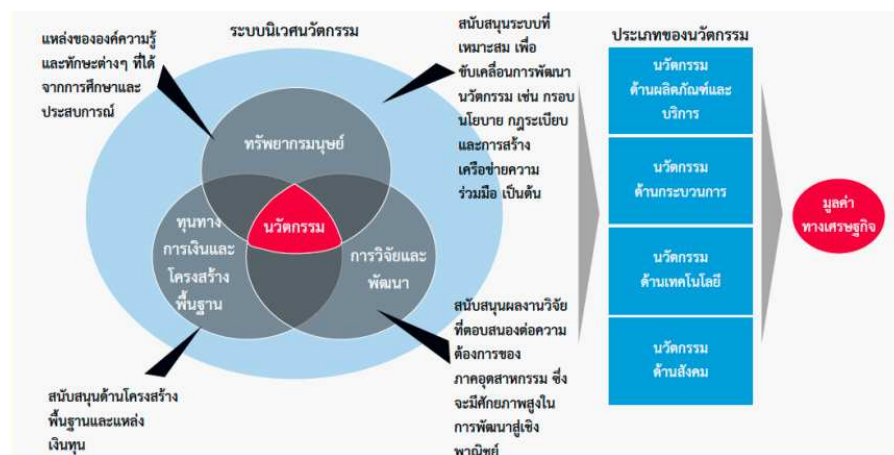
Schilling (2008) ได้ให้นิยามว่า “นวัตกรรม” เป็นเรื่องของการนำความคิดไปใช้ในเชิงปฏิบัติ เพื่อให้ได้สิ่งใหม่ หรือกระบวนการใหม่

European Parliament Research Service (2016) ได้ให้นิยามว่า “นวัตกรรม” คือ การปรับใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ การตลาดหรือรูปแบบองค์กรใหม่ ที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงมูลค่าในแง่ของผลประโยชน์ด้านการเงิน ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี และความมีประสิทธิภาพ เป็นต้น”

ลักษณะที่สำคัญของนวัตกรรมจึงมี 3 ประการ คือ (1) จะต้องเป็นสิ่งใหม่ (Novelty) (2) ต้องมีการนำไปใช้ (Adoption) และ (3) ก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงมูลค่า (Outcome) เช่น การเพิ่มมูลค่าทางการเงินของสินค้าและบริการ การเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต และการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ใช้ นวัตกรรม เป็นต้น โดยองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) (Oslo Manual, 2005) ได้จำแนกนวัตกรรมเป็น

4 ประเภทหลัก ดังนี้ (1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (2) นวัตกรรมกระบวนการ (3) นวัตกรรมการตลาด และ (4) นวัตกรรมองค์กร (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2561)

ระบบนวัตกรรมแห่งชาติ (National Innovation System: NIS) เป็นแนวความคิดที่เกิดขึ้นในช่วงคริสต์ศตวรรษ 1980 เพื่อใช้อธิบายความแตกต่างของความก้าวหน้าด้านนวัตกรรมในกลุ่มประเทศอุตสาหกรรม บนฐานความคิดที่ว่า “ความเชื่อมโยง ระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเป็นกลไกสำคัญที่นำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพด้านเทคโนโลยี” โดย ความก้าวหน้าทางนวัตกรรมและทางเทคนิคเป็นผลมาจากความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ทำหน้าที่ผลิต แจกจ่าย และปรับใช้ความรู้ อย่างหลากหลาย ทั้งนี้ ประสิทธิภาพทางนวัตกรรมของประเทศขึ้นอยู่กับระบบความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ องค์กรภาคเอกชน มหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัยของภาครัฐ ซึ่งเชื่อมโยงองค์ความรู้และเทคโนโลยีระหว่างกันในรูปแบบของความร่วมมือ อาทิ การวิจัยร่วม การแลกเปลี่ยนบุคลากร การใช้สิทธิบัตรร่วมกัน การจัดซื้อจัดจ้างอุปกรณ์ และเครื่องมือ และรูปแบบอื่นๆ ทั้งนี้ OECD ได้วางกรอบระบบนวัตกรรมแห่งชาติที่มีการเชื่อมโยงระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งในรูปแบบของความร่วมมือ กิจกรรม และการไหลเวียนขององค์ความรู้และเทคโนโลยี (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2561)



ภาพที่ 1 กรอบระบบนวัตกรรมแห่งชาติ
ที่มา (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2561)

ระบบนวัตกรรมไทยสำหรับประเทศไทย สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.) ได้ให้นิยามว่า นวัตกรรม คือ ผลลัพธ์ของการเชื่อมโยงของทรัพยากรมนุษย์ ทุนทางการเงินและโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงการวิจัยและพัฒนา เพื่อก่อให้เกิด “ระบบนิเวศนวัตกรรม” ที่เหมาะสม เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนา นวัตกรรม เช่น กรอบนโยบาย กฎระเบียบ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เป็นต้น ขณะเดียวกันก็ต้องพัฒนาองค์ประกอบหลักที่ทำให้เกิดนวัตกรรม ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นแหล่งขององค์ความรู้ และทักษะต่างๆ ที่ได้จากการศึกษาและประสบการณ์ ทุนทางการเงิน และโครงสร้างพื้นฐาน โดยการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐานและแหล่งเงินทุน และการวิจัยและพัฒนา โดยการสนับสนุนผลงานวิจัยที่ตอบสนองต่อความต้องการของภาคอุตสาหกรรม ซึ่งจะมีศักยภาพสูงในการพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2561)

นวัตกรรมเป็นเครื่องมือสำคัญที่องค์กรใช้ในการสร้างความแตกต่าง โดยอาจเป็นการนำเทคโนโลยีหรือแนวคิดใหม่ๆ เพื่อให้ได้สิ่งใหม่จากทรัพยากรเดิมทำให้สามารถแข่งขันได้ในทางธุรกิจ (Chamberlin, Doutriaux, & Hector, 2010) นอกจากนวัตกรรมมีบทบาทอย่างมากในการสร้างศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจแล้ว นวัตกรรมยังรวมถึงการปรับเปลี่ยนแนวคิด การดำเนินการ เพื่อหาวิธีการและแนวทางในการปรับปรุงสินค้าและการบริการขององค์กร (Perdomo-Ortiz, González-Benito, & Galende, 2006) ปัจจุบันนี้ นวัตกรรมถูกจัดให้เป็นกลยุทธ์ที่เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในการดำเนินงานขององค์กร ได้มีหลายองค์กรชั้นนำของโลก อย่างเช่น บริษัท Toyota Motor Co., Ltd ในประเทศญี่ปุ่น และบริษัท AT & T Power Systems ในประเทศสหรัฐอเมริกาที่ประสบความสำเร็จโดยใช้ TQM และนวัตกรรมควบคู่กันในการบริหารองค์กร เพื่อให้องค์กรมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าและการบริการได้รวดเร็วขึ้น และส่งผลให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดี (Hidalgo & Albors, 2008) นวัตกรรมถูกแบ่งออกเป็น 2 ด้านคือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์หมายถึงการแนะนำผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ หรือเป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มีคุณสมบัติการใช้งานที่ดีขึ้น รวมถึงการเพิ่มระดับความทันสมัยแปลกใหม่ในผลิตภัณฑ์ ในขณะที่นวัตกรรมกระบวนการ หมายถึง การประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการ หรือกระบวนการใหม่ๆ ในการทำงาน หรือการดำเนินการปรับปรุงกระบวนการการผลิตใหม่ การปรับปรุงวิธีการจัดส่งใหม่ วิธีการผลิตสินค้าและบริการด้วย

เทคโนโลยี อุปกรณ์และซอฟต์แวร์ใหม่ๆ หรือเปลี่ยนเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตใหม่ (Rujirawanich, Addison, & Smallman, 2011)

สรุป “นวัตกรรม” หมายถึง ความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้ว ให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม ทั้งยังช่วยประหยัดเวลาและแรงงานได้ด้วย

ประเภทของนวัตกรรม

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ (2553) การจำแนกประเภทของนวัตกรรม แบ่งได้หลายประเภทตามลักษณะขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ การจำแนกที่พบบ่อย และมีการนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงการวิจัย และการจัดการนวัตกรรมค่อนข้างมากก็จะประกอบด้วย 3 ลักษณะ คือ 1) การจำแนกตามเป้าหมายของนวัตกรรม (The Target of Innovation) แบ่งเป็น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) 2) การจำแนกตามระดับของการเปลี่ยนแปลง (The Degree of Change) จะแบ่งนวัตกรรมออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน (Radical Innovation) และนวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) และการจำแนกประเภทของนวัตกรรมในลักษณะที่ 3) การจำแนกตามขอบเขตของผลกระทบ (The Area of Impact) จำแนกได้ 2 ประเภท คือ นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) และนวัตกรรมทางการบริหาร (Administrative Innovation) (Schilling, 2008) สามารถสรุปและอธิบายรายละเอียดของการจำแนก ประเภทของนวัตกรรมในแต่ละลักษณะ ได้ดังนี้

1. การจำแนกตามเป้าหมายของนวัตกรรม

1.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไว้ว่า นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ คือ การพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยีหรือวิธีการใช้ที่ดี รวมไปถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ถือเป็น ผลผลิต (Outputs) ขององค์การหรือธุรกิจ โดยอาจจะอยู่ในรูปของตัวสินค้า (Goods) หรือการบริการ (Services) ก็ได้ (Schilling, 2008) และตัวแปรหลักที่สำคัญของการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์มี 2 ตัวแปร คือ 1) โอกาสทางด้านเทคโนโลยี หมายถึง องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เครื่องมือ อุปกรณ์ และกระบวนการที่จะทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้นได้ และ 2) ความต้องการของตลาด หมายถึง ความต้องการของผู้ใช้ที่มีความต้องการในผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น และพร้อมที่จะซื้อหรือใช้ และส่งผลทำให้ผู้เป็นเจ้าของนวัตกรรมได้รับประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจหรือสังคม เช่น บริษัท แอปเปิ้ล ที่ได้มีการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบและการสื่อสารที่เรียกว่า iPod จนทำให้สามารถเป็นที่ต้องการและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ภายใต้รูปแบบและวิธีการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบัน ซึ่งส่งผลทำให้บริษัทประสบความสำเร็จและได้รับผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจอย่างมากมาย เป็นต้น

1.2 นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ให้ความหมายของนวัตกรรมกระบวนการ หมายถึง การประยุกต์ใช้แนวคิดวิธีการ หรือกระบวนการใหม่ๆ ที่ส่งผลให้กระบวนการผลิต และการทำงานโดยรวมมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบกระบวนการผลิตใหม่ เป็นต้น จากความหมายดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า นวัตกรรมกระบวนการ เป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลงในองค์การ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือ กรรมวิธีการผลิต การจัดจำหน่าย หรือรูปแบบการจัดการองค์การ ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายที่จะนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ให้ไปถึงมือผู้บริโภคหรือผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์การมากที่สุด แม้ว่านวัตกรรมผลิตภัณฑ์จะถูกมองเห็นได้ชัดเจนมากกว่า แต่นวัตกรรมกระบวนการก็มีความสำคัญมากเช่นเดียวกัน ในการที่จะทำให้องค์การหรือธุรกิจมีความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางธุรกิจ (Schilling, 2008) โดยนวัตกรรม กระบวนการส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปในเรื่องของการควบคุมคุณภาพ (Quality Control) และการปรับปรุงประสิทธิภาพ การผลิตและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงกิจกรรมหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบในระบบ กล่าวคือ ปัจจัยนำเข้า (Inputs) กระบวนการ (Process) และผลผลิต (Outputs) เช่น บริษัท วอลต์ดิสนีย์ ซึ่งดำเนินธุรกิจค้าปลีก ที่สามารถพัฒนาระบบการกระจายสินค้า และการบริหารต้นทุนการขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาถูกมากกว่าคู่แข่ง และสามารถครองตลาดค้าปลีกในประเทศจีนที่มีกำลังซื้อมหาศาล เป็นต้น

2. การจำแนกตามระดับของการเปลี่ยนแปลง

2.1 นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน (Radical Innovation) เป็นนวัตกรรมที่มีระดับความใหม่ ในลักษณะที่มีความแตกต่างไปจากกรรมวิธี และแนวคิดเดิมไปอย่างสิ้นเชิง หรือเป็นลักษณะของการเปลี่ยนแปลงแบบถอนรากถอนโคน (Schilling, 2008) ดังนั้น นวัตกรรมที่มีลักษณะการเปลี่ยนแปลงแบบเฉียบพลัน จึงมีนัยสำคัญมากกว่าการ ปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่เดิม แต่เป็นการออกแบบและใช้แนวคิดใหม่ ทั้งหมดในการพัฒนานวัตกรรม (Smith, 2006) นอกจากนี้ นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน (Radical Innovation) จะทำให้เกิดการออกแบบที่เป็นต้นแบบใหม่ของนวัตกรรม (New Dominant Design) รวมถึงแนวคิดของการออกแบบ และรายละเอียดขององค์ประกอบและโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมด้วย ได้ประมาณว่า นวัตกรรมที่มีลักษณะเฉียบพลันจะมีเพียง 10% ของนวัตกรรมทั้งหมด ตัวอย่างนวัตกรรมที่มีลักษณะเป็นนวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน (Radical Innovation) เช่น กล้องถ่ายรูปแบบดิจิทัลที่

เปลี่ยนแปลงมาจากกล้องถ่ายรูปที่ใช้ฟิล์ม โทรศัพท์ที่เกิดขึ้นแทนการส่งข้อความด้วยจดหมายหรือบันทึกข้อความ เป็นต้น ซึ่งนวัตกรรมในลักษณะ เติบโตขึ้นจะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเป็นผู้นำตลาดของธุรกิจ รวมทั้งสามารถสร้างมูลค่าทางการตลาดและความอยู่รอดของธุรกิจได้มากกว่านวัตกรรมที่มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ดังจะได้อธิบายต่อไป

2.2 นวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) นวัตกรรมประเภทนี้เป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจำนวนมาก และมีความถี่ในการเกิดบ่อยกว่านวัตกรรมในลักษณะเติบโตขึ้น โดยมีลักษณะของการเปลี่ยนแปลงที่ค่อยเป็นค่อยไป มีการปรับปรุงระบบให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นทีละเล็กละน้อยจากเทคโนโลยีหรือสิ่งที่มีอยู่เดิม (Schilling, 2008) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) ว่าเป็นนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงจากความเชี่ยวชาญขององค์กรหรือธุรกิจในเรื่องของเทคโนโลยีภายใต้โครงสร้างหรือสถาปัตยกรรมเดิม เช่น เครื่องซักผ้าที่มีการเปลี่ยนระบบการหมุน และประสิทธิภาพในการซักให้มีคุณภาพมากขึ้น หรือเครื่องปรับอากาศที่มีการปรับปรุงระบบการฟอกอากาศ และการทำงานให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น ก็นับว่าเป็นตัวอย่างของนวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไปที่เห็นภาพได้อย่างชัดเจน ดังนั้นกล่าวโดยสรุปได้ว่า นวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) เป็นนวัตกรรมที่มีลักษณะของการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยจะพัฒนาจากพื้นฐานแนวคิดหรือการออกแบบจากผลิตภัณฑ์หรือ กระบวนการที่มีอยู่เดิม ทั้งนี้ความสามารถในการเปลี่ยนแปลง จะมีมาน้อยเพียงไรก็ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพ ความเชี่ยวชาญ และข้อมูลความต้องการของลูกค้าที่องค์กรมีอยู่ (Schilling, 2008)

3. การจำแนกตามขอบเขตของผลกระทบ

3.1 นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) เป็นนวัตกรรมที่มีพื้นฐานหรือขอบเขตของการพัฒนาจากเทคโนโลยี โดยในปัจจุบันการพัฒนานวัตกรรม ทางเทคโนโลยีมีบทบาทและความสำคัญต่อหลาย ๆ อุตสาหกรรม ทั้งนี้เนื่องจากเทคโนโลยี ช่วยทำให้การพัฒนา นวัตกรรมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค และสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้เป็นอย่างดี รวมทั้งเป็นนวัตกรรมที่มีแรงผลักดันที่สำคัญของความก้าวหน้าในด้านต่างๆ ทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง สิ่งแวดล้อม และความเป็นอยู่ของประชากร (Schilling, 2008) นวัตกรรมทางเทคโนโลยี จึงเป็นได้ทั้งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมที่มีลักษณะ เติบโตขึ้น และนวัตกรรมที่มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ถ้าการพัฒนาพัฒนานวัตกรรมนั้นอยู่บนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมทางเทคโนโลยียังจะส่งผลกระทบต่อรูปแบบ และระดับของการแข่งขันในเชิงธุรกิจได้อีกด้วย

3.2 นวัตกรรมทางการบริหาร (Administrative Innovation) นวัตกรรมทางการบริหารเป็นเรื่องของการคิดค้น และเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิธีการ ตลอดจนกระบวนการจัดการองค์การใหม่ ที่ส่งผลให้ระบบการทำงานการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการให้บริการขององค์กรมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น เช่น การบริหารองค์การในลักษณะ โครงสร้างองค์การแบบเมทริกซ์ การใช้แนวคิด Balanced Score Card ในการวางแผนและประเมินผลงานขององค์การ การจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาองค์การ การพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจลักษณะที่เป็น Open Business Models เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนานวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) ก็จัดได้ว่าเป็นลักษณะของนวัตกรรมทางการบริหาร ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินงานขององค์กรหรือธุรกิจให้มีประสิทธิภาพหรือประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น กล่าวโดยสรุปได้ว่านวัตกรรมทางการบริหาร เป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับนโยบาย โครงสร้างองค์การ ระบบ รูปแบบ และกระบวนการจัดการในองค์การ ซึ่งต่างจากนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่มีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมกระบวนการ

สรุปจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น การจำแนกประเภทของนวัตกรรม ประกอบด้วย 3 ลักษณะ คือ 1) การจำแนกตามเป้าหมายของนวัตกรรม (The Target of Innovation) แบ่งเป็น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และนวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) 2) การจำแนกตามระดับของการเปลี่ยนแปลง (The Degree of Change) จะแบ่งนวัตกรรมออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ นวัตกรรมในลักษณะเติบโตขึ้น (Radical Innovation) และนวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) 3) การจำแนกตามขอบเขตของผลกระทบ (The Area of Impact) จำแนกได้ 2 ประเภท คือ นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) และนวัตกรรมทางการบริหาร (Administrative Innovation)

แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการรับนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร (Adoption of innovations: AI)

Damanpour and Schneider (2006) ได้อธิบาย องค์การที่รับนวัตกรรมมาใช้ (Innovation Adopting Organization: IAO) เป็นองค์การที่มีความสามารถในการซึมซับนวัตกรรม ซึ่งจะพึ่งพาความสามารถในการบริหารและความสามารถของตัวองค์การเองในการเลือกและนำนวัตกรรมไปใช้

ที่ผ่านมาในบทความด้านนวัตกรรมในองค์กร มักจะตั้งคำถามเรื่องการตีความความหมายของความใหม่ (Newness) ซึ่งนวัตกรรมอาจถูกตีความว่า ใหม่ต่อผู้ที่รับไปใช้ หรือต่อกลุ่มคน หรือต่อองค์การหรือต่อโลก ซึ่งระดับของความใหม่ถูกใช้เพื่อบอกความแตกต่างของนวัตกรรมที่ถูกสร้างขึ้นและนวัตกรรมที่ถูกรับไปใช้

ใน IAO การรับนวัตกรรมไปใช้ เป็นการทำให้เกิดการนำไปใช้ของผลิตภัณฑ์ การบริการ หรือเทคโนโลยีที่ใหม่สำหรับองค์การที่รับไปใช้การรับนวัตกรรมไปใช้ก็เพื่อสร้างความศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์การโดยเปลี่ยนแปลงองค์การเพื่อให้

สอดคล้องต่อสภาพแวดล้อมภายนอก การเปลี่ยนแปลงองค์การคือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมองค์การที่ใช้ในปัจจุบันกระบวนการการรับนวัตกรรม ประกอบด้วยกระบวนการย่อย 2 กระบวนการ คือ กระบวนการการริเริ่ม และการนำไปใช้จริง กระบวนการการริเริ่มนั้นประกอบไปด้วยกิจกรรมทั้งหมด ซึ่งเกี่ยวข้องกับการรับรู้ความต้องการการรู้ถึงนวัตกรรมที่จะช่วยตอบสนองความต้องการนั้นๆ และวัดค่าความเหมาะสมในการใช้ ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจที่จะรับนวัตกรรมนั้น ๆ ไปใช้ ส่วนช่วงการนำไปใช้จริงนั้น ประกอบด้วยกิจกรรมและการกระทำทุกอย่างที่ทำเพื่อดัดแปลงนวัตกรรม ที่องค์การรับไปใช้เพื่อการใช้นวัตกรรมนั้นๆ และใช้นวัตกรรมนั้นต่อไปจนกระทั่งเป็นกิจวัตรขององค์การ นักวิชาการบางคนได้รวมการยกเลิกและผลกระทบของนวัตกรรมไว้ในกระบวนการการรับไปใช้ด้วย แต่มีการศึกษาอยู่น้อยมากที่ได้ศึกษากระบวนการสองกระบวนการนี้อย่างเป็นข้อมูลเชิงลึก นวัตกรรมของ IAO ไม่ใช่จุดสิ้นสุดในตัวของมันเอง หากแต่เป็นเครื่องมือ (Means) เพื่อที่จะทำให้จุดมุ่งหมายขององค์การเป็นจริง

ดังนั้น นวัตกรรม (Innovation) ด้านต่างๆ ที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นมานั้นไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมด้านวิทยาศาสตร์ที่มีการผลิตเครื่องมือที่อำนวยความสะดวกหรือสร้างความปลอดภัย นวัตกรรมด้านธุรกิจที่ช่วยสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ให้กับองค์กร หรือนวัตกรรมด้านการบริหารที่ช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในการนำแนวความคิดกับการบริหารใหม่ๆ มาใช้ในองค์กร ทั้งหมดนี้ได้มีการพัฒนาและปรับปรุงให้ทันสมัย และเข้ากับรูปแบบการดำเนินชีวิตของมนุษย์อย่างต่อเนื่องต่อไป

หลักการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่จะก่อให้เกิด “นวัตกรรม”

ณัฐวัฒน์ สุขศิริวัฒน์ และ ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี (2557) จากที่ได้กล่าวมาแล้วถึงความหมายและความสำคัญของนวัตกรรม กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมสำหรับธุรกิจไทย หลายคนอาจจะตั้งคำถามว่าแล้วการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่จะก่อให้เกิด “นวัตกรรม” นั้น จะสร้างได้อย่างไร

วัฒนธรรมในองค์กรมักเกิดจากความเชื่อและพฤติกรรมที่ทำกันมาอย่างต่อเนื่องของสมาชิกในองค์กร ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากผู้บริหารเป็นผู้กำหนดวิธีการหรือระบบขึ้นมาเพื่อใส่ความเชื่อและผลักดันพฤติกรรมนั้นเข้าไปในองค์กร ดังนั้น การจะปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรจึงต้องอาศัยเวลาและจะต้องเริ่มต้นจากตัวผู้บริหารก่อน ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ผู้บริหารมักมองว่า วัฒนธรรมองค์กรเป็นสิ่งที่ปฏิบัติสืบทอดกันมานานซึ่งยากต่อการเปลี่ยนแปลง หรือหากเปลี่ยนแปลงก็อาจส่งผลกระทบต่อการบริหารงานของผู้บริหารเองได้ ดังนั้น หากต้องการส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมนวัตกรรมภายในองค์กร ผู้บริหารจะต้องทำตัวเป็นผู้นำของการเปลี่ยนแปลงเสียก่อน และจะต้องเป็นผู้ทำหน้าที่ให้คำแนะนำมากกว่าการเป็นผู้ชี้แนะ ซึ่งต้องยอมรับความจริงว่า ผู้นำกับการเปลี่ยนแปลงก็จะมีทั้งคนเกลียดและคนรัก แต่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมภายในองค์กรอย่างรวดเร็ว (กนช รัตวานิช, 2556) สอดคล้องกับ รศ.ดร. พสุ เดชะรินทร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้กล่าวว่า การพัฒนาองค์กรให้เดินหน้าไปสู่การสร้างสรรค์นวัตกรรมได้นั้น ความมุ่งมั่นและทุ่มเทต้องเริ่มต้นจากผู้บริหาร ตามด้วยโครงสร้างองค์กรที่กระตุ้นและก่อให้เกิดนวัตกรรมภายในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงสร้างองค์กรที่ต้องมีความยืดหยุ่นในระดับที่เหมาะสมที่จะกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมภายในองค์กร จากนั้นความสำคัญอยู่ที่บุคลากรซึ่งทำหน้าที่ตามบทบาทต่าง ๆ ภายใต้กระบวนการนวัตกรรม ทั้งผู้ที่มีบทบาทในแต่ละโครงการ (Champions) หรือผู้สนับสนุน (Promoters) ซึ่งจะต้องมุ่งเน้นรูปแบบการทำงานเป็นทีมมากกว่าปัจเจกบุคคล นวัตกรรม ยังเกิดขึ้นได้โดยไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นจากกระบวนการที่เป็นทางการเท่านั้น แต่สามารถเกิดขึ้นได้ในสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ซึ่งการคิดแต่ละครั้งจะต้องเชื่อมโยงให้เข้ากับงานที่กำลังทำอยู่ได้ (กรุงเทพธุรกิจ, 2554) ขณะที่นายพลสวัสดิ์ เผ่าประพันธ์ ผู้อำนวยการศูนย์นวัตกรรม บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (2556) ได้นำเสนอหลักปฏิบัติไว้ 3 แนวทาง ในการสร้าง “องค์กรนวัตกรรม” ดังนี้

1. ใช้เทคโนโลยีนำ (Technology Drivers) เป็นแนวทางแรกที่ปฏิบัติได้ง่ายที่สุด คือสร้างให้เกิดความรู้สึภาคภูมิใจในความสามารถที่องค์กรมี แล้วดึงทักษะหรือความรู้ภายในองค์กรออกมาเป็นสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ลูกค้า
2. มองทะลุตลาด (Market Readers) เป็นแนวทางสำหรับสร้างให้เกิดความร่วมมือ (Collaboration) ระหว่างหน่วยงานที่อยู่ใกล้ชิดกับลูกค้าและหน่วยงานสนับสนุนอย่างหน่วยงาน R&D เนื่องจากหน่วยงานที่อยู่ใกล้ชิดลูกค้าหรือหน่วยงานที่เป็นลักษณะปฏิบัติการจะรู้ความต้องการของลูกค้ามากที่สุด รู้ว่าอะไรที่ลูกค้าต้องการ/ไม่ต้องการ โดยเฉพาะองค์กรที่มีตลาดอยู่ในหลายภูมิภาค จำเป็นต้องส่งเสริมวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยปฏิบัติการกับหน่วยงานสนับสนุน
3. ค้นหาจากภายนอก (Need Seekers) เป็นแนวทางที่องค์กรนวัตกรรมระดับโลกนิยมใช้ คือ การสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมจากภายนอกโดยเฉพาะลูกค้าและคู่ค้า เป็นการทำให้คนในองค์กรเปิดใจยอมรับสิ่งใหม่ ๆ จากภายนอก และค้นหานวัตกรรมใหม่ ๆ จากการดึงให้ลูกค้าและคู่ค้ามีส่วนร่วมในกระบวนการคิดค้นนวัตกรรม เพราะตัวลูกค้าจะเป็นคนที่รู้ความต้องการของตัวเองดีที่สุด และคู่ค้าคือผู้ที่เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องจึงสามารถช่วยให้องค์กรประหยัดเวลาและเงินทุนในการทำนวัตกรรม ซึ่งตัวอย่างองค์กรที่ใช้แนวทางนี้ได้ดี คือ บริษัท Procter & Gamble (P&G) ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) การจะทำนวัตกรรมแบบเปิดได้ บริษัทต้องส่งเสริมให้พนักงานยอมรับความคิดใหม่ ๆ ผู้บริหารต้องมีทัศนคติที่ดีต่อการรับฟังคำแนะนำหรือคำวิจารณ์ เมื่อลูกค้าและคู่ค้ามีส่วนร่วม สินค้าและบริการที่บริษัทนำออกสู่ตลาดจึงมีอัตราการประสบความสำเร็จได้มากกว่า

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่าปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจหนึ่งมีความสามารถในการสร้างนวัตกรรมได้ดีกว่าธุรกิจอื่นๆ ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กร โดยวัฒนธรรมองค์กรนั้น จะส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรสามารถเชื่อมโยงและมีความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมขึ้นในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ที่จะช่วยสร้างการเติบโตและความสามารถในการแข่งขัน

ขององค์กร วัฒนธรรมองค์กรที่จะสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมนี้ จะต้องเป็นวัฒนธรรมองค์กรเชิงกลยุทธ์ที่สร้างขึ้นใหม่ ไม่ใช่ วัฒนธรรมที่สืบทอดกันต่อๆ มา โดยผู้ที่ขับเคลื่อนวัฒนธรรมนั้น จำต้องเข้าไปสืบสานในขั้นตอนและวิธีการทำงาน โดยไม่ทราบว่าจะทำไม่ถึง ยึดถือปฏิบัติกันเช่นนั้น

ข้อจำกัด อุปสรรค และแนวทางการขับเคลื่อนนวัตกรรมในธุรกิจ

ณัฐวัฒน์ สุขศิริวัฒน์ และ ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี (2557) ปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่านวัตกรรมได้กลายเป็นตัวแปรที่สำคัญในภาค ธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีเงินทุนและบุคลากรที่พร้อม เนื่องจากนวัตกรรมนอกจากจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถใน การแข่งขัน ตลอดจนสร้างความแตกต่างระหว่างคู่แข่งแล้ว นวัตกรรมยังเป็นเรื่องที่ช่วยสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจ ขณะที่ การขับเคลื่อนนวัตกรรมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นั้นมักประสบกับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ จนทำให้ธุรกิจที่มีอยู่ยังไม่ ประสบความสำเร็จมากนัก อีกทั้งการที่ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่การเป็นสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในไม่ช้าย่อมต้องเผชิญกับ การแข่งขันทางธุรกิจที่ทวีความเข้มข้นมากขึ้น ดังนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการควรจะต้องเข้าใจถึงข้อจำกัดของการขับเคลื่อน นวัตกรรมในธุรกิจ รวมไปถึงแนวทางและรูปแบบการขับเคลื่อนนวัตกรรมของประเทศต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน และ กำหนดนโยบายเชิงกลยุทธ์ สำหรับการพัฒนาวัตกรรมการของธุรกิจในประเทศไทย ให้สามารถเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน ซึ่งจากงานวิจัย ของ ณัฐวัฒน์ สุขศิริวัฒน์ และ ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี (2557) พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมในองค์กร มีปัจจัยที่สำคัญ เบื้องต้น 17 ปัจจัย ความท้าทายและข้อจำกัดในการขับเคลื่อนนวัตกรรมของธุรกิจ

1. ต้นทุนของการพัฒนานวัตกรรมและ R&D ที่สูง ข้อจำกัด คือการพัฒนานวัตกรรมต้องใช้เงินลงทุนสูงทั้งด้านวัตถุดิบ และค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา
2. การขาดการสนับสนุนจากผู้บริหาร ข้อจำกัด คือผู้บริหารไม่ส่งเสริม และเปิดโอกาสให้พนักงานนำเสนอแนวคิดใน การพัฒนานวัตกรรม
3. ความเสี่ยงด้านอุปสงค์ ข้อจำกัด คือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่บางครั้งความต้องการของตลาดไม่ชัดเจนทำให้ ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ถูกพัฒนาไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้
4. การขาดบุคลากรที่มีทักษะ ข้อจำกัด คือการพัฒนานวัตกรรม บางครั้งจำเป็นต้องใช้พนักงานที่มีทักษะเฉพาะด้านแต่ เนื่องจากธุรกิจ ขาดบุคลากรดังกล่าว ทำให้ไม่สามารถขับเคลื่อนนวัตกรรมได้
5. ความยากในการแสวงหาแหล่งเงินทุน ข้อจำกัด คือบางครั้ง สถาบันการเงินไม่มั่นใจในความสามารถด้านการพัฒนา นวัตกรรมของธุรกิจ ดังนั้น การแสวงหาแหล่งเงินทุน จึงเป็นเรื่องที่ยาก
6. ปัญหาการรักษาบุคลากรที่มีความสามารถ ข้อจำกัด คือบางครั้งธุรกิจ ไม่สามารถดึงดูดใจให้พนักงานที่มีทักษะในการ พัฒนานวัตกรรมทำงานได้ เนื่องจากไม่สามารถตอบสนองความต้องการของพนักงานดังกล่าวในเรื่องของผลตอบแทนทั้งในรูปตัวเงิน และมีใช้ตัวเงิน
7. การขาดการอบรมบุคลากรภายในหน่วยงาน ข้อจำกัด คือองค์กรบางบริษัท ไม่ให้ความสำคัญในเรื่องการฝึกอบรม พนักงานด้านการพัฒนานวัตกรรม
8. ความไม่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของพนักงาน ข้อจำกัด คือพนักงานบางคน ไม่กล้าเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการ พัฒนานวัตกรรมเนื่องจากกลัวความล้มเหลว อีกทั้งยังยึดติดกับการทำงานรูปแบบเก่า ๆ
9. ความไม่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ข้อจำกัด คือผู้บริหารบางคน ไม่กล้าลงทุนในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการ พัฒนานวัตกรรม เนื่องจากกลัวความเสี่ยงด้านการขาดทุนทางการเงิน
10. การขาดทรัพยากรทางปัญญา ข้อจำกัด คือทรัพยากรทางปัญญาเป็นเครื่องมือที่แสดงถึงการพัฒนานวัตกรรมอย่างไร้ ก็ตามองค์กรบางบริษัท ไม่สามารถดำเนินการจดทะเบียนได้
11. การขาดสภาพแวดล้อมในการพัฒนานวัตกรรม ข้อจำกัด คือองค์กรบางบริษัท ไม่มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ เอื้ออำนวยในเรื่องการพัฒนานวัตกรรม เช่น การจัดวางโต๊ะทำงาน สีที่จัดตกแต่งสำนักงานหรือพื้นที่พักผ่อนสำหรับพนักงาน เป็นต้น
12. การขาดแคลนเวลา ข้อจำกัด คือการพัฒนานวัตกรรมค่อนข้างใช้เวลานาน เพราะผ่านกระบวนการทดลอง วิจัยและ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง
13. การสนับสนุนของรัฐบาลที่ไม่เพียงพอ ข้อจำกัด คือรัฐบาลขาดการสนับสนุนเรื่องเงินทุนในการพัฒนานวัตกรรมของ องค์กรอย่างทั่วถึง ตลอดจนขาดการส่งเสริมทีมผู้เชี่ยวชาญ เพื่อช่วยพัฒนานวัตกรรมอย่างเพียงพอ
14. ความผันผวนทางเศรษฐกิจ ข้อจำกัด คือบางครั้งความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้องค์กรไม่กล้าลงทุนใน กิจกรรมที่เกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรม
15. การขาดข้อมูลทางการตลาด ข้อจำกัด คือในการพัฒนานวัตกรรม จำเป็นต้องมีข้อมูลทางการตลาด หากองค์กรไม่มี ข้อมูลดังกล่าว ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้
16. การขาดข้อมูลทางด้านเทคโนโลยี ข้อจำกัด คือแหล่งข้อมูลทางด้านเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนานวัตกรรม หากองค์กรไม่มีข้อมูลดังกล่าวก็จะไม่ประสบผลสำเร็จด้านนวัตกรรม

17. การขาดความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ข้อจำกัด คือหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐ และเอกชน มีส่วนช่วยพัฒนานวัตกรรมทั้งด้านการกระจายเงินทุน การแบ่งปันองค์ความรู้ และผู้เชี่ยวชาญหากไม่มีความร่วมมือดังกล่าว การพัฒนานวัตกรรมจะเป็นไปได้ยากสำหรับองค์กร

บทบาทและความสำคัญของ “นวัตกรรม” ต่อการพัฒนาองค์กร “นวัตกรรม” เป็นการใช้ความรู้ ทักษะการบริหารจัดการ รวมทั้งประสบการณ์ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อการคิดค้น การประดิษฐ์ การพัฒนา การผลิตสินค้า การบริการ กระบวนการผลิต และการจัดการองค์กรในรูปแบบใหม่ ซึ่งโลกในปัจจุบันนี้หากองค์กรใดไม่สามารถพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตนเองด้วยการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องแล้ว ก็ย่อมที่จะประสบความล้มเหลวในระยะยาวได้ยากและไม่สามารถก้าวขึ้นไปสู่การเป็นผู้นำของธุรกิจได้ ดังนั้น การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมอย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว จะช่วยขับเคลื่อนให้ก้าวไปสู่เศรษฐกิจสังคมฐานความรู้ (Knowledge-Based Society) และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับโลกได้อย่างยั่งยืน ฉะนั้นการที่จะขับเคลื่อนองค์กรให้มีความสามารถในการสร้างสรรค์ธุรกิจนวัตกรรม จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและโดยเฉพาะภาคเอกชนที่ต้องมีการกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ที่ชัดเจน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมภายในองค์กร และประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการกระจายการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้าสู่ภาคธุรกิจอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยให้กับภาคธุรกิจทั่วประเทศ ในการสร้างสรรค์ธุรกิจนวัตกรรม

ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม

ยูทธชัย ฮาร์ปิน (2559) ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม (Innovative Performance) เป็นผลลัพธ์จากความสามารถเชิงนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการคิดค้นและเปลี่ยนแปลงรูปแบบของกระบวนการภายในและภายนอกองค์กร ที่เพิ่มประสิทธิภาพให้ระบบการทำงาน การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์และ การให้บริการขององค์กร อีกทั้งยังสามารถตอบสนองความต้องการตลาด รวมทั้งผลักดันความก้าวหน้าด้านเศรษฐกิจ การเมืองสังคม และสิ่งแวดล้อม (Schilling, 2008) สำหรับในบริบทที่จำกัดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น สามารถอธิบายที่มาของผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมไว้ 3 ประเด็น คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมการตลาด โดยมีที่มาของรูปแบบนวัตกรรม ดังนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่ม และผลงาน/สิทธิบัตร

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ขององค์กรถือว่าเป็นผลผลิตของธุรกิจโดยขึ้นอยู่กับรูปแบบของตัวสินค้าหรือการบริการ (Schilling, 2008; Smith, 2006) ดังนั้น ผลงานเชิงนวัตกรรมหรือนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด คือการสร้างมูลค่าเพิ่ม และผลงานหรือสิทธิบัตรของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมาจากการใช้ความรู้ ทักษะ หรือประสบการณ์ในการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์โดยที่บุคลากรหรือผู้บริหารในองค์กรมีส่วนสำคัญในการเป็นนวัตกรรม (Innovator) ทั้งนี้ในการพัฒนาบุคลากรที่มีความสามารถนั้น ผู้ประกอบการควรสร้างรูปแบบการ ทำงานของบุคลากรขององค์กรที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยเปิดอิสระทางความคิดให้มีการแลกเปลี่ยนกับ

บุคลากรจากภายนอกเพื่อเป็นการระดมความคิดเห็นในด้าน ต่างๆ กับแนวร่วมเครือข่าย บทบาทผู้ประกอบการอาจต้องเริ่มต้นจากการสรรหามหาวิทยาลัยที่มีความสามารถในการแข่งขัน ให้เป็นผู้สร้างความสำเร็จด้านความคิดและนวัตกรรม (Innovation and Idea Champion) โดยมีกลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรในระยะยาว อาทิฝึกอบรมเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Creative Problem Solving: CPS) เป็นต้น ในการนี้ การตอบสนองความต้องการของนวัตกรรมอาจเป็นตัวเงิน และ ไม่ใช่ตัวเงิน อาทิเส้นทางอาชีพ หรือรางวัลทางสังคม ทั้งนี้ เพื่อรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้อยู่กับองค์กรให้นานที่สุด (Holder & Matter, 2008) ดังนั้น การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีตัวแปรหลัก ที่สามารถเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมได้นั้นก็คือการให้ความสำคัญของความรู้ทักษะ และประสบการณ์ที่อยู่ในตัวบุคคล โดยต้องสามารถดึงศักยภาพในตัวบุคคลออกมาเป็นความสามารถขององค์กรเพื่อพัฒนาเป็นผลงานด้านนวัตกรรม การลดต้นทุน และการยกระดับคุณภาพการผลิตหรือการบริการ

นวัตกรรมกระบวนการ (Innovation Process) โดยส่วนใหญ่ถูกนำไปเชื่อมโยงกับความสามารถด้านเทคโนโลยี (Technological Capabilities) เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับการใช้เครื่องจักร และกรรมวิธีการผลิต ซึ่งอาจถูกจัดเป็นส่วนหนึ่งของนวัตกรรมกระบวนการ โดยมี เป้าหมายคือการลดต้นทุน และการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการจึงเป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลงในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือ การจัดทำนาย หรือรูปแบบของการจัดการองค์กรโดยต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพ (Damanpour & Gopalakrishnan, 2001) โดยการพัฒนาความสำเร็จของนวัตกรรมกระบวนการจะเกิดเมื่อมีการจัดการภายในองค์กร มีโครงสร้างองค์กรที่ยืดหยุ่น และมีวัฒนธรรมที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงและยอมรับความคิดและวิธีการใหม่ในการทำงาน (Business Process Reengineering: BPR) อีกทั้งยังต้องมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ซึ่งกันและกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร นั้นหมายถึงการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Partner) เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศและทรัพยากรที่จำเป็นเพื่อการพัฒนา ผ่านการวิจัยและพัฒนาสู่การสร้างผลงานด้านนวัตกรรม (Braha & Bar-Yam, 2004)

สำหรับการเป็นเครือข่ายยุคใหม่ เป็นการเน้นการประสานความร่วมมือและการช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร เพื่อพัฒนาเป็นการสร้างความรู้และความเข้าใจในสิ่งใหม่รวมถึงลักษณะกระบวนการของความร่วมมือกับหน่วยงาน สนับสนุนจากภาครัฐ อาทิสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือแม้แต่ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจของมหาวิทยาลัย ซึ่งมีหน้าที่บ่มเพาะความรู้ทางด้านธุรกิจในแขนงต่างๆ เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศและเป็นผู้นำ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อสร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีศักยภาพ และสามารถดำเนินธุรกิจได้ด้วยตนเอง โดยอาศัยเทคโนโลยีจากคณะวิชาที่มีความเกี่ยวข้องกับการลดต้นทุน และการยกระดับคุณภาพของกำลังการผลิต ซึ่งต้องวางโครงสร้างองค์การของทีมงานเฉพาะกิจที่มีขนาดเล็กและแบนราบในลักษณะของทีมงาน โครงการที่มีความสะดวกด้านการสื่อสาร เพื่อเพิ่มความเร็วในกระบวนการภายในทีม อีกทั้งต้องเปิดพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในระดับพนักงาน สหวิชาชีพ ผู้บริหาร และกลุ่มเครือข่ายทางธุรกิจ เพื่อบูรณาการความหลากหลายด้านความรู้ทักษะ และความเชี่ยวชาญ เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลงาน (Holder & Matter, 2008)

2. การเปิดตลาดใหม่

นวัตกรรมทางการตลาด (Market Innovation) เป็นการยกระดับคุณค่าและความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์อีก ทั้งเป็นการเพิ่มช่องทางใหม่เพื่อนำเสนอให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น โดยมีเป้าหมายเป็นการเปิดตลาดใหม่ จากการพัฒนาความเข้าใจความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน และอนาคตในการนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องเข้าใจกลุ่มเป้าหมายเพื่อกำหนดความต้องการของลูกค้าและสามารถระบุความปรารถนาและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ได้รับการตอบสนองจากสินค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน ดังนั้นการแปลผลข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความสนใจและความคิดเห็น เพื่อเป็นความรู้ในการแลกเปลี่ยนกันระหว่างบุคลากรภายในองค์กรนั้น สามารถเป็นช่องทางใหม่ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องสามารถบูรณาการความรู้ภายในและภายนอกองค์กร ให้เข้ากับความสัมพันธ์ทางคุณค่าของเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม เพื่อทราบความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยการรวมตัวเพื่อการแข่งขันของกิจการในสาขาที่เกี่ยวข้องกันให้เป็นเครือข่ายที่มีศักยภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมความเชื่อมโยงในการสนับสนุนปัจจัยทางการตลาด อีกทั้งเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และสร้างโอกาสทางธุรกิจและต้องมีการบูรณาการ โดยทำข้อตกลงร่วมกันระหว่างเครือข่ายเพื่อส่งเสริมจัดทำแผนการตลาด และสนับสนุนให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

สรุปจากที่กล่าวมาข้างต้น ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม (Innovative Performance) เป็นผลลัพธ์จากความสามารถเชิงนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการคิดค้นและเปลี่ยนแปลงรูปแบบของ กระบวนการภายในและภายนอกองค์กร ที่เพิ่มประสิทธิภาพให้ระบบการทำงาน การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์และการให้บริการขององค์กร อีกทั้งยังสามารถตอบสนองความต้องการตลาดรวมทั้งผลักดันความก้าวหน้าด้านเศรษฐกิจ การเมืองสังคม และสิ่งแวดล้อม สำหรับในบริบทที่จำกัดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นั้น สามารถอธิบายที่มาของผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมไว้ 3 ประเด็น คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมการตลาด โดยมีที่มาของรูปแบบนวัตกรรม ได้แก่ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และผลงาน/สิทธิบัตร การเปิดตลาดใหม่

สรุป

เนื่องจากนวัตกรรมเข้ามามีบทบาทสำคัญในการปฏิวัติอุตสาหกรรมเพื่อการก้าวเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม 4.0 ของประเทศไทย และจากผลของการศึกษาในครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่านวัตกรรมส่งผลต่อการดำเนินการของธุรกิจ ดังนั้นภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ในการลงทุนขององค์กรที่นำนวัตกรรมเข้ามาผลิตสินค้าและการบริการ รวมถึงภาครัฐควรส่งเสริมให้เกิดงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งในด้านการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการ และการส่งเสริมการนำเทคโนโลยีอัตโนมัติเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมทั่วประเทศอย่างเป็นระบบและเหมาะสม

ผู้เขียนได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ทำให้สรุปได้ว่าพื้นฐานสำคัญในเรื่องขององค์กรนวัตกรรม คือ แนวคิดอันดับแรก คือ การบูรณาการการประยุกต์ใช้ทรัพยากรภายในองค์กรให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด ซึ่งหมายถึง 1) ความสามารถด้านทรัพยากร คือโครงสร้างองค์การที่ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับเป้าหมายเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถประเมินผลหรือการดำเนินการทางธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์และวัฒนธรรมองค์การที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก และ 2) ความสามารถเชิงความรู้ คือการพัฒนาและยกระดับบุคลากรให้มีทักษะในการสร้างสรรค์ นวัตกรรม การแลกเปลี่ยนความรู้หรือการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพ และการสร้างหรือเปลี่ยนแปลงความสามารถ และทรัพยากรที่องค์กรมีอยู่ทั้งภายนอกและภายในให้ตอบสนองต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงได้ จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับนวัตกรรมในระดับองค์การ ซึ่งมีฐานคิดว่า นวัตกรรม คือ การรับ (Adoption) ผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ เทคโนโลยี นโยบาย โครงสร้างหรือระบบการบริหารใหม่ ๆ ดังนั้นนวัตกรรมจึงหมายถึงสิ่งใหม่ต่อองค์การ องค์การจะรับ (Adopt) นวัตกรรมเพื่อจะได้รับประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงที่นวัตกรรมอาจนำมาให้องค์การ ดังนั้นการรับของนวัตกรรมจึงเป็นผลโดยตรงจากการเลือกหรือการบริหารจัดการซึ่งอาจถูกกระตุ้นจากการขาดประสิทธิภาพภายใน หรือถูกกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป การรับนวัตกรรม (Adoption of Innovations) ก็คือเครื่องมือในการสร้างการเปลี่ยนแปลงในองค์การให้มีพฤติกรรมปรับตัวที่สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก เพื่อที่จะรักษาหรือช่วยเพิ่มระดับของผลการดำเนินการหรือประสิทธิผล

ผลลัพธ์ขององค์การเชิงนวัตกรรมนั้น อาจส่งผลให้ระบบการทำงาน และกระบวนการภายในองค์กร มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ ผลงานวิชาการนวัตกรรมและผลงานสร้างสรรค์ให้มาดำเนินการได้จริงในเชิงพาณิชย์ซึ่งจะส่งผลให้เกิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์นวัตกรรม กระบวนการ และนวัตกรรมการตลาด โดยเป็นประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ที่เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลงาน/สิทธิบัตร การลดต้นทุน การยกระดับคุณภาพ และการเปิดตลาดใหม่ สิ่งเหล่านี้สามารถกำเนิดได้โดยทรัพยากรภายในองค์กร ผสมกับการบูรณาการปัจจัยที่เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือสนับสนุนจากภายนอก ดังนั้นจึงควรสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นทั้งสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานเอกชนเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศเพื่อบรรลุเป้าหมายของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่เป็นเครื่องมือในการแข่งขันได้อย่างแท้จริง

ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ จึงควรหากลยุทธ์ในการเข้าถึงตลาดหรือผู้บริโภคจำนวนมากที่ใช้การลงทุนน้อยแต่ได้ผลมาก โดยการใช้ช่องทางทางการจัดจำหน่ายแบบ B2B (Business to Business) นับว่าเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์และเป็นเคล็ดลับของกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่แม้แต่องค์กรนวัตกรรมระดับโลกอย่าง Apple ก็ยังต้องนำกลยุทธ์นี้มาใช้เห็นได้ชัดจากการที่ Apple จับมือกับค่ายผลิตรถยนต์ชั้นนำของโลก อย่าง Ferrari, Honda, Hyundai, Jaguar, Mercedes-Benz และ Volvo เพื่อร่วมกันออกแบบรถยนต์ Carplay สำหรับติดตั้งในรถยนต์หรู เชื่อมต่อการใช้งานกับผลิตภัณฑ์ของ Apple อย่าง iPhone และ iPad ได้ จึงทำให้ Apple สามารถประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขยายฐานลูกค้า อีกทั้งยังสามารถนำผลิตภัณฑ์ใหม่ไปสู่ตลาดผู้ใช้รถยนต์ทั่วโลกได้ในระยะเวลาอันสั้น ขณะเดียวกันผู้ผลิตรถยนต์เองก็ได้นวัตกรรมจากค่ายของ Apple เข้าไปเป็นอุปกรณ์เสริมในรถยนต์ที่สามารถตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิต หรือ Lifestyle ในปัจจุบันของเจ้าของรถผู้ใช้งานได้อีกด้วย นับว่าเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้เกิดประโยชน์กับทุกฝ่าย ทั้ง Apple บริษัทผลิตรถยนต์และผู้บริโภค (พูลสวัสดิ์ เผ่าประพัทธ์, 2557) ดังนั้น จึงเป็นเรื่องที่ดีหากผู้ประกอบการท่องเที่ยวและบริการ หันมาให้ความสำคัญโดยศึกษาแล้วนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทขององค์กรตนเอง เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและต่อยอดธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กนช รัตวานิช. (2556). **Innovation Culture**. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. สืบค้น 15 สิงหาคม 2558 จาก

<http://www.nia.or.th/innolinks/page.php?issue=201309&section=4>

ชัยทวี เสนะวงศ์. (2561). **โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร 4.0**. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.

ณัฐวัฒน์ สุขศิริวัฒน์ และ ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี. (2557). ความท้าทายและข้อจำกัดของการขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. **วารสารวิจัยและพัฒนา มจร วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล**, 37(1), (มกราคม – มีนาคม).

นวัตกรรมเพื่อธุรกิจยั่งยืน. (2554). **กรุงเทพธุรกิจ**, สืบค้น 30 กรกฎาคม 2558 จาก <http://library1.acc.chula.ac.th/Article/News/2554/Bangkokbiznews/B3010112.html>

นที จิตสว่าง. (2561). การขับเคลื่อนนวัตกรรมในองค์กรภาครัฐ. สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2561 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/497548>

พูลสวัสดิ์ เผ่าประพัทธ์. (2556). **3 แนวทางสร้าง “องค์กรนวัตกรรม” ขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน**. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2558 จาก <http://www.cpthailand.com/>

—————. (2557). **B2B เคล็ดลับกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมสำหรับ SMEs ไทย**. สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2561 จาก <http://www.cpall.co.th/Blog/Detail/Poonsawat/b-2-b>

ยุทธชัย ฮาริบิน. (2559). ความสามารถด้านเครือข่ายและความสามารถในการแข่งขันนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. **สำนักงานจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. วารสารนักบริหาร**, 36(2), (กรกฎาคม-ธันวาคม).

ราชกิจจานุเบกษา. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ 2560-2564)**. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561.

เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ. (2553). การจัดการนวัตกรรม (Innovation Management) ตอน ความหมายของคำว่า นวัตกรรม. สืบค้นเมื่อ 29 กันยายน 2561 จาก <http://www.vcharkarn.com/varticle/40728>

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ. (2553). นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. **วารสารบริหารธุรกิจคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, 33(128) สืบค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2558 จาก <http://www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba128/Article/JBA128Somnuk.pdf>

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2560). **รายงานประจำปี 2560**. สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2561, จาก <http://www.nia.or.th/spring/index.php?page=faq>

—————. (2561). **แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561**. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

- Braha, D., & Bar-Yam, Y. (2004). Information flow structure in large scale product development organizational networks. *Journal of Information Technology*, 19(4): 253-254.
- Chamberlin, T., Doutriaux, J., & Hector, J. (2010). Business success factors and innovation in Canadian service sectors: an initial investigation of inter-sectoral differences. *The Service Industries Journal*, 30(2): 225-246.
- Damanpour, F., & Gopalakrishnan, S. (2001). The dynamics of the adoption of product and process innovations in organizations. *Journal of Management Studies*, 38(1): 45-65.
- Damanpour, F. and Schneider, M.. (2006). **Phases of the Adoption of Innovation in Organizations: Effects of Environment, Organization and Top Managers**. *British Journal of Management*, 17: 215-236.
- European Parliament Research Service. (2016). **Innovation can be defined as the adoption of new products, processes, marketing or organizational approaches that create a valuable outcome in terms of financial benefit, wellbeing or efficiency, to name a few.**
- Hidalgo, A., & Albors, J. (2008). Innovation management techniques and tools: a review from theory and practice. *R&D Management*, 38(2): 113-127.
- Holder, B. J., & Matter, G. (2008). **The Innovative Organization**. Retrieved December 11, 2014, from <http://www.geocities.com/CollegePark/Library/1048/innova.html>
- OECD (2005). **Oslo Manual: Guidelines for collecting interpreting innovation data**. Paris: OECD.
- Perdomo-Ortiz, J., González-Benito, J., & Galende, J. (2006). Total quality management as a forerunner of business innovation capability. *Technovation*, 26(10): 1170-1185.
- Rujirawanich, P., Addison, R. & Smallman, C. (2011). The effects of cultural factors on innovation in a Thai SME. *Management Research Review*, 34(12): 1264-1279.
- Schilling, M. A. (2008). **Strategic management of technological innovation**. 2nd ed. New York: McGraw-Hill Education.
- Smith, D. (2006). **Exploring innovation**. Berkshire: McGraw-Hill Education.

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดนครสวรรค์

Agro-tourism in Nakhon Sawan

สุภัทรศักดิ์ คำสามารถ, ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาวิจัยเอ็ด¹

จักรพงษ์ สุระ, ร้านขวัญใจอาหารสัตว์และบริการปศุสัตว์²

Email: Supattarasak@gmail.com

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีรูปแบบกิจกรรมโดยอาศัยลักษณะเจ้าของกิจการ ลักษณะกิจกรรมการเกษตร ขนาดพื้นที่ และลักษณะของนักท่องเที่ยวเป็นเกณฑ์ในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว เกษตรกรสามารถขยายการทำเกษตรจากการทำเกษตรแบบดั้งเดิมมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ตามสภาพพื้นที่และตามหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยขั้นตอนการเข้าสู่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรรายใหม่นั้น การขยายหรือปรับเปลี่ยนพื้นที่หรือกิจกรรมทางการเกษตรบางส่วน เป็นการเกษตรแบบผสมผสาน การแปรรูปสินค้าและจำหน่ายโดยตรงที่แหล่งท่องเที่ยว เน้นคุณภาพสินค้ามากขึ้น เพื่อสามารถกำหนดราคาได้อย่างเหมาะสมกับคุณภาพ ใช้การตลาดแบบบูรณาการ เน้นความปลอดภัยในสินค้าและการท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อให้เป็นสถานที่ทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบยั่งยืน โดยเกษตรกรเป็นผู้ให้ความรู้ด้านการเกษตรควบคู่กับการท่องเที่ยว การพัฒนาถ่ายทอดเทคโนโลยีระหว่างเกษตรกรด้วยกันที่เข้าเยี่ยมชม ทำให้เกิดความร่วมมือกันภายในครอบครัว ชุมชน ตำบล และการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรเกษตรภายในท้องถิ่น เป็นการรักษาพื้นที่สีเขียวและการทำการเกษตรไว้สู่รุ่นลูกหลานด้วย โดยแนวทางการพัฒนาควรมุ่งเน้น 1) การจัดในรูปแบบของกิจกรรมชุมชน การบริหารงานต้องมีความโปร่งใส มีกฎเกณฑ์ ระเบียบที่ยอมรับและรับรู้กันโดยทั่ว สามารถตรวจสอบได้ มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารเป็นระยะเพื่อไม่ให้เกิดการผูกขาดอำนาจ 2) พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนให้เหมาะสม โดยส่งเสริมให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่หลากหลาย หาเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของชุมชน รูปแบบเชิงเกษตรเฉพาะตัวให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อสร้างความแตกต่าง 3) แสวงหาโอกาสในการขยายตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ และขยายเครือข่ายการตลาดจากตลาดในประเทศและต่างประเทศ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ความรักต่อจุดหมายปลายทาง จุดหมายปลายทาง

ABSTRACT

Agro-tourism is activity by owner, agricultural activities, area size and tourists characteristics are criteria for tourism. Agriculture can extend traditional agriculture to agricultural tourism according condition and basic principles of agro-tourism and tourist's expectations. Step of a new agricultural tourism will be extended or modify some areas or agricultural activities to Integrated farming, goods processing and direct sales at tourist sites underlines more product quality to assess appropriately with quality, integrated marketing base on safety in goods and tourism., etc. for activities place of tourists perfectly and sustainably. Agriculture explain agricultural knowledge coupled with tourism. Technology transfer development collaboration within the family, district community and value creation from local agricultural resources also preserves green areas and agriculture to generation. Development guidelines focus on: 1) Community activities management and management must be transparent involve normative and regulations are generally accepted and can check. Change manager periodically to prevent monopoly power 2) develop sustainable agricultural tourism appropriate by promoting many variations. Fine Identity or community strength, agricultural form exclusive to a unique community make a difference. Seeking opportunities to expand the market to increase revenue and expand domestic and international marketing network.

Keywords: Agro-Tourism, Destination Loyalty, Destination

¹ ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาวิจัยเอ็ด

² ร้านขวัญใจอาหารสัตว์และบริการปศุสัตว์

บทนำ

จากรายงาน Travel and Tourism Competitiveness 2015 ซึ่งจัดทำโดย World Economic Forum (WEF) นั้น ได้จัดอันดับความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ลำดับที่ 35 จาก 141 อันดับ โดยปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวซึ่งประเทศไทยจำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันอย่างเร่งด่วน ได้แก่ ความปลอดภัย สุขภาพ และสุขอนามัย ความพร้อมด้านเทคโนโลยี ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม และโครงสร้างพื้นฐานการเดินทางภาคพื้นดินและท่าเรือ นอกจากนี้ จากรายงาน Global Talent Trends and Issues for the Travel & Tourism Sector 2015 จัดทำโดย World Travel and Tourism Council (WTTC) ได้วิเคราะห์ปัจจัยเรื่องช่องว่างของแรงงานที่มีทักษะและความรู้ กำลังจะเป็นปัญหาสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประเทศไทยเป็นหนึ่งในกลุ่มประเทศที่ได้รับผลกระทบจากปัญหatalent gaps ซึ่งปัจจัยสำคัญคือสภาพแวดล้อมในการพัฒนาศักยภาพและความสามารถ (กลุ่มประเทศเหล่านี้ประกอบด้วย Thailand, Russia, Poland, Taiwan, Italy, Turkey and Argentina) นอกจากนี้ รายงานแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียนปี พ.ศ. 2554-2558 ได้มีการวิเคราะห์ถึงการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของประเทศไทยและประเทศในอาเซียน ซึ่งจุดแข็งของการท่องเที่ยวไทยอยู่ในการท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม ธรรมชาติ อาหาร ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เทศกาล ประเพณี ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ MICE การจับจ่ายใช้สอย หัตถกรรม และท่องเที่ยวเชิงกีฬาในขณะเดียวกัน ประเทศไทยยังมีศักยภาพที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว หรือปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ผู้คน เมือง และธุรกิจ (กรมการท่องเที่ยว, 2560ก) ประเทศไทยมีลักษณะภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมในการทำเกษตรกรรม มีประชากรประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก มีการผลิตเพื่อบริโภคเองภายในประเทศและมีการส่งออกสินค้าทางการเกษตรเป็นอันดับต้นๆ ของโลก จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติที่ทำการสำรวจลักษณะการทำงานของประชากร ปี 2560 ประเทศไทยมีผู้ประกอบอาชีพ 38.07 ล้านคน ผู้ประกอบอาชีพเกษตรกรรม (เกษตรกร) 12.3 ล้านคน (34%) ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดของผู้ประกอบอาชีพในประเทศไทย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ระบุวิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ไว้ว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน มีแผนการขับเคลื่อนและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยครอบคลุมทุกมิติ สำหรับตลาดในประเทศ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริม การกระจายตัวในการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย จากพื้นที่จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวกระจุกตัวหนาแน่นไปยังจังหวัดหรือพื้นที่ใหม่อื่นที่มีความพร้อม สร้างความเชื่อมโยงจากเมืองหลักสู่เมืองรองโดยรอบ เน้นการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน มุ่งสู่การเป็นจุดหมายปลายทางที่มีคุณภาพ เน้นการสื่อสารข้อมูลในเชิงบวก ด้านสินค้าและบริการใช้ “วิถีไทย” เป็นตัวนำในการสร้างเอกลักษณ์ ผ่านการส่งมอบประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีการปลูกกระแสให้คนไทยนิยมไทย ภูมิใจในความเป็นไทยและดำรงไว้ซึ่งวิถีไทย ควบคู่กับการยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าให้มีความเข้มแข็งสามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558ก; คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

แนวโน้มทิศทางรายได้จากการท่องเที่ยวปี พ.ศ.2562 ตามแผนวิสาหกิจของ ททท. ได้กำหนดให้เป้าหมายรายได้ทั้งจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศและในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.5 โดยรายได้การเติบโตของตลาดต่างประเทศ ร้อยละ 12 และในประเทศร้อยละ 10 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) จากอัตรารายได้มีสัดส่วนสูงกว่าจำนวนนักท่องเที่ยว สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวคุณภาพเข้ามาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามเป้าหมายของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558ข) ทั้งนี้ Oxford Business Group 2015 รายงานว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 30-40 ปี (37%) และมีอายุระหว่าง 30-39 ปี (59.3%) (อจลรา สมบัติสินทนา, 2555) นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางสู่ประเทศไทยในไตรมาสแรกของปี พ.ศ.2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 32 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี จัดอยู่ในกลุ่มสังคมที่มีฐานะร่ำรวย (กรมการท่องเที่ยว, 2559) และจากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย ซึ่งจำแนกตามทวีป ดังตาราง

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์

หน่วย : คน					
รายการข้อมูล	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย	726,585	722,975	961,242	989,515	985,062
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	11,686	11,299	12,762	12,820	18,369

ที่มา (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์, 2561)

ตารางที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย จำแนกตามประเทศถิ่นที่อยู่ พ.ศ. 2557 - 2561

หน่วย : คน

ทวีป	2557	2558	2559	2560	2561
เอเชียตะวันออก	14,767,849	20,093,929	21,861,353	15,838,616	17,792,272
ยุโรป	6,028,171	5,476,781	6,008,398	4,247,111	4,485,395
อเมริกา	1,048,911	1,168,832	1,341,473	1,014,720	1,045,482
เอเชียใต้	1,213,785	1,374,292	1,405,634	1,157,525	1,299,855
โอเชียเนีย	943,930	923,886	918,538	604,219	614,370
ตะวันออกกลาง	644,265	720,791	821,458	556,459	535,212
แอฟริกา	162,772	164,674	172,734	116,292	123,890
รวม	24,809,683	29,923,185	32,529,588	23,545,093	25,886,325

ที่มา (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561)

รัฐบาลชุดปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศเพื่อมุ่งสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ด้วยการให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน โดยการขับเคลื่อนตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงผ่านกลไกประชารัฐ โมเดลประเทศไทย 4.0 นี้ เป็นแนวทางการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจเพื่อมุ่งไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม หรือ Value-Based Economy ใช้เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม เป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศ นอกจากนั้น แนวทางที่สำคัญที่ต้องเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น การท่องเที่ยวเป็นภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องเป็นอย่างมากต่อการขยายกรอบแนวคิดดังกล่าวเพื่อมาประยุกต์และพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวไทย เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวยุค 4.0 ขึ้น ซึ่งเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนฐานนวัตกรรม การนำเทคโนโลยีต่างๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการการท่องเที่ยว รวมถึงบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น กรอบแนวคิดที่สำคัญของประเทศไทย 4.0 ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นมีการกิจสำคัญ 2 ประการ ที่จะเป็แนวทางหลักที่ทุกภาคส่วนต้องช่วยกันพัฒนา คือ การสร้างความเข้มแข็งจากภายใน และการเชื่อมโยงภายในสู่เศรษฐกิจโลก การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนท่องเที่ยว รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต่างๆ ที่ต้องมีการสร้างการรับรู้คุณค่าการเน้นคุณค่าของมูลค่าเพิ่มทางรายได้ไปสู่การเพิ่มประสบการณ์เข้าถึงเอกลักษณ์ชุมชนท้องถิ่น โดยใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ต่างๆ ให้เกิดประโยชน์ การนำเทคโนโลยีและการออกแบบเป็นเครื่องมือที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจการท่องเที่ยว สร้างความมั่นคงทางด้านการท่องเที่ยวผ่านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์เข้ามาพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวให้มีนวัตกรรมแตกต่างจากเดิม ดังนั้นพื้นฐานที่สำคัญประการหนึ่งคือ การพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ หรือประชากรในประเทศไทยให้มีศักยภาพสูงขึ้น มีความสามารถและความเชี่ยวชาญที่พร้อมจะใช้เทคโนโลยีสร้างนวัตกรรมและสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ได้ ประชาชนทุกคนทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม โดยมีการพัฒนาแบบบูรณาการเพื่อสร้างความสมดุลทั้งทางด้านการศึกษา เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ชุมชน ธุรกิจ และประชาชนทุกพื้นที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (กรมการท่องเที่ยว, 2560ข)

กระแสการเปลี่ยนแปลงโลกาภิวัตน์ (Globalization) ของสังคมชาวเอเชียในปัจจุบันนิยมหันมาเดินทางท่องเที่ยวกันมากขึ้น อันเนื่องมาจากความต้องการที่จะทำงานต่อไปเป็นเวลานานยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นผลจากการพัฒนาคุณภาพชีวิตในทางที่ดีขึ้นนอกเหนือจากความสนใจทางด้านสุขภาพจิต และมีแนวโน้มได้รับความสนใจมากกว่าความร่ำรวยและคาดว่าจะเพิ่มขึ้นในอนาคต โดยมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนด้วยการชมทิวทัศน์การบันเทิงหรือการช้อปปิ้ง แสวงหาการเรียนรู้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมทางสังคมกับคนในท้องถิ่น ก่อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างอาชีพและรายได้แก่ชุมชนท้องถิ่นด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559) เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คำนึงถึงความคุ้มค่ามาก มีความมั่นใจด้านความปลอดภัย ด้านบริการดูแลสุขภาพที่ดี มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับวัยสุขภาพและสภาพภูมิอากาศ (ประยูร บุญประเสริฐ, 2555)

แนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่มีฐานการผลิตทางการเกษตรเพื่อการส่งออกจำนวนมาก เห็นได้จากจำนวนประชากรไทยที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลักซึ่งยังคงมีปริมาณมากกว่าร้อยละ 62.36 ของประชากรทั้งหมด ในปี 2554 ภายใต้รูปแบบการเกษตรที่มีความหลากหลาย มีองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่ยังรากลึกมายาวนาน ส่งผลให้รูปแบบการเกษตรของประเทศไทยมีเสน่ห์และความน่าสนใจสะท้อนออกมาผ่านทางกิจกรรมการเกษตรในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งเกษตรขนาดเล็ก ขนาดกลาง หรือขนาดใหญ่ หรือผ่านทางลักษณะกิจกรรมการเกษตรหลัก ได้แก่ การเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ การประมง การเกษตรและป่าไม้ และการเกษตรกรรมแบบผสมผสาน เป็นต้น ความหลากหลายดังกล่าวจะแฝงไว้ด้วยสิ่งดึงดูดใจและความน่าประทับใจสำหรับผู้พบเห็นได้ไม่น้อย ประกอบกับเมื่อกระแสการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเริ่มได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวจึงนำมาสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่มีรูปแบบชัดเจนมากยิ่งขึ้นระหว่างแหล่งเกษตรและนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสและเข้าร่วมกิจกรรมกับเกษตรกร เรียนรู้ธรรมชาติ วิถีชีวิตการเกษตรที่ผสมผสานกิจกรรมทางศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ตลอดจน

การศึกษาเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านกระบวนการประกอบสัมมาชีพอย่างใกล้ชิดนำมาซึ่งรูปแบบการเรียนรู้ที่สนุกสนาน เพลิดเพลินในสภาพแวดล้อมจริง นอกจากนั้นการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ยังเป็นการช่วยเพิ่มการกระจายรายได้สู่เกษตรกรได้อีกทางหนึ่งด้วย (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

จังหวัดนครสวรรค์ตั้งอยู่ในกลุ่มภาคเหนือตอนล่างเขต 2 พื้นที่ของจังหวัด 5,998,548 ไร่ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มเหมาะแก่การเกษตร เป็นที่ราบลุ่มประมาณ 3 ใน 4 ของพื้นที่จังหวัดมีแม่น้ำสายสำคัญคือ แม่น้ำปิง แม่น้ำยม และแม่น้ำน่าน ไหลมา รวมกันเป็นแม่น้ำเจ้าพระยา ไหลผ่านช่วงกลางของจังหวัด โครงสร้างเศรษฐกิจจังหวัดนครสวรรค์ขึ้นอยู่กับภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และภาคการค้า ค้าปลีก ซึ่งมีสัดส่วนมูลค่ารวมเกินกว่าร้อยละ 60 ภาคเกษตรกรรม จังหวัดนครสวรรค์ หลายคนรู้จักกันในนาม “เมืองปากน้ำโพ” เป็นที่บรรจบของแม่น้ำที่สำคัญทั้ง 4 สายคือ แม่น้ำปิง วัง ยม และน่าน เป็นจุดเริ่มต้น ต้นกำเนิดแม่น้ำเจ้าพระยา และยังเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานสมัยกรุงสุโขทัย ดังปรากฏหลักฐานจากประวัติศาสตร์โบราณสถานอีกทั้งยังเป็นเมืองที่รวมผู้คนหลากหลายทางชาติพันธุ์ ทั้งคนภาคกลาง ภาคอีสาน และชาวจีนโพ้นทะเล ก่อเกิดวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นเสน่ห์ดึงดูดให้ผู้คนมาสัมผัส จากศักยภาพของการท่องเที่ยวของจังหวัดนครสวรรค์ที่สูง อันประกอบไปด้วยทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ทั้งทางด้านที่พัก บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการคมนาคมสู่ภาคเหนือ “เที่ยวนครสวรรค์ครั้งใหม่ ไฉไลกว่าเดิม” ด้วยศักยภาพทางการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นบึงบอระเพ็ดทุ่งดอกทานตะวัน ทุ่งปอเทือง ฯลฯ รวมทั้งความงดงามทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตท้องถิ่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น ชุมชนไทยมอญที่หมู่บ้านมอญ ชุมชนเกยไชยเหนือที่มีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการทำน้ำตาลโตนด ชุมชนชาวไทยทรงดำบ้านไผ่สีห์ และหมู่บ้านจันเสน นครโบราณสมัยทวารวดีในอดีตตอนต้นมีอายุไม่ต่ำกว่า 2,000 ปี ทุกสิ่งทุกอย่างจะทำให้จังหวัดนครสวรรค์มีความไฉไล เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมชมชอบ ต้องไปสัมผัส และต้องกล่าวถึง จึงทำให้นครสวรรค์ไม่เพียงเป็นเมืองผ่านอีกต่อไป และในช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนมกราคม เป็นช่วงเปิดฤดูกาลท่องเที่ยวของนครสวรรค์ นครสวรรค์จะสวยงามและน่าเที่ยวเป็นพิเศษ เนื่องจากมีดอกไม้บานาพันธุ์ทั้งทุ่งดอกทานตะวัน ทุ่งปอเทือง บานสวยงามตลอดเดือน และดอกบัวบานาพันธุ์ โดยเฉพาะดอกบัวแดงบานสะพรั่งพร้อมรับนักท่องเที่ยว (ททท.สำนักงานนครสวรรค์, 2561)

ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีหลายรูปแบบ เช่น การชมสวนผลไม้ การศึกษาการเพาะปลูก เป็นต้น ซึ่งการแบ่งเกณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่าสามารถแบ่งได้ตามขนาดพื้นที่ ลักษณะเจ้าของกิจการ ลักษณะกิจกรรมการเกษตร และลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งเกษตรกรที่จะเริ่มดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถเลือกรูปแบบตามความเหมาะสมและความเป็นไปได้ตามขนาดพื้นที่ และเงินทุน แหล่งที่ตั้ง การตลาด ผลผลิตทางการเกษตรที่มี ซึ่งการเริ่มประกอบการนั้นสามารถดำเนินการและสามารถประเมินความเป็นไปได้ด้วยตนเอง ตามหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจากการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยผลสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การสร้างรายได้เพิ่มเติมจากการประกอบกิจกรรมหลักในปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของเกษตรกรในการประกอบอาชีพ และสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นการรวมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวผสมผสานกับการเกษตร ที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวควบคู่ความรู้ด้านการเกษตร” และเป็นการรวมเอาความรู้ ภูมิปัญญาทรัพยากร และวัฒนธรรมท้องถิ่นมาผนวกรวมเป็น การท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้วย

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าจังหวัดนครสวรรค์มีต้นทุนทรัพยากรการท่องเที่ยวอยู่มาก โดยเฉพาะเชิงเกษตร มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวของภาคเหนือ ควรได้รับการส่งเสริมพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเกิดความยั่งยืนในระยะยาว แนวทางหนึ่งในการพัฒนาและเติบโตของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและรักษาระดับรายได้ให้คงอยู่ คือสร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ทำให้มีประสบการณ์ที่ดีกับบริการ สินค้า ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว มีโอกาสที่จะเกิดการท่องเที่ยวซ้ำ รวมถึงการแนะนำบอกต่อให้กับเพื่อนญาติ คนรู้จัก เกิดความสนใจที่จะมาท่องเที่ยว รวมไปถึงความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลต่อความภาคภูมิใจต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว คือความพึงพอใจต่อจุดหมายปลายทาง (วิวัฒน์ จันทร์กิตทอง, 2555; อัมมามนตร์ คุณรัตนการณ์ และคณะ, 2557; Chi & Qu, 2008)

ทบทวนวรรณกรรม

1. รูปแบบการท่องเที่ยว

รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทย

วาร์ชด์ มัชฌิมบุรุษ, (2554) การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีพัฒนาการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2467 สมัยพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ซึ่งในครั้งนั้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและสถานที่ราชการ หรือสถานที่สำคัญที่ทางชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยสร้างขึ้น แต่เมื่อประมาณ 10 ปี ที่ผ่านมามีทางองค์การการท่องเที่ยวโลก (www.unwto.org) ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) และ 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถสรุปได้ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจักรราศีที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล มีความรู้ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health Beauty and Spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาคำรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้านวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สกีนํ้า กระดานโต้คลื่น สกีนํ้า เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้นได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้นโดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือ การท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึงการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้นๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่างๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พักและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจํายการพักรวมตั้งแต่ 2 – 7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M= Meeting / I= Incentive / C=Conference / E=Exhibition) เป็นการจํานนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้จัดประชุม มีรายการจํานนำเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-Tour) และการจํายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-Tour) โดยการจํายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรงหรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักรวม 2 – 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจํายการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 – 7 วันหรือมากกว่านั้นเช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์ (Agro-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo- Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-Cultural Tourism) เป็นต้น

โดยสรุป การท่องเที่ยวในประเทศไทย มีหลากหลายขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเอง และขึ้นอยู่กับกาเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม ผลของการท่องเที่ยวจะเกิดมิติในแง่บวกหรือลบ ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมอย่างไร

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่มีฐานการผลิตทางการเกษตรเพื่อการส่งออกจำนวนมาก เห็นได้จากจำนวนประชากรไทยที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลักซึ่งยังคงมีปริมาณมากกว่าร้อยละ 62.36 ของประชากรทั้งหมด ในปี 2555 ภายใต้รูปแบบการเกษตรที่มีความหลากหลาย มีองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่ยังรากลึกมายาวนาน ส่งผลให้รูปแบบการเกษตรของประเทศไทยมีเสน่ห์และความน่าสนใจสะท้อนออกมาผ่านทางกิจกรรมการเกษตรในทุกระดับไม่ว่าจะเป็นแหล่งเกษตรขนาดเล็ก ขนาดกลาง หรือขนาดใหญ่ หรือผ่านทางลักษณะกิจกรรมการเกษตรหลัก ได้แก่ การเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ การประมง การเกษตรและป่าไม้ และการเกษตรกรรมแบบผสมผสาน เป็นต้น ความหลากหลายดังกล่าวจะแฝงไว้ด้วยสิ่งดึงดูดใจและความน่าประทับใจสำหรับผู้พบเห็นได้ไม่น้อย ประกอบกับเมื่อกระแสการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเริ่มได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวจึงนำมาสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่มีรูปแบบชัดเจนมากยิ่งขึ้นระหว่างแหล่งเกษตรและนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสและเข้าร่วมกิจกรรมกับเกษตรกร เรียนรู้ธรรมชาติ วิถีชีวิตการเกษตรที่ผสมผสานกิจกรรมทางศาสนาศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ตลอดจน

การศึกษาเรียนรู้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านกระบวนการประกอบสัมมาชีพอย่างใกล้ชิดนำมาซึ่งรูปแบบการเรียนรู้ที่สนุกสนาน เพลิดเพลินในสภาพแวดล้อมจริง นอกจากนั้นการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ยังเป็นการช่วยเพิ่มการกระจายรายได้สู่เกษตรกรได้อีกทางหนึ่งด้วย (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

จากความหลากหลายในรูปแบบการเกษตรของประเทศไทยและความต้องการเข้าสู่การรองรับทางการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จึงทำให้เกษตรกรจำเป็นต้องมีการพัฒนาสวนเกษตรสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน ดังนั้น การจัดทำกรอบหรือเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงถือได้ว่าเป็นช่องทางหนึ่งที่ช่วยทำให้เกษตรกรได้มีแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตนเองรวมทั้งจะเป็นการเอื้อประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว ในการที่จะได้เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้มาตรฐานเช่นกัน รวมถึงหากแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานก็จะได้เป็นการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของประเทศไทยสู่การแข่งขันระดับนานาชาติต่อไป

ความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

กรมการท่องเที่ยว (2561) ได้ให้คำจำกัดความ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ทำให้เกิดประโยชน์ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะเป็นการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม

กรมการท่องเที่ยว (2561) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรม โดยอาจให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ด้านการเกษตรและวิถีการดำรงชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างรายได้แก่ครอบครัวและชุมชน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและภูมิปัญญาท้องถิ่น จะเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ควบคู่กับการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนตลอดไป

กรมการท่องเที่ยว (2561) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่เสริมสร้างความรู้ด้านการเกษตรควบคู่กับการพักผ่อนและความบันเทิง นักท่องเที่ยวสามารถร่วมสัมผัสกับวิถีชีวิตเกษตร ประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านการเกษตรที่หลากหลาย เพื่อสร้างทักษะ แลกเปลี่ยนความรู้ด้านการเกษตรและได้รับความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ รวมทั้งสามารถซื้อหาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชนกลับไปสู่ภูมิลำเนา

พิมพ์ ทิรัญกิตติ และคณะ (2557) ได้กล่าวไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-Tourism) เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่จะนำรายได้มาสู่ชุมชนหรือประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวและประชาชนที่อยู่ใกล้เคียงยังสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้อีกด้วย สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่าง ๆ ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยี การผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงาม และได้สัมผัสกับวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชาวชนบท ชนบทชนนิยม วัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบกิจกรรม และการประกอบอาชีพการเกษตรที่หลากหลาย ทั้งวิถีดั้งเดิมจนถึงการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ท่ามกลางทัศนียภาพธรรมชาติที่สวยงาม รวมถึงความเพลิดเพลินในกิจกรรมการเกษตรในลักษณะต่างๆ ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบอย่างมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น พร้อมกับสามารถนำความรู้กลับไปประยุกต์ใช้หรือประกอบอาชีพ โดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การชมไร่ นา การชมสวนผลไม้ การชมสวน ดอกไม้/กล้วยไม้ การชมหมู่บ้านไม้ประดับ การชม กระบวนการผลิตใบชา การชมฟาร์มปศุสัตว์ การชมแหล่งเพาะพันธุ์สัตว์น้ำ เป็นต้น”

บุญเลิศ จิตต์วัฒนา และพรภัทรวดี วงศ์ปันทะนัน (2557) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ว่าหมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม เพื่อชมการเกษตรที่ผสมผสานกลมกลืนกับธรรมชาติที่มีทัศนียภาพสวยงามในชนบท เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่ได้พบเห็น ทั้งเป็นแหล่งให้ความรู้ทางด้านเกษตรวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ในชนบทที่สร้างความตื่นตาตื่นใจแก่นักท่องเที่ยวและสามารถสร้างรายได้ให้เกษตรกรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป และค่าบริการท่องเที่ยวโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นชนบทให้เกิดประโยชน์ เป็นการช่วยแก้ปัญหาแรงงานที่ว่างงาน ในขณะเดียวกันความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่เกษตรกรรมนั้น อันเป็นระบบนิเวศทางธรรมชาติอย่างหนึ่งที่เกษตรกรสามารถสร้างขึ้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเสน่ห์ และดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวอยากรู้ อยากเห็น อยากเข้าชม อยากเข้าสัมผัสผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (2558) ให้ความหมายว่าการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวชนบทที่เกี่ยวข้องกับฟาร์มและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของชนบทที่เป็นทางเลือกหนึ่งของเกษตรกรในการขยายการเกษตรและการมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น

Paresh V. Joshi & Milind B. Bhujbal (2012) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรว่า เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการในฟาร์ม เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ บันทึกลง การศึกษาหรือเพื่อความสนุกสนานกิจกรรมในฟาร์ม โรงบ่มไวน์ ปศุสัตว์ วัฒนธรรม การเก็บเกี่ยวหรือกิจกรรมอื่นๆ ที่น่าสนใจ ที่เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

จากคำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรผู้ศึกษาสามารถสรุปความหมายได้ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ให้เกิดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเกษตรอีกทั้งยังเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ไม่ว่าจะเป็นฟาร์มเกษตร สวนผัก สวนผลไม้ สวนดอกไม้ โดยสถานที่แห่งนั้น มีความสวยงามของทัศนียภาพ และนักท่องเที่ยวเองก็ได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับการเกษตร ที่ผ่านทางกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว นั้น เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้วิถีเกษตรกรรมของชาวชนบท โดยการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และตัวเกษตรกร นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตร และมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

1. แบ่งตามลักษณะกิจกรรมการเกษตรหลัก สามารถแบ่งได้ 5 ประเภท คือ การเพาะปลูกการเลี้ยงสัตว์ การประมง การเกษตรและป่าไม้ และการเกษตรแบบผสมผสาน
2. แบ่งตามลักษณะเจ้าของกิจการ และการบริหารจัดการ สามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภท คือ โครงการตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์ บริหารจัดการโดยภาครัฐ (หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรเอกชน บริษัทเอกชน วิสาหกิจชุมชนและบุคคลทั่วไป
3. แบ่งตามขนาดของแหล่งท่องเที่ยว กำหนดตามขนาดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว แบ่งได้ 3 ประเภทคือ แหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ (51 ไร่ ขึ้นไป) ขนาดกลาง (21-50 ไร่) และขนาดเล็ก (ไม่เกิน 20 ไร่)

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

- A – แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบครบวงจร
- B – แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเอกชนที่มีความโดดเด่นด้านการเกษตรจนเป็นที่ยอมรับจากคนภายนอก
- C – แหล่งเกษตรเอกชนหรือชาวบ้านที่ไม่ได้มุ่งเน้นการท่องเที่ยวแต่มีภูมิปัญญาหรือเทคนิควิธีการที่น่าสนใจจนเป็นที่ยอมรับจากคนภายนอก
- D – ศูนย์การเรียนรู้หรืออนุรักษ์ภูมิปัญญาทางการเกษตร
- E – ศูนย์หรือสถานีวิจัยบำรุงพันธุ์สัตว์และหรือพืชที่มุ่งเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพทางการเกษตรมากกว่าการท่องเที่ยว
- F – ชุมชนหรือกลุ่มชาวบ้านที่รวมกลุ่มกันพัฒนาภูมิปัญญาทางการเกษตร

สรุปการแบ่งการจัดประเภทแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามการกำหนดขนาดพื้นที่ ได้แก่ ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก เพื่อหาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดนครสวรรค์ อย่างเหมาะสม

เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

กรมการท่องเที่ยว (2557) ให้ข้อมูลว่า กรอบแนวคิดที่ใช้ในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผลจากการพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ นำมาซึ่งการกำหนดตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ออกเป็น 2 ด้าน 5 องค์ประกอบ คือ 1) ด้านศักยภาพเชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ คุณค่าทางกายภาพ และชีวภาพ และคุณค่าด้านองค์ความรู้ นวัตกรรม ภูมิปัญญา 2) ด้านศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร และศักยภาพการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาจากความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวแหล่งเกษตร ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งเกษตรด้วยวัตถุประสงค์ 2 ประการ ได้แก่ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อการแสวงหาความรู้ทางการเกษตร จากนั้นนำแนวคิดนี้มาพิจารณาร่วมกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 5 ปัจจัย และมุมมองด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน 5 ปัจจัย ดังนี้

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1. ปัจจัยด้านความดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)
2. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
3. ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
4. ปัจจัยด้านความหลากหลายของกิจกรรม (Activities)
5. ปัจจัยด้านที่พัก (Accommodation)

มุมมองด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

1. ปัจจัยด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Site Management)
2. ปัจจัยด้านแหล่งเรียนรู้ทางการเกษตร (Knowledge Management)
3. ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนและความเข้มแข็ง (Community Participations and Community Strength)
4. ปัจจัยด้านความมีมิตรจิต (Hospitality)
5. ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Safety)

ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ในทุกๆ ด้านประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในโครงการต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่ (Local Participation) การมุ่งใช้วัสดุและผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น (Local Product) เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นให้มากที่สุด รวมถึงการให้ความสำคัญต่อคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมนั้นๆ ว่าเป็นคุณค่าที่มีอยู่ในตัวเอง การปรับตัวเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นสิ่งจำเป็นแต่ทั้งนี้ต้องไม่ขัดกับหลักการดังกล่าวข้างต้นซึ่งภาคธุรกิจการท่องเที่ยวองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมและรัฐมีหน้าที่จะต้องทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาคและวางอยู่บนหลักการข้างต้น

ผลจากการพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ นำมาซึ่งการกำหนดตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ออกเป็น 2 ด้าน 5 องค์ประกอบ คือ

1. ด้านศักยภาพเชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่

1.1 คุณค่าทางกายภาพและชีวภาพ

1.2 คุณค่าด้านองค์ความรู้ นวัตกรรม ภูมิปัญญา

2. ด้านศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

2.1 ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.2 ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2.3 ศักยภาพการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

1. ด้านศักยภาพเชิงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

องค์ประกอบที่ 1 คุณค่าทางกายภาพและชีวภาพ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพและชีวภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ สามารถกระตุ้นจูงใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวชมได้ ทั้งนี้ได้มุ่งเน้นไปที่ลักษณะทางกายภาพและชีวภาพที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติเป็นสำคัญหรือหากมีการปรับแต่งก็จะต้องอยู่บนพื้นฐานที่กลมกลืนและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมโดยรอบ บริเวณโดยรอบสะอาดเรียบร้อยสวยงามผลผลิตทางการเกษตรมีคุณภาพได้มาตรฐานผ่านกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพและการได้รับรางวัลรับรองหรือใบประกาศเกียรติคุณ เป็นต้น ตัวชี้วัดที่ใช้ในการประเมิน ได้แก่

1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

2. สภาพอากาศในแหล่งท่องเที่ยว

3. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

4. ผลผลิตทางการเกษตรมีความโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับ

5. มีการใช้กระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตทางการเกษตรที่ปลอดภัย

6. การได้รับรางวัล ใบรับรอง หรือใบประกาศเกียรติคุณ

7. การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล

8. คุณค่าของผลผลิตทางการเกษตร

9. มีกระบวนการศึกษาและพัฒนาสายพันธุ์ผลผลิตทางการเกษตรให้ได้ผลผลิตเพิ่มมากขึ้นหรือคุณภาพสูงขึ้น

10. มีระบบป้องกันความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรต่อผลผลิตทางการเกษตร

11. มีการจัดการระบบการเกษตรแบบยั่งยืน

องค์ประกอบที่ 2 คุณค่าด้านองค์ความรู้ นวัตกรรม ภูมิปัญญา หมายถึง รูปแบบการดำเนินกิจกรรมการเกษตรของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประโยชน์จากการท่องเที่ยว ตัวชี้วัดการประเมินในองค์ประกอบนี้ ได้แก่

1. องค์ความรู้ทางการเกษตรที่ใช้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นองค์ความรู้ที่หาชมได้ยาก แปลกใหม่

2. องค์ความรู้ทางการเกษตรที่ใช้ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นองค์ความรู้ที่มีคุณค่าสูงสามารถสะท้อนถึงภูมิปัญญาเอกลักษณ์ และหรืออัตลักษณ์ของชุมชนอันควรค่าแก่การอนุรักษ์ไว้

3. ความโดดเด่นด้านเทคโนโลยีการเกษตรที่นำมาสู่การพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรให้มีคุณค่าหรือมูลค่าสูงขึ้น

4. ความโดดเด่นด้านเศรษฐกิจพอเพียงและภูมิปัญญาท้องถิ่น

5. มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับชุมชนเพื่อช่วยเหลือและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ในการส่งเสริมการเกษตรร่วมกัน

6. การได้รับการยอมรับให้เป็นศูนย์กลางถ่ายทอดองค์ความรู้สู่บุคคลภายนอก

2. ด้านศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 3 ศักยภาพการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การบริหารแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างเป็นระบบ ระเบียบแบบแผน เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนและได้รับการตอบรับที่ดีจากนักท่องเที่ยว ตัวชี้วัดการประเมินในองค์ประกอบนี้ ได้แก่

1. โครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรและแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

2. การกำหนดแผนการบริหารจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ

3. การจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว
4. การบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภคและทรัพยากรการท่องเที่ยว
5. สร้างงานและรายได้ให้แก่คนในชุมชน
6. การสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยว
7. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
8. การกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยว
9. การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่
10. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว
11. การส่งเสริมการขาย เพิ่มมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

องค์ประกอบที่ 4 ศักยภาพการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว ความพร้อมในด้านสาธารณูปโภคต่างๆ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย ปลอดภัยรวมทั้งได้รับความรู้และความสนุกสนานเพลิดเพลินในระหว่างการท่องเที่ยว ตัวชี้วัดการประเมินในองค์ประกอบนี้ ได้แก่

1. เส้นทางการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (ป้าย ถนน การคมนาคม)
2. ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว
3. การเตรียมความพร้อมของบุคลากรในการต้อนรับนักท่องเที่ยว
4. การต้อนรับและสร้างความคุ้นเคยสำหรับนักท่องเที่ยว
5. มีมีคฤหาสน์หรือปราสาทท้องถิ่นเป็นผู้นำชมสำหรับนักท่องเที่ยว
6. การให้บริการผู้พิการและผู้สูงอายุ
7. บริการเสริมเพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในแง่ความปลอดภัยแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 5 ศักยภาพการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว หมายถึง การจัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ไปพร้อมกับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ตัวชี้วัดการประเมินในองค์ประกอบนี้ ได้แก่

1. ความหลากหลายและความโดดเด่นของกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว
2. การเรียนรู้วิถีชีวิตหรือร่วมทำกิจกรรมกับเกษตรกร
3. เทคนิคการให้บริการด้านความรู้และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว
4. การให้บริการการฝึกอบรมและการถ่ายทอดองค์ความรู้
5. ความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกับแหล่งท่องเที่ยวภายนอก

3. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อจุดหมายปลายทาง

ความหมายและความสำคัญ ความพึงพอใจต่อจุดหมายปลายทาง คือ การเติมเต็มช่องว่างระหว่างความต้องการและความคาดหวัง หากมีความรู้สึกรับได้รับการเติมเต็มทั้งด้านบริการและกิจกรรม ย่อมเกิดความพอใจพอใจกล่าวสรุปได้ว่า ความพึงพอใจขึ้นอยู่กับประสบการณ์จากการใช้บริการ (Lobato et al., 2006) Lovelock and Wright (2002) กล่าวว่า ความพึงพอใจลูกค้าก่อให้เกิดคุณประโยชน์หลายประการด้วยกันความพึงพอใจในระดับสูง จะนำไปสู่ความจงรักภักดีของลูกค้าในระยะยาว หากรักษาลูกค้าที่ดีไว้ได้ จะดีกว่าการจูงใจหรือสร้างลูกค้าใหม่เพื่อทดแทนลูกค้าที่จากไป ลูกค้าที่มีความพอใจสูงสุดมักจะมีการบอกต่อในทางบวก เปรียบเหมือนเป็นการโฆษณาบอกต่อ ซึ่งจะลดต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่ ความพึงพอใจของลูกค้าในระดับสูง เป็นนโยบายเชิงป้องกันช่วยลดโอกาสของการเกิดความผิดพลาด ผู้ที่ใช้บริการเป็นระยะเวลานานมักจะมีการผ่อนปรน เพราะประสบการณ์เลวร้ายที่เกิดขึ้น อาจถูกชดเชยโดยประสบการณ์ที่ดีที่เกิดขึ้นก่อนหน้านี้ รวมถึงลดโอกาสที่จะหันไปใช้บริการจากการเสนอขายของคุณ่ง ดังนั้นองค์กรหลายแห่งมักเน้นและให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า สร้างความสัมพันธ์ในทางที่ดีเพื่อรักษาลูกค้า ทำให้ส่วนครองตลาดและผลกำไรเพิ่มมากขึ้น สำหรับบริบทของการท่องเที่ยว เป็นไปในลักษณะทำนองเดียวกัน Lobato et al. (2006) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นตัวแปรหลักที่มีความสำคัญต่อการตลาด โดยเฉพาะการทำให้ผู้เดินทางท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่ดี เกิดความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว ถือเป็นการกิจหลักที่สำคัญในการดำเนินงาน ส่งต่อความภักดีที่มีต่อจุดหมายปลายทาง

การวัดความพึงพอใจ มีวิธีการสำคัญอยู่ 2 วิธี คือการวัดความพึงพอใจโดยรวมและการวัดความพึงพอใจโดยแยกเป็นมิติต่าง ๆ ขณะเดียวกันในบริบทการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทำได้ยากเพราะการบริการเป็นสิ่งจับต้องหรือเน่าเสียไม่ได้ และมีลักษณะเฉพาะเจาะจงตามแต่ละขอบเขตการวิจัย ความพึงพอใจในมิติต่าง ๆ ขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว นำมาซึ่งความพึงพอใจโดยรวม (Maddox, 1985 อ้างใน เลิศพร ภาณุสกุล, 2555; Kozak and Rimmington, 2000; Chi and Qu, 2008)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ที่ใช้ประกอบการพิจารณาการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Access) ที่พัก (Accommodation) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) และกิจกรรม (Activities) (Dickman, 1999 Cited in Morachat, 2003) ส่วนความพึงพอใจโดยรวมเป็น การมองในลักษณะของภาพรวมของหลายๆ ด้านด้วยกัน ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องวัดแบบโดยรวมเนื่องจากแต่ละคนจะมีเกณฑ์การตัดสินใจในแต่ละด้าน และมีมาตรฐานที่แตกต่างกัน (Yoon & Uysal, 2005)

4. แนวคิดเกี่ยวกับความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

ความสำคัญ

ความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง ส่งผลต่อการพัฒนาและการเติบโตของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นการรักษาระดับรายได้ให้คงอยู่ ผู้เดินทางท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ที่ดีต่อสินค้า หรือบริการในแหล่งท่องเที่ยว มีโอกาสที่จะเกิดการท่องเที่ยวซ้ำ การแนะนำบอกต่อให้กับเพื่อน ญาติ หรือคนใกล้ชิด เกิดความสนใจที่จะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวรวมไปถึงความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น (วิวัฒน์ จันทรกิจทอง, 2555; อัมมามนตร์ คุณรัตนารักษ์ และคณะ, 2557; Chi & Qu, 2008)

การวัดความภักดีต่อจุดหมายปลายทาง

Oliver (1999) แบ่งการวัดความภักดีออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ มิติแรกความเข้าใจ (Cognitive) คือมีความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ราคา ที่ดีกว่าคู่แข่งโดยผ่านการสื่อสาร เป็นความจงรักภักดีที่ไม่ลึกซึ้ง เน้นการพิจารณาคุณประโยชน์ที่ได้รับมากกว่า มิติที่สอง ความรู้สึก (Affective) สามารถบอกได้ในลักษณะความรู้สึกชอบที่มีต่อแห่งหนึ่งมากกว่าอีกแห่งหนึ่ง มิติที่สาม พฤติกรรม (Cognitive) อยู่ในขั้นระดับความตั้งใจ ลูกค้านั้นมีความรู้สึกผูกพัน ลึกซึ้งในระดับที่มากขึ้น และมิติที่สี่คือการกระทำ (Action) เป็นระดับความภักดีที่สูงที่สุด มีความแข็งแกร่ง เป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ อาจต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน แต่ในทางปฏิบัติ เป็นการยากที่จะวัดความภักดีในระดับของการกระทำ (มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ, 2555) สำหรับการวิจัยนี้ วัดความภักดี ขึ้นความตั้งใจ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำ 2) การแนะนำบอกต่อ และ 3) ความเต็มใจที่จะจ่ายมากขึ้น (วิวัฒน์ จันทรกิจทอง, 2555; Chi & Qu, 2008; Wang et al., 2009; Kim et al. 2012)

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจที่ได้รับจากประสบการณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยวต่อการบริการผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวและสิ่งต่าง ๆ ที่ได้รับจากจุดหมายปลายทางนั้น สามารถก่อให้เกิดความจงรักภักดีต่อจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว รูปแบบความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่อจุดหมายปลายทางจะแสดงออกมาในรูปของความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ ณ จุดหมายปลายทางนั้นอีก (Intention to Revisit the Destination) และการแนะนำจุดหมายปลายทางนั้นแก่คนรู้จัก (Recommend)

สรุป

จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ระบุวิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ไว้ว่า ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน สำหรับตลาดในประเทศให้ความสำคัญกับการกระจายตัวในการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย จากพื้นที่จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวกระจุกตัวหนาแน่นไปยังจังหวัดหรือพื้นที่ใหม่อื่นที่มีความพร้อม สร้างความเชื่อมโยงจากเมืองหลักสู่เมืองรองโดยรอบ เน้นการพัฒนาและเติบโตอย่างยั่งยืน มุ่งสู่การเป็นจุดหมายปลายทางที่มีคุณภาพ เน้นการสื่อสารข้อมูลในเชิงบวก ใช้ “วิถีไทย” เป็นตัวนำในการสร้างเอกลักษณ์ ผ่านการส่งมอบประสบการณ์ในรูปแบบเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีการปลูกกระแสให้คนไทยนิยมไทย ภูมิใจในความเป็นไทย และดำรงไว้ซึ่งวิถีไทย ควบคู่กับการยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าที่มีความเข้มแข็ง สามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558; คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560) หน่วยงานภาคการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชน กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีแผนการขับเคลื่อนในทุกภาคส่วนยกตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวไทยอย่างต่อเนื่อง รณรงค์ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ลึกซึ้งในปี 2560 และ ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืนในปี 2561 ซึ่งมีเป้าหมายให้แหล่งท่องเที่ยวทั้งหลักและรองได้รับการพัฒนาระดับให้มีคุณภาพมากขึ้น เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมืองท่องเที่ยวรองมีรายได้เพิ่มขึ้น ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 12 ชุมชนมีรายได้เฉลี่ยและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น บนพื้นฐานความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของไทย คำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืน สอดคล้องกับกระแสความต้องการของประชากรโลกและเจตนารมณ์ของ UNWTO เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560; กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) นครสวรรค์เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญของภาคกลางและจัดว่าเป็นจังหวัดท่องเที่ยวรองของประเทศ มีทุนทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าจำนวนมาก หากมีการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น (วิศิษฐา บุญสมเกียรติ, 2555; จุมพต ตระกูลนุช, 2557 อ้างใน นนทิภัค เพียรโรจน์และคณะ, 2558; UNESCO, 2016b) ผลการการศึกษา มีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา นโยบาย วางแผนการดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

“เที่ยวนครสวรรค์ครั้งใหม่ ไฉไลกว่าเดิม” ด้วยศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นบึงบอระเพ็ด ทุ่งดอกทานตะวัน ทุ่งปอเทือง ฯลฯ รวมทั้งความงดงามทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตท้องถิ่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น ชุมชนไทยมอญที่หมู่บ้านมอญ ชุมชนเกยไชยเหนือที่มีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการทำน้ำตาลโตนด ชุมชนชาวไทยทรงดำบ้านไผ่สิงห์ และหมู่บ้านจันเสน นครโบราณสมัยทวารวดี ในอดีตตอนต้นมีอายุไม่ต่ำกว่า 2,000 ปี ทุกสิ่งที่กล่าวมาจะทำให้จังหวัดนครสวรรค์มีความไฉไล เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว นิยมชมชอบ ต้องไปสัมผัส และต้องกล่าวถึง จึงทำให้นครสวรรค์ไม่เพียงเป็นเมืองผ่านอีกต่อไป เนื่องจากมีดอกไม้บานนานาพันธุ์ ทั้งทุ่งดอกทานตะวัน ทุ่งปอเทือง บานสวยงามตลอดเดือน และดอกบัวนานาพันธุ์ โดยเฉพาะดอกบัวแดง บานสะพรั่ง พร้อมรับนักท่องเที่ยว จึง “เปิดมุมมองใหม่ นครสวรรค์” ด้วยการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ อาทิ ท่องบึง ชมบัว ดูนก “นครสวรรค์...สวรรค์ของนกดูนก” ในบึงบอระเพ็ด, ท่องเที่ยวธรรมชาติ “นครสวรรค์...สี่แสนพรรณไม้เหลืออร่าม ยามหน้าหนาว” สัมผัสสี่แสนพรรณไม้ทุ่งปอเทืองและทานตะวัน, ท่องเที่ยววิถีชุมชน “นครสวรรค์...เมืองอู่น้ำ อู่น้ำอู่น้ำ เมืองท่าปากน้ำโพ” อาทิ ชุมชนไทยมอญ ชุมชนเกยไชยเหนือ หมู่บ้านจันเสน และเส้นทางท่องเที่ยวสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ได้แก่ พุทธอุทยานนครสวรรค์ หลวงพ่อเดิม วัดหนองโพ หลวงพ่อทอง วัดวรนาถบรรพต (วัดเขากบ) และหลวงพ่อบรมครู วัดถือน้ำ ฯลฯ

ซึ่งในความเป็นจริงนครสวรรค์มีต้นทุนทางเกษตร ที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้หลากหลายรูปแบบ จึงควรมีการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ เชิญชวนคนไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอื่น ๆ เพิ่มเติม รวมถึงการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้ผู้เข้าชมได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากยิ่งขึ้น ได้สัมผัสวิถีอย่างลึกซึ้ง โดยใช้อัตลักษณ์และความโดดเด่นทางเกษตรเป็นจุดดึงดูดใจ เช่น บึงบอระเพ็ด ทุ่งดอกทานตะวัน ทุ่งปอเทือง ฯลฯ รวมทั้งความงดงามทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตท้องถิ่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น ชุมชนไทยมอญที่หมู่บ้านมอญ ชุมชนเกยไชยเหนือที่มีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการทำน้ำตาลโตนด ชุมชนชาวไทยทรงดำบ้านไผ่สิงห์ และหมู่บ้านจันเสน นครโบราณสมัยทวารวดีในอดีตอนต้นมีอายุไม่ต่ำกว่า 2,000 ปี เป็นต้น นอกจากการได้รับความเพลิดเพลินแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ให้คงอยู่ เกิดการสืบสานสู่คนรุ่นหลัง ควรมีการเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัด ไปยังแหล่งท่องเที่ยวรองเพื่อลดการกระจุกตัวและกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นในวงกว้างและทั่วถึง มีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ง่าย มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับ เป็นการพัฒนากระบวนการสร้างเพื่อรองรับผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยว เมื่อได้ไปท่องเที่ยวแล้ว ได้สัมผัส เรียนรู้ เกิดประสบการณ์ที่ดี มีโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ รวมถึงการแนะนำบอกต่อ แก่ญาติ เพื่อนฝูง และคนที่รู้จัก

เนื่องจากในข้อมูลจากยุทธศาสตร์ต่างๆ ในแต่ละกระทรวงนั้น ได้มีการพัฒนาศักยภาพคนในชาติเป็นสำคัญ รวมถึงเป็นตัวแปรหลักในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กำหนดทิศทางประเทศไทย กับแนวคิด ประเทศไทย 4.0 ที่ต้องการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน มุ่งเน้นคุณค่าอัตลักษณ์ของชุมชนท่องเที่ยว เพื่อสร้างสมดุลทั้งด้าน การศึกษา เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และประชาชนพึ่งพาตนเองได้ จากข้อมูลที่ได้จากการทำแผนยุทธศาสตร์ฯ ได้มีการจัดลำดับความสำคัญเรื่องการพัฒนาคนเป็นอันดับต้นๆ โดยมีองค์ประกอบในการ พัฒนาคือ องค์ความรู้ การเข้าใจถึงอัตลักษณ์ การมีจิตสำนึกในด้าน การรักษาแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการแบบองค์รวม เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง สู่ความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน ซึ่งในเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงและความยั่งยืนนั้นสามารถวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาคน โดยคำนึงถึงประเด็นที่นำเสนอโดย 6 ประเด็นหลัก คือ

1) การมีวิสัยทัศน์ (Vision) เป็นเรื่องของแนวคิดการสร้างสมดุลอย่างมีเป้าหมาย ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงสมดุลที่อยู่ในการพัฒนาคนซึ่งร่วมกันกำหนดทิศทางและเป้าหมายเดียวกันในอนาคตว่าต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างยั่งยืนอย่างไร

2) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (Quality Destination Development) หากเชื่อมโยงกับเรื่องของการท่องเที่ยวที่เน้นเรื่องของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพซึ่งจำเป็นต้องให้นิยามและองค์ประกอบที่ชัดเจนเรื่องของคุณภาพ เช่น สังคมคุณภาพ สิ่งแวดล้อมที่มีคุณภาพ เศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพและพึ่งพาตนเองได้ เน้นผลผลิตเชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ เป็นต้น

3) ความมุ่งมั่นและความต่อเนื่อง (Commitment) เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่เชื่อมโยงเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยในทางทฤษฎีและในทางปฏิบัตินั้น พื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หากขาดเรื่องความต่อเนื่องและความมุ่งมั่นจากทั้งผู้นำผู้พัฒนาและผู้ปฏิบัติ จะไม่สามารถประสบความสำเร็จไปได้

4) การเสริมสร้างคุณค่าในตัวเอง (Self-Value) พอใจกับการที่ได้เป็นตัวของตัวเองและพึ่งพาตนเองได้มีความสุขพอกำลัง เป็นแนวทางที่เน้นการพัฒนาเพื่อให้เห็นพื้นที่เห็นความสำคัญของท้องถิ่น ค้นหาตัวตนที่แท้จริง รู้คุณค่าในอัตลักษณ์ที่ติดมา เป็นต้น

5) การยึดหลักธรรม (Dharmic Principle) มาปฏิบัติใช้กับการพัฒนาและการดำรงชีวิต เช่น ยึดหลักศาสนาสามัคคี ซื่อสัตย์ สุจริต ไม่โลภมาก ปฏิบัติตนเป็นคนดี มีศีล สมาธิ เป็นต้น

6) รู้จักพอเพียง (Sufficiency) นั้นหมายถึงทางด้านการสร้างสมดุลใน 3 มิติ คือ 1) ทางเศรษฐกิจ คือเพื่อรู้ประมาณตน ใช้เงินอย่างคุ้มค่าใช้งบประมาณอย่างมีเหตุผล 2) ทางสังคม คือเพื่อสร้างความสุขจากความพอมีพอกิน และเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ รู้รักสามัคคีใน

ชุมชน และต่อยอดการพัฒนาไปด้วยกัน 3) ทางสิ่งแวดล้อม คือเพื่อเข้าใจการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่ารู้จักรักษาหวงแหน พื้นฟู และอนุรักษ์ให้ยังคงอยู่ และคิดกลไกในการเฝ้าระวังหากเกิดภาวะที่เป็นผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ที่เน้นให้เป็นรูปธรรมจากแนวทางการดำรงชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อให้เข้าใจได้ง่าย โดยเริ่มจากการพัฒนาตนเองก่อนและพัฒนาไปสู่เกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Criteria) ที่ปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของไทย ซึ่งจะประกอบไปด้วย 4 ส่วนสำคัญในการพัฒนา คือ 1) การบริหารจัดการด้านความยั่งยืนที่มีประสิทธิภาพ 2) การเพิ่มประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางด้านสังคม-เศรษฐกิจแก่ชุมชนท้องถิ่น 3) การเพิ่มประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบทางด้านวัฒนธรรมแก่ชุมชนและนักท่องเที่ยว 4) การเพิ่มประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบด้านสิ่งแวดล้อม

การนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดนครสวรรค์ โดยให้ผู้ประกอบการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการปฏิบัติงานและธุรกิจการท่องเที่ยวตั้งอยู่บนพื้นฐานบนความพอดี ตั้งอยู่ในทางสายกลาง มีการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล มีความเข้มแข็ง มีความยั่งยืนโดยคำนึงถึงความพอประมาณ ไม่เบียดเบียนทั้งตนเองและผู้อื่น ขณะเดียวกันต้องมีเหตุผลในการกระทำและมีการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีเพื่อเตรียมพร้อมรับผลกระทบจากความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยอาศัยความรู้ และคุณธรรม เช่น ความซื่อสัตย์สุจริต ความอดทน ความเพียร สติปัญญา ความรอบคอบ มาประกอบการวางแผนตัดสินใจ และการกระทำต่าง ๆ ในการทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืน อาจกล่าวได้ว่าพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ยั่งยืนนั้น หากปราศจากความร่วมมือ ร่วมใจ ร่วมพลัง เพื่อส่งเสริม รักษาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นแผนยุทธศาสตร์ที่ดีและมีผู้พัฒนาที่ปฏิบัติงานตั้งใจแค่ไหน ก็ไม่เพียงพอที่จะเดินหน้าเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้แท้จริงและเห็นผล

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). **คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร**. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์. (2559). **สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2559**. สืบค้นเมื่อ 2 เมษายน 2559 จาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/25516>
- _____. (2560ข). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)**. กรุงเทพฯ: บริษัท พีดับบลิว ปรีนติ้ง จำกัด
- _____. (2560ก). **สถิตินักท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 7 พฤศจิกายน 2560 จาก <https://goo.gl/5AgNSX>
- _____. (2561). **การท่องเที่ยววิถีเกษตร. เอกสารประกอบการฝึกอบรมหลักสูตรการท่องเที่ยววิถีเกษตร**. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558ก). **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560**. สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2561 จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114
- _____. (2558ข). **รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. ฉบับที่ 1 กรกฎาคม – กันยายน 2558**. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- _____. (2561). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พุทธศักราช 2560-2564**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). **ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน**. สืบค้นเมื่อ 7 พฤศจิกายน 2560 จาก <https://www.amazingthailand.go.th/th/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). **ความเป็นมาของ Long Stay**. สืบค้นวันที่ 15 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.2tat.or.th/longstay/thai/index.html>
- _____. (2560). **ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ลิขัง**. สืบค้นเมื่อ 7 พฤศจิกายน 2560, จาก <http://library.tourismthailand.org/th/news/52>
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)**. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2560 จาก <http://www.dpe.go.th/content/file/download/0524171495596785.pdf>
- ททท.สำนักงานนครสวรรค์. (2561). สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561, สืบค้นจาก <http://www.tourismnakhonsawan.org/th/home/>
- อัมมามนตร์ คุณรัตนกรรณ์ และคณะ. (2557). **อิทธิพลของส่วนประสมการตลาด และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีต่อความภักดีในบริการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ (ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 4(3): 100-117.**
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา. (2557). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: ธรรมสาร.**

- ประยูร บุญประเสริฐ. (2555). **แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิมพ์ หิรัญกิตติ, อุดม สายะพันธุ์, เกยูร ไยบัวกลิ่น, สุพรรณิ อินทร์แก้ว, และสมชาย หิรัญกิตติ. (2557). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย. **สุทธิปริทัศน์**, 28(88), (ตุลาคม-ธันวาคม).
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ. (2555). **กรณีศึกษาการจัดการทรัพยากรธรรมชาติขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ.
- เลิศพร ภาวะสกุล. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วราวิชต์ มัธยมบุรุษ. (2554). **แนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กรณีศึกษาพื้นที่รอบการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่เมาะ จังหวัดลำปาง**. การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2554; **การพัฒนานาถดชนบทไทย : ฐานรากที่มั่นคง เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน 27 - 29 มกราคม 2554 : 189 - 193**.
- วิวัฒน์ จันทร์กิตทอง. (2555). **ตัวแบบสมการโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติทางทะเลในภาคใต้ของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561 จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014>
- องค์การท่องเที่ยวโลก. (2558). **ความหมายการท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2560 จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com>.
- อัจฉรา สมบัตินนทนา. (2555). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย**. สารนิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Chi, C. G. Q. & Qu, H. (2008). Examining the Structural Relationships of Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: An Integrated Approach. **Tourism Management**, 29: 624-626.
- Dickman, S. (1999). **Tourism an Introduction Text**. East Victoria, Australia: Edward.
- Kozak, M. & Rimmington, M. (2000). Tourist Satisfaction with Mallorca. **Journal of Travel Research**, 38: 260-269.
- Lobato, L. H., Radilla, M. M. S., Tena, M. A. M. & Garcia, J. S. (2006). Tourism Destination Image, Satisfaction and Loyalty: A Study in Ixtapa-Zinhuatanejo, Mexico. **Tourism Geographies**, 8(4): 343-358.
- Lovelock, C. & Wright, L. (2002). **Principles of Service Marketing and Management**. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Maddox, R. N. (1995). Measuring Satisfaction with Tourism. **Journal of Travel Research**, 23(3): 2-5.
- Morachat C. A. (2017). **Study of Destination Attractiveness Through Tourists' Perspectives: A Focus on Chiang Mai, Thailand**. Retrieved January 16, 2560, from <http://ro.ecu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2505&context=theses>
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty. **Journal of Marketing**, 63: 33-44.
- Paresh V. Joshi and Milind B. Bhujbal. (2012). Agro-Tourism A Specialized Rural Tourism: Innovative Product Of Rural Market. **International Journal of Business and Management Tomorrow**. :1-12.
- UNESCO. (2016). **Properties inscribed on the World Heritage List**. Retrieved November 15, 2016 from whc.unesco.org/en/statesparties/th
- Wang X., Zhang, J., Gu, C., & Zhen, F. (2009). Examining antecedents and consequences of tourist satisfaction: A structural modeling approach. **Tsinghua Science and Technology**, 14(3): 397-406.
- Yoon, Y. & Uysal, M. (2005). An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination loyalty: a Structural Model. **Tourism Management**, 26: 45-56.

ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดและการปรับใช้บัญชีครัวเรือน เพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการค้า ในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

The Marketing Strategy Factors and Household Account Applied for The Survival of The Merchant in The Bang-Numpueng Floating Market

ปยุตย นุช ยั่งยืน, มหาวิทยาลัยธนบุรี¹

นวกกรณ์ กาละปุก, มหาวิทยาลัยธนบุรี²

Email: Mamablue_th@hotmail.co.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดและการปรับใช้บัญชีครัวเรือน เพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง กลยุทธ์ในการอยู่รอดของผู้ค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และ ผลที่เกิดจากการจัดบันทึกรายการค้าของผู้ค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยเป็นวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งจำนวน 200 ราย โดยการสุ่มแบบบังเอิญ ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการค้าในตลาดบางน้ำผึ้ง ซึ่งประกอบการค้าประเภท อาหารและเครื่องดื่ม ร้านเสื้อผ้า กระเป๋าและรองเท้า และสินค้า OTOP มีลักษณะการประกอบการทั้งแบบเป็นอาชีพหลัก และอาชีพเสริม ให้ความสำคัญกับปัจจัยกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อความอยู่รอดของกิจการในระดับมาก โดยให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ด้านราคา เป็นอันดับ 1 รองลงมาคือกลยุทธ์ด้านการคิดคำนวณต้นทุนการประกอบการ อันดับถัดมาคือ การลดรายจ่ายส่วนตัวลง สำหรับในด้านที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมการขาย การวิเคราะห์ความแตกต่างของการเลือกทำธุรกิจในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นอาชีพหลัก หรืออาชีพเสริม ซึ่งมีความแตกต่างกัน มีกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านสถานที่ คือการเลือกทำเลการตั้งร้านค้าต่างกันซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า ถ้าจากค่า Sig มีความแตกต่างกัน (Sig = 0.003) ซึ่งแสดงว่า การเลือกประกอบอาชีพเป็นหลักหรือเสริมจะให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งร้านค้าต่างกัน

คำสำคัญ: ตลาดน้ำ กลยุทธ์ทางการตลาด บัญชีครัวเรือน

ABSTRACT

The purpose of this research is to study the strategy of survival of traders in Bang Nam Phung floating market and the result of trading records of traders in Bang Nam Phung Floating Market. It is a survey research. Data were collected from 200 traders in Bang Nam Phung floating market by random sampling. The results showed that the type of trade are Food and beverage outlets, clothing, bags and shoes, and OTOP the merchandise are both main occupations and career. They are focus on the strategic factors for the survival of the business at a high level. The price strategy is ranked first, followed by strategy to calculate the cost of operations and Reduce personal expenses. For the least importance is the promotion. The analysis of the difference in business choice that the main occupation or career occupation are different. The marketing strategy of the location result of the analysis is that if the Sig value is different (Sig = 0.003), indicating that the main occupation and career location of different stores

Keywords: Floating Market, Marketing Strategy, House Accounting

¹ มหาวิทยาลัยธนบุรี

² มหาวิทยาลัยธนบุรี

บทนำ

การดำเนินชีวิตในวิถีความเป็นอยู่ไม่ว่าจะเป็นแบบสังคมเมืองสังคมชนบทหรือแม้แต่สังคมเมืองกึ่งสังคมชนบทผสมผสานกัน ซึ่งในปัจจุบันเริ่มมีมากขึ้น ความเป็นอยู่แบบพอเพียง พอกิน พอใช้ และการมีเงินเก็บออมที่ถือเป็นหนึ่งในแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ที่ประชาชนโดยส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารมาโดยตลอด ส่งเสริมให้มีการจัดทำบัญชีครัวเรือนที่ถือเป็นแนวทางเบื้องต้นที่จะก้าวสู่ความพอเพียงได้หากประชาชนสามารถจัดทำบัญชีได้ก็จะทำให้ทราบถึงรายรับ-รายจ่าย ที่จะนำไปสู่การลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นภาระหนี้สินที่เกิดขึ้นได้จนในที่สุดสามารถมีเงินเก็บออมได้ในอนาคตและทำให้มีกำไร (หากมีกิจการของตนเอง) วิถีและอาชีพของคนไทยก็มีหลายรูปแบบ ยกตัวอย่างเช่น พนักงาน ผู้รับเหมา พ่อค้า-แม่ค้า ครู หมอ ฯลฯ จะพูดถึงอาชีพพ่อค้า-แม่ค้า หลายคนที่ผันตัวเองจากการเป็นพนักงานมาทำอาชีพค้าขายก็มีหรือสืบทอดกิจการของครอบครัวที่มีมาอยู่แล้วซึ่งอาชีพนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นลูกจ้างใครเป็นนายตัวเองและต้องรับผิดชอบดูแลรายรับ รายจ่ายของกิจการเอง สามารถทำให้งานสภาพของตัวเองได้รวดเร็วหรืออาจประสบความสำเร็จกับความสำเร็จก็เป็นได้ทั้งสองจึงทำให้คนไทยหันมาทำอาชีพค้าขายกันเป็นส่วนใหญ่ผู้ประกอบการอาชีพค้าขายก็มีหลายรูปแบบอีกเช่นกัน ทั้งค้าขายในห้างสรรพสินค้า ตลาดสด เปิดร้านของตัวเอง ขายออนไลน์ หรือ ค้าขายตามตลาดนัด ตลาดน้ำที่ผู้วิจัยสนใจที่ศึกษาหาข้อมูลในการวิจัยคือ ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีพื้นที่สีเขียวที่มีรูปร่างคล้ายกระเพาะหมู หรือแอกวี่ หรือเรียกว่า คุ้งกระเพาะหมู ซึ่งเป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่ปลอดสารพิษ ท่ามกลางความเจริญเติบโตของเมือง มีเนื้อที่รวม 11,819 ไร่ โอบล้อมด้วยแม่น้ำเจ้าพระยา และที่สำคัญคุ้งกระเพาะหมูแห่งนี้ได้ “อนุรักษ์ให้เป็นพื้นที่สีเขียวตั้งแต่ปี 2520 พื้นที่แห่งนี้จึงเป็นแหล่งผลิตอากาศบริสุทธิ์ให้กับประชาชนในเขตจังหวัดสมุทรปราการและกรุงเทพมหานคร ช่วยกรองฝุ่นละอองและมลพิษทางอากาศ ที่เกิดจากโรงงานอุตสาหกรรมที่มีอยู่มากมาย” และส่งผลให้พื้นที่บริเวณคุ้งกระเพาะหมูนี้มีพันธุ์พืชนานาชนิดขึ้นอย่างหนาแน่น มีพันธุ์กรรมา รวมทั้งแมลงนานาชนิดอาศัยอยู่จำนวนมาก องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้งและประชาชนบางน้ำผึ้ง ได้ร่วมใจปลูกวิถีชีวิตดั้งเดิมขึ้นมาใหม่ พร้อมใจสร้างตลาดขึ้นมาใหม่ “ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง” เพื่อใช้เป็นสถานที่สำหรับขายสินค้าของชุมชนบางน้ำผึ้ง และตำบลใกล้เคียงฝั่งเมืองพระประแดง จนถึงปัจจุบันเติบโตจนเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดสมุทรปราการ นับเป็นตลาดใกล้กรุงที่มีสินค้าหลากหลายทั้งของกินของใช้ของฝากนานาชนิด จัดเป็นชุมชนที่มีทางเดินยาวกว่า 2 กิโลเมตร ขนานไปกับคลองซอยสายเล็ก ๆ ที่แตกแขนงจากแม่น้ำเจ้าพระยาเข้ามาในพื้นที่ทำการเกษตรของชาวบ้าน จัดจำหน่ายต้นไม้พันธุ์ ปลูกสวนผลไม้หลากชนิด และผลิตผลของชาวบ้าน เช่น มะพร้าวอ่อน มะม่วงน้ำดอกไม้ กล้วยหอม ชมพู่เมี่ยง ขนมหวานพื้นเมืองฝีมือนักสวน เช่น ขนมห้วย ขนมหก กล้วยแขก ม้าฮ่อ ขนมะม่วงทอง กาละแมวกวน ฝอยเงินที่ใช้ไขขาวต้มในน้ำเชื่อมรสหวานชุ่มคอ หมี่กรอบโบราณ ฯลฯ อาหารคาว เช่น ก๋วยเตี๋ยวหลอด ไส้กรอกโบราณ ห่อหมกหมู หอยทอดในถาดขนมครก ไก่สะเต๊ะ น้ำพริกต่าง ๆ พร้อมเลือกผักเคียงข้างจาน เช่น ผักกระถิน ผักบุ้ง ผักหนาม ผักตบชวดต่าง ๆ ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูปพืชผักให้รับประทานนอกฤดูกาล นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์รวมสินค้า OTOP ที่สร้างสรรค์จากคนในชุมชนบางน้ำผึ้งและตำบลใกล้เคียง ในจังหวัดสมุทรปราการ เช่น ดอกไม้เกล็ดปลา บ้านธูปสมุนไพร ผลิตภัณฑ์จากทะเลอย่างกุ้งแห้ง กะปิ หอยดอง ภาพประดิษฐ์จากกระป๋อง ของตกแต่งบ้าน – ดอกหญ้าหลากสี โมบาย ลูกดินเบ็ดรูปร่างแปลกตา เป็นต้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงต้นทุนและ ผลตอบแทน ของผู้ประกอบการค้าขายในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
2. เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ในการอยู่รอดของผู้ค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
3. เพื่อศึกษาถึงผลที่เกิดจากการจัดบันทึกการขายการค้าของผู้ค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

บททวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎี 7 P
2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชีต้นทุน
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ พฤติกรรมของผู้บริโภค
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบัญชีครัวเรือน

1. ทฤษฎี 7 P หรือทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด

Kotler (1997) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมทางการตลาดจะมี เพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาเมื่อมีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

(People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชีต้นทุน

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย ความหมายของต้นทุน การจำแนกต้นทุนตามความสัมพันธ์กับระดับของกิจกรรม และการจำแนกต้นทุนตามลักษณะของ การวิเคราะห์ปัญหาเพื่อการตัดสินใจ แบ่งเป็นต้นทุนการจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรมของต้นทุน คือ

ต้นทุน (Cost) คือ จำนวนเงิน หรือภาระผูกพันที่จะต้องจ่ายในอนาคต เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ต่อไป ต้นทุนอาจเป็นสินทรัพย์ หรือค่าใช้จ่าย ต้นทุนนั้นอาจก่อให้เกิดประโยชน์ทันทีหรือให้เกิดประโยชน์ในภายหลัง ถ้าก่อให้เกิดประโยชน์ทันทีต้นทุนจะถือเป็นค่าใช้จ่าย ถ้าประโยชน์เกิดขึ้นภายหลังต้นทุนจะถือเป็นสินทรัพย์ การจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรมของต้นทุน ได้แบ่งไว้ดังต่อไปนี้

ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) หมายถึง ต้นทุนที่คงที่ตลอดเวลา ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามระดับของปริมาณการผลิตหรือขาย

ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) หมายถึง ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงไปตามระดับปริมาณการผลิตหรือขาย

3. แนวคิดในการจัดการแผนการลดรายจ่าย

จากการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ได้มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวถึง ความหมายของคำว่าพฤติกรรม (Behavior) และพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ไว้หลาย ความหมาย ได้แก่

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคทำการค้น หาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขาและ พฤติกรรมผู้บริโภค ยังหมายถึง การตัดสินใจและการกระทำของคนที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีอยู่ก่อนแล้ว และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว ประเด็นสำคัญของคำจำกัดความข้างต้นคือ กระบวนการตัดสินใจที่มีมาก่อนแล้ว กล่าวคือ ลักษณะของการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้บริโภค ในขณะที่ขณะนั้นผู้บริโภคอาจจะมีกระบวนการทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยาต่างๆ ที่มีส่วนในการสร้างสมและขัดเกลาทัศนคติและ ค่านิยมของเขาอยู่ก่อนแล้ว สิ่งที่มีมาอยู่ก่อนแล้วนั้นจะมีส่วนและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและ จากการศึกษารวบรวมโดยทั้งหมดของกระบวนการของพฤติกรรมนั้น จะทำให้เราทราบว่าทำไม ผู้บริโภคจึงปฏิบัติเช่นนั้น

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับบัญชีครัวเรือน

การพัฒนาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง คือ การพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลางและความไม่ประมาท โดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว ตลอดจนใช้ความรู้ ความรอบคอบ และคุณธรรม ประกอบการวางแผน การตัดสินใจและการกระทำ

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีหลักพิจารณาอยู่ 3 ส่วน ดังนี้

กรอบแนวคิด เป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลา และเป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัย และวิกฤต เพื่อความมั่นคงและความยั่งยืนของการพัฒนา

คุณลักษณะเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติตนได้ในทุกระดับโดยเน้นการปฏิบัติบนทางสายกลาง และการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน คำนึงถึงความพอเพียงจะต้องประกอบด้วย 3 คุณลักษณะ พร้อม ๆ กัน ดังนี้

ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไปโดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่นการผลิตและการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ

ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความพอเพียงนั้นจะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผลโดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ

การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นโดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ ต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ร้านค้าภายในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง 400 ร้านค้า กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยสูตรของทอโรยามาเน โดยมีค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 200 ร้านค้า

เครื่องมือการวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยกำหนดตัวแปรที่ได้จากการศึกษาจาก ทฤษฎี เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยวิเคราะห์ตัวแปร ลักษณะของเครื่องมือคือแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) สถานภาพ 4) ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม 5) ลักษณะของกิจการ 6) รายได้ต่อปีโดยประมาณของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากผู้ประกอบการค้าขาย การจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย การคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการอยู่รอดของผู้ประกอบการค้าขายในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

การเก็บข้อมูล เก็บข้อมูลโดยการสุ่มแบบบังเอิญ

สถิติการวิจัย ใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ Independent Sample t-Test

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ กลยุทธ์ความอยู่รอดของผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จากข้อมูล ของผู้ประกอบการจำนวน 200 ร้านค้า พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 135 คน (คิดเป็นร้อยละ 67.5) รองลงมา มีอายุ 36 ปี ขึ้นไป มีจำนวน 134 คน (คิดเป็นร้อยละ 67.0) ส่วนใหญ่มีสถานภาพแต่งงาน จำนวน 106 คน (คิดเป็นร้อยละ 35.0) และประเภทร้านค้าสินค้า OTOP และอื่นๆ จำนวน 87 ร้าน (คิดเป็นร้อยละ 43.5) ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ตั้งแต่ 7 ปี ขึ้นไป จำนวน 109 ร้าน (คิดเป็นร้อยละ 54.5) ผู้ประกอบการค้าส่วนใหญ่ทำเป็นอาชีพหลัก คิดเป็นจำนวน 105 ร้าน (คิดเป็นร้อยละ 52.5) และมีรายได้จากการกิจการเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 67 ร้าน (คิดเป็นร้อยละ 33) ค่าใช้จ่ายกิจการเฉลี่ยต่อเดือน 11,000 บาทขึ้นไป จำนวน 62 ร้าน (คิดเป็นร้อยละ 31.0) กำไรของกิจการเฉลี่ยต่อเดือนที่ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 60 ร้าน (คิดเป็นร้อยละ 30.0)

ตารางที่ 1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ประเด็นคำถาม	Mean	Std. Deviation	ระดับความสำคัญ	อันดับ
ท่านคิดว่าสินค้าของท่านมีความแตกต่างจากคู่แข่ง	4.13	0.91	มาก	2
สินค้าของท่านมีความจำเป็นต่อผู้บริโภค	3.80	0.98	มาก	5
ท่านมีสินค้าประเภทเดียวกันมากกว่า 1 ชนิด	3.90	1.01	มาก	4
สินค้าของท่านมีคุณภาพเทียบเท่าในห้างสรรพสินค้า	4.09	0.94	มาก	3
สินค้าของท่านเป็นสินค้าหายากและเก๋ไก๋	3.64	1.11	มาก	6
ท่านบริการลูกค้าด้วยความเต็มใจทุกครั้ง	4.57	0.73	มากที่สุด	1
	4.02	0.64	มาก	

จากตารางที่ 1 ผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.02, SD.=0.64) สำหรับในรายข้อ ได้แก่ การให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจทุกครั้งมาเป็นอันดับ 1 ($\bar{X}$ = 4.57, SD.=0.73) อันดับ 2 คือ สินค้าของท่านมีความแตกต่างจากคู่แข่ง ($\bar{X}$ = 4.13, SD.=0.91) และอันดับ 3 คือ สินค้ามีคุณภาพเทียบเท่าในห้างสรรพสินค้า ($\bar{X}$ = 4.09, SD.=0.94)

ตารางที่ 2 กลยุทธ์ด้านราคา

ประเด็นคำถาม	$\bar{X}$	S.D	ระดับความสำคัญ	อันดับ
ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าของท่าน	4.42	0.79	มากที่สุด	1
ราคาสินค้าของท่านถูกกว่าคู่แข่ง	4.00	0.97	มาก	3
ราคาสินค้าอยู่ในระดับที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อได้	4.41	0.81	มากที่สุด	2
สินค้าของท่านไม่จำเป็นต้องพึ่งการเทียบราคา	3.95	0.97	มาก	4
	4.19	0.64	มาก	

จากตารางที่ 2 ผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในด้านราคา ในภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.19, SD.=0.64) สำหรับในรายข้อ ได้แก่ ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้า ($\bar{X}$ = 4.42, SD.=0.79) อันดับ 2 คือ ราคาสินค้าอยู่ในระดับที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อได้ ($\bar{X}$ = 4.41, SD.=0.81) และอันดับ3 คือ ราคาสินค้าถูกกว่าคู่แข่ง ($\bar{X}$ = 4.00, SD.=0.97)

ตารางที่ 3 กลยุทธ์ด้านสถานที่

ประเด็นคำถาม	$\bar{X}$	S.D	ระดับความสำคัญ	อันดับ
ร้านค้าอยู่ในตำแหน่งที่ลูกค้ามองเห็นได้ง่าย	4.09	0.90	มาก	1
ตำแหน่งร้านค้าของท่านบริเวณนั้นไม่มีคู่แข่ง	3.92	1.08	มาก	3
ตำแหน่งที่ตั้งร้านค้าเหมาะสมกับสินค้าของท่านในบริเวณร้านค้าใกล้เคียง	3.96	0.95	มาก	2
ร้านค้าของท่านไม่จำเป็นต้องเลือกทำเล	3.40	1.08	มาก	5
มีการเลือกทำเลตามหลักฮวงจุ้ย	2.96	1.32	ปานกลาง	6
การตั้งสถานประกอบธุรกิจเป็นแหล่งวัตถุดิบและทรัพยากรธรรมชาติ	3.41	1.17	มาก	4
	3.62	0.78	มาก	

จากตารางที่ 3 ผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในด้านสถานที่ ในภาพรวม ในระดับ มาก ($\bar{X}$ = 3.62, SD.=0.78) สำหรับในรายข้อ ได้แก่ ร้านค้าอยู่ในตำแหน่งที่ลูกค้ามองเห็นได้ง่าย ($\bar{X}$ = 4.09, SD.=0.90) อันดับ 2 คือ ตำแหน่งที่ตั้งร้านค้าเหมาะสมกับสินค้าในบริเวณร้านค้าใกล้เคียง ($\bar{X}$ = 3.96, SD.=0.95) และอันดับ 3 คือ ตำแหน่งร้านค้าบริเวณนั้นไม่มีคู่แข่ง ($\bar{X}$ = 3.92, SD.=1.08)

ตารางที่ 4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

ประเด็นคำถาม	$\bar{X}$	S.D	ระดับความสำคัญ	อันดับ
การจัดทำป้ายร้านค้าทำให้ลูกค้ารู้จักร้านของท่านมากขึ้น	3.93	1.05	มาก	1
ท่านมีการลดราคาสินค้าหรือจัดทำรายการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดลูกค้า	3.81	1.11	มาก	2
มีของแถมหรือแถม ทำให้ลูกค้าประทับใจ	3.41	1.14	มาก	3
มีการสะสมแต้ม เพื่อเพิ่มยอดขาย	2.54	1.36	ปานกลาง	4
	3.42	0.88	มาก	

จากตารางที่ 4 ผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย ในภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.40, SD.=0.88) สำหรับในรายข้อ ได้แก่ การจัดทำป้ายร้านค้าทำให้ลูกค้ารู้จักร้านมากขึ้น ($\bar{X}$ = 3.93, SD.=1.05) อันดับ 2 คือ การลดราคาสินค้าหรือจัดทำรายการส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดลูกค้า ($\bar{X}$ = 3.81 , SD.=1.11) และ อันดับ 3 คือ มีของแถมหรือแถม ทำให้ลูกค้าประทับใจ ($\bar{X}$ = 3.41 , SD.=1.14)

ตารางที่ 5 กลยุทธ์ด้านบุคลากร

ประเด็นคำถาม	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความสำคัญ	อันดับ
ร้านค้าของท่าน เป็นที่รู้จักโดยการบอกต่อจากลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ	4.13	0.90	มาก	1
ท่านมีวิธีในการเรียกลูกค้าจากความสามารถส่วนตัวของท่าน	3.95	1.10	มาก	4
ท่านมีพนักงานขายที่เชี่ยวชาญ	3.71	1.27	มาก	5
พนักงานขายสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจในสินค้าและบริการ และสามารถปิดการขายได้เสมอ	4.10	1.08	มาก	2
ท่านมีบุคลากร หรือ ผู้ร่วมงานที่มีประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีเป็นที่ประจักษ์	4.01	0.99	มาก	3
	3.98	0.84	มาก	

จากตารางที่ 5 ผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในด้านบุคลากรในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.98, SD.=0.84) สำหรับในรายชื่อ ได้แก่ ร้านค้า เป็นที่รู้จักโดยการบอกต่อจากลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ ($\bar{X}$ = 4.13, SD.=0.90) อันดับ 2 คือ พนักงานขายสามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจในสินค้าและบริการ และสามารถปิดการขายได้เสมอ ($\bar{X}$ = 4.10, SD.=1.08) อันดับ 3 คือ มีบุคลากร หรือ ผู้ร่วมงานที่มีประสิทธิภาพในการทำงานที่ดีเป็นที่ประจักษ์ ($\bar{X}$ = 4.01, SD.=0.99)

ตารางที่ 6 กลยุทธ์ด้านกายภาพ

ประเด็นคำถาม	$\bar{X}$	S.D	ระดับความสำคัญ	อันดับ
ร้านค้าของท่านมีการจัดร้านค้ารูปแบบแปลกใหม่	3.67	1.01	มาก	4
การตกแต่งร้านค้าของท่านเป็นที่ดึงดูดลูกค้า	3.73	0.97	มาก	2
บรรยากาศในร้านของท่านทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ	3.68	0.97	มาก	3
ร้านค้าของท่านมีความสะอาด เป็นระเบียบเลือกหาง่าย	4.04	0.92	มาก	1
	3.78	0.84	มาก	

จากตารางที่ 6 ผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในด้านกายภาพในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.78, SD.=0.84) สำหรับในรายชื่อ ได้แก่ ร้านค้ามีความสะอาด เป็นระเบียบเลือกหาง่าย ($\bar{X}$ = 4.04, SD.=0.92) อันดับ 2 คือ การตกแต่งร้านค้าเป็นที่ดึงดูดลูกค้า ($\bar{X}$ = 3.73, SD.=0.97) และอันดับ 3 คือ บรรยากาศในร้านทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ($\bar{X}$ = 3.68, SD.=0.97)

ตารางที่ 7 กลยุทธ์ด้านกระบวนการ

ประเด็นคำถาม	$\bar{X}$	S.D	ระดับความสำคัญ	อันดับ
มีการจัดระบบในการขาย สำหรับลูกค้าจำนวนมากๆ	3.85	1.01	มาก	2
ร้านค้าของท่านมีพื้นที่เพียงพอในการรองรับลูกค้า	3.87	0.99	มาก	1
มีการแจกคิว เพื่อจัดระเบียบลูกค้า	2.82	1.40	ปานกลาง	6
มีการส่งจอง หรือ พรีออเดอร์ไว้ล่วงหน้า	3.31	1.42	ปานกลาง	5
มีบริการจัดส่งให้ลูกค้าทุกช่องทาง	3.46	1.45	มาก	4
มีระบบการรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า เอาใจใส่แก้ปัญหาจริงใจ	3.60	1.22	มาก	3
	3.48	0.91	มาก	

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

จากตารางที่ 7 ผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในด้านกระบวนการในภาพรวมระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.48, SD.=0.91) สำหรับในรายข้อ ได้แก่ ร้านค้ามีพื้นที่เพียงพอในการรองรับลูกค้า ($\bar{X}$ = 3.87, SD.=0.99) อันดับ 2 คือ การจัดระบบในการขาย สำหรับลูกค้าจำนวนมาก ($\bar{X}$ = 3.85, SD.=1.01) และอันดับ 3 คือ มีระบบการรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า เอาใจใส่แก้ปัญหาจริงใจ ($\bar{X}$ = 3.60, SD.=1.22)

ตารางที่ 8 ความคิดเห็นด้านการจัดบัญชีทางธุรกิจ

ประเด็นคำถาม	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
การจัดทำบัญชีส่งผลให้ท่านทราบถึงรายละเอียดของรายได้และค่าใช้จ่าย	3.87	1.15	มาก	3
ขั้นตอนการทำบัญชีมีความยุ่งยาก ท่านคิดว่าไม่จำเป็น	3.22	1.26	ปานกลาง	4
การจัดทำบัญชีความยุ่งยาก ท่านคิดว่าจำเป็น	3.96	1.07	มาก	1
การจัดทำบัญชี มีความจำเป็นต่อกิจการของท่าน	3.93	1.04	มาก	2
	3.84	0.89	มาก	

จากตารางที่ 8 ผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดบัญชีทางธุรกิจในภาพรวมระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.84, SD.=0.89) สำหรับในรายข้อ ได้แก่ การจัดทำบัญชีความยุ่งยาก ท่านคิดว่าจำเป็น ($\bar{X}$ = 3.96, SD.=1.07) อันดับ 2 คือ การจัดทำบัญชี มีความจำเป็นต่อกิจการ ($\bar{X}$ = 3.93, SD.=1.04) และอันดับ 3 คือ การจัดทำบัญชีส่งผลให้ท่านทราบถึงรายละเอียดของรายได้และค่าใช้จ่าย ($\bar{X}$ = 3.87, SD.=1.15)

ตารางที่ 9 ความคิดเห็นด้านการคิดต้นทุนการประกอบการ

ประเด็นคำถาม	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
การจัดทำบัญชีสามารถให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ในการเพิ่มรายได้ ลดค่าใช้จ่ายท่าน	4.19	.85	มาก	3
การกำหนดราคาสินค้าขึ้นอยู่กับจำนวนมูลค่าที่ลงทุนต่อสินค้านั้นๆ	4.19	.87	มาก	2
การเลือกราคาสินค้าที่ท่านจะนำมาขายมีผลต่อการกำหนดราคาสินค้า	4.20	.78	มาก	1
การจัดทำต้นทุนสินค้าทำให้ท่านกำหนดราคาขายสินค้าที่สามารถสู้คู่แข่งได้	4.12	.83	มาก	4
	4.17	0.73	มาก	

จากตารางที่ 9 ผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการคิดต้นทุนการประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17, SD.=0.73) สำหรับในรายข้อ ได้แก่ การเลือกราคาสินค้าที่ท่านจะนำมาขายมีผลต่อการกำหนดราคาสินค้า ($\bar{X}$ = 4.20, SD.=0.78) อันดับ 2 คือ การกำหนดราคาสินค้าขึ้นอยู่กับจำนวนมูลค่าที่ลงทุนต่อสินค้านั้นๆ ($\bar{X}$ = 4.19, SD.=0.87) และอันดับ 3 คือ การจัดทำบัญชีสามารถให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ในการเพิ่มรายได้ ลดค่าใช้จ่าย ($\bar{X}$ = 4.19, SD.=0.85)

ตารางที่ 10 ความคิดเห็นด้านการลดรายจ่ายส่วนตัว

ประเด็นคำถาม	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
ท่านมีวิธีการลดค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของท่านโดยตลาดซื้อตลาดใช้	4.16	0.86	มาก	2
ท่านลดค่าใช้จ่ายในการตลาดใช้รักษาของที่ใช้ในการทำงานให้อยู่ทน	4.13	0.86	มาก	3
การลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ไม่จำเป็นส่งผลต่อความเป็นอยู่ของท่าน	4.11	0.92	มาก	4
ท่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับแผนการลดรายจ่ายมากหรือน้อยเพียงใด	3.93	0.92	มาก	5
การลดค่าใช้จ่ายสามารถทำให้ท่านมีเงินเก็บออมและลดความเสี่ยงต่อการดำเนินชีวิต	4.16	0.89	มาก	1
	4.10	0.73	มาก	

จากตารางที่ 10 ผู้ประกอบการค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการลดรายจ่ายส่วนตัวในภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10, SD.=0.73) สำหรับในรายข้อ ได้แก่การลดค่าใช้จ่ายสามารถทำให้มีเงินเก็บออมและลดความเสี่ยงต่อการดำเนินชีวิต ($\bar{X}$ = 4.16, SD.=0.89) อันดับ 2 คือ ผู้ประกอบการมีวิธีการลดค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันของท่านโดยลดค่าใช้จ่ายซื้อลดใช้ ($\bar{X}$ = 4.16, SD.=0.86) และอันดับ 3 คือการลดค่าใช้จ่ายในการตลาดใช้รักษาของที่ใช้อยู่ในการทำงานให้อยู่ทน ($\bar{X}$ = 4.13, SD.=0.86)

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อหาความแตกต่างของกลยุทธ์การตลาดด้านสถานที่ของผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเป็นอาชีพหลัก และอาชีพเสริม

อาชีพ		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
กลยุทธ์การตลาดด้านสถานที่	อาชีพหลัก	105	3.57	0.87	.085
	อาชีพเสริม	93	3.69	0.66	.068

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
กลยุทธ์การตลาดด้านสถานที่	Equal variances assumed	9.143	0.003	-1.156	196	.249	-0.12847	.011116
	Equal variances not assumed			-1.175	191.726	.242	-0.12847	0.10936

จากตารางที่ 11 การวิเคราะห์ Independent Sample t-Test โดยมีสมมติฐานว่า การเลือกทำธุรกิจในตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นอาชีพหลัก หรืออาชีพเสริม ซึ่งมีความแตกต่างกัน มีกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านสถานที่ คือการเลือกทำเลการตั้งร้านค้าต่างกันหรือไม่ ผลการวิเคราะห์พบว่า ถ้าดูจากค่า Sig มีความแตกต่างกัน (Sig = 0.003)

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ในการอยู่รอดของผู้ประกอบการค้าตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงองค์ประกอบด้านการตลาด โดยนำเอาทฤษฎีทางการตลาด 7P มาศึกษา โดยมองว่า ตลาดน้ำ มีองค์ประกอบทั้งด้านการขายผลิตภัณฑ์ และการให้บริการที่เป็นสิ่งดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เส้นผ่าของตลาดน้ำอยู่ที่สินค้าเป็นลักษณะสินค้าที่พัฒนามาจากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น หรือ OTOP รวมทั้งเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของคนเมือง ซึ่งเป็นกระแสของความนิยมในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามการแข่งขันที่สูงขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึงการสร้างกลยุทธ์ในการอยู่รอดของผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยขอเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการค้าในตลาด จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 135 คน (คิดเป็นร้อยละ 67.5) มีอายุ 36 ปีขึ้นไป มีจำนวน 134 คน (คิดเป็นร้อยละ 67.0) ส่วนใหญ่มีสถานภาพแต่งงาน จำนวน 106 คน (คิดเป็นร้อยละ 35.0) และประเภทร้านค้าสินค้า OTOP และอื่นๆ จำนวน 87 ร้าน (คิดเป็นร้อยละ 43.5) ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ตั้งแต่ 7 ปีขึ้นไป จำนวน 109 ร้าน (คิดเป็นร้อยละ 54.5) ผู้ประกอบการค้าส่วนใหญ่ทำเป็นอาชีพหลัก คิดเป็นจำนวน 105 ร้าน (คิดเป็นร้อยละ 52.5) และมีรายได้จากการกิจการเฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 67 ร้าน (คิดเป็นร้อยละ 33.) ค่าใช้จ่ายกิจการเฉลี่ยต่อเดือน 11,000 บาทขึ้นไป จำนวน 62 ร้าน (คิดเป็นร้อยละ 31.0) กำไรของกิจการเฉลี่ยต่อเดือนที่ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 60 ร้าน (คิดเป็นร้อยละ 30.0) ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ และด้านการทำบัญชีในภาพรวมดังนี้คือ

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลยุทธ์แต่ละด้าน

	$\bar{X}$	S.D	ระดับความสำคัญ	อันดับ
กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์	4.02	0.64	มาก	4
กลยุทธ์ด้านราคา	4.19	0.64	มาก	1
กลยุทธ์ด้านสถานที่	3.62	0.78	มาก	8
กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย	3.42	0.88	มาก	10
กลยุทธ์ด้านบุคลากร	3.98	0.84	มาก	5
กลยุทธ์ด้านกายภาพ	3.78	0.84	มาก	6
กลยุทธ์ด้านกระบวนการ	3.48	0.91	มาก	9
ด้านการจัดบัญชีธุรกิจ	3.74	0.89	มาก	7
ด้านการคิดต้นทุนการประกอบการ	4.17	0.73	มาก	2
ด้านการลดรายจ่ายส่วนตัว	4.10	0.73	มาก	3

จากตารางที่ 13 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาพบว่า ผู้ประกอบการค้าตลาดน้ำบางน้ำผึ้งให้ความสำคัญกับ กลยุทธ์ในด้าน การกำหนดราคาสินค้าเป็นอันดับ 1 ($\bar{X}$ = 4.19, SD.=0.64) รองลงมาคือ ด้านการคิดต้นทุนการประกอบการ ($\bar{X}$ = 4.17, SD.=0.73) และลำดับถัดมาคือ การลดรายจ่ายส่วนตัว ($\bar{X}$ = 4.10, SD.=0.73) ซึ่งมีความสอดคล้องกัน โดยพิจารณาในปัจจัยด้านของตัวเงินทั้งด้าน รายได้ และรายจ่าย ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการเห็นว่าปัจจัยสำคัญในการแข่งขัน

สรุป

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ในการอยู่รอดของผู้ประกอบการค้าตลาดน้ำบางน้ำผึ้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยไปเผยแพร่แก่ ผู้ประกอบการค้าเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อให้ได้รู้ถึงประโยชน์ในการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายของพ่อค้าแม่ค้าในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ทราบถึงผลตอบแทนในการค้าขาย และได้เรียนรู้ถึงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการค้าขายในตลาดเพื่อการอยู่รอด

ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้คือ

1. ศึกษากลยุทธ์การอยู่รอดของผู้ประกอบการค้าในตลาดนัดซึ่งเป็นวิถีชีวิตของคนเมืองในปัจจุบัน
2. ศึกษากลยุทธ์การอยู่รอดของผู้ประกอบการค้าโดยพิจารณาในปัจจัยด้านกลยุทธ์การแข่งขัน เช่น การศึกษาตามทฤษฎี

ของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ธัญชนก นิลมณีและคณะ. (2558). การศึกษาพฤติกรรมและสภาพปัญหาการจัดทำบัญชีครัวเรือนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดปัญหาหนี้สินของเกษตรกรจังหวัดปราจีนบุรี. งานวิจัยในชั้นเรียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พชรดา มงคงนาคูณ. (2555). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.
- วรรณมน จันทิษฐ์. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษากรณีตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อัมพล ชูสนุก และธนิดา ทิมทอง. (2555). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ต่อคุณค่าตราสินค้า ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้า บริษัท ทรูมูฟ จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์, 7 (2): 15-32.

ผลกระทบของการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่มีต่อความสำเร็จ ในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี

The Effects of Potentiality of Accounting Operations of Accountants in Small and Medium Enterprise (SMEs) in Chanthaburi Province

ศิริวรรณ สุขประเสริฐ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี¹

ปราโมทย์ ถวิลรักษ์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี²

มลฤดี วัฒนอังกูร, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี³

Email: sukprasert252@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี เพื่อศึกษาความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี และเพื่อทดสอบผลกระทบของการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี จำนวน 265 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test (ANOVA และ MANOVA) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า นักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน อยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ด้านจรรยาบรรณ ($\bar{X} = 4.21$) รองลงมา คือ ด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพ ($\bar{X} = 4.12$) ด้านเจตคติ ($\bar{X} = 4.09$) ด้านทักษะทางวิชาชีพ ($\bar{X} = 3.89$) และด้านความรู้ในวิชาชีพ ($\bar{X} = 3.80$) ตามลำดับ และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน อยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ด้านกระบวนการภายใน ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมา คือ ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 3.96$) ด้านการเงิน ($\bar{X} = 3.94$) และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า ศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี ด้านความรู้ในวิชาชีพ ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านเจตคติ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านการเงิน สำหรับศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชี ด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพ และด้านจรรยาบรรณ ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม

คำสำคัญ: ศักยภาพการปฏิบัติงาน, ความสำเร็จในการดำเนินงาน, ธุรกิจ SMEs

ABSTRACT

The research aimed to study the effects of potentiality of accounting operations of accountants in small and medium enterprise (SMEs) in Chanthaburi province. This research studied the success in accounting operations and examined the effect of improving potentiality of accounting operations of accountants in SMEs in Chanthaburi province. The participants of the study were 265 accountants of SMEs in Chanthaburi. Questionnaire was applied

¹ หลักสูตรบัญชีบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี

² หลักสูตรบัญชีบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี

³ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี

for collecting the data. The statistics used were mean, standard deviation, t-test, F-test, ANOVA, MANOVA, multiple correlation analysis, and canonical correlation analysis.

The result finds the agreement about potentiality of accounting operations of accountants is great ($\bar{X} = 4.02$). The first aspect is the code of ethics ($\bar{X} = 4.21$). The second aspect is professional values ($\bar{X} = 4.12$). Next, it's attitude ($\bar{X} = 4.09$). The fourth aspect is the professional skills ($\bar{X} = 3.89$). In addition, the last aspect is professional knowledge ($\bar{X} = 3.80$) respectively. The agreement about the success in operation of SMEs in Chanthaburi province is great ($\bar{X} = 3.94$). The first aspect is internal process ($\bar{X} = 4.00$). The second aspect is customers ($\bar{X} = 3.96$). The next aspect is finance ($\bar{X} = 3.94$). The last aspect is learning and developing ($\bar{X} = 3.85$) respectively.

The analysis of relationship and effect reveals the potentiality of accounting operations of accountants in SMEs in Chanthaburi province in professional knowledge, professional skills, and attitude have positive relationship and effect to the success in accounting operations. Customers, internal process, learning and developing and finance have positive relationship and effect to accounting operations of accountants. Professional values and the code of ethics have no relationship to the success in operation.

Keywords : Potentiality of Operations, The Success in Operations, SMEs

บทนำ

หลังจากเกิดภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 กระแสนิยมในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Sized Enterprises: SMEs) เกิดขึ้นอย่างมาก ทำให้รัฐบาลและภาคเอกชนได้เล็งเห็นความสำคัญและบทบาทของกลุ่มธุรกิจนี้ในการสร้างความมั่นคงของฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ SMEs โดยรัฐบาลได้ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจ SMEs ในทุกๆ ด้าน เช่น การอบรม ให้คำแนะนำ ช่วยแก้ไขปัญหา รับปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับการจัดตั้งและบริหารจัดการ เป็นต้น โดยมีการกำหนดแนวนโยบายอย่างเป็นแบบแผนและสร้างหน่วยงานสนับสนุนอย่างเต็มที่ด้วยความหวังจะให้ธุรกิจ SMEs ช่วยลดภาวะเศรษฐกิจของชาติให้พ้นวิกฤตและช่วยพัฒนารากฐานอันมั่นคงให้แก่ประชาชนส่วนรวมได้ในระยะยาว ส่งผลให้ปัจจุบันธุรกิจ SMEs มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมไทยอย่างมาก เนื่องจาก เป็นธุรกิจที่สร้างมูลค่าแก่ระบบเศรษฐกิจอย่างมหาศาลทั้งในแง่ของการสร้างงาน สร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างรายได้ ตลอดจนมีบทบาทหลากหลายทั้งการเป็นผู้ผลิต ผู้กระจายสินค้า และผู้ให้บริการ ที่ผ่านมาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Sized Enterprises: SMEs) ยังขาดการพัฒนาในเชิงการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการประกอบการ การตลาด ระบบการบริหารจัดการ เงินทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ และการพัฒนาทักษะบุคลากร ทำให้ขาดความสามารถและศักยภาพในการแข่งขัน โดยเฉพาะปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตอย่างรวดเร็ว ธุรกิจ SMEs ต้องเผชิญและฝ่าฟันกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ยุ่งยากซับซ้อน และการแข่งขันที่รุนแรง ทั้งจากภายในประเทศและระดับโลก รวมถึงการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารที่เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อกระบวนการดำเนินงาน การบริหารจัดการของธุรกิจ SMEs

การพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี เป็นการนำเอาความสามารถที่ซ่อนเร้นภายในร่างกายมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการผสมผสานระหว่างข้อมูลทางด้านตัวเลขทางการบัญชี ความรู้ ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานที่มีความพยายาม และมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานให้ดีที่สุด เพื่อให้ได้มาซึ่งคุณภาพของงานที่ดีที่สุด พฤติกรรมด้านความสามารถที่มีอยู่ในร่างกายของแต่ละบุคคลจะแสดงออกเมื่อได้รับโอกาสให้แสดงศักยภาพของตนเอง ในปัจจุบันการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการพัฒนาบุคคล มีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมความพร้อมให้บุคคลมีคุณสมบัติ มีความสามารถ และมีศักยภาพในการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า มีความคิด และมีศักยภาพในตนเอง มีความแตกต่างกันทั้งทางด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านคุณค่า และด้านเจตคติ มีความสามารถในการปฏิบัติงาน และผลที่ได้รับจากการปฏิบัติงานแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาแล้วนั้น ผลจากการปฏิบัติงานจะสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพและกระบวนการปฏิบัติงานของบุคคล หากสามารถวิเคราะห์ได้ว่าบุคคลใดมีศักยภาพมากน้อยเพียงใด มีผลการปฏิบัติงานเป็นเช่นไร ก็จะสามารถที่จะดำเนินการพัฒนาหรือดึงศักยภาพของแต่ละบุคคลออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่วางไว้ได้ (เพ็ญจันทร์ สังข์แก้ว, 2549) ดังนั้นองค์ประกอบของการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี ได้แก่ ความรู้ในวิชาชีพ (Knowledge) ทักษะทางวิชาชีพ (Skills) คุณค่าแห่งวิชาชีพ (Professional Values) และเจตคติ (Attitudes) (ชัยรินทร์ วีระสวณิษฐ์, 2548) ดังนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดของการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี จะสามารถช่วยให้ผู้ทำบัญชีและหน่วยงานหรือองค์กรเกิดความมั่นใจว่าจะสามารถทำงานได้อย่างมั่นคง มีความรู้สึกดี และมีความพึงพอใจ จนสามารถพัฒนาเป็นความจงรักภักดีและความผูกพันต่อหน่วยงานหรือองค์กรในที่สุด (อาภรณ์ ภูววิทยพันธุ์, 2552) ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน เนื่องจากส่งผลให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถเกิดประโยชน์ต่อตนเองและต่อหน่วยงานและองค์กรได้อีกด้วย

ความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการประกอบการ จึงต้องอาศัยปัจจัยด้านทรัพยากรบุคคลเป็นหลักสำคัญ ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจ SMEs สามารถประสบความสำเร็จหรือมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น ศักยภาพการทำงานของบุคลากรในองค์กรจะเป็นปัจจัยหลักในการนำพาผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ไปสู่เป้าหมาย และบรรลุตามวัตถุประสงค์ ทุกฝ่ายจึงจำเป็นต้องร่วมมือร่วมใจกันปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ และใช้ความรู้จากประสบการณ์ การเรียนรู้ภายในองค์กรและจากภายนอกองค์กรมาช่วยในการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน นักบัญชีคือส่วนหนึ่งของกำลังสำคัญในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ซึ่งสามารถช่วยให้องค์กรได้รับข้อมูลข่าวสาร โดยการผสมผสานกันระหว่างข้อมูลทางด้านตัวเลขและข้อมูลทางด้านบริหาร เพื่อนำเสนอรายงานทางการเงินและผลการดำเนินงานทางการเงินที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ มีความถูกต้องและทันเหตุการณ์ ดังนั้น นักบัญชีจึงมีส่วนสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจ SMEs สามารถดำเนินงานในด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา (พสุ เทชะรินทร์, 2546) ได้รับความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ ตลอดจนสามารถเจริญเติบโตอยู่รอดและมั่นคง

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาผลกระทบของการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการเงินที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการเงินของนักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี เพื่อศึกษาความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี และเพื่อทดสอบผลกระทบของการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการเงินที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs และใช้ในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ ในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการเงินของนักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อทดสอบผลกระทบของการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการเงินที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย คือ นักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย คือ นักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน คณะผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้สูตรของ W. G. Cochran ใช้สัดส่วนตามที่ยอมรับทั่วไป คือ กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 5% รายละเอียดการคำนวณตามสูตรดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ	n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
	p	แทน	สัดส่วนของประชากรที่ต้องการ (0.7)
	Z	แทน	ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด
	e	แทน	ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96

คณะผู้วิจัยต้องการสุ่มตัวอย่างเป็น 70% หรือ 0.70 จากประชากรทั้งหมด ต้องการระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับค่าความเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ 0.05 ของขนาดกลุ่มตัวอย่าง คำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าสูตร} \\ n &= \frac{0.70(1-0.70)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ n &= 322.69 \text{ หรือ } 323 \text{ คน} \end{aligned}$$

จากการคำนวณ ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 323 คน เพื่อให้การสำรวจเกิดความสมบูรณ์และความน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็น จำนวน 350 คน

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ องค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี

ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เดือนสิงหาคม – กันยายน 2559

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย รูปแบบธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาในการดำเนินงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปี

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี โดยครอบคลุมเนื้อหา 5 ด้าน คือ ความรู้ในวิชาชีพ ทักษะทางวิชาชีพ คุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณ และเจตคติ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี โดยครอบคลุมเนื้อหา 4 ด้าน คือ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา และด้านการเงิน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชี และความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำผลการศึกษาตามข้อ 1 มาสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ตอน โดยพิจารณาถึงรายละเอียดให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาตรวจสอบเพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษา และครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย และขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

5. การทดสอบแบบสอบถาม

5.1 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try – out) กับนักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

5.2 การหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งศักยภาพการปฏิบัติงาน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.779 – 0.806 และความสำเร็จในการดำเนินงาน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.795 – 0.815

5.3 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability Test) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม .804

6. นำผลที่ได้รับจากการตรวจสอบคุณภาพ และแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญอีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ แล้วจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 350 ฉบับ พร้อมกับตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน และความสมบูรณ์ เพื่อเตรียมนำส่งทางไปรษณีย์ และจัดเก็บด้วยตนเอง

2. ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ฉบับ เมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2559 โดยแนบซองจดหมายตอบกลับไปพร้อมกับแบบสอบถาม เพื่อขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือตอบกลับทางไปรษณีย์ภายใน 15 วัน นับจากได้รับแบบสอบถาม และจัดเก็บด้วยตนเอง จำนวน 250 ฉบับ

3. เมื่อครบตามระยะเวลา 15 วัน ได้รับจดหมายตอบกลับมา จำนวน 18 ฉบับ และมีจดหมายติดกลับ จำนวน 5 ฉบับ หลังจากนั้นจนถึงวันที่ 30 กันยายน 2559 ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาเพิ่มอีก จำนวน 14 ฉบับ รวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา จำนวน 32 ฉบับ รวมระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์ 60 วัน
4. การจัดเก็บด้วยตนเอง ผู้วิจัยได้เริ่มจัดเก็บ เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2559 จนถึงวันที่ 30 กันยายน 2559 จำนวน 250 ฉบับ ได้รับกลับคืนมา จำนวน 233 ฉบับ รวมระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลด้วยตนเอง 42 วัน
5. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับทั้ง 265 ฉบับ ซึ่งมีแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์ จำนวน 265 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 75.71 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2001) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้
6. นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยแบ่งได้ดังนี้

- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของนักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
- ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
- ตอนที่ 3-4 การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชี และความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคุมการบรรยายและสรุปผลการดำเนินการวิจัย ซึ่งกำหนดให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้ 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้ 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้ 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้ 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้ 1 คะแนน

แล้วหาค่าเฉลี่ยของแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 5-6 เปรียบเทียบศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชี และความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาในการดำเนินงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปี โดยใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) และโดยใช้การทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One – Way Analysis of Variance: ANOVA) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนหลายตัวแปร (Multivariate Analysis of Variance: MANOVA)

ตอนที่ 7 ทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชี และความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่
 - 1.1 ร้อยละ (Percentage)
 - 1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)
 - 1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ
 - 2.1 การหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation
 - 2.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของแบบสอบถาม ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)
3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่
 - 3.1 t-test
 - 3.2 F – test (ANOVA และ MANOVA)
 - 3.3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis)
 - 3.4 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	60	22.64
1.2 หญิง	205	77.36
รวม	265	100.00
2. อายุ		
2.1 น้อยกว่า 30 ปี	79	29.81
2.2 30 - 35 ปี	89	33.59
2.3 36 - 40 ปี	52	19.62
2.4 มากกว่า 40 ปี	45	16.98
รวม	265	100.00
3. สถานภาพ		
3.1 โสด	111	41.89
3.2 สมรส	151	56.98
3.3 หม้าย/หย่าร้าง	3	1.13
รวม	265	100.00
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ปริญญาตรี หรือต่ำกว่า	196	73.96
4.2 สูงกว่าปริญญาตรี	69	26.04
รวม	265	100.00
5. ประสบการณ์ในการทำงาน		
5.1 น้อยกว่า 3 ปี	49	18.49
5.2 3 - 6 ปี	89	33.59
5.3 7 - 10 ปี	78	29.43
5.4 มากกว่า 10 ปี	49	18.49
รวม	265	100.00

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
6.1 ต่ำกว่า 15,000 บาท	68	25.66
6.2 15,000 – 20,000 บาท	61	23.02
6.3 20,001 – 25,000 บาท	65	24.53
6.4 มากกว่า 25,000 บาท	71	26.79
รวม	265	100.00
7. ตำแหน่งงานในปัจจุบัน		
7.1 ผู้จัดการฝ่ายบัญชี	44	16.60
7.2 หัวหน้าฝ่ายบัญชี	50	18.87
7.3 พนักงานบัญชี	153	57.74
7.4 อื่นๆ (ระบุ) เช่น เจ้าของกิจการ, ฝ่ายการเงิน	18	6.79
รวม	265	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 77.36) อายุ 30-35 ปี (ร้อยละ 33.59) รองลงมา อายุน้อยกว่า 30 ปี (ร้อยละ 29.81) สถานภาพ สมรส (ร้อยละ 56.98) ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 73.96) ประสบการณ์ในการทำงาน 3-6 ปี (ร้อยละ 33.59) รองลงมา 7-10 ปี (ร้อยละ 29.43) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท (ร้อยละ 26.79) รองลงมา ต่ำกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 25.66) และตำแหน่งงานในปัจจุบัน พนักงานบัญชี (ร้อยละ 57.74) รองลงมา หัวหน้าฝ่ายบัญชี (ร้อยละ 18.87)

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วย รูปแบบธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ ทุนจดทะเบียน ระยะเวลาในการดำเนินงาน และรายได้เฉลี่ยต่อปี

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์กรธุรกิจ SMEs	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบธุรกิจ		
1.1 ห้างหุ้นส่วน	129	48.68
1.2 บริษัท	136	51.32
รวม	265	100.00
2. ประเภทของธุรกิจ		
2.1 ธุรกิจการผลิต	26	9.81
2.2 ธุรกิจการค้า	58	21.89
2.3 ธุรกิจการบริการ	181	68.30
รวม	265	100.00
3. ทุนจดทะเบียน		
3.1 ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	40	15.09
3.2 1,000,000 – 2,000,000 บาท	110	41.51
3.3 2,000,001 – 3,000,000 บาท	55	20.76
3.4 3,000,001 – 5,000,000 บาท	60	22.64
รวม	265	100.00
4. ระยะเวลาในการดำเนินงาน		
4.1 น้อยกว่า 5 ปี	29	10.94
4.2 5 – 10 ปี	106	40.00
4.3 11 – 15 ปี	71	26.79
4.4 มากกว่า 15 ปี	59	22.27
รวม	265	100.00

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับองค์กรธุรกิจ SMEs	จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้เฉลี่ยต่อปี		
5.1 ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	24	9.06
5.2 1,000,000 – 2,000,000 บาท	97	36.60
5.3 2,000,001 – 3,000,000 บาท	81	30.57
5.4 มากกว่า 3,000,000 บาท	63	23.77
รวม	265	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า องค์กรธุรกิจ SMEs ส่วนใหญ่มีรูปแบบธุรกิจเป็นบริษัท (ร้อยละ 51.32) ประเภทของธุรกิจ ธุรกิจบริการ (ร้อยละ 68.30) รองลงมา ธุรกิจการค้า (ร้อยละ 21.89) ทุนจดทะเบียน 1,000,000 – 2,000,000 บาท (ร้อยละ 41.51) รองลงมา 3,000,001 – 5,000,000 บาท (ร้อยละ 22.64) ระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 – 10 ปี (ร้อยละ 40.00) รองลงมา 11 – 15 ปี (ร้อยละ 26.79) และรายได้เฉลี่ยต่อปี 1,000,000 – 2,000,000 บาท (ร้อยละ 36.60) รองลงมา 2,000,001 – 3,000,000 บาท (ร้อยละ 30.57)

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี โดยรวมและเป็นรายด้าน

ศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ความรู้ในวิชาชีพ	3.80	0.69	มาก
2. ทักษะทางวิชาชีพ	3.89	0.70	มาก
3. คุณค่าแห่งวิชาชีพ	4.12	0.65	มาก
4. จรรยาบรรณ	4.21	0.62	มาก
5. เจตคติ	4.09	0.59	มาก
โดยรวม	4.02	0.65	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า นักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับศักยภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน อยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ จรรยาบรรณ ($\bar{X} = 4.21$) รองลงมา คือ คุณค่าแห่งวิชาชีพ ($\bar{X} = 4.12$) เจตคติ ($\bar{X} = 4.09$) ทักษะทางวิชาชีพ ($\bar{X} = 3.89$) และความรู้ในวิชาชีพ ($\bar{X} = 3.80$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี

ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านลูกค้า	3.96	0.64	มาก
2. ด้านกระบวนการภายใน	4.00	0.64	มาก
3. ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	3.85	0.70	มาก
4. ด้านการเงิน	3.94	0.69	มาก
โดยรวม	3.94	0.67	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า นักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน อยู่ในระดับมากอันดับแรก คือ ด้านกระบวนการภายใน ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมา คือ ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 3.96$) ด้านการเงิน ($\bar{X} = 3.94$) และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีกับความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี

ตัวแปร	ความสำเร็จในการดำเนินงาน	ความรู้ในวิชาชีพ	ทักษะทางวิชาชีพ	คุณค่าแห่งวิชาชีพ	จรรยาบรรณ	เจตคติ
$\bar{X}$	3.74	3.80	3.88	4.12	4.21	4.09
S.D.	0.41	0.55	0.56	0.51	0.46	0.44
ความสำเร็จในการดำเนินงาน		0.567*	0.578*	0.425*	0.424*	0.572*
ความรู้ในวิชาชีพ			0.730*	0.492*	0.386*	0.410*
ทักษะทางวิชาชีพ				0.504*	0.443*	0.484*
คุณค่าแห่งวิชาชีพ					0.729*	0.434*
จรรยาบรรณ						0.559*
เจตคติ						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีในแต่ละด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.424 – 0.578 จากนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ซึ่งสามารถพยากรณ์ค่าความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 47.843$; $p = 0.000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.480 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี

ศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี	ความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (α)	0.912	0.202	4.517	0.000*
ด้านความรู้ในวิชาชีพ	0.194	0.051	3.820	0.000*
ด้านทักษะทางวิชาชีพ	0.146	0.052	2.817	0.005*
ด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพ	0.030	0.057	0.520	0.603
ด้านจรรยาบรรณ	0.017	0.065	0.260	0.795
ด้านเจตคติ	0.326	0.054	6.038	0.000*
$F = 47.843$ $p = 0.000$ $R^2 = 0.480$				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 พบว่า ศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี ด้านความรู้ในวิชาชีพ ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านเจตคติ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชี ด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพ และด้านจรรยาบรรณ ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม

เมื่อนำศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี ด้านความรู้ในวิชาชีพ ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านเจตคติ ไปพยากรณ์ค่าความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม ได้ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.478 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมขององค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี

ศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี	ความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (α)	0.980	0.185	5.294	0.000*
ความรู้ในวิชาชีพ	0.202	0.050	4.068	0.000*
ทักษะทางวิชาชีพ	0.154	0.051	3.029	0.003*
เจตคติ	0.342	0.048	7.054	0.000*
F = 79.819 p = 0.000 R ² = 0.478				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุป

1. นักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-35 ปี สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า ประสบการณ์ในการทำงาน 3-6 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท ตำแหน่งงานในปัจจุบัน พนักงานบัญชี และธุรกิจ SMEs ส่วนใหญ่มีรูปแบบธุรกิจเป็นบริษัท ประเภทของธุรกิจ ธุรกิจบริการทุนจดทะเบียน 1,000,000 – 2,000,000 บาท ระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 – 10 ปี และรายได้เฉลี่ยต่อปี 1,000,000 – 2,000,000 บาท

2. นักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชีโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน อันดับแรก คือ ด้านจรรยาบรรณ เช่น ท่านรักษาความลับของลูกค้าในส่วนที่ไม่ได้รับอนุญาตให้เปิดเผย ท่านปฏิบัติงานด้วยความเที่ยงธรรมและซื่อสัตย์สุจริต และท่านตั้งใจเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง รองลงมา คือ ด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพ เช่น ท่านปฏิบัติตามเพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีและส่งเสริมความสามัคคีในองค์กร ท่านรักษาชื่อเสียงและส่งเสริมเกียรติยศของอาชีพและขององค์กร และท่านมีคุณธรรมและจริยธรรม ซึ่งเป็นหลักใช้ประพฤติปฏิบัติอย่างเหมาะสม ด้านเจตคติ เช่น งานที่ท่านทำอยู่ในปัจจุบันเป็นงานที่มีคุณค่าและมีความสำคัญและท่านมีความภาคภูมิใจและผูกพันกับองค์กรที่ท่านทำอยู่เป็นส่วนช่วยเสริมให้การทำงานมีประสิทธิภาพ ท่านคิดว่าความก้าวหน้า โอกาสในการทำงาน และความมั่นคงในชีวิต ต้องได้มาด้วยความอดทน ความขยัน ความตั้งใจ และการทำงานหนัก และท่านยอมรับการทำงาน ความรู้ความสามารถของคู่บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ตลอดจนผู้บังคับบัญชา ด้านทักษะทางวิชาชีพ เช่น ท่านมีความรู้ในตำแหน่งที่ตนเองกระทำให้เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความเชื่อถือเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ท่านสามารถสื่อสารและทำความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ตลอดจนมีเทคนิคการนำเสนอที่ดี และท่านสามารถวินิจฉัยและสร้างแนวคิดอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เหตุผลและมีแนวทางการวิเคราะห์การทำงาน และด้านความรู้ในวิชาชีพ เช่น ท่านมีความรู้ความสามารถในการจัดทำรายงานทางการเงินและการจัดการทางการเงินของธุรกิจ ท่านมีศักยภาพในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศการดำเนินงาน ด้านการบัญชี และด้านอื่น ๆ และท่านมีความเข้าใจในมาตรฐานการบัญชี แม่บทการบัญชี และทฤษฎีบัญชี ในเรื่องเกี่ยวกับการปฏิบัติงานทั้งหมด ตามลำดับ

3. นักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs โดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน อันดับแรก คือ ด้านกระบวนการภายใน เช่น กิจกรรมมีการตรวจสอบกระบวนการทำงานภายในอยู่เสมอเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน กิจกรรมมีการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถตรงตามงานที่ทำและความต้องการของกิจการเพื่อให้งานมีประสิทธิภาพ และกิจกรรมมีการวางระบบการทำงานและสายการทำงานที่ชัดเจนและเหมาะสม เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการทุจริตในองค์กร รองลงมา คือ ด้านลูกค้า เช่น กิจกรรมสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าว่าจะได้รับการปฏิบัติที่เป็นธรรมและเต็มศักยภาพ กิจกรรมรักษาข้อมูลเดิมของลูกค้ารายเก่าและเพิ่มข้อมูลของลูกค้ารายใหม่ไว้เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการบริหารงาน และกิจกรรมมีการพัฒนาการบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันเวลาเสมอ ด้านการเงิน เช่น กิจกรรมมีอัตรากำไรขั้นต้นในแต่ละงวดบัญชีมีอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้นตรงตามเป้าหมาย กิจกรรมสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานให้ลดลงจากปีที่ผ่านมาโดยไม่กระทบต่อความต้องการของลูกค้า และกิจกรรมมีอัตราการเจริญเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ๆ ที่ผ่านมา กิจกรรมมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ๆ ที่ผ่านมา และด้านการเรียนรู้และพัฒนา เช่น กิจกรรมมีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้เพื่อให้พนักงานเกิดการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง กิจกรรมมีการนำข้อคิดเห็นเสนอแนะของพนักงานมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงองค์กร และกิจกรรมจัดสำรวจทักษะของพนักงานในด้านนั้น ๆ ว่าเพียงพอหรือยังกับหน้าที่งานที่ได้รับ ตามลำดับ

4. จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า ศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ในเขตจังหวัดจันทบุรี ด้านความรู้ในวิชาชีพ ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านเจตคติ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านการเงิน สำหรับศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชี ด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพ และด้านจรรยาบรรณ ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม

อภิปรายผล

นักบัญชีธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพ ด้านเจตคติ ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านความรู้ในวิชาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศศิธร ภูสุทธิ (2556) ได้ทำการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างทักษะในการทำงานกับผลการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ผู้ทำบัญชีมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับมาตรฐานการปฏิบัติงานโดยรวมและเป็นรายด้าน ด้านความรู้และทักษะทางวิชาชีพ ด้านความรู้ความเข้าใจในกฎหมายทางบัญชี และด้านความเที่ยงธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี ด้านคุณภาพผลงาน ทั้งนี้ เนื่องมาจากศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีด้านคุณภาพผลงานของผู้ทำบัญชีในองค์กรนั้น เกี่ยวเนื่องกับการมีมาตรฐานการปฏิบัติงาน เพราะหากผู้ทำบัญชีมีมาตรฐานการปฏิบัติงานในด้านความรู้และทักษะทางวิชาชีพ ด้านความรู้ความเข้าใจในกฎหมายทางบัญชี และด้านความเที่ยงธรรม ได้สอดคล้องกับนโยบายและแผนงานแล้วผลงานที่ได้จะมีความถูกต้อง มีคุณภาพ ทำให้สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวีวิชญ์ คำภีร์มย์ (2554) พบว่า ความรู้ความสามารถทางการบัญชีด้านเจตคติ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจาก เจตคติ คือ ปฏิกริยาโต้ตอบที่คนเรามีต่อสิ่งเร้าทางสังคม การชอบ ไม่ชอบบางอย่าง เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย การที่เกิดปฏิกริยาเช่นนี้ขึ้นเรียกว่า การมีเจตคติต่อบางสิ่งบางอย่างที่เกิดขึ้น ดังนั้น ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตที่มีเจตคติที่ดีต่อสายวิชาชีพการสอบบัญชี มีความรู้ความสามารถ และพึงพอใจในงานที่ปฏิบัติอยู่ ย่อมส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานที่เขาชื่นชอบและรักในสิ่งที่ทำ ดังนั้น เมื่อจะปฏิบัติงานขึ้นใดให้ประสบความสำเร็จแล้ว สิ่งสำคัญคือ การมีเจตคติที่ดีต่องานที่ปฏิบัติ ต้องมีการชอบและรักงานที่ปฏิบัติเพื่อให้มาซึ่งความสำเร็จในการปฏิบัติงานต่อไป

นักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ SMEs โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการภายใน ด้านลูกค้า ด้านการเงิน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถพร วิทยาลัย (2552) ได้ศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารคุณภาพที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า สำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการบริหารคุณภาพโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการมุ่งเน้นความสำคัญของลูกค้า ด้านทรัพยากรบุคคล และด้านการทำงานเป็นทีม และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านการเงิน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยธิดา สายสุทธิ (2554) ได้ศึกษาผลกระทบของศักยภาพทางนวัตกรรมที่มีความเป็นมืออาชีพและความสำเร็จขององค์กรของสำนักงานบัญชีในเขตภาคกลาง พบว่า ผู้บริหารสำนักงานบัญชีมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสำเร็จขององค์กรโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านการเงิน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนิษฐา ปะบุตร (2550) ได้ศึกษาผลกระทบของศักยภาพการบริหารการเงินที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ผู้บริหารธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพการบริหารการเงินและความสำเร็จองค์กรโดยรวม และเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านวางแผนและประเมินผลทางการเงิน ด้านการจัดการสินทรัพย์ และด้านการจัดหาเงินทุน ด้านการเพิ่มรายได้ ด้านการลดต้นทุน การเพิ่มผลิตภัณฑ์ ด้านความสามารถในการทำกำไร และด้านประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้นั้น สามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนปฏิบัติงาน ปรับปรุงและพัฒนาด้านการเงินเพื่อให้ธุรกิจ SMEs ประสบผลสำเร็จเจริญเติบโต และอยู่รอดได้ในระยะยาว ดังนั้น ศักยภาพในการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชีจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ เพราะกระบวนการจัดทำบัญชีนักบัญชีต้องใช้ความรู้ความสามารถในวิชาชีพจัดทำบัญชีให้ถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป เพื่อให้งบการเงินมีความถูกต้องตามกฎหมายทางบัญชี ซึ่งแสดงถึงความเที่ยงธรรมของผู้ทำบัญชีเอง เพื่อให้ผลงานที่ได้มีประสิทธิภาพ มีความถูกต้อง มีคุณภาพ เกิดประโยชน์และคุ้มค่ามากที่สุด จึงเป็นเหตุผลในการสนับสนุนว่าศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของนักบัญชีมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของในองค์กร ตลอดจนทำให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลจากผลงานไปใช้ประกอบการตัดสินใจได้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1.1 นักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานในทุกด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ในวิชาชีพ ด้านทักษะทางวิชาชีพ ด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพ ด้านจรรยาบรรณ และด้านเจตคติ เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีเอง เนื่องจาก คุณค่าทางวิชาชีพของนักบัญชีก็คือ การตั้งใจในการปฏิบัติงานอย่างมีคุณธรรม เที่ยงธรรม ซื่อสัตย์สุจริต มีสำนึกต่อสังคม นักบัญชีต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับการกึ่ง มีความเชี่ยวชาญในหลักวิชาการที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน สามารถแก้ไขปัญหาที่มีลักษณะแตกต่างกันด้วยความชำนาญและน่าเชื่อถือ

1.2 นักบัญชีองค์กรธุรกิจ SMEs ควรคำนึงถึงความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร ทั้งในด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนางานอย่างต่อเนื่อง และด้านการเงิน ด้วยการคิด วิเคราะห์ วางแผนงานและตัดสินใจในทุกสถานการณ์ อีกทั้ง นักบัญชีต้องมีความเชื่อมั่น ศรัทธา และจริงใจต่อกิจการ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้

1.3 องค์กรธุรกิจ SMEs ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี โดยกระตุ้นให้พนักงานตั้งใจทำงาน สร้างความเชื่อใจให้กับพนักงานถึงความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จ

1.4 องค์กรธุรกิจ SMEs ควรส่งเสริมให้นักบัญชีได้พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยการเข้ารับการฝึกอบรมด้านการปฏิบัติงานในสายงานให้เป็นมืออาชีพ เพื่อที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จและเจริญก้าวหน้าทันกับเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระด้านอื่น ๆ เช่น ด้านคุณภาพผลงาน ด้านปริมาณผลงาน ด้านวิธีที่ใช้ปฏิบัติงาน เป็นต้น

2.2 ควรศึกษาความสำเร็จในการดำเนินงาน ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการบรรลุเป้าหมาย ความสำเร็จ ด้านการจัดหาปัจจัยทรัพยากร ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ด้านความพึงพอใจของทุกฝ่าย เป็นต้น

2.3 ควรศึกษาผลกระทบของการพัฒนาศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรกับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น ธนาคารพาณิชย์ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน สำนักงานบัญชี เป็นต้น เพื่อความหลากหลายของการวิจัยและของวิชาการทางการบัญชี

2.4 ควรปรับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม เป็นการสอบถามแบบเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่ละเอียดและชัดเจน ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการวิจัยต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้สำเร็จสมบูรณ์และบรรลุตามแผนการดำเนินงานวิจัย คณะผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณผู้ที่ให้ความอนุเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ขอขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก และสำนักงานวิจัยและพัฒนาที่ได้ให้การสนับสนุนทุนในการทำวิจัยฉบับนี้ ซึ่งได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณผลประโยชน์ ปี พ.ศ. 2559 สาขาสังคมวิทยา

ขอขอบพระคุณ เจ้าของผลงาน ตำรา และเอกสารทางวิชาการทุกท่าน ที่คณะผู้วิจัยได้นำมาศึกษาก่อให้เกิดแนวคิดอันมีคุณค่าต่องานวิจัยฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ นักบัญชีธุรกิจ SMEs ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์และสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

กนิษฐา ปะบุตร. (2550). ผลกระทบของศักยภาพการบริหารการเงินที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ชัชวัญย์ คำภิรมย์. (2554). ผลกระทบของความรู้ความสามารถทางการบัญชี และประสบการณ์ด้านการสอบบัญชี ที่มีต่อความสำเร็จในการทำงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ชัยรินทร์ วีระสวณิกชัย และคณะ. (2548). International Education Standards (IES). กรุงเทพฯ: สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

- ปิยธิดา สายสุทธิ์. (2554). ผลกระทบของศักยภาพทางนวัตกรรมที่มีความเป็นมืออาชีพและความสำเร็จขององค์กรของสำนักงาน
บัญชีในเขตภาคกลาง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พสุ เดชะรินทร์. (2546). เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard และ Performance Indicators.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญจันทร์ สังข์แก้ว. (2541). ศักยภาพของนักศึกษาสถาบันราชภัฏ. รายงานวิจัย. เพชรบูรณ์: สถาบันราชภัฏเพชรบูรณ์.
- ศศิธร ภูสีฤทธิ์. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะในการทำงานกับผลการปฏิบัติงานของผู้ทาบัญชีในเขตภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อรรณณ วิชาลัย. (2552). ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารคุณภาพที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของสำนักงานบัญชี
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อาภรณ์ ภูวิทย์พันธุ์. (2552). การจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล. กรุงเทพฯ: เอชอาร์ เซ็นเตอร์.

ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมและการตัดสินใจเช่าหอพักเอกชน
ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม

บุญยาพร ภูทอง, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี¹

ชนิชา หมอยาดี, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี²

Email: bunyaporn.po@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อหาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม โดยการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลกำหนดปริมาณการใช้จ่ายในการเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม ได้ใช้วิธีการทางสถิติในการวิเคราะห์ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งได้นำเอาตัวแปรเชิงคุณภาพ คือ เพศ อายุ รายได้(เสริม) เพื่อหาความสัมพันธ์กับตัวแปรในเรื่องความพอใจที่ได้รับจากการบริการหอพักโดยทั่วไป ประโยชน์ที่ได้รับจากการเช่าหอพัก ความพอใจที่ได้รับจากการบริการเช่าหอพัก ทำเลที่ตั้งของหอพัก ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุ 18 ถึง 22 ปีมีรายได้เสริมต่อเดือน 5,000 ถึง 10,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคกลาง ในภาพรวมพบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายต่อเดือนในการเช่าหอพักเอกชน อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ความพอใจที่ได้รับจากการบริการหอพัก อยู่ในระดับความสำคัญมาก และทำเลที่ตั้งของหอพักอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการจัดรายการพิเศษเพื่อส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับน้อย

คำสำคัญ: พฤติกรรม การตัดสินใจ หอพัก

ABSTRACT

The purpose of this research is (1) to determine the determinants of private student housing rent Suan Sunandha Rajabhat University (2) To study the factors influencing the decision to rent a private dormitory of Suan Sunandha Rajabhat University students. Nakhon Pathom Education Center By studying the factors. Influence of spending on renting private dormitories of Suan Sunandha Rajabhat University students. Nakhon Pathom Education Center

Frequency, percentage, mean, standard deviation the qualitative variables were gender, age, income (Supplement), to find the relationship with the satisfaction variables obtained from the dormitory service. The benefits of renting a dorm. The satisfaction of the dormitory service. The location of the hostel. The study found that the sample of 400 people, mostly female, aged 18 to 22 years with additional income of 5,000 to 10,000 baht per month, is domiciled in the central region.

The study found. Students have an opinion about the cost per month for renting a private dorm. At the highest level. Second, the satisfaction of the dormitory service. It is very important. And the location of the dormitory is moderate. Low level for promotion of special items.

Keywords: Behavior, Decision, Dormitory

¹ อาจารย์ วิทยาลัยโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

² อาจารย์ ดร. วิทยาลัยโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

บทนำ

เนื่องด้วยอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐมเป็นที่ตั้งของสถานศึกษาซึ่งถือว่าเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีความสำคัญในด้านการศึกษา จึงทำให้มีสถานศึกษาก่อตั้งขึ้นมากมายหลายมหาวิทยาลัย ซึ่งพบว่าในอำเภอพุทธมณฑล มีจำนวนสถานศึกษาในระดับอุดมศึกษา ถึง 4 แห่ง ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐบาล ได้แก่ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย ศาลายา สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ศาลายา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม ด้วยเหตุนี้ การขยายตัวในทุกด้านแสดงให้เห็นว่าในแต่ละปีจะมีนักศึกษาเข้ามาศึกษาทั้งจากต่างจังหวัด และบริเวณใกล้เคียง ซึ่งในจำนวนดังกล่าวส่วนหนึ่งมีที่พักอาศัยเป็นของตนเองแต่ยังมีอีกจำนวนมากที่ไร้ที่พักพิงแน่นอน และบุคคลกลุ่มนี้มีความจำเป็นต้องการที่อยู่อาศัยเป็นการชั่วคราวในระหว่างการศึกษา ซึ่งความต้องการดังกล่าวนี้ทำให้มีผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจการสร้างหอพักมีปริมาณมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในย่านใกล้สถานศึกษาหรือแหล่งชุมชน อาจเนื่องมาจากการย้ายถิ่นของคนที่มีภูมิลำเนาต่างจังหวัดเข้ามาอาศัยเพื่อให้สามารถเดินทางเข้ามาศึกษาได้สะดวก รวมทั้งปัญหาเรื่องการจราจรที่ติดขัดทำให้บุคคลที่มีที่พักอยู่ไกลจากสถานศึกษาต้องหันมาอาศัยหอพักมากขึ้น ดังนั้นที่อยู่อาศัยให้เช่าประเภทต่างๆ จึงเกิดขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็นหอพัก บ้านเช่า อพาร์ทเมนต์ แมนชั่น จึงเกิดขึ้นเพื่อสนองต่อสิ่งที่ต้องการเป็นจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี

สำหรับหอพักเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากนักศึกษาเพราะเป็นบ้านแห่งที่ 2 ของนักศึกษา เป็นส่วนหนึ่งที่ประสบระหว่างชีวิตนอกห้องเรียนของนักศึกษา เป็นสถานที่ที่นักศึกษาจะต้องใช้เวลาอยู่เป็นเวลานานมากกว่าในสถานศึกษา ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการหอพักจึงจำเป็นต้องทำหน้าที่เปรียบเสมือนผู้ปกครองของนักศึกษาเพราะจะต้องคอยดูแลหอพักให้มีส่วนเสริมทางการศึกษาทั้งทางด้านสิ่งแวดล้อม และการส่งเสริมนักศึกษาให้พัฒนาชีวิตในระหว่างการศึกษาให้สมบูรณ์มากที่สุด ได้เรียนรู้ถึงชีวิตในแนวกว้าง และสร้างทัศนคติที่ดีในการดำเนินชีวิต ดังนั้นหอพักจึงควรจัดให้มีความสวยงาม เป็นระเบียบ มีความสะดวกสบาย สร้างความเป็นส่วนตัว ให้แก่นักศึกษา ดูแลรักษาความปลอดภัย จัดสิ่งแวดล้อมให้นักศึกษาที่เข้ามาอยู่ให้อยู่อย่างมีระเบียบ ไม่ก่อให้เกิดมลพิษทางเสียง ปฏิบัติตามระเบียบกฎเกณฑ์ที่ทางหอพักได้ตั้งไว้ และหอพักสามารถจัดกิจกรรมต่างๆ ที่พัฒนาทักษะทางสังคม ความรับผิดชอบภายในหอพัก ส่งเสริมการเป็นผู้นำและการกีฬา เพราะหอพักมีผลกระทบต่อผลการเรียนการพัฒนาของนักศึกษาเหล่านี้ด้วย

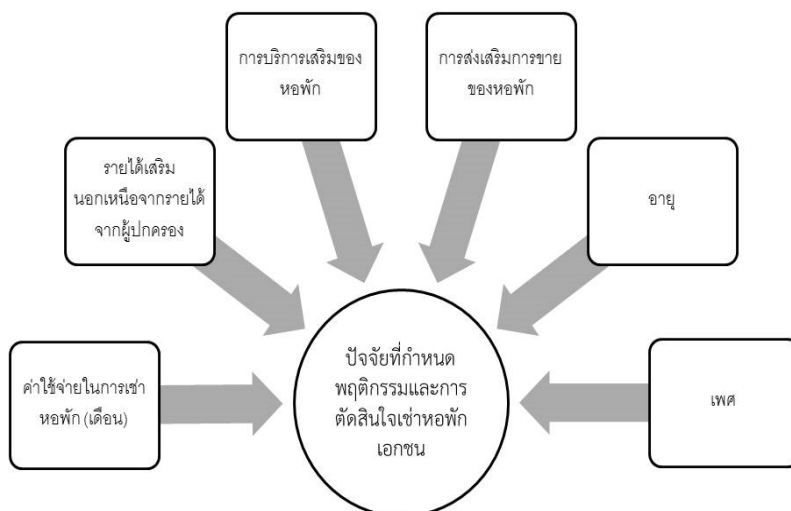
ในปัจจุบันที่อยู่อาศัยที่สร้างขึ้นเพื่อให้เช่าในอำเภอพุทธมณฑลจังหวัดนครปฐมได้เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในบริเวณใกล้แหล่งสถานศึกษาทำให้นักศึกษา คำนึงถึงปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกหอพักมากขึ้น โดยนักศึกษาจะพิจารณาปัจจัยด้านอื่นๆ ในการเช่าหอพักนอกเหนือจากการเป็นที่พักอาศัยชั่วคราว เพื่อช่วยในการตัดสินใจ ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านทำเลที่ตั้ง ด้านความปลอดภัย ด้านสภาพแวดล้อม เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงต้องการจะศึกษาปัจจัยกำหนดพฤติกรรมและการตัดสินใจเช่าหอพักเอกชน ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม เพื่อนำผลการศึกษาให้ผู้ที่ต้องการจะทำธุรกิจหอพักได้นำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้ในพัฒนาระบบการให้บริการให้เป็นที่น่าพอใจของนักศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษา

กรอบแนวคิด

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาในงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมและการตัดสินใจเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม โดยแต่ละกรอบแนวคิดจะมีทั้งส่วนที่เป็นเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพิ่มมิติของการวิจัยที่ครอบคลุมเนื้อหาทุกด้านที่ต้องการศึกษาโดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. ค่าใช้จ่ายในการเช่ารถพิก (เดือน) รายได้เสริมอื่นๆ นอกเหนือจากรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครอง ความพอใจที่ได้รับจากบริการรถพิกนักศึกษา การบริการเสริมของหอพัก การส่งเสริมการขายของหอพัก อายุ และเพศ มีผลต่อการกำหนดพฤติกรรมเช่ารถพิกเอกชนของนักศึกษา
2. ค่าใช้จ่ายในการเช่ารถพิก (เดือน) รายได้เสริมอื่นๆ นอกเหนือจากรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครอง ความพอใจที่ได้รับจากบริการรถพิกนักศึกษา การบริการเสริมของหอพัก การส่งเสริมการขายของหอพัก อายุ และเพศ มีผลต่อการตัดสินใจเช่ารถพิกเอกชนของนักศึกษา

ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และการตัดสินใจ

กัลปกร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553) ได้อธิบายถึง พฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี 3 รูปแบบดังนี้

1. พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่องานด้านความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายใน และภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา
2. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำ กับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม
3. พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) กับผู้ขาย (เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูล และข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ขั้นตอนการตัดสินใจ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภคโดยมีลำดับกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนของบริโภคนัดนี้



ภาพที่ 2 กระบวนการตัดสินใจ

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

อรพรรณ ลิทธิชัย (2549) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการบริโภคเดย์ สปา และต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการประกอบการเดย์ สปา ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในเรื่องนี้ ก็คือ 1) เพื่อหาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการบริโภค เดย์ สปา และ 2) เพื่อหาต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการประกอบการ เดย์ สปา โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้บริโภค ซึ่งได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่เคยใช้บริการสปาตามสถานประกอบการต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร และผู้ประกอบการ ซึ่งได้แก่ เจ้าของสถานประกอบการ เดย์ สปา ที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข โดยมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึง กันยายน พ.ศ.2548 เนื้อหาสาระของการศึกษาในครั้งนี้ ก็คือ ต้องการศึกษาค้นคว้าเพื่อรู้ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลกำหนดปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภค เดย์ สปา ของผู้บริโภค จำนวน 350 คน กระจายทั่วไปในพื้นที่เขตต่างๆ ของกรุงเทพมหานคร รวมทั้งศึกษาถึงต้นทุนรวมเฉลี่ยในทางเศรษฐศาสตร์ เพื่อประโยชน์สำหรับผู้สนใจที่จะประกอบกิจการสปาในอนาคต การศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลกำหนดปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภคสปาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ใช้วิธีการทางสถิติ คือ วิธีการวิเคราะห์การจำแนกหมู่ (Multiple Classification Analysis: MCA) ส่วนการศึกษาถึงต้นทุนของการประกอบการ เดย์ สปา ในทางเศรษฐศาสตร์ จะพิจารณาจากสมการต้นทุนเฉลี่ย ซึ่งประกอบด้วย ผลรวมของต้นทุนคงที่เฉลี่ย ต้นทุนแปรผันเฉลี่ย และต้นทุนค่าเสียโอกาส รวมทั้งได้มีการนำเอาตัวแปรเชิงคุณภาพ คือ เพศ อายุ อาชีพ มาเพื่อหาความสัมพันธ์กับตัวแปรในเรื่องความพอใจที่ได้รับจากบริการสปาโดยทั่วไป ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการสปา ความพอใจที่ได้รับจากบริการสปาที่เกี่ยวกับสุขภาพ ทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ และการจัดรายการพิเศษเพื่อส่งเสริมการขาย การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลกำหนดปริมาณการใช้จ่ายในการบริโภค เดย์ สปา และต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการประกอบการ เดย์ สปา

สุชาติา ไยเทศ (2555) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบธุรกิจอพาร์ทเมนต์ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบธุรกิจอพาร์ทเมนต์ซึ่งเป็นอพาร์ทเมนต์ให้เช่าจำนวน 8 ชั้น ชั้นละ 25 ห้อง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจอพาร์ทเมนต์บริเวณเขตพื้นที่อำเภอธัญบุรีจังหวัดปทุมธานีและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์ทางการเงิน ซึ่งกำหนดระยะเวลาของโครงการ 15 ปีอัตราคิดลดร้อยละ 8 และคำนวณการจ่ายชำระเงินกู้ด้วยวิธีลดต้นลดดอก ผลการศึกษาพบว่าความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบธุรกิจอพาร์ทเมนต์โครงการนี้มีระยะคืนทุน 4 ปี 1 เดือน 25 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 23,732,206.11 บาท อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนเท่ากับร้อยละ 23.73 อัตราผลตอบแทนทางบัญชีเท่ากับร้อยละ 21.83 และการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการ กรณีที่ 1 ต้นทุนผันแปรเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 รายได้ค่าเช่าคงที่ ผลการวิเคราะห์โครงการมีระยะคืนทุน 4 ปี 3 เดือน 2 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 19,177,588.02 บาท อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนเท่ากับร้อยละ 22.71 และอัตราผลตอบแทนทางบัญชีเท่ากับร้อยละ 18.55 กรณีที่ 2 รายได้ค่าเช่าลดลงร้อยละ 5 ในขณะที่ต้นทุนผันแปรคงที่ ผลการวิเคราะห์โดยโครงการมีระยะคืนทุน 4 ปี 6 เดือน 29 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ 12,696,219.27 บาท อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนเท่ากับร้อยละ 20.29 และอัตราผลตอบแทนทางบัญชีเท่ากับร้อยละ 14.30 กรณีที่ 3 รายได้ค่าเช่าลดลงร้อยละ 5 ในขณะที่ต้นทุนผันแปรเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ผลการวิเคราะห์โครงการมีระยะคืนทุน 4 ปี 8 เดือน 2 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 8,141,601.19 บาท อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนเท่ากับร้อยละ 17.84 และอัตรา ผลตอบแทนทางบัญชีเท่ากับร้อยละ 11.01

ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจสำหรับการทำธุรกิจหอพัก และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เช่าหอพักในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ นักศึกษาที่อยู่ในเขตพื้นที่ อ.ธัญบุรี และ อ.คลองหลวง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 18-22 ปี มีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตภาคกลาง และส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์รังสิต) ในภาพรวมพบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักทั้ง 7 ด้านอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง มีความคิดเห็นในด้านราคาอยู่ใน

ระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับความสำคัญมาก ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง

ธนพร เลิศเดชเดชา (2556) ได้ทำการศึกษาแผนธุรกิจหอพักนักศึกษาใกล้มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จ.เชียงรายโดยผู้จัดทำได้เล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจการสร้างหอพักเพื่อนักศึกษา ประกอบกับมีที่ดินอยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยและแหล่งชุมชน ในการจัดทำแผนนี้ประกอบไปด้วยเป้าหมายทางธุรกิจ วัตถุประสงค์ การวิเคราะห์ปัจจัย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยมีการสำรวจแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลเป็นจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่าง จากการศึกษาพบว่า ความต้องการของนักศึกษาในปัจจุบันนั้นไม่ตรงกับความต้องการมากนัก จึงทำให้ได้เปรียบมากกว่าหอพักอื่นๆ คือ สร้างตามความต้องการของนักศึกษา เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งแวดล้อมภายนอก-ภายใน ความปลอดภัย อินเทอร์เน็ตสายตรงความเร็วสูง เป็นต้น ซึ่งเป็นการทำให้ตรงกับความต้องการเพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับหอพักที่มีอยู่เดิมได้ โครงการนี้ใช้เงินลงทุนรวมค่าที่ดิน 68,333,000 ล้านบาทโดยเป็นเงินลงทุนของตนเองทั้งสิ้นไม่มีการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน มีระยะเวลาในการคืนทุน 7 ปี 33 วัน โดย IRR ของธุรกิจเท่ากับ 16.6% ซึ่งสูงกว่าอัตราคิดลดที่ 8% และสูงกว่าอัตราเงินเฟ้อ และมี NPV ที่อายุโครงการ 15 ปี เท่ากับ 133,788,105 ล้านบาท ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนสูงเนื่องจากต้นทุนทางธุรกิจที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการอื่นที่คิดเป็นเปอร์เซ็นต์จากผู้รับเหมา

พนทิพย์ วงศ์ศุภชาติกุล (2558) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อให้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจหรือการวางแผนกลยุทธ์เพื่อก่อให้เกิดกำไรสูงสุด โดยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่มีประสบการณ์เช่าห้องพักรับการเช่าหอพักหรืออพาร์ทเมนต์สำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผู้วิจัยได้นำปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการ (7P's) รวมถึงแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ด้านรายได้ มาเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษา ผลการศึกษาหลังจากการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลมีทั้งหมด 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านการจัดการภายในการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 2) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ตามลำดับ

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการบริโภคหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม มุ่งเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ แหล่งข้อมูลเชิงปริมาณโดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม นักศึกษาที่เช่าหอพักในอำเภอพุทธมณฑล โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยกำหนดลักษณะของคำถามเป็นคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิดด้วยกำหนดเกณฑ์และเลือกตอบคำถาม 5 ระดับตามมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) คือเห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด จากนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม มุ่งเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ แหล่งข้อมูลเชิงปริมาณโดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามซึ่งเป็นนักศึกษาที่พักหอพักเอกชนจำนวน 400 คน เมื่อผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม และทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง และเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ได้นำข้อมูลมาประมวลผลจากเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2559) ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ ใช้วิเคราะห์ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการตัดสินใจเช่าหอพักนักศึกษา ใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายให้ทราบถึงความพึงพอใจต่อการใช้บริการ และรวมถึงการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ โดยใช้ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจะใช้ควบคู่กับค่าเฉลี่ย เพื่อแสดงลักษณะการกระจายของข้อมูล ใช้สถิติ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of Variances) และไคสแควร์ ที่ระดับ ความเชื่อมั่น 95% สำหรับผลการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ พฤติกรรมการเช่าและแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งมี ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารวิชาการ ตำรา งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจพฤติกรรมการบริโภค และแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาออกแบบสอบถาม เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-End Response Questions)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษา จังหวัดนครปฐม โดยมีลักษณะแบบสอบถามเป็นวิธีการให้คะแนนรวม (Rating Scale Method: Likert Scale Questions) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมของนักศึกษาที่เข้าพักเอกชน แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ดังนี้

- ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และเหตุผลสำคัญที่ทำให้ใช้บริการ

- หาค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับการเข้าพัก

- หาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ และความคิดเห็นของนักศึกษาที่เข้าพัก วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) สถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐาน ดังนี้

- สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่ม ตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านเพศ

- สถิติวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบ สมมติฐานข้อที่ 1 ด้านอายุ รายได้

- สถิติสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อใช้ทดสอบ สมมติฐานข้อที่ 2

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการบริโภคห้องพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม อภิปรายผลได้ดังนี้

เพศ อายุ ค่าใช้จ่ายในการเข้าพัก (เดือน) รายได้เสริมอื่นๆ นอกเหนือจากรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครอง ความพอใจที่ได้รับจากบริการห้องพักเอกชน ประโยชน์อื่นๆที่ได้รับจากการใช้บริการห้องพักเอกชนของนักศึกษา ทำเลที่ตั้งของห้องพัก การจัดรายการส่งเสริมการขาย อายุ เพศ ของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อการเลือกเข้าพักเอกชนของนักศึกษา สำหรับรายได้หรือรายรับเฉลี่ยต่อเดือน และราคาเช่าต่อเดือนของห้องพักเอกชนของนักศึกษามีผลต่อการเลือกเข้าพักนักศึกษา โดยผู้ที่มีรายได้สูง และราคาเช่าต่อเดือนของห้องพักเอกชนของนักศึกษาที่มีราคาสูงจะให้ความสำคัญกับการเลือกเข้าพักนักศึกษามากกว่าผู้ที่มีระดับรายได้น้อยกว่า

พฤติกรรมการเลือกห้องพักของนักศึกษาที่มีต่อส่วนประกอบการตลาดบริการของการเข้าพักนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกห้องพักนักศึกษาจากด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านทำเลที่ตั้งและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกของห้องพักมากที่สุด รองลงมาคือขนาดของห้องพักภายในและพื้นที่ใช้สอย สามารถใช้อินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์ได้ในห้องพัก ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายนอกห้องพัก เช่น ระเบียง ทางเดิน ฯลฯ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น โทรศัพท์ เครื่องทำน้ำอุ่น และความมีชื่อเสียงของที่พักอาศัย ระบบรักษาความปลอดภัย เช่น คีย์การ์ด กล้องวงจรปิด เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และร้านค้าสะดวกซื้อในบริเวณห้องพักตามลำดับ ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยราคาใช้จ่ายที่ชัดเจนก่อนการชำระเงินมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าเช่าห้องพักเก็บในอัตราความเหมาะสมกับห้องพัก การกำหนดอัตราค่าน้ำ – ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ตที่ชัดเจน เงินมัดจำค่าห้องพักล่วงหน้า ค่าประกันสิ่งของเสียหายเหมาะสม ตามลำดับ ด้านทำเลที่ตั้งกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทางมากที่สุด รองลงมาคือ สถานที่จอดรถสะดวก มีความปลอดภัยและเพียงพอแก่ผู้พัก ห้องพักใกล้สถาบันการศึกษา ตามลำดับ ด้านบุคคล กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่องความน่าเชื่อถือของเจ้าของหรือผู้ดูแลห้องพักมากที่สุด รองลงมาคือ ความเอาใจใส่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย ความเอาใจใส่ของพนักงานทำความสะอาด ความซื่อสัตย์ของพนักงานที่ดูแลห้องพัก และความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าของห้องพักและพนักงานตามลำดับ ด้านกระบวนการบริการ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่อง ห้องพักมีพนักงานให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมงมากที่สุด รองลงมาคือ ห้องพักให้ความดูแลผู้เข้าพักเสมือนญาติพี่น้อง ห้องพักมีพนักงานบริการทำความสะอาดทุกวัน ความรวดเร็วในการบริการเมื่อมีปัญหาต่างๆ เกิดขึ้นภายในห้องพัก การรักษาความปลอดภัยของห้องพักและทรัพย์สิน เมื่อนักศึกษาปิดภาคการศึกษา และกฎและข้อห้ามในห้องพัก เช่น ห้ามเลี้ยงสัตว์ทุกชนิดตามลำดับ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในเรื่อง สภาพแวดล้อมห้องพักสะอาดน่าพักอาศัยมากที่สุด รองลงมาคือ บริเวณทางเข้าและบันไดควรมีแสงสว่างอย่างเพียงพอ ที่พักมีที่จอดรถกว้างขวางและเพียงพอ ที่พักมีรูปแบบการจัดพื้นที่การตกแต่งภายในห้องพักสวยงาม ทันสมัย มีการจัดสวน ต้นไม้ แก้วไว้น้ำสำหรับพักผ่อนบริเวณรอบ ๆ ห้องพัก ให้สะอาด ร่มรื่น ที่พักมีบันไดหนีไฟและที่พักมีเครื่องป้องกันอัคคีภัย และสัญญาณเตือนภัย ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการบริโภคหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม อภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ค่าใช้จ่ายในการเช่าหอพัก (เดือน) รายได้อื่นๆ นอกเหนือจากรายได้ปัจจุบัน ความพอใจที่ได้รับจากบริการหอพักนักศึกษา ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการหอพักนักศึกษา ความพอใจที่ได้รับจากบริการหอพักนักศึกษาเกี่ยวกับสุขภาพ ท่าเลที่ตั้งของสถานประกอบการ การจัดรายการพิเศษเพื่อส่งเสริมการขาย อายุ เพศ มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคหอพักนักศึกษา โดยผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ กาญจนา บุญภักดี (2554) ได้ศึกษาเรื่องการเลือกอยู่หอพักของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบความคิดเห็นพบว่านักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกอยู่หอพักด้านอาคาร สถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงจะให้ความสำคัญมากกว่าเพศชาย ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งมีผลต่อการใช้บริการหอพักผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยกับธนพร เลิศเดชเดชา (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ผลการศึกษาพบว่านักศึกษาให้ความสำคัญกับด้านปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมโดยรอบ ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องและสนใจในการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจหอพักนักศึกษาต้องให้ความสำคัญจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจึงจะพึงพอใจ เพราะนักศึกษาและผู้ปกครองต้องการคุณภาพชีวิตที่ดีในการพักอาศัย ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีผลต่อการใช้บริการหอพักนักศึกษา ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Parasuraman et al. (1985) ที่ระบุว่า การเข้าถึงบริการ (Access) นั้นคือความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร เช่น สามารถโทรศัพท์ติดต่อได้ตลอดเวลา การบริการที่มอบแก่ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลาและสถานที่ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนานต้องมีความเหมาะสม สะดวกสบายในการเดินทาง ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม มีผลต่อการใช้บริการหอพักนักศึกษาผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของกรณิการ์ โฮเซอร์ (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักมหาวิทยาลัยเอกชนชั้นในภาพรวมของด้านส่วนประสมทางการตลาดอยู่ระดับปานกลาง โดยแยกเป็นรายด้านพบว่าด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพักอยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของสิทธิชัย ธรรมเสนห์ (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยโดยรวมและปัจจัยรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก และผู้ใช้บริการเห็นว่าปัจจัยรายข้อของแต่ละด้าน ส่วนใหญ่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสปาอยู่ในระดับมาก

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ค่าใช้จ่ายในการเช่าหอพัก (เดือน) รายได้อื่นๆ นอกเหนือจากรายได้ปัจจุบัน ความพอใจที่ได้รับจากบริการหอพักนักศึกษา ประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการหอพักนักศึกษา ความพอใจที่ได้รับจากบริการหอพักนักศึกษาเกี่ยวกับสุขภาพ ท่าเลที่ตั้งของสถานประกอบการ การจัดรายการพิเศษเพื่อส่งเสริมการขาย อายุ เพศ มีผลต่อต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการประกอบการหอพักนักศึกษา จากการศึกษาพบว่า สถาบันการศึกษาที่เพิ่มมากขึ้นและจำนวนนิสิตนักศึกษาที่เพิ่มขึ้น เป็นปัจจัยสำคัญในการรองรับความต้องการที่อยู่แต่เนื่องด้วยผู้ประกอบการที่มีการลงทุนสร้างหอพักนักศึกษา เพื่อรองรับความต้องการให้เพียงพอ โดยมีหอพักใหม่เพิ่มจำนวนมากขึ้นจึงทำให้ผลตอบแทนในการลงทุนไม่เป็นที่น่าพอใจสำหรับหอพักที่ใช้เงินทุนสูงหรือกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินเมื่อเปรียบเทียบรายรับและรายจ่ายแล้วมีผลตอบแทนที่น้อยและไม่มีความคุ้มค่าเพียงพอต่อการลงทุนสร้างหอพักที่มั่นคงที่มีความเป็นไปได้ค่อนข้างน้อยเนื่องจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิอัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน อัตราผลตอบแทนทางบัญชีไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ผู้ประกอบการหอพักนักศึกษาสามารถลงทุนได้ในสถานการณ์ปกติแต่ต้องเปรียบเทียบผลตอบแทนของโครงการอื่นเพื่อประกอบการตัดสินใจแต่ถ้าต้องการผลตอบแทนในระยะยาวโครงการนี้เหมาะสม เมื่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นจึงส่งผลให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิอัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน อัตราผลตอบแทนทางบัญชีลดลง ระยะเวลาคืนทุนนานขึ้น โครงการลงทุนสร้างหอพักนักศึกษามีความเป็นไปได้น้อย ด้านค่าใช้จ่ายในการลงทุนสร้างหอพักนักศึกษาในแต่ละพื้นที่ต้องมีมูลค่าที่แตกต่างกันออกไปเนื่องจากราคาที่ดินและทำเลที่ตั้ง โครงการลักษณะดังกล่าวนี้ควรพิจารณา ถึงความเป็นไปได้ในการลงทุนที่อาจจะมียอดค่าในการก่อสร้างที่แตกต่างกันเพื่อเปรียบเทียบมูลค่าในการก่อสร้างเพื่อความชัดเจนในการประมาณการต้นทุนการก่อสร้างเพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุนและอัตราดอกเบี้ยที่นำมาคำนวณนั้นต้องขึ้นอยู่กับสถานการณ์เศรษฐกิจในแต่ละช่วงว่าอยู่ในระดับไหน ซึ่งมีผลต่อต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการประกอบการหอพักนักศึกษา

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมและการตัดสินใจเช่าหอพักเอกชนของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม มีข้อเสนอแนะในอนาคต ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคหอพักเอกชนของนักศึกษาที่มีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องค่าบริการส่วนอื่นๆ เช่น น้ำไฟฟ้า ค่าอินเทอร์เน็ต ดังนั้นผู้ประกอบการหอพักนักศึกษาควรรักษาระดับราคาที่ใช้บริการหอพักนักศึกษา

ให้ความสำคัญมากที่สุดไว้ และในการที่จะปรับราคาควรมีการวิเคราะห์สถานการณ์ และมีการสื่อสารทำความเข้าใจ และตกลงกับผู้เช่าหอพักให้เป็นที่ยอมรับร่วมกัน

2. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะหอพักผู้เช่าหอพักเอกชนของนักศึกษาที่มีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องการได้รับความสะดวกสบายต่อการเข้าพักในหอพัก ดังนั้นผู้ประกอบการหอพักนักศึกษาควรรักษาคุณภาพและมาตรฐานในด้านความสะดวกสบายต่อการเข้าพักให้ดียิ่งขึ้น

3. จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งผู้เช่าหอพักเอกชนของนักศึกษาที่มีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องที่พักตั้งอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยจะเห็นได้ว่าการลงทุนประกอบการหอพักนักศึกษาทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อมในบริเวณที่ใกล้กับที่ตั้งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการหอพักควรมีที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนใกล้มหาวิทยาลัยจะทำให้หอพักมีโอกาสประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน

4. จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่ผู้ประกอบการหอพักเอกชนให้บริการ ผู้เช่าหอพักเอกชนของนักศึกษาที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องของมีพนักงานรักษาความปลอดภัย ดังนั้นผู้ประกอบการหอพักนักศึกษาควรจัดระบบความปลอดภัยในการเข้า-ออกหอพักตลอด 24 ชั่วโมงและจัดตั้งศูนย์บริการรับแจ้งเหตุร้องทุกข์เพื่อรับเรื่องร้องเรียนของผู้เช่า สร้างความมั่นใจว่าผู้บริโภคหอพักนักศึกษาได้พักในหอพักที่มีการบริการ และมีการรักษาความปลอดภัยที่ดี

5. จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้บริโภคหอพักเอกชนของนักศึกษาที่มีความพึงพอใจปานกลางในเรื่องการบริการด้านต่างๆ ภายในหอพักมีความเหมาะสม ดังนั้นผู้ประกอบการหอพักนักศึกษาควรปรับปรุง และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหอพักนักศึกษามากยิ่งขึ้น

6. จากการศึกษาพบว่าด้านสภาพแวดล้อมผู้บริโภคหอพักเอกชนของนักศึกษาที่มีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องของ ความสะอาด ดังนั้นผู้ประกอบการหอพักนักศึกษาควรรักษามาตรฐานอยู่เสมอ

เอกสารอ้างอิง

- กรณิการ์ ไชยเออร์. (2555). การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกหอพัก มหาวิทยาลัยเนชั่น. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- กัลยกร วรกุลสถฐานี และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2553). การโฆษณาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2559). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามลดา.
- กาญจนา บุญภักดิ์. (2554). การเลือกอยู่หอพักของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธนพร เลิศเดชเดชา. (2556). แผนธุรกิจหอพักนักศึกษาใกล้มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จ.เชียงราย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฝนทิพย์ วงศ์สุชาติกุล. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าห้องพักรถสำหรับการอยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลัดดาวัลย์ ประกอบมูล. (2556). ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเช่าหอพักของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สิทธิชัย ธรรมแสน. (2554). การบริหารจัดการธุรกิจสปา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุชาดา ไยเทศ. (2555). ความเป็นไปได้ในการลงทุนประกอบธุรกิจสปาในพื้นที่ในเขตอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อรพรรณ สิทธิชัย. (2549). ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการบริโภคเดี่ยว สปา และต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ของการประกอบการเดี่ยวสปา ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Parasuraman, A. & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 1: 4

การศึกษาและพัฒนารูปแบบการบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์
บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและ
จังหวัดตราด

The Study and Development of Accounting for Manufacturing
Fishing Community Enterprise and Organic Farming
on the Economic Development Foundations.
Case study Chanthaburi and Trat

วัชรินทร์ อรรถศรีวร, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี¹
ยุทธนา พรคอนันต์, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี²

Email: watsoulinn@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบการบัญชีและปัญหาในการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ 2) พัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด จำนวน 16 กลุ่ม โดยเป็นประธานบริหารกลุ่ม ผู้รับผิดชอบในงานบัญชีการเงิน และสมาชิกของจำนวนรวม 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ คู่มือการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ และแบบประเมินความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การวิเคราะห์สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที (t-test) และการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของคู่มือการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ตามเกณฑ์มาตรฐาน E_1/E_2

ผลการศึกษารูปแบบการบัญชี พบว่า ส่วนใหญ่มีการใช้สมุดบัญชีรับจ่ายเงินในเล่มเดียวกันสำหรับการบันทึกบัญชี คิดเป็นร้อยละ 50 ส่วนใหญ่มีการใช้ใบเสร็จรับเงิน เป็นเอกสารประกอบการบันทึกบัญชี คิดเป็นร้อยละ 43.75 การรายงานทางการเงินและรายงานทางงบการเงิน ส่วนใหญ่จะมีการจัดทำงบกำไรขาดทุน คิดเป็นร้อยละ 50 และจัดทำเป็นรายปี คิดเป็นร้อยละ 43.75 ทั้งนี้มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวนร้อยละ 12.50 ที่ไม่มีการจัดทำรายงานทางการเงินและรายงานทางงบการเงินของกลุ่ม โดยไม่มีการตรวจสอบหรือติดตามการจัดทำบัญชีของกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 56.25 สำหรับปัญหาในการจัดทำบัญชี พบว่า การจำแนกต้นทุนการผลิต วัตถุดิบ ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต มีระดับปัญหาอยู่ในระดับน้อย แต่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 2.56 และ ปัญหาในการได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานหลายแห่ง ทำให้มีรูปแบบการบันทึกบัญชีแตกต่างกันคิดเป็นร้อยละ 41.66

ผลการพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชี พบว่า คู่มือการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน 95.83/95.67 ผู้เข้ารับการอบรมการพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด มีผลคะแนนก่อนและหลังการอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การพัฒนาการบัญชี วิสาหกิจชุมชน

ABSTRACT

This research is mixed method. The purpose of this research is 1) Study the format and accounting issues in accounting for Manufacturing Fishing Community Enterprise and Organic Farming. 2) Development of knowledge in the field of accounting for Manufacturing Fishing Community Enterprise and Organic Farming. An example is

¹ หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

² หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Manufacturing Fishing Community Enterprise and Organic Farming. Case study Chanthaburi and Trat 16 groups. By a chief executive group, accountants and its members 60 count list. Tools used in the research consists of interviews, accounting manual in community enterprise manufacturing fishing community enterprise and Organic Farming and satisfaction evaluation form. Statistics is content analysis, percentage, average, and standard deviation, t-test and performance analysis of the accounting manual in Community Enterprise Manufacturing Fishing Community Enterprise and Organic Farming, according to E_1/E_2 standard.

Results of study accounting, found that the majority of used one book for cash receipts and cash payment is 50 percent. Most used receipt for document accounting is 43.75 percent. The financial statements and management report is Profit and Loss Statement is 50 percent. prepared annually is 43.75 percent. and 12.50 percent do not. The 56.25 percent there is no monitoring or follow-up. The average of Issues in accounting, found that the identification of raw material costs, direct labor costs. And the cost of production is 2.56. And the form of accounting from many agencies there are different is 41.66 percent.

The result of the development of knowledge in the field of accounting results before and after training differs significantly statistical level 05. And the accounting manual in community enterprise manufacturing fishing community enterprise and Organic farming, according to 95.83/95.67.

Keywords: Development of Accounting, Community Enterprise

บทนำ

การจัดทำบัญชีเป็นการจัดระบบข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวัดผลที่เกิดขึ้นจากกระบวนการต่างๆ ทางเศรษฐกิจ การจัดหมวดหมู่รายการ มีการสรุปผลและตีความหมายของผลดังกล่าว ให้ออกมาในรูปของสารสนเทศทางการบัญชี นั่นคือ งบการเงิน ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารงานองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการเงินการตลาดและการตัดสินใจลงทุน เจ้าของกิจการหรือผู้จัดการดำเนินการธุรกิจต่าง ๆ อาจจะไม่มีความรู้ด้านการบัญชี นักบัญชีหรือผู้ทำบัญชีจึงได้เข้ามามีบทบาทในการรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ดังนั้น การบัญชีจึงมีความสำคัญต่อทุกหน่วยงาน รวมไปถึงกิจการวิสาหกิจชุมชนด้วยนั่นเอง

จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด เป็นจังหวัดในภาคตะวันออกที่มีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเล ประชาชนมีการประกอบอาชีพที่หลากหลาย ทั้งเกษตรกรรม ประมงน้ำจืด ประมงน้ำเค็ม การบริการ มีการจัดตั้งและดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนในทุกอำเภอ จากการที่มีการดำเนินการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นจำนวนมากนั้น มีเพียงกลุ่มวิสาหกิจบางกลุ่มเท่านั้นที่สามารถดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากสมาชิกในกลุ่มยังมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการบริหารจัดการองค์กร การบริหารจัดการด้านบัญชีและการเงิน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอันจะทำให้วิสาหกิจชุมชนนั้นประสบผลสำเร็จ ในปัจจุบันการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดมีจำนวนทั้งหมด 39 แห่ง มีจำนวนถึง 23 แห่งที่มีผลการประเมินการดำเนินงานกิจการอยู่ในระดับปานกลางและระดับปรับปรุง (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2559) โดยส่วนใหญ่สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนหรือรวมถึงตัวบุคคลที่มีหน้าที่บันทึกบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังขาดความรู้ความเข้าใจ และขาดรูปแบบการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ลำดับขั้นตอนการดำเนินงาน เนื่องจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยส่วนใหญ่มีอาชีพหลัก คือ เกษตรกรรม ซึ่งมีพื้นฐานด้านการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา ทำให้การบันทึกบัญชีเพื่อแสดงผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นปัญหาและอุปสรรคอย่างหนึ่งในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่ราบรื่น รวมถึงไม่สามารถแสดงผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องหรือสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้นั่นเอง

ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรของวิสาหกิจชุมชนได้รับความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชี เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถนำข้อมูลทางการเงินไปใช้เพื่อกำหนดแนวทางในการวางแผนการดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จ และสร้างความเข้มแข็งแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

คณะผู้วิจัยจึงสนใจการศึกษาและพัฒนาการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการจัดทำบัญชีและปัญหาในการจัดทำบัญชีและพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ กรณีศึกษาจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดทำบัญชีและปัญหาในการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

2. เพื่อพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดรวมทั้งหมด 34 กลุ่ม โดยแบ่งเป็นประชากรที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจประมงในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด จำนวน 15 กลุ่ม และประชากรที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด จำนวน 19 กลุ่ม

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มวิสาหกิจประมงและเกษตรอินทรีย์ ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด รวม 16 กลุ่ม คณะผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตามวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็นประธานบริหารกลุ่ม ผู้รับผิดชอบในงานบัญชีการเงิน และสมาชิกของกลุ่มได้มีส่วนร่วมในแลกเปลี่ยนเรียนรู้และด้านการพัฒนาการจัดทำบัญชี กลุ่มวิสาหกิจละ 30 คน รวมจำนวน 60 คน แสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มวิสาหกิจการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์

ลำดับ	รหัสทะเบียน	ชื่อวิสาหกิจชุมชน	ที่ตั้ง
1	3-22-02-05/1-0027	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านประมงบ้านเกาะจิก	9 หมู่ 1 ต.บางชัน อ.ขลุง จ.จันทบุรี
2	3-22-09-05/1-0003	วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ประมงบ้านช้างข้าม	1/15 หมู่ 8 ต.ช้างข้าม อ.นายายอาม จ.จันทบุรี โทรศัพท์ 0860377930
3	3-22-08-03/1-0003	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มกะปิแม่บ้านหนองแวนนอก	109/1 หมู่ 10 ต.สามพี่น้อง อ.แก่งหางแมว จ.จันทบุรี โทรศัพท์ 061982529
4	3-22-03-14/1-0015	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแหลมเสด็จคู้กระเบน	8/1 หมู่ 7 ต.คลองขุด อ.ท่าใหม่ จ.จันทบุรี
5	3-23-06-02/1-0010	วิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้าน บ้านอ่าวสลัด	37 หมู่ 6 ต.เกาะกูด อ.เกาะกูด จ.ตราด โทรศัพท์ 052858268
6	3-22-03-14/1-0003	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหอยนางรมครบวงจรคู้กระเบน	5/2 หมู่ 3 ต.คลองขุด อ.ท่าใหม่ จ.จันทบุรี โทรศัพท์ 0811767442
7	3-23-07-02/1-0007	วิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านสลักเพชร หมู่ 2	53/2 หมู่ 2 ต.เกาะช้างใต้ อ.เกาะช้าง จ.ตราด โทรศัพท์ 0819826183
8	3-23-07-01/1-0002	วิสาหกิจชุมชนกะปิบ้านคลองสน	31/3 หมู่ 3 ต.เกาะช้าง อ.เกาะช้าง จ.ตราด โทรศัพท์ 099356185, 0926150702
9	3-22-08-03/1-0030	เกษตรเพื่อสุขภาพบ้านปลิว	5 หมู่ที่ 2 ต.ปลิว อ.มะขาม จ.จันทบุรี
10	3-22-10-04/1-0011	กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ของ-มู-แอง	2/2 หมู่ที่ 2 ต.พลวง อ.เขาคิชฌกูฏ จ.จันทบุรี
11	3-23-03-02/1-0016	ออร์แกนิก ตราด	263 หมู่ที่ 1 ต.แสนตอ อ. เขาสมิง จ.ตราด 0890110311
12	3-23-03-08/1-0004	กลุ่มสวนผลไม้อำเภอ	205 หมู่ที่ 8 ต.ทุ่งนันทรี อ. เขาสมิง จ.ตราด 039599015
13	3-22-08-01/1-0010	วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปุ๋ยอินทรีย์บ้านหนองแวนนอก	114 หมู่ 10 ต. สามพี่น้อง อ.แก่งหางแมว จ.จันทบุรี
14	3-27-07-01/1-0004	เกษตรพึ่งตนเองร่วมสมัย	135/2 หมู่ที่ 4 ต.เขาวงกต อ. แก่งหางแมว จันทบุรี 089-2459979
15	3-22-08-05/2-0001	เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ อำเภอแก่งหางแมว	135/2 หมู่ที่ 4 ต.เขาวงกต อ. แก่งหางแมว จันทบุรี 089-2459979
16	3-22-08-05/1-0015	วิสาหกิจชุมชนสมุนไพรอินทรีย์อำเภอแก่งหางแมว	135/2 หมู่ที่ 4 ต.เขาวงกต อ. แก่งหางแมว จันทบุรี 089-2459979

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1. แบบสัมภาษณ์รูปแบบการจัดทำบัญชีและปัญหาในการจัดทำบัญชี ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด 2. คู่มือการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ และ 3. แบบประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

สถิติที่ใช้ ประกอบด้วย การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) กับรูปแบบการจัดทำบัญชีและปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด การวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการพัฒนาการจัดทำบัญชี และรูปแบบการจัดทำบัญชีและปัญหาของ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ด้วยการวิเคราะห์สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย (Van Mater & Gilbreath, 1987) ดังนี้

ช่วงค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ/ระดับปัญหา
1.00 - 1.80	น้อยที่สุด
1.81 - 2.60	น้อย
2.61 - 3.40	ปานกลาง
3.41 - 4.20	มาก
4.21 - 5.00	มากที่สุด

สถิติทดสอบ ที (t-test) และการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของคู่มือการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ ตามเกณฑ์มาตรฐานของ ซียยงค์ พรหมวงศ์ (2556) E_1/E_2 90/90 โดยที่

- E_1 = คะแนนเฉลี่ยร้อยละของแบบฝึกหัดในคู่มือการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์
 E_2 = คะแนนเฉลี่ยร้อยละของแบบทดสอบในคู่มือการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิเป็น 5 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การลงพื้นที่เพื่อทำการจัดเก็บข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการลงพื้นที่เพื่อทำการจัดเก็บข้อมูล โดยใช้การสัมภาษณ์ (Interview) และการสังเกตการณ์ (Observe) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวนรวม 16 กลุ่มซึ่งเป็นตัวแทนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมง ในจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด จำนวน 8 กลุ่ม และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ในจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด จำนวน 8 กลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการบันทึกบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การดำเนินงานและการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

ระยะที่ 2 จัดประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการจัดทำบัญชี
คณะผู้วิจัยดำเนินการจัดประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและ
เกษตรอินทรีย์ ในจังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและจัดประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการจัดทำบัญชี

ระยะที่ 3 จัดทำคู่มือการจัดทำบัญชี
คณะผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมเอกสารทางบัญชีที่เกี่ยวข้องจากตำราทางวิชาการเกี่ยวกับระบบ
การจัดทำบัญชีต่างๆ โดยคณะผู้วิจัยได้นำมาเรียบเรียงและจัดทำเป็นคู่มือการจัดทำบัญชีสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์
และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 คู่มือการจัดทำบัญชีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์

ระยะที่ 4 จัดอบรมพัฒนาการจัดทำบัญชี

คณะผู้วิจัยดำเนินการจัดอบรมพัฒนาการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ จำนวนรวม 60 คน ตามคู่มือการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ และให้แต่ละกลุ่มนำไปประยุกต์ใช้งานดังภาพที่ 3 และ ภาพที่ 4



ภาพที่ 3 การอบรมการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี วันพุธที่ 7 มีนาคม 2561



ภาพที่ 4 การอบรมการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ ณ เครือข่ายเกษตรอินทรีย์แก่งหางแมว อำเภอกงหางแมว จังหวัดจันทบุรี วันพุธที่ 29 สิงหาคม 2561

ระยะที่ 5 ประเมินผลความพึงพอใจในการพัฒนาการจัดทำบัญชี

คณะผู้วิจัยดำเนินการประเมินความพึงพอใจการพัฒนาการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ภายหลังจากเสร็จสิ้นการอบรม

ผลการวิจัย

1) รูปแบบการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

ผู้จัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 81.25 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 18.75 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมามีอายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.75 และมีอายุสูงกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.25 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมามีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 31.25 โดยสำเร็จการศึกษาในสาขาการจัดการ สาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ สาขาสัตวบาล และสาขา พืชศาสตร์ รองลงมา มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 25 และมีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 6.25 แสดงได้ดังตารางที่ 2

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

ตารางที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	3	18.75
หญิง	13	81.25
รวม	16	100.00
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	0	0.00
31-40 ปี	0	0.00
41-50 ปี	8	50.00
51-60 ปี	7	43.75
สูงกว่า 60 ปี	1	6.25
รวม	16	100.00
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ไม่ได้เรียน	0	0.00
ประถมศึกษา	5	31.25
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	6.25
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	4	25.00
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	0	0.00
ปริญญาตรี	6	37.50
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00
รวม	16	100.00

ผู้จัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีประสบการณ์ระยะเวลาในการปฏิบัติงานทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 87.50 รองลงมา คือมีระยะเวลาในการปฏิบัติงานทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจมากกว่า 1 ปี และ ระหว่าง 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.25 เท่ากัน ส่วนใหญ่เคยได้รับการอบรมการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน คิดเป็นร้อยละ 75 ซึ่งวิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มมีการจัดทำบัญชีเป็นประจำ โดยส่วนใหญ่เป็นการจัดทำบัญชีด้วยมือ คิดเป็นร้อยละ 81.25 และมีการจัดทำบัญชีด้วยมือและโปรแกรมสำเร็จรูป ไม่โครซอฟท์เอ็กเซล คิดเป็นร้อยละ 18.75 แสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

ระยะเวลาในการปฏิบัติงานทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	1	6.25
1-3 ปี	0	0.00
3-5 ปี	1	6.25
มากกว่า 5 ปี	14	87.50
รวม	16	100.00
การเข้ารับการฝึกอบรมการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	12	75.00
ไม่เคย	4	25.00
รวม	16	100.00

การจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
มี	16	100.00
ไม่มี	0	0.00
รวม	16	100.00
วิธีการบันทึกบัญชี	จำนวน	ร้อยละ
บันทึกด้วยมือ	13	81.25
บันทึกด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป	0	0.00
บันทึกด้วยมือและโปรแกรมสำเร็จรูป	3	18.75
รวม	16	100.00

การจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดนั้น ส่วนใหญ่มีการใช้สมุดบัญชีรับจ่ายเงินในเล่มเดียวกันสำหรับการบันทึกบัญชี คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ สมุดเงินสด สมุดรายวันซื้อ และสมุดบันทึกต้นทุนกำไร คิดเป็นร้อยละ 25 เท่ากัน รองลงมา คือสมุดรายวันทั่วไป สมุดบัญชีแยกประเภททั่วไป คิดเป็นร้อยละ 18.75 เท่ากัน และมีการจัดทำทะเบียนคุมวัตถุดิบ และทะเบียนสินทรัพย์ถาวร คิดเป็นร้อยละ 18.75 เท่ากัน สำหรับเอกสารประกอบการบันทึกบัญชานั้น วิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่มีการใช้ใบเสร็จรับเงิน ใบสำคัญจ่าย และใบลงเวลาทำงานเป็นเอกสารประกอบการบันทึกบัญชี คิดเป็นร้อยละ 43.75 18.75 และ 18.75 ตามลำดับ แสดงได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ด้านสมุดบัญชีและเอกสารประกอบการบันทึกบัญชี

สมุดบัญชีและเอกสารประกอบการบันทึกบัญชีที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
สมุดเงินสด	4	25.00
สมุดรายวันทั่วไป	3	18.75
สมุดรายวันซื้อ	4	25.00
สมุดรายวันขาย	0	0.00
สมุดบัญชีแยกประเภททั่วไป	3	18.75
สมุดบัญชีย่อยลูกหนี้	0	0.00
สมุดบัญชีย่อยเจ้าหนี้	0	0.00
สมุดบันทึกต้นทุนกำไร	4	25.00
ทะเบียนคุมสินค้า	0	0.00
ทะเบียนคุมวัตถุดิบ	3	18.75
ทะเบียนสินทรัพย์ถาวร	3	18.75
ทะเบียนสมาชิกและหุ้น	0	0.00
ใบเสร็จรับเงิน	7	43.75
ใบเบิกเงิน	0	0.00
ใบเบิกวัตถุดิบ	0	0.00
ใบสำคัญจ่าย	3	18.75
ใบลงเวลาทำงาน	3	18.75
อื่น ๆ ระบุ สมุดบัญชีรับจ่าย	8	50.00

การจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ด้านการรายงานทางการเงินและรายงานทางการบริหาร ส่วนใหญ่มีการจัดทำงบกำไรขาดทุน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาเป็นการจัดทำเป็นรายงานกำไรขาดทุน คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมา คืองบต้นทุนการผลิต และงบแสดงฐานะการเงิน คิดเป็นร้อยละ 25 และงบทดลอง คิดเป็นร้อยละ 6.25 และมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวนร้อยละ 12.50 ที่ไม่มีการจัดทำรายงานทางการเงินและรายงานทางการบริหารของกลุ่ม สำหรับระยะเวลาในการจัดทำรายงานทางการเงินและรายงานทางการบริหาร เพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานและการปฏิบัติงานของกลุ่มส่วนใหญ่จะจัดทำเป็นรายปี คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมา คือ จัดทำตามรอบการผลิต และ สองเดือน

ต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 25 และจัดทำเป็นรายเดือนคิดเป็นร้อยละ 6.25 และมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวนร้อยละ 25 ที่ไม่มีการจัดทำรายงานทางการเงินและรายงานทางการบริหารเพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานและการปฏิบัติงานของกลุ่ม ทั้งนี้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่จะไม่มีการตรวจสอบหรือติดตามการจัดทำบัญชีของกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 56.25 โดยมีกลุ่มที่ได้รับการตรวจสอบติดตามการจัดทำบัญชีจากคณะกรรมการบริหารกลุ่ม และการตรวจสอบติดตามจากหน่วยงานภายนอก คือกรมตรวจบัญชีสหกรณ์และศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ คิดเป็นร้อยละ 18.75 เท่ากัน และได้รับการตรวจสอบติดตามการจัดทำบัญชีจากคณะกรรมการตรวจสอบที่กลุ่มแต่งตั้งขึ้น คิดเป็นร้อยละ 6.25 แสดงได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ด้านการรายงานทางการเงินและรายงานทางการบริหาร

การรายงานทางการเงินและรายงานทางการบริหาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการจัดทำ	2	12.50
งบทดลอง	1	6.25
งบกำไรขาดทุน	8	50.00
งบแสดงฐานะการเงิน	4	25.00
งบแสดงการเปลี่ยนแปลงของผู้ถือหุ้น	0	0.00
งบต้นทุนการผลิต	4	25.00
อื่น ๆ ระบุ รายงานกำไรขาดทุน	7	43.75
ระยะเวลาในการจัดทำรายงานทางการเงินและรายงานทางการบริหาร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการจัดทำ	4	25.00
รายเดือน	1	6.25
รายไตรมาส	0	0.00
รายปี	7	43.75
อื่น ๆ ระบุ 2 เดือนต่อครั้ง ต่อรอบการผลิต	4	25.00
รวม	16	100.00
การตรวจสอบติดตามการดำเนินงาน	จำนวน	ร้อยละ
มี จากคณะกรรมการบริหารกลุ่ม	3	18.75
มี จากคณะกรรมการตรวจสอบที่กลุ่มแต่งตั้งขึ้น	1	6.25
มี จากหน่วยงานภายนอก	3	18.75
กรมตรวจบัญชีสหกรณ์และศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนฯ		
ไม่มี	9	56.25
รวม	16	100.00

2) ปัญหาในการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

ด้านเอกสารและวิธีการจัดทำบัญชี ในภาพรวมมีระดับปัญหาน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีเพียงเอกสารประกอบการบันทึกบัญชีมีปริมาณมาก ที่มีระดับปัญหาน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.75 สำหรับข้ออื่น ๆ มีระดับปัญหาน้อยทุกข้อ ดังนี้ การจำแนกต้นทุนการผลิต วัตถุดิบ ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต มีค่าเฉลี่ย 2.56 รองลงมาคือ การจำแนกรายการตามหมวดหมู่บัญชี สินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนของเจ้าของ รายได้ และ ค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ย 2.50 รองลงมาคือ การบันทึกรายการเกี่ยวกับการเบิกจ่ายวัตถุดิบ สินค้าคงเหลือ และวัสดุสำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 2.44 รองลงมา คือ การจำแนกต้นทุนการผลิตออกจากค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร และการตรวจสอบยอดคงเหลือของวัตถุดิบ สินค้าคงเหลือ และวัสดุสำนักงาน และการผ่านรายการจากสมุดรายวันขั้นต้นไปสมุดบัญชีแยกประเภท มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.38 รองลงมา คือ เอกสารประกอบ การบันทึกบัญชีไม่ครบถ้วน การบันทึกบัญชีในสมุดรายวันขั้นต้น ได้แก่ สมุดรายวันซื้อ สมุดรายวันขาย สมุดรายวันรับเงิน สมุดรายวันจ่ายเงิน และสมุดรายวันทั่วไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 2.13 รองลงมาคือ การจำแนกรายการสินทรัพย์ส่วนบุคคลออกจากสินทรัพย์ของกิจการ มีค่าเฉลี่ย 1.94 รองลงมา คือ การจัดท่างการเงินไม่ทันต่อการตัดสินใจ และ การบริหารและควบคุมภายในของบัญชีสินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนของเจ้าของ รายได้ และ ค่าใช้จ่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 1.88 แสดงได้ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี ด้านเอกสารและวิธีการจัดทำบัญชี

ประเด็นปัญหา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล	อันดับ
1. เอกสารประกอบการบันทึกบัญชีมีปริมาณมาก	1.75	1.06	น้อยที่สุด	12
2. เอกสารประกอบการบันทึกบัญชีไม่ครบถ้วน	2.13	1.31	น้อย	7
3. การจำแนกรายการตามหมวดหมู่บัญชี สินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนของ เจ้าของ รายได้ และ ค่าใช้จ่าย	2.50	1.59	น้อย	2
4. การบันทึกบัญชีในสมุดรายวันขั้นต้น ได้แก่ สมุดรายวันซื้อ สมุดรายวัน ขาย สมุดรายวันรับเงิน สมุดรายวันจ่ายเงิน และสมุดรายวันทั่วไป	2.13	1.36	น้อย	8
5. การผ่านรายการจากสมุดรายวันขั้นต้นไปสมุดบัญชีแยกประเภท	2.38	1.45	น้อย	6
6. การจำแนกรายการสินทรัพย์ส่วนบุคคลออกจากสินทรัพย์ของกิจการ	1.94	1.18	น้อย	9
7. การจำแนกต้นทุนการผลิต วัตถุดิบ ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายใน การผลิต	2.56	1.46	น้อย	1
8. การจำแนกต้นทุนการผลิตออกจากค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	2.38	1.26	น้อย	4
9. การบันทึกรายการเกี่ยวกับการเบิกจ่ายวัตถุดิบ สินค้าคงเหลือ และวัสดุ สำนักงาน	2.44	1.36	น้อย	3
10. การตรวจสอบยอดคงเหลือของวัตถุดิบ สินค้าคงเหลือ และวัสดุ สำนักงาน	2.38	1.26	น้อย	5
11. การจัดทำงบการเงินไม่ทันต่อการตัดสินใจ	1.88	0.96	น้อย	10
12. การบริหารและควบคุมภายในของบัญชีสินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนของ เจ้าของ รายได้ และ ค่าใช้จ่าย	1.88	1.02	น้อย	11
รวมเฉลี่ย	2.20	1.27	น้อย	

ด้านความร่วมมือและประสานงาน ในภาพรวม มีปัญหาน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 1.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีเพียงการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกเพื่อสร้างความร่วมมือในการจัดทำบัญชีที่มีระดับปัญหาน้อย มีค่าเฉลี่ย 1.81 สำหรับ ข้ออื่น ๆ มีระดับปัญหาน้อยที่สุด ดังนี้ การประสานงานกับวิสาหกิจชุมชนอื่นเพื่อสร้างความร่วมมือในการจัดทำบัญชี มีค่าเฉลี่ย 1.75 รองลงมา คือ ประธานกลุ่มให้การส่งเสริมสนับสนุนในการจัดทำบัญชี มีค่าเฉลี่ย 1.69 รองลงมา คือ ประธานกลุ่ม/สมาชิกกลุ่ม ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลทาง การบัญชีเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 1.50 และได้รับความร่วมมือจากสมาชิกกลุ่มในการจัดส่งเอกสาร ประกอบการบันทึกบัญชีเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 1.38 แสดงได้ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี ด้านความร่วมมือและประสานงาน

ประเด็นปัญหา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล	อันดับ
1. ประธานกลุ่มให้การส่งเสริมสนับสนุนในการจัดทำบัญชี	1.69	0.87	น้อยที่สุด	3
2. ประธานกลุ่ม/สมาชิกกลุ่ม ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลทาง การบัญชีเป็น อย่างดี	1.50	0.63	น้อยที่สุด	4
3. ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกกลุ่มในการจัดส่งเอกสารประกอบการบันทึก บัญชีเป็นอย่างดี	1.38	0.50	น้อยที่สุด	5
4. การประสานงานกับหน่วยงานภายนอกเพื่อสร้างความร่วมมือในการจัดทำ บัญชี	1.81	1.05	น้อย	1
5. การประสานงานกับวิสาหกิจชุมชนอื่นเพื่อสร้างความร่วมมือในการจัดทำบัญชี	1.75	1.06	น้อยที่สุด	2
รวมเฉลี่ย	1.63	0.82	น้อยที่สุด	

ด้านเครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ในภาพรวม มีระดับปัญหาน้อยที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ย 1.80 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การใช้งานเครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์ทำให้มีการบันทึกบัญชีได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และครบถ้วน มีระดับปัญหาน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.13 รองลงมา คือ เครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 2.00 สำหรับข้ออื่น ๆ มีระดับปัญหาน้อยที่สุด ดังนี้ การใช้งานเครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์มีความปลอดภัย การใช้งานเครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์มีความง่ายและสะดวก และ เครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์มีความเพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ย 1.63 เท่ากัน ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี ด้านเครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

ประเด็นปัญหา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล	อันดับ
1. เครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์มีความเพียงพอ	1.63	0.81	น้อยที่สุด	5
2. เครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพ	2.00	0.89	น้อย	2
3. การใช้งานเครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์มีความปลอดภัย	1.63	0.81	น้อยที่สุด	3
4. การใช้งานเครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์มีความง่ายและสะดวก	1.63	0.81	น้อยที่สุด	4
5. การใช้งานเครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์ทำให้มีการบันทึกบัญชีได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และครบถ้วน	2.13	1.36	น้อย	1
รวมเฉลี่ย	1.80	0.94	น้อยที่สุด	

ด้านความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน ในภาพรวม มีระดับปัญหาน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับปัญหาน้อยทุกข้อ เรียงตามลำดับดังนี้ ท่านสามารถจัดทำบัญชีได้ตรงตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ของกลุ่มและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ย 2.25 รองลงมา คือ ท่านอุทิศเวลาส่วนใหญ่ในการจัดทำบัญชี มีค่าเฉลี่ย 2.13 รองลงมา คือ ท่านได้รับการอบรมเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีจากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ย 2.06 รองลงมาคือ ท่านนำความรู้และขั้นตอนการปฏิบัติงานทางด้านบัญชี ที่ได้รับการอบรมมาประยุกต์ใช้ มีค่าเฉลี่ย 2.00 และท่านสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำบัญชีได้มีค่าเฉลี่ย 1.8 ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี ด้านความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน

ประเด็นปัญหา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล	อันดับ
1. ท่านสามารถจัดทำบัญชีได้ตรงตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ของกลุ่มและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	2.25	1.57	น้อย	1
2. ท่านสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการทำบัญชีได้	1.88	1.09	น้อย	5
3. ท่านได้รับการอบรมเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีจากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ	2.06	1.44	น้อย	3
4. ท่านนำความรู้และขั้นตอนการปฏิบัติงานทางด้านบัญชีที่ได้รับการอบรมมาประยุกต์ใช้	2.00	1.46	น้อย	4
5. ท่านอุทิศเวลาส่วนใหญ่ในการจัดทำบัญชี	2.13	1.31	น้อย	2
รวมเฉลี่ย	2.06	1.37	น้อย	

ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี ดังนี้ ได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานหลายแห่ง รูปแบบการบันทึกบัญชีแตกต่างกัน คิดเป็นร้อยละ 41.66 รองลงมา คือ ขาดคู่มือในการจัดทำบัญชีที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมา คือ ติดต่อหน่วยงานที่มอบหมายไม่ได้ และ ขาดงบประมาณสนับสนุนในเครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน มีจำนวนเท่ากับคิดเป็นร้อยละ 16.67 แสดงได้ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาการจัดทำบัญชี ของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

ประเด็นปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
1. ได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานหลายแห่ง รูปแบบการบันทึกบัญชีแตกต่างกัน	5	41.66
2. ขาดคู่มือในการจัดทำบัญชีที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ปฏิบัติ	3	25.00
3. ติดต่อหน่วยงานที่มาอบรมไม่ได้	2	16.67
4. ขาดงบประมาณสนับสนุนในเครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	2	16.67
รวม	12	100.00

3) ผลการพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด จัดขึ้นในวันที่ 6 มีนาคม 2561 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี ซึ่งมีผู้เข้าร่วมการพัฒนาในครั้งนี้จำนวน 30 คน และครั้งที่สอง ดำเนินการพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ในวันที่ 29 สิงหาคม 2561 ณ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ อำเภอแก่งหางแมว จังหวัดจันทบุรี ซึ่งมีผู้เข้าร่วมการพัฒนาในครั้งนี้จำนวน 30 คน โดยใช้คู่มือการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน 95.83/95.67

ผลการพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชี พบว่า ผู้เข้ารับการอบรมการพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด มีผลคะแนนก่อนและหลังการอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผลคะแนนภายหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรม แสดงได้ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนจากแบบประเมินความรู้ก่อนและหลังเสร็จสิ้นการอบรมการพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

การทดสอบ	n	คะแนนรวม	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ก่อนอบรม	30	176	5.87	2.255	10.230*	.000
หลังอบรม	30	291	9.70	.988		

*p< .05

ผู้เข้ารับการอบรมการพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด มีผลคะแนนก่อนและหลังการอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผลคะแนนภายหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรม แสดงได้ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนจากแบบประเมินความรู้ก่อนและหลังเสร็จสิ้นการอบรมการพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

การทดสอบ	n	คะแนนรวม	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ก่อนอบรม	30	186	6.20	2.524	8.250*	.000
หลังอบรม	30	299	9.97	.183		

*p< .05

สำหรับความพึงพอใจต่อการพัฒนาการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ในภาพรวม ผู้เข้าร่วมการพัฒนาการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ มีระดับความพึงพอใจต่อ ประเด็นการประเมิน ก่อนเข้ารับการอบรม ท่านรู้สึกว่าการจัดทำบัญชีเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.02 ทั้งนี้ เมื่อเสร็จสิ้นการพัฒนา ผู้เข้ารับการพัฒนามีระดับความพึงพอใจต่อประเด็นการประเมินหลัง การเข้ารับการอบรม ท่านรู้สึกว่าการจัดทำบัญชีเป็นสิ่งที่ง่ายและ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

มีประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกลุ่ม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.52 และเมื่อพิจารณาในประเด็นอื่นพบว่า ผู้เข้ารับการพัฒนามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในประเด็นการประเมิน มีการเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และ รูปแบบการจัดทำบัญชีตามคู่มือฯ ช่วยให้ทราบผลการดำเนินงานของกลุ่มว่ามีผลกำไรหรือขาดทุน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.23 และ 4.22 ตามลำดับ สำหรับประเด็นอื่น ๆ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกข้อ แสดงได้ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ความพึงพอใจต่อการพัฒนาการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ ภาพรวม

ประเด็นในการประเมิน	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล	อันดับ
1. ก่อน เข้ารับการอบรม ท่านรู้สึกรู้ว่าการจัดทำบัญชีเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก	3.02	0.85	ปานกลาง	10
2. รายละเอียดเนื้อหาการจัดทำบัญชีมีความเหมาะสมกับการดำเนินงานของกลุ่ม	3.90	0.57	มาก	9
3. เอกสารประกอบการให้ความรู้มีความเหมาะสม	4.12	0.61	มาก	6
4. มีการยกตัวอย่างประกอบการให้ความรู้เชื่อมโยงกับการดำเนินงานจริงของกลุ่ม	4.03	0.69	มาก	8
5. มีการเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น	4.23	0.50	มากที่สุด	2
6. สามารถนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการจัดทำบัญชีของกลุ่มได้	4.17	0.53	มาก	4
7. รูปแบบการจัดทำบัญชีตามคู่มือฯ มีความสะดวกต่อการจัดทำ	4.08	0.62	มาก	7
8. รูปแบบการจัดทำบัญชีตามคู่มือฯ ช่วยให้ทราบผลการดำเนินงานของกลุ่มว่ามีผลกำไรหรือขาดทุน	4.22	0.64	มากที่สุด	3
9. รูปแบบการจัดทำบัญชีตามคู่มือฯ ช่วยให้ทราบต้นทุนการผลิตที่แท้จริง	4.15	0.63	มาก	5
10. หลัง การเข้ารับการอบรม ท่านรู้สึกรู้ว่าการจัดทำบัญชีเป็นสิ่งที่ง่ายและมีประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกลุ่ม	4.52	0.57	มากที่สุด	1

อภิปรายผล

1. จากการศึกษารูปแบบการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณี ศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดนั้น ผู้จัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีประสบการณ์ระยะเวลาในการปฏิบัติงานทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจมากกว่า 5 ปี สอดคล้องกับวัชรีย์ อ้นวิวัฒน์ (2554) ที่ระบุถึงระยะเวลาของผู้จัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนปฏิบัติงาน ในตำแหน่ง 4-5 ปี การจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดนั้น ส่วนใหญ่มีการใช้สมุดบัญชีรับจ่ายเงินในเล่มเดียวกัน สำหรับการบันทึกบัญชี วิสาหกิจชุมชนทุกกลุ่มมีการจัดทำบัญชีเป็นประจำ โดยส่วนใหญ่เป็นการจัดทำบัญชีด้วยมือ สอดคล้องกับขวัญชนก ท่านนิมิตกุลชัย (2556) ได้ศึกษาแนวปฏิบัติและปัญหาในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร พบว่า ผู้ทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนส่วนมากมีแหล่งความรู้ในการจัดทำบัญชีจากการฝึกอบรม ส่วนใหญ่ยังเลือกวิธีการจดบันทึกบัญชีด้วยมือตามความเข้าใจส่วนตัวมากกว่าการนำระบบคอมพิวเตอร์มาทำฐานข้อมูลการบัญชี สำหรับเอกสารประกอบการบันทึกบัญชีนั้น วิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่มีการใช้ใบเสร็จรับเงิน ใบสำคัญจ่าย และใบลงเวลาทำงานเป็นเอกสารประกอบการบันทึกบัญชี

ด้านการรายงานทางการเงินและรายงานทางการบริหาร ส่วนใหญ่มีการจัดทำงบกำไรขาดทุน ระยะเวลาในการจัดทำรายงานทางการเงินและรายงานทางการบริหารเพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานและการปฏิบัติงานของกลุ่มส่วนใหญ่จัดทำเป็นรายปี สอดคล้องกับชาอุทัย มะโนธรรม (2558) ที่ได้ทำการศึกษาการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ ตามแนวทางของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ พบว่า วิสาหกิจชุมชนดำเนินธุรกิจซื้อขายไป (พาณิชย์กรรม) ร้อยละ 78.95 วิสาหกิจชุมชนทั้งหมดมีการบันทึกบัญชี มีการจัดทำเอกสารประกอบการรับ/จ่ายเงิน มีการบันทึกรายการในสมุดบัญชีเงินสดได้ถูกต้องมีการแบ่งแยกหน้าที่ระหว่างผู้จัดทำบัญชีและจากผู้รับผิดชอบด้านการเงิน แต่ไม่มีการจัดทำงบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุน งบต้นทุนขาย/ต้นทุนการผลิต สมุดรายวันทั่วไป ทะเบียนสมาชิกและหุ้น ทะเบียนคุมสินค้า/ทะเบียนคุมวัตถุดิบ ทะเบียนสินทรัพย์ บัญชีย่อยลูกหนี้ ขายสินค้าเงินเชื่อและสมุดต้นทุนกำไร

ในด้านการดำเนินงานของกลุ่มนั้น ทุกกลุ่มจะไม่มีการกู้ยืมเงินมาใช้ประกอบการของกลุ่ม จึงไม่จำเป็นต้องชำระคืนเงินกู้และดอกเบี้ยจากการกู้ยืม สอดคล้องกับ ปวันรัตน์ ติวงษ์ และกฤษฎา จรินทร์ (2558) ได้ศึกษา แนวทางการพัฒนาการดำเนินของวิสาหกิจชุมชน ในเขตพื้นที่มาบตาพุดคอมเพล็กซ์ จังหวัดระยอง ผลการศึกษาสถานการณ์ ปัจจุบันในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน พบว่า ผลการดำเนินงานของกลุ่มที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันคือเงินทุนทุกกลุ่มล้วนต้องใช้เงินทุนในการดำเนินกิจการของตน โดยทางภาครัฐเข้ามาช่วย สนับสนุนในบางครั้ง และยังสอดคล้องกับ ธนาวุฒิ พิมพ์กิมและจันทนา ฤทธิสมบุญ (2553) ที่ได้ศึกษาการประยุกต์ใช้แนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดจันทบุรี พบว่า 1) ระดับความเป็นไปได้ในการประยุกต์หลักการจัดการเศรษฐกิจพอเพียงกับวิสาหกิจชุมชนทั้งโดยรวมและจำแนกตามลักษณะของกิจการอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด แนวปฏิบัติที่มีความเป็นไปได้สูงได้แก่ การทำธุรกิจอย่างซื่อสัตย์สุจริตในการประกอบการ ไม่เอารัดเอาเปรียบ ผู้ที่ความเกี่ยวข้อง ส่วนรองลงมาได้แก่ การจัดการธุรกิจที่เน้นการบริหารความเสี่ยงต่ำ ไม่ก่อหนี้เกินกำลัง และจัดการกิจการแบบค่อยเป็นค่อยไป แต่มีความมั่นคงของธุรกิจในระยะยาว และหลักการไม่โลภมากเกินไป และไม่เน้นกำไรระยะสั้นเป็นหลัก

สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดนั้น พบปัญหาในด้านเอกสารและวิธีการจัดทำบัญชีเรื่อง การจำแนกต้นทุนการผลิต วัตถุดิบ ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต รองลงมาคือ การจำแนกรายการตามหมวดหมู่บัญชี สินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนของเจ้าของ รายได้ และ ค่าใช้จ่าย รองลงมาคือการบันทึกรายการเกี่ยวกับการเบิกจ่าย วัตถุดิบ สินค้าคงเหลือ และวัสดุสำนักงาน รองลงมาคือ การผ่านรายการจากสมุดรายวันขึ้นต้นไปสมุดบัญชีแยกประเภท การตรวจสอบยอดคงเหลือของวัตถุดิบ สินค้าคงเหลือ และวัสดุสำนักงาน การจำแนกต้นทุนการผลิตออกจากค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

นอกจากนี้ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ คือ การได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานหลายแห่ง รูปแบบการบันทึกบัญชีแตกต่างกัน การขาดคู่มือในการจัดทำบัญชีที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ปฏิบัติ การติดต่อหน่วยงานที่มาอบรมไม่ได้ การขาดงบประมาณสนับสนุนในเครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับขวัญชนก ห่านนิมิตกุลชัย (2556) ที่ได้ศึกษาแนวปฏิบัติและปัญหาในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร พบว่า ปัญหาหลักในการจัดทำบัญชีของผู้ทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนในกลุ่มสำรวจ คือ การขาดทักษะความรู้พื้นฐานด้านการบัญชี และความไม่เป็นเอกภาพของหน่วยงานทั้งหลายที่เข้ามาเกี่ยวข้อง กล่าวคือ มีการให้ความรู้และเผยแพร่รูปแบบการทำบัญชีที่หลากหลายตามความถนัดของหน่วยงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับพื้นฐานและความต้องการของผู้ใช้ นอกจากนี้ยังขาดกฎและข้อบังคับและได้รับผิดชอบติดตามการรายงานทางการเงินของโครงการ เป็นเหตุให้เกิดความสับสนจนเกิดข้อผิดพลาดและไม่ให้ความสำคัญต่อบัญชีในที่สุด ในขณะที่ปัจจัยส่งเสริมที่จำเป็นคือ การจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาทางการบัญชีเพื่อทำหน้าที่ให้การอบรมเผยแพร่ความรู้ที่เหมาะสมต่อแต่ละชุมชน

2. จากการพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ บนพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด จะเห็นได้ว่า กระบวนการพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดนั้น คณะผู้วิจัยได้ให้ผู้เข้าร่วมการพัฒนาจัดทำแบบประเมินความรู้ก่อนการอบรม ดำเนินการอบรม จัดทำแบบฝึกหัด แบบทดสอบ และภายหลังเสร็จสิ้นการอบรมจึงให้จัดทำแบบประเมินความรู้หลังเสร็จสิ้นการอบรมอีกครั้ง พบว่าผู้เข้ารับการอบรมการพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด มีผลคะแนนก่อนและหลังการอบรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผลคะแนนภายหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรม มีความสอดคล้องกับ สรัชญะ บุญวุฒิ (2558) ที่ได้ศึกษาปัญหาและรูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพของระบบบัญชี สำหรับวิสาหกิจชุมชน : กลุ่มผู้ผลิตข้าวแต๋นบ้านหนองหลาย อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ซึ่งพบว่า ทางด้านรูปแบบระบบบัญชีของวิสาหกิจชุมชนก่อนการดำเนินการพัฒนาอยู่ในระดับคุณภาพควรปรับปรุง คือ มีค่าเฉลี่ยในระดับ 1.12 ภายหลังได้เข้าดำเนินการพัฒนาเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับคุณภาพดีมาก คือ มีค่าเฉลี่ย 4.92 และแนวทางในการพัฒนาทางกลุ่มควรพัฒนาความรู้ทางด้านการควบคุมภายใน ด้านการรับเงินด้านการจ่ายเงิน ตลอดจนด้านการจัดเก็บเอกสารหลักฐานทางการบัญชีให้ดีขึ้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและส่งผลถึงประสิทธิภาพ เมื่อมีการตรวจสอบนอกจากนี้ยังสามารถจัดทำข้อมูลทางการเงินตรงตามข้อกำหนดของกฎหมายบัญชีและนำเสนอภาษีให้กับหน่วยงานภาครัฐได้

แสดงว่าการพัฒนาความรู้ในด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์มีประสิทธิภาพและเหมาะสม ผู้เข้ารับการพัฒนามาสามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านการจัดทำบัญชีและการรายงานทางการเงินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ได้ต่อไปในอนาคต

สรุป

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดนั้นดำเนินกิจการโดยไม่มีการกั๊ยมเงินมาใช้ประกอบการของกลุ่ม จัดว่าเป็นการดำเนินงานตาม ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง แนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ซึ่งวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดได้เห็นความสำคัญและประโยชน์ของการจัดทำบัญชีจึงมีการจัดทำบัญชีเป็นประจำทุกกลุ่ม โดยผู้ทำบัญชีของกลุ่มจะเข้ารับการอบรมให้ความรู้ในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชน จากหน่วยงานต่าง ๆ ถึงแม้จะมีหน่วยงานหลาย ๆ หน่วยงานได้เข้ามาให้ความรู้ แต่การได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานหลายแห่ง ซึ่งมีรูปแบบการบันทึกบัญชีที่มีความแตกต่างกัน อาจทำให้เกิดความสับสนและไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ปฏิบัติงานจัดทำบัญชีของกลุ่ม หากเกิดปัญหาในการดำเนินงานก็ไม่สามารถติดต่อหน่วยงานที่มาอบรมได้ วิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ จึงมีการจัดทำบัญชีเป็นลักษณะการจดบันทึกรายการค้าในสมุดรับเงินจ่ายเงินในเล่มเดียวกัน ซึ่งอาจเนื่องมาจากความสะดวกในการบันทึกบัญชี ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการบูรณาการและผสานความรู้ในการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนให้เป็นรูปแบบเดียวกันตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป นอกจากนี้ในการจัดทำรายงานทางการเงินและรายงานทางการบริหารเพื่อนำเสนอผลการดำเนินงานและการปฏิบัติงานของกลุ่มส่วนใหญ่จะจัดทำรายงานกำไรขาดทุนเป็นรายปี ซึ่งไม่มีการจัดทำรายงานทางการเงินและรายงานทางการเงินอื่นตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป สารสนเทศทางการบัญชีที่ได้จึงไม่ถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไปและไม่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ทางธุรกิจได้

ทั้งนี้ในการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดนั้นมีปัญหาในเรื่องการจำแนกต้นทุนการผลิต วัตถุดิบ ค่าแรงงานทางตรง และค่าใช้จ่ายในการผลิต สำหรับธุรกิจแล้ว ต้นทุนการผลิตเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินงาน ดังนั้นการนำเสนอสารสนเทศเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตต้องมีความถูกต้องแม่นยำและเชื่อถือได้ เพื่อให้ผู้บริหารนำไปใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินงาน การคำนวณต้นทุนการผลิตของสินค้าที่จะนำไปคำนวณต้นทุนขายในงบกำไรขาดทุนหรือแสดงมูลค่าสินค้าคงเหลือในงบแสดงฐานะการเงิน จึงต้องเป็นไปตามหลักการบัญชีหรือวิธีการที่มีกฎเกณฑ์ที่ถูกต้องและเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป หากมีการจำแนกและคำนวณต้นทุนการผลิตผิดพลาด จะส่งผลต่อกำไรขาดทุน และงบแสดงฐานะการเงินของวิสาหกิจชุมชนด้วยนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชน ควรบูรณาการร่วมกันในการจัดทำคู่มือประกอบการบันทึกบัญชีให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับผู้ใช้งาน โดยลดขั้นตอนการบันทึกบัญชีที่มีความซ้ำซ้อนลง
2. ควรมีหน่วยงานหรือบุคลากรประสานงานให้คำแนะนำสำหรับการดำเนินงานให้อบรมเผยแพร่ความรู้ด้านการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเน้นการพัฒนาและส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความรู้เกี่ยวกับต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น
3. ควรดำเนินการติดตามการจัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นระยะ ๆ เพื่อศึกษาความก้าวหน้าทำให้เกิดการจัดทำบัญชีอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งจะนำไปสู่การใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางการบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ คณะผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือและความร่วมมือจากหลาย ๆ ฝ่าย ขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีที่สนับสนุนทุนวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ที่สละเวลาแก้ไขข้อบกพร่องในเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องของภาษา และพิจารณาความเที่ยงตรงของเนื้อหา ขอขอบคุณคณะกรรมการ ที่สนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ และบุคลากรสนับสนุนการติดต่อประสานงานและดำเนินงานวิจัย ขอขอบคุณกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการผลิตประมงและเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดที่ได้ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานวิจัยให้สำเร็จได้ด้วยดี นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังได้รับการช่วยเหลือและกำลังใจจากคุณพ่อ คุณแม่ พี่น้องและเพื่อน ๆ ตลอดจนบุคคลต่าง ๆ ที่ให้ความช่วยเหลืออีกมาก ที่คณะผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามได้หมดในที่นี้ คณะผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและความปรารถนาดีของทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณและขอบคุณไว้ในโอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

ขวัญชนก ห่านนิมิตกุลชัย. (2556). แนวปฏิบัติและปัญหาในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนใน จังหวัดสกลนคร. กรุงเทพฯ:

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2556). การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอน. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์] วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย, 5(1): 7-20.

- ชาญชัย มะโนธรรม. (2558). การจัดทำบัญชีของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ ตามแนวทางของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์. **วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ**, 25(1): 133-148. สืบค้นจาก [HTTP://JOURNAL.PAYAP.AC.TH/ONLINE/OJ-GRAD/INDEX.PHP/OJPYU/ARTICLE/VIEW/50/0](http://JOURNAL.PAYAP.AC.TH/ONLINE/OJ-GRAD/INDEX.PHP/OJPYU/ARTICLE/VIEW/50/0).
- ธนาวุฒิ พิมพ์กี และจันทนา ถุทธิสมบุรณ์. (2553). การประยุกต์ใช้แนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดจันทบุรี. **วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยสวนดุสิต**, 10(1): 1-22.
- ปวันรัตน์ ตีวงษ์ และกฤษฎ จรินโท. (2558). แนวทางการพัฒนาการดำเนินของวิสาหกิจชุมชน ในเขตพื้นที่มาบตาพุดคอมเพล็กซ์ จังหวัดระยอง. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2561 จาก <http://www.ex-mba.buu.ac.th/ACADEMIC/Poster2015/poster125.pdf>.
- วัชรีย์ ฮั่นวิวัฒน์. (2554). ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สรวิชชุ บุญวุฒิ. (2558). ปัญหาและรูปแบบการพัฒนาประสิทธิภาพของระบบบัญชี สำหรับวิสาหกิจชุมชน : กลุ่มผู้ผลิตข้าวแต๋นบ้านหนองหล่าย อำเภอกะลา จังหวัดลำปาง. [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมสัมมนาวิชาการการนำเสนอวิจัยระดับชาติและนานาชาติ (Proceedings) ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ครั้งที่ 15, หน้า 161-173.
- ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, กอง. (2559). รายงานวิสาหกิจชุมชนรายจังหวัด. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2559 จาก http://smce.doae.go.th/ProductCategory/smce_report.php.
- Van Matre, Joseph G., and Gilbreath, Glenn H. (1987). **Statistics for Business and Economics**. USA: Business Pubns.

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
: กรณีศึกษา การท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม

A Study of Tourists' Behaviors in Cultural Tourism: Case Study of Floating
Market in Nakhon Pathom Province

วิริยา บุญมาเลิศ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา¹

ชัยฤทธิ์ ทองรอด, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา²

Email: wiriya.bo@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้เชิงปริมาณเป็นหลักจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการเดินทาง ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ 2) การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ความคิดเห็นด้านแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงพฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐมให้ดีขึ้น ควรมีการบูรณาการการทำงานของทุกหน่วยงาน ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาให้การท่องเที่ยว เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งสามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มศักยภาพ ควรมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยสนับสนุนในการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบมากขึ้น รวมทั้งระบบสนับสนุนเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง ร้านอาหาร ข้อมูลอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกัน

คำสำคัญ: พฤติกรรมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ABSTRACT

The objectives of this research are to study and compare the tourists' behaviors and satisfaction levels that affect the cultural tourism. A case study of Nakhon Pathom floating market illustrates the proposed factors in this research. The research methodology is a combination of quantitative and qualitative approaches by using an accidental sampling as the main approach. The research tools include questionnaire, in-depth semi-structure interview. The statistical values used in this research are mean and standard deviation.

¹ อาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

The results shown that 1) the tourists' behaviors and satisfaction levels that affect the cultural tourism. A case study of Nakorn Pathom floating market. Overall results were found satisfactory, however when considering in each factor shown that the overall factors were found satisfactory as follows; travel, the attraction in tourism, service, facility and public relations, respectively. 2) compare the tourists' behaviors and satisfaction levels that affect the cultural tourism. A case study of Nakorn Pathom floating market. Considering in personal (gender, age, education, occupation, income per month and marital status) shown that there was a statistically significant difference at .05. However, there were statistically significant differences in motivation of the cultural tourists have different residence.

The opinions on the development and improvement of tourists' marketing behavior of the cultural tourism: A case study of Nakorn Pathom floating market as follows; organization integration. This study can be used as a guide to improve and develop the tourism. There can be more effective and met the tourism satisfactions. Moreover, the information technology should be used to support the management systems. It also has support systems to facilitate tourists such as travel, restaurants, other related information.

Keywords: Marketing Behavior, Cultural Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นรูปธรรมการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งซึ่งเน้นความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับมรดกประเพณีที่สืบทอดต่อกันมา และวัฒนธรรมที่ดึงดูดความสนใจ โดยสิ่งที่ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวนั้นมีหลายอย่างประกอบด้วย วิถีชีวิต พิพิธภัณฑสถาน การแสดง แหล่งโบราณคดี ศิลปะ ละคร การแสดงดนตรีสากล และการแสดงดนตรีพื้นบ้าน ประเพณี พิธีกรรมทางศาสนา หัตถกรรมงานฝีมือ และการกระทำอื่นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม (จุฑามาศ คงสวัสดิ์, 2550) ดังนั้น วัฒนธรรมที่นำมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวจึงมีความหมายรวมถึง สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นมา ได้แก่ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน ศิลปวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน ลักษณะการประกอบอาชีพที่มีความโดดเด่น สถานที่แสดงทางด้านขนบธรรมเนียมประเพณี การละเล่นพื้นเมืองต่างๆ งานหัตถกรรมและสินค้าในท้องถิ่นต่างๆ ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เป็นต้น

การท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม มีผู้วิจัยหลายท่านที่ทำการศึกษาด้านแนวทางและศักยภาพของจังหวัดนครปฐม ในด้านการท่องเที่ยว เช่น พจนาน บุญคุ้ม (2556) ได้ทำการศึกษาด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า จังหวัดนครปฐมมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในด้านทรัพยากร สถานที่ บรรยากาศ วัฒนธรรม ตลอดจนความร่วมมือของคนในพื้นที่ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ดวงสมร พักสังข์ (2552) ได้ทำการศึกษาด้านการสำรวจทุนทางสังคมและการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม ผลการวิเคราะห์ทุนทางสังคม พบว่า ชุมชนเทศบาลตำบลศาลายามีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดสนิทสนมกันมาก โดยจะพบเห็นได้จากการที่คนในชุมชนจะมีการทำกิจกรรมงานบุญประเพณีต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวศาลายา เช่น งานประเพณีแข่งเรือ งานวันเด็ก งานวันสงกรานต์ รวมทั้งมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการทำกิจกรรมหรืองานต่างๆ เช่น งานบวช งานแต่งงาน เป็นต้น และชาวชุมชนเทศบาลตำบลศาลายายังมีการพบปะพูดคุยกันผ่านการประชุม ได้แก่ การประชุมระดับชุมชน ตลาดน้ำ (Floating Market) ถือได้ว่าเป็นรูปแบบการดำรงชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นที่ไม่เหมือนใคร เป็นการดำรงชีวิตของคนไทยในอดีตได้เป็นอย่างดี (ชัยฤทธิ์ ทองรอด, 2561) ทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีการจำหน่ายอาหาร สินค้าที่ระลึกของท้องถิ่น จึงเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันตลาดน้ำเป็นที่นิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้มีการพัฒนาตลาดน้ำให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในหลายจังหวัด จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดในเขตมหานครที่มีอารยธรรมที่สำคัญเนื่องจากมีประวัติความเป็นมายาวนานในแผ่นดินสุวรรณภูมิ เป็นเมืองเก่าแก่มีความเจริญรุ่งเรืองในดินแดนสุวรรณภูมิ และเป็นราชธานีที่สำคัญในสมัยทวารวดี

นอกจากนี้ยังมีการค้นพบหลักฐานทางประวัติศาสตร์ และโบราณคดีจำนวนมาก จังหวัดนครปฐมเป็นแหล่งเผยแพร่อารยธรรมจากประเทศอินเดีย โดยเฉพาะพระพุทธศาสนา จังหวัดนครปฐมจึงเป็นศูนย์กลางของความเจริญและศูนย์กลางจากหลายวัฒนธรรม ปุชนิยสถานเก่าแก่ที่สำคัญที่สะท้อนถึงความรุ่งเรืองในอดีต คือ พระปฐมเจดีย์ ซึ่งเป็นหลักฐานทางโบราณคดีที่สำคัญในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา และอารยธรรมจากประเทศอินเดียเข้ามาในประเทศไทยในยุคแรกๆ แม้จะเป็นจังหวัดที่ไม่ใหญ่มากนัก แต่ก็ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงวัฒนธรรมเก่าแก่มากมาย เช่น วัด ตลาดเก่า เป็นต้น จากเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวที่ได้รับเสนอต่อผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม
2. เปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้ประกอบการ โดยประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวเป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ทำการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 3,250 คน คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ จำนวน 356 คน โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถาม (Questionnaire) เชิงปริมาณโดยการกำหนดลักษณะของคำถามเป็นคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิดด้วยกำหนดเกณฑ์และเลือกตอบคำถาม 5 ระดับตามมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) คือเห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการที่ตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 15 คน เมื่อผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม และทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง และเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ได้นำข้อมูลมาประมวลผลจากเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2559) ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ ใช้วิเคราะห์ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ ใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายให้ทราบถึงความพึงพอใจต่อการใช้บริการ และรวมถึงการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ โดยใช้ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานควบคู่กับค่าเฉลี่ย เพื่อแสดงลักษณะการกระจายของข้อมูล ใช้สถิติ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variances) และไคสแควร์ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามความพึงพอใจ พฤติกรรมการบริโภค และแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับต่อไปนี้

การศึกษาพฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสารวิชาการ ตำรา งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมทางการตลาด และแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาออกแบบสอบถาม เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ลักษณะการท่องเที่ยว และสถานภาพสมรส ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-End Response Questions)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม โดยสร้างแบบสอบถามโดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) 5 ระดับ โดย 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5=เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม โดยสร้างแบบสอบถามโดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) 5 ระดับ โดย 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5=เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมของการศึกษาพฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม แบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question)

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ดังนี้

- ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 พฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) สถิติที่ใช้ในการทดสอบ สมมติฐาน ดังนี้

- สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่ม ตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านเพศ

- สถิติวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ด้านอายุ อาชีพ สถานภาพสมรส รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา

- สถิติสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

1. ระดับความพึงพอใจในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ วิธีการเดินทาง เหตุผลหลักในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง แหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยว ตามลำดับ

2. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

3. จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม พบว่า ด้านบุคลากรหรือคนต้องมีการพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีจิตอาสาในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ด้านการเงินหรืองบประมาณ ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลหรือท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้านวัสดุอุปกรณ์หรือสิ่งของ ภาษาและการสื่อสารให้ความรู้เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ ด้านการจัดการ จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดปริมณฑลไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ควรมีการรวมกลุ่มกันในการให้ความช่วยเหลือ ประสานงาน และให้ข้อมูลซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นเครือข่ายและสนับสนุนซึ่งกันและกัน และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ควรมีการประชุม แลกเปลี่ยน เปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาด และการส่งเสริมให้นำสินค้าเฉพาะในท้องถิ่นเข้ามาจำหน่ายในตลาด

อภิปรายผล

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ภูมิลำเนา อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ลักษณะการเดินทาง และจำนวนครั้งที่มาเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อมิติการพัฒนา ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งอธิบายได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยจะมีความพึงพอใจกับมิติสิ่งแวดล้อมมากที่สุด นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มองว่าการให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ควรดำเนินการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงจะมีความพึงพอใจทางด้านสังคมมากที่สุด เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มีความกังวลต่อความเป็นเอกลักษณ์ และตัวตนของชุมชนว่าจะสูญหายไป ส่วนปัจจัยเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการให้น้ำหนักการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับ วีระพล ทองมา และประเจต อำนวย (2547) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวชุมชนว่า เป็นเรื่องของการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่างๆ ของชุมชนที่มีอยู่ ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม กล่าวคือผู้ประกอบการที่เริ่มสร้างเนื้อสร้างตัว มีอายุอยู่ระหว่าง 21-40 ปี เห็นว่าควรให้มีการพัฒนาในมิติทางด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่นเดียวกับระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า อนุปริญญาหรือเทียบเท่า และปริญญาตรีเนื่องจากผู้ประกอบการเหล่านี้ผ่านระบบการศึกษาและมีการติดตามข่าวสารผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม และมีความตระหนักว่าถ้าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง มีการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมไม่ดีจะทำให้ผลประโยชน์ของพวกเขาตก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนักรบ เถียรอำ (2552) ที่ศึกษาการสร้างชุมชนเข้มแข็งจากการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าการสร้างภาพลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การบริหารจัดการตลาดและประสบความสำเร็จและสอดคล้องกับ กวิน วงศ์สีดี และคณะ (2554) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจด้านปัจจัยการตลาดที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันตัดสินใจกลับมาเที่ยว

ประเทศไทยอีกครั้ง โดยพบว่าภาพพจน์ของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันสามอันดับแรก อาหารไทย วัฒนธรรมไทย และชายหาดไทย

สรุป

1. การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงตามลำดับได้ดังนี้ วิธีการเดินทาง เหตุผลหลักในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง แหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวตามลำดับ

2. การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

3. จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบริเวณแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม พบว่า ด้านบุคลากรหรือคนต้องมีการพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีจิตอาสาในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ด้านการเงินหรืองบประมาณ ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลหรือท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้านวัสดุอุปกรณ์หรือสิ่งของ ภาษาและการสื่อสารให้ความรู้เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อสารกับชาวต่างชาติด้านการจัดการ จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดปริมณฑลไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ควรมีการรวมกลุ่มกันในการให้ความช่วยเหลือ ประสานงาน และให้ข้อมูลซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นเครือข่ายและสนับสนุนซึ่งกันและกัน และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของชุมชนควรมีการประชุม แจ้งข่าวสาร เปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการตลาด และการส่งเสริมให้นำสินค้าเฉพาะในท้องถิ่นเข้ามาจำหน่ายในตลาด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ ควรพิจารณาประเด็นต่างๆ เพื่อให้เกิดผลสำเร็จในการท่องเที่ยว คือ

1. จากผลการวิจัยที่พบว่ายังขาดการสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยวและขาดงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานรัฐและท้องถิ่นควรสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้น รวมถึงการจัดสรรงบประมาณในทุกด้าน เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวก และขาดความพร้อมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้เกี่ยวข้องควรดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวภูมิทัศน์ สถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ความสะอาด สถานที่จอดรถ การจัดบริการที่พึงปรารถนา รวมถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม จัดทำป้ายบอกทางให้ชัดเจน

3. จากผลการวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังขาดการประชาสัมพันธ์และการพัฒนาบุคลากร เจ้าหน้าที่มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ดังนั้นหน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องควรริบดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยทุกหน่วยงานควรมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหรือการเป็นเจ้าบ้านร่วมกัน มีการเสนอข่าวสารผ่านทางสื่อป้ายโฆษณาท่องเที่ยว รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสารมวลชน และทางเว็บไซต์ รวมถึงควรมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาเจ้าหน้าที่มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ให้มีความรู้ทักษะการให้บริการด้วยใจในการท่องเที่ยวและมีกิริยามารยาทที่ดี

4. จากผลการวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังขาดความรู้และการสื่อสารที่ดีกับนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องควรให้สถาบันการศึกษาได้มีบทบาทในการร่วมถ่ายทอด รวมถึงเป็นแหล่งวิชาการในการอบรมให้ความรู้กับผู้ที่เกี่ยวข้องผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ และมัคคุเทศก์ ในเรื่องการท่องเที่ยวและภาษา รวมถึงเป็นหน่วยประสานกลางทางวิชาการ จัดอบรมหลักสูตรท้องถิ่นและจัดอบรมภาษาที่สำคัญให้กับบุคลากรของตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม

กิตติกรรมประกาศ

คุณค่าและประโยชน์จากงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ให้ข้อมูล ตลอดจนครูอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้วิจัย จนทำให้ผลงานวิจัยเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง สำหรับข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นนั้นผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้และยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กวิณ วงศ์ลีตี และคณะ. (2554). ความพึงพอใจด้านปัจจัยการตลาดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันตัดสินใจที่กลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2559). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- จุฑามาศ คงสวัสดิ์. (2550). การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม. นครปฐม: ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชัยฤทธิ์ ทองรอด. (2561). ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ บ้านศาลาดิน อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. กรุงเทพฯ: งานวิจัยยังบรยายได้ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ดวงสมร พิกสังข์. (2552). การสำรวจทุนทางสังคมและการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- นักรบ เกียรอำ. (2552). การสร้างชุมชนเข้มแข็งจากการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก.
- พจนา บุญคุ้ม. (2556). บทบาทของชุมชนในการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครปฐม. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วีระพล ทองมา และประเจต อำนาจ. (2547). ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

การวางแผนทางการเงินของผู้มีรายได้เงินเดือนประจำในเขตบางนา

Financial Planning of Salary Earners in Bangna

ปิยะณัฐ พ่วงลาภ, มหาวิทยาลัยธนบุรี¹
อัครราช วรยุทธ์สวัสดิ์, มหาวิทยาลัยธนบุรี²
Email: Mamablue_th@hotmail.co.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบรายได้ และค่าใช้จ่าย ของ พนักงาน เงินเดือนประจำ และพฤติกรรมการออมในปัจจุบัน และ เพื่อศึกษาถึงการวางแผนทางการเงินเพื่อความมั่นคงในอนาคตของพนักงานเงินเดือนประจำโดยเป็นวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลจากผู้มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำในเขตบางนา จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน คำนวณจากสูตรของ คอครัน (Cochran, 1977) ซึ่งใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน และเก็บข้อมูลโดยการสุ่มแบบบังเอิญ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีการออมเงินเพียงอย่างเดียวร้อยละ 72.50 โดยมีความถี่ในการออมไม่แน่นอนร้อยละ 45.5 มีการลงทุนน้อยเพียงร้อยละ 18.5 โดยส่วนใหญ่การออมจะเป็นรูปแบบฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ รองลงมาคือ ซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิต การซื้อหลักทรัพย์ส่วนใหญ่ ซื้อที่อยู่อาศัย และยานพาหนะ การวางแผนทางการเงินมีวัตถุประสงค์เพื่อไว้ใช้ฉุกเฉินยามเจ็บป่วย รองลงมาไว้ใช้ยามเกษียณ การออมเงินขึ้นกับรายได้ มีอุปสรรคจะมากการมีหนี้สิน ค่าครองชีพที่สูงขึ้น และรายได้ที่ไม่เพียงพอ การวางแผนในอนาคตก็จะเริ่มจากการประหยัดค่าใช้จ่าย และหาอาชีพเสริม โดยจะซื้อประกันชีวิต และซื้อสลากออมสิน ซื้อที่อยู่อาศัย และยานพาหนะหากมีรายได้เพิ่ม และคิดว่าจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้จริงต้องมาจากการมีรายได้เพิ่ม และมีแนวคิดในการลงทุนมากกว่าการออม

คำสำคัญ: การวางแผนทางการเงิน ผู้มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำ

ABSTRACT

This research aims to study the components of income and the expenditure of staffing salaries regularly and to study the financial planning for future security. Data were collected from staffing salaries regularly in Bangna by random. A sample of 400 people was calculated from the Cochran formula (1977), which is used in cases where the size of the population is unknown. The study indicated that most of the savings are 72.50 percent, with an unstable savings frequency of 45.5 percent, with a low investment of only 18.5 percent. Savings are the form of deposit with commercial banks, followed by the purchase of life insurance policies, purchase of housing and vehicles. Financial planning are intended to be used for emergency and to retire. Savings are depend on Income. The obstacles are from debt, cost of living is higher, and the income is not enough. Future plans will start with cost savings and increase income. Then will buy life insurance, GSB lottery, home and vehicles. For achieving the actual goal must come from earning more and the idea of investing over savings.

Keywords: Financial Planning, Regular Salary Person

บทนำ

เมื่อได้ขึ้นชื่อว่ามนุษย์เงินเดือนแล้ว ส่วนใหญ่อาจไม่ค่อยใส่ใจกับระบบบริหารการเงินเท่าใดนัก เพราะคิดว่าเงินเดือนได้เงินรอล่วงสิ้นเดือนไปเสียหน่อยก็มีเงินเข้ากระเป๋ามาให้ใช้แล้ว การใช้ชีวิตโดยปราศจากการวางแผน ถือเป็นการใช้ชีวิตที่ค่อนข้างเสี่ยง โดยเฉพาะในเรื่องการเงินด้วยแล้ว ไม่มีใครคาดคิดว่าจะเกิดอะไรขึ้นบ้างในอนาคต เพราะเรากำลังพบว่าตัวเองกำลังประสบกับปัญหาทางการเงินอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เช่น ภาวะเศรษฐกิจฝืนผวน หรือมีการเลิกจ้างงานหรือสาเหตุอื่น ๆ การไม่แบ่งเงินสำรองเพื่ออนาคตไว้บ้างเลย ทำให้ชีวิตมีความเสี่ยงมากขึ้น เมื่อจำเป็นต้องใช้เงินสดแล้วไม่มี ก็ต้องไปกู้หนี้ยืมสินคนอื่นมา ปัญหานี้จะเบาบางลงได้ถ้ามีการวางแผนสำรองการใช้เงินไว้ตั้งแต่ต้น หลายคนอาจจะไม่เคยคิดถึงเรื่องออมเงินเลยก็เป็นได้ ทำให้เงินที่ได้มาจากการทำงานทั้งหมดถูก

¹ มหาวิทยาลัยธนบุรี

² มหาวิทยาลัยธนบุรี

แบ่งไปใช้ชีวิตประจำวันออกไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งหมดพอดี เหตุสำคัญเกิดจากการไม่ได้มีการวางแผนทางการเงินตั้งแต่แรก มนุษย์เงินเดือนหลายคนจึงไม่สามารถจัดการเรื่องการเงินได้นัก เมื่อทำงานได้เงินเดือนแล้วจึงไม่รู้ว่าควรจัดการอย่างไรดี ปัญหานี้สามารถเกิดขึ้นได้กับทุกคนทำให้ส่งผลต่อชีวิตได้ในระยะยาว เพราะในโลกของการทำงำนนั้นไม่ได้หยุดอยู่ที่ 5 ปี หรือ 10 ปี หลังจากจบการศึกษาและเริ่มทำงานแล้วไปจนถึงวัยเกษียณต่างหากที่เป็นโลกของความเป็นจริงที่คนเราจะต้องทำงานหาเงินไปพร้อม ๆ กับการใช้ชีวิตไปอีกอย่างน้อย 40 ปี จึงจะเข้าสู่วัยเกษียณ และแม้หลังจากเกษียณแล้วก็ตามก็ยังต้องจัดการเรื่องเงินอีกมาก คนเราจึงควรจะต้องจัดการเรื่องการเงินให้เหมาะสม และควรที่จะใส่ใจกับการวางแผนทางการเงินอย่างยิ่ง หากว่าเราจัดการวางแผนทางการเงินไม่ดีแล้วจะเกิดผลกระทบอย่างยิ่ง

คนที่ขาดการวางแผนทางการเงิน จะทำให้ใช้จ่ายอย่างไม่มีแบบแผน เช่น ไม่เคยกำหนดเลยว่าจะออมเงินเท่าใด ต้องกันเงินเป็นค่าใช้จ่ายเท่าใด มีเงินเหลือให้ใช้ได้อีกเท่าใด พฤติกรรมใช้เงินไปเรื่อย ๆ ตามรายจ่ายที่เข้ามาแต่ละวันทำให้ไม่เคยรู้สถานะทางการเงินที่แท้จริงของตัวเอง การใช้จ่ายไปเรื่อย ๆ โดยไม่มีการวางแผน ทำให้เราใช้ชีวิตอย่างไม่มีจุดหมาย ไม่มีเป้าหมายที่คอยกระตุ้นเตือนให้คุณพัฒนาตัวเอง ยิ่งถ้าใช้เงินจนไม่สามารถหมุนเงินได้ทัน มีหนี้บัตรเครดิตมากก็จะยิ่งทำให้ไม่มีจิตใจทำการทำงานให้ดีได้ เพราะต้องคอยตามแก้ปัญหาหนี้ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

การที่ผู้วิจัยเลือกศึกษาประชากรในเขตพื้นที่ บางนา เนื่องจากความสำคัญของเขตพื้นที่ บางนา เนื่องจากเป็น พื้นที่ปริมณฑลของกรุงเทพมหานครมีพื้นที่ติดต่อกัน มีธุรกิจการค้า อุตสาหกรรม เกษตรกรรม และเป็นที่ตั้งของสนามบินสุวรรณภูมิ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบรายได้ และค่าใช้จ่าย ของ พนักงาน เงินเดือนประจำ และพฤติกรรมการออมในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาถึงการวางแผนทางการเงินเพื่อความมั่นคงในอนาคตของพนักงานเงินเดือนประจำ

การทบทวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีการออมและการลงทุน

การออม หมายถึงการเก็บเงินที่ละเล็กทีละน้อยให้พอกพูนขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งการออม ส่วนใหญ่มักจะอยู่ในรูปของเงินฝากธนาคาร หรือบริษัทเงินทุน โดยได้รับดอกเบี้ยเป็นผลตอบแทน จุดประสงค์หลักคือเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน

ความหมายของการออม คำศัพท์ในพจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525 ให้ นิยามไว้ว่า การออม คือการประหยัด การเก็บหอมรอบริบ การถนอม และการสงวน สิ่งที่จะ ประหยัด หรือเก็บหอมรอบริบ ได้แก่ ทรัพย์สินเงินทอง ดังนั้น การออม หมายถึงการใช้ทรัพย์สิน เงินที่หลายอย่างระมัดระวัง อย่างไม่ประมาท อย่างมีเหตุผล ทรัพย์สินเงินทองเป็นปัจจัยในการ ดำรงชีพ ต้องรู้จักเก็บรู้จักใช้ การออมจะเกิดขึ้นได้ก็เพราะประชาชนได้รับการศึกษาเรียนรู้มีผู้แนะนำ สั่งสอนให้เห็นความสำคัญ และเห็นประโยชน์ที่เกิดจากการออม

2. ทฤษฎีการจัดสรรเงินทุนในสินทรัพย์

โดยพื้นฐานการจัดสรรเงินลงทุนคือวิธีการแบ่งการลงทุนของเราออกตามกลุ่มสินทรัพย์ลงทุนต่าง ๆ (เช่น เงินสด พันธบัตร อสังหาริมทรัพย์ และหุ้น) นักลงทุนที่สูงวัยอาจจัดสรรเงินลงทุนจำนวนไม่มากในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงเช่นหุ้น ในขณะที่นักลงทุน ที่อายุน้อยอาจเลือกจัดสรรเงินลงทุนจำนวนมากกว่าในสินทรัพย์ดังกล่าว

3. แนวคิดการวางแผนการเงิน

การวางแผนการเงิน เป็นแนวคิดที่ทำให้เราเตรียมความพร้อมและนำชีวิตไปสู่ความมั่นคงทางการเงินซึ่งควรเริ่มจากการปลูกฝังนิสัยการออมและการใช้เงินที่มีวินัยตั้งแต่เด็ก เพราะเมื่อเข้าสู่วัยทำงานก็จะต้องรู้วิธีการวางแผนและจัดสรรเงินให้เพียงพอในการใช้จ่ายประจำวัน การใช้จ่ายในอนาคต รวมถึงการเก็บออมเพื่อเกษียณอายุ ดังนั้นการวางแผนทางการเงินจึงเป็นแนวคิดสำคัญที่จะทำให้เราสามารถดำเนินชีวิตในแต่ละช่วงเวลาได้เป็นอย่างดี มีสุขภาพทางการเงินที่ดี

4. ทฤษฎีการตัดสินใจ

ทฤษฎีการตัดสินใจ เป็นวิธีการเชิงระบบและเชิงวิเคราะห์เพื่อใช้ศึกษาการตัดสินใจ วิธีการเชิงระบบ คือ มีปัจจัย (Input) มีกระบวนการ (Process) และ ผลลัพธ์ (Output) วิธีการเชิงวิเคราะห์ คือ การใช้เหตุผล (Logic) พิจารณาตัวแปรทุกตัวที่ทำได้ หรือข้อมูลที่มีอยู่ พิจารณาทางเลือกที่เป็นไปได้โดยใช้เครื่องมือหรือเทคนิคเชิงปริมาณ รูปแบบของการตัดสินใจ แบบที่ 1 การตัดสินใจภายใต้ความแน่นอน แบบที่ 2 การตัดสินใจภายใต้ความเสี่ยง และแบบที่ 3 การตัดสินใจภายใต้ความไม่แน่นอน

5. แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

การพัฒนาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง คือ การพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลางและความไม่ประมาท โดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว ตลอดจนใช้ความรู้ความรอบคอบ และคุณธรรม ประกอบการวางแผน การตัดสินใจและการกระทำ

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีหลักพิจารณาอยู่ 3 ส่วน ดังนี้

กรอบแนวคิด เป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่ ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลา และเป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัย และวิกฤต เพื่อความมั่นคง และ ความยั่งยืน ของการพัฒนาคุณลักษณะเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติตนได้ในทุกระดับโดยเน้นการปฏิบัติบนทางสายกลาง และการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน คำนิยาม ความพอเพียงจะต้องประกอบด้วย 3 คุณลักษณะ พร้อม ๆ กัน ดังนี้

ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไปโดยไม่เบียดเบียน ตนเองและผู้อื่น เช่นการผลิต และการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ

ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความพอเพียงนั้น จะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผลโดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ

การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นโดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้มีเงินได้เป็นเงินเดือนประจำในเขตบางนา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากผู้มีเงินได้เป็นเงินเดือนประจำในเขตบางนา แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนทั้งหมด จึงได้ใช้สูตรของคอกแรน (Cochran, 1977) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

กำหนดให้	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	P	=	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยจะสุ่ม
	Z	=	ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้
	Z	=	1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (ระดับ .05)
	Z	=	2.58 ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% (ระดับ .01)
	e	=	สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ผู้วิจัยได้กำหนดให้ ค่า P = .45 ระดับความมั่นใจ 95% เป็นค่า Z = 1.96 ความคลาดเคลื่อน 5% เป็นค่า e = 0.05 จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการวางแผนการเงินในปัจจุบัน
- ส่วนที่ 3 การวางแผนการเงินในอนาคต
- ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

โดยนำแบบสอบถาม เรื่อง ความรู้ ความเข้าใจ และปัญหาในทางปฏิบัติเกี่ยวกับภาษีเงินได้นิติบุคคลไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อวัดความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ (Index of item-Objective Congruence : IOC)

ขั้นตอนการตรวจสอบมีดังนี้คือ

1. ผู้เชี่ยวชาญเทียบแผนผังการสร้างคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นกับกรอบแนวคิด

2. ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการวัด โดยให้คะแนนดังนี้

- +1 หมายความว่า แน่ใจ ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด
- 0 หมายความว่า ไม่แน่ใจ ว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด
- 1 หมายความว่า แน่ใจว่า ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด

3. นำคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ หาค่า IOC รายข้อจากสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

- เมื่อ
- IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้อง
 - R = คะแนนความเห็นของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่าน
 - N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

การตัดสินใจดัชนีความสอดคล้องตามเกณฑ์ต่อไปนี้ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544)

IOC มีค่าตั้งแต่ 0.50 ถึง 1.00 แสดงว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนของวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

IOC มีค่าน้อยกว่า 0.50 แสดงว่าข้อคำถามไม่เป็นตัวแทนของวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

ซึ่งผลที่ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ 0.67-1.00

ขั้นตอนที่ 4 เก็บข้อมูลจากกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด (Try Out) มาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง (Reliability Test) ซึ่งเป็นการวัดค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) ด้วยวิธีการของสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลที่ได้จากการทดสอบความเที่ยงของมาตรวัดโดยวิธีนี้ จะช่วยให้ค่าสัมประสิทธิ์ของความเที่ยงที่สูงขึ้น รวมทั้งช่วยให้ผู้วิจัย ตัดรายการคำถามที่มีค่าความเที่ยงต่ำออก (Alpha if Item Deleted) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544; เยาวดี วิบูลย์ศรี, 2540; ณรงค์ ศรีสวัสดิ์, 2545) เพื่อนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อจัดทำแบบสอบถามให้เป็นฉบับที่สมบูรณ์ ก่อนนำไปเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try Out) 30 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างในเขตบางพลี สมุทรปราการ การทดสอบได้ค่า สัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค 0.671

การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการวางแผนการเงินของผู้มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำในเขตบางนาในปัจจุบัน ใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย

ตอนที่ 3 การวางแผนการเงินในอนาคตของผู้มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำในเขตบางนา ใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย

ผลการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องนี้กลุ่มตัวอย่างที่วิจัย ได้แก่ ประชากรที่ใช้คือผู้มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การหารายได้เสริม ระยะเวลาการทำงาน จำนวนคนที่ต้องรับภาระ และภาระหนี้สิน ใช้การวิเคราะห์โดยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยสถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าร้อยละ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80 และเพศชาย จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.30 อายุ 22-30 ปี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน เป็น พนักงานทั่วไป จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 รองลงมา มีรายได้หลักเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 การทำงานเพื่อหารายได้เสริม พบว่าส่วนมาก ไม่ทำ จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.50 มีรายได้เสริมเฉลี่ยต่อเดือน 1-15,000 จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 72.73 มีจำนวนผู้ที่ต้องรับภาระ ไม่มี จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมา ซึ่งจำนวนผู้รับภาระตั้งแต่ 1-3 คน = 121 คน สำหรับภาระหนี้สินระยะสั้น ไม่มี

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 73.75 ภาระหนี้สินระยะสั้น มีหนี้สินระยะสั้นเฉลี่ยต่อเดือน 0-50,000 จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 90.48หนี้สินระยะสั้นนั้นมาจาก เพื่อซื้อสินค้า จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมา เพื่อการบริโภค จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 สำหรับภาระหนี้สินระยะยาว ไม่มี จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมา มี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5หนี้สินระยะยาวเฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001 บาทขึ้นไป จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 28.82 รองลงมา 100,001-500,000 จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25.42 หนี้สินระยะยาวมาจากซื้อยานพาหนะ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 66.95รองลงมา ซื้อที่อยู่อาศัย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 31.36

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของ การวางแผนการเงินของผู้มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำในเขตบางนาในปัจจุบัน ใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย

ตารางที่ 1 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจุบันท่านมีการออมหรือไม่

สถานะการออมในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	290	72.50
มี	110	27.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า สถานะการออมในปัจจุบัน โดยตอบว่า ไม่มี จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 รองลงมาตอบว่ามี การออม จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ซึ่งมี การออมเป็นระยะเวลา 1-3 ปี จำนวน 83 คน รองลงมา 4-6 ปี 20 คน และระยะเวลาในการออมมากที่สุด 7 ปีขึ้นไป 7 คน

ตารางที่ 2 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความถี่ในการออม

ความถี่ในการออม	จำนวน	ร้อยละ
ปีละครั้ง	16	14.5
เดือนละครั้ง	43	39.1
ไม่แน่นอน	51	46.4
รวม	110	110

จากตารางที่ 2 พบว่า ส่วนมากมีความถี่ในการออม ไม่แน่นอน มากที่สุด มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา เดือนละครั้ง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 และน้อยสุด ปีละครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 3 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจุบันท่านมีรูปแบบการวางแผนทางการเงินแบบใด

รูปแบบการวางแผนทางการเงินแบบใด	จำนวน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	ร้อยละ
ออมเป็นเงินอย่างเดียว	80	61.0
การลงทุน	24	18.5
การหารายได้เสริม	24	18.5
อื่นๆ	3	2.0
รวม	131	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจุบันรูปแบบการวางแผนทางการเงิน มากที่สุดคือ ออมเป็นเงินอย่างเดียว จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมา การลงทุน, การหารายได้เสริม จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และน้อยสุด อื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 4 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ท่านมีการออมหรือการลงทุนเป็นตัวเงินในลักษณะใด (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

การออมหรือการลงทุนเป็นตัวเงิน	จำนวน (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)	ร้อยละ
ซื้อกรมธรรม์แบบประกันชีวิต	43	20.5
ซื้อกรมธรรม์แบบออมทรัพย์	12	5.5
ซื้อสลากออมสิน	38	18
ซื้อสลาก ธกส	16	7.6
ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์	48	22.8
ซื้อพันธบัตร	10	4.7
ฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์	19	9.0
เล่นแชร์	23	11
อื่นๆ	2	0.9
รวม	211	100

จากตารางที่ 4 พบว่า การออมหรือการลงทุนเป็นตัวเงิน มากที่สุดคือ ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 รองลงมา ซื้อกรมธรรม์แบบประกันชีวิต จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ซื้อพันธบัตร 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 และน้อยสุด อื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

ตารางที่ 5 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ท่านมีการวางแผนการเงินเป็นหลักทรัพย์ในลักษณะใดบ้าง(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

การวางแผนการเงินเป็นหลักทรัพย์	จำนวน (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)	ร้อยละ
ซื้อที่อยู่อาศัย	48	24.5
ซื้อยานพาหนะ	42	21.3
ซื้อที่ดิน	42	21.3
ซื้อทองคำแท่ง	31	15.7
ซื้อทองคำรูปพรรณ	32	16.2
อื่นๆ	2	1.0
รวม	197	100

จากตารางที่ 5 พบว่า ลักษณะการวางแผนการเงินเป็นหลักทรัพย์ มากที่สุดคือ โดยการ ซื้อที่อยู่อาศัย จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมา ซื้อยานพาหนะและซื้อที่ดิน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และน้อยสุด อื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 6 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในด้านวัตถุประสงค์การวางแผนการเงิน (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

วัตถุประสงค์การวางแผนการเงินในปัจจุบัน	จำนวน (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)	ร้อยละ
เพื่อไว้ใช้ในยามเกษียณ	56	19.0
เพื่อไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน/เจ็บป่วย	75	25.3
เพื่อไว้ใช้จ่ายในการศึกษา	28	9.4
เพื่อไว้ใช้จ่ายเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย	45	15.2
เพื่อประกอบอาชีพ	29	9.8
เพื่อไว้ซื้อสินค้า	23	7.8
เพื่อหาผลตอบแทนที่จะได้รับจากการออม เช่น ดอกเบี้ย เงินปันผล	24	8.1
เพื่อจัดตั้งธุรกิจ	14	4.7
อื่นๆ	2	0.7
รวม	296	100

จากตารางที่ 6 พบว่า วัตถุประสงค์การวางแผนการเงิน ในปัจจุบัน มากที่สุดคือ เพื่อไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน/เจ็บป่วย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมา เพื่อไว้ใช้ในยามเกษียณ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และน้อยสุด อื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 7 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อะไรที่มีอิทธิพลจูงใจต่อการเงินของท่านในปัจจุบันมากที่สุด

อิทธิพลจูงใจต่อการวางแผนทางการเงินในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
รายได้	52	46.4
หนี้สิน	17	15.2
จำนวนผู้อุปการะ	3	2.7
ค่าครองชีพ	12	10.7
ดอกเบี้ยเงินฝาก	6	5.4
สภาพเศรษฐกิจ	17	15.5
ความมั่นคงในการทำงาน	2	1.8
ความไม่มั่นคงในการทำงาน	1	0.9
อื่นๆ	0	0.0
รวม	110	100

จากตารางที่ 7 พบว่า อิทธิพลจูงใจต่อการวางแผนทางการเงินในปัจจุบัน มากที่สุดคือ รายได้ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมา สภาพเศรษฐกิจ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และน้อยสุด ความไม่มั่นคงในการทำงาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

ตารางที่ 8 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อะไรที่เป็นอุปสรรคต่อการเงินของท่านในปัจจุบันของท่านมากที่สุด

อุปสรรคต่อการเงินในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
รายได้	29	25.9
หนี้สิน	32	28.6
จำนวนผู้อุปการะ	1	0.9
ค่าครองชีพ	29	25.9
ดอกเบี้ยเงินฝาก	2	1.8
สภาพเศรษฐกิจ	14	12.7
ความมั่นคงในการทำงาน	1	0.9
ความไม่มั่นคงในการทำงาน	2	1.8
อื่นๆ	0	0.0
รวม	110	100

จากตารางที่ 8 พบว่า อุปสรรคต่อการวางแผนทางการเงินในปัจจุบันมากที่สุด คือ หนี้สิน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมา รายได้และค่าครองชีพ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 และน้อยสุด ความไม่มั่นคงในการทำงาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผนการเงินในอนาคต

การวางแผนการเงิน หมายถึง การกำหนดแผนหรือโครงการเกี่ยวกับการเงินในอนาคตโดยมีรูปแบบเหมือนหรือแตกต่างกับการเงินปัจจุบันก็ได้แต่ต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อให้มูลค่าการเงินในอนาคตสูงขึ้นกว่าปัจจุบันซึ่งผลการวิเคราะห์ปรากฏดังนี้

ตารางที่ 9 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในอนาคตท่านวางแผนการเงินโดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออะไรบ้าง(ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

วัตถุประสงค์การวางแผนทางการเงินในอนาคต	จำนวน (ตอบได้มากกว่า1ข้อ) และถามจาก 400 คน	ร้อยละ
เพื่อไว้ใช้ในยามเกษียณ	240	18.8
เพื่อไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน/เจ็บป่วย	295	23.1
เพื่อไว้ใช้จ่ายในการศึกษา	115	9.0
เพื่อไว้ใช้จ่ายเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย	243	19.2
เพื่อประกอบอาชีพ	155	12.1
เพื่อไว้ซื้อสินค้า	83	6.5
เพื่อหาผลตอบแทนที่จะได้รับจากการออม เช่น ดอกเบี้ย เงินปันผล	114	8.9
เพื่อจัดตั้งธุรกิจ	31	2.4
อื่นๆ	0	0.0
รวม	1276	100

จากตารางที่ 9 พบว่า มีวัตถุประสงค์การวางแผนทางการเงินในอนาคต มากที่สุดคือ เพื่อไว้ใช้จ่ายในยามฉุกเฉิน/เจ็บป่วย จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 รองลงมา เพื่อไว้ใช้จ่ายเพื่อซื้อที่อยู่อาศัย จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 และน้อยสุด เพื่อจัดตั้งธุรกิจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

ตารางที่ 10 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในอนาคตท่านวางแผนการเงินแบบใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

รูปแบบการวางแผนการเงินในอนาคต	จำนวน (ตอบได้มากกว่า1ข้อ) และถามจาก 400 คน	ร้อยละ
ออมเงินอย่างเดียว	183	28.5
การใช้เงินให้อย่างประหยัดและรู้คุณค่า	235	36.6
การหาอาชีพเสริม	220	34.2
อื่นๆ	4	0.7
รวม	642	100

จากตารางที่ 10 พบว่า รูปแบบการวางแผนทางการเงินในอนาคต มากที่สุดคือ การใช้เงินให้อย่างประหยัดและรู้คุณค่า จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 รองลงมา การใช้เงินให้อย่างประหยัดและรู้คุณค่า จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 และน้อยสุด อื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

ตารางที่ 11 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แนวทางการวางแผนทางการเงินในรูปของตัวเงินในอนาคต (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

ลักษณะการวางแผนทางการเงินที่เป็นตัวเงินในอนาคต	จำนวน (ตอบได้มากกว่า1ข้อ) และถามจาก 400 คน	ร้อยละ
ซื้อกรรมธรรม์แบบประกันชีวิต	253	23.5
ซื้อกรรมธรรม์แบบออมทรัพย์	109	10.4
ซื้อสลากออมสิน	235	21.8
ซื้อสลาก ธกส	82	7.6
ฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์	139	12.9
ซื้อพันธบัตร	40	3.7
ฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์	150	13.9
เล่นแชร์	67	6.2
อื่นๆ	0	0.0
รวม	1075	100

จากตารางที่ 11 พบว่า ลักษณะการวางแผนทางการเงินที่เป็นตัวเงินในอนาคต มากที่สุดคือ ซื้อกรรมธรรม์แบบประกันชีวิต จำนวน 253 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมาซื้อสลากออมสิน จำนวน 235 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.8 อันดับถัดมา ฝากเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์ จำนวน150 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.9 และน้อยที่สุดคือ ซื้อพันธบัตร จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7

ตารางที่ 12 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ท่านมีการวางแผนการเงินเป็นหลักทรัพย์ในลักษณะใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า1ข้อ)

ลักษณะการวางแผนเงินที่เป็นหลักทรัพย์ใน อนาคต	จำนวน ตอบได้มากกว่า1ข้อ และถามจาก 400 คน	ร้อยละ
ซื้อที่อยู่อาศัย	308	33.19
ซื้อยานพาหนะ	225	24.1
ซื้อที่ดิน	162	17.4
ซื้อทองคำแท่ง	124	13.31
ซื้อทองคำรูปพรรณ	109	11.7
อื่นๆ	3	0.3
รวม	931	100

จากตารางที่ 12 พบว่า ลักษณะการวางแผนทางการเงินที่เป็นหลักทรัพย์ในอนาคต มากที่สุดคือ จะซื้อที่อยู่อาศัย จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 33.19 รองลงมา ซื้อยานพาหนะ จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 ซื้อทองคำรูปพรรณ 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.7 และน้อยที่สุด อื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 13 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ในอนาคตท่านวางแผนจะออมเงินโดยฝากกับธนาคารอย่างไร

การวางแผนทางการเงินโดยออมเงินฝากกับ ธนาคารในอนาคต	จำนวน ถามจากจำนวน 400 คน	ร้อยละ
ไม่แน่ใจ	68	17.0
น้อยลง	17	4.25
เท่าเดิม	17	4.25
มากขึ้น	298	74.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 13 พบว่าการวางแผนทางการเงินโดยออมเงินฝากกับธนาคารในอนาคต มากที่สุดคือ ออมมากขึ้น จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมา ไม่แน่ใจ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และน้อยที่สุด น้อยลง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25

ตารางที่ 14 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อะไรที่มีอิทธิพลสูงใจต่อการวางแผนการเงินของท่านในอนาคตมากที่สุด

อิทธิพลสูงใจต่อการวางแผนการเงินในอนาคต	จำนวน ถามจากจำนวน 400 คน	ร้อยละ
รายได้	148	37.0
หนี้สิน	64	16.0
จำนวนผู้อุปการะ	30	7.5
ค่าครองชีพ	36	9.0
ดอกเบี้ยเงินฝาก	15	3.75
สภาพเศรษฐกิจ	57	14.25
ความมั่นคงในการทำงาน	40	10.0
ความไม่มั่นคงในการทำงาน	9	2.25
อื่นๆ	1	0.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 14 พบว่า อิทธิพลสูงใจต่อการวางแผนการเงินในอนาคต มากที่สุด คือรายได้ จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา หนี้สิน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และน้อยสุด อื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 15 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม อะไรที่เป็นอุปสรรคต่อการวางแผนทางการเงินในอนาคตมากที่สุด

อุปสรรคต่อการวางแผนทางการเงินในอนาคต	จำนวน ถามจากจำนวน 400 คน	ร้อยละ
รายได้	121	30.25
หนี้สิน	58	14.5
จำนวนผู้อุปการะ	10	2.5
ค่าครองชีพ	105	26.25
ดอกเบี้ยเงินฝาก	5	1.25
สภาพเศรษฐกิจ	95	23.75
ความมั่นคงในการทำงาน	6	1.5
อื่นๆ	0	0.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 15 พบว่า อุปสรรคต่อการวางแผนทางการเงินในอนาคต มากที่สุด คือรายได้ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมา ค่าครองชีพ 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 และน้อยสุด ดอกเบี้ยเงินฝาก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

ตารางที่ 16 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ท่านจะเลือกวิธีไหนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การออมของท่านได้

วิธีการออมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การออม	จำนวน ถามจากจำนวน 400 คน	ร้อยละ
ลดค่าใช้จ่าย	130	32.5
เพิ่มรายได้	211	52.75
นำเงินออมที่มีไปลงทุน	58	14.5
อื่นๆ	1	0.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 16 พบว่า วิธีการออมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การออม มากที่สุด คือ การเพิ่มรายได้ จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมา ลดค่าใช้จ่าย 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และน้อยสุด อื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 17 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ถ้าในขณะนี้มีเงินสดจำนวนหนึ่งท่านจะเลือกทำสิ่งใด

ทางเลือกเมื่อมีเงินออม	จำนวน	ร้อยละ
ฝากธนาคาร	98	24.5
ชำระหนี้	91	22.75
นำเงินที่มีไปลงทุน	164	41.0
ซื้อสินค้า/บริการ	4	1.0
ท่องเที่ยว	41	10.25
อื่นๆ	2	0.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 17 พบว่า หากมีเงินสดจำนวนหนึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกทำมากที่สุดคือ นำเงินที่มีไปลงทุน จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา ฝากธนาคาร 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และน้อยสุด อื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการวางแผนทางการเงินของผู้มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำในเขตบางนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบรายได้ และค่าใช้จ่ายของพนักงานเงินเดือนประจำ และพฤติกรรมการออมในปัจจุบัน และ เพื่อศึกษาถึงการวางแผนทางการเงินเพื่อความมั่นคงในอนาคตของพนักงานเงินเดือนประจำ ผลการวิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยสถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าร้อยละ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศหญิงร้อยละ 45.80 และเพศชาย ร้อยละ 54.30 อายุ 22-30 ปี ร้อยละ 62.2 มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 55.8 รองลงมา ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 39.3 มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน เป็น พนักงานทั่วไป ร้อยละ 72.3 รองลงมา มีรายได้หลักเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 ร้อยละ 59.3 การทำงานเพื่อหารายได้เสริม พบว่าส่วนมาก ไม่ทำ ร้อยละ 83.50 มีรายได้เสริมเฉลี่ยต่อเดือน 1-15,000 ร้อยละ 72.73 มีจำนวนผู้ที่ต้องรับภาระ ไม่มี ร้อยละ 67.5 รองลงมา ซึ่งจำนวนผู้รับภาระตั้งแต่ 1-3 คน สำหรับภาระหนี้สินระยะสั้น ร้อยละ 73.75 ภาระหนี้สินระยะสั้น มีหนี้สินระยะสั้นเฉลี่ยต่อเดือน 0-50,000 ร้อยละ 90.48 หนี้สินระยะสั้นนั้นมาจาก เพื่อซื้อสินค้า ร้อยละ 48.8 รองลงมา เพื่อการบริโภค ร้อยละ 28.6 สำหรับภาระหนี้สินระยะยาว ไม่มี ร้อยละ 70.5 รองลงมา หนี้สินระยะยาวเฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 28.82 รองลงมา 100,001-500,000 จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25.42 หนี้สินระยะยาวมาจาก ซื้อยานพาหนะ ร้อยละ 66.95 รองลงมา ซื้อที่อยู่อาศัย ร้อยละ 31.36 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในวัยทำงาน มีรายได้ประจำและส่วนใหญ่มีรายได้เสริม เนื่องจากใช้เวลาส่วนใหญ่ในการทำงานประจำ มีภาระรับผิดชอบบุคคลอื่นจำนวนน้อย และมีหนี้สินระยะสั้นน้อย แต่หนี้สินระยะยาวส่วนใหญ่มาจากการซื้อยานพาหนะมากกว่าการซื้อที่อยู่อาศัย

สำหรับด้านการวางแผนทางการเงินส่วนใหญ่มีการออมเพียงอย่างเดียวเงินร้อยละ 72.50 โดยมีความถี่ในการออมไม่แน่นอน ร้อยละ 45.5 มีการลงทุนน้อยเพียงร้อยละ 18.5 โดยการออมจะเป็นรูปแบบฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ ส่วนใหญ่ รองลงมาคือ ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต การซื้อหลักทรัพย์ส่วนใหญ่ ซื้อที่อยู่อาศัย และยานพาหนะ การวางแผนทางการเงินมีวัตถุประสงค์เพื่อไว้ใช้ฉุกเฉินยามเจ็บป่วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตภาส เลิศสงคราม (2555) รองลงมาไว้ใช้ยามเกษียณ การออมเงินขึ้นกับรายได้ มีอุปสรรคจะมามีหนี้สิน ค่าครองชีพที่สูงขึ้น และรายได้ที่ไม่เพียงพอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชานีเยฮ์ ช่างวัฒนกุล (2559) การวางแผนในอนาคตก็จะเริ่มจากการประหยัดค่าใช้จ่าย และหาอาชีพเสริม โดยจะซื้อประกันชีวิต และซื้อสลากออมสิน ซื้อที่อยู่อาศัย และยานพาหนะหากมีรายได้เพิ่ม และคิดว่าจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้จริงต้องมาจากการมีรายได้เพิ่ม และมีแนวคิดในการลงทุนมากกว่าการออม

สรุป

การวิจัยเรื่องการวางแผนทางการเงินของผู้มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำในเขตบางน่านทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการหารายได้ การใช้จ่าย และการออม การลงทุนซึ่งปัจจุบันพบว่า ผู้มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำในเขตบางน่านยังมีการลงทุนน้อยมาก ส่วนใหญ่ยังคงออมเงินกับธนาคารพาณิชย์ ซึ่งถือว่าไม่ผลตอบแทนดีมาก ไม่อาจบรรลุวัตถุประสงค์ที่จะสามารถวางแผนในระยะยาว แต่ก็เริ่มตระหนักสำหรับการวางแผนในอนาคตที่จะเริ่มหารายได้เพิ่มและมีแนวคิดในการลงทุนเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งต่อไปควรวิจัยในเรื่อง

1. การวางแผนทางการเงินของผู้มีรายได้เป็นเงินเดือนประจำในเขตอื่นๆ
2. การให้ความรู้ในการเงิน การลงทุน การเงินส่วนบุคคล และทำการเก็บข้อมูลหลังจากการให้ความรู้ดังกล่าวแล้ว

เอกสารอ้างอิง

- กฤตภาส เลิศสงคราม. (2555). พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์. การศึกษาอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- กฤษฎา เสกตระกูล. (ม.ป.ป.). ตอนที่ 16: การจัดทำงบประมาณส่วนบุคคล. สืบค้นวันที่ 6 กรกฎาคม 2561 จาก http://www.tsithailand.org/index.php?option=com_content&task=view&id=452&Itemid=204
- จันทร์เพ็ญ บุญฉาย. (2552). การจัดการการเงินส่วนบุคคล: กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มวัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชานีเยฮ์ ช่างวัฒนกุล. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชนจังหวัดสตูล. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ฟินันซ่า จำกัด. (ม.ป.ป.). การวางแผนการเงินส่วนบุคคลใน ทศวรรษที่ 21. สืบค้นวันที่ 15 กันยายน 2552 จาก <http://www.finansa>
- ศิริสุข อินละคร. (2548). การเงินบุคคล. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปัจจัยที่มีผลกระทบและแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบรรจุภัณฑ์สำหรับการขนส่งทางอากาศยาน

Determinants and Optimization Perspectives to Increase Effectiveness in Packaging Department on Air Transportation

จัตตรงค์ เพลิ้นหัต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา¹

E-mail: jatturong1963@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาหาปัจจัยที่มีผลกระทบจากการกระจายสินค้า 2) ศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบรรจุภัณฑ์ ซึ่งดำเนินการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับปฏิบัติการ ถึงข้อมูลที่เกิดความเสียหายของการกระจายสินค้า เพื่อให้ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลความเสียหายของการกระจายสินค้าและการสังเกตถึงปัจจัยที่มีผลต่อการกระจายสินค้า โดยผู้วิจัยได้ทำคัดเลือกสัมภาษณ์ระดับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการที่เกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์และการกระจายสินค้าจากผู้ที่มีประสบการณ์ตรงจากบุคลากรของแผนกบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะได้ข้อมูลเชิงลึกและทำให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ

พบว่าผลกระทบของการพัฒนาการของบรรจุภัณฑ์ที่มีปัจจัยตัวแปรคือการขนส่งและการปฏิบัติของพนักงานเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบรรจุภัณฑ์ มีดังต่อไปนี้ ด้านความผิดพลาดของคน เกิดจากความประมาทของพนักงานที่มีความสำคัญต่อการขนย้ายบรรจุภัณฑ์และความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ รองลงมาคือด้านบรรจุภัณฑ์ เกิดจากความเสื่อมสภาพของการใช้งานบรรจุภัณฑ์ รองลงมาคือด้านการกระจายสินค้า เกิดจากการลำเลียงหรือการขนย้ายขึ้นลงสินค้าอย่างไม่ระมัดระวัง แนวทางการปรับปรุง คือเปลี่ยนประเภทของบรรจุภัณฑ์ในการใช้งานโดยการเลือกกล่องแต่ละประเภทให้เหมาะสมกับสินค้านั้นๆที่มีสภาพที่ดีที่สุด และทำการจัดเรียงกล่องแต่ละประเภทให้ถูกต้อง บรรจุภัณฑ์ที่ดีจะทำหน้าที่ปกป้องให้ถึงมือผู้บริโภคปลายทางอย่างปลอดภัย และจัดเรียงสินค้าโดยมีประสิทธิภาพเพื่อลดผลกระทบที่เป็นลบที่พบในการกระจายสินค้า และแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในแผนกบรรจุภัณฑ์ในครั้งต่อไป

คำสำคัญ: ผลกระทบ การเพิ่มประสิทธิภาพ การบรรจุภัณฑ์ การขนส่งทางอากาศยาน

ABSTRACT

This research is qualitative research. Its purpose 1) Factors affecting the distribution of products. 2) To study the optimization of the packaging department. Which carry information from interviews with senior executives operating. To the damage of product distribution. Research has led to the damage of product distribution for the study and observation for the factors that affect the distribution of goods. The researcher has recruited an executive level and operations related to packaging and distribution. From people with direct experience of the personnel department of the packaging. This will gain insights and make data more reliable.

The impact of the development of the packaging with variable factor is the transportation and treatment of the employees associated with the inevitable. Therefore, ways to increase the efficiency of the packing. Are as follows The crash of Caused by the negligence of employees with emphasis on transport, packaging and ignorance. Followed by the packaging. Due to the deterioration of the packaging. The second is the distribution of goods. Due to the conveying or transporting goods up and down carelessly. Ways to improve Is the type of packaging used by the box to fit each type of product that has the best condition. Each box and sort them correctly. Packaging that serves to protect consumers, to reach the destination safely. And sort goods efficiently to minimize the impact on the conclusion of the distribution. And ways to increase efficiency in packing the next time.

Keywords: Determinants, Optimization, Packaging, Air Transportation.

¹ สาขาการจัดการการขนส่ง วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทนำ

ในปี 2558 ประเทศไทยได้ทำการเปิดเขตการค้าเสรีในกลุ่มสมาชิกอาเซียนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดย ประภัศร์ เทพชาตรี, 2557. ได้กล่าวไว้ว่าจึงทำให้ประเทศไทย จะเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานของอาเซียน โดยจะมีการสร้างเส้นทางคมนาคมขนส่ง เชื่อมโยงระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนด้วยกัน ไทยมีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ เป็นศูนย์กลางของประชาคมอาเซียน ไทยจึงจะได้ประโยชน์มากมายจากการเชื่อมโยง ทำให้การขนส่งทางถนนและการกระจายสินค้า เป็นที่แข่งขันสูง เพราะอันเนื่องมาจากคู่แข่งทางการขนส่งและการกระจายสินค้าที่มากขึ้น และทำให้บริษัทและบุคลากรในด้านโลจิสติกส์ ในองค์กรมีการปรับตัวและพัฒนาให้เหมาะสมแก่การให้บริการ ทางถนนและการกระจายสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด ทำให้ประเทศต้องตระหนักถึงความปลอดภัยของสินค้า และการใช้บริการไม่ว่าจะเป็นการขนส่ง ตามกฎหมายหรือการกระจายสินค้า ที่รวมไปถึงการไหลสินค้าขึ้นลง และการหีบห่อวัสดุที่ไม่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความพึงพอใจไม่ก่อให้เกิดสินค้าเสียหาย และภาพลักษณ์ขององค์กร

ต่อมาการขนส่งสินค้าและการกระจายสินค้า ถือเป็นกิจกรรมที่สำคัญต่อบทบาทในการดำเนินธุรกิจต่างๆ ซึ่งอุบัติเหตุที่เกิดจากการกระจายสินค้า ธนภัทร ธงพันธ์ (2559) ได้กล่าวไว้ว่า สาเหตุที่ทำให้เกิดความเสียหายมากที่สุด คือ การขนถ่าย ลำเลียง การตกกระแทกในแนวตั้ง และการกระแทกกันเองของหีบห่อในแนวนอนซึ่งจากนั้น ได้มีการขนส่งวัสดุจากแผนกบรรจุภัณฑ์ ไปยังสถานีปลายทางนั้นย่อมมีความเสี่ยงในการเกิดสินค้าเสียหาย อันเนื่องมาจากวัสดุหรือสินค้าของแผนกบรรจุภัณฑ์ที่เป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง จึงทำให้การเคลื่อนย้ายในแต่ละครั้ง ย่อมมีความเสี่ยง อันเนื่องมาจากการกระจายสินค้าและการไหลสินค้าขึ้นลงของสินค้า ที่ก่อให้เกิดความเสียหายได้และการรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของผู้ที่ปฏิบัติงานอาจทำให้สินค้าที่มีมูลค่าสูงนั้นเกิดความเสียหายจนถึงขั้นทำให้เกิดการฟ้องร้องได้รวมไปถึงการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบรรจุภัณฑ์ ให้มีความพร้อมมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการหีบห่อวัสดุให้พร้อมใช้งาน เพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงและเป็นการป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

การจัดการบรรจุภัณฑ์ (Packaging Management) เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางโลจิสติกส์ โดยเฉพาะปัจจุบันที่การผลิตสินค้าหรือบริการให้ความสำคัญกับผู้บริโภค ทำให้การบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเนื่องจากมีสินค้าชนิดใหม่เพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา การแข่งขันทางธุรกิจก็เพิ่มมากขึ้นทุกวัน ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสินค้าย่อมไม่อาจติดตามการเคลื่อนไหวของสินค้าได้ตลอดเวลา บรรจุภัณฑ์จึงต้องทำหน้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์ที่ถูกบรรจุอยู่ให้กับผู้ซื้อ และต้องดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ให้สนใจใช้สินค้า และเกิดความพอใจที่จะซื้อใช้อีกบรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่ขายและโฆษณาสินค้าควบคู่กันไปในตัวด้วย ดังนั้นการบรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญ เพราะการมีบรรจุภัณฑ์และการขนส่งที่เหมาะสม นอกจากจะช่วยลดความเสียหายแล้ว ยังทำให้ธุรกิจสามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้น การจัดการบรรจุภัณฑ์โลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งของธุรกิจ เพราะบรรจุภัณฑ์จะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางโลจิสติกส์และนับวันจะมีความสำคัญต่อการผลิตและประสิทธิภาพของระบบโลจิสติกส์ ซึ่งจะมีการเคลื่อนย้ายแลกเปลี่ยนสินค้าทางไกลกันมากยิ่งขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงมีส่วนสำคัญต่อการลดต้นทุนโลจิสติกส์และมีส่วนสำคัญเพื่อให้ระบบโลจิสติกส์มี การขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านเชิงเวลา ประสิทธิภาพและต้นทุน รวมถึงมีส่วนสำคัญในลักษณะที่ทำการบ่งชี้ (identify) แหล่งที่มาและแหล่งที่จะส่งมอบ (Delivery) อีกด้วย (ชัยฤทธิ์ ทองรอด, 2017)

ความหมายของบรรจุภัณฑ์และการจัดการบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการขั้นตอนหลักใน การดึงดูดหรือเรียกความสนใจจากผู้บริโภค โดยเฉพาะปัจจุบันที่ การผลิตสินค้าหรือบริการให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented) บรรจุภัณฑ์หมายถึงวัสดุใดๆ ที่นำมาใช้สำหรับห่อหุ้ม ป้องกัน ลำเลียง จัดส่ง และนำเสนอสินค้า ตั้งแต่วัตถุดิบถึงสินค้า ที่ผ่านการผลิตตั้งแต่ผู้ผลิตถึงผู้ใช้หรือผู้บริโภคโดยมีวัตถุประสงค์ เบื้องต้นในการป้องกัน หรือรักษาสภาพผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพตลอดจน มีคุณภาพใกล้เคียงกับเมื่อแรกผลิตให้มากที่สุด กล่าวโดยสรุป บรรจุภัณฑ์ (Package) มีความหมายถึง ภาชนะ กล่อง หีบ ห่อ ลังพาเลท (Pallet) ตู้หรือลังอื่นใดที่ทำหน้าที่เพื่อการบรรจุจัดเก็บ สินค้าหรือสิ่งของไว้ภายในซึ่งมีส่วนสำคัญที่ทำให้ระบบโลจิสติกส์ มีประสิทธิภาพและเป็นเครื่องมือในการกระจายสินค้า (Distribution) ไปสู่ผู้ใช้หรือผู้บริโภค ทั้งนี้สินค้าบรรจุภัณฑ์เป็นกลไกสำคัญให้มีการส่งมอบสินค้าแก่ผู้ที่ต้องการขายไปสู่ผู้ที่ต้องการซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง ได้แก่การบ่งชี้ระบุข้อมูลของสินค้าบนกล่อง ลังหรือบรรจุภัณฑ์ รายละเอียดของสินค้า แหล่งที่ผลิตและแหล่งที่สินค้าจะมีการส่งมอบ ส่วนการจัดการบรรจุภัณฑ์ (Packaging Management) หมายถึงกระบวนการหรือวิธีการในการห่อหุ้มสินค้า เพื่อการขนส่ง ที่ปลอดภัยไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ในสถานะแวดล้อมต่างๆ โดย เสียต้นทุนต่ำที่สุดดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงเป็นงานเทคนิคที่ต้องอาศัย ความชำนาญ ประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ ในอันที่จะออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับสินค้าที่ผลิต เพื่อให้ความคุ้มครองสินค้า หรือเพื่อประโยชน์ใช้สอย อาทิความสะดวกสบายในการพกพาหรือการใช้เป็นต้น ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ของ กระบวนการผลิต การค้า และการอุตสาหกรรมเนื่องจากเป็นภาพลักษณ์แรกของสินค้าที่ผู้บริโภคได้สัมผัส มีบทบาทในการชี้ขาด การตัดสินใจของผู้บริโภคต่อสินค้านอกจากนั้นการมีบรรจุภัณฑ์ และการขนส่งที่เหมาะสมนอกจากจะมีส่วนที่จะช่วยลดความเสียหายแล้ว ยังทำให้ธุรกิจสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้น จากการที่บรรจุภัณฑ์ มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับ กิจกรรมทางโลจิสติกส์ในฐานะเป็นกลไกทำให้ระบบโลจิสติกส์มี การขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรจุภัณฑ์โลจิสติกส์ (Packaging Logistics) จึงมีความสำคัญ ดังนี้ 1) เพื่อการเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพ และสามารถจัด เรียง รวบรวม อยู่ในเนื้อที่ซึ่งจำกัด ให้มีปริมาตรการใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะส่งผลต่อต้นทุนโลจิสติกส์ 2) บรรจุภัณฑ์ที่ดีจะมีการออกแบบเพื่อให้ทำหน้าที่ในการป้องกันสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในไม่ได้รับความ

เสียหายหรือเสียรูป ในขณะที่เคลื่อนย้ายสินค้า และช่วยให้การจัดวางหรือจัดเรียงสินค้า ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) บรรจุก้อนที่มีส่วนสำคัญในฐานะเป็นอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการขนย้ายสินค้าจากแหล่งผลิต และเพื่อให้มีการส่งต่อสินค้า ผ่านกิจกรรมต่างๆ ทางโลจิสติกส์ จนสินค้าไปสู่ที่หมายปลายทาง ในสภาพที่ปลอดภัยมีความสะดวกโดยมีต้นทุนในการส่งมอบ (Delivery Cost) ที่ประหยัด 4) บรรจุก้อนที่มีส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดการส่งมอบสินค้า ภายใต้ความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับพันธกิจของโลจิสติกส์โดยตรง 132 Executive Journal บทบาทและหน้าที่ของบรรจุก้อนที่โลจิสติกส์ บทบาทที่สำคัญของโลจิสติกส์จะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการเคลื่อนย้าย จัดเก็บ และกระจายสินค้าจากแหล่งผลิตไปจนถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้ายภายใต้การจำกัดของเงินเวลาที่จะต้องส่งมอบ แบบทันเวลา (Just in Time) และต้นทุนรวม (Total Cost) ที่สามารถแข่งขันได้ ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับบทบาทและหน้าที่ของบรรจุก้อน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากทางการค้าปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง บรรจุก้อนจึงมีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมทางการตลาด (Market Promotion) โดยเน้นเรื่องความสวยงาม ความสะอาดและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อ บรรจุก้อนในยุคปัจจุบันจึงทำหน้าที่ในการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ของสินค้าก่อนที่ผู้ซื้อจะเห็นตัวสินค้า ซึ่งบรรจุก้อนที่บรรจุสินค้าสำหรับผู้บริโภคจะมีการใช้รูปแบบหรือสีล่อนที่น่าน่าสนใจ รวมถึงมีข้อความประชาสัมพันธ์และโฆษณาสินค้าที่บรรจุอยู่ภายใน สำหรับหน้าที่ของบรรจุก้อนด้านโลจิสติกส์ จะคำนึงถึงผู้บริโภคคนสุดท้ายน้อยมาก แต่จะเน้นด้านความสะดวกต่อการทำงานและต้นทุน จะสังเกตเห็นว่าการเปลี่ยนแปลงบรรจุก้อนจะกระทำได้น้อยๆ โดยไม่กระทบถึงลูกค้า โดยสามารถปรับเปลี่ยนวัสดุ ลดขนาด หรือเพิ่มขนาดได้ทันที (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2556) ดังนั้น บทบาทและหน้าที่ของบรรจุก้อนในฐานะที่เป็น กิจกรรมส่วนหนึ่งของโลจิสติกส์ จึงสรุปได้ 3 ประการ คือ 1) ทำหน้าที่ด้านการเก็บรักษา (Storage Support) ในการปกป้องและเก็บรักษาสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหาย และมีความสะดวกในระหว่างการจัดเก็บ 2) ทำหน้าที่ด้านการขนส่ง (Transport Support) เพื่อให้เกิดความสะดวกและมีความปลอดภัยในการเคลื่อนย้ายเพื่อการขนส่ง 3) ทำหน้าที่ลดต้นทุน (Cost Reduction) ในการทำให้ประหยัดเนื้อที่ทั้งเพื่อการเก็บรักษา และเพื่อการขนย้ายสินค้าหรือ การขนส่งเนื่องจากสามารถจัดวางเรียงทับซ้อน

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นจะส่งผลกระทบทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคต่อการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบรรจุก้อน ซึ่งต้องทำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยผู้ทำวิจัยจะต้องศึกษาและหาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเสียหายของการกระจายสินค้า และหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบรรจุก้อนมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าการหาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของบรรจุก้อนเป็นสิ่งสำคัญ จึงได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กรที่รับงานบริการด้านการกระจายสินค้าอย่างถูกต้องและมีความสมบูรณ์ของสินค้าจนถึงมือผู้บริโภค

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาหาปัจจัยที่มีผลกระทบจากการกระจายสินค้า
2. ศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบรรจุก้อน

ระเบียบวิธีวิจัย

ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสอบถามบุคลากรในตำแหน่งผู้บริหารด้านปฏิบัติการและผู้บริหารที่มีอายุงานตั้งแต่ 3-5 ปีเป็นต้นไป จำนวน 30 คนที่ปฏิบัติงานในแผนกบรรจุก้อนของบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) รวมถึงการสังเกตการณ์จากการทำงานและมีการนำเสนอในรูปแบบของการวิจัยในลักษณะการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบจากการกระจายสินค้าและแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบรรจุก้อน ซึ่งในการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ถึงข้อมูลที่เกิดความเสียหายของการกระจายสินค้า ผู้วิจัยได้นำข้อมูลความเสียหายของการกระจายสินค้ามาศึกษาหาปัจจัยอะไรบางอย่างที่ส่งผลกระทบต่อกระจายสินค้า ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ จากผู้ที่มีประสบการณ์ตรงจากบุคลากรในแผนกบรรจุก้อน ซึ่งจะได้อธิบายข้อมูลที่เป็นจริงและถูกต้องทำให้มีความน่าเชื่อถือ

1.1 การสร้างแบบสัมภาษณ์แยกส่วนกันระหว่างผู้บริหารด้านการปฏิบัติการกับพนักงานภาคปฏิบัติการ

1.2 การเก็บข้อมูลระดับผู้บริหารจะเป็นการถามเก็บข้อมูลในด้านนโยบายในการปฏิบัติ เช่น นโยบายในการจัดการเชิงปฏิบัติการ การกำหนดการอบรมก่อนการปฏิบัติงาน เป็นต้น

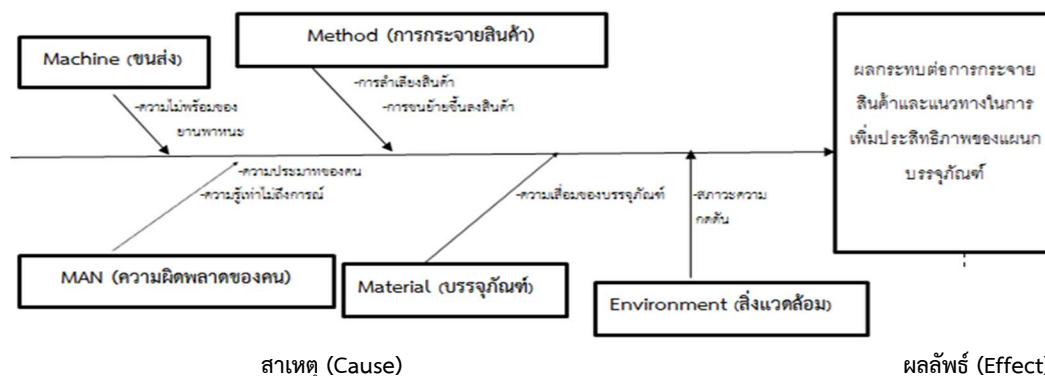
1.3 การเก็บข้อมูลระดับปฏิบัติการจะเป็นการถามเก็บข้อมูลในด้านการวางแผนการบรรจุก้อนและการวางแผนการกระจายสินค้า เช่น การเลือกใช้บรรจุก้อนที่เหมาะสมกับชนิดของสินค้า การกำหนดการไหลของสินค้าอย่างถูกวิธี เป็นต้น

1.4 การเก็บข้อมูลในการสัมภาษณ์จะทำการบันทึกโดยการจัดบันทึกในส่วนที่สำคัญและจากเอกสารอ้างอิงของแผนกบรรจุก้อน โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ 30 นาทีต่อ 1 คน โดยใช้เวลาสัมภาษณ์ 3 วันละ 10 คน ผู้บริหาร 5 คน ผู้ปฏิบัติ 5 คน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสังเกตการณ์ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการกระจายสินค้าเพิ่มเติม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการศึกษาหาปัจจัยผลกระทบจากการกระจายสินค้าและแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบรรจุภัณฑ์ โดยการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การอ้างอิงเอกสารทางวิชาการ และนิตยสารการขนส่ง-โลจิสติกส์ เว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง

3. แผนผังก้างปลา



ภาพที่ 1 แผนผังก้างปลา

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ จากผู้ที่มีความรู้ความสามารถจากบุคลากรในแผนกบรรจุภัณฑ์ และใช้เครื่องมือก้างปลาโดยหลักการ 4M 1E เป็นกลุ่มปัจจัย (Factors) เพื่อจะนำไปสู่การแยกถึงสาเหตุต่างๆ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

ในด้านผลกระทบต่อแผนกบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผลกระทบต่อการเกิดสินค้าเสียหายของแผนกนั้นเกิดขึ้นเกิดจากความไม่ระมัดระวังของผู้ที่ทำงานไม่ว่าจะเป็น ผู้ส่งสินค้า หรือว่าคนในแผนก จึงทำให้เกิดความเสียหายที่เกิดจากการกระจายสินค้า เพราะสินค้าแต่ละอันมีมูลค่าที่สูง จึงทำให้ต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ รวมถึงสินค้าประเภทอื่นๆด้วยที่มีการกระจายสินค้าแต่อย่างไรก็ตาม ในการขนส่งกระจายสินค้าแต่ละครั้ง ก็มีเหตุให้เกิดความเสียหายอันเนื่องมาจาก คน ยานพาหนะ กระบวนการ บรรจุภัณฑ์และสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้ทำวิจัยได้มีการวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีของก้างปลา โดยใช้หลักของ 4M 1E มาวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. Man ความรู้เท่าไม่ถึงการณ์และความประมาทของพนักงาน เป็นเหตุที่ก่อให้เกิดถึงความเสียหายที่ไม่สามารถรู้ตัว ซึ่งเกิดจากความไม่ตั้งใจนั้น ความผิดพลาดโดยไม่ได้ตั้งใจเกิดจากการไม่ได้มีการคิดล่วงหน้า เช่น การลืมอ่านค่าที่ได้จากการวัด รวมถึงกรณีที่เกิดว่าเป็นอุบัติเหตุ เป็นผลทำให้การกระจายสินค้าในแผนกนั้นเกิดความเสียหายซึ่งเป็นเหตุที่พนักงานหรือบุคลากรทุกคนควรตระหนักถึงผลเสียที่จะตามมา ดังนั้นความรู้เท่าไม่ถึงการณ์และความประมาทของคนนั้นจึงสมควรแก่การป้องกันโดยการเพิ่มทักษะในการอบรมเฉพาะทาง

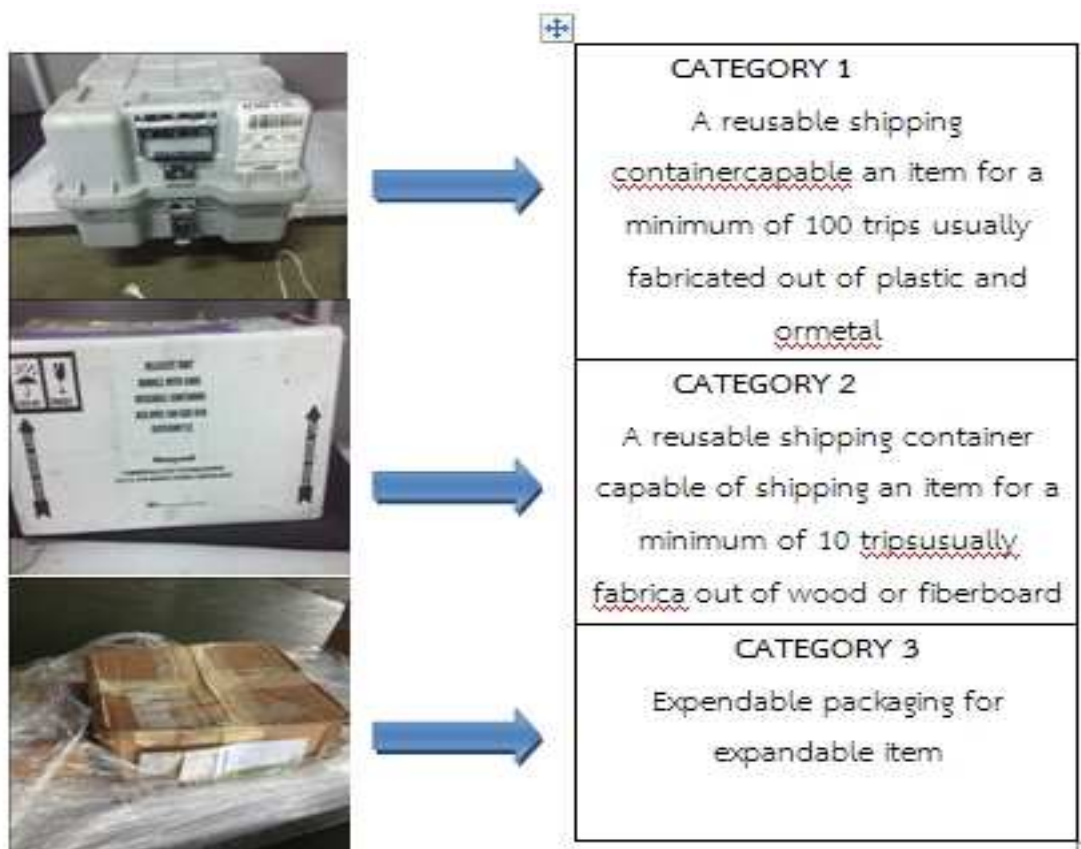
2. Material บรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อนั้นเมื่อมีการใช้งาน1ครั้งย่อมมีการเสื่อมสภาพ ซึ่งการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ซ้ำกันนั้นย่อมส่งต่อการเกิดสินค้าเสียหายได้ง่าย เพราะการใช้บรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงความเสียหายของสินค้า ถึงแม้ว่าสินค้าที่อยู่ภายใน จะมีการใช้อุปกรณ์เสริมในการช่วยป้องกันก็ไม่สามารถ ป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นได้อันเนื่องมาจาก การเสียดสีของบรรจุภัณฑ์นั้นเมื่อมีการวางทับซ้อนกันแล้ว ย่อมเกิดการกระทบกันระหว่างบรรจุภัณฑ์ เมื่อมีบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อที่ไม่มีคุณภาพเข้ามาอาจส่งผลกระทบต่อปัญหาสินค้าเสียหายในระหว่างการกระจายสินค้าก็เป็นได้

3. Method กระบวนการเป็นขั้นตอนที่เกิดจากการดำเนินงานจากการกระจายสินค้าซึ่งกระบวนการนั้นมีหลายกระบวนการที่ก่อให้เกิดปัญหาของการกระจายสินค้าคือ การล่าช้าของสินค้าและการขนย้ายโหลดขึ้นลงของสินค้า กล่าวคือเป็นกระบวนการที่ส่งต่อการเกิดความเสียหายมากที่สุดเพราะเป็นการเคลื่อนย้ายจากอีกตำแหน่งไปยังอีกตำแหน่งหนึ่ง จึงทำให้เป็นกระบวนการที่มีการดำเนินงานจะต้องพบกับปัญหา และอุปสรรคต่อกระบวนการซึ่งความเสียหายจากการขนถ่ายล่าช้า หรือการโยกย้ายของสินค้าล่าช้าเป็นการเคลื่อนย้ายจากตำแหน่งหนึ่งไปยังอีกตำแหน่งหนึ่ง ในระยะที่ไม่ไกลมากนัก ความเสียหายจากการขนถ่ายล่าช้านั้นมักเป็นความเสียหายในทางกายภาพโดยที่เกิดมากที่สุด ซึ่งในการขนย้ายสินค้าในแต่ละครั้งย่อมทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการกระจายสินค้าและทำให้เกิดสินค้าที่เสียหายได้

4. Machine เป็นปัญหาที่เกิดจากยานพาหนะในการกระจายสินค้าไม่ว่าจะเป็นรถบรรทุกหรืออุปกรณ์ที่มีส่วนในการกระจายสินค้าไม่ว่าจะเป็นรถยนต์หรือจักรยานยนต์ที่ไม่น่าเชื่อถือเนื่องจากยานพาหนะที่ใช้นั้นมีสภาพที่ผ่านการใช้งานหลายปีจึงทำให้มีความเสื่อมสภาพจนทำให้เป็นเหตุที่ทำให้มีผลกระทบต่อกระจายสินค้า ซึ่งพระราชบัญญัติจราจรทางบก พ.ศ. 2522 มาตรา 6 ห้ามมิให้ผู้ใดนำรถที่มีสภาพไม่มั่นคงแข็งแรง หรืออาจเกิดอันตรายหรืออาจทำให้เสื่อมเสียสุขภาพอนามัยแก่ผู้ใช้ คนโดยสารหรือประชาชนมาใช้ในทางเดินรถที่ใช้ในทางเดินรถ ผู้ขับขี่ต้องจัดให้มีเครื่องยนต์ เครื่องอุปกรณ์และหรือส่วนควบที่ครบถ้วนตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ กฎหมายว่าด้วยการขนส่ง กฎหมายว่าด้วยล้อเลื่อนกฎหมายว่าด้วยรถลาก หรือกฎหมายว่าด้วยรถจ้าง และใช้การได้ดีสภาพของรถที่อาจทำให้เสื่อมเสียสุขภาพอนามัยตามวรรคหนึ่งและวิธีการทดสอบ ให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง

5. Environment เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกระจายสินค้าอันเนื่องมาจาก บรรยากาศในการดำเนินงานที่มีผลต่อการดำเนินงานไม่ว่าจะเป็นความเหนื่อยล้าต่อการทำงานความผิดพลาดในการทำงาน หรือความไม่สะดวกสบายต่อการทำงาน อันได้แก่ความเครียดที่เป็นเวลานาน

ประเภทของบรรจุภัณฑ์ชนิด CATEGORY2 และ CATEGORY 3 มีความเสี่ยงในการเกิดปัญหาที่ก่อให้เกิดความเสียหายมากที่สุดถึงแม้ว่า CATEGORY 2 จะมีความสามารถไปกลับได้ 10 ครั้งแต่ทุกการขนส่ง 1 ครั้งย่อมมีการเสื่อมสภาพ แต่ในขณะที่ CATEGORY 3 เป็นบรรจุภัณฑ์ที่พอสามารถบรรจุภัณฑ์ไปได้ แต่ถึงอย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าจะสามารถพอบรรจุไปได้แต่ด้วยของสภาพของกล่องที่หมดสภาพ อาจนำไปสู่สินค้าภายในได้รับความเสียหายดังเช่น การฉีกฉีกด้วยพลาสติก



ภาพที่ 2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสังเกตการณ์เห็นว่าประเภทของบรรจุภัณฑ์ชนิด CATEGORY 2 และ CATEGORY 3 มีความเสี่ยงในการเกิดปัญหาที่ก่อให้เกิดความเสียหายมากที่สุดถึงแม้ว่า CATEGORY 2 จะมีความสามารถไปกลับได้ 10 ครั้งแต่ทุกการขนส่ง 1 ครั้งย่อมมีการเสื่อมสภาพ แต่ในขณะที่ CATEGORY 3 เป็นบรรจุภัณฑ์ที่พอสามารถบรรจุภัณฑ์ไปได้ แต่ถึงอย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าจะสามารถพอบรรจุไปได้แต่ด้วยของสภาพของกล่องที่หมดสภาพ อาจนำไปสู่สินค้าภายในได้รับความเสียหายดังเช่น การฉีกฉีกด้วยพลาสติก ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 3 การแร็พขึ้นด้วยพลาสติก

จะพบได้ว่าก่อนจัดการนั้น กล่องสีน้ำตาลประเภท CATEGORY 3 มีการกระแทกกันจึงทำให้บรรจุภัณฑ์มีความเสียหายอันนำไปเกิดผลกระทบต่อการกระจายสินค้า ส่วนภาพที่ 2 หลังการจัดการผู้ทราวจัยได้มีการเปลี่ยนประเภทของบรรจุภัณฑ์ในการใช้งานโดยการเลือกประเภทกล่องที่มีสภาพที่ดีที่สุด และทำการจัดเรียงกล่องแต่ละประเภทให้ถูกต้องโดยการลำเลียงสินค้าให้ถึงการใช้กล่องที่มีน้ำหนักมากหรือกล่องที่มีความแข็งแรงไว้ด้านล่างแล้ว ใช้กล่องประเภท CATEGORY 3 ที่เป็นกล่องประเภทพอใช้งานได้ไว้ข้างบนและทำการจัดเรียงสินค้าใหม่และแรพพลาสติกกรอบข้าง จนขึ้นด้านบน เพื่อลดการเกิดปัญหาจากการกระจายสินค้าและยังเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เพื่อให้การกระจายสินค้าทุกครั้งไม่มีอุปสรรคในการดำเนินงานหรือ ทำให้ปัญหาสินค้าเสียหายหรือบรรจุภัณฑ์เสียหายให้น้อยที่สุด

ในด้านแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพ พบว่าแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบรรจุภัณฑ์ มีดังต่อไปนี้ ปัจจัยด้านความผิดพลาดของคน, ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์, ปัจจัยด้านการกระจายสินค้า, ปัจจัยด้านยานพาหนะ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบรรจุภัณฑ์นั้นมีการปรับปรุงโดยการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์และทำการจัดเรียงสินค้าให้ถูกต้องโดยมีความสอดคล้องกับบทความวิจัยเรื่อง จะจัดการบรรจุภัณฑ์โลจิสติกส์อย่างไร โดยประจวบ เพิ่มสุวรรณ และพัฒน์ พิสิษฐเกษม (2559) ได้กล่าวไว้ว่า บทบาทของบรรจุภัณฑ์ในฐานะของโลจิสติกส์จะมีพันธกิจหลักเพื่อการขนย้าย การเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพและสามารถจัดเรียง รวบรวม อยู่ในเนื้อที่ซึ่งจำกัดเพื่อให้มีปริมาตรการใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะส่งผลต่อการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ในระบบโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพและลดต้นทุนโลจิสติกส์ โดยการจัดการบรรจุภัณฑ์โลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพก็เพื่อให้กิจกรรมโลจิสติกส์ในฐานะเป็นกลไกที่จะทำให้ระบบโลจิสติกส์มีการขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะทำหน้าที่ปกป้องให้สินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคปลายทางอย่างปลอดภัย ไม่บุบเน่าเสีย อยู่ในสภาพการห่อหุ้มที่สินค้าภายในเป็นปกติสามารถยืดอายุการเก็บที่นานขึ้นอีกทั้งยังสามารถปกป้องรักษาในกระบวนการขนส่ง หรือการกระจายสินค้าให้เหมาะสมกับรูปแบบการขนส่งที่กำหนด ช่วยลดต้นทุนในกระบวนการต่างๆ รวมถึงการจัดเก็บในคลัง สินค้าที่สามารถช่วยในการบริหารพื้นที่ของจัดวางหรือจัดเรียงสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปและอภิปรายผล

การบรรจุภัณฑ์โดยปราศจากผลกระทบดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านความผิดพลาดของคน อันเกิดจากความรู้เท่าไม่ถึงการณ์และความประมาทของคน เป็นเหตุที่ก่อให้เกิดถึงหายนะถึงความเสียหายที่ไม่สามารถรู้ตัว ซึ่งเกิดจากความไม่ตั้งใจนั้นทำให้เป็นสาเหตุของการเกิดปัจจัยที่มีผลต่อการกระจายสินค้า ซึ่งความผิดพลาดจากคนนั้นควรที่จะมีการแก้ปัญหาโดยการอบรมเฉพาะทางเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำๆ
2. ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่เกิดจาก มีบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อที่ไม่มีความเหมาะสมมาอาจส่งผลกระทบต่อปัญหาสินค้าเสียหายในระหว่างการกระจายสินค้าก็เป็นได้ ควรต้องมีการคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและใช้บรรจุภัณฑ์ให้ถูกประเภท
3. ปัจจัยด้านการกระจายสินค้าเป็นกระบวนการขั้นตอนที่เกิดจากการดำเนินงานซึ่งมีหลายกระบวนการที่ก่อให้เกิดปัญหาของการกระจายสินค้าคือ การลำเลียงสินค้าและการขนย้ายโหลดขึ้นลงของสินค้า
4. ปัจจัยด้านยานพาหนะ ปัจจัยด้านยานพาหนะจากยานพาหนะในการกระจายสินค้าไม่ว่าจะเป็นรถบรรทุกหรืออุปกรณ์ที่มีส่วนในการกระจายสินค้าไม่ว่าจะเป็นเรื่องยานพาหนะที่ไม่พร้อมโดยการตรวจเช็คสภาพรถก่อนนำไปใช้งาน

5. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ที่เกิดจากสภาวะกดดันที่มีต่อการทำงานจึงทำให้ส่งผลต่อจิตใจและสภาพจิตใจและความเหนื่อยล้า

การจัดการบรรจุภัณฑ์ (Packaging Management) เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางโลจิสติกส์ โดยเฉพาะปัจจุบันที่การผลิตสินค้าหรือบริการให้ความสำคัญกับผู้บริโภค ทำให้การบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเนื่องจากมีสินค้าชนิดใหม่เพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา การแข่งขันทางธุรกิจก็เพิ่มมากขึ้นทุกวัน ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อสินค้าย่อมไม่อาจติดตามการเคลื่อนไหวของสินค้าได้ตลอดเวลา บรรจุภัณฑ์จึงต้องทำหน้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์ที่ถูกบรรจุอยู่ให้กับผู้ซื้อ และต้องดึงความสนใจของผู้ซื้อที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ให้สนใจใช้สินค้า และเกิดความพอใจที่จะซื้อใช้อีก บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่ขายและโฆษณาสินค้าควบคู่กันไปในตัวด้วย ดังนั้นการบรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญ เพราะการมีบรรจุภัณฑ์และการขนส่งที่เหมาะสม นอกจากจะช่วยลดความเสียหายแล้ว ยังทำให้ธุรกิจสามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้น การจัดการบรรจุภัณฑ์โลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งของธุรกิจ เพราะบรรจุภัณฑ์จะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางโลจิสติกส์และนับวันจะมีความสำคัญต่อการผลิตและประสิทธิภาพของระบบโลจิสติกส์ ซึ่งจะมีการเคลื่อนย้ายแลกเปลี่ยนสินค้าทางไกลกันมากยิ่งขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงมีส่วนสำคัญต่อการลดต้นทุนโลจิสติกส์และมีส่วนสำคัญเพื่อให้ระบบโลจิสติกส์มีการขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านเชิงเวลา ประสิทธิภาพและต้นทุน รวมถึงมีส่วนสำคัญในลักษณะที่มีการบ่งชี้ (identify) แหล่งที่มาและแหล่งที่จะส่งมอบ (Delivery) อีกด้วย

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกบรรจุภัณฑ์ คือมีการคัดเลือกและคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ก่อนใช้งาน เพื่อลดความเสี่ยงการเกิดความเสียหายของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ประจวบ เพิ่มสุวรรณ และพัฒน์ พิสิษฐเกษม (2559) ได้กล่าวไว้ว่า บรรจุภัณฑ์ที่ดีจะทำหน้าที่ปกป้องให้ถึงมือผู้บริโภคปลายทางอย่างปลอดภัย และจัดเรียงสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความสอดคล้องกับแนวคิด ธนภัทร ธพพันธ์ (2559) ได้กล่าวไว้ว่าซึ่งความเสียหายที่เกิดขึ้นในการกระจายสินค้า (Distribution Hazards) ความเสียหายจากการขนถ่ายลำเลียง ความเสียหายจากการขนถ่ายลำเลียง มักเป็นความเสียหายในทางกลโดยที่เกิดมากที่สุด คือ การตกกระแทกในแนวตั้งและ รองลงมาคือ การกระแทกกันเองของหีบห่อในแนวนอน

การบรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญมากขึ้นต่อผู้ผลิต ซึ่งเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่ต้องคำนึงถึงศาสตร์และศิลป์สำหรับใช้แก้ปัญหา ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์แต่ละด้านให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด และถูกใจผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งสิ่งสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ผู้ออกแบบหรือผู้ผลิตต้องเข้าใจคือ วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ องค์ประกอบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับบรรจุภัณฑ์ ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การวางแผนเพื่อผลิต บรรจุภัณฑ์ หรือแม้กระทั่งเทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นการบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้น เป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการจำหน่ายสินค้าทั้งในด้านการจัดจำหน่ายและการขนส่ง ตลอดจนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เพื่อให้สามารถสู้คู่แข่งทางการค้าในตลาดได้อย่างมีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ในการวิจัยควรศึกษาถึงปัจจัยทางด้านอื่นๆ กับการเพิ่มประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการกระจายสินค้าอย่างต่อเนื่อง
2. ครั้งต่อไปจะทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาการผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อการกระจายสินค้าให้มีประสิทธิภาพต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้สำเร็จไปด้วยความกรุณาจากบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) และบุคลากรแผนกบรรจุภัณฑ์ทุกท่านที่ช่วยให้คำปรึกษาและข้อมูลในการทำวิจัย ตลอดจนแก้ไขเพิ่มเติมข้อบกพร่องมาโดยตลอด ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ขอกราบขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณการนำเสนองานวิจัยสู่สังคมภายนอก และให้คำปรึกษาเรื่องราวต่างๆเสมอมา

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (22 มิถุนายน 2561). เหตุคนไทยตายจากอุบัติเหตุอันดับ1เอเชีย-อันดับ2ของโลก. สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/785684>
- กิตติพัทธ์ จิรวังศ์. (2560). เมื่อปัญหาเกิดจากความผิดพลาดของคน(Human Error)จะลดอย่างไร ปี 2560. สืบค้นจาก <https://kitroj.wixsite.com/theexcellenceway/single-post/2017/10/31/เมื่อปัญหาเกิดจากความผิดพลาดของคน-Human-Error-จะลดอย่างไร>
- ค่านาย อภิปรัชญาสกุล. (2556). โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน. กรุงเทพฯ: นักรพ.
- จักรกฤษณ์ ดวงพิสดาร. (2543). หลักการขนส่ง. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

- ชัยฤทธิ์ ทองรอด. (2017). "Marketing Mix Factors Affecting the Loyalty of Customers Fitness Club in Bangkok Metropolitan." 4th International Conference on **Innovative Trends in Social Sciences, Business and Management Studies** (ITSBM-NOVEMBER-2017) November 04-05, 2017 Taiwan.
- ธนภัทร ธชพันธ์. (9 มิถุนายน 2561). **บรรจุภัณฑ์เพื่อการนำเข้าและส่งออก Shipping Packages ปี 2559**. สืบค้นจาก <https://www.slideshare.net/ThanaphatTachaphan/ch08-shipping-packages>
- ประจวบ เพิ่มสุวรรณ และพัฒน์ พิสิษฐเกษม. (2555). จะจัดการบรรจุภัณฑ์โลจิสติกส์อย่างไรให้มีประสิทธิภาพ. **วารสารนักบริหาร**, 32 (1): 130-137.
- ประภัสสร เทพชาตรี. (7 มิถุนายน 2561). **ไทยกับการเป็นศูนย์กลางของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี 2557**. สืบค้นจาก <http://thepchatree.blogspot.com/2014/05/15-2557-aec-aec-aec-70-gdp-2-5-aec-2-3.html>
- วันรัตน์ จันทกิจ. (2549). **17เครื่องมือนักคิด ฉบับปรับปรุง**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- วิทยา สุหุดำรง และต่อศักดิ์ กิจชัยนุกูล. (2543, ธันวาคม). การกระจายสินค้า:เส้นทางการนำคุณค่าสู่ลูกค้า. **Industrisl Technology Review**, 78: 121-124.
- สุรัตน์ นามเมือง. (11 มิถุนายน 2561). **การลดปัญหาสินค้าเสียหายระหว่างขนส่ง ปี 2560**. สืบค้นจาก https://eoffice.east.spu.ac.th/spucknowledge/word_hit?ref=&kb_id=1153&cm_id=0&scm_id=80&word_hit=%A2%B9%CA%E8%A7&page=
- อุไรวรรณ วรรณศิริ. (2558). การลดความสูญเสียของการขนส่งที่ยกกลับมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์กรณีศึกษา บริษัทผู้ผลิตนมเปรี้ยว. **วารสารวิชาการนายเรืออากาศ**, 11(11): 86-94.
- Tippayawong. (9 มิถุนายน 2561). **การกระจายสินค้าและการนำสินค้าออกสู่ตลาด ปี 2010**. สืบค้นจาก <file:///C:/Users/User/Desktop/kkhhh.pdf>

การใช้ทฤษฎีการสอนแบบ Scaffolding เป็นกลวิธีกระตุ้นในการพัฒนาประสิทธิภาพการเขียน เรียงความแสดงความคิดเห็น ของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ศุทธิณี พัวพรพงษ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม¹

Email: lovelyboobee@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการเขียนเรียงความแสดงความคิดเห็น โดยใช้วิธีการสอนแบบ Scaffolding เป็นกลวิธีกระตุ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ที่ลงทะเบียนในรายวิชา ENGL4901 การสัมมนาทางภาษาอังกฤษ ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2559 จำนวน 15 คน ที่ได้มาจากวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ 1) แบบประเมินคุณภาพงานเขียนเรียงความแสดงความคิดเห็นสำหรับอาจารย์ผู้สอน 2) แบบประเมินคุณภาพงานเขียนเรียงความแสดงความคิดเห็นระหว่างนักศึกษากับนักศึกษา และ 3) บันทึกการสอนของอาจารย์ ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีการสอนแบบ Scaffolding สามารถช่วยให้นักศึกษาพัฒนาคุณภาพในการเขียนเรียงความได้ทั้งหมด 3 ด้านจาก 4 ด้าน คือ 1) การจัดวางองค์ประกอบและการลำดับความคิด 2) ความเกี่ยวข้องและเนื้อหาในการเขียน และ 3) ความสัมพันธ์ของเหตุผลและการเขียนระหว่างย่อหน้า

คำสำคัญ: ทฤษฎีการสอนแบบ Scaffolding การเขียนเรียงความ ประสิทธิภาพในการเขียน

ABSTRACT

The objectives of this study was to use Scaffolding theory as an intervention method in order to investigate the development of students' writing efficiency in writing opinion essays. The sample subjects were 15 English major students, from the Faculty of Humanities and Social Sciences at Chandrakasem Rajabhat University, who enrolled ENGL4901 English Seminar in semester 1/2016. Purposive sampling was used as a method to choose the sample subjects of this study. The research instruments used in this study consisting of 1) Teacher Evaluation Form, 2) Peer Evaluation Form, and 3) Teacher's journals. The research results discovered that the use of scaffolding sent 3 positive impacts on students' writing efficiency including 1) compositional organization, 2) relevance and supporting reasons, and 3) cohesion.

Keywords: Scaffolding theory, essay writing, writing effectiveness

บทนำ

ที่มาของงานวิจัยชิ้นนี้เกิดจากปัญหาที่ผู้วิจัยพบในการสอนภาษาอังกฤษของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ในภาคการศึกษาที่ 2558 ผู้วิจัยทำการสำรวจปัญหาในการเขียนเรียงความของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาอังกฤษผ่านทางการมอบหมายงานเขียนในรายวิชาต่างๆ ที่ผู้วิจัยสอน เช่น ENGL1701 English for Careers ภาษาอังกฤษเพื่ออาชีพ ENGL3403 English Writing for Careers การเขียนภาษาอังกฤษเพื่องานอาชีพ ENGL3203 Diction and Speech วาทกรรม และ ENGL4701 English for Standardized Tests ภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมสอบมาตรฐาน ผู้วิจัยพบว่า นักศึกษาสาขาวิชาภาษาอังกฤษส่วนใหญ่มีปัญหาในการเขียน ดังต่อไปนี้

1. การจัดลำดับความคิด (Organization)

นักศึกษาไม่สามารถจัดลำดับความคิดของตนเองในการผลิตงานเขียนได้อย่างเหมาะสม บางครั้งการเขียนวกไปวนมา เขียนซ้ำ ประเด็นเดิมๆ ขาดหลักการเรียงลำดับความสำคัญว่าควรนำเสนอใจความใดก่อนหรือหลัง ไม่สามารถเชื่อมโยงความคิดจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งได้ ไม่สามารถเชื่อมโยงเนื้อหาการเขียนให้สัมพันธ์กันในกรณีที่มีเนื้อหาที่เขียนมีรายละเอียดไปในทิศทางเดียวกัน ที่สำคัญอย่างยิ่ง นักศึกษาส่วนมากขาดทักษะในการเขียนสรุปความ (Conclusion) ที่หลากหลาย โดยนักศึกษามักเขียนลอกเลียนประเด็นในหัวเรื่อง

¹ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

(Thesis Statement) หรือลอกเนื้อหาเดิมๆ มาจากในเนื้อเรื่อง ทำให้งานเขียนเกิดความจำเจ ทำให้ผู้อ่านขาดอรรถรสในการอ่าน หรือขาดความเข้าใจในการอ่าน

2. การยกเหตุผลหรือตัวอย่างประกอบ (Idea Development and Supporting Reasons)

นักศึกษาไม่สามารถเขียนเหตุผลสนับสนุนที่มีความเกี่ยวเนื่องกับหัวข้อที่ได้รับมอบหมายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักศึกษาที่มีประสิทธิภาพในการเขียนตำราขาดความเข้าใจในหัวข้อและไม่สามารถตีความในการเขียนได้อย่างเหมาะสม เหตุผลที่ใช้ในการเขียนบางครั้งไม่มีน้ำหนัก ขาดความน่าเชื่อถือ หรือมาจากประสบการณ์ส่วนตัวของนักศึกษาอย่างเดียวโดยที่ไม่มีการยกตัวอย่างในระดับที่กว้างขึ้นหรือนำข้อมูลจากแหล่งอื่นมาสนับสนุน บางครั้งการยกตัวอย่างของนักศึกษากำหนดความชัดเจน ข้อมูลที่เขียนมีความขัดแย้งกันเองและไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือทิศทางที่กำหนดไว้ในประเด็นในหัวข้อ การเขียนตัวอย่างสนับสนุนของนักศึกษาไม่สมเหตุสมผล (Illogical Reasons) เนื่องจากนักศึกษาลงความเห็นว่าขาดทักษะในการวิเคราะห์เชิงลึก (Critical Thinking Skills)

3. การอ้างอิง (Citation)

นักศึกษามักคัดลอกงานเขียนมาจากข้อมูลต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ต โดยไม่ทำการถอดความ ไม่อ้างอิงหรือให้รายละเอียดที่มาของข้อมูล และนักศึกษาไม่ทราบวิธีการเขียนบรรณานุกรมอย่างถูกต้อง

4. การแก้ไขข้อผิดพลาดในการเขียนของตนเอง (Self-correction)

นักศึกษาขาดความใส่ใจในการตรวจสอบความถูกต้องในการเขียนของตนเอง โดยจะเห็นได้จากการสะกดคำผิด หรือการเขียนผิดไวยากรณ์เดิมซ้ำๆ หลายๆ ครั้ง ทั้งๆ ที่ผู้สอนได้ชี้แจงให้นักศึกษาแก้ไขไปแล้วในงานเขียนก่อนหน้า

5. เทคนิคการสืบค้นข้อมูล (Searching Engine)

นักศึกษาขาดความรู้ และไม่มีเทคนิคเกี่ยวกับการสืบค้นข้อมูลออนไลน์ ทำให้ข้อมูลที่ได้นั้นคุณภาพต่ำ ขาดความหลากหลาย ไม่ตรงประเด็นกับหัวข้อที่นักศึกษาต้องการสืบค้น

อีกหนึ่งที่มาของการทำวิจัยในครั้งนี้คือ นโยบายการส่งเสริมการเรียนการสอนทักษะศตวรรษที่ 21 ที่สำนักบริหารงานกรมมัธยมศึกษาตอนปลาย สพฐ ได้ให้นโยบายการสอนทักษะศตวรรษที่ 21 ไว้ว่าผู้สอนควรส่งเสริมให้ผู้เรียนคิดวิเคราะห์ ใช้ความคิดสร้างสรรค์ มีความคิดเชิงกระบวนทัศน์ที่ชัดเจน โดยการเรียนการสอนต้องเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเรียนรู้ในสิ่งที่ผู้เรียนมีความสนใจ ผ่านการสื่อสารในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับเพื่อนร่วมชั้นและอาจารย์ และควรฝึกฝนให้ผู้เรียนสามารถฝึกฝนการสืบค้นข้อมูล ทำความคุ้นเคยกับสื่อสารสนเทศ เพื่อสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นที่ตนสนใจได้อย่างมีประสิทธิภาพตามกรอบความคิดเพื่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ด้วยเหตุผลนี้ ผู้วิจัยจึงทำการค้นคว้าทฤษฎีการสอนที่สามารถสนับสนุนหลักการจัดการเรียนการสอนที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า ทฤษฎีการสอนแบบ Scaffolding เป็นทฤษฎีการสอนที่เอื้อให้ผู้สอนสามารถพัฒนาหลักการสอนที่กล่าวมาข้างต้นได้

ลิปสคอม สวอนสัน เวส และเชบบูเนนเนอร์ (Lipscomb, Swanson, West, 2004; Scheb-Buenner, 2013) ให้คำจำกัดความของทฤษฎีการสอนแบบ Scaffolding ว่าเป็นวิธีการสอนที่ผู้สอน (Teacher) ผู้เชี่ยวชาญ (Expert) หรือผู้ที่มีความสามารถมากกว่า ให้คำแนะนำช่วยเหลือผู้ที่มีความสามารถในการเรียนน้อยกว่าเพื่อแก้ปัญหาในการทำงานที่ค่อนข้างมีความซับซ้อนหรือมีความยากมากกว่าที่ผู้เรียนจะแก้ปัญหาได้เพียงลำพัง ดังนั้น จุดประสงค์ของการเรียนรู้แบบ Scaffolding คือ การช่วยสร้างองค์ความรู้ให้ผู้เรียนเพื่อให้ผู้เรียนสามารถบรรลุการปฏิบัติงานหรือหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายได้ และมีศักยภาพในการปฏิบัติงานหรือหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายได้ที่คล้ายคลึงกันได้โดยไม่ต้องพึ่งความช่วยเหลือจากอาจารย์ผู้สอน ผู้เชี่ยวชาญ หรือบุคคลที่มีความสามารถมากกว่าในอนาคต (Scheb-Buenner, 2013) นอกจากนี้ ทฤษฎีการสอนแบบ Scaffolding ยังช่วยให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับอาจารย์และเพื่อนในห้องในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ดังนั้น เพื่อประโยชน์สูงสุดของการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับอาจารย์และเพื่อนในห้อง จึงเป็นสิ่งสำคัญมากที่อาจารย์จะต้องคิดค้นกลวิธีให้ผู้เรียนได้มีโอกาสแบ่งปันองค์ความรู้เก่า และตระหนักว่าตนเองมีองค์ความรู้เดิมแค่ไหน เพื่อที่ภายหลังผู้สอนจะสามารถเชื่อมต่อกับความรู้ใหม่ให้กับผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถเพิ่มแรงจูงใจในการเรียนให้ผู้เรียนมากขึ้นโดยการเชื่อมโยงองค์ความรู้ใหม่ที่ได้กับสถานการณ์ในชีวิตจริงของผู้เรียน (Lipscomb, Swanson, & West, 2004) ดังที่ Bain (2004) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้เรียนจะมีแรงจูงใจมากขึ้นในการเรียนเมื่อมีโอกาสได้เรียนรู้จากสิ่งที่มาจากปัจจัยภายในของตน (Intrinsic Motivation) อาทิ สิ่งที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน สิ่งที่ได้มาจากการประสบการณ์ตรง หรือสิ่งที่ตนมีความสนใจ แต่หากผู้เรียนเรียนรู้จากสิ่งที่มาจากปัจจัยภายนอกของตน (Extrinsic Motivation) ผู้เรียนจะไม่สามารถแก้ไขปัญหา ไม่สามารถคิดวิเคราะห์ ไม่สามารถใช้ตรรกะเหตุผล ได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่ากับการที่ผู้เรียนเรียนรู้จากสิ่งที่มาจากปัจจัยภายใน Oxford (1997) ได้ให้ความหมายว่า ทฤษฎีการสอนแบบ Scaffolding เป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วม (Collaborative Learning) ซึ่งมีจุดประสงค์หลักในการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ของผู้เรียนจากความสามารถเดิมของผู้เรียนที่มี (Zone of Current Development) ไปสู่พัฒนาการที่สามารถจะเป็นไปได้ (Zone of Proximal Development:-ZPD) และอธิบายเพิ่มเติมว่า การเรียนการสอนแบบ Scaffolding จะเน้นให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับอาจารย์และเพื่อนในห้องในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยการผู้เรียนทำการแบ่งปัน และเปรียบเทียบองค์ความรู้เดิมของตนในประเด็นใดประเด็นหนึ่งกับผู้อื่น เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่ทุกคนให้การยอมรับหรือมีความเข้าใจและเห็นพ้องตรงกัน (Mutual Agreement) ดังนั้น องค์ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้นจึงเป็นองค์ความรู้ที่ผู้เรียนในกลุ่มสร้างร่วมกัน (Co-Constructed

Knowledge) โดยการทำงานในกลุ่มผู้เรียนอาจทำงานเป็นคู่ หรือเป็นกลุ่มก็ได้ และระดับในการให้ความช่วยเหลือจากอาจารย์หรือเพื่อนร่วมชั้นมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้เรียน หรือระดับของความซับซ้อนของปัญหาที่ผู้เรียนกำลังเผชิญอยู่

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนาประสิทธิภาพในการเขียนเรียงความภาษาอังกฤษของนักศึกษาสาขาวิชาภาษาอังกฤษ ที่ลงทะเบียนในรายวิชาการสัมมนาทางภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ภาคการศึกษาที่ 1/2559 โดยผู้วิจัยเปิดโอกาสให้นักศึกษากำหนดหัวข้อการเขียนเรียงความตามมติเสียงส่วนใหญ่ของเพื่อนร่วมชั้น และงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทดลองใช้ทฤษฎีการสอนแบบ Scaffolding เป็นกลวิธีกระตุ้น (Intervention) ให้นักศึกษาแลกเปลี่ยนความรู้ วิเคราะห์เพื่อแสดงความคิดเห็นกับเพื่อนร่วมชั้นเรียน ในการปรับปรุงงานเขียนของตนจะศึกษาว่านักศึกษามีพัฒนาการในการเขียนเรียงความตามขอบเขตเนื้อหาทั้ง 4 ด้าน อย่างไร และพัฒนาการด้านใดที่นักศึกษาสามารถพัฒนาได้มากที่สุด และน้อยที่สุด ผลวิจัยที่ได้ ผู้วิจัยจะนำไปใช้ในการปรับปรุงการเรียนการสอนในด้านทักษะการเขียนให้เหมาะสมกับผู้เรียนและพัฒนาคุณภาพของผู้เรียนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการเขียนเรียงความแสดงความคิดเห็น (Opinion Essay) โดยผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นในการพัฒนาประสิทธิภาพในการเขียนเรียงความครอบคลุมเนื้อหา 4 ด้าน ได้แก่ 1) การจัดวางองค์ประกอบและการลำดับความคิด 2) ความเกี่ยวข้องและเนื้อหาในการเขียน 3) ความสัมพันธ์ของเหตุผลและการเขียนระหว่างย่อหน้า และ 4) ไวยากรณ์ โครงสร้างประโยคและความหมาย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงบูรณาการที่มีการดำเนินงานวิจัยทั้ง 2 รูปแบบ คือ เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงคุณภาพได้มาจากผลประเมินคุณภาพงานเขียนเรียงความแบบแสดงความคิดเห็น โดยประเมินผลจากชิ้นงานเรียงความฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเสร็จสิ้นแล้ว (Final Drafts) ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะทำการเขียนเรียงความฉบับสมบูรณ์ทั้งสิ้นคนละ 4 ชิ้นงานเขียน ตามหัวข้อที่กำหนด นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากบันทึกการสอน (Teacher's Journals) ในแต่ละสัปดาห์เพื่อใช้ประกอบการบรรยายผลการวิจัย ในด้านการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบวัดคุณภาพงานเขียนเรียงความแสดงความคิดเห็น (Teacher Evaluation Form) ในการประเมินชิ้นงานเขียนของกลุ่มตัวอย่าง มีการวัดมาตราส่วนเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 4 ระดับ หลังจากนั้น ผู้วิจัยทำการคำนวณและบรรยายผลวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ในรูปแบบค่าเฉลี่ย (Mean) และแบบร้อยละ (Percentage)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาวิชาภาษาอังกฤษที่ลงทะเบียนในรายวิชา ENGL4901 การสัมมนาทางภาษาอังกฤษ ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2559 จำนวน 2 กลุ่ม ในกลุ่มเรียน 101 ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 7 คน เป็นเพศชาย 4 คนและเพศหญิง 3 คน ในกลุ่มเรียน 102 ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คน เป็นเพศชาย 4 คนและเพศหญิง 4 คน รวมกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสุ่มทั้งสิ้น 15 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกจากงานเขียนของกลุ่มตัวอย่างที่มีปัญหาในการเขียนเรียงความ ที่ตรงกับปัญหาที่ระบุไว้ข้างต้นในที่มาของการทำวิจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ปัญหาในการจัดเรียงองค์ประกอบงานเขียน (Compositional Organization) ปัญหาในการให้ข้อมูลสนับสนุน (Relevance and idea Development/Supporting Reasons) ปัญหาในการเชื่อมโยงเนื้อหางานเขียน (Cohesion) และปัญหาข้อผิดพลาดในการใช้ไวยากรณ์ที่มีผลกระทบในการสื่อความหมาย (Grammar, Syntax, and Meaning)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

- 1) แบบประเมินคุณภาพงานเขียนเรียงความแสดงความคิดเห็นสำหรับอาจารย์ผู้สอน
- 2) แบบประเมินคุณภาพงานเขียนเรียงความแสดงความคิดเห็นระหว่างนักศึกษากับนักศึกษา

ผู้วิจัยดัดแปลงเครื่องมือวิจัยในข้อ (1) และข้อ (2) มาจาก Test in English for Educational Purposes (TEEP) โดยไซริล เวียร์ (Cyril Weir) ที่สร้างขึ้นในปี 1988 และจาก Analytic Portfolio Scoring Rubric โดยวิลเลียด ทรอป และคณะ (Willard-Traub et al.) ที่สร้างขึ้นในปี 1999

- 3) บันทึกการสอนของอาจารย์

ผู้วิจัยผู้ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้สอน ได้ทำการบันทึกประเด็นต่างๆ อาทิ ประสิทธิภาพของการใช้กลวิธีการสอนแบบ Scaffolding ในชั้นเรียน พฤติกรรมของนักศึกษาในการทำงานกลุ่มกับเพื่อนร่วมชั้น ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพงานเขียนของนักศึกษาที่พบในแต่ละคาบ และปัญหาอื่นๆที่พบในชั้นเรียน

ก่อนดำเนินการเก็บข้อมูลงานวิจัย ผู้วิจัยได้นำร่างแบบประเมินของเครื่องมือวิจัยทั้ง 3 ประเภทไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านตรวจสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบวัดคุณภาพงานเขียนเรียงความแสดงความคิดเห็น โดยการหาค่าสอดคล้องระหว่างเกณฑ์การประเมินคุณภาพกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา (IOC: Index of Item Objective Congruence) ที่ต้องมีค่ามากกว่า

หรือเท่ากับ 0.50 (Rovinelli and Hambleton, 1977) ผลการประเมินพบว่า มีค่าระหว่าง 0.78 – 1.00 และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.93 ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญแล้วนำไปทดสอบกับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นก่อนนำไปใช้จริง โดยพบว่า มีแบบประเมินของเครื่องมือวิจัยทั้ง 3 ประเภทมีความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 จึงมีความเชื่อมั่นและสามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้ (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชานีประศาสน์, 2545)

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้สอน การเขียนเรียงความนักศึกษาจะต้องเขียนเรียงความตามหัวข้อที่ผู้สอนกำหนด นักศึกษาต้องเข้าเรียนและดำเนินการเขียนเรียงความทุกชิ้นและส่งงานทุกชิ้นภายในคาบเรียนภายในเวลาที่กำหนด (40 นาที) การเก็บข้อมูลงานเขียนของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้ดำเนินการตามกระบวนการ ดังต่อไปนี้

1. ผู้สอนอธิบายรายละเอียดของแบบประเมินคุณภาพงานเขียนต่างๆ และอธิบายเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน
2. นักศึกษาเขียนโครงร่างเรียงความ (Draft 1) ตามหัวข้อที่ได้รับมอบหมายเป็นรายบุคคล
3. ผู้สอนสำรวจข้อผิดพลาดหลักจากโครงร่างงานเขียนเรียงความของนักศึกษา คัดเลือกตัวอย่างประโยคที่แสดงถึงข้อผิดพลาดหลักๆ หลังจากนั้นผู้สอนเปิดโอกาสให้นักศึกษาทั้งชั้นเรียนแสดงความคิดเห็นในการแก้ไขข้อผิดพลาดนั้นๆ และเสนอแนะการแก้ไขข้อผิดพลาดที่ถูกต้อง
4. ประเมินประสิทธิภาพการเขียนเรียงความ โดยนักศึกษา 1 คนจะได้รับการประเมินจากทั้งผู้สอน (Teacher's Feedbacks) และสมาชิก 1 คนในกลุ่ม (Peer's Feedbacks) ดังนี้
 - 4.1 ผู้สอนใช้แบบประเมินคุณภาพงานเขียนเรียงความแสดงความคิดเห็นสำหรับอาจารย์ผู้สอนประเมินโครงร่างงานเขียนเรียงความของนักศึกษา (Draft 1) เป็นรายบุคคล
 - 4.2 นักศึกษาใช้แบบประเมินคุณภาพงานเขียนเรียงความแสดงความคิดเห็นระหว่างนักศึกษากับนักศึกษา ประเมินโครงร่างงานเขียนเรียงความ (Draft 1) ของสมาชิกในกลุ่มจำนวน 1 คน โดยการประเมินแต่ละครั้ง นักศึกษาจะต้องหมุนเวียนเพื่อทำการประเมิน และสมาชิกผู้ทีนักศึกษาเลือกในการประเมินจะต้องไม่ซ้ำกับรายก่อนๆ ที่นักศึกษาเคยทำการประเมินไว้
5. ผู้สอนและนักศึกษาส่งผลประเมินคุณภาพการเขียนเรียงความคืนให้กับนักศึกษาผู้ถูกประเมิน
6. นักศึกษาดำเนินการแก้ไขงานเขียนของตนโดยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการประเมินโดยผู้สอนและสมาชิกในกลุ่มเป็นแนวทางในการแก้ไขและเขียนเรียงความฉบับสมบูรณ์ (Final Draft) ของตน
7. ผู้สอนรวบรวมงานเขียนฉบับสมบูรณ์ (Final Draft) ของนักศึกษาเพื่อนำไปประเมินผลและวิเคราะห์ข้อมูลเป็นลำดับต่อไป

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน ได้รับมอบหมายให้เขียนเรียงความแสดงความคิดเห็นฉบับสมบูรณ์ (Final Draft) จำนวนคนละ 4 ชิ้น ผู้วิจัยนำผลงานฉบับสมบูรณ์ไปทำการวิเคราะห์ เกณฑ์การประเมินประสิทธิภาพการเขียนเรียงความแบ่งเป็นมาตราส่วนแบบประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 4 ระดับ โดยระดับที่ 4 แทนค่าคุณภาพงานที่มีคุณภาพมากที่สุด และระดับที่ 1 แทนค่าคุณภาพงานที่มีคุณภาพน้อยที่สุด การบรรยายผลวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ในแต่ละด้าน ผู้วิจัยได้นำเสนอรายละเอียดของเกณฑ์ที่ใช้ในการวัดผล ประกอบกับผลวิจัยที่มีการบรรยายทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การจัดวางองค์ประกอบและการลำดับความคิด (Compositional Organization)

- ระดับ 1 หมายถึง ความคิดไม่เป็นระบบระเบียบ ไม่สามารถจัดเรียงความสำคัญของลำดับความคิดได้อย่างเหมาะสม
- ระดับ 2 หมายถึง มีร่องรอยหลักฐานในการจัดเรียงลำดับความคิด แต่มีน้อยมาก
- ระดับ 3 หมายถึง มีร่องรอยหลักฐานในการจัดเรียงลำดับความคิดบางส่วนแต่ไม่สมบูรณ์ หรือไม่มีการจัดเรียงอย่างเหมาะสม
- ระดับ 4 หมายถึง โครงสร้างโดยรวมมีความชัดเจน มีทักษะในการจัดเรียงลำดับที่ดี

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับการจัดวางองค์ประกอบและการลำดับความคิด

งานที่	ระดับความสำเร็จของชิ้นงานเขียน (ระดับที่ 1 ถึง ระดับที่ 4)														
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15
1	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4
*หมายเหตุ S (ลำดับเลข) แทนรายชื่อศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน															

จากข้อมูลในตารางที่ 1 หลังจากกลุ่มตัวอย่างทำการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะจากทั้งผู้สอนและสมาชิกในกลุ่ม กลุ่มตัวอย่างสามารถจัดวางองค์ประกอบและลำดับความคิดได้ดีมากขึ้น โดยจะสังเกตได้จากค่าคะแนนที่สูงขึ้นตามลำดับของผลงานทั้ง 4 ชิ้น ร้อยละ 40 ของกลุ่มตัวอย่างสามารถพัฒนาคุณภาพการจัดวางองค์ประกอบและการลำดับความคิดอย่างต่อเนื่องจนถึงค่าระดับ 4 มีคุณภาพมากที่สุด และร้อยละ 60 ของกลุ่มตัวอย่างสามารถพัฒนาคุณภาพการจัดวางองค์ประกอบและการลำดับความคิดอย่างต่อเนื่องจนถึงค่าระดับ 3 มีคุณภาพมาก จากการวิเคราะห์งานเขียนของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพัฒนาการในการจัดเรียงลำดับความคิดที่ดีขึ้น คือ กลุ่มตัวอย่างมีพัฒนาการสามารถเขียนเรียงความได้ครบทุกองค์ประกอบทั้งส่วนบทนำ (Introduction) ส่วนเนื้อหา (Body) และบทสรุปความ (Conclusion) และสามารถเขียนทุกองค์ประกอบได้ครบถ้วนภายในเวลาที่กำหนด นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างสามารถเขียนอธิบายประโยคหลัก (Topic Sentence) ในแต่ละย่อหน้าได้ชัดเจนขึ้น และสัมพันธ์กับประเด็นหัวเรื่อง (Thesis Statement) มากขึ้น ดังมีตัวอย่างประกอบดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1: งานเขียนของ S11 ที่ได้รับการประเมินค่าคะแนนอยู่ในระดับ 4

Topic: Preparation for future careers

Thesis statement: At present, preparation for future careers is very important since the number of graduated students increases so fast and the competition to get a job is very high.

Topic sentence 1: The first preparation is the effective use of foreign languages, especially for English, the most important language in a business world.

Topic sentence 2: The second preparation concerns the leadership skills and interpersonal skills in the workplace.

Topic sentence 3: Last but importantly, to compete with other candidates, you should acquire other special skills that are beneficial to your work apart from the required qualifications stated in the job descriptions.

ตัวอย่างที่ 2: งานเขียนของ S2 ที่ได้รับการประเมินค่าคะแนนอยู่ในระดับ 4

Topic: Preparation for future career

Thesis statement: If you want to get a job that you like in the future, you need to have good preparation to pursue your dreamed career.

Topic sentence 1: First, you should find more information about required qualifications of each career.

Topic sentence 2: Second, it is also important to learn the company's cultures.

Topic sentence 3: You have to plan wisely and consider time factor spending in processes such as job application, interview, result announcement, and approximate period for starting your new career.

ตัวอย่างที่ 3: งานเขียนของ S6 ที่ได้รับการประเมินค่าคะแนนอยู่ในระดับ 3

Topic: Preparation for future careers

Thesis statement: Documents preparation in applying a job is very important because it can help you to have more chances to be called for an interview.

Topic sentence 1: First of all, you should know steps to apply to work in each career.

Topic sentence 2: Then you have to prepare to write your resume/CV and your application letter.

Topic sentence 3: Lastly, you have to prepare other related evidences that you will use for a job application.ดัง

ตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถจัดลำดับความสำคัญในการเขียนประโยคหลัก ได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเรียงลำดับจากความสำคัญน้อยที่สุดไปมากที่สุด หรือจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างยังสามารถใช้ conjunctive adverbs อาทิ first of all/ first/ second/ next/ then/ last but importantly ในการจัดลำดับเนื้อหาเรียงความ ทำให้ผู้อ่านเข้าใจง่ายขึ้นและเห็นประเด็นได้ชัดเจนขึ้น นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างสามารถใช้ pronoun เช่น you หรือ we ได้อย่างเหมาะสมและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2. ความเกี่ยวข้องและเนื้อหาในการเขียน (Relevance and Idea Development/Supporting Reasons)

- ระดับ 1 หมายถึง การเขียนไม่มีความสัมพันธ์กับหัวข้อที่มอบหมาย เหตุผลที่ใช้ในการเขียนสนับสนุนทั้งหมดไม่เพียงพอ/ไม่สมเหตุสมผล หรือขาดความชัดเจนในการยกตัวอย่าง
- ระดับ 2 หมายถึง การเขียนแสดงความเกี่ยวข้องต่อหัวข้อเพียงเล็กน้อยพบการเขียนที่ซ้ำซ้อนไม่ตรงกับจุดประสงค์ ตัวอย่างเกือบทั้งหมดที่เขียนขาดความชัดเจน หรือขาดกล่าวถึงมุมมองจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ
- ระดับ 3 หมายถึง การเขียนส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกันกับหัวข้อที่กำหนด ถึงแม้จะมีข้อบกพร่องหรือการเขียนที่ซ้ำซ้อนเหตุผลสนับสนุนและตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีความชัดเจนหรือมาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย
- ระดับ 4 หมายถึง การเขียนมีความสัมพันธ์กับหัวข้อที่กำหนด สามารถยกเหตุผลสนับสนุนและตัวอย่างได้ชัดเจนหรือมาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความเกี่ยวข้องและเนื้อหาในการเขียน

งานที่	ระดับความสำเร็จของชิ้นงานเขียน (ระดับที่ 1 ถึง ระดับที่ 4)														
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15
1	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2
2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	3	3

*หมายเหตุ S (ลำดับเลข) แทนรายชื่อนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน

ข้อมูลในตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ความเกี่ยวข้องและเนื้อหาในการเขียนมากขึ้นตามลำดับ ดังเห็นได้จากค่าระดับคะแนน และค่าร้อยละที่เพิ่มขึ้นตามลำดับ จากผลงานเขียนเรียงความฉบับสมบูรณ์ชิ้นที่ 1 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 60 มีค่าระดับคะแนนการวิเคราะห์ความเกี่ยวข้องและเนื้อหาอยู่ในระดับ 2 และมีกลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 40 ที่ประสบความสำเร็จและสามารถวิเคราะห์ความเกี่ยวข้องและเนื้อหาได้อยู่ในระดับ 3 เนื่องจากงานเขียนส่วนใหญ่ยังมีข้อผิดพลาดเช่น การเขียนแสดงความเกี่ยวข้องต่อหัวข้อเพียงเล็กน้อย การเขียนที่ซ้ำซ้อนไม่ตรงกับจุดประสงค์ ตัวอย่างเกือบทั้งหมดที่เขียนขาดความชัดเจน หรือขาดกล่าวถึงมุมมองจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ ดังเห็นได้จากตัวอย่างประกอบ ดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1: งานเขียนของ S9 ที่ได้รับการประเมินค่าคะแนนอยู่ในระดับ 2

Topic: Your dreamed job

To become a receptionist, you need to have good qualifications. It is also good to be friendly with other people and have good personality and confidence when talking with others in public. You also need to have good spoken and written in English.

ข้อผิดพลาด: ข้อความทั้งหมดที่ขีดเส้นใต้ขาดความชัดเจน และถูกยกตัวอย่างในแบบกว้างๆ

ตัวอย่างที่ 2: งานเขียนของ S10 ที่ได้รับการประเมินค่าคะแนนอยู่ในระดับ 2

Topic: Your dreamed job

I want to be an English teacher. I think this career suits my personality. In the past, I learned English from Mathematics teacher, therefore, I cannot understand English deeply. Later, when I came to study in English Program at CRU, I gained more knowledge and I want to transfer my knowledge to others.

ข้อผิดพลาด: ข้อความทั้งหมดที่ขีดเส้นใต้แสดงความเกี่ยวข้องต่อหัวข้อเพียงเล็กน้อย และขาดความชัดเจนในการยกตัวอย่าง

ภายหลัง เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความเชี่ยวชาญมากขึ้น และได้มีโอกาสได้ปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับสมาชิกในกลุ่มและผู้สอนอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจและเห็นข้อผิดพลาดของตน และมีแนวทางในการแก้ไขคุณภาพงานเขียนของตนให้ดีขึ้น ร้อยละค่าคะแนนของกลุ่มตัวอย่างจึงเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในผลงานการเขียนชิ้นที่ 3 โดยกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 87 มีค่าคะแนนเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับ 3 และมีกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 13 ประสบความสำเร็จในการเขียนมีค่าระดับคะแนนอยู่ในระดับ 4 ในผลงานการเขียนชิ้นที่ 4 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 53 มีค่าคะแนนเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับ 3 และมีกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 33 ประสบความสำเร็จในการเขียนมีค่าระดับคะแนนอยู่ในระดับ 4 ผลงานการเขียนส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับหัวข้อที่กำหนดถึงแม้จะมีข้อบกพร่องหรือการเขียนที่ซ้ำซ้อน

นอกจากนี้ เหตุผลสนับสนุนและตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีความชัดเจนและงานเขียนบางชิ้นสามารถแสดงแหล่งข้อมูลที่หลากหลายมากขึ้น
ดังเห็นได้จากตัวอย่างประกอบ ดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1: งานเขียนของ S15 ที่ได้รับการประเมินค่าคะแนนอยู่ในระดับ 3

Topic: Your dreamed job

You need to have many qualifications to apply as a Ground Service. First, your age must not be over 25 years old and you must have at least 160 centimeters of height. Second, you need to hold a Bachelor Degree and have good English communication. Moreover, you must obtain the TOEIC score of at least 450 or higher in order to be accepted. If you can speak other languages such as Chinese, French, Japanese, Arab, or German, this will be your strong advantage among other competitors.

จุดแข็ง: ข้อความทั้งหมดที่ขีดเส้นใต้สัมพันธ์กับหัวข้อที่กำหนดและมาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย

ตัวอย่างที่ 2: งานเขียนของ S7 ที่ได้รับการประเมินค่าคะแนนอยู่ในระดับ 4

Topic: Your dreamed job

How can we become a Public Relations Agent? First, of all, we have to complete a Bachelor's Degree first. A degree in public relations, communications, or journalism is preferable for this job application. During your study, you might want to consider taking courses such as Public Speaking, Advertising, Business Administration, and Creative Writing as free elective or major elective courses. These subjects will surely enhance your skills to become an effective PR agent in the future because a PR requires to communicate with clients directly through both one-on-one communication and social media and for that you require to have enough skills of the mentioned subjects earlier.

จุดแข็ง: ข้อความทั้งหมดที่ขีดเส้นใต้สัมพันธ์กับหัวข้อที่กำหนดและเหตุผลสนับสนุนและตัวอย่างมีความชัดเจน

3. ความสัมพันธ์ของเหตุผลและการเขียนระหว่างย่อหน้า (Cohesion)

ระดับ 1 หมายถึง ขาดความเกี่ยวเนื่องระหว่างเหตุผลที่เขียน หรือระหว่างย่อหน้า

ระดับ 2 หมายถึง เหตุผลส่วนหนึ่งมีความเกี่ยวข้อง แต่ส่วนอื่น ๆ ไม่มีการเขียนย่อหน้าต่างๆ ยังขาดการเชื่อมโยงที่เหมาะสม

ระดับ 3 หมายถึง เหตุผลส่วนใหญ่มีความเกี่ยวข้อง แต่บางส่วนหรือส่วนน้อยยังขาดทิศทางที่ชัดเจน

ระดับ 4 หมายถึง เหตุผลส่วนถัดไปหรือทั้งหมดที่เขียนมีความเกี่ยวข้องกันอย่างชัดเจน

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ของเหตุผลและการเขียนระหว่างย่อหน้า

งานที่	ระดับความสำเร็จของชิ้นงานเขียน (ระดับที่ 1 ถึง ระดับที่ 4)														
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15
1	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3
2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4
*หมายเหตุ S (ลำดับเลข) แทนรายชื่อนักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน															

ข้อมูลในตาราง 3 บ่งชี้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีประสิทธิภาพในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเหตุผลและการเขียนระหว่างย่อหน้า
อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ดังเห็นได้จากค่าระดับคะแนน และค่าร้อยละที่เพิ่มขึ้นตามลำดับในแต่ละชิ้นงาน สืบเนื่องจากค่าคะแนนงาน
เขียนเรียงความฉบับสมบูรณ์ชิ้นที่ 4 ดังปรากฏในตาราง กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 40 มีค่าระดับคะแนนการวิเคราะห์ความเกี่ยวข้องและ
เนื้อหาอยู่ในระดับ 3 และมีกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 60 ที่ประสบความสำเร็จและสามารถวิเคราะห์ความเกี่ยวข้องและเนื้อหาได้อยู่ในระดับ
4 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างใดเลยที่ได้ค่าระดับคะแนนอยู่ในระดับ 2 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างได้ผ่านกลวิธีการเรียนรู้แบบ Scaffolding
หลายๆครั้ง ประกอบด้วยคำแนะนำของเพื่อนในกลุ่มและผู้สอนและสมาชิกในกลุ่ม จึงเป็นการง่ายขึ้นที่จะพัฒนาทักษะการเขียนนี้ งาน
เขียนฉบับสมบูรณ์ของกลุ่มตัวอย่าง เปิดเผยให้เห็นพัฒนาการว่าการเขียนในแต่ละย่อหน้าเขียนของกลุ่มตัวอย่างมีความเกี่ยวข้องกัน

อย่างชัดเจน และมีการเขียนเกริ่นนำก่อนเริ่มเขียนแนะนำความคิดเห็นหรือก่อนการนำเสนอเนื้อหาใหม่ ทำให้ผู้อ่านสามารถจับใจความและเข้าใจเนื้อหาที่เขียนได้ดียิ่งขึ้น ดังตัวอย่างประกอบ ต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1: งานเขียนของ S14 ที่ได้รับการประเมินค่าคะแนนอยู่ในระดับ 4

Topic: Your dreamed job

Thesis statement: This essay will tell you about positions that English major students can apply.

Topic sentence 1: A Creative Digital Content, a job similar with a translator is the first excellent choice for those who are words smart. However, if you are not good at proofreading or translation, you might apply as a Banquet Manager in case you love giving service.

Topic sentence 2: Banquet Manager is one of the most interesting position because you must communicate and coordinate with multiple departments and staff to organize events.

4. ไวยากรณ์ โครงสร้างประโยค และความหมาย (Grammar, Syntax, and Meaning)

- ระดับ 1 หมายถึง มีข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์ส่งผลการตีความความหมายของประโยค มีประโยคที่ไม่สมบูรณ์ พบไวยากรณ์แสดงเวลา หรือโครงสร้างประโยคที่ไม่เหมาะสมอยู่มาก
- ระดับ 2 หมายถึง สามารถใช้ไวยากรณ์เขียนประโยคพื้นฐานได้ พบข้อผิดพลาดบางจุด อาทิ ประโยคที่ไม่สมบูรณ์ หรือโครงสร้างประโยคที่ไม่เหมาะสม แต่ข้อผิดพลาดดังกล่าวไม่ส่งผลการตีความความหมายของประโยค
- ระดับ 3 หมายถึง สามารถใช้ไวยากรณ์และเขียนประโยคพื้นฐานได้ มีการแสดงความคิดสร้างสรรค์ในการเขียน สามารถเขียนโครงสร้างประโยคที่หลากหลาย มีองค์ประกอบของประโยคมีการเรียบเรียงที่ดี มีความหมายสมบูรณ์
- ระดับ 4 หมายถึง สามารถเขียนประโยคที่มีความซับซ้อนทางภาษา และพบข้อผิดพลาดเพียงเล็กน้อย แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์และสำแดงภาษาที่ใช้ในการเขียนในเชิงวิชาการ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับไวยากรณ์ โครงสร้างประโยค และความหมาย

งานที่	ระดับความสำเร็จของชิ้นงานเขียน (ระดับที่ 1 ถึง ระดับที่ 4)														
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15
1	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2
2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	4	3	3	3	3
3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2
4	2	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
*หมายเหตุ S (ลำดับเลข) แทนรายชื่อ นักศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน															

ข้อมูลในตาราง 4 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างขาดประสิทธิภาพในการใช้ไวยากรณ์การเขียนโครงสร้างประโยคและการสื่อความหมาย ดังเห็นได้จากความผกผันของค่าระดับคะแนน และค่าร้อยละในแต่ละชิ้นงาน จากการตรวจงานเขียนของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบปัญหาในการใช้ไวยากรณ์ การเขียนโครงสร้างประโยค และการสื่อความหมายในการเขียนของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ ในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ บางครั้งกลุ่มตัวอย่างไม่สามารถให้คำแนะนำในการแก้ไขการใช้ไวยากรณ์ที่ถูกต้องทางให้กับสมาชิกในกลุ่มได้ และเนื่องจากมีเวลาในการทำงานจำกัด กลุ่มตัวอย่างจึงมักพึ่งพาความช่วยเหลือสมาชิกในกลุ่มแก้ไขปัญหาการเขียนในด้านที่ตนมีความถนัด และมักละเลยในการแก้ไขข้อผิดพลาดอื่นๆที่ตนเองไม่พบ หรือไม่มีความสามารถในการเสนอแนะการแก้ไขให้ถูกต้องได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าว หน้าที่การแก้ไขความถูกต้องทางด้านการใช้ไวยากรณ์จึงตกเป็นภาระของผู้วิจัยเป็นส่วนใหญ่ และถึงแม้ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยตรงในด้านการใช้ไวยากรณ์และการสื่อความหมายในประโยคตามกลยุทธ์แผนการสอนแบบ Scaffolding ที่ผู้วิจัยได้วางแผนไว้ ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างยังขาดประสิทธิภาพในการแก้ไขไวยากรณ์ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างยังผลิตข้อผิดพลาดเดิมๆในการเขียน โดยข้อผิดพลาดที่ผู้วิจัยพบมากที่สุด สามารถจำแนกได้จำนวน 8 ประเด็น ดังนี้

1. การสะกดคำผิด
2. ความสับสนในการใช้ V. to do และ V. to have
3. การใช้ adjectives และ nouns
4. ไม่สามารถเขียนประโยคและใช้ tenses ต่างๆได้อย่างเหมาะสมตามกาลเวลา หรือสถานการณ์
5. การเขียนประโยคที่ไม่สมบูรณ์ (fragments)
6. ไม่สามารถใช้ who which whom that หรือ where ในการอธิบายความเพิ่มเติม
7. การเขียนประโยคโดยขาดกริยาหลัก หรือพบการใช้กริยาหลักซ้ำซ้อนในประโยคเดียวกัน
8. เขียนคำนามในรูปเอกพจน์และพหูพจน์ไม่ถูกต้อง

อภิปรายผล

เมื่อทำการเปรียบเทียบข้อมูลในตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 4 ผลวิจัยปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างวิจัยมีพัฒนาการในการเขียนเรียงความแบบแสดงความคิดเห็น ทั้ง 4 ด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยที่สุด ดังนี้

อันดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 80 (12 คน) มีพัฒนาการในการจัดวางองค์ประกอบและการลำดับความคิด (Compositional Organization) ในระดับที่สูงขึ้น และมีกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 20 (3 คน) เท่านั้นที่ไม่แสดงถึงพัฒนาการดังกล่าว และมีระดับประสิทธิภาพในการจัดวางองค์ประกอบและการลำดับความคิดอยู่ที่ อยู่ในระดับที่ 3 นับจากงานเขียนฉบับสมบูรณ์ชิ้นงานแรกงานชิ้นงานสุดท้าย

อันดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 80 (12 คน) มีพัฒนาการในการเขียนเรียงความแสดงความสัมพันธ์ของเหตุผลระหว่างย่อหน้า (Cohesion) ในระดับที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม มีกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 20 (3 คน) ที่ค่าระดับคะแนนของงานเขียนฉบับสมบูรณ์มีความผกผันและไม่สามารถเพิ่มขีดศักยภาพของตนให้มีประสิทธิภาพการเขียนที่แสดงความสัมพันธ์ในระดับที่สูงขึ้นได้

อันดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 73 (11 คน) สามารถผลิตงานเขียนเรียงความที่แสดงความเกี่ยวข้องและเนื้อหาในการเขียน (Relevance and Idea Development/Supporting Reasons) ในระดับที่สูงขึ้น และมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนร้อยละ 27 (4 คน) ที่ค่าระดับคะแนนของงานเขียนฉบับสมบูรณ์แต่ละครั้งมีการลดลงหรือมีค่าระดับที่ผกผัน และไม่สามารถแสดงประสิทธิภาพของความเกี่ยวข้องและเนื้อหาในการเขียนได้อย่างชัดเจน

อันดับ 4 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 40 (6 คน) แสดงพัฒนาการในการเขียนเรียงความฉบับสมบูรณ์ที่มีความถูกต้องทางด้านไวยากรณ์ โครงสร้างประโยค และความหมาย (Grammar, Syntax, and Meaning) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม มีกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 60 (9 คน) ที่ไม่สามารถแสดงถึงพัฒนาการในการเขียนเรียงความในด้านที่กล่าวมาได้ และค่าระดับคะแนนของชิ้นงานในแต่ละครั้งมีความผกผัน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่า ผลของงานวิจัยในครั้งนี้มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยอื่นๆ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการเขียน โดยใช้วิธีการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วม ในภาพรวม มุลิกานและกาโรฟาโร (Mulligan and Garofalo, 2011) อ้างว่า การเรียนแบบมีส่วนร่วมส่งเสริมโอกาสให้นักศึกษามากกว่าร้อยละ 70 ในการผลิตคุณภาพงานเขียนที่มีคุณภาพสูงขึ้น สตอร์ช (Storch, 2005) ได้อธิบายผลวิจัยเสริมว่า การเรียนแบบมีส่วนร่วมช่วยให้ผู้เรียนสามารถสร้างงานเขียนที่มีความถูกต้องทางไวยากรณ์และมีความซับซ้อนในโครงสร้างประโยคมากกว่าผู้เรียนที่ทำการเขียนงานด้วยกันแบบเดี่ยว เช่นเดียวกับผลวิจัยของมัทวาราสีโบ (Mutwarasibo, 2012) ที่อ้างว่าการเรียนแบบมีส่วนร่วม สามารถสนับสนุนให้นักศึกษามีความเข้าใจในหัวข้อที่เขียนมากขึ้น และช่วยให้นักศึกษาคิดค้นกลวิธีในการแก้ปัญหาที่อุปสรรคต่างๆ ในการผลิตงานเขียนเชิงวิชาการ และงานวิจัยของเย (Yeh, 2014) สรุปว่า เมื่อนักศึกษามีโอกาสได้ร่วมกันระดมความคิด ช่วยกันเขียน ช่วยกันแก้ไขงาน และมีการให้ข้อมูลย้อนกลับ การเรียนแบบนี้สามารถช่วยให้นักศึกษาตระหนักถึงข้อผิดพลาด หรือความเข้าใจผิดในการใช้ภาษาของตน และสามารถแก้ไขข้อผิดพลาดของตนได้

สรุป

ผลวิจัยสรุปว่า การใช้กลวิธีกระตุ้นการสอนแบบ Scaffolding สามารถช่วยให้กลุ่มตัวอย่างมีพัฒนาการในการเพิ่มประสิทธิภาพการเขียนเรียงความแบบแสดงความคิดเห็นทั้งหมด 3 ด้าน จาก 4 ด้าน ได้แก่ การจัดวางองค์ประกอบและการลำดับความคิด (Compositional Organization) การแสดงความสัมพันธ์ของเหตุผลและการเขียนระหว่างย่อหน้า (Cohesion) และความเกี่ยวข้องและเนื้อหาในการเขียน (Relevance and Idea Development/Supporting Reasons) โดยกลุ่มตัวอย่างสามารถรักษาค่าระดับการพัฒนาการดังกล่าวให้มีความคงที่หรือเพิ่มสูงขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวัชรพงษ์ หวังสมาน และชลลดา เลาหวิริยานนท์ (2558) ซึ่งพบว่าการใช้กระบวนการเรียนการสอนแบบ Scaffolding จะมีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนภาษาอังกฤษระดับพื้นฐานที่ดีขึ้น หากผู้เรียนได้ร่วมกับผู้สอนในการร่วมกันสร้างความรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เอื้ออำนวย ทั้งนี้ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการใช้กลวิธีกระตุ้นการสอนแบบ Scaffolding ไม่สามารถช่วยกลุ่มตัวอย่างให้มี

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

พัฒนาในการแก้ไขความถูกต้องทางด้านไวยากรณ์ โครงสร้างประโยค และความหมาย (Grammar, Syntax, and Meaning) ให้อยู่ในระดับที่คงที่และเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากค่าระดับการพัฒนาการดังกล่าวมีระดับที่ลดลงหรือผกผัน

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำทฤษฎีการสอนแบบ Scaffolding ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการเรียนการสอน ดังนี้

1. ในการนำทฤษฎีการสอนแบบ Scaffolding ไปใช้ในการเรียนการสอน ผู้สอนควรทำการศึกษาเนื้อหาทฤษฎีอย่างละเอียดและผู้อ่านต้องมีการกำหนดขั้นตอนและกระบวนการในการเก็บข้อมูล (Framework) อย่างชัดเจน และในการดำเนินการเก็บข้อมูลแต่ละครั้ง ผู้สอนต้องดำเนินการจัดการเรียนการสอนตามทฤษฎี และตามขั้นตอนและกระบวนการในการเก็บข้อมูลที่กำหนดไว้ในข้างต้น เพื่อให้ผู้เรียนสามารถปรับตัวและเกิดความคุ้นชินกับทฤษฎีการสอนดังกล่าว และเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพในการพัฒนาทักษะอื่นๆ ของผู้เรียนได้

2. จากผลการทดลอง Pilot Study กับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่า การนำทฤษฎีการสอนแบบ Scaffolding ไปใช้ในการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในด้านการเขียนเรียงความ เหมาะสมกับชั้นเรียนที่มีจำนวนชั่วโมงการสอนไม่ต่ำกว่า 3 ชั่วโมงต่อคาบ เนื่องจากการสอนแบบนี้มีขั้นตอนและกระบวนการที่ต้องปฏิบัติค่อนข้างเยอะ ดังนั้น ในกรณีที่ผู้สอนมีชั่วโมงทำการสอนต่ำกว่า 3 ชั่วโมงต่อคาบ ผู้สอนควรทำการปรับปรุง Teaching Framework ให้เหมาะสมกับการจัดการเรียนการสอนของตน และกำหนดประเด็นในการพัฒนาที่เป็นไปได้ ก่อนลงมือทำการเก็บข้อมูล มิฉะนั้น ผลงานการเขียนของผู้เรียนที่เก็บได้อาจไม่ปรากฏหลักฐานในการพัฒนาที่ชัดเจน และอาจมีความเสี่ยงที่ผู้สอนต้องดำเนินการเก็บข้อมูลใหม่อีกครั้ง

3. จากประสบการณ์ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า ในกรณีที่ผู้เรียนมีความสามารถและประสิทธิภาพในการเขียนเรียงความอยู่ในระดับต่ำ ผู้สอนควรทำการกำหนดให้จำนวนผู้เรียนในแต่ละกลุ่มมีจำนวนไม่เกิน 16 ถึง 20 คน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีเวลาในการแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์งานเขียนของเพื่อนร่วมกลุ่มหรือเพื่อนร่วมชั้นมากขึ้น และเพื่อลดภาระผู้สอนในการให้ข้อมูลย้อนกลับ ให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขข้อผิดพลาดในการเขียนของผู้เรียน และสามารถให้การควบคุมดูแลผู้เรียนได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพสูงสุด

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ชนิดา ม่วงแก้ว สำหรับคำแนะนำในการดำเนินการวิจัย ขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิจากมหาวิทยาลัยต่างๆ จำนวน 4 แห่งได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมืองานวิจัยในครั้งนี้ ขอบคือนักศึกษาสาขาวิชาภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ทุกคนที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการสัมมนาทางภาษาอังกฤษในภาคการศึกษาที่ 1/2559 ที่ให้ความร่วมมือในการทำงานวิจัยเป็นอย่างดี และขอขอบคุณอาจารย์วิรัชญา สุทธิกุล อาจารย์ประจำสาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ที่ได้ทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลและเป็นผู้ประสานงานในการเผยแพร่ผลงานวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2545). *แนวทางการศึกษาค้นคว้าอิสระแบบวิจัย*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.
วัชรพงษ์ หวังสมาน และชลลดา เลหาวิริยานนท์. (2558). *การเสริมต่อศักยภาพทางการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเฉพาะกิจผ่านเฟซบุ๊ก*.

มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มข, 32(3): 199-224.

Bain, K. (2004). *What the best college teacher do*. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.

Lipscomb, L., Swanson, J., & West, A. (2004). Scaffolding. In M. Orey (Ed.), *Emerging perspectives on learning, teaching, and technology*. Retrieved March 2, 2014, from <http://projects.coe.uga.edu/epltt/>

Mulligan, C. and Garofalo, R. (2011). A collaborative writing approach: Methodology and student assessment. *The Language Teacher*, 35(3): 5-10. Retrieved from www.jalt-publications.org/files/pdf-article/art1_13.pdf

Mutwarasibo, F. (2013). University Students' Conceptions and Practice Collaborative Work on Writing.

International Journal of Higher Education, 2(2): 13-21. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.5430/ijhe.v2n2p13>

Oxford, R. (1997). Cooperative Learning, Collaborative Learning, and Interaction: Three Communicative Strands in the Language Classroom. *The Modern Language Journal*, 81(4): 443-456. Retrieved June 19, 2017 from <http://www.jstor.org/stable/328888>

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2: 49-60.

- Scheb-Buennen, P. (2013). Do Scaffolding Interactions Exist in the Thai Classroom?. **GEMA Online Journal of Language Studies**, 13(3): 17-30.
- Storch, N. (2005) Collaborative writing: Product, process, and students' reflections. **Journal of Second Language Writing**, 14: 153–173. doi:10.1016/j.jslw.2005.05.002
- Weir, C. J. (1988). Construct validity. In A. Hughes, D. Porter and C. J. Weir (eds.), **ELTS Validation project report (ELTS Research reports 1)** London: The British Council/UCLES.
- Willard-Traub, M., Decker, E., Reed, R. and Johnston, J. (1999). The development of large-scale portfolio assessment at the University of Michigan: 1992-1998. **Assessing Writing**, 6(1): 41-84.
- Yeh, H. C. (2014). Exploring How Collaborative Dialogues Facilitate Synchronous Collaborative Writing. **Language Learning & Technology**. 18(1): 23-37. Retrieved from <http://llt.msu.edu/issues.february2014/action2.pdf>

ความรู้ความเข้าใจและความพร้อมของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีที่มีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในเขตพื้นที่อุดรธานี

สุริสา จิตชัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี¹
อรชума มูลศรี, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี²
เบญญาภา โสอุบล, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี³
Email: noo_surisa@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับด้านประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ด้านการจัดทำรายงานการเงินทางการเงินการต่างประเทศ และด้านมาตรฐานการรายงานทางการเงินและบัญชี ของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี และ 2) เพื่อศึกษาระดับความพร้อมของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีที่มีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ นักบัญชีในสำนักงานบัญชีเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำนวน 101 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้การในวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามมีค่า IOC เท่ากับ 1.00 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.701 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า นักบัญชีในสำนักงานบัญชีโดยส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจด้านประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับสูง ส่วนด้านการจัดทำรายงานการเงินทางการเงินการต่างประเทศ และด้านมาตรฐานการรายงานทางการเงินและมาตรฐานการบัญชีมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านความพร้อมของนักบัญชีในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า ในภาพรวมนักบัญชีมีความพร้อมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านเทคโนโลยีมีความพร้อมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านภาษาและด้านกฎหมายมีความพร้อมอยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

คำสำคัญ: นักบัญชี, ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, ความพร้อมในการรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ABSTRACT

The purpose of this study were : 1) To explore the level of cognition about ASEAN economic community. Cognition in preparation of financial reports international trade, Cognition about financial reporting standards and accounting standards, Of accountant in accounting office in Udonthani province. And 2) To explore the level readiness of accountant in accounting office to ASEAN economic community in Udonthani province. The sample used in the research were consisted of 101 accountants in accounting office in Udonthani province and using simple random convenience selection method. Instrument used in this research included questionnaire with Index Objective Congruence (IOC) of 1.00 and with The reliability at 0.701 cronbach's alpha. Data analysis was descriptive statistics which included frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results indicated that most of accountant in accounting office have cognition about ASEAN economic community at a high level. The level cognition in preparation of financial reports international trade and The level cognition about financial reporting standards and accounting standards the most at medium level. Readiness of accountant in accounting office to ASEAN economic community at medium level. Readiness of technology at high level and readiness of language at medium level and readiness of law at low level.

Keywords: Accountant, The Level of Cognition About ASEAN Economic Community, Readiness to ASEAN Economic Community

¹ ผศ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

² ผศ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

³ ผศ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บทนำ

อาเซียน หรือ สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ก่อตั้งขึ้นตามปฏิญญากรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2510 โดยมีประเทศผู้ร่วมก่อตั้ง 5 ประเทศ ได้แก่ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ต่อมาได้รับประเทศสมาชิกเพิ่ม ได้แก่ บรูไน เวียดนาม พม่า ลาว และกัมพูชา จนปัจจุบันมีประเทศสมาชิกรวม 10 ประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เริ่มแรกคือมุ่งไปที่การสร้างเสถียรภาพและความมั่นคงในภูมิภาคเป็นสำคัญต่อมาจึงได้หันมาให้ความสำคัญกับความร่วมมือในด้านเศรษฐกิจ เพื่อยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ของประชาชนในภูมิภาคให้ดียิ่งขึ้น ผู้นำอาเซียนจึงได้เห็นชอบให้มีการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ภายในปี 2558 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวที่มีเสถียรภาพ การเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกัน และการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2556)

ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้จัดทำ AEC Blueprint เพื่อเป็นแผนงานบูรณาการด้านเศรษฐกิจ โดยจะก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายเสรีทั้งสินค้า บริการ แรงงานฝีมือ และเงินทุน ในส่วนของการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือนั้น ได้มีการจัดทำข้อตกลงการยอมรับร่วม (Mutual Recognition Arrangements: MRA) ในสาขาบริการวิชาชีพ ซึ่งเป็นความตกลงระหว่างประเทศภาคี 2 ประเทศหรือมากกว่า เพื่อให้มีการยอมรับร่วมในการรับรองคุณสมบัติวิชาชีพของแต่ละฝ่าย โดยอาเซียนได้สรุปผลการจัดทำ MRA และลงนามโดยรัฐมนตรีอาเซียนแล้ว 8 สาขา ได้แก่ วิศวกรรม พยาบาล สถาปัตยกรรม การสำรวจ บัญชี แพทย์ ทันตแพทย์ และการท่องเที่ยว (กรมอาเซียน, 2555)

บัญชีเป็นหนึ่งในวิชาชีพที่มีการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี เมื่อ AEC เริ่มมีผลบังคับใช้ จะมีผลกระทบต่อบัญชีไทยสูง ทั้งทางบวกและทางลบ กล่าวคือ ผลในทางบวกจะก่อให้เกิดอัตราการจ้างแรงงานนักบัญชีและผู้สอบบัญชีไทยสูงขึ้น จำนวนผู้ให้บริการด้านวิชาชีพบัญชีสูงขึ้น ทำให้มีการแข่งขันของผู้เสนอให้บริการมากขึ้น ขณะเดียวกันผลกระทบในทางลบ สำนักงานบัญชีไทยอาจสูญเสียแรงงานให้กับสำนักงานต่างชาติ สำนักงานบัญชีไทยอาจไม่สามารถให้บริการที่หลากหลายและมีมาตรฐานระดับสากลเหมือนกับสำนักงานบัญชีต่างชาติ สำนักงานบัญชีต่างชาติอาจมีการควบรวมกิจการมากขึ้นเพื่อขยายส่วนแบ่งทางการตลาด (มหาวิทยาลัยเกริก, 2556)

จังหวัดอุดรธานีเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง สามารถดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติต่างๆ ได้เพราะเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (ได้แก่ เลย หนองคาย บึงกาฬ หนองบัวลำภู และอุดรธานี) รวมถึงเป็นศูนย์กลางการค้าชาย มีห้างสรรพสินค้า มีสนามบิน โรงแรม โรงพยาบาล และมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ยังมีโครงการสนับสนุนจากภาครัฐที่กำลังมีการเร่งผลักดันโครงการรถไฟความเร็วสูง สาย โคราช – หนองคาย ซึ่งเป็นเส้นทางสำคัญที่เชื่อมต่อขยายการเดินทางไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านได้ง่ายขึ้น ไม่ว่าจะเป็นประเทศลาว เวียดนาม และจีนใต้ (สำนักงานจังหวัดอุดรธานี, 2561)

จากสถานการณ์ดังกล่าวจึงจำเป็นต้องมีนักบัญชี รวมถึงสำนักงานบัญชีในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จะต้องเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเข้ามาประกอบอาชีพของนักบัญชีต่างชาติ รวมถึงเตรียมความพร้อมในการให้บริการทางวิชาชีพแก่ประเทศอื่นในอนาคต

ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การจัดทำรายงานทางการเงินเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศ และมาตรฐานการรายงานทางการเงินและมาตรฐานบัญชีของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี เพื่อให้นักบัญชี สำนักงานบัญชีหน่วยงานของรัฐ หน่วยงานเอกชน สถาบันการศึกษา ได้มีข้อมูลในการวางแผน เพื่อพัฒนานักบัญชีในการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การจัดทำรายงานทางการเงินทางการค้าระหว่างประเทศ และมาตรฐานการรายงานทางการเงินและมาตรฐานบัญชีของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาระดับความพร้อมของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีที่มีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักบัญชีในสำนักงานบัญชีเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำนวน 135 คน (เป็นข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามของผู้วิจัยระหว่างวันที่ 4 – 8 พฤศจิกายน 2560) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณของ Yamane (1973) จำนวน 101 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ตำแหน่งงานในองค์กร และสถานะทางวิชาชีพบัญชี ส่วนที่ 2 สอบถามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีข้อคำถาม จำนวน 13 ข้อ ส่วนที่ 3 สอบถามความรู้ความเข้าใจในการจัดทำรายงานการเงินทางการเงินการระหว่างประเทศ มีข้อคำถาม จำนวน 15 ข้อ ส่วนที่ 4 สอบถามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานรายงานทางการเงินและมาตรฐานการบัญชี มีข้อคำถาม จำนวน 10 ข้อ และส่วนที่ 5 สอบถามความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีข้อคำถาม จำนวน 10 ข้อ โดยข้อคำถามตั้งแต่ส่วนที่ 1 – 4 มีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และส่วนที่ 5 มีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยแบบสอบถามมีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) เท่ากับ 1.00 แสดงว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) อยู่ในระดับสูง (Rovinelli and Hambleton, 1977) และมีความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.701 แสดงว่าแบบสอบถามมีความคงเส้นคงวาในการวัดอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Nunnally, 1978)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ในการประมวลผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

3.1 การวัดระดับความรู้ความเข้าใจ ผู้วิจัยได้แบ่งเกณฑ์ในการวัดตามช่วงคะแนนเป็น 3 ระดับ โดยการหาความแตกต่างระหว่างคะแนนสูงสุดกับคะแนนต่ำสุดและหารด้วยจำนวนขั้นที่ต้องการ แล้วจึงหาช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval) (พิชิต ฤทธิ์จัญญู, 2557) จึงได้เกณฑ์การแปลความหมายดังต่อไปนี้

3.1.1 การวัดระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กำหนดเกณฑ์ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 8.67 – 13.00 คะแนน หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจในระดับสูง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.34 – 8.66 คะแนน หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.00 – 4.33 คะแนน หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจในระดับต่ำ

3.1.2 การวัดระดับความรู้ความเข้าใจในการจัดทำรายงานการเงินทางการเงินการระหว่างประเทศ กำหนดเกณฑ์ดังนี้

ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 10.01 – 15.00 คะแนน หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจในระดับสูง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 5.01 – 10.00 คะแนน หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.00 – 5.00 คะแนน หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจในระดับต่ำ

3.1.3 การวัดระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินและมาตรฐานการบัญชี

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 6.67 – 13.00 คะแนน หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจในระดับสูง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.34 – 6.66 คะแนน หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.00 – 3.33 คะแนน หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจในระดับต่ำ

3.2 การวัดระดับความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กำหนดเกณฑ์ดังนี้ (สิน พันธุ์พินิจ, 2546)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพร้อมในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพร้อมในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพร้อมในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพร้อมในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพร้อมในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 89.10) มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 29.70) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 90.10) มีประสบการณ์ในการทำงานต่ำกว่า 5 ปี (ร้อยละ 57.43) มีตำแหน่งงานในองค์กรเป็นพนักงาน (ร้อยละ 80.20) และมีสถานะทางวิชาชีพบัญชีเป็นพนักงานบัญชี (ร้อยละ 78.20)

2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า นักบัญชีมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับสูง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 10.03 คะแนน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ระดับความรู้ความเข้าใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง (4.34 – 8.66 คะแนน)	19	18.81
มีความรู้ความเข้าใจในระดับสูง (8.67 – 13.00 คะแนน)	82	81.19
$\bar{X} = 10.03, S.D. = 1.39$		
รวม	101	100

3. ความรู้ความเข้าใจในการจัดทำรายงานการเงินทางการค้าระหว่างประเทศ พบว่า นักบัญชีมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำรายงานการเงินทางการค้าระหว่างประเทศ อยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 9.68 แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความรู้ความเข้าใจในการจัดทำรายงานการเงินทางการค้าระหว่างประเทศ

ระดับความรู้ความเข้าใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
มีความรู้ความเข้าใจในระดับต่ำ (0.00-5.00 คะแนน)	2	1.98
มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง (5.01 – 10.00 คะแนน)	64	63.37
มีความรู้ความเข้าใจในระดับสูง (10.01 – 15.00 คะแนน)	35	34.65
$\bar{X} = 9.68, S.D. = 2.17$		
รวม	101	100

4. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินและมาตรฐานการบัญชี พบว่า นักบัญชีมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินและมาตรฐานการบัญชีอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 6.01 แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินและมาตรฐานการบัญชี

ระดับความรู้ความเข้าใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
มีความรู้ความเข้าใจในระดับต่ำ (0.00-3.33 คะแนน)	1	0.99
มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง (3.34– 6.66 คะแนน)	78	77.23
มีความรู้ความเข้าใจในระดับสูง (6.67– 10.00 คะแนน)	22	21.78
$\bar{X} = 6.01, S.D. = 1.10$		
รวม	101	100

5. ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า นักบัญชีมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.89$; S.D. = 0.64) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเทคโนโลยีมีความพร้อมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$; S.D. = 0.71) ส่วนด้านภาษา ($\bar{X} = 2.40$; S.D. = 0.77) และด้านกฎหมาย ($\bar{X} = 2.36$; S.D. = 0.86) พบว่า นักบัญชีมีความพร้อมอยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ระดับความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในภาพรวมและรายด้าน

ลำดับ	ความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	$\bar{X}$	S.D.	อันดับ	ระดับความพร้อม
1.	ด้านภาษา	2.40	0.77	2	น้อย
2.	ด้านกฎหมาย	2.36	0.86	3	น้อย
3.	ด้านเทคโนโลยี	4.07	0.71	1	มาก
	รวม	2.89	0.64		ปานกลาง

สรุป

ผลการศึกษาเรื่องความรู้ความเข้าใจและการเตรียมความพร้อมของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีที่มีต่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในเขตพื้นที่อุดรธานี สามารถสรุปได้ดังนี้

1. นักบัญชีมีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับสูง
2. นักบัญชีมีระดับความรู้ความเข้าใจในการจัดทำรายงานการเงินทางการค้าระหว่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง
3. นักบัญชีมีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานการรายงานทางเงินและมาตรฐานการบัญชีอยู่ในระดับปานกลาง
4. นักบัญชีมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพร้อมในด้านเทคโนโลยีมากที่สุด รองลงมาคือด้านภาษา และด้านกฎหมาย ตามลำดับ

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องความรู้ความเข้าใจและการเตรียมความพร้อมของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีที่มีต่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในเขตพื้นที่อุดรธานี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. นักบัญชีส่วนใหญ่มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับสูง เนื่องจากมีการให้ข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งโดยหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานของเอกชน และนอกจากนี้ในสถานศึกษาเองก็ได้มีการนำความรู้เกี่ยวกับอาเซียนไปสอดแทรกในหลักสูตรการเรียนการสอน มีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับอาเซียนอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ รวมถึงนักบัญชีเองก็มีความตื่นตัวที่จะศึกษาหาข้อมูลเพื่อเตรียมตัวรองรับการเปิดอาเซียน จึงทำให้ระดับความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีพร ตรีผอง และคณะ (2558) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของบุคลากรทางบัญชีเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งพบว่า ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ของบุคลากรทางบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่แตกต่างจากงานวิจัยของ นฤมล สุมรรคา (2554) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของบุคลากรทางบัญชีเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจากสถานประกอบการในจังหวัดสระบุรี ซึ่งพบว่า ระดับความรู้ความเข้าใจในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของบุคลากรทางบัญชีในสถานประกอบการมีความพร้อมอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะว่าในช่วงระยะเวลาในการทำวิจัย การให้ความรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของหน่วยงานต่างๆ มียังไม่เพียงพอจึงเป็นสาเหตุทำให้มีความพร้อมในระดับพอใช้ แต่ในงานวิจัยชิ้นนี้ระยะเวลาในการศึกษาอยู่ใกล้ช่วงเวลาที่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเริ่มผลบังคับใช้ตามข้อตกลงดังกล่าว จึงทำให้นักบัญชีมีการตื่นตัวที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเปิดอาเซียนมากขึ้น ส่งผลให้ระดับความรู้ความเข้าใจของนักบัญชีเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับสูง

2. นักบัญชีส่วนใหญ่มีระดับความรู้ความเข้าใจในการจัดทำรายงานการเงินทางการค้าระหว่างประเทศ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานการรายงานทางเงินและมาตรฐานการบัญชี อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ ลัดดา หิรัญยาว (2554) ที่ได้มีการศึกษาความพร้อมของนักการบัญชีไทยในการใช้มาตรฐานการบัญชีตามกรอบมาตรฐานกลุ่มเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า นักการบัญชีไทยมีความพร้อมในการใช้มาตรฐานการบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านความรู้ความสามารถด้านทักษะและด้านมาตรฐานการบัญชี ซึ่งอาจเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในเขตพื้นที่ที่แตกต่างกัน จึงทำให้ผลการศึกษาที่มีความแตกต่างกันตามไปด้วย ในงานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ซึ่งกิจการโดยส่วนใหญ่เป็นกิจการที่มีขนาดเล็ก และอาจจะไม่มีการติดต่อเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศมากนัก การจัดทำรายงานการเงินที่เกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศจึงเกิดขึ้นไม่บ่อย นักบัญชีจึงไม่ให้ความสำคัญกับความรู้ในเรื่องดังกล่าว

3. นักบัญชีส่วนใหญ่มีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพร้อมในด้านเทคโนโลยีมากที่สุด รองลงมาคือความพร้อมในด้านภาษา และด้านกฎหมาย ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขนิษฐา นิลรัตนานนท์ (2559) ที่ได้มีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีไทยเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่ามีความพร้อมในการรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านภาษา และด้านกฎหมาย และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน ทั้งนี้จะเห็นได้ว่านักบัญชีมีความพร้อมในด้านเทคโนโลยีมากที่สุด เนื่องจากในปัจจุบันการใช้อุปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการทำงาน และการติดต่อสื่อสารต่างๆ สามารถทำได้ง่ายขึ้น เช่น การใช้ smart phone ในการติดต่อ รับส่งข้อมูล การศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจากอินเทอร์เน็ต การประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ในการจัดทำบัญชี จึงทำให้นักบัญชีมีความพร้อมในด้านเทคโนโลยีมากกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ แต่ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า ความพร้อมในการใช้ภาษายังถือว่าอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก ดังนั้น นักบัญชีควรได้รับการพัฒนาทักษะด้านการใช้ภาษา ซึ่งอาจจะเป็นการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง หรือการเพิ่มพูนความรู้ตามสถาบันที่จัดอบรมต่างๆ นอกจากนี้อาจจะต้องเพิ่มทักษะด้านภาษาให้กับนักบัญชีตั้งแต่ตอนที่ยังอยู่ในวัยเรียน สถาบันการศึกษาควรมีการจัดการเรียนการสอนในภาษาต่างประเทศที่สามารถประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพให้มากขึ้น และในสำนักงานบัญชีเองควรที่จะเปิดโอกาสให้นักบัญชีได้มีเวลาที่จะเพิ่มพูนความรู้ให้มากขึ้น ส่วนความพร้อมในด้านกฎหมายนั้น จะเห็นได้ว่านักบัญชีมีความพร้อมน้อยที่สุด จึงถือว่าเป็นความจำเป็นเร่งด่วนที่สุดที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะให้ความสำคัญในการจัดอบรมเพิ่มพูนความรู้ให้กับนักบัญชี ไม่

ว่าจะเป็นภาครัฐหรือภาคเอกชน เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สภาวิชาชีพบัญชี และสถาบันการศึกษา อาจจะต้องมีการเพิ่มเนื้อหาการเรียนการสอนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายด้านบัญชี ของประเทศในอาเซียนให้มากขึ้น เพื่อให้บัณฑิตมีศักยภาพพร้อมที่จะเข้าสู่อาเซียนมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้งาน
 - 1.1 นักบัญชีในสำนักงานบัญชีมีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำรายงานการเงินทางการค้าระหว่างประเทศ และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานการรายงานทางการเงินและมาตรฐานการบัญชีในระดับปานกลาง ดังนั้น สำนักงานบัญชีจึงควรส่งเสริมให้พนักงานบัญชีเข้ารับการอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ดังกล่าว เพื่อเพิ่มพูนทักษะจำเป็นต่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ
 - 1.2 มหาวิทยาลัยควรมีการจัดกิจกรรมบริการทางวิชาการเพื่อให้ความรู้แก่นักงานบัญชีในเรื่องของมาตรฐานการรายงานทางการเงินและมาตรฐานการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ เพื่อยกระดับความรู้ความเข้าใจให้มากขึ้น
 - 1.3 สถาบันการศึกษาควรนำผลการวิจัยนี้ไปพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนเพื่อผลิตนักบัญชีที่มีคุณภาพเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อไป
2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นคว้าต่อไป
 - 2.1 การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาความรู้ความเข้าใจและการเตรียมความพร้อมเฉพาะของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จึงทำให้กลุ่มนักบัญชีที่ศึกษาอาจจะมีจำนวนน้อยเกินไป ดังนั้นควรมีการศึกษากลุ่มนักบัญชีทั่วไปที่ทำงานในองค์กรอื่นที่ไม่ใช่สำนักงานบัญชีเพิ่มเติม
 - 2.2 ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้ นักบัญชีมีความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับปานกลาง

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ที่มอบทุนสนับสนุนการวิจัย ทำให้การดำเนินการวิจัยเรื่องความรู้ความเข้าใจและความพร้อมของนักบัญชีในสำนักงานบัญชีที่มีต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในเขตพื้นที่อุดรธานี สำเร็จลุล่วง ขอขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย และให้คำแนะนำชี้แนะในด้านการวิจัยและการประเมินผล

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์คณิศรา ธัญสุนทรสกุล อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ ซึ่งเป็นเหมือนอาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษา และให้ความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ เกี่ยวกับแนวทางการทำวิจัย การปรับปรุงงานวิจัย และการนำเสนองานวิจัย ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณนักบัญชีในสำนักงานบัญชีผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคนที่ไม่ได้กล่าวนามไว้ในที่นี้ ที่กรุณาเสียสละเวลาในการให้ข้อมูล และให้ความร่วมมือในด้านต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยให้การจัดทำวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ คุณค่าและประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชา พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ ให้แก่ผู้วิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2556). **ธุรกิจบริการ: วิชาชีพบัญชี**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2561 จาก <http://www.dtn.go.th/filesupload/aec/image/acc29-05-55.pdf>
- กรมอาเซียน. (2555). **ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2561 จาก <http://www.mfa.go.th/asean/contents/files/asean-media-center-20121204-123208-703246.pdf>
- ชนิษฐา นิลรัตนานนท์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีไทยเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. **วารสารวิชาชีพบัญชี**, 12(33): 25-39.
- ทวีพร ตรีผ่อง และคณะ. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของบุคลากรทางบัญชีเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษา ธุรกิจโรงแรม ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- นฤมล สุมรรคา. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของบุคลากรทางการบัญชีเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : กรณีศึกษา สถานประกอบการ จังหวัดสระบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พิชิต ฤทธิจรูญ. (2557). **หลักการวัดและประเมินผลการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 9. เอ้าส์ ออฟ เคอร์มิสท์.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

- มหาวิทยาลัยเกริก. (2556). **ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2556 จาก
<http://www.krirk.ac.th/2012/downloads/AEC.ppt>
- ลัดดา หิรัญยา. (2554). **นักการบัญชีไทยกับความพร้อมในการใช้มาตรฐานการบัญชี ตามกรอบมาตรฐานกลุ่มเศรษฐกิจอาเซียน**.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สำนักงานจังหวัดอุดรธานี. (2561). **แผนพัฒนาจังหวัดอุดรธานี พ.ศ.2561-2564 ฉบับทบทวน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2562**.
อุดรธานี: สำนักงานจังหวัดอุดรธานี.
- สิน พันธุ์พินิจ. (2549). **เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- Nunnally, C. J. (1978). **Psychometric Theory**. New York: McGraw-Hill.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. **Dutch Journal of Educational Research**, 2: 49-60.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row.

การพัฒนาเส้นทางจักรยานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแบบมีส่วนร่วม ในพื้นที่ตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี

Promoting Participatory Community-Based Tourism Through the Bicycle Route Development Project in Hua Pa, PhromBuri District, Sing Buri

จำไพ ภูวราห์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์¹
สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์²
รภัส ศิลป์ศรีกุล, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์²
รัตนพล ชื่นคำ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์²
วัชรารณ อัจหาญ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์²
วิมลวรรณ ไสยมรรคา, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์¹
จุไรรัตน์ อินทรโอสธ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์¹
จุฑารัตน์ พนาสุวรรณ์รัตน์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์¹
Email: eatrps@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้เส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว สำนวจกิจกรรมและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเส้นทางจักรยานในตำบลหัวป่า ศึกษาเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของตำบลหัวป่า และนำเสนอแนวทางการพัฒนาเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับตำบลหัวป่า อำเภอ พรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี การวิจัยนี้ได้มีการใช้เทคนิควิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ได้แก่ การสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจในการขี่จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าจำนวนรถยนต์และความเร็วของรถยนต์บนท้องถนนเป็นอุปสรรคที่สำคัญมากที่สุด และเห็นว่าความปลอดภัยในการขี่จักรยานเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุดในการขี่จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่รู้จักตำบลหัวป่า ส่วนผู้ที่รู้จักตำบลหัวป่ารับรู้เกี่ยวกับอาหารตำรับแม่ครัวหัวป่าและวัดในตำบลหัวป่ามากที่สุด ผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่าตำบลหัวป่ามีทรัพยากรและกิจกรรมที่สามารถนำมาใช้หรือพัฒนาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวโดยใช้จักรยานได้ ข้อเสนอแนะของงานวิจัย คือหน่วยงานและชุมชนควรประสานความร่วมมือกันในการใช้ทรัพยากรและกิจกรรมที่มีศักยภาพต่างๆ ในชุมชน รวมถึงวางแผนด้านการสื่อสารเพื่อส่งเสริมและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวโดยใช้จักรยาน

คำสำคัญ: เส้นทางจักรยาน ตำบลหัวป่า สิงห์บุรี

ABSTRACT

The main objectives of this research were to investigate the opinion and behavior of Thai tourists towards bicycling for tourism, to explore the tourism activities and resources for tourism bicycling route, and to propose the bicycling route through community participation in Hua Pa, PhromBuri District, Sing Buri Province. In order to achieve the research goal, both quantitative and qualitative techniques were employed including a tourist questionnaire survey, a series of in-depth interviews and focus group interviews. The results of the tourist questionnaire survey showed that the majority of the respondents were interested in bicycling tourism. The results also revealed that the quantity of the cars and the speed of the cars were perceived as the most significant obstacles and the safety for the bicycle riders was the most important attribute of the bicycling route.

¹สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

²คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Most of the respondents were not aware of Hua Pa. For those who were aware, the Hua Pa cuisine and temples in Hua Pa were among the first things they could think of. The qualitative results revealed that there were many potential community resources and activities that could be used or improved to serve the needs of the cycling tourists. This research finally suggested that the local organizations and local community would have to closely work together to utilize the existing potential activities and resources, and to implement the communication strategy to promote and attract the cycling tourists.

Keywords: Bicycle Route

บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชนในปัจจุบันนับได้ว่าเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาประเทศ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาในระดับชุมชนเพื่อให้เกิดการกระจายประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปสู่เศรษฐกิจฐานราก โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญคือการส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของต้นทุนทรัพยากรชุมชนสู่การเป็นสินค้าและบริการบนฐานอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ และการมีส่วนร่วมของชุมชนสู่ต้นแบบเป็นแหล่งเรียนรู้การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระดับต่างๆ จากการศึกษาที่สำนักส่งเสริมศิลปกรรมและคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้ดำเนินกิจกรรมด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรมในพื้นที่ตำบลหัวป่า อำเภอพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรีในระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ.2560-มีนาคม พ.ศ. 2561 ในการรวบรวมข้อมูลเชิงพื้นที่ การให้ความรู้กับชุมชนในด้านการเกษตรและการท่องเที่ยว ผลการดำเนินการดังกล่าวทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญทั้งด้านกายภาพและความต้องการของชุมชน เมื่อพิจารณาถึงลักษณะทางกายภาพของตำบลหัวป่าพบได้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ห่างจากอำเภอเมืองสิงห์บุรีประมาณ 14 กิโลเมตร ประกอบด้วย 4 หมู่บ้าน คือ หมู่ 1 บ้านจวนเก่า หมู่ 2 บ้านชลอน หมู่ 3 บ้านหัวป่า (บ้านวัดโบสถ์) และหมู่ 4 บ้านหัวจั่ว มีจำนวนประชากรทั้งหมด 1,481คน มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 4,414 ไร่ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่นา มีแหล่งน้ำสาธารณะ คือ หนองน้ำบางไผ่ป่า หนองสาหร่าย และหนองหัวดอน ทุกหมู่บ้านมีวัดประจำหมู่บ้าน ยกเว้นหมู่ 4 ที่ปัจจุบันเป็นวัดร้างไปแล้ว คนในชุมชนส่วนมากมีอาชีพหลัก คือ รับจ้างทั่วไปและทำการเกษตร ตามหลักฐานประวัติศาสตร์ ตำบลหัวป่าเป็นที่ตั้งจวนเจ้าเมืองพรหมบุรีในสมัยรัชกาลที่ 4 จนถึงกลางสมัยรัชกาลที่ 5 มีวัดสำคัญทางประวัติศาสตร์คือ วัดพรหมเทพาวาสซึ่งเดิมใช้ชื่อว่า ชลอนเทพาวาส เป็นวัดคูเมืองพรหมบุรี ซึ่งพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ร.5) ได้เสด็จประพาสต้นและหยุดประทับที่วัดพรหมเทพาวาสเมื่อวันที่ 7 สิงหาคม พ.ศ. 2449 ในขณะนั้นคุณหญิงโหมต คุณหญิงเที่ยงซึ่งเป็นหัวหน้าแม่ครัวฝีมือเยี่ยมได้ถวายอาหารไทยทั้งคาวและหวาน โดยรสชาติอาหารเป็นที่ถูกพระราชหฤทัยและพระราชทานชื่อว่าแม่ครัวหัวป่า

นอกจากการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานชุมชนแล้ว ชุมชนได้ดำเนินการวิเคราะห์ตนเองและวิเคราะห์ความต้องการในการพัฒนาชุมชนโดยผลการศึกษาเบื้องต้นพบว่าชุมชนตำบลหัวป่าเป็นชุมชนเกษตรกรรมและมีวัฒนธรรมอาหารและแหล่งประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ เช่น อาหารตำนานแม่ครัวหัวป่า แหล่งประวัติศาสตร์รัชกาลที่ 5 เสด็จประพาสต้น โดยชุมชนได้ร่วมกันพิจารณาทางเลือกที่เป็นได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลหัวป่า ซึ่งหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชุมชนสนใจในการพัฒนาได้แก่ การท่องเที่ยวโดยใช้จักรยาน ทั้งนี้การท่องเที่ยวโดยจักรยานเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งซึ่งสามารถพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยจักรยานเป็นการลดการใช้พลังงานและลดปริมาณมลพิษ นอกจากนี้ยังสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวหลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นการขี่จักรยานเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การขี่จักรยานเพื่อเสริมสร้างสุขภาพ หรือการขี่จักรยานเพื่อการผจญภัย นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวโดยใช้จักรยานสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่รถยนต์อาจไม่สามารถเข้าถึงได้ ทำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นคุณค่าของชุมชน รวมถึงปัญหาต่างๆ ของชุมชนอย่างใกล้ชิด เสริมสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาเรื่อง การพัฒนาเส้นทางจักรยานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่ตำบลหัวป่า เพื่อจะได้ทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้เส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักทัศนอาสชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรีมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี ผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในท้องถิ่นในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของดีชุมชนในด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดการต่อยอด สร้างสรรค์และเพิ่มศักยภาพให้แก่คนในชุมชน นอกจากนี้แล้วผลการวิจัยดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้เส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว

2. สำรวจกิจกรรมและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเส้นทางจักรยานในตำบลหัวป่า
3. ศึกษาเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของตำบลหัวป่า

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเชิงผสม โดยมีขอบเขตการดำเนินการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งประชากรออกเป็น 4 กลุ่ม ตามหลักเกณฑ์องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (พิมพ์ระวี, 2553) ซึ่งเป็นการกำหนดเพื่อให้เกิด การศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนประกอบด้วยชุมชน ภาครัฐ ภาคธุรกิจ นักท่องเที่ยว ดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัด สิงห์บุรี ในปี พ.ศ.2560 มีจำนวน 530,101 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) กำหนดกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการกำหนดกลุ่ม ตัวอย่างโดยใช้สูตรยามานะ (Yamane, 1976) และกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 คำนวณกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 400 คน และใช้ วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยกำหนดช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลเป็นช่วงวันหยุดของเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2561 และเลือกสถานที่ท่องเที่ยวหลักของจังหวัดสิงห์บุรีเป็นพื้นที่หลักในการเก็บข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น ผู้นำชุมชน ชุมชน ภาครัฐ ภาคธุรกิจในพื้นที่ โดยใช้วิธีการ คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง โดยเป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริบททางการท่องเที่ยวและ/หรือวัฒนธรรมของตำบลหัว ป่า โดยสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 8 คน การจัดสนทนากลุ่มจำนวน 2 ครั้ง (กลุ่มละ 8-10 คน) และการเปิดเวทีประชาพิจารณ์เส้นทาง การท่องเที่ยวจักรยานจำนวน 1 ครั้ง

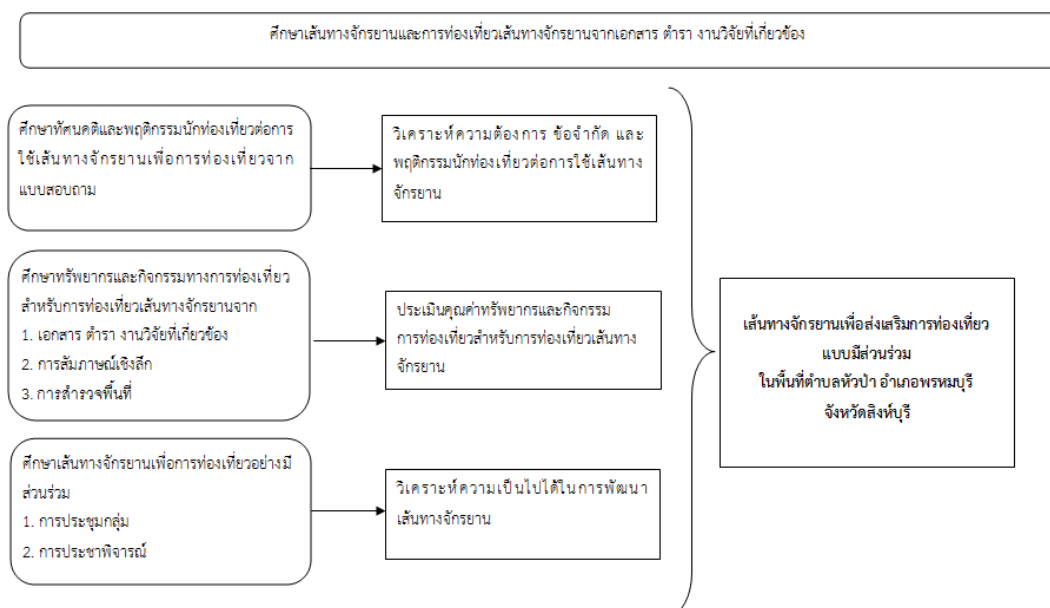
การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านวิธีการที่หลากหลายดังนี้ ในการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามความคิดเห็น นักท่องเที่ยว/นัก ทศนาจรเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลปัญหาและพฤติกรรมการใช้เส้นทางจักรยาน และในการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การ ประชุมกลุ่มกับผู้ให้ข้อมูลหลัก การประชาพิจารณ์และการสำรวจพื้นที่

การวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีจากแบบสอบถามโดยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยสรุปเป็นคำร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีจากการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อย โดยการสรุปแบบอุปนัย

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยอย่างมีส่วนร่วมใน 4 ระดับได้แก่ ระดับชุมชน ภาครัฐ ภาคธุรกิจ นักท่องเที่ยว



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้เส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวหลักในจังหวัดสิงห์บุรีในช่วงวันหยุดของเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2561 มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 443 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่าขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่กำหนดไว้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.4) ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กระจายอยู่ระหว่างช่วงอายุ 15 -45 ปี (ร้อยละ 52.1) ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 49.4) รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษา (ร้อยละ 21.7) และระดับ ปวช./ปวส. (ร้อยละ 20.1) ตามลำดับ สถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือโสด (ร้อยละ 53.3) รองลงมาคือสมรส/อยู่ด้วยกัน (ร้อยละ 40.9) อาชีพหลักของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ ข้าราชการ (ร้อยละ 23.7) พนักงานบริษัทเอกชน (24.2) และนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 16.7) และประกอบธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 14.0) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 48.1) รองลงมาคือ 10,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 22.6) และเป็นผู้ไม่มีรายได้ (ร้อยละ 16.9) ตามลำดับ

ผลการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเดินทางท่องเที่ยวในวันเสาร์ วันอาทิตย์มากที่สุด (ร้อยละ 77.6) และไม่ค่อยนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันธรรมดา (ร้อยละ 10.6) วันหยุดนักขัตฤกษ์/เทศกาล (ร้อยละ 8.6) และช่วงเทศกาล/ประเพณี (ร้อยละ 2.9) พาหนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ในการเดินทางคือรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 81.3) ในขณะที่การเดินทางในรูปแบบอื่น เช่น รถเช่าเหมา (ร้อยละ 9.3) หรือรถโดยสารของบริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 5.9) มีสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวสิงห์บุรีเป็นครั้งแรกมีสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 27.1) รองลงมาคือมาที่เคยมาท่องเที่ยวมากกว่า 5 ครั้ง (ร้อยละ 25.1) และมาท่องเที่ยวเป็นครั้งที่ 2 (ร้อยละ 19.9) ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยใช้จักรยานระหว่างท่องเที่ยว (ร้อยละ 73.1) แต่อย่างไรก็ตามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แสดงความสนใจในการใช้จักรยานระหว่างการท่องเที่ยว (ร้อยละ 74.0) ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวสิงห์บุรีโดยเฉลี่ยคือ 1 วัน (ร้อยละ 57.1)

ผลการสำรวจประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบมากที่สุดพบว่าประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ตลาด พิพิธภัณฑ์/ศูนย์ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และสวนสาธารณะเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ตามลำดับ

การสำรวจความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้จักรยาน พบว่าผู้ที่ใช้จักรยานไม่เป็นคิดเป็นสัดส่วนที่ต่ำ (ร้อยละ 4.7) ผู้ที่ใช้จักรยานเป็นส่วนใหญ่มากกว่าครึ่งหนึ่งมีความถี่ในการใช้จักรยานไม่แน่นอน (ร้อยละ 60.0) รองลงมาคือ กลุ่มที่ใช้จักรยานสัปดาห์ละ 2-3 วัน (ร้อยละ 9.5) โดยมีกลุ่มที่ใช้จักรยานเฉพาะวันหยุด (ร้อยละ 9.3) กลุ่มที่ใช้จักรยานสัปดาห์ละ 1 วัน (ร้อยละ 8.6) และกลุ่มที่ใช้จักรยานทุกวัน (ร้อยละ 7.9) ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้จักรยานในช่วงเวลาที่แดดไม่ร้อนจนเกินไปกล่าวคือช่วงเวลาเย็น (ร้อยละ 52.8) และช่วงเวลาเช้า (ร้อยละ 27.8) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าระยะเวลาที่เหมาะสมในการใช้จักรยานท่องเที่ยวในพื้นที่คือประมาณ 1-2 ชั่วโมง (ร้อยละ 57.1) รองลงมาคือน้อยกว่า 1 ชั่วโมง (ร้อยละ 27.1) และ 3-4 ชั่วโมง (ร้อยละ 10.8) ตามลำดับ

ผลการสำรวจการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตำบลหัวป่า พบว่ามีผู้รับรู้เกี่ยวกับตำบลหัวป่าคิดเป็นสัดส่วนที่น้อย (ร้อยละ 13.8) ตารางที่ 1 แสดงการรับรู้ในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับตำบลหัวป่าจะเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้เกี่ยวกับอาหารตำรับแม่ครัวหัวป่าเป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือวัดและโบราณสถานในตำบลหัวป่า พิพิธภัณฑ์และศูนย์ประวัติศาสตร์

ตารางที่ 1 การรับรู้เกี่ยวกับตำบลหัวป่า

	ลำดับที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก			จำนวนผู้ตอบ รวม	คะแนนรวม*	ลำดับ
	1	2	3			
1. อาหารตำรับแม่ครัวหัวป่า	28	4	2	34	94	1
2. พิพิธภัณฑ์/ศูนย์ประวัติศาสตร์	10	9	10	29	58	3
3. เส้นทางเสด็จประพาสต้น	3	15	8	26	47	5
4. วัดโบราณสถาน	12	17	8	37	78	2
5. ตลาดชุมชน	6	10	15	31	53	4
6. สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	5	2	9	16	24	6
7. สถานที่ขายของที่ระลึก สินค้าท้องถิ่น	3	1	1	5	12	7
8. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร	-	-	3	3	3	8
*หมายเหตุ คะแนนรวมคำนวณจากผลรวมของคะแนนที่คูณกับค่าถ่วงน้ำหนัก โดยลำดับที่ 1, 2 และ 3 จะมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3, 2 และ 1 ตามลำดับ						

ตารางที่ 2 แสดงปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นอุปสรรคต่อการซื้อจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว พบว่าไม่มีปัจจัยใดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด อุปสรรคเกือบทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีเพียงอุปสรรคเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงของชาวบ้านในระหว่างเส้นทางที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการซื้อจักรยานเพื่อการท่องเที่ยว

อุปสรรค	ค่าเฉลี่ย ความเป็นอุปสรรค	S.D.	แปลความหมาย
1. ความเร็วของยานพาหนะบนถนน	4.05	.871	มาก
2. ปริมาณรถยนต์บนถนน	4.12	.838	มาก
3. สัตว์เลี้ยงของชาวบ้านในระหว่างเส้นทาง	3.31	.945	ปานกลาง
4. สภาพผิวเส้นทางจักรยาน	3.76	.988	มาก
5. มุมเลี้ยวโค้ง ความลาดชัน	3.55	.960	มาก
6. สภาพแวดล้อมของเส้นทาง เช่น ไม่มีที่บังแดด ฝน วิวไม่สวยงาม	3.52	.998	มาก
เฉลี่ยรวม	3.72		มาก

ตารางที่ 3 แสดงผลการสำรวจคุณลักษณะที่สำคัญสำหรับการพัฒนาเส้นทางจักรยาน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความปลอดภัยต่อผู้ใช้เส้นทางซื้อจักรยานมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.25) และเป็นประเด็นที่เดียวที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนคุณลักษณะด้านอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยด้านเทคโนโลยีการสื่อความหมายที่ทันสมัย และค่าเฉลี่ยด้านการจำกัดจำนวนรถจักรยานในพื้นที่เพื่อไม่ให้เกิดความแออัดในการจราจรมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ตารางที่ 3 คุณลักษณะที่สำคัญสำหรับการพัฒนาเส้นทางจักรยาน

ความสำคัญ	ค่าเฉลี่ย ความสำคัญ	S.D.	แปลความหมาย
1. การส่งเสริมคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทาง	4.19	.675	มาก
2. ความสัมพันธ์กับเส้นทางของยานพาหนะอื่น เช่น รถไฟ รถประจำทาง	3.83	.805	มาก
3. แสงสว่างที่เพียงพอในการใช้งานเวลากลางคืน	4.08	.861	มาก
4. ป้ายเตือนอันตราย ป้ายบอกทาง ป้ายประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมตลอดเส้นทาง	4.15	.845	มาก
5. ความสวยงามของภูมิทัศน์ระหว่างทาง	4.06	.798	มาก
6. การออกแบบที่กลมกลืนไปกับสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของพื้นที่	3.95	.790	มาก
7. ความปลอดภัยต่อผู้ใช้เส้นทาง	4.25	.883	มากที่สุด
8. เทคโนโลยีการสื่อความหมายที่ทันสมัย เช่น QR Code	3.80	.864	มาก
9. สิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างเส้นทางจักรยาน เช่น ร้านอาหาร จุดแวะพัก	4.00	.807	มาก
10. กิจกรรมศึกษาเรียนรู้วิถีชุมชนในเส้นทางจักรยาน	3.90	.893	มาก
11. ที่จอดจักรยานตามจุดแวะพักและแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทาง	4.02	.856	มาก
12. รูปแบบจักรยานให้เช่าที่ใช้งานง่าย ปลอดภัย และราคาไม่แพง	3.95	.860	มาก
13. การจำกัดจำนวนรถจักรยานในพื้นที่เพื่อไม่ให้เกิดความแออัดในการจราจร	3.80	.869	มาก

ผลการสำรวจกิจกรรมและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเส้นทางจักรยานใน ต.หัวป่า

ในการสำรวจกิจกรรมและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเส้นทางจักรยานนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจพื้นที่และสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวจำนวน 12 คนได้แก่ ผู้นำชุมชน 4 หมู่บ้าน กลุ่มผู้ประกอบการจำนวน 3 คน คณะกรรมการท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 1 คน ตัวแทนชุมชนจำนวน 4 คน ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ในพื้นที่ตำบลหัวป่ามีกิจกรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายรวมทั้งสิ้น 33 แหล่งกระจายไปในพื้นที่ทั้ง 4 หมู่บ้าน คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจพื้นที่โดยพิจารณาจากศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาเส้นทางจักรยาน ประกอบกับการจัดประชุมกลุ่มย่อยจำนวน 1 ครั้งเพื่อหาข้อตกลงร่วมเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าว ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีการอธิบายและให้ความเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมและทรัพยากรการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเส้นทางจักรยานในพื้นที่ โดยมีการปรับลดจำนวนลงเหลือทั้งหมดเป็นจำนวนทั้งสิ้น 19 กิจกรรม/ทรัพยากร โดยมีการวิเคราะห์แยกออกเป็น 3 ช่วงเวลาตามความพร้อมในการใช้งานดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 ประกอบด้วย 16 กิจกรรม/ทรัพยากร โดยอยู่ในระหว่างการปรับปรุงเพื่อการใช้งานในเดือนมกราคม พ.ศ.2562 ตารางที่ 4 แสดงรายละเอียดกิจกรรม/ทรัพยากร และข้อเสนอแนะในการพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเส้นทางจักรยาน

ตารางที่ 4กิจกรรม/ทรัพยากรการท่องเที่ยวและข้อเสนอแนะในการพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเส้นทางจักรยานในระยะที่ 1

	กิจกรรม/ทรัพยากร	รายละเอียด	ข้อเสนอแนะในการพัฒนา
หมู่ 1 บ้านจวนเก่า			
1	แปลงผักปลอดภัย	กิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะช่วงปลายฝนต้นหนาว (เดือนตุลาคม-กุมภาพันธ์) มีพื้นที่สาธิตการเพาะปลูกผักปลอดภัย การทำปุ๋ยหมัก การขายผลิตภัณฑ์	การพัฒนาการแบ่งส่วนของพื้นที่ให้เหมาะสม และทำตารางกำหนดประเภทพืชผักในการเพาะปลูกแต่ละช่วงเวลา/แต่ละพื้นที่
2	ศาลพ่อปู่	นับได้ว่าเป็นศูนย์รวมใจของผู้คนในตำบลหัวป่า ที่มีเรื่องเล่าและตำนานที่น่าสนใจ	ป้ายสื่อความหมาย/ QR Code, จุดจอดรถจักรยาน
หมู่ 2 บ้านชลอน			
3	วัดพรหมเทพาวาส (วัดชลอน)	สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของพื้นที่ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์เมืองพรหมบุรีและตามรอยเสด็จประพาสต้นในสมัยพระพุทธเจ้าหลวง	ป้ายสื่อความหมาย/ QR Code, จุดจอดรถจักรยาน กิจกรรมฐานการเรียนรู้ต่างๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวแวะเรียนรู้และสัมผัสวิถีชีวิต
4	อาหารแม่ครัวหัวป่า	ต้นตำรับผู้สืบทอดสูตรอาหารแม่ครัวหัวป่าในตำนาน นักท่องเที่ยวสามารถแวะรับประทานอาหาร และเรียนรู้เทคนิคการทำอาหารต่างๆได้	ป้ายสื่อความหมาย/ QR Code, ฐานกิจกรรมเกี่ยวกับอาหาร และสำหรับอาหาร
5	ที่พักโฮมสเตย์	นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อ/จองห้องพักได้ที่ศูนย์ประสานที่พัก โดยมีบ้านพักในชุมชนซึ่งรองรับนักท่องเที่ยวได้ 60 คน	พัฒนากลุ่มโฮมสเตย์เพื่อเกิดการจัดการอย่างมีส่วนร่วมในชุมชน และประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย
หมู่ 3 บ้านหัวป่า			
6	วัดโบสถ์, บ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์	แวะสักการะหลวงพ่อม่วง พระเกจิอาจารย์เมืองสิงห์บุรี และเรียนรู้เรื่องเล่าเกี่ยวกับบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์	ป้ายสื่อความหมาย/ QR Code
7	บ้านมะนาวดอง	ชมสาธิตการทำมะนาวดอง เก็บมะนาว และชมการปลูกผักขึ้นบันไดในระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน	ป้ายสื่อความหมาย/ QR Code, ฐานกิจกรรมต่างๆ, ปฏิทินการปลูกผักขึ้นบันได
8	จุดชมวิวกองน้ำ 2 วัด	เป็นจุดชมวิวกองน้ำที่สวยงามมองเห็นวัดอัมพวันและวัดพรหมเทพาวาส นักท่องเที่ยวสามารถปั่นจักรยานเลาะเส้นทางริมเขื่อนเพื่อมาชมพระอาทิตย์ขึ้น หรือพระอาทิตย์ตกดินได้	อยู่ระหว่างการดำเนินการสร้างเขื่อนริมแม่น้ำ โดยมีกำหนดการแล้วเสร็จในปลายปี พ.ศ.2561
9	ฟาร์มไก่ชน	กิจกรรมเรียนรู้พันธุ์ไก่ชน	ปรับปรุงภูมิทัศน์, ป้ายสื่อความหมาย/ QR Code, เว็บไซต์, ทักษะการสื่อความหมาย

	กิจกรรม/ทรัพยากร	รายละเอียด	ข้อเสนอแนะในการพัฒนา
10	ศูนย์เรียนรู้เกษตรทฤษฎีใหม่	เป็นศูนย์เกษตรทฤษฎีใหม่โดยยึดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มีฐานกิจกรรมมากมายให้เข้าร่วมเช่น การทำน้ำหมักชีวภาพ การทำน้ำส้มควันไม้ การทำสบู่ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เป็นต้น	ป้ายสื่อความหมาย/ QR Code, รายละเอียดกิจกรรมฐานการเรียนรู้
11	บ้านขนมไทยโบราณ แฉะชมที่บ้านและสามารถ จัดกิจกรรมในพื้นที่รวม	การรวมตัวของกลุ่มขนมไทยซึ่งได้รับการรับรองสินค้าโอท็อป และนักท่องเที่ยวสามารถแฉะซื้อ เยี่ยมชม และเรียนรู้เกี่ยวกับการทำขนมไทยประเภทต่างๆที่หาทานได้ยากในปัจจุบัน เช่น ขนมเต่า ขนมต้มญวน ขนมไข่เต่า	ป้ายหน้าร้านที่ชัดเจน, ตารางการ สาธิต/ร่วมกิจกรรมการทำขนมไทย
หมู่ 4 บ้านหัววัว			
12	วัดหัวป่า	พื้นที่วัดมีความร่มรื่นและเป็นธรรมชาติ นอกเหนือจากการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ภายในวัดแล้ว นักท่องเที่ยวสามารถแฉะชมนกยูง และบ่อป่า ภายในวัด	QR Code สื่อความหมาย
13	แปลงนาวิถีอินทรีย์	พื้นที่ทดลองเพาะปลูกนาข้าวอินทรีย์มีการปลูกปีละ 2 ครั้ง โดยนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิถีชีวิตได้จากพื้นที่ โดยในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม และเดือนสิงหาคม-ตุลาคม เป็นช่วงเก็บเกี่ยวซึ่งจะมีทัศนียภาพที่สวยงาม	ป้ายสื่อความหมาย/ QR Code, จุดพัก , จุดจอดรถจักรยาน และตาราง กิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตอินทรีย์
14	บ้านน้ำพริก	สถานที่ผลิตน้ำพริกนานาชนิดที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสิงห์บุรี เช่น น้ำพริกปลาร้า ตาแดง ปลาป่น และอื่นๆ นักท่องเที่ยวสามารถแฉะซื้อผลิตภัณฑ์ได้ตลอดเวลา หากเป็นในช่วงเช้าสามารถเรียนรู้การทำน้ำพริกประเภทต่างๆได้	กิจกรรมฐานเรียนรู้, ออกแบบป้าย ข้อมูลผลิตภัณฑ์และราคาที่มี เอกลักษณ์
15	ศูนย์การเรียนรู้บ้านหัวป่า	นับได้ว่าเป็นจุดศูนย์กลางของตำบล ซึ่งในพื้นที่จัดเป็นศูนย์เรียนรู้แบบไม่มีชีวิต ร้านค้าชุมชน จุดบริการจักรยาน ห้องน้ำสาธารณะ	ป้ายสื่อความหมาย/ QR Code เกี่ยวกับข้อมูลชุมชน, จุดจอด รถจักรยาน
16	จุดชมวิวนาข้าวอินทรีย์	พื้นที่นาข้าวขนาดใหญ่ที่มีความสวยงาม เหมาะในการเป็นจุดแฉะพักและถ่ายภาพ	สะพานทางเดินระหว่างคันนาและ ศาลาพักผ่อนและถ่ายภาพ

ระยะที่ 2 ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับสถานที่/กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจแต่ต้องใช้เวลาในการพัฒนา ซึ่งคาดว่าจะเริ่มใช้งานได้ในช่วงเดือนมิถุนายน พ.ศ.2562 ประกอบด้วย 2 กิจกรรม/ทรัพยากรการท่องเที่ยวดังนี้

1. หนองสาหร่าย ซึ่งเป็นพื้นที่หนองน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่ติดกับถนนสายหลักสิงห์บุรี-อ่างทอง โดยมีระยะทางโดยรอบหนองสาหร่ายมีความยาวประมาณ 3 กิโลเมตรซึ่งเหมาะกับการท่องเที่ยวแนวธรรมชาติ และออกกกำลังกาย แต่จำเป็นต้องมีการปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบเพื่อให้เกิดความสะอาดและสวยงาม อีกทั้งจำเป็นต้องพัฒนาศาลาแฉะพักเพื่อใช้ในการพักผ่อนได้ในอนาคต
2. บ้านโบราณ 100 ปี เป็นบ้านโบราณที่ยังมีการอนุรักษ์ตามแบบฉบับเดิม โดยมีการใช้งานอยู่อาศัยได้จริง และเป็นพื้นที่ในบริเวณเดียวกับอาหารแม่ครัวหัวป่า ผู้ให้ข้อมูลได้เสนอความเห็นในการฟื้นฟูบ้านโบราณเพื่อใช้เป็นพื้นที่การจัดกิจกรรมการทำอาหารต้นตำรับแม่ครัวหัวป่า ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศความเป็นไทยแท้และมีเอกลักษณ์มากยิ่งขึ้น

ระยะที่ 3 ประกอบด้วย 1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเส้นทางจักรยาน ได้แก่หนองหัวดอน ซึ่งเป็นพื้นที่ในเขตหมู่ 4 ติดกับถนนสายหลักสิงห์บุรี-อ่างทองโดยมีการดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์ขุดลอกบริเวณหนอง และทั้งนี้ต้องรอการจัดสรรงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐในการปรับปรุงพื้นที่และจัดสรรพื้นที่เพื่อใช้ในการจัดทำตลาดชุมชน โดยคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2563

รูปแบบเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของตำบลหัวป่า

ในการพัฒนารูปแบบเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

- ขั้นที่ 1 การจัดการสนทนากลุ่ม (ครั้งที่ 2) โดยมีผู้ให้ข้อมูลรอบกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชน คนในชุมชน ภาครัฐ และภาคธุรกิจในพื้นที่ เพื่อให้เกิดการจัดการการท่องเที่ยวเส้นทางจักรยานอย่างมีส่วนร่วม ในการสนทนากลุ่มคณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเส้นทางจักรยาน โดยมีประเด็นการสนทนารอบกลุ่มหัวข้อ

เส้นทางจักรยาน สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวด้วยจักรยาน ความปลอดภัยของผู้ขับขี่จักรยาน ประเภทและการได้มาของจักรยาน ผลการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนมากเห็นว่าเส้นทางจักรยานที่เหมาะสมในการขับขี่ในพื้นที่หัวป่า ควรใช้เส้นทางถนนคอนกรีตกลางหมู่บ้านเนื่องจากมีสภาพพื้นผิวถนนที่เหมาะสมแก่การขับขี่ อีกทั้งในพื้นที่ที่มีการสัญจรที่ไม่หนาแน่นมากนักและถนนเส้นดังกล่าวเป็นเส้นทางเชื่อมผ่านจุดกิจกรรม/ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เสนอแนะไปในระยะที่ 1 ในประเด็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวด้วยจักรยานนั้น บ้ายบอกทางเป็นสิ่งที่ได้รับการเสนอแนะในการพัฒนา เนื่องจากไม่มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน อีกทั้งบางสถานที่ยังไม่มีการปักป้ายชื่อที่ชัดเจน โดยผู้ให้ข้อมูลหลักในกลุ่มผู้นำชุมชนได้เสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาแผนที่เส้นทางจักรยานแบบพกพา เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถพกติดตัวได้ตลอดการขับขี่จักรยาน ในมิติความปลอดภัยของผู้ขับขี่จักรยาน แม้ว่าพื้นที่บ้านหัวป่าจะมีการสัญจรในปริมาณไม่มาก ผู้ให้ข้อมูลยังมีความกังวลในเรื่องความปลอดภัยบนท้องถนน รวมถึงความปลอดภัยจากสัตว์เลื้อยของชาวบ้านในระหว่างการขับขี่ โดยผู้ให้ข้อมูลหลักกลุ่มผู้นำชุมชนได้มีความเห็นร่วมกันว่า แต่ละหมู่บ้านจะมีการประชาสัมพันธ์และขอความร่วมมือให้ลูกบ้านทุกคนช่วยกันดูแลและจัดเก็บสัตว์เลื้อยในพื้นที่ที่เหมาะสม ในประเด็นสุดท้ายของการสนทนากลุ่ม จากข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรี แม้ว่าจะมีความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวทางจักรยานและส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการขี่จักรยานระหว่างการท่องเที่ยว ดังนั้นการให้เข้าจักรยานจึงเป็นแนวทางหลักที่ชุมชนต้องพิจารณาเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มคนในชุมชนได้เสนอแนวทางการจัดหาจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวโดยการจัดตั้งกลุ่มจัดการจักรยานเพื่อชุมชน โดยชาวบ้านหัวป่าที่สนใจสามารถนำจักรยานของตนเองเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่ม โดยจักรยานดังกล่าวต้องผ่านการประเมินความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ชุมชนเกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนา และมีการจัดสรรรายได้อย่างเป็นระบบและเป็นธรรม

ขั้นที่ 2 การจัดเวทีประชาพิจารณ์เส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการเปิดกว้างสำหรับข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยคณะผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องเรื่องแนวทางการพัฒนาเส้นทางจักรยานในระยะที่ 1-3, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว/นักทัศนาจรต่อการพัฒนาเส้นทางจักรยาน, อุปสรรคและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยผู้เข้าร่วมเวทีประชาพิจารณ์ส่วนมากเห็นด้วยกับกิจกรรมและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางจักรยานทั้ง 19 สถานที่ โดยมีข้อเสนอแนะในการจัดการประชาสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในจังหวัดสิงห์บุรี อย่างทอง และชัยนาท เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักตำบลหัวป่ามากขึ้น ภาพที่ 1 แสดงแผนที่แหล่งท่องเที่ยวในตำบลหัวป่า ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกขี่จักรยานไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองสนใจได้เอง



ภาพที่ 2 แผนที่แหล่งท่องเที่ยวในตำบลหัวป่า

อภิปรายผล

จากการศึกษาพฤติกรรมด้านการใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยวในงานวิจัยนี้ พบว่ามีผลการศึกษาที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิคม บุญญานุสิทธิ์ และคณะ (2550) กล่าวคือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยวแต่มีความสนใจที่จะใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว

ผลจากการศึกษาด้านอุปสรรคของเส้นทางจักรยาน จากงานวิจัยของนิคม บุญญานุสิทธิ์ และคณะ (2550) พบว่าปริมาณรถยนต์และความเร็วของรถยนต์เป็นอุปสรรคที่สำคัญที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลของการวิจัยนี้ที่ค่าเฉลี่ยความเป็นอุปสรรคในเรื่องปริมาณรถยนต์บนถนน และความรวดเร็วของยานพาหนะบนถนน เป็นอุปสรรคที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าอุปสรรคด้านอื่นๆ กล่าวคือมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และ 4.05 ตามลำดับ

ผลจากการศึกษาด้านคุณลักษณะที่จำเป็นต่อการพัฒนาเส้นทางจักรยานจากงานวิจัยนี้เมื่อเทียบกับงานวิจัยอื่นๆ พบว่ามีทั้งประเด็นที่ทั้งความสอดคล้องและไม่สอดคล้องกัน เช่นเมื่อเปรียบเทียบผลจากงานวิจัยของ โชติพงษ์ บุญฤทธิ์ (2560) และนิคม บุญญานุสิทธิ์ และคณะ (2550) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่สำคัญของเส้นทางจักรยานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต่างมีความเห็นสอดคล้องกันว่าความปลอดภัยในเส้นทางเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด แต่อย่างไรก็ตามมีบางประเด็นที่มีความแตกต่างกันกับงานวิจัยของ โชติพงษ์ บุญฤทธิ์ (2560) กล่าวคือในงานวิจัยนี้ นอกจากในเรื่องความปลอดภัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดแล้ว ค่าเฉลี่ยในประเด็นอื่นๆ ส่วนอยู่ในระดับสำคัญมากทั้งสิ้น ซึ่งต่างกับในงานวิจัยของ โชติพงษ์ บุญฤทธิ์ (2560) ที่เห็นว่าลักษณะทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมระหว่างเส้นทางจักรยานเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย พบว่าการท่องเที่ยวโดยจักรยานเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวได้ โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะไม่เคยใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว แต่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจในการใช้จักรยานเพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้นหากมีการวางแผนเส้นทางจักรยานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายก็จะทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการเส้นทางท่องเที่ยวโดยจักรยานในตำบลหัวป่าได้ ซึ่งจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าตำบลหัวป่ามีกิจกรรมและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาเพื่อให้เกิดเส้นทางจักรยานที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้
2. ในการพัฒนาเส้นทางจักรยาน กิจกรรมและทรัพยากรหลายด้านมีความพร้อมอยู่แล้ว แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมีทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต้องมีการปรับปรุงหรือพัฒนาเพื่อให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งหน่วยงานและชุมชนท้องถิ่นควรมีการวางแผนและดำเนินการร่วมกันอย่างมีเอกภาพ นอกจากนี้ควรมีการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารจุดเด่นของชุมชนที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อให้มาใช้บริการเส้นทางท่องเที่ยวโดยจักรยานในอนาคตด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2560 (ภาคกลาง). สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=504&filename=index
- โชติพงษ์ บุญฤทธิ์. (2560). การพัฒนาเส้นทางจักรยานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครสงขลาโดยกระบวนการมีส่วนร่วมวารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 14(1): 198-227.
- นิคม บุญญานุสิทธิ์ วิรุฬ ลิ้มขันธ์ และชาติรี ควบพิมาย. (2550). การศึกษาแนวทางการกำหนดเส้นทางจักรยานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอีสานใต้. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- พลกฤษ อุตมกิตติ. (2557). การจัดการเส้นทางจักรยานเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในพื้นที่เขตลุ่มชั้น กรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, 7(2): 561-578.
- ปทุมพร แก้วคำ ชุกกลิ่น อุ่นวิจิตร เกริก กิตติคุณ ฤดีกร เดชาชัย นำขวัญ วงศ์ประทุม และณัฐ ศิริสาร. (2557). การพัฒนาเส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวสิงห์สามภู จังหวัดเชียงราย. เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ปัญญา เทียนนาวา. (2554). การจัดการท่องเที่ยวผจญภัยด้วยจักรยานเสือภูเขาโดยชุมชน. เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
- สินชัย หอมจันทร์ ดรชชนี เอมพันธุ์ และสันต์ เกตุปราณี. (2557). การพัฒนาโปรแกรมสื่อความหมายในเส้นทางจักรยานพื้นที่บางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารวนศาสตร์, 33(1): 97-107.

การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของนักบัญชีในเขตบางนา

Preparation to Support Thailand's 4.0 Policy for Accountant in Bangna

ธนวรรณ แฉ่งชำโถม, มหาวิทยาลัยธนบุรี¹

ปณณุช ยั่งยืน, มหาวิทยาลัยธนบุรี²

Email: Mamablue_th@hotmail.co.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อการทำงานของพนักงานบัญชีตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 และเพื่อศึกษาถึงการเตรียมความพร้อมของพนักงานบัญชีเพื่อพัฒนาการทำงานให้สามารถรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของนักบัญชีในเขตบางนา โดยเป็นวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลจากพนักงานบัญชีในเขตบางนา จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 380 คน คำนวณจากสูตรของ คอแครน (Cochran, 1977) ซึ่งใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน และเก็บข้อมูลโดยการสุ่มแบบบังเอิญ ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบัญชีในเขตบางนามีความเห็น การเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยีต่างๆ ตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 มีผลกระทบโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และมีการเตรียมความพร้อมในภาพรวมในระดับปานกลางเช่นกัน ในด้านการเตรียมความพร้อม พนักงานบัญชีในเขตบางนาเห็นว่าการทำงานเป็นทีม การทำงานร่วมกันกับคนหมู่มาก หรือที่เรียกว่า Teamwork จะเป็นวิธีการเตรียมความพร้อมที่ดีมาเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ มีความคล่องแคล่วตัวในการเคลื่อนย้ายทั้งสถานที่ทำงาน และความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีต่างๆ โดยก้าวกระโดดทันตามในทุกเรื่องอย่างรวดเร็ว ทันเวลา การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแปรปรวนระหว่างเพศชายและเพศหญิงโดยสถิติ Independent Sample t-Test ในด้านการเตรียมความพร้อม พบว่า เพศต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมในการทำงานของพนักงานบัญชีเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่างกัน (sig 2-tailed <.05) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ระหว่างความสัมพันธ์ของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานบัญชี กับการเตรียมความพร้อมในการทำงานของพนักงานบัญชีเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (โดยการรวมตัวแปร) พบว่า ตัวแปรผลกระทบมีความสัมพันธ์ทางบวกกับตัวแปร การเตรียมความพร้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 (sig < 0.01) โดยมีค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.907

คำสำคัญ: นโยบายไทยแลนด์ 4.0 นักบัญชี การเตรียมความพร้อม

ABSTRACT

The purpose of this research is to study the factors influencing the work of accounting staff in Bangna district in accordance with the policy of Thailand 4.0 and to study the readiness of the accounting staff to develop work to support Thailand policy. 4.0 It is a survey research. Data were collect a from accounting staff in Bang-na. 380 samples were calculated from the Cochran formula (1977), which is used in cases where the size of the population is unknown by random collection. The study indicated that the changes in the technology of Thailand 4.0 had a moderate effect and a moderate level of overall preparedness also. Accounting staff in Bang-na agree with that teamwork collaboration with many people Teamwork is a good preparation for the first. followed by fluency in workplace mobility And the availability of technology. The analysis of variance between males and females was done by independent sample t-test The result of job readiness of accounting staff to support the policy of Thailand 4.0 are different (sig 2-tailed <.05) The analysis of Pearson's correlation between Thailand's policy relations 4.0. affect the work of the accounting staff with the preparation of the work of accounting staff to support the policy of Thailand 4.0 (by combining variables), the impact variables were positively correlated with the variables. Preparedness Significantly 0.01 (sig. 0.01) with Pearson correlation coefficient of 0.907.

Keywords: The Policy of Thailand 4.0, Accounting Staff, The Readiness

¹ มหาวิทยาลัยธนบุรี

² มหาวิทยาลัยธนบุรี

บทนำ

นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย หรือ โมเดลพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาล ภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ที่เข้ามาบริหารประเทศบนวิสัยทัศน์ที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ที่มีภารกิจสำคัญในการขับเคลื่อนปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ เพื่อปรับแก้ จัดระบบ ปรับทิศทาง และสร้างหนทางพัฒนาประเทศให้เจริญ สามารถรับมือกับโอกาสและภัยคุกคามแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รุนแรงในศตวรรษที่ 21 นโยบาย 4.0 เป็นโมเดลทางเศรษฐกิจที่รัฐบาล คสช.ได้กำหนดขึ้นมาเพื่อการพัฒนาประเทศไปสู่ความก้าวหน้าและยั่งยืน

ประเทศไทย 4.0 เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจโดยเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “Value Base Economy” หรือ “เศรษฐกิจขับเคลื่อน ด้วยนวัตกรรม” โดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนการขับเคลื่อนประเทศด้วย ภาคอุตสาหกรรมไปสู่ภาคเทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เปลี่ยนจากภาคการผลิตสินค้าไปสู่ภาคบริการกลุ่มเป้าหมายในการ พัฒนาจำนวน 5 กลุ่ม ซึ่งกลุ่มที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานการบัญชี ได้แก่ กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว เช่น เทคโนโลยีด้านการเงิน อุปกรณ์เชื่อมต่อออนไลน์โดยไม่ต้องใช้คน เทคโนโลยีการศึกษา อี-มาร์เก็ตเพลส อี-คอมเมิร์ซ เป็นต้น และกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง เช่น เทคโนโลยีการออกแบบ ธุรกิจ โลฟิสต์เทคโนโลยีการท่องเที่ยว การเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ เป็นต้น

ปัจจุบันเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลที่เทคโนโลยีไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสนับสนุนการทำงานเช่นที่ผ่านมา แต่ได้หลอมรวมเข้ากับชีวิตประจำวันของคนอย่างแท้จริง เปลี่ยนโครงสร้างรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กระบวนการผลิต การค้า การบริการ และกระบวนการทางสังคมอื่น การเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วนี้ ทำให้ทุกอาชีพล้วนต้องปรับตัวให้ทันกระแสโลกด้วยและการเตรียมตัวก้าวเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 ยุคที่ธุรกิจจะต้องแข่งขันกันด้วยความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ผู้ประกอบธุรกิจจึงต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการทำธุรกิจเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ขอความสะดวกรวดเร็ว และใช้เทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการชีวิตประจำวัน ธุรกิจที่ตัดสินใจได้เร็วกว่า ย่อมได้โอกาสมากกว่า และข้อมูลสารสนเทศทางบัญชีถือเป็นส่วนประกอบอันสำคัญต่อการนำไปใช้ในการตัดสินใจและการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ผู้บริหารในยุคปัจจุบันจึงคาดหวังให้พนักงานบัญชีมีบทบาทออกไปจากความรู้ผิดชอบในเรื่องของการบัญชีและการจัดทำรายงานต่างๆ ไปสู่บทบาทที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กรมากขึ้น เช่น การมีส่วนร่วมในการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้กับงานบัญชีรวมทั้งการวิเคราะห์เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาได้มีความสนใจที่จะศึกษา การเตรียมความพร้อมของพนักงานบัญชีเพื่อรองรับนโยบาย Thailand 4.0 ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร หวังว่าข้อมูลที่ศึกษานี้จะต่อยอดการพัฒนาของพนักงานบัญชี รับกับการเปลี่ยนแปลงของประเทศไทยที่มีการก้าว กระโดด นับตั้งแต่มีการเชื่อมโยงเครือข่ายงานบัญชีกับระบบอี-มาร์เก็ตเพลสและอี-คอมเมิร์ซต่างๆ ที่ทำให้โลกทั้งใบถูกย่อมาอยู่ภายใต้ปลายนิ้ว เทคโนโลยีสารสนเทศที่จะเข้ามาเป็นบทบาทหลักของยุทธศาสตร์ Thailand 4.0 ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อการทำงานของพนักงานบัญชีตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0
2. เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมของพนักงานบัญชีเพื่อพัฒนาการทำงานให้สามารถรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของเพศชายและเพศหญิงที่มีการเตรียมความพร้อมเพื่อสามารถรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0

การทบทวนวรรณกรรม

การเตรียมความพร้อม หมายถึง การเตรียมตัวเองก่อนกระทำการหรือทำงานที่จะทำหรือได้รับ มอบหมายเป็นการทำความเข้าใจในงานที่จะทำศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับ งานและหน่วยงานที่เข้าร่วมปฏิบัติในทุก ๆ ด้านรวมทั้งกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ถ้ามีการศึกษาเตรียมการรัดกุม มาก มีความเข้าใจ กับระบบและงานมากก็จะมีความพร้อมมาก

แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่มีผลกระทบต่อวิชาชีพบัญชี

1. Fintech จะทำให้กระบวนการทางบัญชี ไม่เหมือนเดิม นักบัญชีต้องเรียนรู้เพิ่มเติมมากมาย ไม่ว่าจะเป็น ช่องทางการจ่ายเงินของลูกค้าไปรูปแบบใหม่ การยื่นภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ ผ่าน e-Receipt และ e-Tax Invoice การยื่นงบผ่านระบบ e-filing ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า การชำระเงินผ่านระบบ e-payment การชำระเงินในช่องทางใหม่ที่ไม่ผ่านระบบของธนาคาร เป็นต้น
2. Fintech ที่จะเข้ามามีบทบาทในอนาคตอันใกล้ ได้แก่ การระดมทุนผ่าน Crowdfunding หรือ การใช้เทคโนโลยี Blockchain ในงานด้านการเงิน นักบัญชีจะต้องรู้ผลกระทบที่มีต่อวิธีและกระบวนการรวบรวมข้อมูลเพื่อบันทึกบัญชี และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อธุรกิจ และในอนาคต Bitcoin ที่กำลังนิยมใช้ทั่วโลก

3. **Technology** ทำให้กระบวนการทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งมีผลต่อการรวบรวมข้อมูลรายได้ รายจ่าย เพื่อนำมาบันทึกบัญชี ข้อมูลจะวิ่งมาเป็นแบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น ในสายการบิน รายได้จากการขายตั๋วเครื่องบิน จะวิ่งผ่านระบบ Reservation System และมี Software ที่เรียกว่า Revenue Management System เป็นตัวรวบรวมข้อมูลรายได้การขายตั๋ว เพื่อบันทึกบัญชีรายได้ ภาษีมูลค่าเพิ่ม และการรับเงินผ่านบัตรเครดิต โดยอัตโนมัติ ซึ่งระบบนี้จะคล้ายกับระบบ E-Commerce ที่ธุรกิจเปิดเว็บไซต์เพื่อขายของ ส่วนการกระทบยอดเงินรับจากบัตรเครดิต จะมีการขอยอดจาก Text file ที่ได้รับจากธนาคารทุกวัน โดยรายการจะเป็นลักษณะ T+1 หรือ T+2 แล้วแต่เงื่อนไข การกระทบยอดเงินฝากธนาคาร ก็จะเป็นการขอยอดในระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์

4. **ระบบ ERP ที่ใช้** จะถูกกระทบโดยเทคโนโลยีสมัยใหม่ของธุรกิจ เช่น การผสมผสานระหว่าง Drone technology กับ งานบริหาร Fixed Assets หรือ Inventory เป็นต้น

5. **การใช้ Software** ในการบันทึกบัญชีแบบเดิม กำลังจะเปลี่ยนแปลงไป นักบัญชีจะไม่ทำงาน Bookkeeping อีกแล้ว แต่จะหันตัวไปเป็น นักวิเคราะห์ข้อมูลการเงินและข้อมูลธุรกิจ เพื่อทำหน้าที่เป็น “คู่นักธุรกิจ”

6. **นักบัญชีต้องเป็นนักวางระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์** ที่รู้ว่าต้อง Set ค่าในระบบอย่างไร เพื่อให้ระบบทำงานถูกต้องเป็นไปตามมาตรฐานบัญชีและภาษี

7. **ปี 2017 จะเป็นปีแห่ง การสร้าง App ของธุรกิจที่เน้นการทำ Startup** นักบัญชีต้องรู้ Tax point เพื่อบอกเจ้าของธุรกิจได้ว่าเกิด ณ จุดไหน เพื่อที่จะช่วยให้ธุรกิจไม่เสียเบี้ยปรับ หรือเงินเพิ่มในภายหลัง

8. **ในยุคแห่งเทคโนโลยีและนวัตกรรม ค่าใช้จ่ายด้าน R&D** ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนา App /Blockchain /AR /Robots /AI จะเป็นสัดส่วนที่มากมายมหาศาลในแต่ละบริษัท นักบัญชีต้องช่วยเสนอแนะแนวทางในการบริหารจัดการ นอกเหนือจากแนวทางที่บันทึกบัญชีตามมาตรฐานบัญชี ซึ่งในบางเรื่องก็ต้องใช้ Judgement พอสมควร

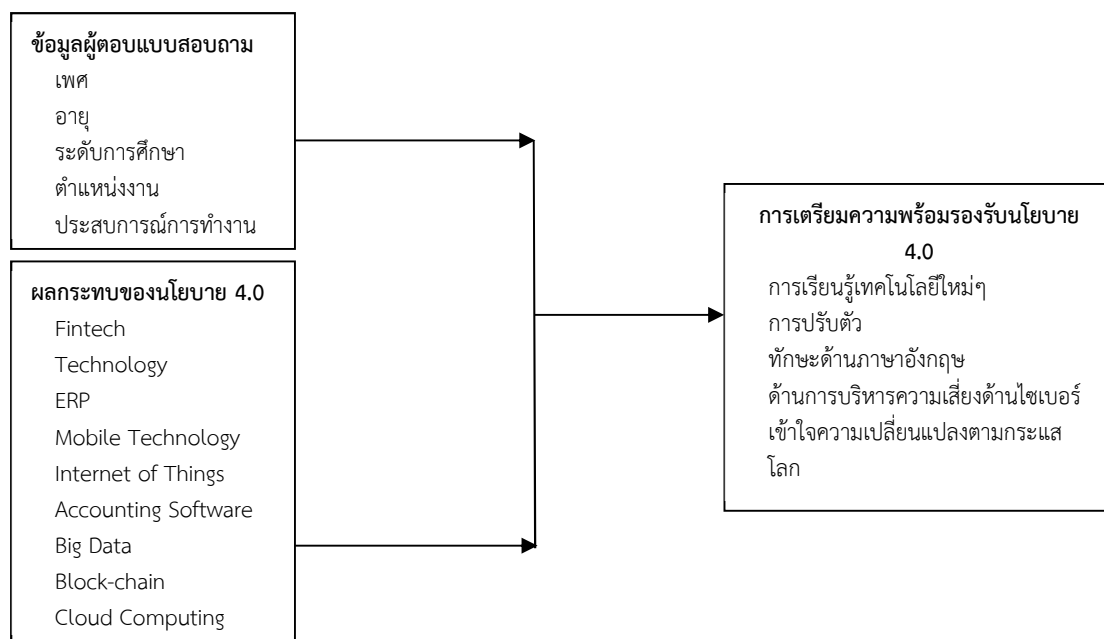
9. **เทคนิคและวิธีการที่ใช้ในงานสอบบัญชี** ก็เปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน แต่แนวคิดในงานสอบบัญชียังคงเดิมตามมาตรฐานสอบบัญชี

10. **Big data technology** จะทำให้นักบัญชีสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้ในหลากหลายมิติมากขึ้น แต่ทั้งนี้ นักบัญชีจะต้องรู้จักว่าเทคโนโลยีนี้ คืออะไร และจะนำมาประยุกต์ได้อย่างไร

11. **ในอนาคตอันใกล้จะเป็นสังคมของการใช้เทคโนโลยีอย่างแพร่หลาย** เช่น APP /Augmented reality/ Robotics ฯลฯ ดังนั้น นักบัญชีคงจะต้องฝึกให้สามารถเขียนโปรแกรม หรือที่เรียกว่า coding ได้ โดยอาจจะเป็นการเขียนแบบง่ายๆ ในปัจจุบันมีภาษาใหม่ที่เรารู้จักว่า Ruby ซึ่งเป็นภาษาที่เขียนง่ายและน่าสนใจ

12. **Software บัญชีที่เป็นลักษณะ AI /Cloud computing/ Prompt pay/ Sandbox...** และอื่นๆ อีกมากมาย ที่นักวิชาชีพบัญชีทั้ง 6 ด้าน ต้องเรียนรู้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานบัญชีที่ทำงานในแผนกบัญชีขององค์กรธุรกิจ หรือในสำนักงานบัญชี ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน ทราบแต่เพียงว่ามีจำนวนมากและทราบสัดส่วนประชากรใช้สูตรของ Cochran (1977) ใช้สูตรดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

กำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยจะสุ่ม

Z = ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (ระดับ .05)

Z มีค่าเท่ากับ 2.58 ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% (ระดับ .01)

e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ผู้วิจัยได้กำหนดให้ ค่า P = .45 ระดับความมั่นใจ 95% เป็นค่า Z = 1.96 ความคลาดเคลื่อน 5% เป็นค่า e = 0.05 จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 380 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดย กำหนดตัวแปรที่ได้จากการศึกษาจาก ทฤษฎี เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยวิเคราะห์ตัวแปร ลักษณะของเครื่องมือคือแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เทคโนโลยีในยุค ไทยแลนด์ 4.0 ที่มีผลกระทบต่อการทำงานของนักบัญชี ได้แก่ ด้าน Fintech, Technology, ERP, Mobile Technology, Internet of Things, Accounting Software, Big Data, Block Chain, Cloud Computing

ส่วนที่ 3 การเตรียมความพร้อมในการทำงานของพนักงานบัญชีเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของนักบัญชีในเขตบางนา จำนวน 367 ราย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 367 คน (คิดเป็นร้อยละ 92.2) เป็นเพศชาย จำนวน 31 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.8) มีอายุระหว่าง 26-35 ปี เป็นส่วนใหญ่มากมีจำนวน 283 คน (คิดเป็นร้อยละ 71.1) รองลงมาอายุน้อยกว่า 25 ปี มีจำนวน 60 คน (คิดเป็นร้อยละ 15.1) โดยมีระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ ปริญญาตรี จำนวน 339 คน (คิดเป็นร้อยละ 85.2) สถานะเป็นพนักงานบัญชีในองค์กร 323 คน (คิดเป็นร้อยละ 81.2) และเป็นฝ่ายการเงินในองค์กร 34 คน (คิดเป็นร้อยละ 8.5) ส่วนใหญ่ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 5-10 ปี จำนวน 189 คน (คิดเป็นร้อยละ 47.5) รองลงมาประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 142 คน (คิดเป็นร้อยละ 35.7) อันดับสาม ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 11-15 ปี จำนวน 13 คน (คิดเป็นร้อยละ 3.3)

ตารางที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานบัญชี ด้าน Fintech

ด้าน Fintech	$\bar{X}$	SD.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
การจ่ายเงินชำระค่าสินค้าและบริการในปัจจุบันที่เป็นรูปแบบใหม่ เช่น การจ่ายเงินจาก Smart-Purse	3.7337	.75411	มาก	1
การยื่นภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน e-Receipt และ e-Tax Invoice ซึ่งทำให้มีการจ่ายภาษีอย่างถูกต้อง	3.5503	.73504	มาก	2
การยื่นงบผ่านระบบ e-filing ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า	3.3995	.88292	ปานกลาง	4
การค้า การชำระเงินผ่านระบบ e-payment	3.5075	.89143	มาก	3
การชำระเงินในช่องทางใหม่ที่ไม่ผ่านระบบของธนาคาร	3.3543	.91040	ปานกลาง	5
การระดมทุนผ่าน crowdfunding	2.4975	1.12617	น้อย	6
การใช้เทคโนโลยี Block-chain	2.4573	1.11637	น้อย	7
เงิน อิเล็กทรอนิกส์ที่เรียกว่า Bitcoin ที่กำลังนิยมใช้ทั่วโลก	2.3467	1.12466	น้อย	8
รวม	3.12	0.68	ปานกลาง	

จากตารางที่ 1 พบว่า นักบัญชีได้รับผลกระทบผลกระทบต่องานจากนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในด้าน Fintech ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.12$ SD=.68) การจ่ายเงินชำระค่าสินค้าและบริการในปัจจุบันที่เป็นรูปแบบใหม่ เช่น การจ่ายเงินจาก Smart-Purse มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นอันดับ 1 ($\bar{X}=3.7337$ SD=.75411) รองลงมาคือ การยื่นภาษีทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน e-Receipt และ e-tax invoice ซึ่งทำให้มีการจ่ายภาษีอย่างถูกต้อง ($\bar{X}=3.5503$ SD=.73504) ถัดมา คือ การค้า การชำระเงินระบบ e-payment ($\bar{X}=3.5075$ SD=.89143) ถัดมา คือ การยื่นงบผ่านระบบ e-filing ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ($\bar{X}=3.3995$ SD=.88292) ถัดมา คือ การชำระเงินในช่องทางใหม่ที่ไม่ผ่านระบบของธนาคาร ($\bar{X}=3.3543$ SD=.91040)

ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานบัญชี ด้าน Technology

ด้าน Technology	$\bar{X}$	SD.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
การนำเข้าข้อมูลรายได้ โดยระบบอิเล็กทรอนิกส์	3.0600	2.26146	ปานกลาง	1
การนำเข้าข้อมูลรายจ่าย โดยระบบอิเล็กทรอนิกส์	2.9325	.98507	ปานกลาง	3
การคำนวณภาษีมูลค่าขาย จากระบบอิเล็กทรอนิกส์	2.9500	.98992	ปานกลาง	2
การรับเงินผ่านบัตรเครดิต โดยอัตโนมัติ	2.8450	1.00922	ปานกลาง	4
การกระทอยอดเงินรับจากบัตรเครดิต จะมีการขอยอดจาก Text file ที่ได้รับจากธนาคาร	2.8325	1.02081	ปานกลาง	5

จากตารางที่ 2 พบว่า นักบัญชีได้รับผลกระทบผลกระทบต่องานจากนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในด้าน Technology โดยมีรายละเอียดในแต่ละข้อดังนี้คือ ผลกระทบด้านการนำเข้าข้อมูลรายได้ โดยระบบอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.0600$ SD=.26146) ถัดมาคือ การคำนวณภาษีมูลค่าขาย โดยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X}=2.9325$ SD=.98507) ถัดมา คือ การนำเข้าข้อมูลรายจ่าย โดยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X}=2.9325$ SD=.98507) ถัดมา คือ การรับเงินผ่านบัตรเครดิต โดยอัตโนมัติ ($\bar{X}=2.8450$ SD=.100922) และลำดับสุดท้าย คือ การกระทอยอดเงินรับจากบัตรเครดิต จะมีการขอยอดจาก Text file ที่ได้รับจากธนาคาร

ตารางที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานบัญชี ด้าน ERP

ด้าน ERP	$\bar{X}$	SD.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
การผสมผสานระหว่าง Drone technology กับงานบริหาร Fixed asset	2.6725	1.08775	ปานกลาง	6
การผสมผสานระหว่าง Drone technology กับงาน Inventory	2.6025	1.07349	ปานกลาง	7
การจัดการข้อมูลของธุรกิจแบบองค์รวมตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อของลูกค้าโดยอัตโนมัติ	3.0375	.85318	ปานกลาง	1
ระบบงาน ERP ที่การเชื่อมโยงทุกกิจกรรมในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ E-payment,E-document,E-journal,E-invoice	3.0325	.85338	ปานกลาง	2
ระบบงาน ERP ที่เชื่อมโยงทุกกิจกรรมเข้าไว้ด้วยกันด้วยกันแบบเรียลไทม์	2.9750	.96004	ปานกลาง	3
ระบบงาน ERP ที่เรียกใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านระบบคลาวด์	2.9225	.96375	ปานกลาง	4
ระบบงาน ERP ที่วิเคราะห์ข้อมูลด้วย Business Intelligence ทำให้ผู้บริหารรับทราบข้อมูลที่เป็นปัจจุบันและสั่งการได้อย่างทันทั่วทั้ง	2.9075	.94931	ปานกลาง	5

จากตารางที่ 3 พบว่า นักบัญชีได้รับผลกระทบผลกระทบการทำงานของพนักงานบัญชีจากนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในด้าน ERP โดยมีรายละเอียดในแต่ละข้อดังนี้คือ ด้านการจัดการข้อมูลของธุรกิจแบบองค์รวมตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อของลูกค้า โดยอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =3.0375 SD.=.85318) ถัดมาคือ ระบบงาน ERP ที่การเชื่อมโยงทุกกิจกรรมในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ E-payment, E-document, E-journal,E-invoice ($\bar{X}$ =3.0325 SD.=.85338) ถัดมาคือ ระบบงาน ERP ที่เชื่อมโยงทุกกิจกรรมเข้าไว้ด้วยกันด้วยกันแบบเรียลไทม์($\bar{X}$ =2.9750 SD.=.96004) ถัดมา คือ ระบบงาน ERP ที่เรียกใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่านระบบคลาวด์ ($\bar{X}$ =2.9225 SD.=.96375)

ตารางที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานบัญชี ด้าน Mobile Technology

ข้อที่	$\bar{X}$	SD.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
การใช้ Application ต่างๆในชีวิตประจำวัน เช่น การสั่งซื้อสินค้า บริการต่างๆ การจ่ายชำระหนี้ การหาข้อมูลต่างๆ การติดต่อสื่อสาร	3.3075	.90830	ปานกลาง	1
การใช้ Application ต่างๆในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่รับคำสั่งซื้อ การควบคุมการดำเนินงาน ระบบการเงิน ตลอดจนการบันทึกรายการบัญชีของกิจการ SMEs	3.2025	.95854	ปานกลาง	2

จากตารางที่ 4 พบว่า นักบัญชีได้รับผลกระทบผลกระทบการทำงานของพนักงานบัญชีจากนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในด้าน Mobile Technology โดยมีรายละเอียดในแต่ละข้อดังนี้คือ ด้านการใช้ Application ต่างๆในชีวิตประจำวัน เช่น การสั่งซื้อสินค้า บริการต่างๆ การจ่ายชำระหนี้ การหาข้อมูลต่างๆ การติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =3.3075 SD.= .90830) ถัดมา คือ การใช้ Application ต่างๆในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่รับคำสั่งซื้อ การควบคุมการดำเนินงาน ระบบการเงิน ตลอดจนการบันทึกรายการบัญชีของกิจการ SMEs ($\bar{X}$ =3.1225 SD.=.92717)

ตารางที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานบัญชี ด้าน Internet of Things หรือ lot

ด้าน Internet of Things หรือ lot	$\bar{X}$	SD.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
การเปลี่ยนแปลงระบบการทำงานที่เชื่อมโยงโลกแห่งความเป็นจริงกับโลกดิจิทัลเข้าไว้ด้วยกันอย่างรวดเร็ว	3.1225	.92717	ปานกลาง	1
การนำเสนอโซลูชันดิจิทัลเพื่อเชื่อมโยงทุกส่วนให้กลายเป็นระบบอัจฉริยะ	3.0675	.94614	ปานกลาง	2

จากตารางที่ 5 พบว่า พบว่า นักบัญชีได้รับผลกระทบผลกระทบการทำงานของพนักงานบัญชีจากนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในด้าน Internet of Things โดยมีรายละเอียดในแต่ละข้อดังนี้คือ ด้านการเปลี่ยนแปลงระบบการทำงานที่เชื่อมโยงโลกแห่งความเป็นจริงกับโลกดิจิทัลเข้าไว้ด้วยกันอย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =3.1225 SD.=.92717) และ ลำดับสุดท้าย คือ การนำเสนอโซลูชันดิจิทัลเพื่อเชื่อมโยงทุกส่วนให้กลายเป็นระบบอัจฉริยะ ($\bar{X}$ =3.0675 SD.94614)

ตารางที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานบัญชี ด้าน Accounting Software

ด้าน Accounting Software	$\bar{X}$	SD.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
Software ทางบัญชีจะเป็นระบบที่สามารถใช้กับ Smart Device ใดๆก็ได้ และฐานข้อมูล On cloud	3.0975	.82443	ปานกลาง	2
การนำเข้าข้อมูลจะเป็นระบบอัตโนมัติ แทนการป้อนด้วยมือ	3.1125	2.22536	ปานกลาง	1
มีการนำเสนอข้อมูล รายงานต่างๆเพื่อการตัดสินใจมากขึ้น	2.9950	.93924	ปานกลาง	5
มีการตัดสินใจในระดับหนึ่งเพื่อการจัดการข้อมูลทางการเงินบัญชี	3.0050	.91765	ปานกลาง	4
มีการจัดทำรายงานทางการเงินเงินอื่นที่จำเป็นต่อการตัดสินใจได้มากขึ้น	3.0225	.89945	ปานกลาง	3

จากตารางที่ 6 พบว่า พบว่า นักบัญชีได้รับผลกระทบผลกระทบการทำงานของพนักงานบัญชีจากนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในด้าน Accounting Software โดยมีรายละเอียดในแต่ละข้อดังนี้ ด้านคือการนำเข้าข้อมูลจะเป็นระบบอัตโนมัติ แทนการป้อนด้วยมือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =3.1125 SD.2.22536) ถัดมา คือ Software ทางบัญชีจะเป็นระบบที่สามารถใช้กับ Smart Device ใดๆ ก็ได้ และฐานข้อมูล On cloud ($\bar{X}$ =3.0975 SD.=.82443) ถัดมา คือ มีการจัดทำรายงานทางการเงินเงินอื่นที่จำเป็นต่อการตัดสินใจได้มากขึ้น ($\bar{X}$ =3.0025 SD.=.89945) ถัดมา คือ มีการตัดสินใจในระดับหนึ่งเพื่อการจัดการข้อมูลทางการเงินบัญชี ($\bar{X}$ =3.0050 SD.=.91765) และลำดับสุดท้าย มีการนำเสนอข้อมูล รายงานต่างๆเพื่อการตัดสินใจมากขึ้น ($\bar{X}$ =2.9950 SD.=.93924)

ตารางที่ 7 ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานบัญชี ด้าน Big data technology

ด้าน Big data technology	$\bar{X}$	SD.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
การใช้โครงสร้างข้อมูลที่มีจำนวนมหาศาลเพื่อความได้เปรียบทางธุรกิจ เช่น การให้ข้อมูลด้านลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	3.0850	.88585	ปานกลาง	1
การใช้ข้อมูล Big data ในด้านการบัญชี โดยต้องมี Data Analytics คือการจัดการข้อมูลที่ตีไปด้วยกัน	2.9375	.95963	ปานกลาง	3
การใช้ Data analytice ขั้นสูง ซึ่งประกอบด้วย Machine learning ซึ่งเป็นคอมพิวเตอร์ที่สามารถเรียนรู้ได้ อาจจะมีส่วนช่วยในการบันทึกและวิเคราะห์กระบวนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ	2.9550	.90278	ปานกลาง	2

จากตารางที่ 7 พบว่า พบว่า นักบัญชีได้รับผลกระทบผลกระทบต่องานจากนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในด้าน Big Data Technology โดยมีรายละเอียดในแต่ละข้อดังนี้คือ ด้านการใช้โครงสร้างข้อมูลที่มีจำนวนมหาศาลเพื่อความสะดวกได้เปรียบทางธุรกิจ เช่น การให้ข้อมูลด้านลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.0850$ SD=.88585) ถัดมา คือ การใช้ Data Analytice ขั้นสูง ซึ่งประกอบไปด้วย Machine learning ซึ่งเป็นคอมพิวเตอร์ที่สามารถเรียนรู้ได้ อาจจะมีส่วนช่วยในการบันทึกและวิเคราะห์กระบวนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X}=2.9550$ SD=.95963) และลำดับสุดท้าย คือ การใช้ข้อมูล Bih data ในด้านบัญชี โดยต้องมี Data Analytice คือการจัดการข้อมูลที่ดีไปด้วยกัน ($\bar{X}=2.9550$ SD=.90278)

ตารางที่ 8 ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลกระทบต่องานของพนักงานบัญชี ด้าน Block-Chain

ด้าน Block-chain	$\bar{X}$	SD.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
การใช้ระบบโครงข่ายในการเก็บบัญชีธุรกรรมออนไลน์ซึ่งมีลักษณะเป็นเครือข่ายใยแมงมุม ที่เก็บสถิติการทำธุรกรรมทางการเงิน และสินทรัพย์ชนิดอื่นๆ โดยไม่มีตัวกลาง คือ สถาบันการเงิน หรือสำนักชาระบัญชี	3.0600	.95849	ปานกลาง	1
การใช้ Block-chain ที่ให้ทุกคนถือเอกสารชุดเดียวกัน เมื่อมีการอัปเดตด้วยกัน โดยมั่นใจได้ว่าเอกสารเหล่านี้เชื่อถือได้แน่นอนไม่มีการปลอมแปลง	2.9675	.78612	ปานกลาง	2

จากตารางที่ 8 พบว่า พบว่า นักบัญชีได้รับผลกระทบผลกระทบต่องานจากนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในด้าน Block-Chain โดยมีรายละเอียดในแต่ละข้อดังนี้คือ ด้านการใช้ระบบโครงข่ายในการเก็บบัญชีธุรกรรมออนไลน์ซึ่งมีลักษณะเป็นเครือข่ายใยแมงมุม ที่เก็บสถิติการทำธุรกรรมทางการเงิน และสินทรัพย์ชนิดอื่นๆ โดยไม่มีตัวกลาง คือ สถาบันการเงิน หรือ สำนักงานบัญชี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=3.0600$ SD=.95849) และลำดับสุดท้าย คือ การใช้ Block-chain ที่ให้ทุกคนถือเอกสารชุดเดียวกัน เมื่อมีการอัปเดตด้วยกัน โดยมั่นใจได้ว่าเอกสารเหล่านี้เชื่อถือได้แน่นอนไม่มีการปลอมแปลง ($\bar{X}=2.9675$ SD=.78612)

ตารางที่ 9 ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลกระทบต่องานของพนักงานบัญชี ด้าน Cloud computing

ด้าน Cloud computing	$\bar{X}$	SD.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
การใช้ Server ในระบบการเช่าที่ประหยัดค่าใช้จ่าย และมีการ Update ตลอดเวลา	2.9675	.78612	ปานกลาง	1

จากตารางที่ 9 พบว่า พบว่า นักบัญชีได้รับผลกระทบผลกระทบต่องานจากนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในด้าน Cloud Computing โดยมีรายละเอียดในแต่ละข้อดังนี้คือ ด้านการใช้ Server ในระบบการเช่าที่ประหยัดค่าใช้จ่ายและมีการ Update ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.9675$ SD=.78612)

ตารางที่ 10 ข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมในการทำงานของพนักงานบัญชีเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0

การเตรียมความพร้อม	$\bar{X}$	SD.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
การเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยตามทันเทคโนโลยีอย่างทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน และสามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม	3.2200	.76029	ปานกลาง	3
การปรับตัว เปิดใจยอมรับเพื่อการเรียนรู้และค้นหาแนวความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ อยู่ตลอด	3.1475	.89035	ปานกลาง	4
มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ เพื่อการใช้งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	2.9425	.93347	ปานกลาง	5
มีความรู้เรื่องการบริหารความเสี่ยงด้านไซเบอร์ และฐานข้อมูล	2.9200	.90313	ปานกลาง	6
ความเข้าใจกับกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและมีผลกระทบต่องานด้านอื่นๆ อย่างสูง ได้แก่ Internet of Things ,AI,Block Chain และ Fin Tech	2.9075	.94136	ปานกลาง	8
มีความเข้าใจใน Four IT Mega Trends:(S-M-I-C) Era ได้แก่ Social Media (S),Mobile (M),Cloud (C)และ Big data (B)	2.7950	.92472	ปานกลาง	10
มีภาวะผู้นำ มีความกล้าคิดในแบบที่แตกต่างและดีกว่าเดิมโดยใช้ทักษะ Critical thinking หรือทักษะการคิดเชิงวิพากษ์	2.8600	.87310	ปานกลาง	9
มีการพัฒนาต่อยอด การวัดประเมินผล เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาต่อยอด (วงจร PDCA)	2.9125	.84950	ปานกลาง	7
การทำงานเป็นทีม การทำงานร่วมกันกับคนหมู่มาก หรือที่เรียกว่า Teamwork	3.3850	.84472	ปานกลาง	1
มีความคล่องแคล่วตัวในการเคลื่อนย้ายทั้งสถานที่ทำงาน และความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีต่างๆ โดยก้าวกระโดดทันตามในทุกเรื่องอย่างรวดเร็ว ทันเวลา	3.2900	.82620	ปานกลาง	2

จากตารางที่ 10 พบว่า นักบัญชีมีการเตรียมความพร้อมเพื่อให้มีความสามารถรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ดังนี้คือ ด้านการทำงานเป็นทีม การทำงานร่วมกับคนหมู่มาก หรือที่เรียกว่า Teamwork มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.3850$ SD=.84472) ถัดมาคือ มีความคล่องแคล่วตัวในการเคลื่อนย้ายทั้งสถานที่ทำงาน และความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีต่างๆ โดยก้าวกระโดดทันตามในทุกเรื่องอย่างรวดเร็ว ทันเวลา ($\bar{X}=3.2900$ SD=.82620) ถัดมาคือ การเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยตามทันเทคโนโลยีอย่างทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน และสามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม($\bar{X}=3.2200$ SD=.76029) ถัดมาคือ การปรับตัว เปิดใจยอมรับเพื่อการเรียนรู้และค้นหาแนวความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ อยู่ตลอด($\bar{X}=3.1475$ SD=.89035) ถัดมา คือ มีความรู้ด้านภาษาอังกฤษ เพื่อการใช้งานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ($\bar{X}=2.9425$ SD=.93347) ถัดมา คือ มีความรู้เรื่องการบริหารความเสี่ยงด้านไซเบอร์ และฐานข้อมูล($\bar{X}=2.9200$ SD=.90313) ถัดมา คือมีการพัฒนาต่อยอด การวัดประเมินผล เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาต่อยอด (วงจร PDCA) ($\bar{X}=2.9125$ SD=.84950) ถัดมาคือความเข้าใจกับกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและมีผลกระทบต่องานด้านอื่นๆอย่างสูง ได้แก่ Internet of Things ,AI,Block Chain และ Fin Tech ($\bar{X}=2.9075$ SD=.94136) ถัดมา คือ มีภาวะผู้นำ มีความกล้าคิดในแบบที่แตกต่างและดีกว่าเดิมโดยใช้ทักษะ Critical thinking หรือทักษะการคิดเชิงวิพากษ์($\bar{X}=2.8600$ SD=.87310) และลำดับสุดท้าย คือ มีความเข้าใจใน Four IT Mega Trends:(S-M-I-C) Era ได้แก่ Social Media(S),Mobile(M),Cloud(C)และ Big data(B) ($\bar{X}=2.7950$ SD=.92472)

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อหาความแตกต่างของการเตรียมความพร้อมในการทำงานของพนักงานบัญชีเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 เมื่อเพศแตกต่างกัน

เพศ		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
การเตรียมความพร้อม	ชาย	31	3.5774	.72513	.13024
	หญิง	367	2.9913	.70326	.03671

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
การเตรียมความพร้อม	Equal variances assumed	1.052	.306	4.446	396	.000	.58614	.13185
	Equal variances not assumed			4.332	34.938	.000	.58614	.13531

จากตารางที่ 11 การวิเคราะห์ Independent Sample t-Test โดยมีสมมติฐานว่า เพศต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมในการทำงานของพนักงานบัญชีเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า เพศต่างกันมีการเตรียมความพร้อมที่แตกต่างกัน (sig 2-tailed <.05)

ตารางที่ 12 การวิเคราะห์ สหสัมพันธ์ของ Pearson ระหว่างความสัมพันธ์ของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานบัญชีกับการเตรียมความพร้อมในการทำงานของพนักงานบัญชีเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (โดยรวมตัวแปร)

Descriptive Statistics		
	Mean	Std. Deviation
ผลกระทบ	3.0408	0.70806
การเตรียมความพร้อม	3.0369	0.7214

Correlations

		Effect	Ready
ผลกระทบ	Pearson Correlation	1	.907**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	398	398
การเตรียมความพร้อม	Pearson Correlation	.907**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	398	398

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

จากตารางที่ 12 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของ Pearson ระหว่างความสัมพันธ์ของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานบัญชี กับการเตรียมความพร้อมในการทำงานของพนักงานบัญชีเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (โดยการรวมตัวแปร) พบว่า ตัวแปรผลกระทบมีความสัมพันธ์ทางบวกกับตัวแปร การเตรียมความพร้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 (Sig < 0.01) โดยมีค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.907

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์ สหสัมพันธ์ของ Pearson ระหว่างความสัมพันธ์ของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลกระทบต่องานของพนักงานบัญชี ในแต่ละปัจจัย กับการเตรียมความพร้อมในการทำงานของพนักงานบัญชีเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0

Correlations								
		Fin	Tech	ERP	App	Digital	Software	Data
การเตรียมความพร้อม	Pearson Correlation	.632**	.777**	.837**	.678**	.758**	.754**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	398	398	398	398	398	398	398
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

จากตารางที่ 13 การวิเคราะห์ สหสัมพันธ์ของ Pearson ระหว่างความสัมพันธ์ของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของพนักงานบัญชี ในแต่ละปัจจัย กับการเตรียมความพร้อมในการทำงานของพนักงานบัญชีเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 พบว่า ผลกระทบที่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมมากที่สุดคือผลกระทบในด้าน Big Data มีความสัมพันธ์ในทางบวก กับการเตรียมความพร้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 (Sig < 0.01) โดยมีค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.838 รองลงมา คือด้าน ERP มีความสัมพันธ์ในทางบวก กับการเตรียมความพร้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 (Sig < 0.01) โดยมีค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.837 ด้าน Technology มีความสัมพันธ์ในทางบวก กับการเตรียมความพร้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 (Sig < 0.01) โดยมีค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.777

อภิปรายผล

นักบัญชีในเขตบางนาที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 367 คน (คิดเป็นร้อยละ 92.2) เป็นเพศชายจำนวน 31 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.8) มีอายุระหว่าง 26-35 ปี เป็นส่วนใหญ่มีจำนวน 283 คน (คิดเป็นร้อยละ 71.1) โดยมีระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ ปริญญาตรี จำนวน 339 คน (คิดเป็นร้อยละ 85.2) สถานะเป็นพนักงานบัญชีในองค์กร 323 คน (คิดเป็นร้อยละ 81.2) ส่วนใหญ่ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 5-10 ปี จำนวน 189 คน (คิดเป็นร้อยละ 47.5) จากตารางที่ 12 พบว่านักบัญชีในเขตบางนาได้รับผลกระทบต่องานจากนโยบาย 4.0 ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.04$, $SD=.0.71$) และมีการเตรียมความพร้อมในการทำงานของพนักงานบัญชีเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในระดับปานกลางเช่นกัน ($\bar{X}=3.04$, $SD=.0.72$) การวิเคราะห์ Independent Sample t-Test โดยมีสมมติฐาน ว่า เพศต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมในการทำงานของนักบัญชีเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ต่างกัน (sig 2-tailed <.05) สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุมารพร บุญทอง (2559) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของ Pearson ระหว่างความสัมพันธ์ของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของนักบัญชี กับการเตรียมความพร้อมในการทำงานของนักบัญชีเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 (โดยการรวมตัวแปร) พบว่า ตัวแปรผลกระทบมีความสัมพันธ์ทางบวกกับตัวแปร การเตรียมความพร้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 (Sig < 0.01) โดยมีค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.907 การเตรียมความพร้อมของนักบัญชีให้ความสำคัญกับ เรื่องของ การทำงานเป็นทีม การทำงานร่วมกันกับคนหมู่มาก หรือที่เรียกว่า Teamwork และ การมีความคล่องแคล่วตัวในการเคลื่อนย้ายทั้งสถานที่ทำงาน และความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีต่างๆ โดยก้าวกระโดดทันตามในทุกเรื่องอย่างรวดเร็ว ทันเวลา สอดคล้องกับบทความทางวิชาการของ อุมารพร พงษ์ธาดา (2559)

สรุป

งานวิจัยเรื่อง การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของนักบัญชีในเขตบางนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อการทำงานของพนักงานบัญชีตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 และ เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมของพนักงานบัญชีเพื่อพัฒนาการทำงานให้สามารถรองรับนโยบายไทยแลนด์ 4.0 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักบัญชีในเขตบางนาจำนวน 398 คน โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ นักบัญชีส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ได้รับผลกระทบต่อการทำงานของนักบัญชีตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ในระดับปานกลาง และ มีการเตรียมความพร้อมในระดับปานกลางเช่นกัน ซึ่งจากผลการวิจัยที่ควรนำไปใช้ประโยชน์ในการหาแนวทางส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาทักษะของนักบัญชีให้มีความสามารถรองรับนโยบาย 4.0 โดยเฉพาะด้านที่พบว่ามีผลกระทบต่อการทำงานของนักบัญชี ได้แก่ด้าน Fintech ERP Big data และ Block-Chain

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยคือแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของนักบัญชีไทยเพื่อก้าวทันตามการเปลี่ยนแปลงจากนโยบายไทยแลนด์ 4.0

เอกสารอ้างอิง

- เสานีย์ ไทยรุ่งโรจน์. (2560). **Mega Trendsและการปรับตัวสู่ Thailand 4.0**. การบรรยาย งานสัมมนาพลังเครือข่ายสมาคมการค้า สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2561จาก [http://www.rid7.com/km/images/thailand 4.0/2.Mega%20Trend%20และการปรับตัวเข้าสู่%20Thailand%204.0%20โดย%20รศ.ดร.เส.pdf](http://www.rid7.com/km/images/thailand%204.0/2.Mega%20Trend%20และการปรับตัวเข้าสู่%20Thailand%204.0%20โดย%20รศ.ดร.เส.pdf)
- อุณากร พงษ์ธาดา. (2559). นักบัญชียุคดิจิทัลที่เกิดในรัชกาลที่ ๙. วารสารวิชาชีพบัญชี, 12(36), (ธันวาคม).
- อุมาพร บุญทอง. (2559). การศึกษาปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ปัจจัยกระบวนการความรู้ความเข้าใจ และปัจจัยกระบวนการทำงาน ที่มีผลต่อความพร้อมของนักบัญชีไทยเพื่อการรองรับเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy): กรณีศึกษานักบัญชีไทยในองค์กรธุรกิจ เขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Cochran, W. G. (1977). **Sampling Techniques**. 3rd ed. New York: John Wiley and Sons Inc.

ผลกระทบของการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีต่อผู้ประกอบการขนาดย่อม ในเขตบางนา

Impact of Personal Income Tax Restructuring to the Small Entrepreneurs in Bangna

มยุรี เกื้อสกุล, มหาวิทยาลัยธนบุรี¹
วรศักดิ์ หงษ์สุวรรณ, มหาวิทยาลัยธนบุรี²
Email: Mamablue_th@hotmail.co.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีผลต่อผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา และ เพื่อศึกษาถึงการปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเสียภาษีของผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา จากการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 384 คน คำนวณจากสูตรของ คอครัน (Cochran, 1977) ซึ่งใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน และเก็บข้อมูลโดยการสุ่มแบบบังเอิญ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนาได้รับผลกระทบจากการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในระดับปานกลาง เนื่องจากส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 150,001 - 200,000 บาท และการปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจ ส่วนใหญ่เลือกวิธีมองหาระบบใหม่ที่ได้รับการยกเว้นภาษี หรือยังไม่เสียภาษีขณะนี้ ได้แก่ การขายของออนไลน์ หรือ จดทะเบียนนิติบุคคลเพื่อจัดทำบัญชี เพื่อหักค่าใช้จ่ายจากการจ่ายจริง และเรียนรู้ในการจัดทำเอกสารเพื่อเสียภาษีอย่างถูกต้องโดยเฉพาะเอกสารค่าใช้จ่ายที่ลงเป็นรายจ่ายได้ ผู้ประกอบการยกเลิกธุรกิจที่ทำอยู่ไปแล้วเพราะเกรงว่าจะไม่มีกำไร หรือไม่คุ้มหากต้องจ่ายภาษีสูงขึ้น การวิเคราะห์ความแตกต่างโดย t-Test พบว่า เพศต่างกันได้รับผลกระทบจากการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต่างกัน และการวิเคราะห์ One-way ANOVA พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระดับรายได้ต่างกันเลือกการปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจโดยเลือกจดทะเบียนนิติบุคคล เพื่อจัดทำบัญชี เพื่อหักค่าใช้จ่ายจากการจ่ายจริง ต่างกัน โดยผู้ประกอบการที่มีรายได้สูงกว่า 300,000 บาท มีแนวโน้มการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลสูงขึ้น

คำสำคัญ: โครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ผู้ประกอบการขนาดย่อม

ABSTRACT

This research aims to study the impact of personal income tax restructuring on small entrepreneurs in Bangna area and to study the changing business practices to benefit the taxation of small entrepreneurs in Bangna. It is a survey research. Data was collect from small entrepreneurs in Bangna. The sample size of 384 people is based on the formula of Cochran (1977), which is used in cases where the size of the population is unknown by random collection. The study indicated that Small entrepreneurs in Bangna have been affected by moderate because most of them earn between 150,001 - 200,000 baht. For Business transformation mostly choose the method looking for a new business that is tax-exempt and corporate registration. They learn to prepare tax documents correctly, especially the expense document to pay. Some of them cancel their business because they are afraid that It will not profitable and it is not worth paying higher taxes. Differential analysis by t-test showed that different sexes were affected. The difference in personal income tax structure and the one-way analysis of ANOVA found that entrepreneurs with different income levels choose a modification of business operations by choosing a juristic person. The entrepreneurs who have higher income than 300,000 baht tend to register as a higher legal entity.

Keywords: Personal Income Tax Structure, Small Entrepreneurs

¹ มหาวิทยาลัยธนบุรี

² มหาวิทยาลัยธนบุรี

บทนำ

ในปัจจุบันเราต่างก็รู้กันดีว่ารายได้หลักที่สำคัญของรัฐบาลไม่ว่าจะเป็นประเทศใดก็ตามล้วนมาจากการจัดเก็บ “ภาษีอากร” ด้วยกันทั้งสิ้น เพราะเหตุที่ว่ารัฐบาลจำเป็นต้องบริหารและพัฒนาประเทศชาติให้มีความเจริญก้าวหน้าทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของประเทศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้ประชาชนในประเทศชาติดำรงชีวิตอย่างมีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดี รัฐบาลจึงจำเป็นต้องใช้เม็ดเงินจำนวนมาก ซึ่งเม็ดเงินเหล่านั้นส่วนใหญ่อีกคือ เงินภาษีอากร ที่ได้ถูกจัดเก็บมา โดยรัฐบาลจะต้องใช้สิ่งนี้เพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารประเทศชาติให้บรรลุเป้าหมาย ตลอดจนการกำหนดนโยบายทางการคลังเพื่อจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศให้แก่ประชาชนอย่างเท่าเทียมกัน

รัฐบาลของไทยได้มีการกำหนดรูปแบบการเสียภาษีอากรไว้หลายประเภท เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและเป็นธรรมในการจัดสรรทรัพยากร ด้วยเหตุนี้การเสียภาษีอากรนั้นจึงถือเป็นหน้าที่ของผู้ที่มีเงินได้ทุกประเภท และหากกล่าวถึงภาษีที่เกี่ยวข้องกับบุคคลธรรมดาทั่วไปอย่างเรามากที่สุด นั่นก็คือ “ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา” ซึ่งเป็นภาษีทางตรงที่ไม่สามารถผลักภาระภาษีไปให้ผู้อื่นได้ โดยผู้ที่ทำหน้าที่จัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาคือ กรมสรรพากร โดยเก็บจากฐานรายได้และฐานการบริโภคภายในประเทศ แต่เมื่อปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา ทางกระทรวงการคลังได้เสนอให้มีการปรับปรุงโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ตามพระราชบัญญัติฉบับที่ 629 พ.ศ.2560 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา วันที่ 26 มกราคม 2560 และเริ่มมีผลบังคับใช้ครั้งแรกในเดือนกันยายน 2560 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ถูกกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพอิสระหรือเจ้าของกิจการขนาดเล็ก ต้องนำรายได้ที่เกิดขึ้นในช่วงวันที่ 1 มกราคม – 30 มิถุนายน 2560 มายื่นแบบ ภ.ง.ด. 94 เพื่อเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาปี 2560 โดยการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในมาตรา 40 (7) และ 40 (8) แต่เดิมนั้นในมาตรา 40 (7) มีการหักค่าใช้จ่ายได้ ร้อยละ 70 ปัจจุบันหักค่าใช้จ่ายได้ตามจริงหรืออัตราเหมา เพียงร้อยละ 60 และสำหรับมาตรา 40 (8) เดิมหักค่าใช้จ่ายได้ ร้อยละ 65-80 ปัจจุบันหักค่าใช้จ่ายได้ตามจริงหรืออัตราเหมา เพียงร้อยละ 40-60 โดยการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่เกิดขึ้นนี้ ได้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการขนาดย่อม ซึ่งอาจจะต้องแบกรับภาระภาษีที่เพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการขนาดย่อมนี้จึงต้องมีการปรับตัว หรือการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบต่าง ๆ ของกิจการ เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการเสียภาษี ทั้งนี้ นโยบายภาษีสถานะนี้เป็นการผลักดันให้เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมให้เลือกทำกิจการในรูปแบบห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทมากขึ้นนั่นเอง ซึ่งประมาณว่าจะมีผู้ประกอบการเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจเพิ่มขึ้น 250,000 ราย และทำให้รัฐมีรายได้เพิ่มขึ้น 4,200 ล้านบาท

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงผลกระทบของการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการขนาดย่อมรวมถึงแนวทางการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเสียภาษีของผู้ประกอบการขนาดย่อม และนโยบายการปรับโครงสร้างภาษีบุคคลธรรมดาดังนี้ก็จะเกิดผลตามที่รัฐบาลวางแผนผลักดันผู้มีรายได้ 40(7) (8) ให้จดทะเบียนนิติบุคคลมากขึ้นได้จริงหรือไม่ โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษาความคิดเห็นจากผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา เพื่อให้ได้ทราบถึงความคิดเห็น และแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการขนาดย่อม อันนำมาซึ่งประโยชน์ต่อผู้เสียภาษีในการวางแผนภาษีของตนเองในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีผลต่อผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา
2. เพื่อศึกษาถึงการปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเสียภาษีของผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา จากการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

การทบทวนวรรณกรรม

การปรับเปลี่ยนโครงสร้างภาษีบุคคลธรรมดา

ประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับปีภาษี 2560 อย่างเป็นทางการ หลังจากใช้โครงสร้างภาษีเดิมมาตั้งแต่ปีภาษี 2535 หรือกว่า 25 ปีที่แล้วจึงเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ครั้งหนึ่งของประเทศไทย ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็น 2 ด้านดังนี้

ด้านลดภาระภาษี

1. เพิ่มค่าลดหย่อนส่วนตัวเป็น 60,000 ผู้เสียภาษีจะได้รับสิทธิค่าลดหย่อนส่วนตัวเพิ่มขึ้นจาก 30,000 เป็น 60,000
2. เพิ่มค่าลดหย่อนคู่สมรสเป็น 60,000 ผู้เสียภาษีจะได้รับสิทธิค่าลดหย่อนคู่สมรสเพิ่มขึ้นจาก 30,000 เป็น 60,000 แต่ยังคงให้ลดหย่อนคู่สมรสได้เพียงคนเดียวเหมือนเดิม
3. เพิ่มค่าลดหย่อนบุตรเป็น 30,000 ผู้เสียภาษีจะได้รับสิทธิค่าลดหย่อนบุตรเพิ่มขึ้นจาก 15,000 เป็น 30,000 และรอบนี้ยังสามารถลดหย่อนบุตรได้มากกว่า 3 คนอีกด้วย แต่ถ้านับการลดหย่อนบุตรที่เป็นบุตรบุญธรรมด้วยจะใช้สิทธิลดหย่อนรวมได้ไม่เกิน 3 คน

4. เพิ่มสิทธิหักค่าใช้จ่ายสำหรับเงินเดือน/ค่าจ้างทั่วไปเป็น 100,000 ผู้เสียภาษีจะได้รับสิทธิหักค่าใช้จ่ายสำหรับเงินเดือน (เงินได้ประเภทที่ 1) และค่าจ้างทั่วไป (เงินได้ประเภทที่ 2) เพิ่มขึ้นจาก 40% แต่ไม่เกิน 60,000 เป็น 50% แต่ไม่เกิน 100,000

5. เพิ่มสิทธิหักค่าใช้จ่ายสำหรับค่าลิขสิทธิ์และค่า Royalty เป็น 100,000 ผู้เสียภาษีจะได้รับสิทธิหักค่าใช้จ่ายแบบเหมาสำหรับค่าลิขสิทธิ์ รวมถึงค่า Royalty และค่า Goodwill เพิ่มขึ้นจาก 40% แต่ไม่เกิน 60,000 เป็น 50% แต่ไม่เกิน 100,000 หรือจะเลือกหักค่าใช้จ่ายตามจริงก็สามารถทำได้แล้ว

6. เปลี่ยนเกณฑ์เงินได้ที่ต้องยื่นภาษีให้สูงขึ้น เกณฑ์เงินได้ที่ผู้มีเงินได้มีหน้าที่ต้องยื่นภาษีสูงขึ้นจากต้องมีเงินได้ตลอดทั้งปี เกิน 30,000 (เฉลี่ยเดือนละ 2,500) เป็นต้องมีเงินได้ตลอดทั้งปี เกิน 60,000 (เฉลี่ยเดือนละ 5,000) แต่ถ้าเป็นกรณีที่มีเงินได้จากเงินเดือน (เงินได้ประเภทที่ 1) เพียงทางเดียว เกณฑ์เงินได้ที่ผู้มีเงินได้มีหน้าที่ต้องยื่นภาษีสูงขึ้นจากต้องมีเงินได้ตลอดทั้งปี เกิน 50,000 (เฉลี่ยเดือนละ 4,166.67) เป็นต้องมีเงินได้ตลอดทั้งปี เกิน 120,000 (เฉลี่ยเดือนละ 10,000)

7. ปรับเกณฑ์เงินได้สุทธิสำหรับอัตราภาษีขั้นบันไดสุดท้าย ผู้เสียภาษีที่มีอัตราภาษีสูงถึงขนาดต้องเสียภาษีในอัตรา 35% จากเดิมจะใช้กับเงินได้สุทธิส่วนที่เกิน 4,000,000 เป็นเงินได้สุทธิส่วนที่เกิน 5,000,000

ด้านเพิ่มภาระภาษี

1. ลดสิทธิหักค่าใช้จ่ายสำหรับค่ารับเหมาเหลือ 60% ผู้เสียภาษีจะได้รับสิทธิหักค่าใช้จ่ายแบบเหมาสำหรับการรับเหมาทั้งค่าแรงและค่าของ (เงินได้ประเภทที่ 7) ลดลงจาก 70 % เหลือเป็น 60%

2. ลดสิทธิหักค่าใช้จ่ายสำหรับเงินได้อื่นๆ สูงสุดเหลือ 60% ผู้เสียภาษีจะได้รับสิทธิหักค่าใช้จ่ายแบบเหมาสำหรับเงินได้อื่นๆ (เงินได้ประเภทที่ 8) ที่สามารถหักค่าใช้จ่ายแบบเหมาได้ลดลงทุกรายการจากสูงสุด 85% เหลือเป็น 60%

สรุป

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภาษีปี 2560 ครั้งนี้ ในภาพรวมช่วยให้ผู้มีรายได้จากงานประจำเสียภาษีถูกลงทันที เพราะได้สิทธิค่าลดหย่อนและค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ทำให้คนที่มียอดเงินเดือนเฉลี่ยไม่เกิน 26,000 ก็ไม่มีหน้าที่ต้องเสียภาษี ส่วนคนที่มียอดเงินเดือนเฉลี่ยไม่เกิน 10,000 ก็จะไม่มียอดที่ต้องยื่นภาษี แต่ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นสวนทางกับเจ้าของธุรกิจซึ่งทำกิจการรับเหมาหรือทำกิจการค้าขายในรูปแบบบุคคลธรรมดา เพราะจะมีภาระภาษีเพิ่มขึ้นทันทีเนื่องจากเสียสิทธิค่าใช้จ่ายแบบเหมาไปพอสมควร ทั้งนี้ คาดว่านโยบายภาษีสักขณนี้ เป็นการผลักดันให้เจ้าของธุรกิจเลือกทำกิจการในรูปแบบบริษัทมากขึ้นนั่นเอง

ระเบียบวิธีวิจัย

ด้านประชากร ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา ที่ประกอบกิจการโดยอยู่ในกลุ่มผู้มีเงินได้ที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาประเภท (7) (8) ซึ่งไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความมากมาย

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คำนวณจากสูตรของ คอเครน (Cochran, 1977) ซึ่งใช้ในกรณีที่ไม่มีทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความมากมายและต้องการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร หรือ $p = 0.5$ ซึ่งจะสุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ดังนี้

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

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

p = สัดส่วนของลักษณะ

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.95$

- ถ้าระดับความเชื่อมั่น 99% หรือระดับนัยสำคัญ 0.01 มีค่า $Z = 2.59$

จากประชากรจำนวนมาก ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5% และสัดส่วนลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถแทนค่าได้ดังนี้

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

$$n = \frac{(1.95)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 3.84.16 \approx 384$$

จากการคำนวณจะได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 384 ตัวอย่าง จึงกำหนดให้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง ซึ่งจะเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา เท่านั้น

เครื่องมือการวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยกำหนดตัวแปรที่ได้จากการศึกษาจาก ทฤษฎี เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยวิเคราะห์ตัวแปร ลักษณะของเครื่องมือคือแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) สถานภาพ 4) ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม 5) ลักษณะของกิจการ 6) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาหรือไม่ 7) เป็นผู้มีเงินได้อยู่ในประเภทใด 8) รายได้ต่อปีโดยประมาณของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลกระทบและปัญหาที่เกิดจากการประกอบสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา แบ่งออกเป็น 2 ด้านดังนี้ 1) ด้านผลกระทบจากการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดารูปแบบใหม่ 2) ด้านแนวทางการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน เพื่อวัดความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสอบถามกับ วัตถุประสงค (Index of item-Objective Congruence : IOC)

ขั้นตอนการตรวจสอบมีดังนี้คือ

1. ผู้เชี่ยวชาญเทียบแผนผังการสร้างคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นกับกรอบแนวคิด
2. ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาข้อคำถามเทียบกับวัตถุประสงค์ในการวัด โดยให้คะแนนดังนี้

- +1 หมายความว่า แนใจ ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด
- 0 หมายความว่า ไม่แนใจ ว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด
- 1 หมายความว่า แนใจว่า ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด

3. นำคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ หาค่า IOC รายข้อจากสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้อง

R = คะแนนความเห็นของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่าน

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

การตัดสินใจดัชนีความสอดคล้องตามเกณฑ์ต่อไปนี้ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544)

IOC มีค่าตั้งแต่ 0.50 ถึง 1.00 แสดงว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนของวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

IOC มีค่าน้อยกว่า 0.50 แสดงว่าข้อคำถามไม่เป็นตัวแทนของวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด

ซึ่งผลที่ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ 0.67-1.00

4. เก็บข้อมูลจากกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด (Try out) มาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง (Reliability Test) ซึ่งเป็นการวัดค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) ด้วยวิธีการของสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลที่ได้จากการทดสอบความเที่ยงของมาตรวัดโดยวิธีการนี้ จะช่วยให้ค่าสัมประสิทธิ์ของความเที่ยงที่สูงขึ้น รวมทั้งช่วยให้ผู้วิจัย ตัดรายการคำถามที่มีค่าความเที่ยงต่ำออก (Alpha if Item Deleted) (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544) เพื่อนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อจัดทำแบบสอบถามให้เป็นฉบับที่สมบูรณ์ก่อนนำไปเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try out) 30 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างในเขตพระโขนง การทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค 0.927

การเก็บข้อมูล เก็บข้อมูลโดยการสุ่มแบบบังเอิญ

สถิติการวิจัย ใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ t-Test และ One-way Anova

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ผลกระทบของการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ที่มีต่อผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา จำนวน 384 ราย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 263 คน (คิดเป็นร้อยละ 68.5) มีอายุระหว่าง 26-40 ปี เป็นส่วนใหญ่ มีจำนวน 181 คน (คิดเป็นร้อยละ 41.1) รองลงมา มีอายุ 40-50 ปี มีจำนวน 95 คน (คิดเป็นร้อยละ 24.7) ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว จำนวน 191 คน (คิดเป็นร้อยละ 49.7) โดยมีระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 198 คน (คิดเป็นร้อยละ 61.7) โดยลักษณะของกิจการส่วนใหญ่เป็นการเปิดร้านอาหาร 146 คน (คิดเป็นร้อยละ 38) เป็นผู้มีเงินได้ประเภท 40(8) 213 คน (คิดเป็นร้อยละ 55.5) ซึ่งส่วนใหญ่ไม่เสียภาษี 237 คน (คิดเป็นร้อยละ 61.7) และส่วนใหญ่เป็นผู้มีเงินได้อยู่ระหว่าง 150,001 - 200,000 บาท จำนวน 124 คน (คิดเป็นร้อยละ 32.3)

การวิเคราะห์ผลกระทบและปัญหาที่เกิดจากการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา

ตารางที่ 1 ผลกระทบจากการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดารูปแบบใหม่ที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา

ผลกระทบจากการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดารูปแบบใหม่	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ท่านเสียภาษียิ่งมากขึ้น	3.03	1.18	ปานกลาง
2. การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ท่านหักค่าใช้จ่ายได้น้อยลง	3.16	1.09	ปานกลาง
3. การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ท่านต้องระงับเรื่องเอกสารการหักค่าใช้จ่าย	3.13	1.10	ปานกลาง
4. การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ท่านต้องมีหลักฐานการหักค่าใช้จ่ายที่ต้องชัดเจน	3.06	1.16	ปานกลาง
5. การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ท่านมีภาระภาษีเพิ่ม	3.05	1.11	ปานกลาง
6. การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ท่านวางแผนภาษีได้ยากขึ้น	3.04	1.11	ปานกลาง
7. การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ท่านประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ	2.97	1.24	ปานกลาง
8. การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ท่านมีข้อขัดแย้งกับทางเจ้าหน้าที่สรรพากร	2.66	1.46	ปานกลาง
9. การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ท่านมีความต้องการเลิกทำธุรกิจ	2.61	1.08	ปานกลาง
10. การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ท่านรู้สึกไม่ได้รับความเป็นธรรมในการเสียภาษี	3.01	1.13	ปานกลาง
11. การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ท่านต้องโอนสินทรัพย์ส่วนตัวให้แก่กิจการ กรณีปรับเปลี่ยนเป็นนิติบุคคล ซึ่งมีความเสี่ยงในการสูญเสียสินทรัพย์ส่วนตัว	3.00	1.16	ปานกลาง
12. การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ท่าน มีความต้องการจัดทำบัญชี และเปลี่ยนกิจการเป็นนิติบุคคล	2.83	1.21	ปานกลาง
13. การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ท่านมีค่าใช้จ่ายในการจัดทำบัญชี และการยื่นเสียภาษีเพิ่มขึ้น	2.97	1.05	ปานกลาง
14. การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้กิจการของท่านประสบปัญหาในการแบ่งกำไร และการลงเงินของหุ้นส่วน	2.95	0.96	ปานกลาง
15. การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ท่านมีความเข้าใจในการยื่นเสียภาษีเงินได้ทั้งบุคคลธรรมดา และนิติบุคคลมากขึ้น	3.00	1.05	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 ผลกระทบจากการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแบบใหม่ส่งผลต่อผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนาโดยรวมแล้วอยู่ในระดับปานกลาง และพิจารณาเป็นรายข้อตามลำดับได้ดังนี้ การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้หักค่าใช้จ่ายได้น้อยลง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.16) การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ต้องระงับเรื่องเอกสารการหักค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.13) การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ต้องมีหลักฐานการหักค่าใช้จ่ายที่ต้องชัดเจนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.06) การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้มีการเสียภาษีเพิ่มอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.05) การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้วางแผนภาษีได้ยากขึ้น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.04) การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้เสียภาษียากขึ้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.03)

ตารางที่ 2 แนวทางการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดย่อมในเขตบางนา

แนวทางการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการขนาดย่อม	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ท่านต้องวางแผนภาษีใหม่	2.89	1.14	ปานกลาง
2. ท่านเปลี่ยนไปจดทะเบียนนิติบุคคล เพื่อจัดทำบัญชี เพื่อหักค่าใช้จ่ายจากการจ่ายจริง	3.09	1.08	ปานกลาง
3. การปรับเปลี่ยนกิจการเป็นนิติบุคคลท่านต้องโอนสินทรัพย์ส่วนตัวลงสู่กิจการ	3.03	1.09	ปานกลาง
4. ท่านหลีกเลี่ยงการเสียภาษีแบบถูกต้อง	2.98	1.09	ปานกลาง
5. ท่านหลบหนีการเสียภาษีแบบถูกต้อง	3.07	1.11	ปานกลาง
6. ท่านวางแผนภาษีโดยกระจายฐานภาษี เช่น ให้เป็นเงินได้ของภรรยาหรือบุตรที่บรรลุนิติภาวะ	3.00	1.12	ปานกลาง
7. ท่านดำเนินธุรกิจน้อยลง	3.06	1.20	ปานกลาง
8. ท่านมองหาระบบภาษีที่ได้รับการยกเว้นภาษี	3.10	1.15	ปานกลาง
9. ท่านเสียภาษีอย่างถูกต้อง เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจของท่าน	3.05	1.16	ปานกลาง
10. ท่านเรียนรู้ในการจัดทำเอกสารเพื่อเสียภาษีอย่างถูกต้องโดยเฉพาะเอกสารค่าใช้จ่ายที่ลงเป็นรายจ่ายได้	3.09	1.24	ปานกลาง
11. ท่านได้ยกเลิกธุรกิจที่ท่านทำอยู่ไปแล้วเพราะเกรงว่าจะไม่มีกำไร หรือไม่คุ้มหากต้องจ่ายภาษีสูงขึ้น	3.08	1.14	ปานกลาง
12. ท่านโอนกิจการให้ทายาท หรือบุคคลในครอบครัวทำต่อไป	2.97	1.18	ปานกลาง
13. ท่านขายกิจการให้ผู้อื่นดำเนินการต่อไป	2.99	1.14	ปานกลาง
14. ท่านขยายธุรกิจเดิมให้ใหญ่ขึ้นเพื่อรองรับการจัดเก็บภาษีที่ถูกต้อง และเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน	3.06	1.12	ปานกลาง
15. ท่านขยายการลงทุนไปยังธุรกิจอื่นๆเพื่อกระจายความเสี่ยงจากธุรกิจเดิม โดยไม่ได้กังวลเรื่อง การปรับโครงสร้างภาษีในปี 2560 นี้	3.00	1.14	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 ผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดย่อม มีแนวทางการแก้ปัญหาที่เกิดจากผลกระทบการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดย การมองหาระบบภาษีที่ได้รับการยกเว้นภาษี หรือยังไม่เสียภาษีขณะนี้ ได้แก่ การขายของออนไลน์ ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.10) จดทะเบียนนิติบุคคล เพื่อจัดทำบัญชี เพื่อหักค่าใช้จ่ายจากการจ่ายจริง และเรียนรู้ในการจัดทำเอกสารเพื่อเสียภาษีอย่างถูกต้องโดยเฉพาะเอกสารค่าใช้จ่ายที่ลงเป็นรายจ่ายได้ ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.09) ผู้ประกอบการยกเลิกธุรกิจที่ท่านทำอยู่ไปแล้ว เพราะเกรงว่าจะไม่มีกำไร หรือไม่คุ้มหากต้องจ่ายภาษีสูงขึ้นในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.08) ใช้วิธีหลบหนีการเสียภาษีแบบถูกต้อง ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.07) ขยายธุรกิจเดิมให้ใหญ่ขึ้นเพื่อรองรับการจัดเก็บภาษีที่ถูกต้อง และเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน และ เลือกที่จะดำเนินธุรกิจน้อยลง ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.06) เลือกเสียภาษีอย่างถูกต้อง เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจของท่าน ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.05) มีการปรับเปลี่ยนกิจการเป็นนิติบุคคลท่านต้องโอนสินทรัพย์ส่วนตัวลงสู่กิจการ ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.03) ใช้วิธีวางแผนภาษีโดยกระจายฐานภาษี เช่น ให้เป็นเงินได้ของภรรยาหรือบุตรที่บรรลุนิติภาวะ และขยายการลงทุนไปยังธุรกิจอื่นๆเพื่อกระจายความเสี่ยงจากธุรกิจเดิม โดยไม่ได้กังวลเรื่องการปรับโครงสร้างภาษีในปี 2560 นี้ ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.00) ขายกิจการให้ผู้อื่นดำเนินการต่อไปในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 2.99) หลีกเลี่ยงการเสียภาษีแบบถูกต้อง ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 2.98) โอนกิจการให้ทายาท หรือบุคคลในครอบครัวทำต่อไป ($\bar{X}$ = 2.97) และวางแผนภาษีใหม่ ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 2.89)

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

การวิเคราะห์ Independent Sample t-Test โดยมีสมมติฐานว่า เพศต่างกัน ได้รับผลกระทบจากการปรับโครงสร้าง
ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า เพศต่างกันได้รับผลกระทบแตกต่างกัน (sig 2-tailed <.05)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ Independent Sample t-Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
ผลกระทบ	Equal variances assumed	.174	.677	2.870	382	.004	.25904	.09026

การวิเคราะห์ One-way Anova โดยมีสมมติฐานว่า ระดับรายได้ต่างกัน เลือกที่จะจดทะเบียนนิติบุคคล เพื่อจัดทำบัญชี
เพื่อหักค่าใช้จ่ายจากการจ่ายจริง ต่างกัน (Sig=.000)

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ One-way Anova

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	53.261	4	13.315	11.001	.000
Within Groups	458.739	379	1.210		
Total	512.000	383			

หากวิเคราะห์ในรายคู่พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้ ไม่เกิน 150,000 บาท ต่อปี จะมีการเลือกที่จะจดทะเบียนนิติบุคคล
เพื่อจัดทำบัญชี เพื่อหักค่าใช้จ่ายจากการจ่ายจริงแตกต่างจากผู้ประกอบการที่มีรายได้ 300,000 บาท ต่อปี และ ผู้ประกอบการที่มี
รายได้ 150,000-200,000 บาทต่อปี ก็เลือกที่จะจดทะเบียนนิติบุคคล เพื่อจัดทำบัญชี เพื่อหักค่าใช้จ่ายจากการจ่ายจริงแตกต่างจาก
ผู้ประกอบการที่มีรายได้ 300,000 บาท ต่อปี เช่นกัน

ตารางที่ 5 วิเคราะห์รายคู่

Multiple Comparisons					
(I) รายได้ต่อปี		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	
Scheffe	ไม่เกิน 150,000 บาท	150,001 - 200,000	.18643	.14706	.807
		300,001 ขึ้นไป	-.96594*	.20909	.000
	150,001 - 200,000	ไม่เกิน 150,000 บาท	-.18643	.14706	.807
		300,001 ขึ้นไป	-1.15238*	.20399	.000

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

อภิปรายผล

ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในเขตบางนาที่ประกอบธุรกิจ โดยมีรูปแบบเจ้าของคนเดียว ไม่ใช่นิติบุคคล ที่ผู้วิจัยได้ทำการ
สำรวจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-40 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว โดยมีระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ ต่ำกว่าปริญญาตรี

ลักษณะของกิจการส่วนใหญ่เป็นการเปิดร้านอาหาร เป็นผู้มีเงินได้ประเภท 40(8) และส่วนใหญ่เป็นผู้มีเงินได้อยู่ระหว่าง 150,001 - 200,000 บาท โดยได้รับผลกระทบจากการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากรายได้ไม่สูงมากนัก ผลกระทบที่ได้รับคือ ทำให้หักค่าใช้จ่ายได้น้อยลง เพราะตามโครงสร้างใหม่กำหนดอัตราการหักค่าใช้จ่ายแบบเหมาลดลง โดยเฉพาะการหักค่าใช้จ่ายสำหรับผู้มีเงินได้ตามมาตรา 40 (8) ที่ลดลงเหลือเพียงร้อยละ 60 ทุกประเภทรายได้ที่กำหนดใน มาตรา 40(8) ของเงินได้บุคคลธรรมดา ซึ่งหากผู้ประกอบการต้องการจัดทำบัญชีเพื่อขอหักค่าใช้จ่ายจริง ตามความจำเป็นและสมควร การปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้ต้องระวังเรื่องเอกสารการหักค่าใช้จ่าย และทำให้ต้องมีหลักฐานการหักค่าใช้จ่ายที่ต้องชัดเจน ผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับการปรับโครงสร้างภาษีใหม่ทำให้มีการภาษีเพิ่ม ทำให้วางแผนภาษีได้ยากขึ้น และทำให้เสียภาษีมากขึ้น สอดคล้องกับ วิริยา แซ่หลี่ (2561) บทวิเคราะห์ผลกระทบของการปรับปรุงกฎหมายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต่อผู้ประกอบการในประเทศไทย ซึ่งได้เขียนบทความวิเคราะห์ผลกระทบในการปรับปรุงโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ที่มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการในประเทศไทย โดยวิเคราะห์ว่ามีผลกระทบต่อการเลือกรูปแบบในการประกอบธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจะพิจารณาจากผลประโยชน์ที่ตนต้องการเพราะรูปแบบบุคคลธรรมดา และนิติบุคคลต่างมีข้อดีข้อเสียแตกต่างกัน แบบบุคคลธรรมดา ไม่มีค่าใช้จ่ายในการจัดทำบัญชี แต่เมื่อหักเหมาได้น้อยลงต้องเสียภาษีมากขึ้นสำหรับผู้ประกอบการที่มีรายได้สูงๆ ก็เลือกที่จะเปลี่ยนเป็นนิติบุคคลเพื่อการประหยัดภาษี ผลกระทบในด้านต้นทุนในการประกอบธุรกิจ หากผู้ประกอบการเลือกเปลี่ยนเป็นรูปแบบเป็นนิติบุคคลจะมีค่าใช้จ่ายในการจัดทำบัญชีเพิ่มขึ้น แต่ค่าใช้จ่ายในการประกอบธุรกิจก็นำมาหักได้ตามเงื่อนไข มาตรา 65 ทวิ และ 65 ตรีของประมวลรัษฎากร ซึ่งอาจจะหักได้มากกว่าค่าใช้จ่ายเหมาร้อยละ 60 และ อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่มีอัตราคงที่ ไม่ใช่อัตราก้าวหน้าดังเช่นอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ก็มีส่วนในการดึงดูดการเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ แต่ก็จะมีผลกระทบด้านจิตวิทยาที่ผู้ประกอบการคาดว่าจะต้องเข้าไปอยู่ในระบบภาษีของรัฐอย่างเต็มรูปแบบ และวิตกในเรื่องการถูกตรวจสอบการเสียภาษีเท่ากับเพิ่มภาระในอนาคต

สรุป

การวิจัยเรื่องผลกระทบของการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ที่มีต่อผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่มีผลต่อผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา และเพื่อศึกษาถึงการปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการเสียภาษีของผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา จากการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยเป็นวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนา ผลการศึกษาพบว่า การปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา มีผลกระทบต่อผู้ประกอบการขนาดย่อมในเขตบางนาในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่มีรายได้สูงไม่มากนัก และสำหรับแนวทางการแก้ปัญหาที่จะมีหลากหลายความคิด ได้แก่การมองหาธุรกิจใหม่ที่ได้รับการยกเว้นภาษี หรือยังไม่เสียภาษีขณะนี้ เช่น การขายของออนไลน์ การจดทะเบียนนิติบุคคล เพื่อจัดทำบัญชี เพื่อหักค่าใช้จ่ายจากการจ่ายจริง และเรียนรู้ในการจัดทำเอกสารเพื่อเสียภาษีอย่างถูกต้องโดยเฉพาะเอกสารค่าจ้างที่ลงเป็นรายจ่ายได้ ผู้ประกอบการยกเลิกธุรกิจที่ทำอยู่ไปแล้วเพราะเกรงว่าจะไม่มีกำไร หรือไม่คุ้มหากต้องจ่ายภาษีสูงขึ้น ใช้วิธีหลบหนีการเสียภาษีแบบถูกต้อง ขยายธุรกิจเดิมให้ใหญ่ขึ้นเพื่อรองรับการจัดเก็บภาษีที่ถูกต้อง และเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน และ เลือกที่จะดำเนินธุรกิจน้อยลง เลือกเสียภาษีอย่างถูกต้อง เพื่อไม่ให้เกิดปัญหากับธุรกิจ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปมีดังนี้คือ

1. สำรวจข้อมูลจากธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ขึ้นที่ยังอยู่ในรูปเจ้าของคนเดียว หรือ ไม่นิติบุคคล
2. ทำการวิจัยเชิงคุณภาพในการติดตามผู้ประกอบการที่เปลี่ยนรูปแบบธุรกิจว่ามีผลกระทบในด้านการดำเนินธุรกิจ

การเสียภาษี ผลดี ผลเสียของการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

- พระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 44). (2560, 26 มกราคม). **ราชกิจจานุเบกษา**. เล่มที่ 134 ตอนที่ 12 ก. หน้า 23 สืบค้นเมื่อ 21 มิถุนายน 2561จาก [https://www.goldtraders.or.th/downloads/rd/27-01-60\(23\).PDF](https://www.goldtraders.or.th/downloads/rd/27-01-60(23).PDF)
- วิริยา แซ่หลี่. (2561). **บทวิเคราะห์ผลกระทบของการปรับปรุงกฎหมายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต่อผู้ประกอบการในประเทศไทย**. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 37(3), (พฤษภาคม-มิถุนายน) สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2561 จาก http://journal.msu.ac.th/upload/articles/article2175_39282.pdf
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). **สถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ: บริษัท เพ็ญฟ้า พรินติ้ง จำกัด.
- Cochran, W. G. (1977). **Sampling Techniques**. 3rd ed. New York: John Wiley and Sons Inc.

การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช

Performance Assessment of Community-Based Tourism Management by Tha samet Cha-uat District, Nakhon Si Thammarat Province

ชัยรัตน์ จุสปาโล, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย¹

Email: Chairat.jus@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์หลัก 2 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาบริบทการดำเนินงานของชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด อ.ชะอวด นครศรีธรรมราช 2) เพื่อประเมินศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด อ.ชะอวด นครศรีธรรมราช ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การสำรวจ การสังเกตการณ์ สันทนาการกลุ่มย่อย สัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชน ผลการวิจัยพบว่า บริบทการดำเนินงานของชุมชนท่องเที่ยวชะอวด ขับเคลื่อนโดยคณะกรรมการท่องเที่ยวชุมชนท่าเสม็ด ร่วมกับชาวบ้านในพื้นที่ โดยการนำเอาทรัพยากรในพื้นที่มาพัฒนาเป็นฐานการเรียนรู้ เป้าหมายการท่องเที่ยวต้องการเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้อัตลักษณ์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น สำหรับนักเรียน นักศึกษา และผู้คนทั่วไป ส่วนผลการประเมินศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด พบว่า ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนและด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดีมีศักยภาพน้อย แต่อย่างไรก็ตามพบว่าในด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน และด้านบริการและความปลอดภัย มีศักยภาพมาก

คำสำคัญ: ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชน

ABSTRACT

This research has two main objectives: 1) To study the context of the Tha samet Cha-uat District, Nakhon Si Thammarat Province 2) To evaluate the potential for community tourism management. Method of qualitative research by survey, observation group discussion An in-depth interview was conducted with those involved in community tourism. The findings of this research were as follows: The operational context of the tourism community is driven by Sub-district Officer. The goal of community based tourism is to be a learning resource for the local culture of students, students and the general tourist. The results of the assessment of the potential for community-based tourism management. The Tha samet community found that the management of community tourism and the management of economic, social and good quality of life has relatively little potential. However, it was found that in the field of conservation and promotion of cultural heritage. Management of natural resources and environment in a systematic and sustainable manner. And the service and safety are very high potential.

Key word : Potential for community-based tourism management, Community-based Tourism

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญ ในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวปัจจุบันมีแนวโน้มที่ต้องพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นำไปสู่ความยั่งยืนต้องการให้นักท่องเที่ยวทำให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ และนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังว่าการท่องเที่ยว

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ก่อให้เกิดการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ที่แปลกใหม่ นโยบายรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับแนวคิดพัฒนาเศรษฐกิจของชาติโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญ เพื่อให้การท่องเที่ยวได้สร้างนวัตกรรมหรือความคิดสร้างสรรค์สนับสนุนให้เกิดแหล่งเที่ยวใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยสะท้อนวิถีไทย ที่มีจุดประสงค์สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาให้ชุมชนนั้นๆ ให้เกิดความยั่งยืน โดยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับทรัพยากรทางธรรมชาติประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชนในเชิงการเรียนรู้

ชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด เป็นชุมชนขนาดเล็ก ฐานทรัพยากรธรรมชาติที่จะเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมีน้อยเนื่องจากชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด ก็ไม่ได้มีพื้นที่ติดทะเลสาบสงขลา ชาวบ้านโดยการนำของกำนันชะอวด ได้พยายามที่ใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวนำ แทนการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ โดยใช้แนวคิดที่นำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว คือ “การท่องเที่ยวเชิงเกษตร” เป้าหมายการท่องเที่ยวต้องการเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้การเกษตรและวัฒนธรรมท้องถิ่นของนักเรียน นักศึกษา และผู้คนทั่วไป (ชัยรัตน์ จุสปาโล และคณะ, 2560)

ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาบริบทการดำเนินงานของชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด อ.ชะอวด จ.นครศรีธรรมราช และประเมินศักยภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อนำไปสู่การค้นหานโยบายในการบริหารจัดการใหม่ๆ เพื่อนำเสนอต่อพื้นที่ชุมชนท่าเสม็ด นำไปสู่การพัฒนายกระดับการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น และเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนในพื้นที่สามารถจัดทำแผนบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชนตนเองได้ในอนาคต เมื่อเกิดการจัดการอย่างเป็นระบบและประสบความสำเร็จ ในอนาคตอันใกล้คิดว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด จะกลายเป็นจุดท่องเที่ยวที่สำคัญของพื้นที่ภาคใต้ และสามารถสร้างฐานความรู้สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้มีเศรษฐกิจทางเลือกโดยใช้การท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อน สร้างรายได้ และส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้คนในพื้นที่ตำบลชะอวด ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบริบทการดำเนินงานของชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด อ.ชะอวด จ.นครศรีธรรมราช
2. เพื่อประเมินศักยภาพในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด อ.ชะอวด จ.นครศรีธรรมราช

บททวนวรรณกรรม

แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การมีชุมชนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา การเชื่อมโยงการพัฒนาอย่างบูรณาการ การบริหารจัดการโดยหลักธรรมาภิบาล ส่งผลก่อให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศรวมทั้งการแข่งขันที่สูงขึ้น การเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระดับประเทศและท้องถิ่น การท่องเที่ยวเป็นทางหนึ่งของการนำรายได้เข้าสู่ชุมชน เป็นการส่งผลถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรในชุมชน การส่งเสริมความภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชน (บุญเลิศ จิตต์วัฒนา, 2548)

การท่องเที่ยวของชุมชน โดยส่วนใหญ่เริ่มต้นจากศึกษาศักยภาพทั่วไปทางด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน รวมทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นอันเป็นสมบัติเฉพาะถิ่นของชุมชน หากปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการวางแผนการท่องเที่ยว เพื่อวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและเพื่อหารูปแบบ การบริหารจัดการและกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยวหรือเส้นทางที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาด้านการตลาดและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อพัฒนาบุคลากรและเครือข่ายทางการท่องเที่ยว เพื่อเตรียมพร้อมรองรับการเข้ามาของนักท่องเที่ยวและศึกษามุมมองจากนักท่องเที่ยว ประเด็นที่สำคัญของการท่องเที่ยวการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือการ “ทำอย่างไร” เพื่อให้เกิดความสำเร็จในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวในชุมชนหรือโดยชุมชนได้ (พจนา สวนศรี, 2546)

สินธุ์ สโรบล (2546) ได้เสนอปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นฐานการพัฒนาที่แท้จริงนั้นต้องมาจากชุมชนและประชากรในชุมชนใช้ฐานทรัพยากรหรือต้นทุนของชุมชนที่มีอยู่เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ซึ่งฐานทรัพยากรหรือต้นทุนของชุมชนดังกล่าวนี้ ได้แก่ ทุนทางธรรมชาติ (Natural Resources Capital) ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture Capital) ทุนทางภูมิปัญญา (Wisdom Capital) ทุนทางเศรษฐกิจ (Economic Capital)

การศึกษาศักยภาพของชุมชนพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศหลายงาน จะเห็นถึงประเด็นที่น่าสนใจสู่การปฏิบัติได้คือการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการประสานงานและให้ข้อมูลบริบทชุมชน เกิดเป็นโปรแกรมศึกษาวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งนักวิจัยใช้คำว่า ทำเรื่องราว หรือ Stories เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่โดดเด่น ซึ่งกระบวนการนี้นักวิจัยได้สรุปให้ชัดเป็นกลไก 3 ส่วน คือ การใช้พลังชุมชนขับเคลื่อน การค้นหาของดีของท้องถิ่นและ การใช้กลยุทธ์การเสริมสร้างพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ส่วนใหญ่จะเสนอแนะให้เป็นรูปแบบคณะกรรมการ โดยชุมชนมีส่วนร่วม มีการเสนอสมาชิกในคณะกรรมการซึ่งควรมาจากทั้งภายในและภายนอกชุมชน ซึ่งมีโครงสร้างคือประธาน รองประธาน เลขานุการ กรรมการ และประธานกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มบ้านพัก กลุ่มท่องเที่ยว กลุ่มสินค้าบริการ กลุ่มอาหาร กลุ่มต้อนรับ กลุ่มอนุรักษ์ เป็นต้น รวมทั้งมีคณะกรรมการที่ปรึกษาซึ่งจะเป็นตัวแทนจากภายนอก หน้าที่หลักของคณะกรรมการควรกำหนดระบบวิธีการในการจัดการท่องเที่ยว กำหนดกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม ซึ่งสะท้อนความเป็นชุมชนรวมถึงภูมิปัญญาและวิถีชีวิตชุมชน

การจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนนั้นควรมีทุกภาคส่วนที่สำคัญเกี่ยวข้อง ลักษณะการบริหารจัดการท่องเที่ยวในชุมชนได้ดีกว่า ควรเลือกนำหลักการและลักษณะเด่นของการท่องเที่ยวในแต่ละรูปแบบมาปรับใช้ และแก้ไขจุดด้อยหรือปัญหาทางการท่องเที่ยวของชุมชน แต่ให้คงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของความเป็นชุมชน แนวคิดที่เป็นแบบอย่างที่ดีคือการนำเสนอแนวคิดการศึกษาแบบ “องค์รวม” ซึ่งคือการนำแนวคิดและหลักการของหลายๆ ส่วนมาผสมผสาน เช่นแนวคิดรูปแบบต่างๆ ของการท่องเที่ยว แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนมาพิจารณา

Rochanrugsat (2008) ใช้เทคนิคเดลไฟในการสอบถามกับนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและผู้ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยว โดยชุมชนที่มีประสบการณ์สูง พบว่าในการประเมินความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย 1) การท่องเที่ยวโดยชุมชนควรสร้างการมีส่วนร่วมทั้งชุมชน 2) ผลประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรกระจายรายได้เท่าเทียมทั่วถึงอย่างยุติธรรม 3) ให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยว 4) การท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีหน่วยงานภายนอกเข้ามีส่วนร่วมช่วยสนับสนุน 5) ควรมีองค์การที่ดูแลเรื่องความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน 6) ให้ความสำคัญกับอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชน ปัจจัยเหล่านี้ชุมชนควรมีส่วนร่วมในการตรวจสอบมีส่วนร่วมในการใช้ทรัพยากรและมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ยิ่งไปกว่านั้นชุมชนควรทำนุบำรุงรักษาวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ให้เป็นที่พอใจของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชน

ปัจจัยความสำเร็จการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีนักวิชาการหลายท่านศึกษาอย่างต่อเนื่องโดยใช้ทฤษฎีต่างๆ ศึกษาการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณโดยใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวของชุมชนที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในชุมชน องค์การปกครองท้องถิ่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว (Jamal & Getz, 1995; Kibicho, 2008; Manyara & Jones, 2007; Rochanrugsat, 2008) Jamal & Getz (1995) ได้นำแนวคิดในการวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วมใน 6 เรื่อง ได้แก่ 1) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความตระหนักในการวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน 2) การจัดการเรื่องผลประโยชน์ที่ได้จากการกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว 3) ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจดำเนินงานกับการท่องเที่ยวของชุมชน 4) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนการท่องเที่ยวของชุมชน 5) ความสำคัญของผู้เริ่มต้นจัดการท่องเที่ยวต้องสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชน 6) การพัฒนาวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และกฎระเบียบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ส่วนประเทศไทยมีแนวคิดการประเมินการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนใช้เกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามแนวทางขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แบ่งหมวดหมู่สำหรับการประเมินการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นดังนี้

หมวดที่ 1. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย 1) ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโดยชุมชน 2) ประสิทธิภาพของข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3) ประสิทธิภาพของข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว 4) ประสิทธิภาพของกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการพัฒนาบุคลากรในกลุ่มฯ 5) ประสิทธิภาพของการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย 6) ประสิทธิภาพการมีส่วนร่วมของภาคเครือข่ายต่างๆ 7) ประสิทธิภาพด้านการจัดการการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน 8) ประสิทธิภาพของระบบบัญชี การเงิน 9) การให้ความสำคัญกับเยาวชน

หมวดที่ 2. การจัดการด้านเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี ประกอบด้วย 1) ประสิทธิภาพในการจัดสรรรายได้ 2) ประสิทธิภาพในการส่งเสริมการยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดี 3) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว 4) การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยว 5) ประสิทธิภาพในการจัดสรรรายได้

หมวดที่ 3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย 1) คุณภาพฐานข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว 2) ประสิทธิภาพในการเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) ประสิทธิภาพในการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่น

หมวดที่ 4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืนประกอบด้วย 1) ประสิทธิภาพในการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว 2) คุณภาพฐานข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 3) ประสิทธิภาพในการเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ 4) ประสิทธิภาพในการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชน 5) ประสิทธิภาพในการสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการรักษา

หมวดที่ 5. ด้านการบริการและความปลอดภัย ประกอบด้วย 1) ระดับความพึงพอใจในการให้บริการและความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว 2) ประสิทธิภาพของนักท่องเที่ยว 3) คุณภาพของเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยว 4) คุณภาพของจุดบริการ

ท่องเที่ยว 6) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน 7) ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการกรณีฉุกเฉิน
8) ประสิทธิภาพในการติดต่อประสานงานด้านบริการ

ดังนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสังเคราะห์นำไปใช้สนับสนุนตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่
1 ส่วนวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อประเมินศักยภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด ใช้
แนวคิด แบบประเมินการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนใช้เกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตาม
แนวทางขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) ซึ่งเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสำรวจ (Field Survey)
การสังเกต (Observation) สัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เกี่ยวข้อง (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group
Discussion) กับผู้คนในชุมชนพื้นที่ตำบลชะฮวด อ.ชะฮวด นครศรีธรรมราช โดยแยกรายละเอียดเป็นดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากผู้เกี่ยวข้องกับ
ชุมชนท่องเที่ยวชะฮวด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

วิธีเก็บและรวบรวมข้อมูล

วิธีเก็บและรวบรวมข้อมูลสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเก็บข้อมูล
ภาคสนามด้วยการสำรวจ (Field Survey) การสังเกต (Observation) สัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เกี่ยวข้อง (In-depth Interview) และ
การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยแยกรายละเอียดตามเป็นดังนี้

ความเที่ยงตรง (Validity) และ ความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ความเที่ยงตรง และ ความน่าเชื่อถือ ของข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ เกิดจากการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า
คณะผู้วิจัยได้นำเครื่องมือมาตรฐานขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่ใช้สำหรับการประเมินการ
จัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีการนำเครื่องมือมาปรับปรุงยุคใหม่ให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชนท่าเสม็ดหลังจากนั้นคณะ
นักวิจัยได้จัดตั้งคณะทำงานร่วมกับคณะกรรมการการท่องเที่ยวของชุมชนท่าเสม็ดเพื่อลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการต่างๆได้แก่
การสำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์ สุดท้ายได้จัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อตรวจสอบความถูกต้องโดยมี
ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวของชุมชน กรรมการท่องเที่ยวชุมชนท่าเสม็ด และคณะนักวิจัยได้ร่วมกันตรวจสอบความถูกต้อง

ตารางที่ 1 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจำแนกวัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย	วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	กลุ่มเป้าหมาย
เพื่อศึกษาบริบทการดำเนินงานของชุมชน ท่องเที่ยวท่าเสม็ด อ.ชะฮวด จ.นครศรีธรรมราช	การสำรวจ การสังเกตการณ์ สนทนากลุ่ม ย่อย สัมภาษณ์เชิงลึก	ชาวบ้าน สมาชิกในฐานการเรียนรู้ ของชุมชน แกนนำชุมชน กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน กลุ่มเกษตรกร กำนันชะฮวด จำนวน 40 คน
ประเมินศักยภาพในการบริหารจัดการการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ชุมชนท่องเที่ยว ท่าเสม็ด อ.ชะฮวด จ.นครศรีธรรมราช	การสำรวจ สัมภาษณ์เชิงลึก การ สังเกตการณ์ สนทนากลุ่มย่อย	ชาวบ้าน สมาชิกในฐานการเรียนรู้ ของชุมชน แกนนำชุมชน กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน กลุ่มเกษตรกร กำนันชะฮวด จำนวน 40 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลนำข้อมูลจากเอกสารและข้อมูลภาคสนามที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม มา
ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล คัดกรองข้อมูลและจัดแยกเป็นประเด็นต่างๆ วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามประเด็นที่
ค้นพบ (Topic) แล้วนำมาพรรณนาเชิงอุปนัย (Inductive)

ผลการวิจัย

1. บริบทการดำเนินงานของชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด อ.ชะอวด จ.นครศรีธรรมราช

จากการลงพื้นที่ การประชุมกลุ่มย่อย สัมภาษณ์ และสังเกตแบบมีส่วนร่วม สามารถสังเคราะห์ สรุปประเด็นบริบทการดำเนินงานของชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด อ.ชะอวด จ.นครศรีธรรมราช ได้ดังนี้ ชาวบ้านในพื้นที่ ต้องการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชนโดยมีเป้าหมายเพื่อร่วมกันสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิตซึ่งเป็นเอกลักษณ์ และวิถีการดำเนินชีวิตดั้งเดิมของบรรพบุรุษ และมีความภูมิใจที่ต้องการนำเสนอวิถีชีวิตของผู้คนยุคปัจจุบันโดยผสมผสานกับฐานทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญของชุมชน

ชุมชนบ้านท่าเสม็ด เดิมเป็นตลาดขายสินค้าอุปโภค - บริโภค ชาวบ้านจากพื้นที่ใกล้เคียงจะนำสินค้าบรรทุกลงเรือมาขึ้นที่ท่าหน้าของตำบลท่าเสม็ดในจำนวนนั้นมีเปลือกไม้เสม็ดอยู่ด้วยเป็นจำนวนมาก ซึ่งชาวบ้านจะซื้อมากลึงกับน้ำมันยางเพื่อทำเป็นล้าได้ จุดไฟให้เกิดแสงสว่าง ชาวบ้านจึงเรียกท่อน้ำนั้นว่า ท่าเสม็ด ปัจจุบันบ้านท่าเสม็ดเป็น 1 ใน 11 หมู่บ้านของตำบลท่าเสม็ด ซึ่งทั้งตำบลมีเนื้อที่ทั้งหมด 24,133.75 ไร่ ขึ้นอยู่กับอำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช สภาพทั่วไปเป็นที่ราบลุ่ม เหมาะแก่การทำนา มีคลองผ่านกลางพื้นที่ของตำบล โดยมีพื้นที่ติดต่อกับ ทางทิศเหนือ ติดกับ คลองชะอวด-ปากพนัง ทิศใต้ ติดกับ ตำบลนาหลวง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช ทิศตะวันออก ติดกับ ตำบลเคือง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช และทิศตะวันตก ติดกับ ตำบลเกาะขันธุ์ อำเภอลานสกา และ ตำบลท่าประจักษ์ อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช

บริบทการดำเนินงานของชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด จุดโดดเด่นของพื้นที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติ และ อัตลักษณ์ และวิถีชีวิตการทำเกษตร โดยมีรายละเอียดแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนท่าเสม็ดเป็นดังนี้

ก้านันวิวัฒน์ อนุโรจน์ ประธานชุมชนท่องเที่ยวตำบลท่าเสม็ด ให้ข้อมูลสภาพความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของคนท่าเสม็ด บริเวณพื้นที่ชุมชนท่าเสม็ดมี ทรัพยากรทางธรรมชาติ ที่สำคัญ ได้แก่ ลำคลอง ป่าพรุ เป็นป่าดิบชื้น เกิดเป็นแอ่งน้ำขนาดใหญ่ มีการสะสมอินทรีย์วัตถุเป็นจำนวนมาก พื้นที่หมู่ที่ 4 บ้านไร่นา ของตำบลท่าเสม็ด มีพรุควนเคร็ง และพรุควนเคร็งมีพื้นที่ขนาดใหญ่ จำนวน 223,320 ไร่ อยู่ในเขต จังหวัดนครศรีธรรมราชและพัทลุง ในพื้นที่ป่าพรุ มีนกนานาชนิด เช่น นกเป็ดน้ำ นกกาน้ำ นกกิ้งก่า นกอีลุ้มเหยี่ยวหัวขาว นกกระสาอียาว นกพริก นกอีโกลี สัตว์น้ำ เช่น นาก ปลา กุ้ง สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำหลากหลายสายพันธุ์ที่สำคัญคือ นาก และมีพืชพรรณมากมาย เป็นแหล่งระบบนิเวศที่สำคัญของพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลาตอนบน โดยมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญคือ คลองชะอวด เป็นคลองขนาดใหญ่ ที่เกิดจากคลองต่าง ๆ ไหลมารวมกันเป็นคลองชะอวด ทำให้ลำคลองมีความกว้างและลึก คลองนี้เป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำนานาชนิด เหมาะแก่การนั่งเรือชมความงามตามธรรมชาติริมฝั่งคลอง ปัจจุบันริมฝั่งคลองยังมีวิถีชีวิต และอัตลักษณ์ของคนท่าเสม็ดแบบดั้งเดิมให้เรียนรู้ เช่นการยกยอ การทำประมงพื้นบ้านในลำคลอง และริมฝั่งคลองมีทิวทัศน์ที่งดงาม และในพื้นที่นี้มีจุดชมวิวที่จุดดึงดูดใจความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี คือ สะพานโค้งรถไฟ เป็นสะพานสำหรับรถไฟวิ่งข้ามคลองชะอวด สร้างขึ้นในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ปัจจุบันสะพานมีอายุมากกว่า 70 ปี มีการซ่อมบำรุง และสามารถใช้งานได้จนถึงปัจจุบัน นักท่องเที่ยวสามารถขึ้นไปยืนบนสะพานสามารถมองเห็นทิวทัศน์ของชุมชนและคลองชะอวด

ส่วนอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของคนในชุมชนท่าเสม็ดมีความเชี่ยวชาญเรื่องการนำกระเจตมาสานเป็นเสื้อ ตะกร้าและภาชนะต่างๆ เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงให้กับพื้นที่ ชาวบ้านหลายครัวเรือนทำเป็นอาชีพเสริมและบางครัวเรือนได้ทำเป็นอาชีพหลัก และปัจจุบันยังมีผู้สืบทอดภูมิปัญญานี้เอาไว้หลายราย โดยแยกไปทำการผลิตตามบ้านและมีจุดรวบรวมผลิตภัณฑ์กระเจตสำหรับจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว

ส่วนประเด็นอีกเรื่องหนึ่งในพื้นที่ชุมชนท่าเสม็ดคือเรื่องอาหารการกิน เนื่องจากในพื้นที่มีวัตถุดิบที่เป็นสัตว์น้ำ และรวมถึงพืชผักผลไม้ตามฤดูกาลที่ใหม่สด สามารถนำประกอบได้หลากหลายเมนูโดยเฉพาะกุ้งแม่น้ำ ไม่ว่าจะนำมาทำเป็นเมนูต้มยำกุ้ง หรือกุ้งแม่น้ำต้มกะทิอร่อยมาก นอกจากนี้มีขนมพื้นบ้านที่ชาวบ้านยังรักษาภูมิปัญญาเอาไว้สามารถหารับประทานได้ในชุมชน

จากฐานทรัพยากรธรรมชาติ อัตลักษณ์วิถีชีวิตและอาหารการกินที่อุดมสมบูรณ์ ชาวบ้านในพื้นที่ชุมชนท่าเสม็ดจึงมีความคิดร่วมกันในสร้างระบบการท่องเที่ยวของชุมชน โดยใช้แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมาขับเคลื่อนเพื่อต่อยอดจากภาคเกษตร ภายใต้นโยบายที่ว่า นักท่องเที่ยวสามารถนั่งเรือชมลำคลองและวิถีชีวิตชุมชนที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว รับประทานอาหารพื้นบ้าน ทั้งแกงน้ำเค็ม ต้มกะทิกุ้งแม่น้ำ และอาหารปักษ์ใต้ที่ใช้วัตถุดิบของชุมชน กุ้ง หอย ปู ปลา และพืชผักจากแปลงเกษตรของคนในชุมชน นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์กระเจต หรือซื้อปลาแห้งติดไม้ติดมือ นักท่องเที่ยวสามารถพักกับชาวบ้าน ชุมชนมีโฮมสเตย์ ให้ซึมซับวิถีชีวิต เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ดได้อย่างลึกซึ้ง

การดำเนินการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด ก้านันตำบลท่าเสม็ดผู้นำคนสำคัญโดยได้ร่วมกับชาวบ้านในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด ให้โดดเด่นขึ้นมาจากที่สนใจของนักท่องเที่ยว โดยพยายามใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวและฐานทรัพยากรทางธรรมชาติของชุมชนเป็นแม่เหล็กในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด

การท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด ได้กำหนดภาพลักษณ์การท่องเที่ยวชุมชนโดยที่ต้องการเป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นฐานการเรียนรู้วิถีชีวิต หัตถกรรมพื้นถิ่น และฐานการเรียนรู้ เศรษฐกิจพอเพียงและท่องเที่ยวชมความงามริมฝั่งคลองชะอวด

2. ศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด อ.ชะอวด จ.นครศรีธรรมราช
ผลการประเมินศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด อ.ชะอวด จ.นครศรีธรรมราช ได้จากการลงพื้นที่ สสำรวจ การประชุมกลุ่มย่อย สัมภาษณ์ และสังเกตแบบมีส่วนร่วม สามารถสังเคราะห์ สรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 2 การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนท่าเสม็ด

ชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด	มี	ไม่มี
ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน		
1.ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโดยชุมชน	✓	
2.ประสิทธิภาพของข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	✓	
3.ประสิทธิภาพของข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว		✓
4. ประสิทธิภาพของกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการพัฒนาบุคลากรในกลุ่มฯ		✓
5. ประสิทธิภาพของการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย		✓
6. ประสิทธิภาพการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่างๆ		✓
7. ประสิทธิภาพการจัดการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน		✓
8. ประสิทธิภาพของระบบบัญชี การเงิน		✓
9. การให้ความสำคัญกับเยาวชน		✓
ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี		
10.ประสิทธิภาพในการจัดสรรรายได้		✓
11. ประสิทธิภาพในการส่งเสริมยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดี		✓
12. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว		✓
13. การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยว		✓
ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม		✓
14. คุณภาพฐานข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว		✓
15. ประสิทธิภาพในการเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		✓
16. ประสิทธิภาพในการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่น		✓
ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน		
17. ประสิทธิภาพในการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว		✓
18. คุณภาพฐานข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม		✓
19. ประสิทธิภาพในการเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์		✓
20. ประสิทธิภาพในการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชน	✓	✓
21. ประสิทธิภาพในการสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยว		✓
ด้านบริการและความปลอดภัย		
22. ระดับความพึงพอใจในการบริการและความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว		✓
23. ประสิทธิภาพของนักท่องเที่ยว		✓
24. คุณภาพของเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยว	✓	
25. คุณภาพของจุดบริการท่องเที่ยว		✓
26. ประสิทธิภาพการบริหารจัดการวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน		✓
27. ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการกรณีฉุกเฉิน		✓
28. ประสิทธิภาพในการติดต่อประสานงานด้านบริการ		✓

สรุปการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด สามารถสรุปได้เป็น 5 ด้านดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนท่าเสม็ดโดยภาพรวมมีประสิทธิภาพน้อย ชุมชนยังไม่ได้ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ และ แต่ชุมชนมีโครงสร้างการทำงาน แบ่งบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละหน้าที่ชัดเจน โดยมีคณะกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นคนในชุมชน แต่ยังไม่มีการดำเนินงานที่ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม ชุมชนยังไม่มีทะเบียนประวัติข้อมูลสมาชิกที่เป็นปัจจุบัน ชุมชนไม่มีข้อตกลงร่วมกันในการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ของการพัฒนาชุมชน ชุมชนไม่มีข้อตกลงร่วมกันในการบริหารจัดการทรัพยากรด้านสังคม ประเพณี วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ชุมชนไม่มีการร่วมกันกำหนดข้อตกลงร่วมกันในการใช้ทรัพยากรด้านสังคม ประเพณี วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปะท้องถิ่น เป็นต้น โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ และ ดูแลรักษาทรัพยากรเหล่านั้นให้ไม่ถูกทำลายหรือลดคุณค่าจากกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆในชุมชน ชุมชนมีข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการล่องเรือ ชุมชนมีการส่งเสริมการพัฒนาศูนย์ข้อมูล และ ยังไม่มีความพร้อมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนมากนัก ชุมชนได้มีการเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวในชุมชน มีการส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมและการเป็นสมาชิกท่องเที่ยวชุมชน โดยชุมชนมีการทำงานร่วมกับภาคต่างๆจากภาครัฐและภาคเอกชนที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมาก เนื่องจากพื้นที่อยู่ข้างใกล้กับตัวจังหวัดนครราชสีมา ชุมชนไม่มีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับลักษณะกิจกรรมท่องเที่ยวและยังไม่มีปฏิทินกิจกรรมท่องเที่ยว และ ชุมชนมีโปรแกรมเส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลต่างๆ ของชุมชน ส่วนประเด็นที่ยังเป็นจุดอ่อนอย่างมาก คือเรื่องระบบการบริหารจัดการเงิน การบัญชี ในส่วนเยาวชนในพื้นที่ท่าเสม็ดก็ยังไม่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน อาจเนื่องมาจากชุมชนมีการให้ความสำคัญกับเยาวชนในการเข้าร่วมกิจกรรมค่อนข้างน้อย

2. ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี

ชุมชนท่าเสม็ดมีการจัดสรรรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง โดยประสานงานมาที่ส่วนกลาง แล้วให้นักท่องเที่ยวใช้โปรแกรมและเส้นทางท่องเที่ยวไปยังในแต่ละจุด การท่องเที่ยวของชุมชนยังไม่สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผลผลิตของชุมชน โดยเฉพาะ ผลผลิตจากกระเจ็ดมีคุณภาพดีและมีโอกาสแต่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวยังไม่มากนัก แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวน้อยทำให้การขายกับกลุ่มนักท่องเที่ยวยังไม่ได้มีเงินมากพอ ต้องพึ่งตลาดเดิมที่ต้องนำไปฝากขายในต่างจังหวัด และประกอบกับยังไม่มีมีการส่งเสริมการพัฒนาผลผลิตและการจำหน่ายผลผลิตของชุมชนให้กับนักท่องเที่ยว ไม่มีการจัดสรรพื้นที่จัดจำหน่ายสินค้าชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยว ส่วนสิทธิมนุษยชนของคนทุกกลุ่ม เช่น เด็ก สตรี คนชรา คนพิการ ยังไม่ได้รับผลประโยชน์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีน้อย ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวมีน้อยมาก

3. ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม

ชุมชนไม่มีการจัดการข้อมูลทางมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และ ยังไม่ได้ เผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน

4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดการใช้พื้นที่ตามวัตถุประสงค์ เพื่อการท่องเที่ยวโดยมีการร่วมวางแผน และจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวตามแผนผังการใช้พื้นที่ เพื่อให้การท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่อด้านลบกับการใช้พื้นที่เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ ชุมชนได้มีการพัฒนา ปรับปรุงภูมิทัศน์บริเวณชุมชนให้มีความร่มรื่น เป็นระเบียบ สวยงามตามความเหมาะสม ชุมชนไม่ได้มีการจัดการข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชน และ ยังได้เผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร แต่ชุมชนมีการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชน และมีส่วนร่วมในการสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยว

5. ด้านบริการและความปลอดภัย

ชุมชนยังไม่มีกรวัดระดับความพึงพอใจในการให้บริการด้านการท่องเที่ยว และ ไม่ได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์วางแผนการพัฒนาให้ดีขึ้น ชุมชนยังขาดนักสื่อความหมายที่ได้รับการพัฒนาและสามารถถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนได้อย่างถูกต้องชัดเจน ชุมชนมีเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย ชุมชนยังไม่มีการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ เช่น คนพิการ ผู้สูงอายุ เพื่อให้สามารถเข้าถึงจุดท่องเที่ยวต่างๆได้ ยังขาดห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว มีจุดบริการด้านอาหาร

น้อย ข้อมูลท่องเที่ยวที่มีน้อยมากชุมชนไม่มีการจัดสรรจุดจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกของชุมชน ชุมชนไม่มีป้ายสื่อความหมายต่างๆ ที่ชัดเจนติดตั้งในจุดที่เหมาะสม แต่ชุมชนมีวิถีและเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน ชุมชนยังไม่มีแผนรองรับกรณีฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพ การติดต่อประสานงานด้านบริการกับนักท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าบริบทการดำเนินงานของชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด อ.ชะวอด นครศรีธรรมราช หน่วยงานที่บทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน กำนันตำบลท่าเสม็ดโดยการเข้าไปมีบทบาทในการนำให้ชาวบ้านในพื้นที่ ใช้ทุน ที่ฐานทรัพยากรการเกษตร และฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์และวิถีชีวิต ของชาวบ้านในพื้นที่มาบูรณาการ โดยพัฒนาเป็นฐานสำหรับนักท่องเที่ยวเข้าเรียนรู้ ศึกษาดูงาน และได้พัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน

ส่วนผลการประเมินศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด อ.ชะวอด นครศรีธรรมราช พบว่าโดยภาพรวมศักยภาพในการบริหารจัดการยังอยู่ในระดับน้อย เนื่องจากเพิ่งเริ่มดำเนินการท่องเที่ยวของชุมชน เพียงไม่กี่ปีทำให้พบว่าผลการประเมินยังไม่ดำเนินการหลายเรื่อง เช่นเรื่องโปรแกรมการท่องเที่ยวที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยว เรื่องการใช้ข้อมูลเพื่อนำพัฒนาปรับปรุง เรื่องการรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวก็ยังน้อยมาก ไม่สามารถเลี้ยงตนเอง เป็นเช่นนี้อาจจะอยู่ในยุคเริ่มต้นในการนำแนวคิดเรื่องจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สรุป

การท่องเที่ยวชุมชนท่าเสม็ดนักท่องเที่ยวสามารถ ล่องเรือชมความงามและวิถีชีวิตคลองชะวอด ชมผลผลิตการเกษตร เที่ยวชมและชิมผลไม้ ในพื้นที่ท่าเสม็ดมีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงจากจุดศูนย์กลางของชุมชนที่ตั้งอยู่บริเวณจุดชมวิว ทิวทัศน์ บริเวณสะพานโค้งรถไฟ มีพื้นที่ใกล้เคียง เต็มไปด้วยสวนผลไม้ โดยเฉพาะสวนมังคุด สวนทุเรียน สวนพริกไทย ทำให้พื้นที่ท่าเสม็ดเป็นท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้การผลิตมังคุดนอกฤดู ทำสามารถสร้างรายได้ให้ชาวบ้านได้เป็นอย่างดี

ส่วนประเด็นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด อ.ชะวอด จ.นครศรีธรรมราช พบว่าด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ด้านบริการและความปลอดภัย มีการดำเนินงานในประเด็นต่าง ๆ ค่อนข้างน้อย

ข้อเสนอแนะ

ชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด ควรนำผลการประเมินการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด ทั้ง 5 ด้าน ไปปรับปรุงการท่องเที่ยวของชุมชน และควรเร่งกำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาดูงานใช้ชัดเจนและกำหนดราคาพร้อมรายละเอียด เพื่อติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ควรพัฒนาไกด์นำเที่ยวในชุมชน ควรพัฒนาเรื่องสื่อความหมายที่ใช้คนมากกว่าการใช้ป้าย เพื่อก่อให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น ในพื้นที่ควรพัฒนาเรื่องที่พิกหรือโฮมสเตย์ นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนให้มากขึ้น และควรจัดทำปฏิทินการท่องเที่ยว นอกจากนี้พยายามดึงเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวและข้อเสนอแนะที่สำคัญชุมชนท่องเที่ยวท่าเสม็ด ควรดำเนินการโดยการมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่ายท่องเที่ยวชุมชนและประชาชนที่สนใจเข้ามาพัฒนาและดำเนินการตามประเด็นที่ผลการวิจัย ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน ด้านบริการและความปลอดภัย ต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย เรื่อง ศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจและชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา ได้รับทุนสนับสนุน จากสภาวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

เอกสารอ้างอิง

- ชัยรัตน์ จุสพล และคณะ. (2560). ศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของธุรกิจและชุมชนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์
- พจนาน สุวนศรี. (2546). คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

สินธุ์ สโรบล. (2546). การท่องเที่ยวโดยชุมชน แนวคิดประสบการณ์จากภาพเหนือ. กรุงเทพฯ: โครงการประสานงานวิจัยและพัฒนา
เครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

Jamal, T. B., and Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. **Annals of Tourism Research**, 22(1): 186-204.

Kibicho, W. (2008). Community-based tourism: A factor-cluster segmentation approach. **Journal of Sustainable Tourism**, 16(2): 211-231.

Manyara, G., and Jones, E. (2007). Community-based tourism enterprises in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction. **Journal of Sustainable Tourism**, 15(6): 628-644.

Rocharungsat, P. (2008). **Community-based tourism in Asia**. In G. Moscardo (Ed.), Building community capacity for tourism development (pp.60-74). Cambridge, MA: CABI International.

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักร

ดาร์รัตน์ ชัมพัฒน์วงศ์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์¹

รภัศ ศิลป์ศรีกุล, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์²

จิรสิริ กันภัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์³

สิริวรรณ ตริยรัตน์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์⁴

Email: dr.dararats@gmail.com

บทคัดย่อ

ตลาดนัดจตุจักรจัดเป็นตลาดนัดแบบกลางแจ้งและจัดเป็นตลาดนัดแบบมีหลังคาที่ใหญ่ที่สุดในโลกที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกมาเยือน การจัดการและการพัฒนาตลาดนัดจตุจักรให้มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีข้อมูลจากนักท่องเที่ยวหลายประเทศเพื่อช่วยในการวางแผนและกำหนดนโยบายบริหารตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) นี้จัดทำเพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักร โดยได้ทำการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 150 คน และชาวต่างชาติ 150 คนที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดนัดจตุจักร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกหรือแบบบังเอิญ แบบสอบถามได้ถูกออกแบบเพื่อเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยว 2 ส่วน คือ (1) คำถามด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิภาค รายได้ ระดับการศึกษา และจุดประสงค์ในการเดินทาง และ (2) คำถามด้านแรงจูงใจจำนวน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพสินค้า คุณภาพการบริการ ความเสี่ยงที่จะได้รับ สภาพแวดล้อมของร้านค้า รูปแบบการดำเนินชีวิต ความพยายาม และ ราคา ข้อมูลถูกรวบรวมและทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้วยสถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลหา ความถี่ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากการศึกษาพบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวทางด้าน เพศ อายุ ภูมิภาค รายได้ และระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวมีผลต่อแรงจูงใจ แต่จุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักร ทั้งนี้แรงจูงใจด้านคุณภาพสินค้า คุณภาพการบริการ สภาพแวดล้อมของร้านค้า และราคา จัดเป็นแรงจูงใจที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดส่งผลอย่างมากในการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: แรงจูงใจ, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, ตลาดนัดจตุจักร, นักท่องเที่ยว

ABSTRACT

Chatuchak Weekend Market or known as JJ Market is the biggest indoor and outdoor weekend market in the world. It reached a landmark status as a must-visit place for tourists. In order to maintain the competitiveness and attract more tourists, the development and management of JJ Market have to be planned and developed based on data from both national and international tourists. As a result, this quantitative research applied the questionnaires with 300 respondents from 150 national tourists and 150 international tourists who visited JJ Market. The respondents were selected by convenience or accidental sampling techniques. The questionnaires have been designed based on 2 themes, which were (1) the demography of tourists in terms of gender, age, place of birth, income and education, and (2) the motivations of buying products at JJ market. The motivation has been questioned with 7 themes, which were the motivation of the quality of product, the quality of service, perceived risks, environment of the shops, life style, the effort and the value for money (price). The Statistical Package for Social Science (SPSS) was applied in order to find out the frequency, percentage, average, standard deviation of the data.

¹ หลักสูตรนิเทศกรรมการท่องเที่ยว สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² หลักสูตรนิเทศกรรมการท่องเที่ยว สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

³ หลักสูตรนิเทศกรรมการท่องเที่ยว สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

⁴ หลักสูตรนิเทศกรรมการท่องเที่ยว สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

This research illustrated that the differentiations of demography of tourists have an effect on motivation of purchase. However, the purpose of travelling has no effect on motivation of purchase at JJ Market. More importantly, the motivations of quality of products, the quality of service, environment of the shops and price were significantly impact on decision making process of the tourists.

Keywords: Motivation, Tourist Behavior, Chatuchak Weekend Market, Tourist

บทนำ

การซื้อสินค้า (Shopping) เป็นกิจกรรมอันดับหนึ่งที่นักท่องเที่ยวกระทำการระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว จึงกล่าวได้ว่าธุรกิจค้าปลีกมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง และการซื้อสินค้ายังเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ (Motivation) ในการท่องเที่ยว เช่น การได้ใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน และคนใกล้ชิด ทั้งนี้การซื้อสินค้านับเป็นค่าใช้จ่ายอันดับสองของนักท่องเที่ยวรองจากค่าที่พัก ซึ่งการเพิ่มขึ้นของรายจ่ายในด้านการซื้อสินค้านี้แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่ส่งผลต่อภาพรวมของเศรษฐกิจในประเทศอีกด้วย Gordon (1986) ได้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวมักจะรู้สึกต้องนำบางสิ่งกลับไปบ้านจากการได้มาท่องเที่ยว โดยชี้ให้เห็นอีกว่าขณะเป็นนักท่องเที่ยวพวกเขาจะไม่รู้สึกกดดันกับการทำงานและไม่รู้สึกต้องรับผิดชอบ ทำให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อของเล็กๆ ที่ไม่ได้ได้มาในเวลาปกติ นอกจากนี้ Timothy and Butler (1995) ยังกล่าวเสริมความคิดเห็นนี้ว่า การซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดแค่การซื้อของที่ระลึก แต่รวมถึงการซื้อสิ่งอื่นๆ เช่น เสื้อผ้า เครื่องเพชร หนังสือ งานศิลปะ งานฝีมือ สินค้าปลอดภาษี และเครื่องใช้ไฟฟ้าด้วย

ทบทวนวรรณกรรม

แรงจูงใจ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539) อธิบายความหมายของแรงจูงใจ (Motivation) ว่า แรงจูงใจ คือ บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ในตัวบุคคล ซึ่งเป็นต้นเหตุในการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ ซึ่งสิ่งจูงใจจะเป็นสิ่งที่ทำหน้าที่ในการสั่งการระบบ ปฏิบัติตอบสนองของบุคคลต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม และสิ่งจูงใจยังเป็นเครื่องที่ทำหน้าที่ชี้แนะพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มุ่งไปสู่เป้าหมายที่เกิดขึ้นภายในความคิดจนสามารถบังคับ หรือผลักดันให้บุคคลมุ่งทำกิจกรรมต่างๆ ที่จะนำไปสู่การตอบสนองความต้องการหรือบรรลุเป้าหมายได้

Kotler and Armstrong (2001) กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน เช่น ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (Biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิว ภาระหยา หรือ ความยากลำบากบางอย่าง แต่ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (Belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้นก็ได้ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด ความต้องการจะกลายเป็นสิ่งจูงใจ โดยทฤษฎีแรงจูงใจที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และ ทฤษฎีของซิกมันด์ฟรอยด์

อับราฮัม มาสโลว์ (A. H. Maslow) เป็นผู้สร้างทฤษฎีอับราฮัม มาสโลว์ (Maslow's Theory Motivation) ได้อธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลดปล่อยของตนเอง แต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์ คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด โดยทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญซึ่งแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ทฤษฎีอับราฮัม มาสโลว์

ความต้องการ	ความหมาย
1.ความต้องการทางกาย	เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่อยู่อาศัย อากาศ ยารักษาโรค เสื้อผ้า
2.ความต้องการความปลอดภัย	เป็นความต้องการที่เหนือกว่าพื้นฐาน คือ ต้องการความปลอดภัยจากอันตราย
3.ความต้องการทางสังคม	เป็นความต้องการการยอมรับในสังคมที่อาศัยอยู่ เช่น กลุ่มเพื่อน ครอบครัว
4.ความต้องการการยกย่อง	เป็นความต้องการการยกย่องในตน ความนับถือ และการได้รับการยอมรับในสถานะทางสังคม
5.ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ	เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล คือ ความต้องการที่จะทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

บุคคลพยายามที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็หมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจในระดับความต้องการที่สูงลำดับถัดไป ตัวอย่างเช่น คนที่หิวกระหาย แสดงถึง ความต้องการทางกาย ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐาน จะไม่ต้องการความต้องการความปลอดภัยหรือความต้องการทางสังคม หากแต่เมื่อใดที่ความต้องการพื้นฐานได้รับการตอบสนองจนพึงพอใจแล้ว ความต้องการความปลอดภัยจึงจะถูกพิจารณาเป็นลำดับถัดมา เป็นต้น

ทฤษฎีแรงจูงใจของซิกมันด์ فروยด์ ตั้งสมมติฐานว่า บุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม فروยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝันพูดคำพูดที่ไม่ตั้งใจจะพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผล และมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

ชาริณี เดชจินดา (2535) ได้เสนอทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆ ที่ให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยง หรือ ไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจได้ 3 ประเภท ตามตารางที่ 2 คือ

ตารางที่ 2 ทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจของ ชาริณี เดชจินดา

ทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจ	ความหมาย
ความพอใจด้านจิตวิทยา	เป็นธรรมชาติของมนุษย์โดยธรรมชาติจะแสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใดๆ
ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง	เป็นธรรมชาติของมนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป
ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม	เป็นธรรมชาติที่ถือว่า มนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์ หรือ สังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์หนึ่งด้วย

ที่มา (ชาริณี เดชจินดา, 2535)

การที่ผู้บริโภคหรือกิจกรรมธุรกิจจะมีการซื้อผลิตภัณฑ์ใดๆ จะต้องมีความ มีแรงจูงใจ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่หลักของผู้ประกอบการขายสินค้าและบริการในการค้นหาแรงจูงใจของลูกค้าหรือผู้บริโภคของสินค้าหรือบริการของตน และนำสิ่งเหล่านี้มาสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสนับสนุนให้เกิดการขายและรักษาความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า การสร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ขายกับลูกค้าให้ได้ระยะเวลานานจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถรักษายอดขายหรือเพิ่มรายได้เป็นอย่างมาก โดยจะต้องมีการเสนอสินค้าและบริการให้กับลูกค้าโดยนำปัจจัยในเรื่องของแรงจูงใจเข้าไปมีส่วนร่วมเพื่อสร้างแรงขับเคลื่อนในการซื้อ แรงจูงใจที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องได้แก่ ความสะดวกสบาย การใช้งานของตัวสินค้า สามารถใช้ประโยชน์ได้หลายทาง สินค้าที่มีการบริการและมีคุณภาพ สามารถเพิ่มรายได้ และ ความคงทนถาวร

Anderson and Littrell (2004) ได้แบ่งแรงจูงใจในการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวนอกเป็น 4 แบบ คือ

1. ซื้อเพราะได้สินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ
2. ซื้อเพราะสามารถต่อรองราคาได้
3. ถูกดึงดูดด้วยอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่ดีกว่า
4. ซื้อเพื่อใช้เป็นของที่ระลึก เป็นเครื่องเตือนความทรงจำในการไปเยือนสถานที่นั้นๆ และยังใช้ในการสร้างความสัมพันธ์

อันดีต่อญาติและมิตรสหาย โดยสามารถนำไปเป็นของฝาก

จากการศึกษาทฤษฎีเรื่องแรงจูงใจที่กล่าวมาข้างต้น จึงสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่าพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภคเมื่อลูกค้าเกิดแรงจูงใจในการใช้สินค้า หรือบริการขององค์กร ลูกค้าก็จะเกิดพฤติกรรมการณ์ซื้อ เมื่อเราเข้าใจพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภคว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อ เราจะสามารถนำความรู้ในส่วนนี้ไปปรับใช้ให้เกิดยอดขายที่เพิ่มมากขึ้น และยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรผู้ซื้อและผู้ขายได้อีกทางหนึ่งด้วย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

วิลลิสท์ ทรายากุล (2526) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ การให้ค่าความรู้สึกของเราและมีความสัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกเลว-ความรู้สึกดี พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ เป็นต้น ในขณะที่ พัทธกษ ตรีชิต (2538) อธิบายความพึงพอใจว่า เป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อ

สิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะของผลลัพธ์ สุดท้ายของกระบวนการประเมิน โดยบ่งบอกทิศทางของผลการประเมินว่าเป็นในลักษณะทิศทางบวกหรือทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยา

กชกร เปาสุวรรณ และคณะ (2550) วิเคราะห์ความพึงพอใจในอีกมุมหนึ่งว่า ความพึงพอใจ คือ สิ่งที่จะควรจะเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งเป็นการรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับ อาจจะมีมากหรือน้อยก็ได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ เมื่อใดที่สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกทางบวก เป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงข้ามถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวัง ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พอใจ

ประกายดาว ดำรงพันธ์ (2536) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมัลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกในทางบวกอื่นๆ

วิชัย เหลืองธรรมชาติ (2531) กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจมีส่วนเกี่ยวข้องกับการต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนอง ซึ่งมนุษย์ไม่ว่าอยู่ที่ใด ย่อมมีความต้องการขั้นพื้นฐานไม่ต่างกัน

สุเทพ พานิชพันธ์ (2541) ได้อธิบายถึงสิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความรู้สึกพึงพอใจ มี 4 ประการ คือ

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (Material inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือ สภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบการต่างๆ
2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (Desirable physical condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจการต่างๆ ซึ่งเป็น

สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย

3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (Ideal benefaction) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่สนองความต้องการของบุคคล

4. ผลประโยชน์ทางสังคม (Association attractiveness) หมายถึง ความสัมพันธ์อันดีที่มีต่อกับผู้ร่วมกิจการ อันจะทำให้เกิดความผูกพัน ความพึงพอใจ และสภาพการร่วมกัน อันเป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะฯ (2546) อภิปรายแนวคิดเรื่องความพึงพอใจและคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ (Satisfaction and Customer Value) ว่า คุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ (Customer Perceived Value: CPV) หมายถึงคุณค่าที่เกิดขึ้นจากผลต่างระหว่างผลประโยชน์โดยรวมของคุณค่าทั้งหมดที่ต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าจ่ายไปให้กับสินค้าหรือบริการนั้น ในบริบทนี้ คุณค่าทั้งหมดจะหมายถึงคุณค่าที่เป็นผลประโยชน์โดยรวมทั้งหมดที่ลูกค้าคาดหวังจากการใช้สินค้าและบริการ ส่วนต้นทุนทั้งหมดที่ลูกค้าจ่ายไปจะหมายถึง ต้นทุนที่ลูกค้าคาดว่าจะต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการนั้น ถ้าความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าหลังการซื้อเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการหรือประสิทธิภาพของสินค้ากับการให้บริการหรือประสิทธิภาพของสินค้าที่ลูกค้าคาดหวัง ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกไม่พอใจ แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

Westbrook (1980) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกโดยวิเคราะห์ถึงแหล่งที่มาของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นอาจได้มาจาก พนักงานขาย สภาพแวดล้อมของร้านค้า นโยบายการขายสินค้า ผลิตภัณฑ์และการบริการ คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ สิ่งที่คุณค่าต้องจ่าย และการจัดให้มีรายการส่งเสริมการขายต่างๆ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้ามากที่สุด คือ พนักงานขาย การจัดให้มีรายการส่งเสริมการขายต่างๆ คุณภาพผลิตภัณฑ์และการบริการที่คุ้มค่ากับสิ่งที่ลูกค้าต้องจ่าย นอกจากนี้ความสัมพันธ์ในเรื่องของรูปลักษณ์ภายนอกของร้านค้า ยังส่งผลต่อความพึงพอใจ และความภักดีต่อการเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกนั้นๆ ด้วย

จึงอาจสรุปทฤษฎี หลักการ และแนวคิดเรื่องความพึงพอใจได้ว่า ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกของบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมต่างๆ โดยความรู้สึกสามารถเป็นได้ทั้งทางบวกและทางลบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้สึกของแต่ละบุคคล

ความภักดีของนักท่องเที่ยว

Schiffman and Kanuk (1994) ได้อธิบายถึงความภักดีไว้ว่า ความภักดี หมายถึง ความพึงพอใจที่สม่ำเสมอและการซื้อตราสินค้าเดิมในผลิตภัณฑ์ของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง จะเห็นได้ว่าลูกค้าจะต้องเกิดความพึงพอใจเสียก่อน ความภักดีจึงจะเกิดขึ้นได้ในสินค้าหรือบริการนั้นๆ หากการขายสินค้าหรือบริการใดๆ ไม่ก่อให้เกิดความพึงพอใจกับลูกค้า ความภักดีก็จะมีโอกาสเกิดขึ้นได้โดยผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องพิจารณาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ จะต้องเข้าใจถึงคุณลักษณะและความต้องการของลูกค้า เพื่อสามารถออกแบบสินค้าและบริการให้สามารถดึงดูดใจลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการโดยลูกค้าจะต้องเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการนั้นเป็นสำคัญ

โดยระดับความภักดีในตราสินค้า (Degree of Brand Loyalty) มี 6 ขั้นตอนดังตารางที่ 3 คือ

ตารางที่ 3 ระดับความภักดีในตราสินค้า

ระดับความภักดีในตราสินค้า	ความหมาย
1.ไม่เคยรับรู้ตราสินค้า (Brand Non-Recognition)	ผู้ซื้อไม่เคยรับรู้ว่ามีสินค้าตรานี้ การไม่รับรู้ทำให้เกิดการตอบสนองต่อการขาย นักการตลาดควรใช้วิธีส่งเสริมการตลาดตั้งแต่ขั้นแนะนำสินค้าเพื่อให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก
2.การรับรู้ตราสินค้า (Brand Recognition)	ผู้บริโภครู้จัก เคยเห็น เคยได้ยิน และจำตราสินค้าได้ งานของนักการตลาดคือ การสร้างภาพพจน์ของสินค้าให้เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค
3.การปฏิเสธการซื้อตราสินค้า (Brand Rejection)	ผู้บริโภครู้จักตราสินค้าแต่ยังไม่ยอมรับจึงยังไม่ซื้อ อาจต้องเปลี่ยนแปลงภาพพจน์สินค้า หรือเปลี่ยนแปลงตัวสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและใช้การส่งเสริมการตลาดช่วยสนับสนุน
4.การยอมรับในตราสินค้า (Brand Acceptance)	ผู้บริโภคยอมรับว่าตราสินค้าดี มีคุณค่า และเมื่อมีโอกาสจะเลือกซื้อตรานี้
5.ความชอบในตราสินค้า (Brand Preference)	ผู้บริโภคยอมรับและชอบตราสินค้านี้มากกว่าตราสินค้าอื่นที่เป็นสินค้าประเภทเดียวกัน นักการตลาดควรใช้การส่งเสริมการตลาดให้เข้าถึงผู้บริโภคให้มากที่สุด
6.การยืนยันในตราสินค้า (Brand Insistence)	เป็นความภักดีในตราสินค้า ซึ่งถือว่าเป็นความสำเร็จของการตลาด

Chodzaza and Gombachika (2013) ได้อธิบายการวัดค่าความภักดีของลูกค้าสามารถวัดได้ 3 แบบ คือ (1) การวัดค่าของพฤติกรรม หมายถึง การวัดความต่อเนื่องและพฤติกรรมการซื้อซ้ำ (2) การวัดค่าทางทัศนคติ หมายถึง การใช้ข้อมูลทางอารมณ์ และทางจิตวิทยาเป็นตัวชี้วัด (3) การวัดค่ารวมของความภักดี ซึ่งเป็นการรวมการวัดค่าความภักดีของแนวคิด (1) และ (2) โดยวัดความภักดีจากความชอบในการบริการของลูกค้า ค่าใช้จ่ายของการเปลี่ยนตราสินค้า ความถี่ของการซื้อ และผลรวมการซื้อ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดและลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ 4 ประเภท อันประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา และสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ว่ามีผลกระทบต่อกันอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและแรงจูงใจ โดยผลสรุปจากการวิจัยทางจิตวิทยาแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชาย (เพศ) มีความคิดเรื่องค่านิยม และทัศนคติแตกต่างกัน เนื่องจากสังคมและวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดบทบาทและกิจกรรมของผู้หญิงและผู้ชายไว้แตกต่างกัน ซึ่งผู้หญิงนั้นถูกจูงใจง่ายกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายมักใช้เหตุผลและจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความคิดและพฤติกรรมที่เหมือน หรือ แตกต่างกัน การศึกษาหรือความรู้มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้า สาขาวิชาที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคลย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยมและความต้องการที่ไม่เหมือนกัน สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ถิ่นฐาน ภูมิสำเนา พื้นฐานครอบครัว อาชีพ รายได้ และฐานะทางการเงิน ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจจึงส่งผลให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และมีเป้าหมายที่แตกต่างกันด้วย

ตลาดนัดจตุจักร

สำหรับประเทศไทยสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือแหล่งซื้อสินค้าที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ คือ ตลาดนัดจตุจักร หรือที่เรียกติดปากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติว่า JJ Market ตลาดนัดจตุจักรเป็นตลาดนัดเก่าแก่ในกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันมีจำนวนแผงค้าทั้งหมดมากกว่า 8,000 แผงค้า โดยแบ่งเป็น 27 โครงการ จำหน่ายสินค้า 8 ประเภท คือ ผักและผลไม้ เสื้อผ้า สัตว์เลี้ยง ต้นไม้ อาหารปรุง อาหารสำเร็จรูป อาหารสด และเบ็ดเตล็ด TripAdvisor ได้จัดอันดับตลาดนัดจตุจักรในเรื่องของ Global Cities for Tourist Shopping ซึ่งเป็นการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจำนวน 75,000 คน จาก 40 เมืองทั่วโลก ผลการสำรวจพบว่า กรุงเทพมหานครติด 1 ใน 3 เมืองที่เป็น Best for Shopping โดย ตลาดนัดจตุจักร จัดเป็นแหล่งซื้อสินค้านอกห้างสรรพสินค้าที่นิยมเป็นอันดับ 1

ด้วยเหตุนี้ทางผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว และศึกษาความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกซื้อสินค้า รวมทั้งความภักดีที่มีต่อตลาดนัดจตุจักร โดยทางผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้วยข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนี้จะช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลเชิงกว้างอันเป็นประโยชน์ในการนำไปวิเคราะห์เรื่องแรงจูงใจที่แตกต่างกันของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม เพราะการทราบถึงแรงจูงใจ ความพึงพอใจ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

และความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการซื้อสินค้าของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและพัฒนาตลาดนัด
จตุจักรให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักร

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้อ้างอิงโครงสร้างแบบสอบถามจากงานวิจัยเรื่องแรงจูงใจ ความพึงพอใจในภาพรวมและความภักดี
ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการซื้อสินค้าที่ร้านค้าปลีกของ Lloyd et al. (2011) ในประเทศฮ่องกง และ Lin and Chen (2013) ใน
ประเทศไต้หวัน โดยที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและประยุกต์โครงสร้างคำถามเพื่อออกแบบแบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับใช้ในการ
ทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับแรงจูงใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้ากับกลุ่มนักท่องเที่ยวในบริบท
ใหม่ คือ ตลาดนัดจตุจักร ในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามงานวิจัยนี้ได้จากการสุ่มแบบสะดวกหรือบังเอิญ (Convenience or Accidental
Sampling) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาซื้อสินค้า ณ ตลาดนัดจตุจักรจำนวน 300 ราย แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 150
ราย และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 150 ราย โดยคำถามในแบบสอบถามจัดเป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ และ
คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักรซึ่งแบ่งออกเป็นทั้งหมด 7 ด้าน คือ ด้านคุณภาพสินค้า ด้านคุณภาพ
การบริการ ด้านความเสถียรที่จะได้รับ ด้านสภาพแวดล้อมของร้านค้า ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความพยายาม และด้านราคา โดย
ใช้ลักษณะคำถามแบบการประเมินความสำคัญ 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ค่อนข้างเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่าง
ยิ่ง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจัดทำในช่วงเวลา 10:00-17:00น.

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกนำมาคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น โดยใช้สูตรคือ

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

เมื่อได้ความกว้างของอันตรภาคชั้นจากการคำนวณแล้ว ทำให้สามารถนำคะแนนเฉลี่ยมาจัดลำดับความสำคัญได้ดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	อยู่ในระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	อยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	อยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึง	อยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	อยู่ในระดับมากที่สุด

การวิจัยนี้ได้กำหนดตัวแปรต้นเป็นข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ 6 ตัวแปร คือ เพศ อายุ ภูมิภาค รายได้ ระดับ
การศึกษา และจุดประสงค์การเดินทาง โดยแบ่งตัวแปรตามเป็นตัวแปรตามด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ตลาด
นัดจตุจักร

ผลการวิจัย

ผลที่ได้จากการวิจัยถูกนำไปลงรหัสข้อมูลในโปรแกรม SPSS และทำการวิเคราะห์ผลการวิจัย ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถอธิบายได้ 4 ส่วนดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลสำรวจนักท่องเที่ยวที่มาซื้อสินค้า ณ ตลาดนัดจตุจักร จำนวน 300 คน พบว่าเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย เพศหญิง 94 คน เพศชาย 56 คน และ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพศหญิง 96 คน เพศชาย 54 คน เมื่อจำแนกตามภูมิลำเนาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 3 อันดับแรก มาจากยุโรป คิดเป็นร้อยละ 22.3 อเมริกาเหนือร้อยละ 10.3 และมาจากเอเชียร้อยละ 9.3 ตามลำดับ สำหรับระดับการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่มาซื้อสินค้า ณ ตลาดนัดจตุจักรส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 75 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 91 คน สำหรับประเด็นการวิจัยเรื่องจุดประสงค์ของการเดินทาง พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เหตุผลในการเดินทางสูงสุดเหมือนกันคือ เป็นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว โดยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 139 คน และเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 142 คน ทั้งนี้อายุเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ที่ 25 ปี และสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยู่ที่ 22 ปี ซึ่งรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็น 15,000 บาท และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 42,876 บาทตามลำดับ

แรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้า

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการเก็บข้อมูลในรูปแบบตาราง โดยแสดงผลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านคุณภาพสินค้า

คุณภาพสินค้า	คะแนนเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
ตลาดนัดจตุจักรมีสินค้าหลากหลายมาก	4.40	0.69398	มากที่สุด
สินค้าในตลาดนัดจตุจักรมีคุณภาพคงที่	3.76	0.76765	มาก
สินค้าที่ขายในตลาดนัดจตุจักรใช้งานได้ดี	3.74	0.71813	มาก
สินค้าที่มีอยู่ในตลาดนัดจตุจักรเป็นสินค้าที่ผลิตด้วยฝีมือประณีต	3.75	0.81427	มาก
สินค้าในตลาดนัดจตุจักรมีการออกแบบที่ดี	3.84	0.73680	มาก
รวม	3.90		มาก

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่าแรงจูงใจด้านคุณภาพสินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 ซึ่งอยู่ในระดับมากโดยจากแบบสอบถาม ประเด็นที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือตลาดนัดจตุจักรมีสินค้าหลากหลายมากตามด้วยระดับคะแนนเฉลี่ยมากคือสินค้าในตลาดนัดจตุจักรมีการออกแบบที่ดีสินค้าในตลาดนัดจตุจักรมีคุณภาพคงที่สินค้าที่มีอยู่ในตลาดนัดจตุจักรเป็นสินค้าที่ผลิตด้วยฝีมือประณีต และสินค้าที่ขายในตลาดนัดจตุจักรใช้งานได้ดีตามลำดับ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

ตารางที่ 5 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ	คะแนนเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
พนักงานของร้านค้า/ ผู้ขายที่ตลาดนัดจตุจักรมีความรู้เรื่องสินค้าเป็นอย่างดี	3.85	0.81147	มาก
พนักงานของร้านค้า/ ผู้ขายที่ตลาดนัดจตุจักรเต็มใจจะช่วยเหลือลูกค้า	3.74	0.89255	มาก
พนักงานของร้านค้า/ ผู้ขายที่ตลาดนัดจตุจักรสามารถพูดภาษาอังกฤษได้ดี	3.22	3.19021	ปานกลาง
พนักงานของร้านค้า/ ผู้ขายที่ตลาดนัดจตุจักรสามารถพูดภาษาไทยได้ดี	3.08	1.33012	ปานกลาง
พนักงานของร้านค้า/ ผู้ขายที่ตลาดนัดจตุจักรมีความนอบน้อมแก่ข้าพเจ้า	3.55	0.90086	มาก
พนักงานของร้านค้า/ ผู้ขายที่ตลาดนัดจตุจักรรู้จักโอนอ่อนผ่อนตามความต้องการของข้าพเจ้า	3.58	0.82075	มาก
รวม	3.50		มาก

จากตารางที่ 5 สามารถสรุปได้ว่าแรงจูงใจด้านคุณภาพการบริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.50 ซึ่งแปลความหมายได้ว่ามาก โดยประเด็นที่ถูกประเมินส่วนใหญ่ได้ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่มากเกือบทั้งหมด มีเพียงประเด็นเรื่องพนักงานของร้านค้า/ ผู้ขายที่ตลาดนัดจตุจักรสามารถพูดภาษาอังกฤษได้ และ พนักงานของร้านค้า/ ผู้ขายที่ตลาดนัดจตุจักรสามารถพูดภาษาไทยได้ดี ที่ได้ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 6 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านความเสี่ยงที่จะได้รับ

ความเสี่ยงที่จะได้รับ	คะแนนเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
โอกาสที่จะถูกโกงมีน้อยเมื่อซื้อสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักร	3.44	0.88562	มาก
การจ่ายเงินซื้อสินค้าในราคาที่ไม่เป็นธรรมในตลาดนัดจตุจักรมีความเสี่ยงต่ำ	3.38	0.94483	ปานกลาง
การซื้อสินค้าปลอมที่ตลาดนัดจตุจักรมีความเสี่ยงต่ำ	3.09	1.01122	ปานกลาง
รวม	3.30		ปานกลาง

จากตารางที่ 6 แรงจูงใจด้านความเสี่ยงของนักท่องเที่ยวที่จะได้รับมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.30 สามารถแปลความหมายได้ว่าปานกลาง ทำให้อาจสรุปได้ว่าความเสี่ยงที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการซื้อสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักรนั้นยังมีอยู่ในประเด็นเรื่องสินค้าปลอมและราคาสินค้าไม่เป็นธรรมกับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 7 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านสภาพแวดล้อมของร้านค้า

สภาพแวดล้อมของร้านค้า	คะแนนเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
การวางผังของตลาดนัดจตุจักรน่าดึงดูดใจ	3.71	0.87489	มาก
ตลาดนัดจตุจักรมีเนื้อที่กว้างขวาง	3.84	0.99999	มาก
การตกแต่งหน้าร้านค้าของตลาดนัดจตุจักรน่าดึงดูดใจ	3.72	0.84781	มาก
บรรยากาศในตลาดนัดจตุจักรน่าพอใจ	3.73	2.49490	มาก
การจัดแสดงสินค้าหน้าร้านที่ตลาดนัดจตุจักรน่าดึงดูดใจ	3.75	0.82596	มาก
รวม	3.75		มาก

จากตารางที่ 7 ด้านแรงจูงใจกับสภาพแวดล้อมของร้านค้า ผลสำรวจพบว่ามีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.75 แปลความหมายได้ว่าการวางแผนของตลาดนัดจตุจักรน่าดึงดูดใจบรรยากาศในตลาดนัดจตุจักรน่าพอใจและการจัดแสดงสินค้าหน้าร้านที่ตลาดนัดจตุจักรน่าดึงดูดใจ แสดงให้เห็นว่าในด้านสภาพแวดล้อมของตลาดนัดจตุจักรมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 8 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิต	คะแนนเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
ภาพลักษณ์ของตลาดนัดจตุจักรเข้ากันกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของข้าพเจ้า	3.45	0.95754	มาก
ยี่ห้อสินค้าที่มีอยู่ในตลาดนัดจตุจักรสะท้อนถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของข้าพเจ้า	3.31	0.95551	ปานกลาง
รวม	3.38		ปานกลาง

จากตารางที่ 8 ด้านแรงจูงใจกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ผลสำรวจพบว่ามีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.38 แปลความหมายได้ว่าภาพลักษณ์ของตลาดนัดจตุจักรเข้ากันกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว และยี่ห้อของสินค้าที่มีอยู่ในตลาดนัดจตุจักรนั้นตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่เมื่อได้มาสัมผัสประสบการณ์จริงในการซื้อสินค้า อาจจะพบว่ายี่ห้อสินค้าบางอย่างไม่ตรงหรือไม่สอดคล้องกับที่คาดหวังไว้

ตารางที่ 9 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านความพยายาม

ความพยายาม	คะแนนเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
ข้าพเจ้าใช้เวลามาก ในการต่อรองราคาสินค้าเมื่อซื้อสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักร	3.17	1.11689	ปานกลาง
ข้าพเจ้าใช้เวลามากกว่าที่จะหาตลาดนัดจตุจักรพบ	3.31	1.16552	ปานกลาง
ข้าพเจ้าใช้เวลามากในการค้นหาสินค้าที่ถูกใจในตลาดนัดจตุจักร	3.43	1.04187	มาก
ข้าพเจ้าใช้เวลามากในการทดลองสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักร	3.28	2.01170	ปานกลาง
ข้าพเจ้าใช้เวลามากในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักร	3.40	1.01855	ปานกลาง
ข้าพเจ้าใช้เวลามากในการอธิบายความต้องการของข้าพเจ้าต่อพนักงานขายในตลาดนัดจตุจักร	3.16	1.07728	ปานกลาง
รวม	3.29		ปานกลาง

จากตารางที่ 9 สามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจด้านความพยายามมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.29 ปานกลาง แปลความหมายได้ว่าความเห็นของนักท่องเที่ยวในเรื่องการใช้เวลาในการต่อรองราคาสินค้า การเข้าถึงตลาดนัดจตุจักร การทดลองสินค้า การตัดสินใจซื้อ และการอธิบายความต้องการของตนเองต่อพนักงานขายใช้เวลาไม่มากนัก มีเพียงประเด็นเรื่องการใช้เวลาในการค้นหาสินค้าที่ถูกใจในตลาดนัดจตุจักรที่ใช้เวลานานมาก นั่นคือ สินค้าที่หลากหลายในตลาดนัดจตุจักรอาจไม่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 10 ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านราคา

ราคา	คะแนนเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
สินค้าที่ตลาดนัดจตุจักรมีราคาที่สมเหตุสมผล	3.68	0.85707	มาก
สินค้าที่ตลาดนัดจตุจักรคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป	3.63	0.87380	มาก
รวม	3.65		มาก

จากตารางที่ 10 สามารถสรุปได้ว่าค่าเฉลี่ยที่มาก แสดงให้เห็นว่าสำหรับนักท่องเที่ยวสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักรมีราคาที่สมเหตุสมผล และ สินค้าคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป ซึ่งจัดเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการเดินทางมาเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักรของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

การประมวลผลแรงจูงใจทั้ง 7 ด้านของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักร ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามได้ถูกนำไปวิเคราะห์ในรูปแบบตาราง โดยแสดงผลค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในแต่ละด้าน

ประเด็นประเมิน	คะแนนเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
คุณภาพสินค้า	3.90	2.79890	มาก
คุณภาพการบริการ	3.50	5.37996	มาก
ความเสี่ยงที่จะได้รับ	3.30	2.51688	ปานกลาง
สภาพแวดล้อมของร้านค้า	3.75	4.22251	มาก
รูปแบบการดำเนินชีวิต	3.38	1.78936	ปานกลาง
ความพยายาม	3.29	5.39019	ปานกลาง
ราคา	3.65	0.80746	มาก

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจ ความพึงพอใจและความภักดีของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Yoopetch and Toemtemsab (2013) ที่ได้ศึกษาเรื่องแรงดึงดูดใจในการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในตลาดนัดจตุจักร ซึ่งผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันในเรื่องประชากรศาสตร์ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ นั้นมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจพฤติกรรมการซื้อและความคิดเห็นเช่นเดียวกันโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาไทยของพนักงานขายอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า ภาษาเป็นอุปสรรคในการสื่อสาร และต้องได้รับการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อสร้างความพึงพอใจ สร้างแรงดึงดูดใจ และสามารถนำไปสู่ความภักดีของนักท่องเที่ยวในอนาคตได้

สรุป

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาเรื่องแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้ากรณีศึกษาตลาดนัดจตุจักร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้า ณ ตลาดนัดจตุจักร รวมถึงเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน โดยมีขอบเขตการศึกษาด้านประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่มาซื้อของที่ตลาดนัดจตุจักรจำนวน 300 คนแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 150 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 150 คนในช่วงเดือนกรกฎาคม 2558 ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกหรือแบบบังเอิญ (Convenience or Accidental Sampling) จากนั้นได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลที่ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม พบว่าทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้หญิง จำแนกตามภูมิลำเนาได้เป็นชาวยุโรปมากที่สุด ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ที่ระดับปริญญาตรี จุดประสงค์ของการเดินทางในครั้งนี้คือเพื่อมาท่องเที่ยว อายุของนักท่องเที่ยวไทยอยู่ที่ค่าเฉลี่ย 25 ปี และอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยู่ที่ค่าเฉลี่ย 22 ปี ซึ่งจัดอยู่ในช่วงกลุ่มอายุเดียวกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีรายได้เฉลี่ยคิดเป็น 15,000 บาท ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีรายได้เฉลี่ยคิดเป็นเงินประมาณ 42,876 บาท

แรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวพบว่า แรงจูงใจที่พบมากที่สุดจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติคือ ตลาดนัดจตุจักรมีสินค้าหลากหลายมาก สะท้อนให้เห็นว่าคุณภาพสินค้าถือเป็นแรงจูงใจหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักร คะแนนที่อยู่ในระดับปานกลางคือด้านความเสี่ยงที่จะได้รับ รูปแบบการดำเนินชีวิต และด้านความพยายาม แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจด้านเหล่านี้เป็นแรงจูงใจระดับรองลงมา สำหรับประเด็นการประเมินเรื่องหัวข้อการจ่ายเงินซื้อสินค้าในราคาที่ไม่เป็นธรรมในตลาดนัดจตุจักรมีระดับคะแนนที่อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน สามารถสรุปได้ว่า ความเสี่ยงที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการมาเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดนัดจตุจักรนั้นยังมีอยู่ทั้งในเรื่องของราคาที่ไม่เป็นธรรมและสินค้าปลอม

นักท่องเที่ยว ณ ตลาดนัดจตุจักรมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน อันได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา และภูมิลำเนา พบว่านักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันนั้นมีผลต่อแรงจูงใจที่แตกต่างกัน เช่น รายได้ และระดับการศึกษา จะเห็นได้ว่าผู้มีรายได้สูงและระดับการศึกษาสูงจะมีความคาดหวังเรื่องการบริการมากกว่าผู้มีรายได้ปานกลางถึงน้อยและ

ระดับการศึกษานักท่องเที่ยวที่ต่างกัน ก็มีผลต่อแรงจูงใจทั้งด้านคุณภาพสินค้า คุณภาพบริการ รูปแบบการดำเนินชีวิต ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามที่ได้จากการเก็บข้อมูลสอดคล้องกับสมมติฐานทั้งสามข้อที่ตั้งไว้ โดยสามารถยืนยันผลการวิจัยได้ว่า ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้าแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษานักท่องเที่ยวที่ต่างกันสามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดรูปแบบและประชาสัมพันธ์ตลาดนัดจตุจักรเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เพิ่มขึ้นได้อย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ สามารถจัดตลาดให้มีประสิทธิภาพดีเลิศ โดยใช้เครื่องหมายรับประกันคุณภาพจากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อสร้างมาตรฐานและสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงและการศึกษาสูง เมื่อลูกค้าพอใจและบอกต่อญาติและเพื่อน ก็จะทำให้ตลาดนัดจตุจักรมีฐานลูกค้าที่กว้างขวางและถือเป็นการสร้างกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ให้กับตลาดนัดจตุจักรได้อีกด้วย การพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารของผู้ขายก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ควรคำนึงถึงในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ควรจัดให้มีการอบรม เพิ่มพูนทักษะ ทางด้านภาษาและจริยธรรมทางการค้า เพื่อสร้างความเข้าใจถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จะทำให้พนักงานขายสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม เมื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ความภักดีก็จะเป็นผลตามมามากมายในระดับถัดไป

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือจากอาจารย์และเจ้าหน้าที่ ภาควิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และนักท่องเที่ยวผู้สละเวลาตอบแบบสอบถามทุกท่าน ทางคณะผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- กชกร เปาสุวรรณ และคณะ. (2550). รายงานการวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ศูนย์พิษณุโลก. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ชาโรณี เดชจินดา. (2535). ทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆ ที่ให้ความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่จะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประกายดาว ดำรงพันธ์. (2536). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการด้านสินเชื่อ: กรณีศึกษาศูนย์ธุรกิจสะพานขาว ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิทักษ์ ตรุษหิม. (2538). ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิชัย เหลืองธรรมชาติ. (2531). ความพึงพอใจและการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมใหม่ของประชากร ในหมู่บ้านอพยพโครงการเขื่อนรัชชประภา (เขื่อนหาลาน) จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิมลสิทธิ์ หทรายกุล. (2526). พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ถักขิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช (2546). การบริหาร การตลาดยุคใหม่. (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุเทพ พานิชพันธุ์. (2541). ความพึงพอใจของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตร จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภค (ฉบับมาตรฐาน). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Anderson L. F. & Littrell M. A. (2004). Shopping experiences and marketing of culture to tourist. *Journal of Business Management*. 12(4): 57-69.
- Chodzaza, G. E. & Gombachika, H. S. H. (2013). Service quality, customer satisfaction and loyalty among industrial customers of a public electricity utility in Malawi. *International Journal of Energy Sector Management*, 7(2): 269-282.
- Gordon, B. (1986). The Souvenir: Messenger of the Extraordinary. *Journal of Popular Culture*, 20(3): 135-146.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2001). *Principles of Marketing*. 9th ed. New Jersey: Prentice-Hall.

- Lin, Y. H. & Chen, C. F. (2013). Passengers' shopping motivations and commercial activities at airports: The moderating effects of time pressure and impulse buying tendency. **Tourism Management**, 36: 426-434.
- Lloyd, A. E., Yip, L. S. C. & Sherriff, Luk, S. T. K. (2011). An examination of the differences in retail service evaluation between domestic and tourist shoppers in Hong Kong. **Tourism Management**, 32(3): 520-533.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (1994). **Consumer Behavior**. New Jersey: Prentice-Hall.
- Timothy, D. J. & Butler, R. W. (1995) Cross-border shopping: a North American perspective'. **Annals of Tourism Research**, 22(1): 16-34.
- Westbrook, R. A. (1980). A Rating Scale for Measuring Product/Service Satisfaction. **Journal of Marketing**, 44(Fall): 68-72.
- Yoopetch, C. & Toemtemsab, N. (2013). Exploring value of time, shopping behavior and shopping motivation of international tourists in the Chatuchak Weekend Market. **International Journal of Economics and Management Engineering**, 7(1): 129-134.

กระบวนการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่น: กรณีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มฮักน้ำจาง บ้านนาคว้าวัก
ตำบลบ้านกิว อำเภอมะเข จังหวัดลำปาง

The Process of Knowledge Transfer from the Old to the Young Generations:
Case Study of the Hug Nam Jang Community Enterprise, Ban Na Kao Kiew,
Ban Kiew Subdistrict, Mae Tha District, Lampang Province

ศรวาสย์ สมสวัสดิ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง¹
บุญทวรรณ วิงวอน, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง²
ปิยมาศ วันทยางค์นันท์, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง³
Email: sorrawat2006@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาบริบท ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มฮักน้ำจางและ (2) เพื่อศึกษากระบวนการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่นของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มฮักน้ำจาง ผู้ให้ข้อมูล คือ ประธานและสมาชิก รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มฮักน้ำจาง ประกอบด้วยกลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่เป็นสมาชิกของกลุ่มจำนวน 30 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสังเคราะห์เนื้อหา

ผลการลงพื้นที่พบว่า บริบทวิสาหกิจชุมชนกลุ่มฮักน้ำจาง เริ่มต้นเมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 จากการบูรณาการของหน่วยงานในส่วนของศูนย์เฮียนฮักเฮียนฮักเพียงกลุ่มฮักน้ำจาง ได้ไปศึกษาดูงานด้านเกษตรพอเพียง และศึกษาดูงานด้านการใช้พลังงานทดแทน หลังจากนั้นเริ่มต้นรวมกลุ่ม เริ่มต้นจากสมาชิกเพียง 5 ครอบครัวจับมือกันมุ่งสู่วิถีเกษตรอินทรีย์ ปลูกพืชผักท้องถิ่นกินตามฤดูกาล ส่วนใครที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองก็ยังสามารถใช้พื้นที่ส่วนกลางร่วมกันได้ จนสามารถขยายผลไปสู่ความร่วมมือของคนในชุมชนกว่า 80 หลังคาเรือน ที่หันหน้าสู่วิถีสีเขียวเพื่อสร้างความมั่นคงและยั่งยืน ลักษณะการดำเนินงานของชุมชนฮักน้ำจางสรุปได้ว่า สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน ซึ่งมีความเข้มแข็งมาก มีคำขวัญของกลุ่มคือ พอเพียง พออยู่ พอกินและเน้นความยั่งยืน มีความพร้อมของพื้นที่แหล่งน้ำในชุมชน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2555 ชื่อเสียงของผักอินทรีย์ฮักน้ำจางได้เป็นที่รู้จักมีการจำหน่ายผ่านเครือข่ายเพชรล้านนาวิสาหกิจกลุ่มฮักน้ำจาง ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ จากสมาคมมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (มอน.) การออกรับชม เมื่อจำหน่ายผักได้ส่งผลให้มีรายได้มอบให้กับเจ้าของผักร้อยละ 80 เหลืออีกร้อยละ 20 หักเข้าส่วนกลางเพื่อบริหารจัดการกลุ่ม และทุกวันที่ 16 ของเดือนสมาชิกจะนำเงินมาออมเงินส่วนบุคคล

สืบเนื่องจากปัจจุบันมีสมาชิกในกลุ่มมากถึง 80 ครอบครัว สิ่งที่ตามมา คือ ปัญหาและอุปสรรคด้านพื้นที่ในการปลูกผักอินทรีย์ไม่เพียงพอ ดังนั้น ทางกลุ่มได้ทำการจัดทำพื้นที่ส่วนกลางเรียกว่า “แปลงรวม” สำหรับสมาชิกเพื่อทำการปลูกผักในกรณีที่สมาชิกไม่มีพื้นที่เพาะปลูก รวมถึงอนาคตอาจจะมีการสร้างเครือข่ายจากพื้นที่ใกล้เคียงที่มีแนวความคิด รวมถึงการแก้ปัญหาคนในกลุ่มที่มี “ความเห็นต่าง” ด้วยการจัดทำกติกาของกลุ่ม การประชุมกลุ่มทุกเดือน เดือนละ 1 ครั้ง เพื่อทำความเข้าใจกับสมาชิกร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยยึดมติกลุ่มเป็นหลัก

ด้านกระบวนการถ่ายทอดความรู้ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มฮักน้ำจาง ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) กระบวนการแบ่งปันแลกเปลี่ยน ถ่ายทอด ประกอบด้วย การบอกเล่าด้วยปาก การสาธิต กิจกรรมรณรงค์และการร่วมกิจกรรม (2) กระบวนการได้มาซึ่งความรู้ ได้แก่ การสังเกตการณ์ การพูดคุยหรือกิจกรรมทางสังคม การศึกษาจากเอกสารและการศึกษาดูงาน (3) กระบวนการสร้างความเข้าใจและการเรียนรู้ให้กับคนรุ่นลูกหลานซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ที่ได้ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและมีใจรักความพอเพียง (4) กระบวนการคัดเลือกความรู้ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มฮักน้ำจาง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของชุมชน ดังคำขวัญของกลุ่มคือ “พอเพียง พออยู่ พอกิน และยั่งยืน”

คำสำคัญ: กระบวนการถ่ายทอดความรู้ วิสาหกิจชุมชน การถ่ายทอดรุ่นสู่รุ่น

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

² ประธานหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

³ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ABSTRACT

The objectives of the research were (1) to study the context, problems and obstacles of the Hug Nam Jang community enterprise (2) to find out the process of knowledge transfer from the old generation to the young generation of the Hug Nam Jang community enterprise. The sample consisted of the president and the members together with those who involved in providing and giving information, and they also played an important role in driving the operation of the community enterprise were the elderly and the young members amount 30 people. The data were analyzed with content synthesis.

The findings of the survey revealed that the context of the Hug Nam Jang community enterprise started in April 2008 by integrating of the HienHoo Hong Hien Sufficiency Economy Center. Hug Nam Jang Community Enterprise They also visited the organizations and observed their agricultural sufficiency economy and the renewable energy. After their observation, only 5 families cooperated and started growing organic vegetables, and local seasonal agriculture. The member who was not a landlord could still use the shared area. It led over 80 families in the community to cooperate and join the green trajectory project for creating stability and sustainability. It could be concluded that the most members of the Hug Nam Jang community enterprise group were the elderly, living in the community, that they had strong performance management. The motto of their group was enough, sufficiency, economic satisfaction. They focused on sustainability in availability of community water resources. In 2012, their Hug Nam Jang organic vegetables were widely known by selling them through their PetchLanna Network. Furthermore, their organic vegetables were certified by the North Organic Standard Association. Their earnings after they sold organic vegetables would be divided into 2 parts; the 80 percentage was given to the farm owners, and another 20 percentage was deposited for group management. On the 16th of each month, all members would bring their money for personal savings.

According to the current 80 family membership, there were problems and obstacles of inadequate organic vegetable beds following. Therefore the group had to arrange the shared area called “shared garden or nursery” to members in case of the ones who had no the farming land, including in the future they might establish the neighborhood network. In addition, the problem solution of different ideas between members by setting group regulations which members had to follow. There also had a group meeting once a month for making agreement and compatibility. They also tried to solve any problems by following the group resolutions.

The process of knowledge transfer of the Hug Nam Jang community enterprise consisted of 4 parts (1) The sharing, exchanging, and transferring process comprised oral conversation, demonstration, activity campaign and participation (2) The observation, talking or social activity, study of documents and visitation the other organizations to the knowledge procedure. (3) The building process of understanding and learning for the young generations who attended their environment and sufficiency satisfaction. (4) The Knowledge relection process of the Hug Nam Jang community enterprise focused on their community sustainability following the group motto “enough, sufficiency, economic satisfaction, and sustainability”.

Keywords: The Process of Knowledge Transfer, Community Enterprise, Transferring Between Generations

บทนำ

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ โดยยึดคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา เพื่อให้สามารถขับเคลื่อนประเทศไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ และสังคมอย่างยั่งยืน และมีการวางรากฐานให้เป็นคนที่มีสมบูรณ์ มีคุณธรรมจริยธรรม มีค่านิยมและสุขภาวะที่ดี ตลอดจนเป็นคนเก่งที่มีทักษะความรู้ความสามารถและพัฒนาตนเองได้ต่อเนื่องตลอดชีวิต มีความเป็นพลเมืองที่ดี รู้ สามารถปรับตัวได้อย่างรู้เท่าทันสถานการณ์ ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมและนำมาใช้เป็นปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกมิติ โดยกำหนดกรอบวาระวิจัยแห่งชาติ (National Research Agenda) ให้เกิดการบูรณาการระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้สมัยใหม่ที่สามารถใช้ตอบโจทย์การพัฒนาที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนชุมชนในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เพื่อสร้างสังคมคุณภาพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) จากยุทธศาสตร์ดังกล่าวเป็นการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยไปสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ โดยยึดการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนและ

สังคมไทยให้มีคุณภาพ ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องทั้งในส่วนของภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์ความรู้สมัยใหม่ การถ่ายทอดองค์ความรู้ และการจัดการองค์ความรู้ในระดับปัจเจกและชุมชน

การถ่ายทอดความรู้ เป็นสิ่งจำเป็นในแต่ละองค์กรหรือสังคมเพื่อให้ความรู้ที่มีอยู่ในคนหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่งได้ส่งต่อไปอีกคนหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่งที่ไม่มีความรู้ นั่น ๆ ได้มีความรู้ นั่น ๆ โดยที่ไม่ต้องค้นหาหรือสร้างความรู้ใหม่ขึ้นเพื่อการดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมากไปกว่านั้นเพื่อไม่ให้ความรู้สูญหายไปกับผู้ที่จะไปจากองค์กร เช่น การลาออกจากงาน หรือหมดวาระหรืออายุการทำงาน เช่นเดียวกันกับความรู้ท้องถิ่นที่ใช้เพื่อการดำรงชีพของคนในท้องถิ่น จะต้องมีการถ่ายทอดสู่คนรุ่นต่อ ๆ ไปในท้องถิ่นเพื่อให้ความรู้ นั้นได้ดำรงอยู่ หรือนำไปพัฒนาและขยายความรู้ยิ่ง ๆ ขึ้น เนื่องจากความรู้ท้องถิ่นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาท้องถิ่น และกระจายสู่วงกว้างในระดับประเทศ ความรู้ท้องถิ่นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจของประเทศที่กำลังพัฒนา ความรู้ท้องถิ่นคือ ปัจจัยที่จะพัฒนาอาชีพ สุขภาพ การพัฒนาชุมชน และการแก้ปัญหาความยากจน (World Bank, 2009)

กรณีของผักพื้นบ้าน ซึ่งจัดเป็นความรู้ท้องถิ่นแขนงหนึ่งที่ท้องถิ่นค้นพบเพื่อใช้เป็นอาหาร รวมทั้งเป็นสมุนไพรรักษาโรค สำหรับคนในชุมชน ผักพื้นบ้านเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญของท้องถิ่น เป็นสินค้าเพื่อสร้างรายได้ และการพัฒนาผู้หญิงในชุมชน แต่ความรู้ท้องถิ่นกำลังอยู่ในภาวะเสี่ยงต่อการสูญหาย เนื่องจากไม่ได้รับความสนใจจากคนรุ่นใหม่ ซึ่งปัจจุบันคนรุ่นใหม่มีวิถีการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้อกับสภาพแวดล้อมและพิธีการดั้งเดิมของท้องถิ่นลดลง เนื่องจากกระแสของคนรุ่นใหม่ใช้วิถีการดำเนินชีวิตแบบเมืองมากขึ้น ซึ่งขัดกับลักษณะของความรู้ท้องถิ่นที่ฝังอยู่กับประสบการณ์ของผู้สูงอายุ พิธีกรรม ประเพณี วัฒนธรรม และการดำเนินชีวิต (Chonchon, 2007) ดังนั้นการถ่ายทอดความรู้ท้องถิ่นให้คนรุ่นใหม่จะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมของคนรุ่นใหม่ประกอบกับคุณลักษณะของความรู้ท้องถิ่น

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษักน้ำจาง เริ่มต้นจากสมาชิกเพียง 5 ครอบครัว ในการจับมือกันมุ่งสู่วิถีเกษตรอินทรีย์ ปลูกพืชผักท้องถิ่น กินตามฤดูกาล ส่วนสมาชิกที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองก็ยังสามารถใช้พื้นที่ส่วนกลางร่วมกันได้ จนสามารถขยายโมเดลไปสู่ความร่วมมือของคนในชุมชนกว่า 80 หลังคาเรือน ที่หันหน้าสู่วิถีสีเขียวเพื่อสร้างความมั่นคงและยั่งยืน ลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มอักษักน้ำจาง สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน ซึ่งมีความเข้มแข็งมาก มีคำขวัญของกลุ่มคือ พอเพียง พออยู่ พอกิน และยั่งยืน มีความพร้อมของพื้นที่แหล่งน้ำ (ศรีบุตร รามจักร, 2561) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษักน้ำจาง เริ่มปลูกผักสวนครัวสร้างรายได้แต่ยังไม่มิตลาดรองรับ เกษตรกรยังขาดความรู้จนกระทั่งปี พ.ศ. 2551 ได้ไปศึกษาดูงานด้านการเกษตร จึงเกิดแรงบันดาลใจในการดำเนินชีวิตแบบพอเพียง ริเริ่มการปลูกผักอินทรีย์ ไม่ใช้สารเคมีจนกระทั่งปี พ.ศ. 2555 ชื่อเสียงของผักอินทรีย์อักษักน้ำจาง ได้เข้าสู่ ห้างสรรพสินค้าผ่านเครือข่ายเพชรล้านนาแต่การผลิผักพื้นบ้านยังอาศัยภูมิปัญญาดั้งเดิมทำให้ทางกลุ่มที่ต้องการเพิ่มรายได้ยังไม่สามารถผลิตได้สม่ำเสมอตามความต้องการของตลาด (รุ่งสุรีย์ ชัยสร, 2561) ด้านกลุ่มวัยทำงานที่มุ่งไปหางานทำในเมืองก็กลับมาพัฒนาบ้านเกิดด้วยการเข้ามาต่อยอดในเรื่องของการตลาด เรื่องของกิจกรรม สร้างเครือข่ายให้มากขึ้น ด้วยการสร้างกลุ่มอักษักกรีน (Hug Green) เพื่อสร้างความเข้าใจ พัฒนา ยกระดับ เพิ่มมูลค่าสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน โดยการประสานงานระหว่าง “น้ำเก่า” ในชุมชน คือ กลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนที่มีภูมิปัญญาองค์ความรู้พร้อมที่จะถ่ายทอดความรู้กระบวนการต่าง ๆ ให้กับ “น้ำใหม่” คือ คนรุ่นใหม่ในชุมชนที่พร้อมกลับมาพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป (เปรมศักดิ์ สุริวงศิโย, 2561) ดังนั้นจากความสำเร็จของการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่นคณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาบริบท วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงกระบวนการถ่ายทอดความรู้ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษักน้ำจาง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของชุมชน ดังคำขวัญของกลุ่มคือ “พอเพียง พออยู่ พอกิน และยั่งยืน”

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบริบท ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษักน้ำจาง
2. เพื่อศึกษากระบวนการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่น: กรณีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษักน้ำจาง บ้านนาแก้วกัว ตำบลบ้านกัว อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของงานวิจัยนี้ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ แนวคิดการสร้างและถ่ายทอดความรู้ แนวคิดปัจจัยความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ และแนวคิดการมีส่วนร่วม ดังข้อมูลต่อไปนี้

แนวคิดด้านความรู้

ความรู้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ (1) ความรู้โดยนัย หรือความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ไม่สามารถอธิบายโดยใช้คำพูดได้มีรากฐานมาจากการกระทำและประสบการณ์ มีลักษณะเป็นความเชื่อ ทักษะ และเป็นอัตวิสัย (Subjective) ต้องการการฝึกฝนเพื่อให้เกิดความชำนาญมีลักษณะเป็นเรื่องส่วนบุคคล มีบริบทเฉพาะ (Context-Specific) ทำให้เป็นทางการและสื่อสารยาก (2) ความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่รวบรวมได้ง่าย จัดระบบและถ่ายโอนโดยใช้วิธีการดิจิทัล มีลักษณะเป็นวัตถุวิสัย (Objective) เป็นทฤษฎี สามารถแปลงเป็นรหัสในการถ่ายทอดโดยวิธีการที่เป็นทางการไม่จำเป็นต้อง

อาศัยการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเพื่อถ่ายทอด ความรู้ เช่น หนังสือ เอกสารรายงาน คู่มือต่าง ๆ ที่คนสามารถเข้าถึงองค์ความรู้นั้นได้ง่าย และนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างรวดเร็ว (Nonaka & Toyama, 2003)

แนวคิดการสร้างและถ่ายทอดความรู้

ความรู้ทั้งสองประเภทมีความสำคัญต่อองค์กร โดยเฉพาะความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ การทำงาน หากมีการดึงความรู้ โดยนัยออกมาใช้แล้วแปลงให้เกิดเป็นความรู้ใหม่จนเกิดการเรียนรู้เพิ่มขึ้น ซึ่งกระบวนการดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่เรียกว่าเกลียวความรู้ (Knowledge Spiral) หรือ SECI Model ของ (Nonaka & Takeuchi, 1995) เป็นการอธิบายการถ่ายทอดความรู้และการเปลี่ยนรูปแบบของความรู้ทั้งสองประเภทจนเกิดเป็นความรู้ใหม่ ประกอบด้วย 4 กระบวนการ เพื่อยกระดับความรู้ให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นวัฏจักร โดยเริ่มจาก (1) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization) (2) การสกัดความรู้ออกจากตัวคน (Externalization) (3) การควบรวมความรู้ (Combination) และ (4) การผนึกฝังความรู้ (Internalization) และวนกลับมาเริ่มต้นทำซ้ำที่กระบวนการแรก เพื่อพัฒนาการจัดการความรู้ให้เป็นงานประจำที่ยั่งยืน

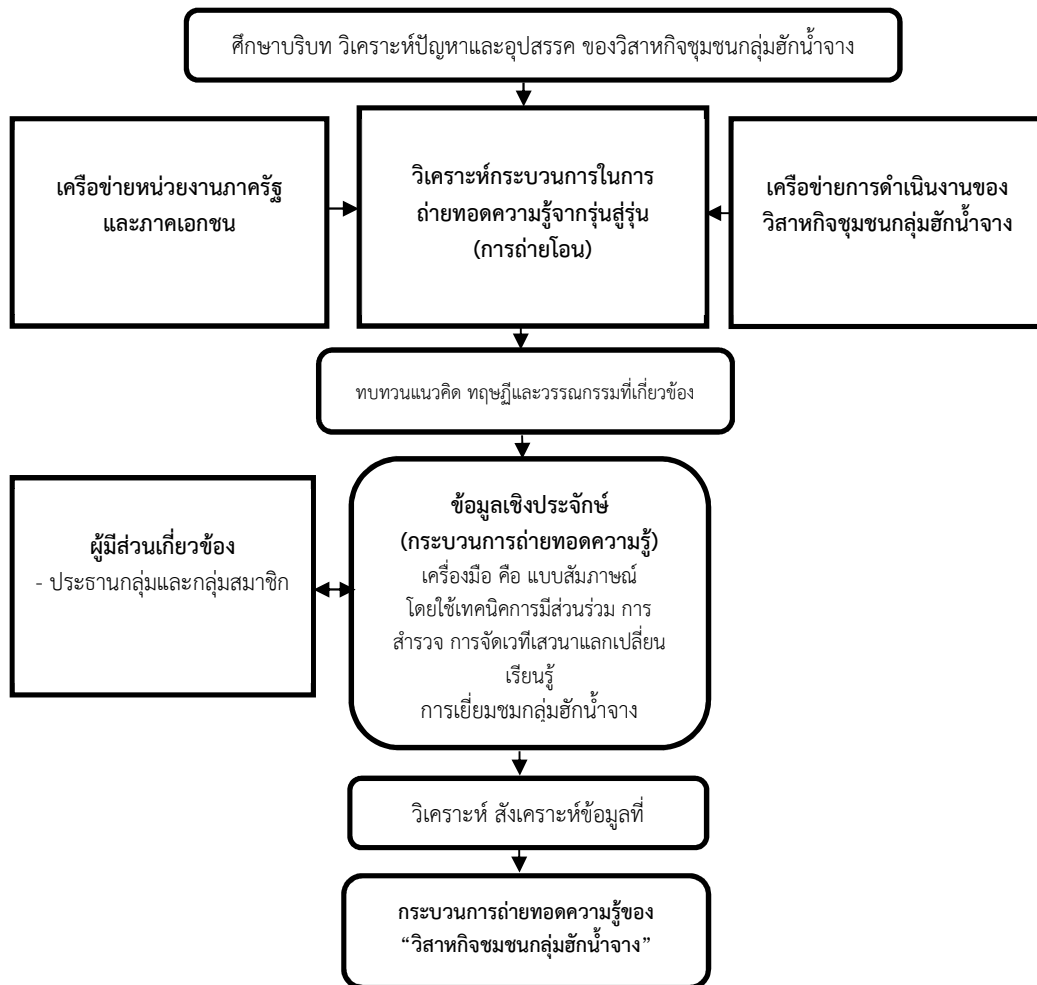
แนวคิดปัจจัยความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้

เจษฎา นกน้อย (2552) ได้กล่าวไว้ว่าปัจจัยความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ประกอบด้วย (1) สภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยและเหมาะสมกับการแลกเปลี่ยนความรู้จะทำให้พนักงานในองค์กรรู้สึกอยากที่จะหาความรู้ใหม่ๆ จัดเก็บความรู้และเผยแพร่ความรู้ที่มีอยู่ให้แก่พนักงานคนอื่นในองค์กร (2) โครงสร้างขององค์กร การสร้างองค์กรที่ยืดหยุ่น การกระจายอำนาจมีการพัฒนาความรู้ในองค์กรมีการเข้าถึงความรู้ได้ง่าย มีการกำหนดบทบาทของคนและกลุ่มคนให้ชัดเจนในกระบวนการจัดการเรียนรู้ เพื่อให้องค์กรมีทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน (3) มีจุดประสงค์ที่ชัดเจนร่วมกัน องค์กรจะต้องกำหนดจุดประสงค์และประโยชน์ต่อองค์กรที่ชัดเจน เช่น ช่วยประหยัดงบประมาณหรือช่วยทำให้เกิดรายได้แก่บริษัท เพื่อให้พนักงานทราบเป้าหมายเดียวกัน (4) ผู้นำความรู้ขององค์กรต้องมีผู้นำความรู้หรือผู้อำนวยการ ที่จะเป็นคนผลักดันโครงการจัดการความรู้เป็นจริง โดยการสร้างระบบความผูกพันและความกระตือรือร้นให้เกิดกับพนักงานทุกคนในองค์กร (5) มีกระบวนการจัดการความรู้ที่เป็นระบบ องค์กรต้องมีผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการความรู้ โดยให้ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับผู้ใช้และผู้จัดทำสารสนเทศโดยจะต้องสร้างกระบวนการจัดการความรู้ที่ชัดเจนตั้งแต่กระบวนการแสวงหาความรู้ สร้างความรู้ จัดเก็บความรู้ ถ่ายทอดความรู้ และการใช้ประโยชน์ (6) ระบบการบริหารงาน และการให้รางวัล ระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ระบบติดตามและประเมินผล การคัดเลือกคนเข้ามาทำงาน หรือการให้ผลตอบแทนที่จูงใจในการแลกเปลี่ยนความรู้ โดยการติดตามผลอย่างเป็นระบบและสม่ำเสมอจำเป็นต่อการจัดการความรู้ (7) เทคโนโลยี เนื่องจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้การจัดการความรู้แพร่หลายและมีความเป็นไปได้มากขึ้น ปัจจุบันความรู้สมัยใหม่ไม่สามารถแยกจากเทคโนโลยีสารสนเทศเนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยอำนวยความสะดวกในการเผยแพร่ความรู้ ช่วยในการวัด ความคุม ประสานความรู้ และเป็นหลักประกันว่า ความรู้ที่ได้ถูกต้องและโดยวิธีที่ถูกต้อง (8) ผู้นำ ผู้นำจะให้การสนับสนุนด้านนโยบาย การใช้ทรัพยากร การสร้างแรงจูงใจและการให้รางวัลแก่พนักงานที่สร้างประโยชน์ให้เกิดแก่องค์กร ผู้นำยังมีบทบาทช่วยพิจารณาว่า การจัดการความรู้สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ขององค์กรหรือไม่ รวมทั้งมีบทบาทในการสนับสนุนการจัดการความรู้ให้เกิดขึ้นภายในองค์กร

แนวคิดการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม หมายถึง การเกี่ยวข้องทางจิตใจและอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่มซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้เกิดการกระทำเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้นกับทั้งให้เกิดกับความรู้สึกผูกพันร่วมกับกลุ่มดังกล่าวด้วย (Davis, 1977) นอกจากนี้การมีส่วนร่วมยังเปิดโอกาสให้บุคคล ได้มีส่วนช่วยเหลือระหว่างกันด้วยจิตใจและอารมณ์ของแต่ละบุคคลในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ และร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ ที่มีผลต่อส่วนรวมในการบริหารจัดการ เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายของสังคม (Cohen & Uphoff, 1977)

ดังนั้น จากแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ แนวคิดการสร้างและถ่ายทอดความรู้ แนวคิดปัจจัยความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ และแนวคิดการมีส่วนร่วม คณะผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดและกระบวนการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดกระบวนการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ สัมภาษณ์และจัดเวทีเสวนาเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งตามข้อมูลเพื่อการวิจัยดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอั้งน้ำจาง สมาชิกกลุ่มฯ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอั้งน้ำจาง ประกอบด้วย กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่เป็นสมาชิกของกลุ่มจำนวน 30 คน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการลงพื้นที่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอั้งน้ำจาง บ้านนาแก้ว ตำบลบ้านแก้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง เพื่อศึกษาบริบท วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค ของกลุ่มอั้งน้ำจาง ทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ แนวคิดการสร้างและถ่ายทอดความรู้ แนวคิดปัจจัยความสำเร็จในการถ่ายทอดความรู้ แนวคิดการมีส่วนร่วม และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาบูรณาการในการสร้างกรอบกระบวนการวิจัย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ด้านภาษา และด้านความครอบคลุม จำนวน 3 ท่าน มาให้ข้อสังเกตผ่านการจัดทำ IOC ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 0.84 หลังจากนั้นทำการประสานกับผู้นำกลุ่มเพื่อลงพื้นที่สัมภาษณ์ จัดเวทีเสวนา ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เยี่ยมชมกิจการของกลุ่มเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกิดความเชื่อถือได้ตามที่กำหนดไว้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการประสานกับประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษน้ำจาง จัดเวทีเสวนาร่วมกับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษน้ำจาง ประกอบด้วยกลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มคนรุ่นใหม่ การวิเคราะห์เนื้อหาโดยรวบรวมวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิด ด้านเนื้อหา โดยสรุปเป็นความเรียง จัดวิเคราะห์ข้อมูลผ่านการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษน้ำจาง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของชุมชน ดังคำขวัญของกลุ่มคือ “พอเพียง พออยู่ พอกิน และยั่งยืน”

ผลการวิจัย



ภาพที่ 2 การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษน้ำจาง

1. การศึกษาบริบท ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษน้ำจาง จากภาพที่ 2 คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจบริบทของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษน้ำจาง เริ่มต้นจากการบูรณาการของหน่วยงานในส่วนของคุณัยเฮียนฮู่เฮียนพอเพียงกลุ่มอักษน้ำจาง ผักอินทรีย์อักษน้ำจาง จากการที่เกษตรกรกลุ่มหนึ่งในหมู่บ้านมีหนี้สินจากภาคเกษตรกรรม ได้ทำการขึ้นทะเบียนหนี้สินเกษตรกร จึงเริ่มปลูกผักสวนครัวสร้างรายได้แต่ยังไม่มิตลาดรองรับ เกษตรกรยังขาดความรู้ จนกระทั่ง เมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 เยาวชนและเกษตรกรบ้านนากว้าวัก หมู่ที่ 4 อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง กลุ่มหนึ่งมีแนวคิดที่จะลดภาระค่าใช้จ่ายและเพิ่มรายได้ในครัวเรือน ได้ไปศึกษาดูงานด้านเกษตรพอเพียง ที่สวนแสงประทีป จังหวัดน่าน และศึกษาดูงานด้านการใช้พลังงานทดแทน ณ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยมีประธานกลุ่ม คือ รุ่งสุรีย์ ชัยศรี เป็นผู้สนับสนุนเบื้องต้นหลังจากนั้นเริ่มต้นรวมกลุ่ม เริ่มต้นจากสมาชิกเพียง 5 ครัวเรือน ในการจับมือกันมุ่งสู่วิถีเกษตรอินทรีย์ ปลูกพืชผักท้องถิ่น กินตามฤดูกาล ส่วนใครที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองก็ยังสามารถใช้พื้นที่ส่วนกลางร่วมกันได้ จนสามารถขยายโมเดล ไปสู่ความร่วมมือของคนในชุมชนกว่า 80 หลังคาเรือน ที่หันหน้าสู่วิถีสีเขียวเพื่อสร้างความมั่นคงและยั่งยืน ลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มอักษน้ำจางสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน ซึ่งมีความเข้มแข็งมาก มีคำขวัญของกลุ่มคือ พอเพียง พออยู่ พอกิน และยั่งยืน มีความพร้อมของพื้นที่ แหล่งน้ำ จนกระทั่งปี พ.ศ. 2555 ชื่อเสียงของผักอินทรีย์อักษน้ำจาง ได้เข้าสู่ห้างผ่านเครือข่ายเพชรล้านนา แต่การผลิตผักพื้นบ้านยังอาศัยภูมิปัญญาดั้งเดิมทำให้ทางกลุ่มที่ต้องการเพิ่มรายได้ยังไม่สามารถผลิตได้สม่ำเสมอตามความต้องการของตลาด การอบรมทรัพยากร เมื่อจำหน่ายผัก รายได้มอบให้กับเจ้าของผักร้อยละ 80 อีกร้อยละ 20 หักเข้ากองกลาง เพื่อบริหารจัดการกลุ่ม และทุกวันที่ 16 ของเดือนสมาชิกจะนำเงินมาออมเงินส่วนบุคคล

หลังจากนั้นทางกลุ่มได้รับงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆอย่างต่อเนื่อง จึงเริ่มมีการตั้งกฎ กติกาและเงื่อนไขในการทำงานอย่างชัดเจนประจำกลุ่ม เพื่อไม่ให้กระทบต่อการดำเนินวิสาหกิจมีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย อย่างมีประสิทธิภาพ การบันทึกการประชุมและเปิดบัญชีธนาคารในนามของกลุ่ม สามารถขยายช่องทางการตลาดโดยนำสินค้า ไปขายในศูนย์ราชการจังหวัดลำปาง โรงพยาบาลศูนย์จังหวัดลำปาง บิ๊กซี ลำปาง และท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต ในศูนย์การค้าเซ็นทรัล ฟลาซ่า ลำปาง รวมถึงการจัดตลาดนัดสีเขียวใช้ชื่อว่า “ภาคเขียว” เป็นต้น และวิสาหกิจกลุ่มอักษน้ำจาง ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ จากสมาคมมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (มอน.) ได้รับมาตรฐาน Q-Product และมีสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ตนเองเพื่อตรวจสอบที่มาของผักว่ามาจากสมาชิกรายใด ดังภาพที่ 3 ต่อไปนี้



ภาพที่ 3 แสดงสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เพื่อตรวจสอบย้อนกลับจากกลุ่มและผู้บริโภค

ด้านปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษน้ำจาง สืบเนื่องจากปัจจุบันมีสมาชิกในกลุ่มมากถึง 80 คนเรือน สิ่งตามมาคือพื้นที่ในการปลูกผักอินทรีย์ไม่เพียงพอ ทางกลุ่มได้ทำการจัดทำพื้นที่ส่วนกลางเรียกว่า “แปลงรวม” สำหรับสมาชิกเพื่อทำการปลูกผักในกรณีที่สมาชิกไม่มีพื้นที่เพาะปลูก รวมถึงอนาคตอาจจะมีการสร้างเครือข่ายจากพื้นที่ใกล้เคียงที่มีแนวความคิด แนวทางปฏิบัติใกล้เคียงกับกลุ่ม ปัจจุบันผักอินทรีย์ที่ออกจากกลุ่มในทุกๆวัน ก่อนเวลา 07.30 น. สมาชิกในกลุ่มจะนำผักมารวมกันบริเวณจุดนัดพบ เพื่อส่งผักกระจายไปตามจุดต่างๆ ในตัวจังหวัด แต่มีปริมาณที่จำกัดไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการแก้ปัญหาคนในกลุ่มที่มี “ความเห็นต่าง” ด้วยการจัดทำกติกากลุ่ม การประชุมกลุ่มทุกเดือน เดือนละ 1 ครั้ง เพื่อทำความเข้าใจกับสมาชิก ร่วมกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ โดยยึดมติกลุ่มเป็นหลัก ดังภาพที่ 4 ต่อไปนี้



ภาพที่ 4 การแบ่งพื้นที่ส่วนกลางให้สมาชิกและแหล่งน้ำของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษน้ำจาง

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเป็นการรวมกลุ่มที่เกิดขึ้นจากความถนัด ความสนใจหรือประสบการณ์เดิมร่วมกัน รวมถึงกลุ่มคนในชุมชนที่สนใจสร้างรายได้เพิ่มหลังจากการทำเกษตรกรรม ปลูกผัก จักรสาน แต่การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษน้ำจางยังคงอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมอาศัย “กลุ่มน้ำเก่า” มาสอดคล้องกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ของ “กลุ่มน้ำใหม่” ซึ่งการพัฒนาดังกล่าวต้องอาศัยการขับเคลื่อนไปด้วยกันระหว่าง กลุ่มอักษน้ำจาง และกลุ่มอักษกรีน (Hug Green) เพื่อสร้างความเข้าใจ พัฒนา ยกระดับ เพิ่มมูลค่าสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน โดยการประสานงานระหว่าง “น้ำเก่า” ในชุมชน คือกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนที่มีภูมิปัญญามีองค์ความรู้พร้อมที่จะถ่ายทอดความรู้กระบวนการต่าง ๆ ให้กับ “น้ำใหม่” คนรุ่นใหม่ในชุมชนที่พร้อมกลับมาพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

2. การศึกษากระบวนการถ่ายทอดความรู้ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษน้ำจาง คณะผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ จัดเวทีเสวนา การสำรวจและการสังเกตสามารถสรุปประเด็นการถ่ายทอดความรู้ ผลการศึกษา ดังนี้

2.1. กระบวนการแบ่งปัน แลกเปลี่ยน ถ่ายทอดความรู้ ซึ่งมีวิธีการที่แตกต่างออกไป และถ่ายทอดให้กับผู้รับความรู้ แต่ละวัยก็มีกระบวนการ วิธีการที่แตกต่างกันออกไป ประกอบด้วย วิธีต่างๆ ดังนี้

2.1.1 การบอกเล่าด้วยปากเปล่า เป็นวิธีที่ถ่ายทอดความรู้ที่มีมาตั้งแต่บรรพบุรุษเล่าขานสืบต่อกันมา ผู้ใหญ่ก็จะบอกต่อเล่าให้เด็กให้รู้เรื่องในกิจกรรมเหล่านั้นขณะดำเนินกิจกรรมในขั้นตอนต่างๆ ซึ่งเป็นคำแนะนำเพื่อให้เด็กได้รับรู้และทำความเข้าใจในกระบวนการต่างๆ และสามารถปฏิบัติได้

2.1.2 การสาธิต เป็นวิธีถ่ายทอดความรู้เรื่อง การบริโภค การปรุงอาหารจากผักพื้นบ้าน การเพาะปลูกผักพื้นบ้าน โดยการสาธิตเกิดขึ้นจริงในสถานการณ์จริงที่เป็นธรรมชาติ เพื่อให้ผู้รับความรู้ได้เห็นอย่างชัดเจน

2.1.3 การทำงาน เป็นวิธีถ่ายทอดความรู้เรื่อง การเพาะปลูกและการตลาด เป็นการถ่ายทอดความรู้ในสภาพจริงที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชน สังคมและวัฒนธรรม โดยการเรียกลูกหลานมาช่วยทำงาน เช่น ให้ช่วยไปเก็บผัก และพาไปส่งผักจำหน่าย ทำให้คนรุ่นใหม่ได้รับการถ่ายทอดความรู้จากการสังเกต และได้มีโอกาสซักถามได้ด้วยตนเอง

2.1.4 กิจกรรมรณรงค์และการร่วมกิจกรรม เป็นวิธีถ่ายทอดความรู้เช่นเดียวกับการช่วยทำงาน ด้วยกิจกรรม การอบรม ศึกษาดูงาน สัมมนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเพาะปลูก และการทำการตลาด ทำให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ในเรื่อง ดังกล่าว

2.2 กระบวนการได้มาซึ่งความรู้ การถ่ายทอดความรู้ในส่วนของผู้รับความรู้ที่แสวงหาเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ หรือทำให้ผู้มีความรู้ถ่ายทอดความรู้ออกมาด้วยซึ่งกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษักน้ำจางประกอบด้วย

2.2.1 การสังเกตการณ์ คือการสังเกตการณ์จากการทำงานของผู้ใหญ่แล้วปฏิบัติตาม

2.2.2 การพูดคุยหรือกิจกรรมทางสังคม คือการพูดคุยหรือร่วมกลุ่มทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน

2.2.3 การศึกษาจากเอกสาร คือการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องนั้นๆที่สนใจศึกษามีผู้เขียนหรือถ่ายทอดเป็น เอกสารหรือไม่ ซึ่งเป็นความรู้ที่ต้องนำมาประยุกต์ใช้ในกลุ่มเพื่อต่อยอดในการเรียนรู้ต่อไป

2.2.4 การศึกษาดูงาน คือวิธีการที่จะได้รับความรู้และเทคนิคจากสถานที่ที่ประสบความสำเร็จ

2.3. กระบวนการสร้างความเข้าใจและการเรียนรู้ เมื่อมีการถ่ายทอดความรู้จากผู้รู้และการแสวงหาความรู้จากผู้รู้ แล้ว ผู้รับความรู้จะต้องมีความเข้าใจในเรื่องที่รับรู้ด้วยตนเองเพื่อการตีความหมายความรู้ที่ได้รับมา

2.4. กระบวนการคัดเลือกความรู้ จะเห็นได้ว่ากระบวนการถ่ายทอดความรู้ และการได้รับความรู้มีกระบวนการของการพิจารณาความรู้ที่จะถ่ายทอดให้กับผู้รับความรู้โดยผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อเลือกความรู้ที่เหมาะสมกับผู้รับและความสนใจและ ประโยชน์ของความรู้ที่ผู้รับจะนำไปใช้ โดยผู้ถ่ายทอดเป็นผู้ประเมินจากการสัมภาษณ์ จัดเวทีเสวนา การสำรวจและการสังเกต

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องกระบวนการถ่ายทอดความรู้จากฐานสู่รุ่น: กรณีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษักน้ำจาง บ้านนาแก้วกัว ตำบลบ้านกัว อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยที่น่าสนใจมาอภิปรายดังนี้

ด้านบริบท ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษักน้ำจางของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษักน้ำจาง คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจบริบทของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษักน้ำจาง เริ่มต้นจากการบูรณาการของหน่วยงานในส่วนของคุณัยเฮียนฮู่โฮงเฮียน พอเพียงกลุ่มอักษักน้ำจาง ผักอินทรีย์อักษักน้ำจาง จากการที่เกษตรกรกลุ่มหนึ่งในหมู่บ้านมีหนี้สินจากภาคเกษตรกรรม ได้ทำการขึ้นทะเบียนหนี้สินเกษตรกร จึงเริ่มปลูกผักสวนครัวสร้างรายได้แต่ยังไม่มิตลาดรองรับ เกษตรกรยังขาดความรู้ จนกระทั่ง เมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 ชาวชนและ เกษตรกรบ้านนาแก้วกัว หมู่ที่ 4 อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง กลุ่มหนึ่งมีแนวคิดที่จะลดภาระค่าใช้จ่ายและเพิ่มรายได้ในครัวเรือน ได้ ไปศึกษาดูงานด้านเกษตรพอเพียง ที่สวนแสงประทีป จังหวัดน่าน และศึกษาดูงานด้านการใช้พลังงานทดแทน ณ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยมีคุณรุ่งสุรีย์ ชัยศรี เป็นผู้สนับสนุนเบื้องต้นหลังจากนั้นเริ่มต้นรวมกลุ่ม เริ่มต้นจากสมาชิกเพียง 5 ครัวเรือน ในการจับมือกันมุ่งสู่วิถี เกษตรอินทรีย์ ปลูกพืชผักท้องถิ่น กินตามฤดูกาล ส่วนใครที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองก็ยังสามารถใช้พื้นที่ส่วนกลางร่วมกันได้ จนสามารถ ขยายโมเดล ไปสู่ความร่วมมือของคนในชุมชนกว่า 80 หลังคาเรือน ที่หันหน้าสู่วิถีสีเขียวเพื่อสร้างความมั่นคงและยั่งยืน ลักษณะการ ดำเนินงานของกลุ่มอักษักน้ำจางสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชนซึ่งมีความเข้มแข็งมาก มีคำขวัญของกลุ่มคือ พอเพียง พออยู่ พอกิน และยั่งยืน มีความพร้อมของพื้นที่ แหล่งน้ำ จนกระทั่งปี พ.ศ. 2555 ชื่อเสียงของผักอินทรีย์อักษักน้ำจาง ได้เข้าสู่ ห้างสรรพสินค้า ผ่านเครือข่ายเพชรล้านนา แต่การผลิตผักพื้นบ้านยังอาศัยภูมิปัญญาดั้งเดิมทำให้ทางกลุ่มที่ต้องการเพิ่มรายได้ยังไม่ สามารถผลิตได้สม่ำเสมอตามความต้องการของตลาดซึ่งสอดคล้องกับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุกัญญา ดวงอุปมา (2557) ที่ได้ สรุปว่า ภาวะผู้นำเป็นเรื่องที่สำคัญในการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชน เพราะกลไกการขับเคลื่อนการทำงาน รวมถึงผลของการแสดง ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะหรือข้อสังเกตอย่างมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มหรือผู้มีส่วนได้เสียจะช่วยสนับสนุนให้การดำเนินงานของ กิจกรรมมีสมรรถนะที่สูงขึ้น การที่กลุ่มจะประสบความสำเร็จภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชนทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ควรเน้นการมีส่วนร่วม ผ่านการประยุกต์ใช้ภาวะผู้นำของกลุ่ม คือ ประธานกลุ่ม ดังทฤษฎีการมีส่วนร่วมของ Erwin (1976) และ Cohen & Uphoff (1980) ที่ สรุปไว้ว่าหากทุกคนมีส่วนร่วมในการทำงานแล้วย่อมจะช่วยให้เกิดความเข้มแข็งให้กับกลุ่มและกลุ่มสามารถแสดงออกถึงศักยภาพของ สมาชิกแต่ละบุคคลในการทำงานได้อย่างเต็มที่ ตลอดจนเพื่อเป็นการหนุนเสริมการดำเนินงานให้บรรลุผ่านการประยุกต์ใช้แผนธุรกิจในการ สร้างความแตกต่าง และการบริหารความเสี่ยงต่อไป

ด้านปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักษักน้ำจาง สืบเนื่องจากปัจจุบันมีสมาชิกในกลุ่มมากถึง 80 ครัวเรือน สิ่ง ที่ตามมาคือพื้นที่ในการปลูกผักอินทรีย์ไม่เพียงพอ ทางกลุ่มได้ทำการจัดทำพื้นที่ส่วนกลางเรียกว่า “แปลงรวม” สำหรับสมาชิกเพื่อทำการ ปลูกผักในกรณีที่สมาชิกไม่มีพื้นที่เพาะปลูก รวมถึงอนาคตอาจจะมีการสร้างเครือข่ายจากพื้นที่ใกล้เคียงที่มีแนวความคิด แนวทาง ปฏิบัติใกล้เคียงกับกลุ่ม ปัจจุบันผักอินทรีย์ที่ออกจากกลุ่มในทุกๆวัน ก่อนเวลา 07.30 น. สมาชิกในกลุ่มจะนำผักมารวมกันบริเวณจุด นัดพบ เพื่อส่งผักกระจายไปตามจุดต่างๆ ในตัวจังหวัด แต่มีปริมาณที่จำกัดไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการ แก้ไขปัญหาในกรณีที่ “ความเห็นต่าง” ด้วยการจัดทำกติกากลุ่ม การประชุมกลุ่มทุกเดือน เดือนละ 1 ครั้ง เพื่อทำความเข้าใจกับ สมาชิก ร่วมกันแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยยึดมติกลุ่มเป็นหลัก สอดคล้องกับการศึกษาของบุญทวารณ วิงวอน และคณะ(2557) ที่พบว่า จำนวนวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดลำปางตามแนวทางการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐบาลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ประมาณร้อยละ 70 ของการประกอบการวิสาหกิจชุมชน แต่ในภาพรวมยังขาดการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วม ขาดการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์เชิงคุณค่าเพิ่ม ขาดการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดจากบรรพบุรุษมาสร้างมูลค่าเพิ่มและต่อยอดวิสาหกิจชุมชนให้มีความแตกต่างเหนือคู่แข่ง ขาดการดำเนินงานด้วยตนเอง และยังคงพึ่งพางบประมาณและการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์มาสร้างเป็นเอกลักษณ์และจุดขายของตนเองโดยมีพื้นฐานความเชื่อให้ชุมชนได้คิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองจะทำให้คนในชุมชนสร้างเศรษฐกิจฐานราก และสามารถยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้นมีศักยภาพในการพัฒนาตนเองอีกทั้งรัฐบาลได้ตระหนักถึงแนวทางในการพัฒนาชุมชนโดยใช้กลยุทธ์ที่สำคัญกับประชาชนในท้องถิ่นระดับฐานรากโดยเน้น 3 มิติ คือ 1. เน้นการพัฒนาคน 2. เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน และ 3. เน้นการเริ่มต้นที่ระดับฐานรากอันได้แก่ระดับหมู่บ้าน (บุญทวรรณ วิงวอน, 2550) อันส่งผลให้ชุมชนคนใส่ใจสุขภาพมีผลผลิตที่มาจากการมีส่วนร่วมคิด ร่วมดำเนินการปลูกผักอินทรีย์ทั้งในระดับครอบครัวและระดับวิสาหกิจชุมชนให้มีคุณภาพมาตรฐาน และได้รับการยอมรับในที่สุด

ด้านกระบวนการถ่ายทอดความรู้ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอัญน้ำจาง คณะผู้วิจัยได้ทำการ สัมภาษณ์ จัดเวทีเสวนา การสำรวจ และการสังเกต สรุประเบียบได้ดังนี้

1. กระบวนการแบ่งปัน แลกเปลี่ยน ถ่ายทอดความรู้ โดยประธานกลุ่มวิสาหกิจได้มีการประชุม วางแผนการทำงานเพื่อแจ้งให้สมาชิกกลุ่มอัญน้ำจางได้รับทราบข้อมูลอย่างทั่วถึง มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล สอนแนะและรับฟังความเห็นซึ่งกันและกัน ซึ่งสมาชิกแต่ละคนจะมีประสบการณ์หรือมีวิธีการที่แตกต่างออกไปผ่านถ่ายทอดให้กับผู้เป็นสมาชิกกลุ่มบางคนที่เป็นผู้รับความรู้แต่ละรายก็มีกระบวนการ วิธีการที่ต่างกันไป ประกอบด้วยวิธีการ ดังนี้

1.1 การบอกเล่าด้วยปากเปล่า เป็นวิธีที่ถ่ายทอดความรู้ของประธานกลุ่มวิสาหกิจ ผู้สูงอายุที่มีประสบการณ์ชีวิตได้ทำการเล่าขานวิธีการปลูกผักปลอดสารพิษ หรือวิทยากรจากสถาบันการศึกษา อาทิ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดงขี้เหล็ก และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่เข้ามาให้ความรู้กับกลุ่มวิสาหกิจอัญน้ำจาง ผ่านกิจกรรมอบรม สาธิต และกิจกรรมปลูกผักเพื่อให้คนรุ่นต่อไปหรือรุ่นเด็กได้รับรู้และทำความเข้าใจในกระบวนการต่างๆ และสามารถปฏิบัติได้ สอดคล้องกับ (Rao, 2006) ที่สรุปว่าความรู้ท้องถิ่น จะถ่ายทอดด้วยการบอกเล่าและการสอนจากคนแก่ในชุมชนและความรู้ท้องถิ่นจะเป็นพลวัตจะต้องปรับไปกับสภาพแวดล้อมในท้องถิ่นและบริบทของสังคม

1.2 การสาธิต เป็นวิธีถ่ายทอดความรู้เรื่องการปลูกผักอินทรีย์ คุณสมบัติหรือคุณค่าของผักแต่ละชนิด การบริโภคที่ถูกหลักอนามัย การปรุงอาหารจากผักพื้นบ้าน การเพาะปลูกผักพื้นบ้าน โดยการสาธิตเกิดขึ้นจริงในสถานการณ์จริงที่เป็นธรรมชาติ โรงเรือนหรือโรงเพาะชำ เพื่อให้ผู้รับความรู้ต่อไปได้เห็นอย่างชัดเจน

1.3 การทำงานหรือการปฏิบัติจริง เป็นวิธีถ่ายทอดความรู้เรื่อง การเพาะปลูกปลูกผักอินทรีย์ และการตลาดของกลุ่ม เป็นการถ่ายทอดความรู้ในสภาพจริงที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนบ้านกัวแก้ว สังคมและวัฒนธรรม โดยการเรียกลูกหลานมาช่วยทำงาน เช่น ให้ช่วยไปเก็บผักอินทรีย์และพาไปส่งผักจำหน่าย ทำให้คนรุ่นใหม่ได้รับการถ่ายทอดความรู้จากการสังเกต และได้มีโอกาสซักถามได้ด้วยตนเอง

1.4 กิจกรรมรณรงค์ร่วมกิจกรรมภาคี เป็นวิธีถ่ายทอดความรู้เช่นเดียวกับการช่วยทำงาน การจัดจำหน่ายผักของสมาชิกแต่ละคน สัมมนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเพาะปลูก และการทำการตลาดเชิงรุก (จำหน่ายบิกชี ศูนย์ราชการของจังหวัดลำปาง ห้างสรรพสินค้า ตลาดหน้าธนาคาร ธกส. และจัดจำหน่ายที่ภาคีเครือข่าย) ส่งผลทำให้เกิดการแบ่งปันประสบการณ์ องค์ความรู้ในตัวตนและถ่ายทอดความรู้ในเรื่องดังกล่าว ตลอดจนมีกิจกรรมการอบรม ศึกษาดูงานควบคู่ไปด้วยหรือหน่วยงานอื่น ๆ มาศึกษาดูงาน ที่กลุ่มอัญน้ำจางผ่านคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจในการอนุรักษ์วิถีชีวิต

โดยสรุปจะเห็นได้ว่ากระบวนการที่ใช้ในการถ่ายทอดความรู้ เป็นกระบวนการที่ไม่ใช่การถ่ายทอดที่เป็นทางการ แต่เน้นที่กระบวนการทางวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนบ้านกัวแก้ว และครอบครัว ซึ่งเป็นไปตามหลักการถ่ายทอดความรู้ท้องถิ่นจะสอดคล้องกันในรูปของการปฏิบัติงานและการแสดงออก (Birren & Fisher, 1990) ส่วนการถ่ายทอดความรู้แบบทางการผ่านกิจกรรมที่มาจาก การปฏิบัติ การฝึกอบรมต่างก็เป็นส่วนช่วยหนุนเสริมความรู้เรื่องผักพื้นบ้านของแต่ละชุมชน เนื่องจากความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นได้มีการถ่ายทอดอยู่ในรูปความรู้ชัดแจ้งด้วยเช่น เอกสาร เป็นต้น

2. กระบวนการได้มาซึ่งความรู้ การถ่ายทอดความรู้ในส่วนของผู้รับความรู้ที่แสวงหาเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ หรือทำให้ผู้มีความรู้ถ่ายทอดความรู้ออกมาด้วยซึ่งกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอัญน้ำจางประกอบด้วยข้อมูลต่อไปนี้

2.1 การสังเกตการณ์ คือ การสังเกตการณ์จากการทำงานของผู้ใหญ่ คือ ประธานกลุ่ม แกนนำในชุมชนแล้วปฏิบัติตาม

2.2 การพูดคุยหรือกิจกรรมทางสังคมหรือกิจกรรมการจัดจำหน่ายผัก การปลูกผักอินทรีย์ ด้วยการพูดคุยหรือร่วมกลุ่มทำกิจกรรมต่างๆร่วมกัน

2.3 การศึกษาจากเอกสาร คือการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องนั้นๆ ที่สนใจศึกษามีผู้เขียนหรือถ่ายทอดเป็นเอกสารหรือไม่ ซึ่งเป็นความรู้ที่ต้องนำมาประยุกต์ใช้ในกลุ่มเพื่อต่อยอดในการเรียนรู้ต่อไป

2.4 การศึกษาดูงาน คือวิธีการที่จะได้รับความรู้และเทคนิคจากสถานที่ที่ประสบความสำเร็จ โดยที่ผ่านมามีมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เรื่องการใช้พลังงานทดแทน ศึกษาดูงานที่จังหวัดน่านเรื่องการปลูกผักอินทรีย์ เป็นต้น

โดยสรุปแล้วกระบวนการได้มาซึ่งความรู้ การถ่ายทอดความรู้ในส่วนของผู้รับความรู้ที่แสวงหาเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ หรือทำให้ผู้มีความรู้ คือ ประธานกลุ่ม แขนงในชุมชนที่ปลูกผักอินทรีย์ได้มีการถ่ายทอดความรู้ออกมาด้วยของวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม อักน้ำจาง สอดคล้องกับงานวิจัยของธีรรัตน์ มหาทรัพย์ (2551) ที่พบว่ากระบวนการแสวงหาความรู้เกิดจากการสังสมประสบการณ์ที่ได้รับจากการทำงาน และเข้าร่วมประชุมอบรมแต่โอกาสตลอดจนการค้นคว้าหาความรู้จากอินเทอร์เน็ตจึงทำให้เกษตรกรมีความตื่นตัวในการเรียนรู้ด้วยตนเองจากแหล่งเรียนรู้รอบข้าง นอกจากนี้ในทุกครัวเรือนของเกษตรกรส่วนใหญ่มีโทรทัศน์และวิทยุในการรับข่าวสาร รวมทั้งในแต่ละหมู่บ้านมีวิทยุกระจายเสียงของหมู่บ้านทำให้เกษตรกรได้รับข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึง ดังงานศึกษาของ Van Zolingen Streumer & Stoker (2006) พบว่ามีการสร้างเครือข่ายทุกระดับในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในชุมชนเป็นองค์ประกอบที่ทำให้กลุ่มมีความยั่งยืน

3. กระบวนการสร้างความเข้าใจและการเรียนรู้ของปลูกผักอินทรีย์อักน้ำจาง เมื่อมีการถ่ายทอดความรู้จากผู้รู้และการแสวงหาความรู้จากผู้รู้แล้ว ผู้รับความรู้ คือ คนรุ่นใหม่ที่ได้ใส่ใจในเกษตรอินทรีย์จะต้องมีความเข้าใจในเรื่องที่รับรู้ด้วยตนเองเพื่อการตีความหมายความรู้ที่ได้รับมา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Trice & Beyer (1993) พบว่าการสร้างความเข้าใจและการเรียนรู้ ชาวบ้านจะทำความเข้าใจกับสิ่งที่ได้รับรู้ ด้วยการสังเกตการณ์ และการฝึกฝน โดยที่การสังเกตการณ์จัดได้ว่าเป็นการสร้างความรู้หรือการตีความหมายทางพฤติกรรม และทางการเรียนรู้ตามหลักการสร้างความเข้าใจ

4. กระบวนการคัดเลือกความรู้ จะเห็นได้ว่ากระบวนการถ่ายทอดความรู้ และการได้รับความรู้มีกระบวนการของการพิจารณาความรู้ที่จะถ่ายทอดให้กับผู้รับความรู้โดยผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อเลือกความรู้ที่เหมาะสมกับผู้รับและความสนใจและประโยชน์ของความรู้ที่ผู้รับจำนำไปใช้ โดยผู้ถ่ายทอดเป็นผู้ประเมินจากการสัมภาษณ์ จัดเวทีเสวนา การสำรวจและการสังเกต สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญนันท์ สินชัย (2551) ที่พบว่าประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและนำความรู้ไปประยุกต์ใช้และปฏิบัติได้จริง

สรุป

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักน้ำจาง เริ่มต้นเมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 เริ่มต้นรวมกลุ่ม เริ่มต้นจากสมาชิกเพียง 5 ครัวเรือนจับมือกันมุ่งวิถีเกษตรอินทรีย์ ปลูกพืชผักท้องถิ่น กินตามฤดูกาล ส่วนใครที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเองก็ยังสามารถใช้พื้นที่ส่วนกลางร่วมกันได้ จนสามารถขยายโมเดล ไปสู่ความร่วมมือของคนในชุมชนกว่า 80 หลังคาเรือน ที่หันหน้าสู่วิถีสีเขียวเพื่อสร้างความมั่นคงและยั่งยืน ลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มอักน้ำจางสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน ซึ่งมีความเข้มแข็งมาก มีคาชวิญของกลุ่มคือ พอเพียง พออยู่ พอกิน และยั่งยืน มีความพร้อมของพื้นที่แหล่งน้ำในชุมชน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2555 ชื่อเสียงของผักอินทรีย์อักน้ำจาง ได้เข้าสู่ห้างผ่านเครือข่ายเพชรล้านนา วิสาหกิจกลุ่มอักน้ำจาง ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ จากสมาคมมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (มอน.) การออมนทรีย์ เมื่อจำหน่ายผัก รายได้มอบให้กับเจ้าของผักร้อยละ 80 อีก ร้อยละ 20 หักเข้ากองกลาง เพื่อบริหารจัดการกลุ่ม และทุกวันที่ 16 ของเดือนสมาชิกจะนำเงินมาอมเงินส่วนบุคคล

ด้านการแก้ปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักน้ำจาง สืบเนื่องพื้นที่ในการปลูกผักอินทรีย์ไม่เพียงพอ ทางกลุ่มได้ทำการจัดทำพื้นที่ส่วนกลางเรียกว่า “แปลงรวม” สำหรับสมาชิกเพื่อทำการปลูกผักในกรณีที่มีพื้นที่ไม่เพียงพอ รวมถึงการสร้างเครือข่ายจากพื้นที่ใกล้เคียงที่มีแนวความคิด การแก้ปัญหาคนในกลุ่มที่มี “ความเห็นต่าง” ด้วยการจัดทำกติกากลุ่ม การประชุมกลุ่มทุกเดือน เดือนละ 1 ครั้ง เพื่อทำความเข้าใจกับสมาชิก ร่วมกันแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยยึดมติกลุ่มเป็นหลัก

ด้านกระบวนการถ่ายทอดความรู้ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักน้ำจาง ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนได้แก่ 1.กระบวนการแบ่งปันแลกเปลี่ยน ถ่ายทอด ประกอบด้วย การบอกเล่าด้วยปาก การสาธิต การกิจกรรมรณรงค์และการร่วมกิจกรรม 2.กระบวนการได้มาซึ่งความรู้ ได้แก่ การสังเกตการณ์ การพูดคุยหรือกิจกรรมทางสังคม การศึกษาจากเอกสารและการศึกษาดูงาน 3.กระบวนการสร้างความเข้าใจและการเรียนรู้ให้กับคนรุ่นลูกหลานซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ที่ได้ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและมีใจรักความพอเพียง 4.กระบวนการคัดเลือกความรู้ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักน้ำจาง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของชุมชน ดังคาชวิญของกลุ่มคือ “พอเพียง พออยู่ พอกิน และยั่งยืน”

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอักน้ำจาง ควรมีการขับเคลื่อนโดยคนรุ่นใหม่ที่ได้ใส่ใจเรื่องเกษตรอินทรีย์ผ่านการขยายผลการดำเนินงานเชิงประจักษ์เนื่องจากใช้เวลานานในการปลูกผักอินทรีย์ โดยเฉพาะด้านการตลาดสมัยใหม่ที่มีความต้องการผักปลอดสารเคมีหรือผักอินทรีย์และการสร้างตราสินค้าเพื่อสร้างความมั่นใจกับผู้บริโภคสามารถนำมาทำการต่อยอดผลิตภัณฑ์ ด้านการสร้างตราสินค้าของกลุ่มเพื่อให้ได้มาตรฐาน เพื่อให้ดึงดูดความสนใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการเชื่อมโยงเครือข่ายสังคมออนไลน์ และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในการต่อยอดพัฒนาสินค้าให้มีความแตกต่างจากกลุ่มวิสาหกิจอื่นๆ ตามนโยบายของประเทศไทยโดยเฉพาะด้านไทยแลนด์ 4.0

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความร่วมมือ ของทีมวิจัยทุกท่าน ที่ลงพื้นที่เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อศึกษาบริบท วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงประสานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกอีกน้ำจาง และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่เป็นผู้ให้ข้อมูลใน กระบวนการถ่ายทอดความรู้เชิงประจักษ์ และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการทำวิจัยครั้งนี้

คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม ซึ่งประโยชน์อันใดก็ตามที่พึงเกิดมีจากงานวิจัย นี้ คณะผู้วิจัยขอขอบคุณค่าแห่งประโยชน์ให้กับทุกท่านที่กล่าวมาแล้วด้วยความรู้สึกจากใจจริง

เอกสารอ้างอิง

- เจษฎา นกน้อย. (2552). นานาพรรณระการการจัดการความรู้และการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ธัญนันท์ สินชัย. (2551). การจัดการความรู้ของศูนย์ควบคุมโรคใช้หัตถ์นก กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. วิทยานิพนธ์ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธีรรัตน์ มหาทรัพย์. (2551). การจัดการความรู้ของหน่วยบริหาร กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. วิทยานิพนธ์บริหารรัฐกิจ มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญทวารณ วิงวอน. (2550). การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. ลำปาง: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- บุญทวารณ วิงวอน., อัจฉราภรณ์ วรรณมะกอก และอัจฉรา เมษสุวรรณ. (2557, มกราคม-มิถุนายน). แนวทางการยกระดับภูมิปัญญา ท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่ากิจการวิสาหกิจขนาดย่อม อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง. วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 9(1): 38-55.
- เปรมศักดิ์ สุริวงศ์ใหญ่. (2561). ประธานกลุ่มอีกรีน สัมภาษณ์. ตุลาคม 23.
- รุ่งสุรีย์ ชัยสร. (2561). ผู้ประสานงานกลุ่มอีกรีนน้ำจาง. สัมภาษณ์. ตุลาคม 23.
- ศรีบุตร รวมจักร. (2561). ผู้ประสานงานกลุ่มอีกรีนน้ำจาง. สัมภาษณ์. ตุลาคม 23.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการพัฒนาศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561 จาก http://www.nesdb.go.th/ewt_news.php?nid=6420
- สุกัญญา ดวงอุปมา. (2557). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการที่ดีของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์. วารสารการพัฒนา ชุมชนและคุณภาพชีวิต, 2(2): 133-139.
- Birren, J. E. , & Fisher, L. M. (1990). The elements of wisdom: overview and integration. In R.J. Stenberg (Ed.) "Wisdom its nature, origin and development" page 317-332. New York: Cambridge University Press.
- Cohen, J. M. , & Uphoff, N. T. (1977). Rural Development Participation: Concept and Measures for Project Design, Implementation and Evaluation. New York: Cornell University.
- . (1980). "Participation's Place in Rural Development : Seeking clarity Through Specificity". USA: World Development.
- Chonchon. (2007). Inter-generational transfer of indigenous knowledge and why indigenous knowledge is important. In V.S. Mee and Scott (Eds.) "Regional Conference on InterGenerational Transfer of Indigenous Knowledge and Skill" page 6-9. Chiang Mai: Indigenous Knowledge and Peoples (IKAP) Network.
- Davis, K. (1977). Human Behavior at work. New York: McGraw – Hill.
- Erwin, W. (1976). Participation Management: Concept Theory and Implement. Atlanta Ga: Georgia State University.
- Nonaka, I & Ryoko Toyama. (2003). The knowledge-creating theory revisited: knowledge creation as a synthesizing process. Journal of Knowledge Management Research & Practice, 1: 2-10.
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1995). The knowledge-creating company. New York: Oxford University Press.
- Rao, S. S. (2006). Indigenous knowledge organization: An Indian scenario. International Journal of Information Management, 26: 224-233.
- Trice, H., & Beyer, J. M. (1993). The cultures of work organizations. Englewood Cliffs: PrenticeHall.
- Van Zolingen, S. J., Streumer, J. N., & Stooker, M. (2006). Changing Organization: Knowledge Management and Human Resource Management. In Work-Related Learning. Edited by N. J. Streumer. pp. 217-242. London: Springer.
- World Bank. (2009). What is indigenous knowledge? Retrieved 23 June 2009, from: Website : <http://www.worldbank.org/afr/ik/basic.htm>.

การจัดการวิสาหกิจชุมชนตามศาสตร์พระราชากับชีวิตและความสุขที่เพียงพอ
ของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน

The Management of Community Enterprises Based on King Rama IX's Self-Sufficiency Theories: A Case Study of the Maekanard Karen Weaving Village, Mae Ta District, Lamphun Province.

ยุภาภรณ์ เทพจันทร์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง¹
บุญทวรรณ วิงวอน, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง²
อนันต์ ปิ่นน้อย, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง³

Email: yupathep@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อวิเคราะห์บริบทของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน (2) เพื่อศึกษาการจัดการวิสาหกิจชุมชนตามศาสตร์พระราชากับชีวิตและความสุขที่เพียงพอของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เครื่องมือวิจัย คือ การเสวนากลุ่ม การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และการสัมภาษณ์ชุมชนเชิงลึก ผู้ให้ข้อมูล คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสนับสนุนจำนวน 120 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่าบริบทเชิงพื้นที่ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด เป็นกลุ่มที่มีการก่อตั้งจากความต้องการคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสวดลายผ้าทอกะเหรี่ยง การแต่งกาย ความเชื่อ และประเพณี อันเป็นมรดกตกทอดที่ทรงคุณค่าจากบรรพบุรุษชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง สำหรับการทอผ้าเริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่เป็นฝ้ายธรรมชาติที่ปลูกขึ้นเอง ใช้สีย้อมจากธรรมชาติโดยหาจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาตกแต่งเพื่อให้เกิดความโดดเด่นและเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยที่สมาชิกทุกคนมีความตั้งใจและมีจิตอาสาสามารถดำเนินการมาจนถึงปัจจุบัน สร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้าน สามารถพึ่งพาตนเองและเลี้ยงดูครอบครัวได้ เกิดเป็นความสุขอย่างพอเพียงที่ทั่วถึงของสมาชิกทุกคน

การวิเคราะห์การจัดการของวิสาหกิจชุมชน พบว่าทางกลุ่มได้ดำเนินการโดยใช้หลักตามศาสตร์ของพระราชา มาโดยตลอด ตั้งแต่การก่อตั้งกลุ่มและการมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสมาชิกสอดคล้องตามหลักการทำงานของศาสตร์พระราช ได้แก่ 1) การเข้าใจ คือ การใช้ข้อมูลที่มีอยู่ในชุมชนมาวิเคราะห์และทดลองจนได้ผลจริง 2) การเข้าถึง คือ การใช้ศักยภาพและความต้องการของกลุ่ม มีเป้าหมายและประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาให้เหมาะสม 3) การพัฒนา คือ เริ่มต้นด้วยตนเอง พึ่งพาตนเองได้และเผยแพร่ความรู้เพื่อสร้างความโดดเด่นและมีความมีชื่อเสียงให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ส่งผลทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน สร้างอาชีพและรายได้เกิดขึ้นภายในชุมชน โดยที่ไม่ต้องขนขวายออกไปหางานหรือรับจ้างในเมือง โดยนำสิ่งที่มีอยู่หรือที่ตนถนัดมาสร้างเป็นอาชีพที่มีความยั่งยืน บนพื้นฐานของความพอเพียง

คำสำคัญ: ศาสตร์พระราชากับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงวิสาหกิจชุมชน

ABSTRACT

This research aimed: (1) to analyze the context of community enterprises in Maekanard Karen weaving village in Mae Ta district, Lamphun province; and (2) to study these community enterprises with regard to their management in line with King Rama IX's self-sufficiency theories. This research followed a participatory research methodology and the research tools comprised a semi-structured interviews, group discussion, and in-depth

¹หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

²ประธานหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

³หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

interviews. The research participants were members of the Maekanard community enterprises and other stakeholders, and totaled 120 people. The data were analyzed by using content analysis.

The findings showed that in terms of its geographical context, Maekanard Karen weaving village was founded on the premise of preserving Karen textile designs beliefs, traditions, which were pass on to the next generations. In terms of the weaving process, locally-grown cotton and dyes were sourced by the community. These were then woven into materials that represent the identity of the village. The community's local wisdom is thus preserved and passed on to the next generations, who can use this to make a living and to support their families, leading to a more self-sufficient way of life in the community.

The community enterprises in the weaving village have followed King Rama IX's self-sufficiency theories in a number of aspects, namely: (1) 'understanding', that is using local knowledge and finding practical applications of this; (2) 'accessibility', that is using the potential and needs of the group and applying this to goals and applications accordingly; and (3) 'development', that is relying on oneself, being self-sufficient, sharing knowledge, and building one's identity and the reputation of the group. This has led to the success of the community enterprises and thus the local community has been able to develop livelihoods without members having to look for work elsewhere. This has been achieved through utilizing what the community has to offer and building this into life-long careers based on the self-sufficiency theory.

Keywords: King's Wisdom, Sufficiency Economy Philosophy, Community Enterprise

บทนำ

“ การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น ต้องสร้างพื้นฐาน คือความพอมี พอกิน พอใช้ ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเบื้องต้นก่อน โดยใช้วิธีการและอุปกรณ์ที่ประหยัด แต่ถูกต้องตามหลักวิชา และเมื่อได้พื้นฐานมั่นคง พร้อมพอควร และปฏิบัติได้แล้ว จึงค่อยสร้างค่อยเสริมความเจริญและฐานะเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้นโดยลำดับต่อไป ” จากแนวพระราชดำริตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่ทรงมีพระราชดำริครั้งแรก ในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ณ หอประชุมมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วันที่ 18 กรกฎาคม 2517

เศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) เป็นปรัชญาที่ในหลวงรัชกาลที่ 9 ได้พระราชทานเพื่อชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิต และปฏิบัติตนให้แก่ประชาชนทุกระดับทุกสาขาวิชาชีพมาโดยตลอด มีแนวคิดที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของวิถีไทยทั้งในด้านการพัฒนา และการบริหาร ให้ดำเนินไปบนทางสายกลาง โดยผู้ปฏิบัติจะต้องมีคุณลักษณะที่เป็นฐานราก คือมีความรู้ทั้งในด้านความรู้ ความรอบคอบและความระมัดระวัง และเป็นคนดีมีคุณธรรม ได้แก่ ความซื่อสัตย์สุจริต การมีสติปัญญาและความเพียร โดยมีวิถีปฏิบัติที่สำคัญ 3 ประการ คือความพอประมาณ การมีเหตุผล และการสร้างระบบภูมิคุ้มกันในตัวเอง ซึ่งนำไปสู่เป้าหมายเพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง รอดพ้นจากวิกฤต และรองรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ได้กำหนดวิสัยทัศน์โดยยึดวิสัยทัศน์ของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่ใช้เป็นแผนแม่บทหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่กำหนดว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดในด้านต่างๆ ให้มีความสอดคล้องกัน อีกทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 จัดทำโครงการ “ไทยนิยมยั่งยืน” ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนทั้งในระดับกลุ่มอาชีพ ระดับภาค และระดับประเทศ ซึ่งการผลักดันผลักดันชุมชนให้เป็นวิสาหกิจชุมชนเป็นหนึ่งในนโยบายหลักของรัฐบาล เพื่อพัฒนาและส่งเสริมให้ชุมชนเกิดการพัฒนานำไปสู่การพัฒนาเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของสังคมไทย

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) เป็นกิจการของชุมชนผ่านการรวมกลุ่มกันขึ้นมา เพื่อดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิตสินค้าตลอดจนการให้บริการหรือการอื่นๆ (ณภัทร บุญผด้อย, 2560) ซึ่งเป็นการให้โอกาสแก่ชาวบ้านในชุมชน สามารถนำเสนอถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม รวมทั้งความเชื่อต่างๆ ของชาวบ้านในชุมชน มาปรับหรือพัฒนาเพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนนั้นๆ จนพัฒนามาเป็นแผนแม่บทของชุมชนนั้น ๆ เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตัวเองของครอบครัวชุมชนและระหว่างชุมชน โดยใช้ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรมและวิถีชีวิตพื้นบ้านตนเองในการยึดโยงเป็นโครงสร้างเศรษฐกิจฐานรากเพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง เพื่อที่เป็นส่วนต่อยอดให้ระบบเศรษฐกิจระดับบนไม่มีความเข้มแข็ง การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนนั้นจำเป็นที่จะต้องมีการบริหารจัดการที่ดี มีรูปแบบการพัฒนาที่เหมาะสมสอดคล้องกับวิถีชุมชนบนพื้นฐานของหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่จะต้องมีการบริหารจัดการให้ไปในทางสายกลาง พร้อมทั้งต้องก้าวทันต่อโลกแห่งเทคโนโลยีและดิจิทัล เช่นปัจจุบัน และเป็นอีกนัยในการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับชุมชนตามหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้การพัฒนานำไปสู่ความเข้มแข็งและการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน เมื่อวิสาหกิจชุมชนเข้มแข็ง ชุมชนสามารถพึ่งตนเอง จะทำให้คนภายในชุมชนนั้นๆ เกิดการ

พัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้การใช้ชีวิตที่พอเพียง เพื่อความสุขอย่างเพียงพอของสมาชิกภายในชุมชนที่แท้จริง เกิดเป็นความสุขที่ยั่งยืนและถาวรในชุมชนนั้นๆ สืบไป (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560)

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด หมู่ที่ 8 บ้านแม่ขนาด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2539 ณ บ้านเลขที่ 99 หมู่ 5 ตำบลทาบกาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน โดยมีนางพรทิพา ดอกแก้วนาค เป็นผู้ริเริ่ม พร้อมด้วยสมาชิกดำเนินงาน จำนวน 15 คน หมู่บ้านแม่ขนาดเป็นหมู่บ้านชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง มีสตรีผู้สูงอายุและเยาวชนในหมู่บ้านที่มีความสามารถในการทอผ้าด้วยกี่เอวเกือบทุกหลังคาเรือน และทำผลิตภัณฑ์จำหน่ายมานานกว่า 20 ปีมาแล้ว เพื่อเป็นการขยายผลให้เกิดการต่อเนื่องในการส่งเสริม อนุรักษ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสืบสานการทอผ้าด้วยกี่เอวให้ดำรงไว้สืบไป จึงได้รวมกันเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น พร้อมทั้งร่วมกันอนุรักษ์สืบทอดและเอกลักษณ์ผ้าทอกะเหรี่ยงที่โดดเด่น เริ่มแรกได้ระดมทุนจากสมาชิกคนละ 100 บาท เริ่มนำผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกอยู่มาฝากขายที่บ้านประธานกลุ่ม

การศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริบทของชุมชนชนเผ่ากะเหรี่ยงผ่านการพูดคุยกับชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มผ้าทอกะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด มีจุดเริ่มต้นจากประธานวิสาหกิจชุมชนที่ได้ไปรับจ้างรายวันในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ซึ่งภารกิจทุกวันต้องเดินทางไปกลับ ทำให้เหน็ดเหนื่อยและรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่ายส่งผลให้ต้องกลับมาทบทวนตนเองใหม่ว่า ตั้งแต่ตนเองได้เกิดขึ้นมาในชุมชนกะเหรี่ยง เห็นวิถีการทอผ้ากะเหรี่ยงเพื่อใช้เองตั้งแต่เกิดจนถึงตาย จึงถูกคิดย้อนไปยังวิถีเดิมของชนเผ่ากะเหรี่ยงที่ตนเองมีความถนัด ประกอบกับมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศแวะเวียนเข้าเยี่ยมชมวิถีชีวิตชนเผ่าที่คงเสน่ห์จากกลิ่นอายความดั้งเดิมและมีเอกลักษณ์เฉพาะชนเผ่ากะเหรี่ยง โดยนักท่องเที่ยวต่างประทับใจในการใช้ชีวิตที่เรียบง่าย คงไว้ซึ่งรากเหง้าของบรรพบุรุษ ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชนเผ่ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด ดังนั้น จึงเริ่มต้นชักชวนเพื่อนบ้าน เพื่อทำการทอผ้าและผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยง สามารถสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในกลุ่มอย่างพออยู่พอกิน ไม่ต้องเดินทางไปรับจ้างนอกหมู่บ้านจนถึงปัจจุบัน (คำน้อย วิวัฒนาภักดิ์ และเงิน วรโชติภักดิ์, 2561, สัมภาษณ์)

ความสนใจและจุดประสงค์ที่สำคัญในการก่อตั้งกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด คือ ความต้องการคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสืบทอดผ้าทอกะเหรี่ยง การแต่งกาย ความเชื่อ และประเพณี อันเป็นมรดกตกทอดที่ทรงคุณค่าจากบรรพบุรุษชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง สำหรับการทอผ้าเพื่อความพึงพิถัน ใจใจ เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่เป็นผ้าธรรมชาติที่ปลูกขึ้นเอง ใช้สีย้อมจากธรรมชาติโดยหาจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น และยังใช้เมล็ดพันธุ์พืชต่างๆ เช่น เมล็ดเต๋อเยย เมล็ดมะค่า มาดกแต่งเพื่อให้เกิดความโดดเด่น จึงมั่นใจได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในทุกๆ ขั้นตอนของการผลิต ปลอดภัย ปราศจากสารฟอกสีหรือสีย้อมผ้าที่ใช้ในอุตสาหกรรม ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตด้วยความพอเพียงตามรอยศาสตร์พระราชาผ่านภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านการเชื่อมโยงของวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด อันเป็นความรักและความห่วงใยที่จะสืบทอดไปยังลูกหลานของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงที่ยั่งยืน การรวมกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาดที่ผ่านมาจะมีหน่วยงานของรัฐ เช่น สหกรณ์การเกษตร อำเภอแม่ทา และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ได้เข้ามาสนับสนุนในด้านวัตถุดิบ มีการมอบฝ้ายเพื่อใช้ในการทอผ้า นำก๊อผ้าขนาดใหญ่ มาเผยแพร่และสอนแก่สมาชิกในกลุ่ม ดังนั้น จึงทำให้มีการส่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยงจากในประเทศและต่างประเทศ เช่น ร้านคิง พาวเวอร์ และประเทศญี่ปุ่น ทำให้สมาชิกในกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงมีรายได้จากการทอผ้าที่ตนถนัดและรัก จนกลายเป็นรายได้หลัก ทำให้ชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงที่ออกไปรับจ้างในเมือง กลับเข้ามาในหมู่บ้านเพื่อเข้าร่วมกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด มีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นจนสามารถขึ้นทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 แจ้งข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย ประเภทองค์ความรู้ท้องถิ่น และจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ให้ได้รับความคุ้มครองทางกฎหมาย ได้รับการรับรองการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยการใช้สีจากธรรมชาติ จากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ต่อมาได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์เครื่องหมายบริการสินค้าคุณภาพจังหวัดลำพูน ได้รับระดับดีในการประเมินระบบการบริหารจัดการมาตรฐานการจัดการวิสาหกิจชุมชน (มจก.) จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้รับโล่เกียรติคุณ “หม่อมงามจิตต์ บุรฉัตร” ในปี พ.ศ.2558 เป็นหมู่บ้านหัตถกรรมดีเด่น ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับห้าดาว จากการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และในปี พ.ศ. 2559 จากการดำเนินงานที่โดดเด่นและประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประธานกลุ่มวิสาหกิจทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด ได้รับประกาศเกียรติคุณเป็นสตรีผู้ประกอบการอาชีพอิสระดีเด่น เนื่องในวันสตรีสากล จังหวัดลำพูน ประจำปี พ.ศ. 2561

ด้วยการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาดที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความห่วงใยในภูมิปัญญา และความถนัดของสมาชิกทุกคนที่มีความรักในสิ่งเดียวกัน และด้วยการมีผู้นำที่เข้มแข็ง มีการวางแผนและจัดระบบการดำเนินงานที่ค่อยเป็นค่อยไป ยอมรับและเรียนรู้ให้ก้าวทันเทคโนโลยีและกระแสสังคมปัจจุบัน รู้จักนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยง จนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายซึ่งสอดคล้องกับศาสตร์ของพระราชา อันเกิดจากการตกผลึกความคิดของชาวบ้าน นำมาใช้ในการประกอบอาชีพการแก้ไขปัญหา เป็นปัญญา เป็นองค์ความรู้ทั้งหมดของชาวบ้าน ทั้งกว้าง ทั้งลึก ที่ชาวบ้านสามารถคิดเอง ทำเอง โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาการดำเนินชีวิตในท้องถิ่นอย่างเหมาะสมกับสมัยภูมิปัญญาจึงมีความสำคัญและจำเป็นของท้องถิ่น จึงกล่าวได้ว่า ภูมิปัญญาเกิดจากการสะสมการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลายาวนาน มีลักษณะเชื่อมโยงกันไปทั้งหมด เช่น ความเชื่อ ประเพณี ศิลปะ วัฒนธรรม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การประกอบอาชีพและสุขภาวะของชุมชน คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะ

ศึกษาการจัดการวิสาหกิจชุมชนตามศาสตร์พระราชาด้วยชีวิตและความสุขที่เพียงพอของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน โดยยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติในการประกอบอาชีพ แบบค่อยเป็นค่อยไป เป็นไปตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงในท้องถิ่นจนประสบความสำเร็จ เกิดเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง สามารถเป็นต้นแบบให้แก่ชุมชนอื่นหรือองค์กรต่าง ๆ ได้

วัตถุประสงค์

1. วิเคราะห์บริบทของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน
2. เพื่อศึกษาการจัดการวิสาหกิจชุมชนตามศาสตร์พระราชาด้วยชีวิตและความสุขที่เพียงพอของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ของงานวิจัยนี้ ได้แก่ ศาสตร์พระราชา หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ทฤษฎีการมีส่วนร่วม และทฤษฎีฐานทรัพยากร ดังข้อมูลต่อไปนี้

1. ศาสตร์พระราชา

ศาสตร์พระราชา คือ ภูมิปัญญาของพระราชาราชกาลที่ 9 ที่พระองค์ทรงทดลองใช้ นำไปปฏิบัติจนเป็นผลสำเร็จนำไปบอกแนะนำให้พสกนิกรของพระองค์นำไปใช้ โดยใช้หลักการคือ การเข้าใจ เข้าถึง และพัฒนา เป็นหลักการของศาสตร์พระราชาเพื่อแก้ปัญหาพื้นที่ และพัฒนาชีวิตของประชาชน ดำเนินการอย่างมีแผนผ่านโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งมีใช้ความสำเร็จเพียงชั่วคราวเท่านั้น หากแต่เป็นการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน

2. หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงคือหลักการในการดำเนินชีวิตตามศาสตร์พระราชา ของในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่พระองค์ทรงยึดเป็นแนวทางหลักในการพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไป ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน หากแต่ให้เกิดความสอดคล้องกับความเป็นอยู่โดยไม่ให้เกิดความขัดแย้งกัน ประสานสัมพันธ์ในชุมชน ชีวิตพื้นฐานคือการประกอบอาชีพภายใต้ปัจจัยสี่แต่ละพื้นที่ย่อมมีอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง เป็นต้นแบบให้แก่ชุมชนอื่น เป็นไปตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงในท้องถิ่น ที่เน้นทั้งในด้านการเกษตรและแหล่งน้ำ วัฒนธรรมประเพณีของชุมชน นำไปสู่การปฏิบัติในการประกอบอาชีพแบบค่อยเป็นค่อยไป เพื่อการดำรงชีวิตของตนและชุมชน ประกอบกับความรู้ของตนที่คัดค้านการทดลองใช้และทำซ้ำครั้งแล้วครั้งเล่า จนเกิดเป็นผลดี และนำไปบอกต่อหรือแนะนำ ตลอดทั้งการเรียนรู้และเกิดความรู้ใหม่ในชุมชน (สุพิมล ศรีศักดา, 2561)

3. ทฤษฎีการมีส่วนร่วม

ทฤษฎีการมีส่วนร่วม หมายถึง การเกี่ยวข้องทางจิตใจและอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าให้เกิดการกระทำเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น อีกทั้งยังเกิดความรู้สึกรับผิดชอบร่วมกับกลุ่มดังกล่าว (Davis, 1977) ด้วยการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับทางด้านจิตใจและอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการให้บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น อีกทั้งทำให้เกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย (เมตต์ การ์มิจิต, 2541) การมีส่วนร่วม ยังเป็นการเปิดโอกาสให้บุคคล ได้มีส่วนช่วยเหลือระหว่างกันด้วยจิตใจและอารมณ์ของแต่ละบุคคลในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติงานและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อส่วนรวมในการบริหารจัดการ เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายของสังคม (Cohen & Uphoff, 1980)

4. ทฤษฎีฐานทรัพยากร

ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Barney & Wright, 1998) ได้นำเสนอว่า หลักการในการบริหารจัดการทรัพยากรภายในองค์กร ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันระหว่างองค์กรที่ยั่งยืนได้ โดยทรัพยากรภายในองค์กรนั้นควรมีคุณลักษณะคือ มีคุณค่า (Value) หายาก (Rare) ไม่สามารถทดแทนได้ง่าย (difficult to substitute) และยากที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบได้ (Imitate) มิฉะนั้นองค์กรจะสามารถแข่งขันได้เพียงชั่วคราว

ทฤษฎีฐานทรัพยากรจึงเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้วิเคราะห์เชิงลึกกว่าทรัพยากรที่องค์กรครอบครองอยู่นั้นเป็นพื้นฐานในการกำหนดผลการดำเนินงานขององค์กรอันนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนของธุรกิจหรือไม่ แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากร หมายถึง ทรัพย์สิน (Assets) ความสามารถ (Capabilities) กระบวนการขององค์กร (Organizational Processes) คุณลักษณะของธุรกิจ (Firm Attributes) ข้อมูล (Information) ความรู้ (Knowledge) ที่ถูกควบคุมโดยองค์กร และองค์กรนำไปใช้ในการดำเนินกลยุทธ์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness)

ดังนั้น จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของงานวิจัยนี้ ได้แก่ ศาสตร์พระราชา หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ทฤษฎีการมีส่วนร่วม และทฤษฎีฐานทรัพยากร คณะผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดและกระบวนการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดกระบวนการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ สัมภาษณ์และจัดเวทีเสวนาเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งตามข้อมูลเพื่อการวิจัยดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอดผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอมะนัง จังหวัดลำพูน อาทิ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอดผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด เครือข่ายพี่น้องชาวเขาที่มีเขตติดต่อกัน 6 หมู่บ้าน สหกรณ์การเกษตร อำเภอมะนัง จังหวัดลำพูน สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอมะนัง จังหวัดลำพูน จำนวน 120 คน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการลงพื้นที่อำเภอมะนัง จังหวัดลำพูนเพื่อทำการสำรวจข้อมูล สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทสำคัญในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอดผ้า ตามรอยของศาสตราจารย์ราชฯ พร้อมด้วยการน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจากพระราชดำริของในหลวงรัชกาลที่ 9 มาใช้เป็นหลักในการดำเนินชีวิตโดยดำเนินเก็บข้อมูลช่วงในเดือนสิงหาคมถึงเดือนตุลาคม 2560 เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 2.1) ศึกษาบริบทความเป็นมาและการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอดผ้า ตามรอยศาสตราจารย์ราชฯ ด้วยชีวิตที่พอเพียง เพื่อความสุขอย่างเพียงพอของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอดผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอมะนัง จังหวัดลำพูน
- 2.2) ประสานกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอดผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอมะนัง จังหวัดลำพูนเพื่อทำการสัมภาษณ์ถึงการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอดผ้ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด ตามรอยศาสตราจารย์ราชฯ ด้วยชีวิตที่พอเพียง เพื่อความสุขอย่างเพียงพอ
- 2.3) ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีบทบาทหรือมีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอดผ้ากะเหรี่ยง ตามรอยของศาสตราจารย์ราชฯ และน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 มาใช้ในการดำเนินงานและการดำเนินชีวิต

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา ภาษาและความครอบคลุม จำนวน 3 ท่าน ได้ค่า IOC ด้านเนื้อหาสรุปได้ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ (0.67) รวมถึงการเสวนากลุ่ม หลังจากนั้นนำมาทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีบทบาทหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังภาพที่ 2-5 กิจกรรมลงพื้นที่เพื่อทำการประสานกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด การจัดเวทีเสวนาร่วมกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน และสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเชิงลึก

4. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการจัดเวทีเสวนา

วิเคราะห์ข้อมูลจากการประสานกับประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน การจัดเวทีเสวนาร่วมกับวิสาหกิจชุมชน ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชน การวิเคราะห์เนื้อหา โดยรวบรวมวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิด สารสนเทศด้านเนื้อหา โดยสรุปเป็นความเรียง และจัดเวทีวิเคราะห์ข้อมูลผ่านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนและผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยง ตามรอยศาสตร์พระราชา ยึดหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 มาใช้เป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินงานที่ได้กล่าวมาข้างต้น



ภาพที่ 2 การประสานงานกับชาวบ้านในชุมชน



ภาพที่ 3 การเสวนากลุ่ม



ภาพที่ 4 การสัมภาษณ์ผู้เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 5 การสัมภาษณ์ผู้เชิงลึกกับสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ

ผลการวิจัย

1. บริบทของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน

ชุมชนหมู่บ้านแม่ขนาด ตั้งอยู่หมู่ที่ 8 ตำบลทากาศ เป็นส่วนหนึ่งของเขตการปกครองของอำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน พื้นที่ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นที่ราบสูง และภูเขาสูงชันมีแหล่งน้ำธรรมชาติ คือ ลำน้ำแม่ขนาด หรือ ห้วยแม่คะนะ ไหลผ่าน เป็นลำน้ำที่อยู่ในลุ่มแม่ขนาด การที่มีลักษณะภูมิประเทศที่มีแหล่งน้ำธรรมชาตินั้น ทำให้ถูกเลือกให้เป็นหมู่บ้านของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง กลุ่มยางขาว หรือยางโป และเรียกขานตัวเองว่า โพล่งหรือ ปากะญอ ที่มีดั้งเดิมแหล่งบริเวณใกล้แหล่งน้ำธรรมชาติ บ้านแม่ขนาดเป็นหมู่บ้านหลักของหมู่บ้านชาวเขาซึ่งมีพื้นที่ติดต่อกันอีก 5 หมู่บ้าน คือ บ้านดอยคำ บ้านป่าเลา บ้านผาด่าน บ้านปางผาง และบ้านแม่สะแงะ ซึ่งเป็นปากะญอด้วยกัน ชาวเขากลุ่มนี้จะอยู่รวมกันเป็นกลุ่มใหญ่ และมีเอกลักษณ์เฉพาะตนที่มีความโดดเด่นในด้านต่างๆ ได้แก่ วิถีชีวิต อาชีพ ประเพณี ความเชื่อ และภาษา

วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง บ้านแม่ขนาดจะมีลักษณะวิถีตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง มีชีวิตที่สงบเรียบง่าย ไม่พิถีพิถันและไม่ฟุ้งเฟ้อเช่นสังคมในเมือง สมกับชื่อที่เรียกว่า โพล่ง ซึ่งเป็นภาษากะเหรี่ยง หมายถึง อยู่ง่าย กินง่าย อาทิ การแต่งกายด้วยชุดโพล่งหรือ ปากะญอ โดยสังเกตได้ง่าย คือ หญิงชาวกะเหรี่ยงที่มีคอครบครว จะนุ่งผ้าถุงสีแดง ลวดลายสีต่างๆ และสวมเสื้อที่ทอขึ้นเอง ปักด้วยลูกเดือย และตกแต่งด้วยผ้าสีแดงที่เป็นสัญลักษณ์ของหญิงที่แต่งงานแล้ว ในอดีตหญิงชาวกะเหรี่ยงโพล่งก่อนแต่งงานจะมีการสักรอบๆ บริเวณหน้าแข้งหรือเหนือข้อเท้า เพื่อแสดงให้เห็นว่ามีครอบครัวแล้ว แต่ปัจจุบันการสักเริ่มจางหายไป เพราะไม่สามารถหาผู้เชี่ยวชาญในการสัก ประกอบกับการเข้ามาของกระแสวัฒนธรรมของพื้นราบ ส่วนหญิงสาวโสด จะสวมชุดสีขาว

ตกแต่งลวดลาย สีสดต่างๆ เรียกว่า มือนาง ซึ่งเป็นภาษากะเหรี่ยงโพล่ง ส่วนชายทั้งเด็กและผู้ใหญ่จะสวมเสื้อโพล่งแดง กางเกงสะดอหรือโสร่ง

ด้วยการที่ชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงจะเลือกภูมิประเทศสำหรับตั้งหลักเป็นที่อยู่อาศัย บริเวณที่อยู่ใกล้กับแหล่งน้ำธรรมชาติหรือมีแหล่งน้ำธรรมชาติไหลผ่าน เช่นเดียวกับชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด ชายชาวกะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาดส่วนใหญ่จึงยึดอาชีพเกษตรกร ทำไร่ข้าวหรือปลูกพืชตามฤดูกาล และมีการเข้าป่าล่าสัตว์ ส่วนหญิงจะอยู่บ้าน ทอผ้า ทำอาหาร ตำข้าว ซึ่งส่วนใหญ่จะทำการทอผ้าใช้เอง ตั้งแต่เครื่องนุ่งห่มและของใช้ต่างๆ การทอผ้าของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาดนั้นมีความพิถีพิถันและใส่ใจในทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การปลูกฝ้ายธรรมชาติ จะต้องไม่มีการใช้สารเคมี เพื่อให้ได้ฝ้ายธรรมชาติที่มีความบริสุทธิ์อย่างแท้จริง ใช้สำหรับเป็นวัตถุดิบในการทอผ้าเป็นเครื่องนุ่งของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง ใช้สีย้อมผ้าจากธรรมชาติที่สามารถใช้ย้อมสี โดยสรรหาจากวัตถุดิบที่มีอยู่ท้องถิ่นมาใช้ เช่น โทนสีน้ำตาลจากผลมะเกลือ โทนสีน้ำเงินจากเพกา โทนสีแดงจากรากยอป่า เป็นต้น นอกจากนี้ยังใช้เมล็ดพืชจากธรรมชาติ เช่น ลูกเดือย ลูกมะค่า ข้าวเปลือก ใช้เป็นวัสดุในการประดับตกแต่ง ปักเป็นลวดลายที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง ซึ่งขั้นตอนในการทอผ้างกล่าวเป็นภูมิปัญญาของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง ถือเป็นมรดกที่สืบทอดต่อกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษมาจนถึงรุ่นลูกหลาน

อย่างไรก็ตามภูมิปัญญาในการทอผ้าของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อและประเพณีดั้งเดิมของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงในเรื่องความเชื่อที่ว่าเด็กชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงที่เกิดเป็นสมาชิกใหม่ในครอบครัวจะมีเครื่องนุ่งห่มประจำตัว เสมือนกับติดตัวมาตั้งแต่เกิด ซึ่งเมื่อลูกอายุครบ 1 ปี แม่จะทำการทอผ้าและมอบให้แก่ลูกของตน อีกหนึ่งความเชื่อและประเพณีของกะเหรี่ยงที่ว่า เมื่อตายไปแล้วจะต้องมีเครื่องนุ่งห่ม นั่นคือ ผ้าทอกะเหรี่ยงติดตัวไปด้วย ตามความเชื่อนี้เอง ญาติพี่น้องของคนตายจะจัดงานศพและนำเสื้อผ้าของญาติที่ตายนั้นมาแขวนไว้ใกล้กับหีบศพคนตาย จากความเชื่อและประเพณีนี้เอง จะเห็นได้ว่าชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงนั้นมีความผูกพันและได้สัมผัสกับผ้าทอกะเหรี่ยงตั้งแต่เกิดจนตาย ทำให้เกิดการซึมซับเป็นแนวปฏิบัติสืบต่อกันดังจะเห็นได้ว่าวิถีการดำรงชีวิตของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง บ้านแม่ขนาด ตำบลทากาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่มีความโดดเด่น และความงดงามที่ทรงคุณค่า ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต ความเชื่อ ประเพณี การประกอบอาชีพ เครื่องแต่งกาย ล้วนเชื่อมโยงและผสมผสานกันอย่างลงตัวบนวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด ที่สืบทอดต่อกันมาในชุมชนเป็นเวลายาวนาน เป็นสิ่งที่เกิดจากความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในแนวปฏิบัติที่ชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงถ่ายทอดไปยังลูกหลาน จากวิถีชีวิตที่เรียบง่าย คงไว้ซึ่งประเพณีและความเชื่อ ที่ไม่เคยเลือนหายไปจากชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด เกิดเป็นความโดดเด่น เป็นเสน่ห์ท่ามกลางบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ที่ต้องรีบเร่งและแข่งขันกันตลอดเวลา ใช้เทคโนโลยีแทนมนุษย์ทำให้วัฒนธรรมประเพณีบางอย่างที่เคยปฏิบัติได้เลือนหายไปจนมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาพบเห็นในวิถีการดำรงชีวิตของชุมชนชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด นักท่องเที่ยวต่างให้ความสนใจและเริ่มบอกต่อกัน

ในอดีตปี พ.ศ.2516 เริ่มมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมากเดินทางเข้ามาศึกษาวิถีการดำรงชีวิตของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด ที่โดดเด่นในเอกลักษณ์ คือ ความเรียบง่าย พอเพียง พออยู่พอกินและมีความสุขตามอัตภาพ ไม่ว่าจะเป็นการทำอาหาร ที่อยู่อาศัย การทอผ้า ซึ่งการทอผ้ากะเหรี่ยงได้รับความสนใจ หลังจากนั้น นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้ในวิถีการทอผ้ากับแม่ครูชาวกะเหรี่ยงอย่างไม่ขาดสาย ดังภาพที่ 6 – 7



ภาพที่ 6 นักท่องเที่ยวสนใจในการทอผ้ากะเหรี่ยง



ภาพที่ 7 นักท่องเที่ยวเข้ามาเรียนรู้การทอผ้ากะเหรี่ยง

จังหวัดลำพูน เป็นศูนย์กลางของนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ทำให้ชาวบ้านส่วนใหญ่ออกจากหมู่บ้านเพื่อไปรับจ้างในโรงงาน ต้องตื่นแต่เช้ามืดเพื่อเดินทางไปทำงานในเมืองและกลับในช่วงค่ำทุกวัน กลายเป็นมนุษย์เงินเดือน แต่ถึงแม้จะได้เงินเดือนประจำ แต่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง อาหารที่ต้องกินนอกบ้าน เงินเดือนที่ได้ประจำจึงเป็นแบบเดือนชนเดือน ไม่มีเงินเก็บ จนกระทั่งนางพรทิพา ดอกแก้วนาก ชาวบ้านแม่ขนาด ที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ได้ออกไปรับจ้างในโรงงาน ผู้ซึ่งเป็นคนแรกที่กลับมาคิดทบทวนว่าการออกไปรับจ้างในโรงงาน ทำให้ตนเองเกิดความท้อแท้และเหน็ดเหนื่อย จึงให้หันมาทบทวนแนวคิดการทำงานของตนเองใหม่ พบว่าตั้งแต่ตนได้เกิดขึ้นมาในชุมชนกะเหรี่ยง เห็นวิถีการทอผ้ากะเหรี่ยงเพื่อใช้เองตั้งแต่เกิดจนถึงตาย จึงอุยย้อนไปยังวิถีเดิมของชนเผ่ากะเหรี่ยงซึ่งที่ตนเองถนัด ประกอบกับมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในหมู่บ้านอย่างไม่ขาดสาย

จนเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2539 นางพรทิพา ดอกแก้วนาก ผู้เป็นหัวหน้าเริ่มต้นรวมกลุ่มทอผ้ากระเหรี่ยงแม่ขนาด พร้อมด้วยสมาชิกดำเนินงาน รวมเป็น 15 คน เป็นสตรีที่มีความสามารถในการทอผ้าด้วยกี่เอวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง และระดมทุนจากสมาชิกคนละ 100 บาท เป็นต้นทุนในการทำผลิตภัณฑ์จากผ้าทอกระเหรี่ยง และนำมาจำหน่ายเป็นของฝากของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น กระเป๋า ผ้าพันคอ เสื้อของชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยง ฯลฯ แล้วฝากขายที่บ้านหัวหน้ากลุ่ม ดังภาพที่ 8 – 9



ภาพที่ 8 กระเป๋าที่ทำจากผ้าทอกระเหรี่ยง



ภาพที่ 9 เสื้อประจำชนเผ่ากระเหรี่ยง

ในช่วงเวลาเดียวกันนั้น หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนวิทยากร จำนวน 1 ท่าน จากสหกรณ์การเกษตร อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐ ได้เข้ามาให้ความรู้และสอนให้สมาชิกกลุ่มทอผ้ากระเหรี่ยงแม่ขนาดทำผลิตภัณฑ์จากผ้าทอกระเหรี่ยงให้มีความหลากหลาย และยังมีมอบเงินเบี้ยเลี้ยงของวิทยากร 250 บาท สมทบเป็นเงินทุนให้กับกลุ่มทอผ้ากระเหรี่ยงแม่ขนาดอีกด้วย กลุ่มทอผ้ากระเหรี่ยงแม่ขนาดจึงเริ่มต้นดำเนินงานด้วยเงินทุนเพียง 1,750 บาท ซึ่งสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่สมาชิกในกลุ่ม จะเห็นได้ว่าการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้ากระเหรี่ยงแม่ขนาด เริ่มต้นจากสิ่งเล็กๆ ภายใต้อุปกรณ์เพียง แต่สามารถสร้างสรรค์ให้เกิดคุณค่า โดยรักษาไว้ซึ่งวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด

สรุปได้ว่า จากการดำเนินกิจการของกลุ่มทอผ้ากระเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน จากชุมชนเล็กๆ ที่พึ่งพาตนเองได้ เริ่มเกิดเป็นความเข้มแข็ง จนสามารถพัฒนาต่อยอด เติบโต ขยายผล และก้าวสู่การเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ จนกระทั่งในปี พ.ศ.2546 ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งให้ความสนใจในวิถีการดำเนินชีวิตของชาวเผ่ากระเหรี่ยงบ้านแม่ขนาดที่ถ่ายทอดผ่านผ้าทอกระเหรี่ยงที่กลุ่มฯ ได้ทำขึ้นมา จึงได้เชิญตัวแทนกลุ่มทอผ้ากระเหรี่ยงแม่ขนาด ให้เดินทางไปนำเสนอวิถีชีวิตของชาวเขาเผ่ากระเหรี่ยงที่ถ่ายทอดผ่านผ้าทอกระเหรี่ยง ทำให้ชาวญี่ปุ่นได้ให้ความสนใจและอุดหนุนผลิตภัณฑ์ผ้าทอกระเหรี่ยงที่นำไปจัดแสดง อีกทั้งเมื่อกลับมาประเทศไทยแล้ว ยังมีการติดต่อสั่งซื้อผ้าทอกระเหรี่ยงแม่ขนาดส่งไปยังประเทศญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่อง ทำให้สมาชิกกลุ่มทอผ้ามีรายได้ และยังเป็น การนำรายได้เข้าสู่ประเทศอีกด้วย จากการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นในครั้งนี้ ทำให้ร้านค้าปลอดภาษี คิง พาวเวอร์ สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอกระเหรี่ยงเพื่อนำไปจำหน่าย และมียอดสั่งซื้อต่อเนื่องเป็นประจำทุกเดือน ความสำเร็จของกลุ่มที่เกิดขึ้นทั้งหมดนี้ เริ่มต้นจากสิ่งเล็กๆ ภายใต้อุปกรณ์และการดำเนินชีวิตตามรอยศาสตร์พระราชายึดแนวทางแบบค่อยเป็นค่อยไป ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน สอดคล้องกับความเป็นอยู่ของชุมชน มีผู้นำที่เข้มแข็ง รู้จักศึกษาหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเองและชุมชน คนในชุมชนมีอาชีพและรายได้เลี้ยงดูตนเองและครอบครัว ยกระดับคุณภาพชีวิตตามศักยภาพของชุมชน จากความเข้าใจแบบองค์รวม ผู้การลงมือปฏิบัติเพื่อทำให้เกิดการพัฒนาที่คงอยู่ถาวรและยั่งยืน คนในหมู่บ้านเริ่มสมัครเป็นสมาชิกกลุ่มเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ชาวบ้านที่เคยออกจากหมู่บ้านไปรับจ้างในเมือง ยังมีความต้องการกลับสู่ภูมิลำเนาเดิมเพื่อประกอบอาชีพทอผ้าและสมัครเป็นสมาชิกกลุ่ม

จนกระทั่ง ปี พ.ศ. 2548 กลุ่มทอผ้ากระเหรี่ยงแม่ขนาดได้ยกสถานะจดทะเบียนเป็น “วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากระเหรี่ยงแม่ขนาด” ขณะนั้นมีสมาชิกทั้งหมด 45 คน ประกอบด้วยประธานกลุ่ม คือ นางพรทิพา ดอกแก้วนาก คณะกรรมการดำเนินงาน 8 คน ที่ปรึกษา 2 คน และแม่ครูที่เป็นครูภูมิปัญญาสอนทอผ้า 5-6 คน อีกทั้งมีการบริหารจัดการแบ่งหน้าที่การทำงานอย่างชัดเจนและเป็นระบบ ประกอบด้วยรายละเอียดต่อไปนี้

- 1) ฝ่ายการตลาด มีหน้าที่รับสินค้าไปจำหน่าย ทั้งนำไปฝากขายตามร้านค้า และการออกงานขายสินค้าต่างๆ ซึ่งผู้ทำงานฝ่ายนี้เมื่อนำไปขาย จะได้รับเปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งอีกด้วย
- 2) ฝ่ายบัญชี มีหน้าที่ในการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย คำนวณราคาขาย กำไรที่ได้จากการขาย และบันทึกยอดขายอย่างละเอียด เก็บเอกสารหลักฐานการซื้อขายทุกครั้ง สามารถตรวจสอบได้
- 3) ฝ่ายสถานที่ มีหน้าที่ในการจัดสถานที่ให้เหมาะสม ทำความสะอาด ปรับปรุง ซ่อมแซมสถานที่หรืออุปกรณ์เมื่อชำรุดและยังมีการตั้งเวรยามดูแลในเรื่องความปลอดภัย
- 4) ฝ่ายขนส่ง มีหน้าที่ในขนส่งสินค้าเพื่อออกไปจำหน่ายนอกหมู่บ้าน
- 5) ฝ่ายสวัสดิการ มีหน้าที่ดูแล อำนวยความสะดวกของสมาชิกในกลุ่ม เช่น สมาชิกสามารถซื้อผ้าได้ในราคาถูก
- 6) ฝ่ายผลิต มีหน้าที่ในการทอผ้า ทำผลิตภัณฑ์จากผ้าทอกระเหรี่ยง ซึ่งฝ่ายนี้สมาชิกในกลุ่มทุกคนจะมีส่วนร่วม

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด จะมีการประชุมเพื่อปรึกษาหารือ แสดงความคิดเห็นกันในเรื่องต่าง ๆ เช่น การออกแบบลวดลายผ้าทอใหม่ ออกแบบตราสินค้า ออกแบบบรรจุภัณฑ์ การสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีความน่าสนใจ ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ มีการค้นหาข้อมูลในช่องทางต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ตและสื่อโฆษณาต่าง ๆ เพื่อติดตามกระแสของความชอบหรือพฤติกรรมของคนในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และสร้างผลิตภัณฑ์จากผ้ากะเหรี่ยงให้ตรงกับความต้องการ การที่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มนี้ ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ทำให้เริ่มมีทุนในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น สมาชิกในกลุ่มมีรายได้เลี้ยงดูตนเองและครอบครัว จึงได้ริเริ่มในการยกระดับคุณภาพชีวิตของครอบครัวสมาชิก มอบสวัสดิการต่างๆ ให้กับครอบครัวสมาชิก ดังข้อมูลต่อไปนี้

1) จัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์แม่ขนาด และให้สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยง สามารถนำเงินมาฝากกับสหกรณ์ เป็นเงินออมเพื่อใช้ในอนาคตได้ มีขั้นต่ำฝากเงิน ครั้งละ 50 บาท และไม่เกิน ครั้งละ 500 บาท โดยสามารถถอนเงินไปใช้ได้ เช่นเดียวกับระบบของธนาคาร

2) มอบทุนการศึกษาให้แก่บุตรหลานสมาชิกทุกคนเป็นประจำทุกปี ทุนละ 200 บาท

3) มอบหลักประกันชีวิตให้แก่สมาชิกและบุตรหลาน เมื่อเจ็บป่วยต้องนอนโรงพยาบาล สมาชิกทุกคนจะได้รับเงินชดเชยเมื่อต้องนอนโรงพยาบาล 300 บาท (2 ครั้งต่อปี) หรือหากเสียชีวิต ถ้าเป็นคณะกรรมการของวิสาหกิจ จะได้รับเงินชดเชย 1,000 บาท เป็นสมาชิก จะได้รับเงินชดเชย 500 บาท และครอบครัวจะได้รับเงินชดเชย 300 บาท

4) มีการปันผล จากกำไรที่ได้จากการขายให้แก่สมาชิกทุกปี

5) มีโครงการพาสมาชิกและครอบครัวไปทัศนศึกษาดูงาน

6) จัดงานเลี้ยงในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น วันปีใหม่ วันเด็ก และมอบของรางวัลให้แก่สมาชิกและบุตรหลาน

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของสมาชิกในกลุ่มพร้อมทั้งครอบครัวของสมาชิกวิสาหกิจกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดให้ดีขึ้นได้ ที่เริ่มจากสิ่งเล็กๆ ในชุมชน คือ การทอผ้ากะเหรี่ยง ที่กลุ่มสมาชิกคุ้นเคยและมีความถนัด และยังสามารถต่อยอดเป็นแกนนำในการนำสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมเป็นศูนย์กลางในการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและชุมชนต้นแบบ ดังนี้

1) ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ เครือข่ายกะเหรี่ยง เพื่อวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม (ลุ่มน้ำขนาด) เป็นแกนนำ และต้นแบบในการทอผ้ากะเหรี่ยงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้อยุธรรมาชาติที่ปลูกเอง ทำให้มั่นใจได้ว่าปลอดสารเคมี และสารพิษที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ และยังใช้สีย้อมผ้าธรรมชาติที่หาได้ในท้องถิ่น ซึ่งประธานวิสาหกิจกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดเป็นผู้ค้นพบด้วยตนเองและยังเห็นผลในเชิงประจักษ์จากผลการตรวจสุขภาพเมื่อยังทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม พบว่ายังมีสารพิษตกค้างในร่างกาย แต่เมื่อออกจากโรงงานอุตสาหกรรมมาทอผ้าในหมู่บ้าน พบว่า ปริมาณสารพิษที่ตกค้างในร่างกายลดลง และเมื่อใช้ฝ้ายธรรมชาติที่ปลูกเองและสีย้อมธรรมชาติพบว่า ไม่พบสารเคมีตกค้างในร่างกาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ค้นพบว่า การใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติทำให้สุขภาพและสุขภาพของปฏิบัติดีขึ้น มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ยืนยันได้จากการที่วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดได้รับโล่เกียรติคุณรับรอง การรับรองการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้อยุธรรมาชาติ จากกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา

2) เครือข่ายกะเหรี่ยง เพื่อวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม จังหวัดลำพูน เป็นแกนนำเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของเครือข่าย เรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคและสิทธิผู้บริโภคสร้างความเข้มแข็ง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชาติพันธุ์ รักษาไว้ ซึ่งขนบธรรมเนียม ประเพณีเพื่อไม่ให้สูญหายตามกาลเวลา สืบสานตำนานกะเหรี่ยงในจังหวัดลำพูน ประชาสัมพันธ์ องค์ความรู้ ภูมิปัญญาของกะเหรี่ยงต่อสาธารณชน

3) ศูนย์หัตถกรรมชาวเขากลุ่มทอผ้า จังหวัดลำพูน เป็นต้นแบบศูนย์หัตถกรรมการทอผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์

4) โครงการต้นกล้าเล็ก โดยมีเยาวชนที่เป็นบุตรหลานของชาวกะเหรี่ยงในชุมชนเป็นสมาชิก เข้ามาเรียนรู้การทอผ้ากะเหรี่ยงช่วยสมาชิกในกลุ่มในการทำผลิตภัณฑ์จำหน่าย ให้พวกเขาได้สัมผัสและซึมซับสิ่งดีที่พี่น้องกะเหรี่ยงในชุมชนปฏิบัติตั้งแต่วัยเด็ก ตามวิสัยทัศน์ในการก่อตั้งโครงการต้นกล้า “เด็กเปรียบเสมือนต้นกล้าเล็กๆ ต้นหนึ่ง ถ้าได้รับการดูแลและรักษาอย่างสม่ำเสมอก็จะเจริญเติบโตขึ้นอย่างมีคุณภาพและสมบูรณ์ได้”

5) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รูปแบบโฮสเทล เป็นการต่อยอดจากการที่เริ่มมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในหมู่บ้านมากขึ้น จึงทำให้ชุมชนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กับการเป็นแหล่งเรียนรู้ ให้ชาวต่างชาติมาใช้ชีวิตร่วมกับชาวกะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด จัดกิจกรรมให้มีส่วนร่วมและศึกษาวิถีชีวิตที่อยู่อย่างเรียบง่ายของชาวกะเหรี่ยง นักท่องเที่ยวจะได้ร่วมทำอาหารพื้นบ้านของกะเหรี่ยง ทอผ้ากะเหรี่ยงด้วยตนเองและสามารถกลับไปเมื่อสิ้นสุดกิจกรรม ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังสร้างรายได้ให้กับชาวกะเหรี่ยงในหมู่บ้านได้ด้วย

ผลการศึกษารายงานการจัดการวิสาหกิจชุมชนตามศาสตร์พระราชากับชีวิตและความสุขที่เพียงพอของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง รวมถึงการเสวนากลุ่มเพื่อสรุปบริบทและความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชนนี้และสามารถนำไปสู่การวิเคราะห์วิสาหกิจชุมชนที่น้อมนำศาสตร์พระราชาหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 มาใช้เป็นแนวปฏิบัติในการดำเนินงานของกลุ่มตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2. การวิเคราะห์การจัดการวิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด อำเภอมะนัง จังหวัดลำพูน

ผลจากการวิเคราะห์การจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาด อำเภอมะนัง จังหวัดลำพูนที่มีการดำเนินงานโดยน้อมนำศาสตร์พระราชา ทำให้เกิดการพัฒนายอย่างต่อเนื่องและนำไปสู่ความสุขที่ยั่งยืน กล่าวคือ “การเข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” ดังนี้

2.1 การเข้าใจ เริ่มต้นจากการเข้าใจในสิ่งที่ส่งต่อมาจากบรรพบุรุษ ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อ ประเพณี การประกอบอาชีพ และที่สำคัญ คือ ผ้าทอกะเหรี่ยง เข้าใจถึงความนัยที่แฝงไว้ในรูปแบบของความเชื่อให้เป็นแนวปฏิบัติจากฐานสู่ฐาน จนเกิดเป็นความรักความหวงแหนให้คงอยู่อย่างยั่งยืนในชุมชนชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง บ้านแม่ขนาด นอกจากนี้ การมีผู้นำกลุ่มที่รู้จักค้นคว้าข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต รู้จักสังเกตและพร้อมเปิดรับกระแสสังคมที่ปรับเปลี่ยนตามยุคสมัยแล้วสามารถนำมาปรับให้กลมกลืนกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยงแต่ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของตน ทำให้ผ้าทอกะเหรี่ยงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง เป็นการนำสิ่งที่มีอยู่แล้วในชุมชน มาปรับเปลี่ยนแก้ไข แสดงให้เห็นถึงการใช้อย่างชาญฉลาดของการเข้าใจโดยการใช้อยู่แล้ว นำไปสู่การวิเคราะห์และลงมือทำจนประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นองค์ประกอบในการเข้าใจในหลักของศาสตร์พระราชา

2.2 การเข้าถึง การที่ผู้นำและสมาชิกในกลุ่มรู้จักปรับตัวและพัฒนาไม่จะเป็นการทำให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายทันต่อยุคสมัย มีการสร้างตราสินค้าหรือโลโก้เพื่อเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้ช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นสื่อกลางด้านการตลาดระหว่างกลุ่มและสังคมภายนอก เข้าร่วมโครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของไทยเป็นที่รู้จักทั้งในระดับชาติและนานาชาติที่จัดโดยรัฐบาล เพื่อต้องการกระตุ้นเศรษฐกิจและช่วยเหลือให้ชาวบ้านมีรายได้จากการขายสินค้าในรูปแบบของการจัดมหกรรมการแสดงและจำหน่ายสินค้า ซึ่งวิสาหกิจกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดจะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวและสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งก่อนการทำผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปจำหน่ายในงานนั้น ประธานกลุ่มจะเป็นแกนนำ โดยทำการศึกษาดูงานที่จัดงาน วิเคราะห์กลุ่มลูกค้า กำหนดระบบในการดำเนินงานกลุ่ม หลังจากนั้นจะทำการประชุมร่วมกับสมาชิกเพื่อปรึกษาหารือ วางแผนในการผลิต อาทิ ความแปลกใหม่ สดสวย รูปแบบผลิตภัณฑ์ เป็นต้น นอกจากนี้ ในการสร้างออกแบบสัญลักษณ์แทนตราสินค้านั้น ทางกลุ่มได้เลือกใช้รูปภาพของกะเหรี่ยงเป็นสื่อแทนคำพูดในการอธิบายว่าเป็นผลิตภัณฑ์จากชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงของไทย ซึ่งสามารถสื่อความหมายให้แก่นักท่องเที่ยวได้ทุกชาติ ทุกภาษาผ่านรูปภาพหรือตำนานเรื่องราวของกลุ่มชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง แสดงให้เห็นถึงการใช้อย่างชาญฉลาดของการเข้าถึงอย่างครบกระบวนการตามหลักการของศาสตร์พระราชา ประกอบด้วย ความต้องการหรือการแก้ไขปัญหาจากภายในชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจฯ การเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย และการสร้างภูมิปัญญาที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

2.3 การพัฒนา เพราะการประสบความสำเร็จที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอมะนัง จังหวัดลำพูน นั้นเกิดจากความตั้งใจแน่วแน่ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสมาชิกนำไปสู่การจัดการกลุ่มให้ประสบความสำเร็จ และการที่สมาชิกกลุ่มทุกคนรู้จักการพัฒนาตนเอง โดยเริ่มต้นจากตนเอง จนสามารถพึ่งพาตนเองและเป็นที่พึ่งของคนในครอบครัวได้ เกิดการต่อยอดในการเป็นแกนนำและชุมชนต้นแบบ เพื่อสรรค์สร้างสิ่งดีงามแก่สังคมอีกมากมาย ได้แก่ ศูนย์ประสานงานหลักประกันสุขภาพ เครือข่ายชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (ลุ่มน้ำขนาด) จังหวัดลำพูน ศูนย์หัตถกรรมชาวเขากลุ่มทอผ้า จังหวัดลำพูน โครงการต้นกล้าเล็ก แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รูปแบบโฮสเทลและต้นแบบ ทั้งนี้ส่งผลให้การจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาดประสบความสำเร็จ

ดังนั้น การจัดการวิสาหกิจชุมชน กลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงบ้านแม่ขนาดอำเภอมะนัง จังหวัดลำพูน ได้มีการประยุกต์ใช้หลักการเข้าใจ การเข้าถึง และการพัฒนายอย่างต่อเนื่องอันนำไปสู่ชีวิตและความสุขที่เพียงพอของกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอมะนัง จังหวัดลำพูน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่าบริบทพื้นที่ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาด อำเภอมะนัง จังหวัดลำพูนเป็นกลุ่มที่มีการก่อตั้งจากวัตถุประสงค์เดียวกันคือความต้องการคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยงการแต่งกาย ความเชื่อ และประเพณี อันเป็นมรดกตกทอดที่ทรงคุณค่าจากบรรพบุรุษชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง สำหรับการทอผ้า เพื่อความพิธีถัก ไส้ใจ เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบที่เป็นฝ้ายธรรมชาติที่ปลูกขึ้นเอง ใช้สีย้อมจากธรรมชาติโดยหาจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาดัดแปลงให้เกิดความโดดเด่น จึงมั่นใจได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในทุกๆ ขั้นตอนของการผลิต ปลอดภัย ปราศจากสารฟอกสีหรือสีย้อมผ้าที่ใช้ในอุตสาหกรรมผ้าอีกทั้งยังใช้กี่เอวซึ่งเป็นทอผ้าขนาดเล็ก โดยจะคล้องไว้ระหว่างผนังและเอวของผู้ทอผ้า ทำให้ประหยัดพื้นที่ ไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่ที่ใช้ในการทอผ้า แต่สมาชิกทุกคนรักในสิ่งเดียวกัน มีความมุ่งมั่นในวัตถุประสงค์เดียวกันและทุกคนมีจิตอาสา จนสามารถดำเนินการมาจนถึงปัจจุบันเกิดเป็นอาชีพที่มั่นคง สร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้าน สามารถพึ่งพาตนเองและเลี้ยงดูครอบครัวได้ เกิดเป็นความสุขอย่างพอเพียงที่ทั่วถึงของสมาชิกทุกคน

ส่วนการวิเคราะห์การจัดการของวิสาหกิจกลุ่มนี้ พบว่า ทางกลุ่มได้ดำเนินการโดยใช้หลักตามศาสตร์ของพระราชา มาโดยตลอด ตั้งแต่ก่อนก่อตั้งกลุ่มและการมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสมาชิกจนเกิดความยั่งยืนในปัจจุบัน

อภิปรายผล

จากสรุปผลการวิจัยข้างต้น คณะผู้วิจัย ได้วิเคราะห์ความสอดคล้องตามหลักการทำงานของศาสตร์พระราชฯ ได้แก่ 1) การเข้าใจ มืองค์ประกอบย่อย 4 องค์ประกอบ คือ การใช้ข้อมูลที่มีอยู่ การใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์และวิจัย และการทดลองจนได้ผลจริง 2) การเข้าถึงเมืองค์ประกอบย่อย 3 องค์ประกอบ คือ การวิเคราะห์ปัญหาหรือความต้องการ การเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย และสร้างปัญญา และ 3) การพัฒนาเมืองค์ประกอบย่อย 3 องค์ประกอบ คือ เริ่มต้นด้วยตนเอง พึ่งพาตนเองได้ และต้นแบบเผยแพร่ความรู้ดังที่แนวคิดของสุพิมล ศรศักดิ์ (2561) ได้นำเสนอหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่พระองค์ทรงยึดเป็นแนวทางหลักในการพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไป ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน เพราะชีวิตพื้นฐาน คือ การประกอบอาชีพภายใต้ปัจจัยสี่แต่ละพื้นที่ย่อมมีอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งเป็นต้นแบบให้แก่ชุมชนอื่น โดยเน้นวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนนำไปสู่การปฏิบัติในการประกอบอาชีพ แบบค่อยเป็นค่อยไป เพื่อการดำรงชีวิตของตนและชุมชน ประกอบกับความรู้ของตนที่คิดค้นการทดลองใช้และทำซ้ำครั้งแล้วครั้งเล่า จนเกิดเป็นผลดีและนำไปบอกต่อหรือแนะนำ ตลอดทั้งการไปเรียนรู้และเกิดความรู้ใหม่ในชุมชน

ผลการวิจัยสัมพันธ์กับแนวคิดของ Cohen & Uphoff (1980) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับทางด้านจิตใจและการกระทำของบุคคลในสถานการณ์กลุ่ม ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องในกิจกรรมต่างๆ เป็นเหตุจูงใจให้กระทำการต่างๆ ให้บรรลุจุดหมายของกลุ่มนั้น อีกทั้งทำให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าว เพราะการมีส่วนร่วมยังเป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลได้มีส่วนช่วยเหลือระหว่างกัน ด้วยการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจร่วมปฏิบัติงานและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อนส่วนรวมในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเชิงบวก นอกจากนั้น ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ พนิดา สัตโยภาส และคณะ (2555) และจิรวัฒน์ ชินศรี (2560) ที่กล่าวว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วมไว้ว่าเป็นการที่บุคคลผู้บริหารในองค์กรเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วม ได้แสดงความคิดเห็นในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ภายใต้พื้นฐานของความเป็นประชาธิปไตยที่จะเป็นที่ยอมรับ โดยจะต้องบูรณาการให้สอดคล้องกับบริบทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ

อีกทั้งเมื่อนำทฤษฎีฐานทรัพยากรมาวิเคราะห์พบว่า การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนานนั้น สอดคล้องกับหลักการของทฤษฎีฐานทรัพยากร 4 ประการของ Barney & Wright (1998) ได้แก่ 1) ความมีคุณค่า 2) การหาได้ยาก 3) ต้นทุนการลอกเลียนแบบสูง 4) การทดแทนไม่ได้ เพื่อสร้างความโดดเด่นและความมีชื่อเสียงให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาน อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ส่งผลทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงแม่ขนาน ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน สร้างอาชีพและรายได้ให้เกิดขึ้นภายในชุมชน โดยที่ไม่ต้องขวนขวายออกไปหางานหรือรับจ้างในเมือง โดยหนีภัยจากสิ่งที่ตนถนัดมาสร้างเป็นอาชีพที่มีความยั่งยืน บนพื้นฐานของความพอเพียงซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายของการดำเนินชีวิตตามหลักการของศาสตร์พระราชฯ

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านนโยบาย สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำพูน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านกระบวนการผลิตผ้าทอที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
2. ด้านการวิจัย ควรวิจัยต่อยอดในประเด็นรูปแบบการจัดการแบบมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงไปด้วยดี ด้วยความร่วมมือของทีมนักวิจัยทุกท่านที่ลงพื้นที่เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาบริบทวิเคราะห์การบริหารจัดการ รวมถึงประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกกลุ่มทอผ้าแม่ขนาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่เป็นผู้ให้ข้อมูลในกระบวนการถ่ายทอดความรู้เชิงประจักษ์ และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการทำวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องชุมชนและสังคม ซึ่งประโยชน์อันใดก็ตามที่พึงเกิดจากงานวิจัยนี้ ขอมอบคุณค่าแห่งประโยชน์ให้กับทุกท่านที่กล่าวมาแล้วด้วยความรู้สึกจากใจจริง

เอกสารอ้างอิง

- คำน้อย วิวัฒนาภาส และเงิน วรโชติภักดิ์.. (2561). สัมภาษณ์. วันที่ 15 กันยายน 2561.
- ณภัทร บุญเผื่อน. (2560). วิสาหกิจชุมชน กับ SMEs. (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2561, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/600251>
- จิรวัฒน์ ชินศรี. (2560). การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้บริหารในวิทยาลัยสารพัดช่าง สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. วารสารงานวิจัยการสะลงคำ, (ฉบับที่ 3): 224.

- เมตต์ การุณจิต. (2541). **การมีส่วนร่วมในการบริหารโรงเรียนของคณะกรรมการศึกษาประจำโรงเรียนเทศบาลในจังหวัด นครราชสีมา**.วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต แผนกวิชาบริหารการศึกษา สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พนิดา สัตโยภาส บุญชนิด วิงวอน และบุญทวรรณ วิงวอน. (2555). ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน. **การประชุมวิชาการวิจัย ร้ำไพรพรรณ** หน้า 1-12. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- พรทิพา ดอกแก้วนาค . (2561). สัมภาษณ์. วันที่ 15 กันยายน 2561.
- สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). **ทำไมต้องทำแผนการส่งเสริม SME. แผนการส่งเสริม SME. (ฉบับที่ 4): 9.**
- สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **สรุปสาระสำคัญ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564): 2-7**
- สุพิมล ศรศักดิ์. (2561). **ศาสตร์แห่งพระราชากับการพัฒนามิปัญญาท้องถิ่น.** (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2561 จาก <http://pbs.mcu.ac.th/wp-content/uploads/2018/05/11.-ศาสตร์แห่งพระราช-136-145.pdf>
- Barney, J.B. , & Wright, P.M. (1998). On becoming a strategic partner: The role of human Resources in gaining competitive advantage. **Human Resource Management**, 37(1): 31.
- Cohen, J. M. , & Uphoff, N. T. (1980). Participation's Place in Rural Development: Seeking clarity Through Specificity". **World Development**.
- Davis, K. (1977). **Human Behavior at Work**. New York: McGraw – Hill.

พฤติกรรม的开รับสื่อ และการตอบสนองต่อโฆษณาแบบ TrueView In-stream Ad. บนยูทูบ (YouTube) ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen M

Media Exposure and Response to TrueView In-stream Advertisement on YouTube of Gen M

ปิยะ อ่อนจันทร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ¹
ชุตินา เกศตายุรัตน์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ²
Email: serpig011@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อทางยูทูบของกลุ่ม Gen M 2) เพื่อศึกษาการตอบสนองต่อโฆษณาในรูปแบบ TrueView In-stream Ad. บนยูทูบของกลุ่ม Gen M การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่ม Gen M จำนวนทั้งสิ้น 39 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และมุ่งหวังจะนำประโยชน์จากผลการศึกษาครั้งนี้ไปปรับปรุงพัฒนาการทำโฆษณาผ่านช่องทางยูทูบ ให้มีประสิทธิภาพ คำนึงค่าการลงทุน ตรงใจ และตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

จากผลการศึกษาพบว่า 1) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อทางยูทูบของกลุ่ม Gen M นิยมรับชมคอนเท้นท์ประเภทเพลงเป็นอันดับ1 และประเภทให้ความบันเทิงเป็นลำดับ 2 ผ่านโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนมากที่สุดเป็นอันดับ1 ซึ่งจากผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการผลิตคอนเท้นท์ และวางแผนสื่อโฆษณาบนยูทูบ เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) การตอบสนองต่อโฆษณาในรูปแบบ TrueView In-stream Ad. บนยูทูบของกลุ่ม Gen M พบว่ากลุ่มตัวอย่างนิยมรับชมโฆษณาที่มีการใช้เพลงในการเล่าเรื่องมากเป็นอันดับ1, การใช้สุนัขเป็นตัวดำเนินเรื่องมากเป็นอันดับ 2, การใช้ฟรีเซ่นเตอร์ที่ดูกวนๆ น่ารักๆ มากเป็นอันดับ3, การเล่าเรื่องที่กินใจมากเป็นอันดับ 4 และการนำเสนอข้อมูลแบบตรงไปตรงมามากเป็นอันดับ5 สามารถสร้างแรงจูงใจในการรับชมโฆษณาในรูปแบบ In-stream Ad. โดยที่กลุ่มเป้าหมายยังไม่กดปุ่ม “ข้ามโฆษณา” (Skip Ad) ในทันทีที่มีโอกาส และโฆษณาส่วนใหญ่ยังสามารถดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายติดตามและรับชมได้จนจบ ซึ่งจากผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้สร้างสรรค์งานโฆษณาในรูปแบบ In-stream Ad. บนยูทูบ ที่จะได้ผลิตงานโฆษณาที่น่าสนใจ และส่งผลต่อการสร้างการจดจำแบรนด์ให้อยู่ในใจผู้บริโภค

คำสำคัญ: พฤติกรรมเปิดรับสื่อ พฤติกรรมการตอบสนอง โฆษณา ยูทูบ ทูวิวอินสตรีมแอต

ABSTRACT

The purpose of this research is to study 1) the exposure behavior of Gen M group toward YouTube's media 2) the response behavior of Gen M group toward YouTube's In-stream Ad. And the aim of this research is to improve and develop the media advertising through. The YouTube channel in order to be more officious, worth for investment hit the viewer's preferences, and match with the consumer behavior

The result of this study showed that 1) The exposure behavior of Gen M group toward YouTube were most likely to watch via smartphones, they kept watching not less than 30 minutes each time. Most viewed were music and entertainment. Therefor It's worth for content producers and media's planning ads on YouTube in order to create awareness. 2) The response behavior of Gen M group's toward In-stream ads on YouTube found that the target audience was appealed to keep watching the ad, without pressing skip the ad's button after the first five

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

seconds such as; music, dogs, presenter, storytelling, and straightforward presentation, which they usually were inserted in movie's ads. Besides, there were 3 ads media that able to attract the targeted audience to keep watching until done such as; Thai Life Insurance, ELE Tujaa, and Kiatnakin Bank, respectively. It could be useful for the movie's ads producers as a guideline to provide a creative ad in the form of In-stream Ad. on YouTube for the target audience, to keep watching the ads until done and be able to recognize the brand.

Keywords: Media Exposure Behavior, Response Behaviors, Advertising, Youtube, Trueview In-stream Ad.

บทนำ

การสื่อสารนับเป็นหัวใจสำคัญของการตลาดซึ่งอาศัยการโฆษณาเป็นเครื่องมือหลัก ในการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์สินค้า และบริการไปสู่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายจำนวนมาก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในสินค้าและบริการ นำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีต่างๆ โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศมีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตผู้คนในยุคสังคมข่าวสารอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อีกทั้งยังมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของเรามาก นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมในหลายด้าน โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมและการสื่อสารในสังคมปัจจุบัน จากในอดีตที่เราใช้การสื่อสารผ่านการสนทนาแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) นำไปสู่การสื่อสารแบบใหม่ผ่านอินเทอร์เน็ต และการสื่อสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Media) จากสถิติของเว็บไซต์ We are social “รายงานผลการสำรวจตัวเลข” (2560) สำรวจตัวเลขผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรวมทั้งหมด 238 ประเทศทั่วโลก พบว่าคนไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ต 67% จากจำนวนประชากรทั้งหมด เดิมที 21% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้ว ทำให้ตอนนี้ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 18 โดยมีค่าเฉลี่ยการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชากรทั่วโลกอยู่ที่ 50%

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) (2560) ETDA เผยผลสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย พบว่าคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันนานขึ้น เฉลี่ย 6 ชั่วโมง 30 นาที ในวันทำงาน และ 6 ชั่วโมง 48 นาที ในวันหยุด โดยผลสำรวจสรุปว่า Gen M อยู่ในกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันสูงสุด โดยในช่วงวันทำงานหรือวันเรียนหนึ่งสัปดาห์เฉลี่ย 7.12 ชั่วโมง/วัน และมากถึง 7.36 ชั่วโมง/วัน ในช่วงวันหยุด ซึ่งโซเชียลมีเดียที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุด ได้แก่ YouTube (97.1%), Facebook (96.6%), Line (95.8%), Instagram (56%), Pantip (54.7%), Twitter (27.6%) และ WhatsApp (12.1%)

Google ประเทศไทยร่วมกับ TNS (2560) เผยผลวิจัยที่แสดงให้เห็นบทบาทของ YouTube ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อไลฟ์สไตล์ของคนไทย โดยผลสำรวจระบุว่า 62% ของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตไทย ใช้เวลาครั้งหนึ่งในโลกออนไลน์กับยูทูบ ซึ่งคนไทย 83% บอกว่ายูทูบเป็นหนึ่งในเว็บไซต์ที่พวกเขาชื่นชอบ, 81% บอกว่ายูทูบ คือ ที่แรกที่จะเข้าไปชมวิดีโอ, 61% เลือกดูยูทูบมากกว่าโทรทัศน์ ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน โดยเฉพาะยูทูบ ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความสนใจจากผู้ชมเป็นจำนวนมาก ประกอบกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะศึกษาคือกลุ่ม Gen M ซึ่งถือเป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่และมีไลฟ์สไตล์ที่ทันสมัย จึงมีความสนใจที่ต้องการจะศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อและการตอบสนองต่อโฆษณาแบบ TrueView In-stream Ad. บนยูทูบของผู้บริโภคกลุ่ม Gen M

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งหวังเพื่อทำให้การสื่อสารทางยูทูบของผู้สร้างสรรค์งานโฆษณา และผู้วางแผนสื่อโฆษณา สามารถสื่อสารไปถึงกลุ่ม Gen M เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากที่สุด ผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาการวางแผนและสร้างสรรค์สื่อโฆษณาทางยูทูบ อีกทั้งสามารถใช้ในการอ้างอิง และเป็นแนวทางสำหรับงานวิจัยที่คล้ายคลึงกันสำหรับสื่อต่างๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อทางยูทูบของกลุ่ม Gen M
2. เพื่อศึกษาการตอบสนองต่อโฆษณาในรูปแบบ TrueView In-stream Ad. บนยูทูบของกลุ่ม Gen M

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ และการตอบสนองต่อโฆษณาของกลุ่มเจนเอชเอชเอ็ม ในรูปแบบ TrueView In-stream Ad. บนยูทูบ โดยใช้แนวคิดของ นันทน์ภัท ภาคาเดช (2559) ที่กล่าวถึงการศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อโฆษณาออนไลน์ที่ส่งผลต่อการรับรู้ และการตอบสนองของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีการรับรู้สื่อโฆษณาออนไลน์ทางยูทูบมากที่สุด ซึ่งส่งผลต่อการตอบสนทนของผู้บริโภคทั้งความตั้งใจ ด้านความต้องการ และด้านการตัดสินใจซื้อ แต่ยังคงขาดการศึกษาในเรื่องการตัดสินใจที่จะ Skip โฆษณาหรือชมโฆษณาต่อหรือไม่อย่างไร ผวนกับแนวความคิดของ รัฐพงศ์ จั้วแจ่มใส (2560) ที่กล่าวว่าการศึกษาทัศนคติ พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มของผู้บริโภคสื่อโฆษณาในสตรีมบนกลุ่มวิดีโอออนไลน์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักเรียน/นักศึกษาที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี เข้ารับชมโฆษณาทีวีในสตรีมบนวิดีโอ

ออนไลน์มากที่สุด อย่างไรก็ตามก็ธุรกิจทั้งรายใหญ่และรายเล็กต่างให้ความสนใจกับการโฆษณาทางยูทูปมากขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันทางการตลาดบนสื่อออนไลน์ที่มีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน การสร้างสรรค์งานโฆษณา และการบริหารจัดการสื่อโฆษณาอย่างเหมาะสม จึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อความอยู่รอดของธุรกิจ เพราะการโฆษณาบางประเภทอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกรำคาญ หรือไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการตอบสนองที่พึงประสงค์ ซึ่งจะส่งผลเสียต่อตราสินค้าที่ใช้การโฆษณาประเภทดังกล่าวได้ ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการตอบสนองต่อโฆษณาทางยูทูปของผู้บริโภคกลุ่ม Gen M เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบโฆษณาทางยูทูปที่ผู้บริโภคมีการเปิดรับและการตอบสนองมากที่สุด อีกทั้งเป็นแนวทางในการพัฒนาการผลิตโฆษณาทางยูทูปให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในการรับสื่อของผู้บริโภคในอนาคตต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้ครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการตอบสนองต่อโฆษณาในรูปแบบ TrueView In-stream Ad. บนยูทูปของกลุ่ม Gen M ซึ่งการเก็บข้อมูลจะใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยการเลือกกลุ่มเป้าหมายจำนวน 39 คน และดำเนินการศึกษาในช่วงเดือน เมษายน-พฤษภาคม พ.ศ. 2561

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อทำความเข้าใจในความคิดและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้วิจัยเลือกวิเคราะห์ข้อมูลผ่านบุคคลกลุ่ม Gen M ที่มีอายุ 18-34 ปี จำนวน 39 คน เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการตอบสนองต่อโฆษณาแบบ TrueView In-stream Ad. บนยูทูป ซึ่งผู้วิจัยสามารถค้นหาและรวบรวมความรู้เชิงลึกตามประเด็นที่ต้องการศึกษาได้อย่างลึกซึ้ง และผู้วิจัยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญในการผลิตโฆษณามาเป็นที่ปรึกษาและให้แนวทางในการถาม ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ชนัญฐ วุฒิกัยการ: Creative Director: A Yellow Train Studio Co.,Ltd.

2. ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth interviews) ทำให้ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือขึ้นเพื่อเพิ่มความสะดวกในการสัมภาษณ์ เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ (Interview Form) โดยการศึกษาเอกสารทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้ครอบคลุมเนื้อหา และวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ โดยการใช้แบบสัมภาษณ์จะเป็นส่วนประกอบในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย โดยผู้สัมภาษณ์จะเป็นผู้กรอกข้อมูลแทนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และการตอบสนองต่อโฆษณาแบบ TrueView In-stream Ad. บนยูทูปของผู้บริโภคกลุ่ม Gen M โดยแบ่งคำถามในการสัมภาษณ์ เป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Questions) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ 1) ความถี่ในการรับชมคอนเท้นท์บนยูทูปต่อวัน 2) อุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมคอนเท้นท์บนยูทูป 3) ระยะเวลาที่ใช้ในการรับชมคอนเท้นท์บนยูทูปต่อครั้ง 4) คอนเท้นท์ที่ชอบรับชมบนยูทูป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการตอบสนองโฆษณาแบบ TrueView TrueView In-stream Ad. บนยูทูป เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Questions) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ 1) เมื่อชมคอนเท้นท์ที่ต้องการอยู่ แล้วมีโฆษณามาขึ้นจะกดข้ามโฆษณาหรือไม่ หลังจากโฆษณาแสดงครบ 5 วินาที 2) ปัจจัยที่ทำให้อยากรับชมโฆษณาต่อ โดยที่ยังไม่กดข้ามโฆษณา หลังจากมีปุ่มให้กดข้ามแสดงขึ้นมา โดยนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ผู้ทรงคุณวุฒิให้ข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข แล้วจึงนำไปเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการตอบสนองต่อโฆษณาแบบ TrueView In-stream Ad. บนยูทูปของผู้บริโภคกลุ่ม Gen M ที่มีต่อการเลือกรับชมผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการจดบันทึกข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากการขออนุญาตบันทึกเสียงการให้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ กลุ่ม Gen M จำนวน 39 ท่าน ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้มีการชี้แจงที่มา และวัตถุประสงค์ให้กับกลุ่มตัวอย่างทราบ รวมทั้งวิธีการเก็บรวบรวม ข้อมูลเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ จะทำศึกษาในช่วงเดือนเมษายน ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2561

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1) นำข้อมูลที่ได้จากการบันทึกสัมภาษณ์มาถอดเทปสัมภาษณ์ รวบรวม และเรียบเรียงข้อมูลหาข้อความที่มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา และคาดว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ข้อมูล จัดกลุ่มประเภทข้อมูลให้หมวดหมู่ โดยพิจารณาแบ่งเป็นประเด็นหลักและประเด็นย่อย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียด ครอบคลุม และเปรียบเทียบกับทฤษฎีแนวคิดต่าง ๆ สำหรับการวิเคราะห์

2) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก อ่านสรุปเนื้อหา และนำเสนอข้อมูลแต่ละประเด็น สังเคราะห์เนื้อหา และพรรณนาบรรยายแสดงถึงความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทฤษฎีหรือการทบทวนวรรณกรรม เพื่อให้ได้ข้อมูลและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของบทสรุป ตอบคำถามงานศึกษา และวัตถุประสงค์ของงานศึกษา ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อม หรือภูมิหลังของผู้ให้ข้อมูลมาประกอบการวิเคราะห์

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรม的开ปรับสื่อบนยูทูป จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 39 คน ซึ่งมีเพศ อายุ การศึกษา ที่แตกต่างกัน พบว่าการใช้อุปกรณ์ในการรับชมคอนเท้นท์บนยูทูป ไม่ได้มีความแตกต่างกัน เพราะโดยส่วนใหญ่จะใช้สมาร์ตโฟนในการรับชมคอนเท้นท์บนยูทูปมากที่สุด เนื่องจากเป็นอุปกรณ์ที่อยู่ใกล้ตัว ติดตัวตลอดเวลา ทำให้สะดวกในการรับชมคอนเท้นท์บนยูทูปได้ทุกที่ ทุกเวลา จึงส่งผลให้มีจำนวนความถี่ในการเข้ารับชมคอนเท้นท์บนยูทูปไม่ต่ำกว่า 2 ครั้งต่อวัน และเนื่องจากคอนเท้นท์บนยูทูปสามารถเลือกชมตามความต้องการได้ จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีเวลาในการรับชมคอนเท้นท์บนยูทูปต่อครั้งได้นานประมาณ 30 นาทีขึ้นไป โดยคอนเท้นท์ที่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ชอบและสนใจรับชมมากที่สุด คือประเภทเพลงและให้ความบันเทิง

2. ผลการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรม的开ปสนองต่อโฆษณาแบบ True View In-stream Ad. บนยูทูป จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 39 ท่าน โดยได้นำหนังโฆษณาจำนวน 5 ตัว มาเป็นตัวอย่างสำหรับการสอบถาม ได้แก่ โฆษณา ELE Tujaa/ THE DOG : ธนากรเกียรตินาคิน/ Jele Beautie/ Thai Life Insurance/ อลิอันซียูธยา

2.1 การตอบสนองต่อโฆษณาบนยูทูปหลังรับชม 5 วินาทีแรก

จากการศึกษาพฤติกรรม的开ปสนองต่อโฆษณาบนยูทูป ของผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 39 คน ซึ่งมีเพศ อายุ การศึกษา ที่แตกต่างกัน พบว่าในขณะที่ชมคอนเท้นท์บนยูทูปอยู่ แล้วมีโฆษณาแบบ TrueView In-stream Ad. มาแทรก และบังคับชมโฆษณา 5 วินาทีแรก ก่อนที่จะมีปุ่มกดข้ามโฆษณาขึ้นมาเพื่อให้คลิกในกรณีที่ไมต้องการรับชมโฆษณานั้นต่อ โดยใช้โฆษณาทั้ง 5 ตัว มาแทนโฆษณาที่เข้ามาแทรกระหว่างการรับชมซึ่งกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือ ยังไม่กดปุ่มข้ามโฆษณาเพราะต้องการชมโฆษณานั้นต่อ

2.2 ปัจจัยที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายรับชมโฆษณาต่อ โดยไม่กดปุ่มข้ามโฆษณา

จากความคิดเห็นส่วนใหญ่ของกลุ่มเป้าหมายที่ยังไม่ต้องการกดปุ่มข้ามโฆษณาในทันทีเมื่อมีโอกาส หรือหลังจากถูกบังคับให้รับชมไปแล้ว 5 วินาทีแรก ซึ่งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกทำให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่อยู่ในภาพยนตร์โฆษณาแต่ละตัว ซึ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่อยากรับชมต่อ มีดังนี้

โฆษณา ELE Tujaa มีปัจจัยที่สำคัญคือ การใช้เพลงเก่ามาเล่าเรื่อง ทำให้รู้สึกสะดุดหู และอยากติดตามต่อไป, โฆษณาธนากรเกียรตินาคิน มีปัจจัยที่สำคัญคือการใช้สุนัขที่ดูน่ารัก แสบรู้ มาเป็นตัวดำเนินเรื่องทำให้อยากติดตามต่อ, โฆษณา Jele Beautie คือ การใช้ฟรีเซ่นเตอร์ที่ดูอ้วน กินเก่ง ชอบนินทา ชอบจิกกัดคนที่ดูดีกว่า แบบน่ารักๆ, โฆษณา Thai Life Insurance (ไทยประกันชีวิต) คือ การเล่าเรื่องที่กินใจคน ดูแล้วรู้สึกคล้อยตาม เกิดความประทับใจเมื่อได้ชมและน่าติดตาม, โฆษณาอลิอันซียูธยา (ประกันชีวิต) คือ การเล่าเรื่องแบบตรงไปตรงมา รู้สึกถึงความจริงใจที่แบรนด์มอบให้ และรู้สึกว่าการเล่าเรื่องมีความแตกต่าง น่าสนใจ จึงทำให้อยากชมต่อ

2.3 การตอบสนองโฆษณาที่สามารถรับชมจนจบ โดยไม่กดปุ่มข้ามโฆษณา อ้างอิงแนวคิดทฤษฎี StoryTelling ของ The Pitch (ช่วงที่1 : เริ่มเรื่อง ช่วงที่2 : เสนอปัญหา ช่วงที่3 : วิฤต ช่วงที่4 : จุดเปลี่ยน ช่วงที่5 : ตอนจบ) โฆษณาที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ดูได้จนถึงสถานะตอนจบ โดยที่ไม่กดปุ่มข้ามโฆษณา มีทั้งหมด 3 เรื่องคือ ไทยประกันชีวิต, ELE Tujaa และธนากรเกียรตินาคิน ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าจากภาพยนตร์โฆษณาทั้งหมด 5 เรื่อง โฆษณาประเภท การเล่าเรื่องที่กินใจ, การใช้เพลงประกอบหนังโฆษณา, และการใช้สุนัขในการเล่าเรื่อง สร้างความน่าสนใจ และน่าติดตามมากที่สุดตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรม的开ปรับสื่อ และการตอบสนองต่อโฆษณาแบบ TrueView In-stream Ad. บนยูทูปของผู้บริโภคกลุ่ม Gen M มีประเด็นที่น่าสนใจ สามารถอภิปรายผลตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

1. พฤติกรรม的开ปรับสื่อของผู้บริโภคกลุ่ม Gen M จากการศึกษพบว่าผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 39 คน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรม的开ปรับชมคอนเท้นท์ทางยูทูปผ่านสมาร์ตโฟนมากที่สุด โดยเข้ามารับชมมากกว่า 2 ครั้งต่อวัน ครั้งละไม่ต่ำกว่า 30 นาที โดยคอนเท้นท์ที่รับชมมากที่สุดคือ เพลง และรายการวาไรตี้ ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจของ Limelight Networks (2560) ที่ว่ามีเลเนเนียลไทย มองคอมพิวเตอร์เดสก์ท็อปเป็นอุปกรณ์อันดับสอง รองจากสมาร์ตโฟนไปแล้ว หรือก็คือ ประเทศไทยเข้าสู่ยุค Mobile-First ไปแล้วโดยสมบูรณ์ โดยมีเลเนเนียลไทย เน้นดูวิดีโอมากที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และสอดคล้องกับ Schamm & Atkin (Schamm & Atkin (อ้างใน วิลาสินัย เรื่องปฏิภาณ, 2546) ได้กล่าวเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสารไว้ว่า ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับสื่อที่สามารถจัดหามาได้ และสะดวกในการเปิดรับมากที่สุด รวมถึงเป็นสื่อที่ผู้รับสารเปิดรับเป็นประจำ

2. พฤติกรรมการตอบสนองต่อโฆษณาทั้ง 5 ตัวอย่าง ในรูปแบบ TrueView In-stream Ad. บัญชีของผู้บริโภคกลุ่ม Gen M จากการศึกษาพบว่าผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 39 คน ส่วนใหญ่จะยังไม่กดข้ามโฆษณาทันที โดยมีปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้อยากชมโฆษณาต่อไปคือ เพลง, สุนัข, พรีเซ็นเตอร์, การเล่าเรื่องที่กินใจ และการนำเสนอแบบตรงไปตรงมา ทั้งนี้ภาพยนตร์โฆษณานั้นจะต้องมีจุดเด่นที่ทำให้ผู้ชมนั้นเลือกที่รับชม และแชร์กันต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Drollinger et al. (2006 อ้างใน Srivastava & Kaul, 2014) ที่กล่าวว่า ผู้ชายที่มีความสามารถในการเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่นสูงกว่ามักจะได้รับความสนใจกับลูกค้ายิ่งกว่า เพราะจะก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ขึ้นได้ง่ายกว่า และให้ผลลัพธ์ที่ดีต่อการซื้อสินค้ามากกว่าด้วย นอกจากนี้แล้วโฆษณาที่ทำออกมาในรูปแบบของการนำเสนอ และสร้างจุดเด่นควรอยู่ในช่วงระยะเวลา 5-15 วินาทีแรก เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ชมนั้นสนใจและติดตาม ซึ่งโฆษณาส่วนใหญ่ที่ได้รับความนิยมในการรับชม และเข้าถึงผู้ชมนั้นเป็นประเภทตลกขบขันและสามารถเข้าใจง่ายโดยไม่ต้องตีความหมาย จึงสรุปได้ว่า ภาพยนตร์โฆษณาในรูปแบบ TrueView In-stream Ad. บัญชีของผู้บริโภคกลุ่ม Gen M นั้นมีผลต่อพฤติกรรมของผู้ชม ถึงแม้จะเป็นเพียงการรับชมเพียง 5 วินาทีก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Yang (2011) ที่กล่าวว่า สื่อออนไลน์มีรูปแบบมากมายที่เอื้อต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค จึงมีส่วนที่เป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อแบรนด์ และช่วยทำให้เกิดความตั้งใจที่จะซื้อสินค้า เมื่อมีการเข้าร่วมสังคมออนไลน์ใดๆ ของธุรกิจนั้นเนื่องจากความชอบ และความสนใจในตัวสินค้าหรือแบรนด์เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ทำให้การโฆษณาโดยแบรนด์นั้นๆ ช่วยกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจจะซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้นกว่าเดิม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้งาน
 - 1.1 ผู้ผลิตคอนเทนต์ และนักวางแผนสื่อโฆษณา สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนสื่อโฆษณابนยูทูป เพื่อสร้างการรับรู้ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่อไป
 - 1.2 ผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณา สามารถนำปัจจัยต่างๆ อาทิ เพลง สุนัข พรีเซ็นเตอร์ การเล่าเรื่องที่กินใจ และการนำเสนอแบบตรงไปตรงมา เป็นส่วนหนึ่งของภาพยนตร์โฆษณาที่จะผลิตขึ้นด้วย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์งานโฆษณาในรูปแบบ TrueView In-stream Ad. บัญชีของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายติดตามจนจบ และสามารถจดจำแบรนด์ได้
2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป
 - 2.1 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และการตอบสนองต่อโฆษณาแบบ TrueView In-stream Ad. บัญชีของผู้บริโภคกลุ่ม Gen M ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษา ด้านแรงจูงใจ ความพึงพอใจ จนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการในที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- โฆษณา Jele Beutie โดยสาว ๆ BNK48. (2561). สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=oDyZl26i4h8&t=31s>.
นันทน์กมล ภาคาเดช. (2559). ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาออนไลน์ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ และการตอบสนองของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประกันมะเร็งหายห่วง จาก อลิอันซอียูรียา ประกันที่กล้าบอกเจือปนไข. (2560). สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=i8NNusd2-gY>.
- รัฐพงศ์ จั่วแจ่มใส. (2560). การศึกษาทัศนคติ พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มของผู้บริโภคสื่อโฆษณาในสตรีมบนกลุ่มวิดีโอออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รายงานผลการสำรวจตัวเลขผู้ใช้อินเทอร์เน็ตรวมทั้งหมด 238 ประเทศทั่วโลก. (2560). สืบค้นจาก <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2560). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2017.html>.
- "Silence of Love" [ภาพยนตร์โฆษณา ปี พ.ศ.2554] [Official TVC 2011: Thai Life Insurance]. (2554). สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=tmMRvuV2We4>.
- THE DOG : ธนาการเกียรติคุณ (Official HD). (2558). สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=vHuE9x-mv00>.

การดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชน

Community Health Care

บุญทวรรณ วิงวอน, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง¹
วิไลลักษณ์ พรหมเสน, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง²
อัจฉรา เมฆสุวรรณ, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง³
ณัฐกฤษฎ์ ธรรมกวินวงศ์, คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง⁴

Email: boonthawan2009@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) ศึกษาความต้องการของพื้นที่เครือข่ายในประเด็นผู้สูงอายุ (2) ศึกษาความเป็นไปได้ในการดูแลสุขภาพชุมชนโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน (3) ส่งเสริมศักยภาพของท้องถิ่นต่อการจัดการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชน (4) หนุนเสริมนักวิชาการของท้องถิ่นในการจัดการข้อมูลชุมชนเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตผ่านกระบวนการดำเนินงานทางวิชาการ (5) สร้างนวัตกรรมและคู่มือการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชนผ่านกระบวนการวิจัย โดยความร่วมมือขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและนักวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง (6) ติดตาม สนับสนุนโครงการวิจัยจำนวน 29 แห่ง และ (7) ส่งเสริมโครงการวิจัยในประเด็นการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชน จำนวน 29 แห่ง โดยมีผู้สูงอายุและเครือข่ายผู้สูงอายุเป็นหน่วยวิเคราะห์ และผู้ให้ข้อมูล เครื่องมือวิจัย คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการจัดเวทีประชาคม/การเสวนากลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลด้านเนื้อหาเชิงบูรณาการ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้สูงอายุมีความต้องการแก้ปัญหาของพื้นที่ด้วยการพัฒนาจิตใจวิจัย ความต้องการของชุมชนและข้อเสนอโครงการร่วมกัน ด้วยการจัดเวทีระดมความคิดเห็นจากหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นร่วมกับแกนนำชุมชนในเขตเทศบาลหรือองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อทำการวิเคราะห์ความจำเป็นในการแก้ปัญหาหรือแนวทางในการพัฒนาชุมชนในลักษณะของการร่วมคิด ร่วมดำเนินการปฏิบัติและร่วมรับผลประโยชน์เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง (2) ภายใต้โครงการวิจัยจำนวน 29 โครงการ โดยมีนักวิจัย นักวิชาการ นักพัฒนาชุมชน คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สมาชิกผู้สูงอายุและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกชุมชนต่างร่วมกันเพื่อศึกษาความเป็นไปได้ วิเคราะห์ ส่งเสริมข้อมูลและหาแนวทางในการแก้ปัญหาผ่านการเสนอโครงการหรือแนวทางการพัฒนาชุดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ (3) ผลการส่งเสริมศักยภาพของท้องถิ่นต่อการบริหารจัดการดูแลสุขภาพชุมชนพบว่า ผู้สูงอายุและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมกันศึกษาความเป็นไปได้ และหาแนวทางพัฒนาชุดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการอาชีพ/ หลักสูตรที่เหมาะสม (4) การหนุนเสริมนักวิชาการของท้องถิ่นในการจัดการข้อมูลชุมชนด้วยการประสานหัวหน้าโครงการผ่านการประสานนักวิชาการหรือนักวิจัยพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้าร่วมวางแผนเพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมในเชิงบูรณาการการฝึกอบรมและศึกษาดูงานเครือข่ายหรือหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จ (5) เกิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการของโรงเรียน เกิดนวัตกรรมคู่มือการดูแลสุขภาพชุมชน นวัตกรรมกิจกรรมนันทนาการของผู้สูงอายุ นวัตกรรมการจัดการและเกิดนวัตกรรมการจัดการ ที่ายที่สุดส่งผลให้ผู้สูงอายุมีคุณค่าในตนเองผ่านการยอมรับจากครอบครัว คนรอบข้างและสังคมท้องถิ่น (6) ผลการติดตามโครงการ จำแนกได้ใน 4 ประเด็นหลัก คือ (6.1) การเสริมสร้าง สุขภาวะเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ (6.2) การพัฒนาหลักสูตร/แนวทาง/คู่มือ/มาตรการ/การเสริมสร้างสุขภาวะชุมชน (6.3) การจัดตั้งกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุและ (6.4) การสร้างเสริมสุขภาพแบบมีส่วนร่วมของชุมชน และ (7) ผลจากการสังเคราะห์ พบว่า (7.1) เกิดองค์ความรู้ใหม่ขึ้นมาระหว่างกระบวนการวิจัย สามารถบูรณาการกับการเรียนการสอนได้หลายศาสตร์หรือหลายวิชา เช่น วิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์การวิจัยเพื่อชุมชนหรือท้องถิ่นผ่านนักวิจัยมหาวิทยาลัย /นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาและระดับอุดมศึกษา/นักวิจัยหรือนักวิชาการในท้องถิ่น โดยนำแนวคิดและทฤษฎีไปทำการประยุกต์ใช้ในการทำงานการทดลองเชิงปฏิบัติการและ การเทียบเคียงได้อย่างเหมาะสมกับ

¹ รองศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

³ อาจารย์ ดร. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

⁴ อาจารย์ ดร. หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

สถานการณ์ผ่านการบูรณาการกิจกรรม (7.2) เกิดนวัตกรรมใหม่ จำนวน 6 ประเภท (7.3) เกิดความผูกพันในการทำกิจกรรมร่วมกัน (7.4) การปรับเปลี่ยนวิธีคิดและวิธีการทำงานแบบ มีส่วนร่วม และ (7.5) เกิดการเรียนรู้ในการทำงานเชิงบูรณาการกับเครือข่ายทุกระดับ

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ การดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชน ศักยภาพของท้องถิ่น

ABSTRACT

The objectives of the research were (1) to synthesize the needs of the elderly network area (2) to explore the feasibility of community-based health care (3) to encourage the local potential for community health care management (4) to support local academics for community information management about life quality improvement through academic process (5) to create the innovation and the community health care guidance through the research process (6) to follow and promote the 29 research projects including the information integration, and (7) to synthesize the 29 research projects on community health issues. The in-depth interview and group discussion on content analysis were used for the study.

The findings revealed that (1) the elderly needed to solve their area problems by mixed developing research problems, community needs, and project proposals, in order to organize a forum for brainstorming from the Local Administration Organization together with the community leaders or the Sub district Administration Organization, for making an analysis the needs of problem solving process or community development approaches on the benefits of co-operating to strengthen the community. (2) The researchers, together with the academics, the community developers, the Local Administration Organization officers, the elderly members, and those who involved both internal and external communities explored the feasibility, the analysis, the synthesis, and the problem solving approach through the 29 project proposals or the development approach for a series of activities in accordance with the needs and solutions of the elderly or the elderly health care effectively. (3) The results of the local potential promotion to community health care management revealed that the elderly and the persons who involved had cooperatively studied the feasibility and found the developmental approach a series of activities appropriately of the needs of professional development, the suitable and pertinent curriculum of the elderly solutions. (4) It was to support the local academics with community information management by coordinating the project leader through the academic coordination or developmental researchers of Local Administration Organizations to join the integrating of activity driving plan, the training, and the observation of the network area or successful agencies. (5) There were various innovations such as the production innovation, the school process innovation, the community health care guidance innovation, the elderly recreation activities innovation, and the management innovation. Finally they led the elderly to feel like having self-esteem values through their family acceptance, acquaintances, and community. (6) The results of the supporting projects were divided into 4 main areas; 6.1) the healthy strengthening for improving the elderly quality of life 6.2) the curriculum development, the guidelines, the booklet, the measures, the community health enhancing 6.3) the establishment of the elderly occupational groups and the community business or enterprises and 6.4) the participatory health enhancement. and (7) The results of the synthesis of four main aspects could be indicated that 7.1) there was the new knowledge acquired during the research process which it was able to be integrated with the teaching and learning methodology in many subjects or studies as sciences, social studies, community or local researches through Lampang Rajabhat University, Lampang Rajabhat University students both graduate and under graduate students, researchers or academics in the community, and the local network by applying theories, and related researches to apply for their work, experiments and comparisons appropriately through the activity integration. 7.2) There were 6 new innovations. 7.3) There was a related activity cooperation. 7.4) There were a method of modified thinking, and a participatory cooperation and 7.5) There was an integrated learning with all levels of network.

Keywords: The Elderly, Community Health Care, The Local Potential

บทนำ

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางอายุของประชากรแสดงด้วยสัดส่วนของประชากรในหลายช่วงวัย เมื่อจำแนกประชากรออกเป็นกลุ่มอายุ 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ ประชากรวัยเด็ก (อายุน้อยกว่า 15 ปี) วัยแรงงาน (อายุ 15-59 ปี) และวัยสูงอายุ (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) จะเห็นได้ว่าในระหว่างปี พ.ศ. 2553-พ.ศ. 2558 สัดส่วนของประชากรวัยเด็กและวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลง ในขณะที่สัดส่วนของประชากร ผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 13.2 ในปีพ.ศ. 2553 เป็นร้อยละ 32.1 ในปีพ.ศ. 2583 และที่น่าสังเกต คือ ในปีพ.ศ. 2560 จะเป็นปีที่คาดว่าสัดส่วนของประชากรวัยเด็กจะเท่ากับสัดส่วนของประชากรวัยสูงอายุ พบว่าสัดส่วนของประชากรสูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป) มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจน กล่าวคือ สัดส่วนของผู้สูงอายุในช่วงวัยปลายจะเพิ่มจากประมาณร้อยละ 12.7 ของประชากรสูงอายุทั้งหมดเป็นเกือบ 1 ใน 5 ของประชากรสูงอายุ ซึ่งการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงอายุวัยปลายนี้ จะสะท้อนถึงการสูงอายุขึ้นของประชากรสูงอายุ และนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของประชากรที่อยู่ในวัยพึ่งพิง ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสุขภาพเมื่อพิจารณาสัดส่วนเพศของประชากรสูงอายุ พบว่าประชากรสูงอายุเพศหญิงมีสัดส่วนร้อยละ 55.01 ในปีพ.ศ. 2553 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 56.8 ในปีพ.ศ. 2583 โดยเฉพาะประชากรสูงอายุวัยปลายเพศหญิงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจนจากร้อยละ 13.9 ในปีพ.ศ. 2553 เป็นร้อยละ 21.3 ในปีพ.ศ. 2583 เนื่องจากเพศหญิงจะมีอายุยืนยาวกว่าเพศชายเพราะฮอร์โมนเพศหญิง (เอสโตรเจน) มีส่วนช่วยป้องกันโรคเส้นเลือดหัวใจอุดตัน เช่น ลดระดับโคเลสเตอรอลส่งผลทำให้ความเสี่ยงโรคเส้นเลือดหัวใจอุดตันลดลง อีกทั้งผู้หญิงจะชีวิตอย่างระมัดระวัง ใส่ใจสุขภาพมากกว่าผู้ชายมีพฤติกรรมการดื่มเหล้า สูบบุหรี่น้อยกว่าและเลือกทานอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพมากกว่ารวมถึงการรับมือกับความเครียด เมื่อสะสมความเครียดไว้นานๆ ก็ส่งผลเสียต่อสุขภาพทั้งกายและใจ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

นอกจากนี้อัตราการฆ่าตัวตายหรือฆ่าฟันกันยังมีในหมู่ผู้สูงอายุมากกว่าผู้หญิงด้วยผนวกกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ โดยทั่วไปผู้ชายมักจะเริ่มสูบบุหรี่ก่อนผู้หญิงและมักจะสูบบุหรี่เป็นระยะเวลานานกว่า ถ้าหากผู้ชายไม่สูบบุหรี่ก็อาจจะยืดอายุชีวิตของตนได้นานถึง 4 ปี ด้วยเหตุนี้จึงเห็นได้ชัดว่าการเสียชีวิตก่อนวัยของผู้ชายเริ่มจะมีสัดส่วนลดลงกว่าผู้หญิงและกลับปรากฏว่าเป็นโรคเมเร็งโรคปอดได้เข้ามาแทนที่เมเร็ง ทรวงอกและเป็นสาเหตุสำคัญของการเสียชีวิตด้วยโรคเมเร็งของผู้หญิงมากขึ้นด้วยแต่ไม่ว่าจะเป็นโรคใดๆก็ตามย่อมส่งผลต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งสิ้น ท้ายที่สุดอาจจะทำให้ผู้สูงอายุเกิดภาวะป่วยติดเตียง /ดูแลตนเองได้บ้างหรือเป็นผู้สูงอายุที่ติดบ้านสุดท้ายอาจจะเป็นผู้สูงอายุติดสังคมเพราะปัจจัยนี้ล้วนแล้วแต่เป็นปัญหาเรื้อรังที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของสังคมไทยซึ่งที่ผ่านมาหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก คือ กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานเครือข่ายที่เกี่ยวข้องต้องหาแนวทางร่วมกันแก้ไขปัญหาดังแต่ระดับรากหญ้าจนถึงระดับนโยบายของรัฐบาล

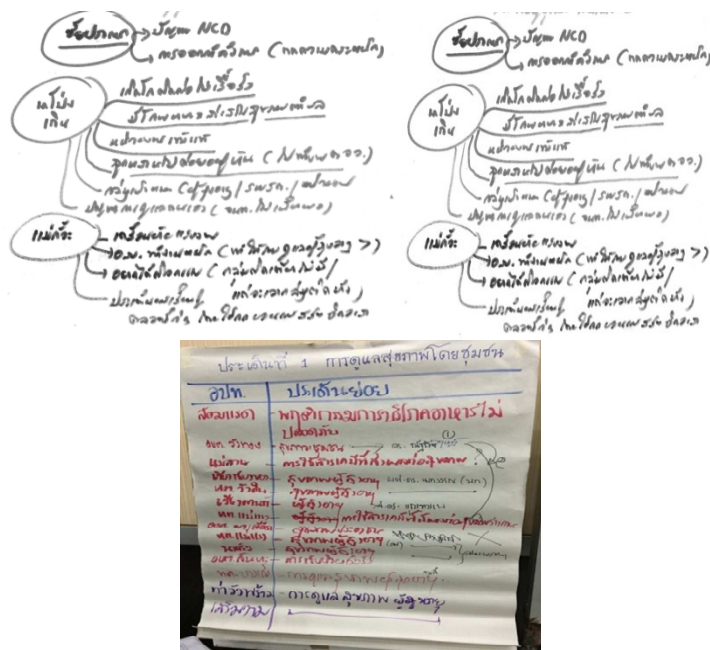
ดังนั้น กองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้ลงนามความร่วมมือ 10 เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำนวน 420 แห่ง เพื่อทำการแก้ไขปัญหาด้านสุขภาพชุมชน ด้วยการขับเคลื่อนความรู้สู่งานวิจัยผ่านพื้นที่ที่อยู่ในการดูแลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงการหาแนวทางพัฒนาชุมชนท้องถิ่นน่ายอยู่ การค้นหาโจทย์วิจัยในการแก้ปัญหาชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพิงตนเองได้อย่างยั่งยืนผ่านการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อการจัดการข้อมูลสู่การวิจัยและการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นน่ายอยู่และมีพิธี ลงนามความร่วมมือระหว่าง สสส. สถาบันวิชาการ (เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏ) และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) โดยเป้าหมายการสร้างเครือข่ายความร่วมมือครั้งนี้ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะนักวิจัยเชิงพื้นที่ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือและร่วมขับเคลื่อนงานวิจัยและพัฒนาชุมชนท้องถิ่นน่ายอยู่ โดยใช้ประเด็นปัญหาของพื้นที่เป็นตัวตั้ง โดยมีวิธีการทำงานแบบไตรพลัง คือ สสส. /สถาบันวิชาการ /และอปท. ที่เข้าร่วมเครือข่ายเพื่อร่วมสร้างสุขภาวะ โดยแผนงานจะเข้าไปสนับสนุนและส่งเสริมให้สถาบันวิชาการดำเนินการวิจัยร่วมกับชุมชนท้องถิ่นในการแก้ไขปัญหาและหาแนวทางพัฒนาด้าน การจัดการสุขภาวะชุมชน รวมถึงการนำความรู้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้ในพื้นที่อื่นๆ โดยมีการประสานเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏ จำนวน 38 แห่ง ได้ทำงานร่วมกันเพื่อให้เกิดความร่วมมือกันของนักวิชาการจากสถาบันวิชาการกับศูนย์จัดการเครือข่ายสุขภาวะชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เครือข่ายและกลไกการจัดการจังหวัดน่ายอยู่ ด้วยการถอดบทเรียนปฏิบัติการจริง การวิจัยและพัฒนากระบวนการทำงานของพื้นที่และเครือข่ายในการเพิ่มศักยภาพระบบการจัดการสุขภาวะชุมชนของพื้นที่การตอบสนองปัญหาและความจำเป็นของพื้นที่ ผลลัพธ์การจัดการตนเองของพื้นที่สู่การเพิ่มขีดความสามารถการพัฒนาสุขภาวะของชุมชนท้องถิ่น เพื่อนำใช้ในการถ่ายทอดให้เกิดการขับเคลื่อนการพัฒนาพื้นที่และเครือข่ายเป็นระยะเวลา 2 ปีครึ่งเพื่อหนุนเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ

ปัญหาสุขภาพที่เกิดขึ้นกับประชากรในประเทศ แสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวข้องโยงใยกับทุกเรื่องของวิถีชีวิตของประชาชน วัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจ จิตใจของแต่ละบุคคลในครอบครัว จำนวนครอบครัว ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งแตกต่างไปตามบริบทของปัญหาและความต้องการด้านสุขภาพของแต่ละพื้นที่ของแต่ละแห่ง การดูแลสุขภาพรวมทั้งระบบบริการสุขภาพจึงต้องมีความแตกต่างกัน แต่มีเป้าหมายสำคัญ คือ การจัดการของชุมชนได้ร่วมกันภายใต้ทรัพยากรของแต่ละพื้นที่เพื่อลดปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ ที่ปรากฏให้เห็น และให้การช่วยเหลือดูแลกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งหน่วยงานภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทุกระดับต้องทำงานประสานกันให้ลงตัว ดังนั้น ระบบการดูแลสุขภาพชุมชนจึงเป็นภาพรวมของกระบวนการพยายามทำงานร่วมกันขององค์กรหลักต่างๆ ในชุมชน ได้แก่ (1) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (2) หน่วยบริการสุขภาพในชุมชน และ (3) องค์กรชุมชนและภาคประชาชน ซึ่งต้องการระบบหรือกลไกในการเชื่อม

ประสานให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืนได้ เท่าที่ผ่านมาแผนในระดับตำบลได้รับความเชื่อมั่นว่าเป็นกลไกที่ดีในการขับเคลื่อนชุมชน หากเกิดขึ้นจากกระบวนการมีส่วนร่วมขององค์กรหลักดังกล่าวเช่นเดียวกัน

การทำงานวิจัยในครั้งนี้ เน้นเรื่องการพัฒนาระบบและกลไกการสนับสนุนวิจัยเชิงพื้นที่ โดยนำข้อมูลประเด็นปัญหาและโจทย์ในพื้นที่จากการลงพื้นที่จำนวน 29 พื้นที่หลังจากที่มีการยืนยันข้อมูล TCNAP/RECAP ของหน่วยงาน สสส. หลังจากนั้นคณะนักวิจัยได้มีการลงพื้นที่เพื่อยืนยันข้อมูลเชิงประจักษ์ ตลอดจนค้นหาโจทย์วิจัยในพื้นที่จำนวน 29 แห่ง บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ข้อมูลแบบมีส่วนร่วมของนักวิชาการในพื้นที่แต่ละแห่ง นักวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางและเครือข่ายวิจัย พบว่าชุมชนตำบลวังเหนือ ผู้สูงอายุขาดความตระหนักในการออกกำลังกาย เช่น พื้นที่ของอำเภอเถิน และพื้นที่อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน พบว่ามีปัญหาด้าน NCD โรคอ้วนของผู้สูงอายุ บางคนมีโรคเรื้อรัง ส่งผลให้เจ้าหน้าที่ อสม.บางพื้นที่ทำงานหนักรวมถึงโรคที่เกิดขึ้นจากการประกอบอาชีพบางประเภท อันเกิดจากการมีพฤติกรรมซ้ำๆ ของผู้สูงอายุและไม่ได้เคลื่อนไหวร่างกาย ท้ายที่สุดทำให้เกิดการเจ็บป่วยเรื้อรัง อาทิ โรคหัวใจ โรคเบาหวาน โรคความดัน หรือบางคนเป็นผู้ป่วยติดเตียงไปในที่สุดส่งผลให้ครอบครัวเกิดปัญหาในการดำรงชีวิตไปในที่สุด

นอกจากนี้ ข้อมูลเชิงประจักษ์บางแห่งยังพบประเด็นที่เป็นปัญหาด้านการจัดการสุขภาพชุมชนของบางพื้นที่ที่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่ถูกสุขลักษณะส่งผลต่อสุขภาพในระยะยาว ปัญหาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่ลดลง และปัญหาของการขาดความตระหนักหรือใส่ใจในการออกกำลังกาย ท้ายที่สุดส่งผลให้สุขภาพชุมชนขาดความยั่งยืนดังภาพที่ 1-2-3 ต่อไปนี้



ภาพที่ 1 ข้อมูลด้านบริบท/ปัญหาและความต้องการของพื้นที่วิจัย



ภาพที่ 2 กิจกรรมการถอดองค์ความรู้ด้านบริบท/ปัญหาและความต้องการของพื้นที่วิจัย

ดังนั้น เพื่อนำไปสู่การจัดการแก้ไขปัญหาให้กับแต่ละท้องถิ่นผ่านองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น องค์การเครือข่ายการทำงานในท้องถิ่นและอาสาสมัครในการทำงานในชุมชน ผลจากการสังเคราะห์ข้อมูลด้านผู้สูงอายุจำนวน 29 โครงการ อันนำไปสู่การดำเนินการแผนงานวิจัยในครั้งนี้

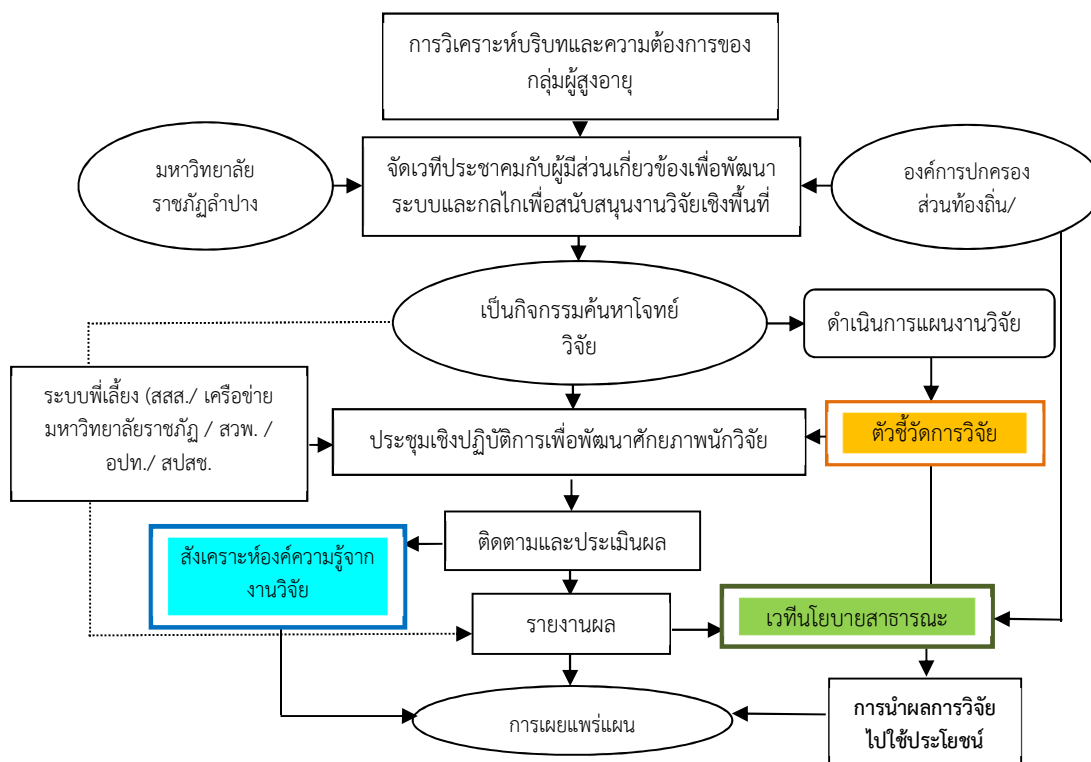
วัตถุประสงค์

1. สังเคราะห์ความต้องการของพื้นที่เครือข่ายในประเด็นผู้สูงอายุที่อยู่ในเขตของ ศจค.
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการดูแลสุขภาพชุมชนโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการขับเคลื่อน
3. เพื่อส่งเสริมศักยภาพของท้องถิ่นต่อการบริหารจัดการการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชน
4. เพื่อหนุนเสริมนักวิชาการของท้องถิ่นในการบริหารจัดการข้อมูลชุมชนเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้านการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชนผ่านกระบวนการดำเนินงานทางวิชาการ
5. เพื่อสร้างนวัตกรรมและคู่มือการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชนผ่านกระบวนการวิจัย โดยความร่วมมือขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและนักวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
6. เพื่อติดตาม สนับสนุนโครงการวิจัยจำนวน 29 แห่ง และมีการบูรณาการข้อมูล
7. เพื่อสังเคราะห์โครงการวิจัยในประเด็นการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชน จำนวน 29 แห่ง

ขอบเขตของการวิจัย

แผนงานวิจัยเรื่อง การดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชน คณะวิจัยได้มีการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมนี้ เป็นการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ โดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยและงานที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับกลุ่มผู้สูงอายุใน 4 ประเด็นหลัก คือ (1) การเสริมสร้างสุขภาวะเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ (2) การพัฒนาหลักสูตร/แนวทาง/คู่มือ/มาตรการ/การเสริมสร้างสุขภาวะชุมชน (3) การจัดตั้งกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุ และ (4) การสร้างเสริมสุขภาพแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ประชากรคือผู้สูงอายุที่มีอายุเกิน 60 ปีขึ้นไปและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับสุขภาพชุมชน โดยสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องการวิจัยครั้งนี้ใช้เวลา 1 ปี 6 เดือนโดยใช้พื้นที่ซึ่งมีการลงนามความร่วมมือของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและเทศบาล

การวิจัยนี้ได้มีการนำแนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมของ Erwin (1976) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการให้สมาชิกกลุ่มมีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานด้านการพัฒนา ปรับปรุง วางแผน ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจ ร่วมรับผลประโยชน์ตลอดจนร่วมแก้ปัญหาของกลุ่มที่เกิดขึ้น ทั้งนี้เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกกลุ่มและการแสดงออกด้านศักยภาพของสมาชิกแต่ละบุคคล ทั้งนี้มุมมองของ Cohen and Uphoff (1981) ได้หนุนเสริมการมีส่วนร่วมในการทำงานทั้งระดับกลุ่ม องค์กรและสังคม รวมถึงบริบทและเงื่อนไขของพื้นที่ในการดำเนินงาน แต่คุณประโยชน์ที่ได้รับ คือ ความยืดหยุ่นของการดำเนินงาน อีกทั้งช่วยให้ผู้มีส่วนร่วมในการทำงานเกิดความรู้สึกความเป็นเจ้าของและทำให้ผู้มีส่วนร่วมหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียยินยอมปฏิบัติตาม และรวมถึงตกลงยอมรับได้อย่างสมัครใจ เต็มใจและสบายใจไปที่สุดในที่สุด ผ่านผู้นำกลุ่มงานหรือผู้บริหารที่ต้องมีภาวะผู้นำดำเนินการบูรณาการทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดมูลค่าเพิ่มด้วยการขับเคลื่อนนโยบาย แผนกลยุทธ์ โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ให้บังเกิดขึ้นตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ดังกล่าวที่ 3 กรอบกระบวนการวิจัย



ภาพที่ 3 กรอบกระบวนการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของแผนงาน คือ แบบสอบถาม แบบประเมินความเสี่ยง แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม แบบสัมภาษณ์ (แบบมีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้าง) แบบสังเกต ซึ่งเครื่องมือวิจัยพัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ เพื่อพัฒนามาเป็นกรอบกระบวนการวิจัยเทคนิคที่ใช้ในการวิจัยของแผนงานนี้มีความหลากหลาย อาทิ การสำรวจ /การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม/ การประชุม /การวิเคราะห์เอกสาร /การจัดเวทีชุมชน /กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย /เทคนิค SWOT เทคนิค Mind Mapping /เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก /เทคนิคการถ่ายทอดความรู้ /เทคนิคการสังเกตพฤติกรรมแบบมีส่วนร่วม /การสังเกต /ภาคสนามของผู้วิจัย /Focus Group /การพูดคุยการแสดงความคิดเห็น/การเสวนา การใช้บัตรคำ/การฝึกอบรม/การอบรมทักษะในการดูแลสุขภาพ/กิจกรรมการคัดกรองความผิดปกติของกล้ามเนื้อและกระดูก/การศึกษาชุมชนต้นแบบ (Best Practice)/ การวิเคราะห์บริบทชุมชน/ ใ้ความรู้สำหรับวิทยากร/การเปรียบเทียบหรือประเมินผลของข้อมูลก่อน-หลัง

การเก็บข้อมูล ดำเนินการโดยมีการประสานงานกับพื้นที่เพื่อชี้แจงข้อมูล วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อขอความร่วมมือในการดำเนินการวิจัยเชิงพื้นที่กับนายกเทศบาลแต่ละแห่ง นายกอบต. ประธานและสมาชิกผู้สูงอายุ หัวหน้าสถานอนามัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องฯ โดยนักวิจัยอธิบายและทำความเข้าใจกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดทำวิจัยที่เป็นเครือข่ายในพื้นที่ ซึ่งอยู่ในความดูแลของ ศจค. ผู้ให้ข้อมูล คือ นายกฯ ปลัดเทศบาล/ ปลัดอบต./ ประธานกลุ่มผู้สูงอายุ/ สมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุ/ นักวิชาการของหน่วยงานท้องถิ่น หัวหน้าหน่วยงานในท้องถิ่นและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการวิจัย หลังจากนั้นทำการดำเนินกิจกรรม การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สูงอายุ ที่เข้าร่วมกิจกรรมในโครงการย่อยการจัดเวทีประชุมในระดับอำเภอของแต่ละโครงการ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content analysis)

สรุป

1. การสังเคราะห์ความต้องการของพื้นที่เครือข่ายในประเด็นผู้สูงอายุที่อยู่ในเขตพื้นที่ของ ศจค. พบว่ามีความต้องการแก้ปัญหาหรือต้องการหาแนวทางในการพัฒนาพื้นที่ตนเอง ด้วยการร่วมกันลงพื้นที่ของแต่ละโครงการ
2. ความเป็นไปได้ในการดูแลสุขภาพชุมชนโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการขับเคลื่อนผลการวิจัยพบว่า ภายใต้โครงการวิจัยจำนวน 29 โครงการ โดยมีนักวิจัย นักวิชาการ นักพัฒนาชุมชน คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สมาชิกผู้สูงอายุและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกชุมชน ต่างร่วมกันเพื่อศึกษาความเป็นไปได้และหาแนวทางในการแก้ปัญหาหรือแนวทางการพัฒนาชุดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการ ความต้องการด้านอาชีพ หลักสูตรที่เหมาะสมกับความต้องการและการสอดคล้องกับการแก้ปัญหาของผู้สูงอายุหรือการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุได้อย่างเหมาะสม
3. การส่งเสริมศักยภาพของท้องถิ่นต่อการบริหารจัดการการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชน พบว่าการส่งเสริมศักยภาพของท้องถิ่นสามารถดำเนินการได้ โดยการวิเคราะห์บริบทชุมชนหรือทำการศึกษาชุมชน หลังจากนั้นจัดกิจกรรมอบรมส่งเสริมศักยภาพผู้สูงอายุตามความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ โดยการเชิญวิทยากรที่มีประสบการณ์ตามความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุ ความรู้ในเชิงสุขภาพหรือนักวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีไปให้ความรู้ เชิงวิชาการ ผ่านกลไกของกรวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ด้วยการวางแผนกิจกรรม กำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรม กระบวนการดำเนินงานร่วมกันไม่ว่าจะเป็นการร่วมคิด ร่วมวิเคราะห์ ร่วมดำเนินการร่วมประเมินผลและร่วมรับผลประโยชน์
4. การหนุนเสริมนักวิชาการของท้องถิ่นในการบริหารจัดการข้อมูลชุมชนเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้านการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชนผ่านกระบวนการดำเนินงานทางวิชาการสำหรับขั้นตอนของกิจกรรมนี้ ทางแผนงานหลักนี้ได้มีการประสานหัวหน้าโครงการทุกโครงการให้ทำการประสานนักวิชาการหรือนักวิจัยพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้าร่วมวางแผนและทำการประสานงานเพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมในเชิงบูรณาการ การฝึกอบรมและศึกษาดูงานเครือข่ายหรือหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จผ่านกลไกของการวิจัยพร้อมทั้งร่วมรายงานผลและถอดข้อมูลจากการไปร่วมกิจกรรมในแต่ละครั้ง หลังจากนั้นมาร่วมสังเคราะห์ข้อมูลวิจัยด้วยกันเพื่อให้เห็นภาพรวมและแนวทางของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในแต่ละพื้นที่ด้วยเช่นกัน
5. การสร้างนวัตกรรมและคู่มือการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชนผ่านกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยความร่วมมือขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและนักวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี โดยกิจกรรมนี้ได้มีการเชิญนายกเทศบาล/นายกอบต./นักวิชาการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น/นักพัฒนาชุมชน/ปลัดเทศบาลหรือปลัดอบต./นักวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี/นักศึกษาระดับปริญญาตรี-ปริญญาโท-ปริญญาเอก ร่วมสรุปประเด็นของการสร้างหรือเกิดนวัตกรรมองค์กร นวัตกรรมการจัดการ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และคู่มือการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชนผ่านกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม
6. ผลการติดตาม สนับสนุนโครงการวิจัยจำนวน 29 แห่ง พบว่ามีการบูรณาการข้อมูลแบบองค์รวม เพื่อสังเคราะห์โครงการวิจัยในประเด็นการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชน ซึ่งผลการติดตามสนับสนุนโครงการวิจัยการบูรณาการข้อมูลแบบองค์รวมเพื่อสังเคราะห์ข้อมูลกลุ่มผู้สูงอายุทั้งหมดจำนวน 29 โครงการในภาพรวมโดยทำการศึกษาวิเคราะห์จำแนกได้ใน 4 ประเด็นหลัก คือ (1) การเสริมสร้างสุขภาวะเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ (2) การพัฒนาหลักสูตร/แนวทาง/คู่มือ/มาตรการ/การเสริมสร้างสุขภาวะชุมชน (3) การจัดตั้งกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุและดำเนินธุรกิจชุมชน (กลุ่มอาชีพหรือวิสาหกิจชุมชน) และ (4) การสร้างเสริมสุขภาพแบบมีส่วนร่วมของชุมชน

อภิปรายผล

1. ผลการสังเคราะห์ความต้องการของพื้นที่เครือข่ายในประเด็นผู้สูงอายุที่อยู่ในเขตพื้นที่ของ ศจค. ทุกพื้นที่ที่มีความต้องการแก้ปัญหาของพื้นที่ตนเองด้วยการร่วมกันลงพื้นที่ของแต่ละโครงการ เพื่อพัฒนาโจทย์วิจัย ความต้องการของชุมชนและข้อเสนอโครงการร่วมกัน ด้วยการจัดเวทีระดมความคิดเห็นจากหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นร่วมกับแกนนำชุมชนในเขตเทศบาลหรือองค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อทำการวิเคราะห์ความจำเป็นในการแก้ปัญหาหรือแนวทางในการพัฒนาชุมชนในลักษณะของการร่วมคิดร่วมดำเนินการปฏิบัติและร่วมรับผลประโยชน์เพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง โดยที่ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของของพิทักษ์ ภูพาน (2546) ได้จำแนกความต้องการของผู้สูงอายุออกเป็น 2 ประเภทดังนี้ (1) ความต้องการพื้นฐานเป็นความต้องการโดยทั่วไปของผู้สูงอายุที่ต้องแสวงหาให้ได้มาไม่ว่าปัจจัยพื้นฐานที่จะอยู่ในสังคมหรือวัฒนธรรมใดๆ อย่างมีความสุข เนื่องจากผู้สูงอายุทั่วโลกต่างมีความต้องการด้านจิตใจ กล่าวคือผู้สูงอายุพยายามที่จะมีชีวิตให้อยู่นานเท่านั้นจนกว่าจะพึงพอใจในสิ่งรอบตัว จนกว่าจะถึงแก่ความตาย นอกจากนี้ผู้สูงอายุยังมีความพยายามที่จะรักษาพลังของตนเอง ศักยภาพทางด้านร่างกายและสมองให้คงอยู่และใช้ประโยชน์ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้และผู้สูงอายุพยายามป้องกันและอ้างไว้ซึ่งสิทธิพิเศษที่เคยเป็นในวัยต้นของชีวิต และ (2) ความต้องการขั้นสูงอันเป็นความต้องการที่มีลักษณะเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับความต้องการทางด้านสังคม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของผู้สูงอายุที่เป็นผลมาจากการขัดเกลาของแบบแผนและบรรทัดฐานทางสังคม เช่นมีความต้องการมีงานที่เหมาะสมกับวัย มีรายได้ที่เพียงพอค่าใช้จ่ายมีที่พักอาศัยตามอัตภาพและมีบริการที่หน่วยงานภาครัฐจัดสวัสดิการให้ ส่วนสังคมตระหนักต้องการได้รับการเอาใจใส่ดูแล

จากครอบครัวและบุตรหลาน ดังนั้นในงานวิจัยนี้ผู้สูงอายุมีความต้องการทั้งความต้องการพื้นฐาน ซึ่งเป็นสังคมตะวันตกและความต้องการขั้นสูงซึ่งเป็นสังคมตะวันออกควบคู่กันไป

2. ศึกษาความเป็นไปได้ในการดูแลสุขภาพชุมชนโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในการขับเคลื่อนผลการวิจัยพบว่า ภายใต้โครงการวิจัยจำนวน 29 โครงการ โดยมีนักวิจัย นักวิชาการ นักพัฒนาชุมชน คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สมาชิกผู้สูงอายุและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกชุมชน ต่างร่วมกันเพื่อศึกษาความเป็นไปได้และหาแนวทางในการแก้ปัญหาหรือแนวทางการพัฒนาชุดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการ ความต้องการด้านอาชีพ หลักสูตรที่เหมาะสมกับความต้องการและการสอดคล้องกับการแก้ปัญหาของผู้สูงอายุหรือการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุให้มีประสิทธิภาพ ผ่านการเก็บข้อมูลศักยภาพของผู้สูงอายุในชุมชน ด้วยการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาวางแผนในการกำหนดกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นไปได้ของแต่ละโครงการที่กำหนดไว้เพื่อทำการขับเคลื่อนสุขภาพภาวะของชุมชนให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่อีกทั้งในแต่ละพื้นที่ในภาพรวมยังพบว่าผู้สูงอายุในชุมชนสามารถดูแลตนเองได้ ซึ่งกลุ่มผู้สูงอายุที่มีการศึกษาและมีสุขภาพที่แข็งแรง สามารถให้ความช่วยเหลือผู้สูงอายุในกลุ่มอื่นๆ ที่ยังต้องการความช่วยเหลือได้ พร้อมทั้งมีความตระหนักที่จะเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อให้สังคมผู้สูงอายุมีความเข้มแข็ง

ผลการวิจัยยังสัมพันธ์กับงานศึกษาของชวลิต สวัสดิ์ผล ธวัชชัย เพ็งพิณจรรย์เดช เสนานิกรณ์และวารี ศรีสุรพล (2559) ในประเด็นของการดูแลและพัฒนาผู้สูงอายุโดยชุมชนในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่สรุปว่าการดูแลและพัฒนาผู้สูงอายุในชุมชนยังคงเป็นบทบาทของครอบครัวซึ่งผู้ดูแลหลัก คือ บุตรหรือหลาน ส่วนการดูแลงานนอกครอบครัวและเครือข่ายเป็นสวัสดิการของภาครัฐได้แก่การสงเคราะห์เบี้ยยังชีพและบัตรทอง ส่วนที่เป็นของชุมชนวัดกรรมสำคัญ คือ กองทุนฌาปนกิจสงเคราะห์ การบริการสุขภาพและบริการสังคมเป็นครั้งคราว จากกลไกที่อยู่ในพื้นที่เกี่ยวกับความต้องการผู้สูงอายุจากชุมชน คือ การช่วยเหลือเกื้อกูลทางด้านเศรษฐกิจเกี่ยวกับความมั่นคงของชีวิตด้านรายได้และสวัสดิการต่างๆ ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมด้านศาสนา การทำบุญและประเพณีของชุมชน กิจกรรมเกี่ยวกับเสริมรายได้ การตรวจสุขภาพและมีอาสาสมัครดูแลช่วยเหลือ สำหรับแนวทางที่เหมาะสมของชุมชนท้องถิ่นกลไกขับเคลื่อนงานด้านผู้สูงอายุของชุมชนควรทำงานในรูปของคณะกรรมการจากภาคีเครือข่าย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นกลไกสำคัญและต้องมีแผนงานด้านผู้สูงอายุ โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมจากชุมชน

3. เพื่อส่งเสริมศักยภาพของท้องถิ่นต่อการบริหารจัดการการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชน ซึ่งในกระบวนการในการส่งเสริมศักยภาพของท้องถิ่นสามารถดำเนินการได้โดยการวิเคราะห์บริบทชุมชนหรือการศึกษาชุมชน หลังจากนั้นจัดกิจกรรมอบรมส่งเสริมศักยภาพผู้สูงอายุตามความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ โดยการเชิญวิทยากรที่มีประสบการณ์ตามความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุ ความรู้ในเชิงสุขภาพหรือนักวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางไปให้ความรู้ เชิงวิชาการ ผ่านกลไกของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ด้วยการวางแผนกิจกรรม กำหนดวัตถุประสงค์ของกิจกรรม กระบวนการดำเนินงานร่วมกันไม่ว่าจะเป็นการร่วมคิด ร่วมวิเคราะห์ ร่วมดำเนินการร่วมประเมินผลและร่วมรับผลประโยชน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของระพีพัฒน์ ศรีมาลาพรสุข หุ่นรัตนศรี และทรงพล ต่อนี่ (2559) สรุปว่าการส่งเสริมศักยภาพของท้องถิ่นจะสำเร็จได้นั้น ต้องทำการขับเคลื่อนโดยผู้นำชุมชน ซึ่งมีจำนวน 5 ขั้นตอนคือ (1) การศึกษาบริบทชุมชน (2) การบูรณาการผู้นำเข้ากับชุมชน (3) การวางแผนปฏิบัติการมีส่วนร่วม (4) การปฏิบัติตามแผนอย่างต่อเนื่อง และ (5) การประเมินผลการจัดการสุขภาพชุมชนแบบมีส่วนร่วมด้านบริบทชุมชนทางด้านสุขภาพของประชาชนด้วยการประสานการทำงานของผู้นำชุมชนด้านสุขภาพอันประกอบด้วยผู้นำท้องถิ่น เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ครู อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน และผู้นำศาสนา เกิดความร่วมมือเป็นเครือข่ายสุขภาพและพัฒนาจนเกิดกลุ่มสุขภาพภาคประชาชนที่สามารถแสวงหาความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ และจัดการสุขภาพชุมชนตนเองได้อย่างมีส่วนร่วม

4. การหนุนเสริมนักวิชาการของท้องถิ่นในการบริหารจัดการข้อมูลชุมชนเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้านการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชนผ่านกระบวนการดำเนินงานทางวิชาการสำหรับขั้นตอนของกิจกรรมนี้ ทางแผนงานหลักได้มีการประสานหัวหน้าโครงการทุกโครงการให้ทำการประสานนักวิชาการหรือนักวิจัยพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้าร่วมวางแผนและทำการประสานงานเพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมในเชิงบูรณาการการฝึกอบรมและศึกษาดูงานเครือข่ายหรือหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จผ่านกลไกของการวิจัยพร้อมทั้งร่วมรายงานผลและถอดข้อมูลจากการไปร่วมกิจกรรมในแต่ละครั้ง หลังจากนั้นนำมาร่วมสังเคราะห์ข้อมูลวิจัยด้วยกันเพื่อให้เห็นภาพรวมและแนวทางของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในแต่ละพื้นที่ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุเทพ พลอยพลายแก้ว นิษฐา ทรัพย์เกษม อรณัฐ ภาชนะและศักดิ์ชาย เพ็ชรตรา (2556) ที่สรุปว่ากระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ในการศึกษาและสังเคราะห์ชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาหลังจากนั้น สามารถนำมาพัฒนารูปแบบการดูแลสุขภาพตนเองของชุมชนและแก้ไขปัญหาสุขภาพตนเองของชุมชนตามแนวทางหมู่บ้านจัดการสุขภาพของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพและกระทรวงสาธารณสุขเพื่อเป็นบริการแก่ชุมชนต่อไป

ดังนั้น แผนงานวิจัยนี้สรุปได้ว่าการบริหารจัดการข้อมูลชุมชนเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้านการดูแลสุขภาพชุมชนเป็นสิ่งที่สำคัญที่คณะผู้บริหารทุกระดับต้องนำมาวางแผนยุทธศาสตร์หรือแผนงาน /กิจกรรมให้กับท้องถิ่นเพื่อขับเคลื่อนให้ท้องถิ่นเป็นชุมชนแห่งสุขภาพที่ดี และผลลัพธ์ของงานวิจัยยังมีความสัมพันธ์กับงานวิจัยของอภาพร เผ่าวัฒนา (2556) สรุปว่าข้อมูลชุมชนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ด้วยการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาสุขภาพชุมชน เพราะเป็นขั้นตอนที่บอกให้ทราบว่าชุมชนนั้นมีปัญหาอะไรสาเหตุเกิดจากอะไร และมีความต้องการสุขภาพอย่างไรจึงสำคัญในการจัดลำดับความสำคัญของปัญหา คือการมีส่วนร่วมของประชาชน

ในการพิจารณาขนาดของปัญหาความรุนแรงของปัญหา ความยากง่ายในการแก้ไขปัญหาและความวิตกกังวลของชุมชนที่มีต่อปัญหา ซึ่งการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาสุขภาพชุมชนเน้นการใช้แนวทางการทำประชาคม ซึ่งเป็นการจัดประชุมเพื่อรับทราบปัญหา ประชาชนทุกคนมีสิทธิเข้าร่วมและ เสนอความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนอย่างเท่าเทียมกัน ท้ายที่สุดก็จะเกิดแนวทางการ สุขภาพชุมชนตนเองได้อย่างมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

5. การสร้างนวัตกรรมและคู่มือการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชนผ่านกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยความร่วมมือ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและนักวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

กิจกรรมนี้ได้มีการเชิญนายกเทศบาล/นายกอบต./นักวิชาการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น/นักพัฒนาชุมชน/ ปลัดเทศบาลหรือปลัดออบต./นักวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง/นักศึกษาระดับปริญญาตรี-ปริญญาโท-ปริญญาเอก ร่วมสรุปประเด็น ของการสร้างหรือเกิดนวัตกรรมองค์กร นวัตกรรมการจัดการ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และคู่มือการดูแลสุขภาพ ชุมชนโดยชุมชนผ่านกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ผลจากแผนงานวิจัยสรุปได้ว่าเกิดนวัตกรรมที่หลากหลายดังนี้

5.1 เกิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ผลการวิจัยพบว่าเกิดนวัตกรรมที่มีความหลากหลาย อาทิ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะบางพื้นที่กลุ่มผู้สูงอายุได้มีการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมา เช่นอาชีพร การทำลูกประคบสมุนไพรสมุนไพรไม้มากวดและไม้ ถูพื้น ชลอม จักสาน กะติบข้าวหรือตะกร้า ผลิตภัณฑ์ปุ๋ยไล่เดือน เป็นต้น

5.2 เกิดนวัตกรรมกระบวนการของโรงเรียน “โรงเรียนบุญฮอม” ซึ่งโรงเรียนเป็นแหล่งรวบรวมของปราชญ์ชุมชน หรือครูแขนงต่างๆ เพื่อมาทำการแบ่งปัน ถ่ายโอนให้กับผู้สูงอายุภายในห้องเรียนธรรมชาติ และนอกห้องเรียนของชุมชน ทั้งแบบที่เป็น ทางการและไม่ใช่ทางการ และการพัฒนาชุดกิจกรรมเพื่อส่งเสริม 5 อ. บางโครงการเกิดนวัตกรรมกิจกรรมนันทนาการสำหรับผู้สูงอายุ ท้ายที่สุดส่งผลให้ผู้สูงอายุมีคุณค่าในตนเองผ่านการยอมรับจากครอบครัว คนรอบข้างและสังคมท้องถิ่น

5.3 เกิดนวัตกรรมการจัดการ ด้านการแสดงสินค้าของผู้สูงอายุในชุมชนและการจัดจำหน่ายสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ ของท้องถิ่น การแสดงจ้อยและคำวขอ เพื่อนำไปสู่การนำร่องของการดำเนินงานแสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน

5.4 เกิดคู่มือการดูแลสุขภาพ เพื่อหนุนเสริมให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี อาทิ เทคนิคการคัดกรองความผิดปกติของ กล้ามเนื้อและกระดูกด้วยแผนภูมิร่างกาย คู่มือการดูแลตนเอง เมนูสุขภาพของผู้สูงอายุ คู่มือการขับเคลื่อนคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ แนวทางการพัฒนากระบวนการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ การพัฒนาหลักสูตรโรงเรียนผู้สูงอายุ รูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ชุด กิจกรรมเพื่อส่งเสริม 5 อ. แนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ต้นแบบการพัฒนากิจกรรมนันทนาการสร้างเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ รูปแบบการส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ การกำหนดแนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิต ผู้สูงอายุ ชุดกิจกรรมพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุ การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเพิ่ม คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุและแนวทางการ ส่งเสริมสุขภาพด้วยกิจกรรมทางกายแบบมีส่วนร่วม ซึ่งกิจกรรมที่หลากหลายเหล่านี้ได้พัฒนามาจากความต้องการของผู้สูงอายุ

ดังนั้น นวัตกรรม 4 ด้านหลัก สามารถหนุนเสริมให้ชุมชนมีกิจการร่วมกัน ข้อตกลงหรือนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพระดับ พื้นที่ ดังงานวิจัยของชนิษฐา นันทบุตร (2552) และ กมลทิพย์ ชลัธธรรมเนียมและคณะ (2558) ที่ได้นำเสนอว่ากระบวนการในการดูแลสุขภาพชุมชนต้องเน้นให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการต้องมีการใช้ข้อมูลจากการศึกษาและประเมินชุมชนมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์เพื่อแสดงให้เห็นถึงปัญหาและความต้องการด้านสุขภาพของคนในชุมชนร่วมกันและร่วมกันออกแบบบริการ สุขภาพให้สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการ ซึ่งจัดได้ว่าเป็นนวัตกรรมรูปแบบหนึ่งเช่นกัน หรือแนวทางการบริการสุขภาพในชุมชน ซึ่งสามารถดำเนินการในรูปแบบของรายการกิจกรรม โครงการบริการสุขภาพ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการด้านสุขภาพในแต่ละประเด็นและ ศักยภาพของชุมชน ดังนั้น แนวทางหรือรูปแบบเหล่านั้นเป็นนวัตกรรมที่ขับเคลื่อนชุมชนให้มีศักยภาพมากขึ้น

6. เพื่อติดตาม สนับสนุนโครงการวิจัยจำนวน 29 แห่ง และมีการบูรณาการข้อมูลแบบองค์รวม เพื่อสังเคราะห์ โครงการวิจัยในประเด็นการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชน ซึ่งผลการติดตามสนับสนุนโครงการวิจัยการบูรณาการข้อมูลแบบองค์รวม เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลกลุ่มผู้สูงอายุทั้งหมดจำนวน 29 โครงการในภาพรวมโดยทำการศึกษาวิเคราะห์จำแนกได้ใน 4 ประเด็นหลัก คือ (1) การเสริมสร้างสุขภาวะเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ (2) การพัฒนาหลักสูตร/แนวทาง/คู่มือ/มาตรการ/การเสริมสร้างสุข ภาวะชุมชน (3) การจัดตั้งกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุและดำเนินธุรกิจชุมชน (กลุ่มอาชีพหรือวิสาหกิจชุมชน) และ (4) การสร้างเสริม สุขภาพแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ภายใต้การดำเนินงานในระยะแรกดังรายละเอียดต่อไปนี้

6.1 ด้านการเสริมสร้างสุขภาวะเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ (พรชนก ทองลาด และคณะ จำนวน 2 โครงการ; อัญธิชา รุ่งแสง และคณะ; ณัฐพงษ์ คันธรส และคณะ; เอกสิทธิ์ ไชยปิ่น และคณะ) สำหรับประเด็นหลักด้าน “การ เสริมสร้างสุขภาวะเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ” พบว่าส่วนใหญ่เน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เริ่มต้นจากชุมชนโดย ชุมชนมีส่วนร่วมทั้งในมิติของการร่วมกันเรียนรู้ร่วมกันแสวงหาปัญหา วิเคราะห์และคิดค้นแนวทางออกเพื่อแก้ไขปัญหาหรือหาแนว ทางการพัฒนาที่เป็นเรื่องในเชิงฉันทามติของชุมชน รวมทั้งร่วมรับผลของการพัฒนา โดยมีนักวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ซึ่งเป็น บุคคลภายนอกทำหน้าที่เป็นผู้เอื้ออำนวย หรือวิทยากรกระบวนการร่วมกับนักวิจัยชุมชนที่เป็นชาวบ้าน ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้จึงสร้าง คุณลักษณะของการเรียนรู้แบบพหุภาคี พร้อมกับบังเกิดผลพลอยได้ที่เป็นจิตสำนึกตระหนักในปัญหา หน้าที่ความรับผิดชอบและร่วมกัน แก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในพื้นที่ของตนเองผ่านการส่งเสริมกิจกรรมกลุ่ม ทำงานร่วมกันทั้งแก้ปัญหาของตนเอง

ครอบครัว ชุมชนและพัฒนาอย่างต่อเนื่องพร้อมกันมีการขับเคลื่อนเชิงระบบ คือ ต้นทาง หมายถึง การวิเคราะห์ตนเอง การประยุกต์ใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพ กลางทาง คือ ใช้เวทีประชาคมระดับตำบลสะท้อนปัญหาและความต้องการผ่านการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ การอบรม และปลายทาง หมายถึงเกิดข้อตกลงร่วมกัน เครือข่ายในการทำงาน เกิดการประยุกต์ใช้แนวคิด ทฤษฎีเชิงวิชาการ และแนวคิดที่เกี่ยวข้องลงไปดำเนินงานภายในท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดการเสริมสร้างคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ โดยใช้เกษตรอินทรีย์เป็นสื่อกลางในการขับเคลื่อนการกำจัดการขยะในครัวเรือน รวมถึงสร้างกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองและการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในชุมชน

ผลการวิจัยสัมพันธ์กับทฤษฎีการมีส่วนร่วมของ Cohen and Uphoffs (1981) เน้นการบริหารจัดการภายในอย่างมีระเบียบ โดยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการของการตัดสินใจ ร่วมดำเนินงาน รับผิดชอบร่วมกันการดำเนินงานของกลุ่มต่างๆ อาทิ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มองค์กรชุมชน หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่อาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกลุ่มเพราะการมีส่วนร่วม ถือว่าเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญอย่างยิ่งยวดต่อการพัฒนาไม่ว่าระดับชาติ หรือระดับท้องถิ่นถือว่าการมีส่วนร่วมถูกกำหนดให้ผลต่อการพัฒนาของพื้นที่ต่าง ๆ ได้อย่างสมบูรณ์แบบทั้งการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจในการแก้ปัญหาของตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงซึ่งกันกับประชาชนใช้ความคิดสร้างสรรค์และความชำนาญของประชาชนแก้ไขร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสมและสนับสนุน ติดตามการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเช่นเดียวกัน

ผลลัพธ์ด้านคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ พบว่าคุณภาพชีวิตโดยรวมของผู้สูงอายุและคนในชุมชนค่อนข้างดีขึ้นจากการดูแลตนเองได้อย่างถูกต้อง เน้นการบริโภคพืช ผักปลอดภัยจากการใช้ปุ๋ยเกษตรอินทรีย์ เกิดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุอย่างเป็นรูปธรรม (ด้านร่างกาย ด้านสาธารณสุข ด้านจิตใจ+สุขภาพจิต ด้านความสัมพันธ์ทางสังคมและด้านสภาพแวดล้อม)

ผลลัพธ์ด้านสถานที่พบว่าบางโครงการเกิดการสร้างโรงเรียนผู้สูงอายุขึ้นมา และมีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ของกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเฉพาะในด้านการเห็นคุณค่าในตนเองและการสร้างศูนย์การเรียนรู้พัฒนาตนเองของกลุ่มผู้สูงอายุผ่านการหนุนเสริมขององค์การบริหารส่วนตำบล เน้นการเชิญเกียรติผู้สูงอายุเป็นปูชนียบุคคล เช่น โรงเรียนบุญฮอมและโรงเรียนผู้สูงอายุ เป็นต้น

ผลลัพธ์ด้านกิจกรรม พบว่าโครงการแต่ละพื้นที่ได้มีการกำหนดกิจกรรมที่มีความหลากหลายในแต่ละชุมชนโดยเฉพาะแต่ละชุมชนมีการกำหนดกิจกรรมเพิ่มขึ้นและมีความหลากหลายอย่างเป็นรูปธรรม เช่น กิจกรรมรดน้ำดำหัว กิจกรรมการออกกำลังกายที่ถูกวิธี การร้องรำทำเพลง กิจกรรมแปรรูปขนม/ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อบริโภคกันเองหรือจำหน่ายในชุมชนกิจกรรมวัฒนธรรม คือ คำว่และจ้อยขอซึ่งสามารถสื่อถึงขนบธรรมเนียมและมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนนั้นๆ

ผลลัพธ์ด้านระบบความสัมพันธ์ของชุมชนพบว่ากลุ่มผู้สูงอายุเกิดความสุขในการทำกิจกรรม สมาชิกที่เป็นชาวบ้านมีการโอภา ปรารภร่วมกัน เกิดมนุษยสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกัน ตลอดจนให้ข้อคิดและแนวปฏิบัติที่ดีอันนำมาสู่การปฏิบัติได้จริง

ผลลัพธ์ด้านนักวิจัยและนักวิชาการ พบว่านักวิชาการในพื้นที่ของแต่ละเทศบาลหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้มีการทำงานในเชิงบูรณาการ เกิดการวิเคราะห์รูปแบบการทำงานในเชิงกระบวนการที่มีความเชื่อมโยงจากต้นทาง กลางทางและปลายทางอย่างเป็นระบบ รวมถึงมีการทรัพยากรร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรที่มีตัวตน อาทิ วัสดุอุปกรณ์ วัสดุดิบ งบประมาณหรือสถานที่ ตลอดจนปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ส่วนทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน อาทิ องค์ความรู้ข้ามศาสตร์ ประสบการณ์ที่แตกต่างกัน โดยนักวิจัยและนักวิชาการได้ทำงานในเชิงบูรณาการที่มีการใช้จุดแข็งของแต่ละฝ่ายมาเติมเต็มซึ่งกันและกัน เพื่อให้วัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัยบรรลุเป้าหมาย

นอกจากนี้ในประเด็นของเสริมสร้างสุขภาวะเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ สรุปได้ดังนี้

1. ด้านปัจเจกบุคคลในภาพรวมของงานวิจัยพบว่าผู้สูงอายุมีการเรียนรู้ร่วมกันเน้นการออกกำลังกายนันทนาการ/กิจกรรมทางกายภาพโภชนาการ (เมนูอาหาร) ที่ถูกสุขอนามัย
2. ด้านกลุ่มในภาพรวมของงานวิจัยพบว่าเกิดการจัดตั้งชมรมหรือมีการต่อยอดกิจกรรมของชมรมมากขึ้น มีชมรมออกกำลังกายและชมรมผู้สูงอายุที่มีโรงเรียนเรียนผู้สูงอายุรองรับ หรือการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ของกลุ่มผู้สูงอายุ
3. ด้านชุมชน/ท้องถิ่นในภาพรวมของงานวิจัยพบว่าพื้นที่อำเภอแม่ทะเป็นตำบลต้นแบบกิจกรรมนันทนาการ กิจกรรมการดูแลผู้สูงอายุ รวมถึงชุมชนของอำเภอป่าซางได้มีการใช้เมนูสุขภาพในงานต่างๆ ภายในชุมชน อาทิ “เมนูอาหารท้องถิ่นปลอดสารพิษ/สมุนไพร”

ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงในพื้นที่จำนวน 29 โครงการเชิงบวกทั้งระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่มและระดับชุมชน/ท้องถิ่น ต่างมีผลกระทบซึ่งกันและกันอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการทำงานใดๆก็ตามย่อมมีผลกระทบไปเป็นลูกโซ่ ดังแนวคิดของ Erwin (1976) ที่นำเสนอว่าการสะท้อนหรือผลกระทบของการมีส่วนร่วมในการพบปะสังสรรค์ทางสังคม ซึ่งรวมทั้งการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคลและกลุ่มในชุมชนเป็นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงที่จะต้องเป็นการมีส่วนร่วมชนิดที่ประชาชนเป็นตัวตั้ง คือเจ้าของโครงการ ส่วนบุคคลภายนอกเป็นฝ่ายสนับสนุน ชาวบ้านเป็นผู้วางแผนดำเนินตามรูปแบบและวิธีการที่ชาวบ้านคุ้นเคย สามารถตัดสินใจได้เมื่อต้องการทางเลือกแบบต่างๆ ในการแก้ปัญหาภูมิรู้ ภูมิปัญญาและภูมิธรรม รวมทั้งด้านตัวบุคคลในการระดมความคิดในการแก้ปัญหาแต่ต้องมาจากชุมชนเป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งเป็นผู้แก้ไขข้อผิดพลาดหรือความขัดแย้งอันอาจจะเกิดขึ้นตามวิธีการของตนเอง

นอกจากนี้ มุมมองของกาญจนา แก้วเทพ (2538) สรุปว่าสิ่งสำคัญที่สุดควรเป็นกระบวนการที่ภาครัฐส่งเสริม ชักนำ สนับสนุน และสร้างโอกาสให้ประชาชนทั้งในส่วนบุคคล กลุ่มชน ชุมชน สมาคม มูลนิธิ และองค์กรอาสาสมัครรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือหลายเรื่องร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และนโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้ รวมถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบทั้งตัวประชาชนเอง รวมถึงงานศึกษาของยูเอ็น วูมิเมอี (2526) หนุนเสริมว่ากระบวนการที่สมาชิกของชุมชนที่กระทำการออกมาในลักษณะของการทำงานร่วมกันที่จะแสดงให้เห็นถึงความต้องการร่วม ความสนใจร่วมมีความต้องการที่จะบรรลุถึงเป้าหมายร่วมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองหรือดำเนินงานร่วมกันเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อรอง อำนาจตัดสินใจ ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อมหรือการดำเนินงานกันเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อรองอำนาจทางการเมือง เศรษฐกิจ การปรับปรุงสถานภาพทางสังคมในกลุ่มชุมชนเช่นกัน

6.2 ด้านการพัฒนาหลักสูตร/แนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิต/คู่มือ/มาตรการ/การเสริมสร้างสุขภาวะชุมชน/รูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ/การพัฒนาชุดกิจกรรมเพื่อส่งเสริม 5 อ.(องค์ประกอบสุขภาพดี) (ธนกร สิริสุคันธา และคณะ จำนวน 2 โครงการ; พรนภานุณามานและคณะจำนวน 2 โครงการ; ณัฐพงษ์ คันธรส และคณะ; กนกพร เอกกะสินสกุลและคณะ; อัมเรศ เนตาสีห์ และคณะ; บัณฑิตาญจ ตั้งภากรณ์ และคณะ; ขจรศักดิ์ วงศ์วิราชและคณะ จำนวน 2 โครงการ; ณัฐกฤษฎ์ ธรรมกวีวงศ์และคณะ; ชิสาลักษณ์ ชูทอง และคณะ; อัจฉรา เมฆสุวรรณและคณะ จำนวน 2 โครงการ)

สำหรับประเด็นหลักด้านการพัฒนาหลักสูตร/แนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิต/คู่มือ/มาตรการ/การเสริมสร้างสุขภาวะชุมชน/รูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ/การพัฒนาชุดกิจกรรมเพื่อส่งเสริม 5 อ.(องค์ประกอบสุขภาพดี) ผลจากการรายงานในประเด็นนี้พบว่าคณะผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการเชิงระบบ (ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิต ผลลัพธ์และผลกระทบ) ด้วยการกำหนดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วมที่เหมาะสมผ่านโรงเรียนผู้สูงอายุ การพัฒนาชุดกิจกรรมส่งเสริม 5 อ.สำหรับผู้สูงอายุแบบมีส่วนร่วม (ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาและการแนะแนว ตลอดจนผู้สูงอายุที่เกี่ยวข้อง)

กลไกการขับเคลื่อนการส่งเสริมคุณภาพผู้สูงอายุ ด้วยการนำเสนอผ่านเวทีเสวนาของคณะผู้บริหารของอบต. ผู้นำท้องถิ่น ผู้นำกลุ่มผู้สูงอายุและชมรมต่างๆในพื้นที่ของ ศจค.ในเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือ

ผลลัพธ์วิจัย พบว่าการเสริมสร้างสุขภาวะชุมชนมาจากการได้รับแรงสนับสนุนจากสมาชิกครอบครัว เพื่อนสมาชิกชมรมผู้สูงอายุ การกระตุ้นเตือนของนักวิจัย/นักวิชาการ หน่วยงาน ครอบครัว และชุมชน การสร้างความเข้าใจร่วมแนวทางการให้ความรู้ในประเด็นต่างๆ (การดูแลตนเอง/ ความตระหนักในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการบริโภค/การรู้จักผ่อนคลายอารมณ์/การออกกำลังกาย/พฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพ 6 ด้านด้านสุขภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การออกกำลังกาย โภชนาการ การพัฒนาด้านจิตวิญญาณและการจัดการความเครียด)

เกิดกิจกรรมภายในชุมชน อันได้แก่ เกิดชุดกิจกรรมส่งเสริม 5 อ.สำหรับผู้สูงอายุแบบมีส่วนร่วมในภาพรวมแล้วมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้กับผู้สูงอายุควรส่งเสริมกิจกรรม 5 อ.แก่ผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพและชุดกิจกรรมในแต่ละพื้นที่ ควรมีความยืดหยุ่นตามความเหมาะสมกับสมาชิกกลุ่มที่มีการรวมตัวกัน

ผลลัพธ์ด้านการเปลี่ยนแปลง พบว่าบางพื้นที่ (อุดรดิต์) เกิดนโยบายและการให้ความสนับสนุนกิจกรรมหรือโครงการของผู้สูงอายุทั้งที่เป็นภารกิจหลักและภารกิจสนับสนุน โดยบรรจุเข้าไปในแผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณประจำปี.ศ.2562 ผ่านกิจกรรม/โครงการประจำปีและงบประมาณสนับสนุนขององค์การบริหารส่วนตำบลผาเลือด จังหวัดอุดรดิต์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งจัดได้ว่าเกิดนวัตกรรมกระบวนการทำงาน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนมาทำการขับเคลื่อนการทำงาน

ผลลัพธ์ด้านนักวิจัยและนักวิชาการ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า เกิดการเรียนรู้ร่วมกันด้วยการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ของแต่ละฝ่ายมาบูรณาการในการทำงาน เน้นการวิเคราะห์รูปแบบการทำงาน เชิงกระบวนการที่มีความเชื่อมโยงจากต้นทาง กลางทางและปลายทางอย่างเป็นระบบ

นอกจากนี้ในประเด็นของการพัฒนาหลักสูตรการพัฒนาหลักสูตร/แนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิต/คู่มือ/มาตรการ/การเสริมสร้างสุขภาวะชุมชน/รูปแบบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ/การพัฒนาชุดกิจกรรมเพื่อส่งเสริม 5 อ.(องค์ประกอบสุขภาพดี)

1. ด้านปัจเจกบุคคลในภาพรวมพบว่า สมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เกิดความตระหนักในสุขภาพตนเองเกิดความรู้จากประสบการณ์ตรงที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายสมาชิกผู้สูงอายุเกิดการมีส่วนร่วมในการกำหนดเนื้อหา/ประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจคุณภาพชีวิต

2. ด้านกลุ่ม ในภาพรวมพบว่าสมาชิกภายในชมรมเกิดการยอมรับ/สมาชิกกลุ่มเกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกันมากขึ้น ส่งผลให้เกิดความคุ้นเคย มีความไว้วางใจ มีความเป็นกันเองและทำงานโครงการได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น

3. ด้านชุมชน/ท้องถิ่น ในภาพรวมพบว่า บางพื้นที่ได้มีการสานต่อกิจกรรมต่างๆในโรงเรียนเพิ่มขึ้น บางพื้นที่ได้มีการจัดตั้งโรงเรียนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น/เกิดการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้และพัฒนาผู้ด้อยโอกาสพร้อมทั้งบางพื้นที่ได้มีการเสนอหลักสูตรการพัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุในอบต. และโรงพยาบาลส่งเสริมตำบล”และเกิดเครือข่ายความร่วมมือในการจัดทำ “หลักสูตรต่างๆที่มีกิจกรรมทางกายอาชีพเสริมสร้างโภชนาการให้กับผู้สูงอายุ”

7. การจัดตั้งกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุ (บุญทวรรณ วิงวอน และคณะ จำนวน 2 โครงการ; อาชวิน ใจแก้วและคณะ จำนวน 2โครงการ)

สำหรับประเด็นหลักด้านการจัดตั้งกลุ่มอาชีพของผู้สูงอายุพบว่า

1. ด้านปัจเจกบุคคลในภาพรวมพบว่า ผู้สูงอายุบางคนมีลดรายจ่ายเพิ่มขึ้น แต่บางคนก็มีรายได้เพิ่มขึ้นเช่นกันอันเป็นผลมาจากการมีอาชีพเสริมบ้างเล็กน้อยหรือบางคนไม่มีรายได้เพิ่มก็จริง แต่สิ่งที่ได้รับ คือ ความสุขในการเข้าร่วมกิจกรรมและไม่เกิดความเหงาหรือ โดดเดี่ยวเหมือนที่ผ่านมา สามารถสื่อสารได้ว่าตนเองมีคุณค่าในตนเองดังงานวิจัยของภูสิทธ์ ชันติกุล (2553) ที่นำเสนอว่า การทำงานร่วมของชุมชนโดยการที่ประชาชนในชุมชนเข้ามามีบทบาทในการกระทำให้บางสิ่ง บางอย่างร่วมกับคณะกรรมการของชุมชน ทั้งในเรื่องของการแสดงความคิดเห็นในการดำเนินงาน การค้นหาสาเหตุ อุปสรรคและหาทางออกร่วมกันนั้น ซึ่งการกระทำทุกครั้ง อาจจะปัญหา การร่วมกันวางแผน การดำเนินงาน การรับผลประโยชน์และการติดตามประเมินผล รวมถึงมีการสะท้อนเป้าหมายสำคัญ คือ ความต้องการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ท้ายที่สุดเกิดความสันติขึ้นในชุมชนบนพื้นฐานของการเคารพและเห็นคุณค่าในตนเองและผู้อื่นร่วมกัน

2. ด้านกลุ่ม/ชมรม ในภาพรวมพบว่า บางพื้นที่ได้มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ (มีการเสนอต่อองค์กรปกครองท้องถิ่น) กิจกรรมแปรรูป/ต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมเช่น พื้นที่ตำบลเวียง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย พื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลแม่สุก อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง เพราะมีการรวมกลุ่มกันขึ้นตามตามความสมัครใจของผู้สูงอายุที่จะทำการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผู้สูงอายุแบบมีส่วนร่วม

3. ด้านชุมชน/ท้องถิ่น ในภาพรวมพบว่า ได้มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพแบบไม่เป็นทางการขึ้นมา โดยมีสมาชิกในโรงเรียนผู้สูงอายุร่วมกันขับเคลื่อนมีกิจกรรมนันทนาการ/มีการตั้งชื่อกลุ่มผู้สูงอายุ-สถานที่อย่างเป็นทางการเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ อาทิ ไข่หมั้น การจัดทำพรมเช็ดเท้า โดยใช้วัสดุเหลือใช้จากโรงงานผ้า การทำบรรจุภัณฑ์ที่ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยใช้วัสดุจากธรรมชาติเพื่อแสวงหาตลาดใหม่มารองรับในชุมชน อาทิ อาชีพการทำลูกประคบ ไข่หมั้นสมุนไพร ไม้กวาด ไม้ถูพื้น พรมเช็ดเท้า อาหารสมุนไพรการแปรรูปกระเทียมและการสานตะกร้า อีกทั้งตำบลหลวงใต้ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ด้านการเกษตร ดังนั้น เกษตรกรส่วนใหญ่จึงมีการปลูกกระเทียม พริกแห้ง ถั่วลิสงและพืชทางเศรษฐกิจจำนวนมาก ซึ่งมีทั้งพื้นที่การเกษตรที่ใช้สารเคมีและพื้นที่การเกษตรอินทรีย์

ดังนั้น กลุ่มผู้สูงอายุจึงหาแนวทางว่าจะทำอะไรให้ตนเองมีอาชีพเสริมและทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น เพื่อหนุนเสริมคุณภาพชีวิตครอบครัวให้อยู่เย็นเป็นสุขบ้างไม่จำเป็นต้องมีรายได้ที่ถาวร เพียงแต่มีรายได้เพิ่มขึ้นมาบ้างเพื่อที่จะหนุนเสริมให้ครอบครัวมีคุณภาพชีวิตที่ดี ไม่เป็นภาระของลูกหลานในระยะยาว หรือหากจะเป็นกิจกรรมหรือการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใดๆ ก็ได้ภายในชุมชนที่ทำให้เกิดรายได้ขึ้นมาบ้างก็ทำให้สมาชิกกลุ่มผู้สูงอายุมีความสุข มีกิจกรรมทำอย่างต่อเนื่องเพราะจะทำให้ไม่เหงา สร้างคุณค่าในตนเอง รวมถึงสามารถใช้ศักยภาพของผู้สูงอายุที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองหรือผู้อื่นบ้างตามสมควร

ดังนั้น ทางกลุ่มผู้สูงอายุและผู้ที่มีส่วนได้-ส่วนเสียจึงมีการคิดและวิเคราะห์ร่วมกันว่าในพื้นที่เทศบาลตำบลหลวงใต้มีอะไรที่เป็นทั้งการทั้งที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงิน ตลอดจนวัตถุดิบบางรายการที่มีในพื้นที่ สรุปแล้วทางกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า มีกระเทียม และผักปลอดสารพิษ ซึ่งมีการปลูกกันในปริมาณที่มาก บางปีก็มีผลผลิตของกระเทียมล้นตลาด ราคาต่ำส่งผลทำให้กลุ่มเกษตรกรประสบปัญหาการขาดทุน ทางกลุ่มผู้สูงอายุจึงหาแนวทางในการสร้างอาชีพใหม่ด้วยการดำเนินการปฏิบัติการเพื่อสร้างอาชีพให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ โดยมีการประชุมร่วมกันกับคณะผู้บริหารเทศบาลตำบลหลวงใต้ เพื่อหาแนวทางการสร้างอาชีพของกลุ่มผู้สูงอายุ สรุปออกมาว่ามีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุอีกทั้งจะมีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพแบบเป็นทางการในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการจัดตั้งกลุ่มแบบธุรกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น โดยที่ผ่านมาก็ได้นำผลผลิตทางการเกษตรมาทำการจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง อาทิ งาน OTOP ระดับจังหวัดหรือระดับอำเภอ ตลอดจนนำมาจัดจำหน่ายในงานเวทีประชุมหรือเวทีสัญจรของ สสส.เช่นเดียวกัน

4. การสร้างเสริมสุขภาพแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (ยุพา อภิโกมลกร และคณะ จำนวน 2 โครงการ; นภาพรณ เนตรประดิษฐ์ และคณะ จำนวน 2 โครงการ; ภาคภูมิ พิซวงค์ และคณะ; ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช และคณะ; เสาวรีย์ บุญสา และคณะ; อาชวิน ใจแก้ว และคณะ จำนวน 2 โครงการ)

ผลจากการรายงานในประเด็นนี้พบว่าคณะผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการเชิงระบบ หน่วยวิเคราะห์ คือ ประชากรที่เป็นผู้สูงอายุ และเต็มใจในการเข้าร่วมโครงการ โดยใช้โรงเรียนผู้สูงอายุเป็นฐานในการขับเคลื่อนกิจกรรมและการแสดงออกคือ (1) กระบวนการนำเข้า (Input) หรือต้นทางด้วยการคัดกรอง MSD.ด้วยตนเองของผู้สูงอายุ การฝึกทักษะในการดูแลตนเอง (2) กระบวนการดำเนินกิจกรรม (Process) หรือกลางทางขับเคลื่อนด้วยการใช้เวทีประชาคมระดับตำบลในการขับเคลื่อน ผู้สูงอายุมีการรับรู้และตระหนักเกี่ยวกับ MSD. (3) ผลลัพธ์ทางสุขภาพหรือปลายทางคือมีพฤติกรรมที่ดีในการดูแลตนเอง ส่งผลให้อาการปวดลดลง และ (4) กลุ่มผู้สูงอายุเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูล สารสนเทศและแนวทางในการรักษาโรคข้อเข่าเสื่อม การป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น รวมถึงเกิดการสื่อสารสุขภาพผู้สูงอายุผ่านสื่อพื้นบ้านในกลุ่มเยาวชน ระดับตนเอง ระดับระหว่างบุคคล (สื่อสารแบบเผชิญหน้า การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบมีสื่อกลาง)ระดับกลุ่มและระดับมวลชน ส่งผลให้เกิดนวัตกรรม คือ การประยุกต์ใช้เพลงขอประกอบดนตรีพื้นเมืองของกลุ่มเยาวชน กลุ่มบวรวงค์ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการป้องกันและดูแลผู้ที่มีโรคความดันโลหิตสูงและเบาหวาน รวมถึงมีคลิปวิดีโอเพื่อทำการเผยแพร่ต่อไป

นอกจากนี้ประเด็นของการเสริมสร้างสุขภาพแบบมีส่วนร่วม พบว่าคณะผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการเชิงระบบ (ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิต ผลลัพธ์และผลกระทบ) ด้วยการกำหนดความต้องการในการแก้ไขปัญหาหรือการหาแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

1. ด้านปัจเจกบุคคล ในภาพรวมพบว่า บางพื้นที่ได้มีการแบ่งปันประสบการณ์ชีวิตและประสบการณ์ในการทำงานในชุมชนร่วมกัน
2. ด้านกลุ่ม/ชมรม ในภาพรวมพบว่า เกิดความเห็นร่วม/สะท้อนปัญหาที่แท้จริงและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาแบบมีส่วนร่วม อาทิ “โครงการ รวมกลุ่มให้เกิด Aging Society, เสวนา/การศึกษาดูงานชุมชนที่ประสบความสำเร็จเพื่อหาแนวปฏิบัติที่เหมาะสมกับพื้นที่ของตนเอง”
3. ด้านชุมชน/ท้องถิ่นในภาพรวมพบว่า สมาชิกผู้สูงอายุจะร่วมขับเคลื่อนกิจกรรม/โครงการโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล/เสนอต่ออปท./มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ดังนั้น ผลจากการสังเคราะห์แผนงานวิจัยจากประเด็นหลัก 4 ด้าน สรุปประเด็นของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่วิจัย จำนวน 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านองค์ความรู้

องค์ความรู้ที่เกิดขึ้นระหว่างกระบวนการวิจัยสามารถบูรณาการกับการเรียนการสอนได้หลายศาสตร์หรือหลายวิชา เช่น วิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ การวิจัยเพื่อชุมชนหรือท้องถิ่นผ่านนักวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง/นักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้งระดับบัณฑิตศึกษาและระดับอุดมศึกษา/นักวิจัยหรือนักวิชาการในท้องถิ่น/เครือข่ายของหน่วยงานท้องถิ่น โดยนำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปทำการประยุกต์ใช้ในการทำงานการทดลองและการเทียบเคียงได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ ผ่านการบูรณาการกิจกรรม โครงการเพื่อนำไปสู่การตอบสนองความต้องการ แนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนทั้งระดับบุคคล ครอบครัว และกลุ่มที่เกิดขึ้นภายในชุมชนทั้งกลุ่มขนาดเล็ก ขนาดกลางและกลุ่มที่มีการจัดตั้งเป็นนิติบุคคล ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง หน่วยงานท้องถิ่น เครือข่ายและชุมชนที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2. ด้านนวัตกรรม

ผลการวิจัยพบว่านักวิจัย ชุมชนและภาคีของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในชุมชนและนอกชุมชนได้ร่วมกันขับเคลื่อนนวัตกรรมที่มีความหลากหลาย อาทิ (1) นวัตกรรมของโรงเรียน “โรงเรียนบุญฮอม” หมายถึง การรวมความรักในบุญกุศล รักในความดีงามมารวมไว้ด้วยกันผ่านการเชื่อมโยงของสามัคคีและความไว้วางใจกัน (2) นวัตกรรมครูคืนถิ่น “ครูของถิ่น; Teacher of Local” โดยมีการยกย่องคนในท้องถิ่นที่อยู่ในท้องถิ่นที่เป็นผู้ทรงคุณค่าในแต่ละศาสตร์ ตามประสบการณ์ในท้องถิ่นของตนเอง มาเป็นครูทางวิชาการ หรือครูทางวิถีปฏิบัติ วิถีชีวิตทั้งในมิติของสังคม สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและการเมืองซึ่งโรงเรียนเป็นแหล่งรวบรวมของปราชญ์ชุมชนหรือครูแขนงต่างๆ เพื่อมาทำการแบ่งปัน ถ่ายโอนให้กับผู้สูงอายุภายในห้องเรียนธรรมชาติ และนอกห้องเรียนของชุมชน ทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ (3) นวัตกรรมการจัดแสดงสินค้าของผู้สูงอายุในชุมชนและการจัดจำหน่ายสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่การนำร่องของการดำเนินงานแสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน (4) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์บางพื้นที่กลุ่มผู้สูงอายุได้มีการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมา อันเป็นผลมากรวมตัวกันคิด การวิเคราะห์และหาแนวทางในการพัฒนาชมรมหรือกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นมาให้มีความก้าวหน้าต่อไป

3. ด้านความผูกพันในการทำกิจกรรมร่วมกัน

กิจกรรมหรือแนวทางในการบริหารงานของศูนย์/โรงเรียนส่วนใหญ่จะมีการบริหารแบบครอบครัว โดยมีโครงสร้างในลักษณะแบบครอบครัว ลูกต้องดูแลพ่อ แม่และผู้สูงอายุ มีการปรนนิบัติและพูดคุยเพื่อสร้างสุขให้กับพ่อแม่ผลลัพธ์ของงานวิจัยมีความสัมพันธ์กับทฤษฎีบทบาท (Role Theory) ที่ได้มุ่งอธิบายเกี่ยวกับบทบาททางสังคมที่มาทดแทนใหม่จะสามารถทดแทนบทบาทเก่าที่สูญเสียไปได้ดีเพียงใดนั้นจะขึ้นอยู่กับทัศนคติของบุคคลนั้น ตลอดจนการมองเห็นถึงคุณค่าของตนเองเป็นสำคัญ ทั้งนี้ทฤษฎีบทบาทจะช่วยให้บุคคลเข้าสู่วัยสูงอายุได้เข้าใจและมีโอกาสเตรียมตัวถึงบทบาทและสภาพต่างๆ ของตนเองที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระบวนการเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ ดังงานวิจัยของกมลทิพย์ ช้างธรรมเนียม และคณะ (2558) สรุปว่าผู้ที่สูงอายุมีความพึงพอใจและมีความสุขกับการปฏิบัติกิจกรรมอย่างต่อเนื่องดังนั้นชีวิตของแต่ละช่วงวัยที่ผ่านมายังมีปัจจัยอื่นเข้ามาร่วมอธิบายได้แก่ แรงจูงใจ สถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจและสังคม ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการนำไปสู่ความสำเร็จและความล้มเหลวในชีวิต บั้นปลายของผู้สูงอายุอีกด้วย

4. การปรับเปลี่ยนวิถีคิดและวิธีการทำงานแบบมีส่วนร่วม

ในภาพรวมแล้วกลุ่มสมาชิกผู้สูงอายุแต่เดิมนั้นจะให้ความสำคัญกับตนเองและครอบครัวมาก่อนเป็นอันดับแรกแต่หลังจากมีงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมได้ขับเคลื่อนลงไปแล้ว สมาชิกผู้สูงอายุและหน่วยงานท้องถิ่นทุกระดับต่างมีการนิยมนิยม มีการปรับเปลี่ยนวิถีคิดเชิงบวกและหนุนเสริมในการทำงานต่อกัน ไม่ว่าจะเป็นงบประมาณร่วมกัน การประยุกต์ใช้ทรัพยากรร่วมกัน การดำเนินกิจกรรมหรือโครงการใดๆก็ตามจะเน้นการมีส่วนร่วม โดยมีการมุ่งเน้นเป้าหมายเชิงพื้นที่และชุมชนเป็นที่ตั้งก่อนและยึดผลประโยชน์ส่วนร่วมมากกว่าผลประโยชน์ส่วนตน

5. การเรียนรู้ในการทำงานเชิงบูรณาการ

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ แผนงานจำนวน 29 โครงการในภาพรวมพบว่าได้มีการใช้ศักยภาพหรือจุดแข็งของเอกบุคล กลุ่มผู้สูงอายุและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาเติมเต็มซึ่งกันและกัน เพื่อให้งานหลักมีความสมบูรณ์มากขึ้น อีกทั้งมีการให้ข้อสังเกต ข้อเสนอแนะ และหาทางออกในการแก้ไขปัญหาพร้อมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ อีกทั้งได้เรียนรู้วัฒนธรรมองค์กรและวัฒนธรรมในการทำงานร่วมกันของเครือข่ายวิชาการและเครือข่ายท้องถิ่น ซึ่งต่างหน่วยงานต้องมีการหนุนเสริมซึ่งกันและกันในลักษณะองค์รวม ดังทฤษฎีแห่งกิจกรรมที่ได้มุ่งอธิบายถึงกิจกรรมทางสังคมเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นสำหรับผู้สูงอายุ การที่ได้เข้ามามีบทบาทในสังคมของผู้สูงอายุจะทำให้ผู้สูงอายุมีความกระฉับกระเฉงมากขึ้น ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตดีขึ้น อันเป็นผลเนื่องมาจากการที่ได้มีโอกาสเข้าไปสังสรรค์ รวมกลุ่มและการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม ทฤษฎีนี้จึงมีความเชื่อและให้ความสำคัญว่าผู้สูงอายุจะมีชีวิตที่เป็นสุขได้นั้น ผู้สูงอายุควรมีบทบาทหรือกิจกรรมทางสังคมตามสมควรหรือกิจกรรมที่เหมาะสม เช่น การมีงานอดิเรกทำการมีโอกาสเป็นสมาชิกกลุ่มหรือกิจกรรมของชมรมในพื้นที่นั้นๆ สอดรับกับงานวิจัยของสุรกุล เจนอบรม (2541) ที่มีผลการวิจัยสอดคล้องเช่นเดียวกัน

ดังนั้น สรุปได้ว่าแผนงานวิจัยนี้ได้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ทุกประการแผนงานได้เกิดการพัฒนานวัตกรรมการจัดการตนเองของชุมชนอันเกิดจากพื้นที่ในเครือข่าย จำนวน 29 โครงการรวมถึงองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และนักวิชาการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับการพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการข้อมูลชุมชนเพื่อการพัฒนาคุณภาพคุณภาพชีวิตด้านการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชนผ่านกระบวนการดำเนินงานทางวิชาการตามบริบทของการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชนแต่สำหรับบางโครงการวิจัยแล้วอาจจะมีอุปสรรคบ้างที่มีความล่าช้า แต่นักวิจัยสามารถบริหารจัดการโครงการได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ไม่ว่าจะเป็นจำนวนรายวิชาที่เกิดการบูรณาการอย่างน้อย 15 รายวิชาและจำนวนบทความวิจัยที่มีการนำเสนอในที่ประชุมวิชาการระดับชาติหรือวารสารที่อยู่ในฐาน TCI กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 จำนวน 30 บทความที่มีการตีพิมพ์ทั้งในปี 2561 และ 2562 เกิดนักวิชาการของหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สามารถพัฒนามาเป็นนักวิจัยได้จำนวน 29 คนและมีเครือข่ายในการทำงานเชิงพื้นที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ชุมชนมีผลกระทบเชิงบวกและมีการเปลี่ยนแปลงเชิงสุขภาพชุมชนไปในทิศทางที่ต้องการ และที่สำคัญบางพื้นที่ยังเกิดผลลัพธ์เชิงประจักษ์ในการขับเคลื่อนเป็นนโยบายสาธารณะ อาทิ องค์การบริหารส่วนตำบลผาเลือด จังหวัดอุดรธานี/องค์การบริหารส่วนตำบลแม่สัน อำเภอกู่แก้ว จังหวัดลำปาง ซึ่งคณะผู้บริหารของเทศบาล/คณะผู้บริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลได้นำผลจากการวิจัยไปวางแผนในการวิเคราะห์เป็นกิจกรรมและโครงการในการหนุนเสริมชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งปรากฏอยู่ในแผนงบประมาณประจำปี 2562

ข้อเสนอแนะ

แผนงานวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพชุมชนโดยชุมชน ผ่านสมาชิกผู้สูงอายุในชุมชนที่มีการสังกัดโรงเรียนผู้สูงอายุ/หรือเป็นการรวมกลุ่มกันขึ้นมาได้ตามความสมัครใจ รวมถึงสมาชิกภายในชุมชนทุกกลุ่มเป้าหมายและในโครงการนี้นักกลุ่มผู้สูงอายุที่มีทัศนคติในการดูแลสุขภาพที่ถูกต้องย่อมส่งผลให้การดำเนินการสร้างเสริมสุขภาพของบุคคลภายในชุมชนมีประสิทธิภาพ และนำมาซึ่งความสุข ความมีเครือข่ายในการทำงานและความมีสุขภาพที่ดีของคนในชุมชน ท้ายที่สุดส่งผลให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งส่งผลให้คณะวิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงการวิจัย; หน่วยวิเคราะห์ของงานวิจัยนี้ คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุเกิน 60 ปีขึ้นไปและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับสุขภาพชุมชน โดยสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่อง หากแต่จะมีบุคคลที่เตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไปเพื่อเป็นการเตรียมการถ่ายโอนบทเรียน/ประสบการณ์ กิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ตามความต้องการของผู้สูงอายุให้กับบุคคลเหล่านี้ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งระดับท้องถิ่นจังหวัดและระดับประเทศ เพื่อจะได้มีการต่อยอดและมีความเชื่อมโยงต่อกัน เพราะแผนงานวิจัยนี้เน้นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ดังนั้นเพื่อให้เกิดความครอบคลุมควรมีการประยุกต์ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ) เพื่อจะได้มีประเด็นของตัวแปรแต่ละด้านของพื้นที่ว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรเชิงปริมาณ อันนำจากการทบทวนวรรณกรรมและมาตรวจว่าส่งผลต่อการสนับสนุนซึ่งกันและกันหรือไม่
2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย; หน่วยงานสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ควรมีการติดตามหรือสนับสนุนโครงการขับเคลื่อนระดับนโยบายผ่านการนำผลงานวิจัยในแต่ละโครงการไปประยุกต์ใช้ เพื่อหนุนเสริมชุมชนให้มีสุขภาพที่ดีต่อไป ตามความต้องการของผู้สูงอายุในชุมชนนั้นๆ
3. ข้อเสนอแนะเชิงการดำเนินงาน; ควรมีการต่อยอดนวัตกรรมซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากโครงการจำนวน 29 โครงการนี้ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพว่ามีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงในแต่ละพื้นที่อย่างไร และสามารถนำมาเป็นต้นแบบของพื้นที่อื่นในรูปแบบไหนได้บ้าง เพื่อที่จะขยายผลได้ในเชิงประจักษ์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้จากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ผ่านสำนักงานวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

เอกสารอ้างอิง

- กมลทิพย์ ขลังธรรมเนียม หทัยชนก บัวเจริญ และชินวุฒิ อาสนวิเชียร. (2558). รูปแบบการดูแลผู้สูงอายุโดยชุมชนท้องถิ่นจัดการตนเอง : กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลท่างาม อำเภอสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 7(3), (กรกฎาคม-กันยายน): 1-20.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2538). *การทำงานแนววัฒนธรรมชุมชนโดยถือมนุษย์เป็นศูนย์กลาง*. กรุงเทพฯ: สมาคมทอกลีแห่งประเทศไทย เพื่อการพัฒนา.
- ชนิษฐา นันทบุตร. (2552). *บทสังเคราะห์ข้อเสนอเพื่อพัฒนาระบบการทำงานของบุคลากร*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา ระบบการพยาบาลสภาการพยาบาลและสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ.
- ชนิษฐา นันทบุตร และคณะ. (2551). *โครงการดูแลผู้สูงอายุตำบลบัวเงิน อำเภอน้ำพองจังหวัดขอนแก่น.แผนงานสร้างพยาบาลของชุมชนโดยชุมชนเพื่อชุมชน*. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ขวลิศ สวัสดิ์ผล, ธวัชชัย เพ็งพิณิจ, อัครเดช เสนานิกรณ และวารี ศรีสุรพล (2559). *การดูแลและพัฒนาผู้สูงอายุโดยชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- พิทักษ์ณา สุภานุสร. (2546). *การศึกษาเครือข่ายและพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ด้านสุขภาพในชุมชนบ้านดอนชัย ตำบลแม่สา อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: สำนักงานสาธารณสุขอำเภอแม่ริม.
- ภูสิทธิ์ ชันติกุล. (2553). *รูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน เขตดุสิตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. (2526). *การพัฒนาชุมชนและการพัฒนาชนบท*. กรุงเทพฯ: อนุเคราะห์ไทย.
- ระพีพัฒน์ ศรีมาลา, พรสุข หุ่นรินทร์ และทรงพล ต่อนี่. (2559). *การจัดการส่งเสริมสุขภาพชุมชนแบบมีส่วนร่วม: กรณีศึกษาชุมชนแห่งหนึ่งในจังหวัดฉะเชิงเทรา*. *วารสารวิจัยและพัฒนาโลกลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(3), (กันยายน-ธันวาคม): 159-168.
- สุเทพ พลอยพลายแก้ว, นิษฐา หุ่นเกษม, อรณัฐ ภาชีน และศักดิ์ชาย เพ็ชรตรา. (2556). *การพัฒนาแบบการดูแลสุขภาพตนเองของชุมชนจังหวัดลพบุรี*. *วารสารพยาบาลทหารบก*, 14(1): 61-70.
- สุรกุล เจนอบรม. (2541). *วิสัยทัศน์ผู้สูงอายุและการศึกษานอกระบบสำหรับผู้สูงอายุไทย*. กรุงเทพฯ: นิชนเอดเวอร์ไทซ์กรุ๊ป.
- อาภาพร เฝ้าวัฒนา, สิริธร กลัมพากร และคณะ. (2558). *การสร้างเสริมสุขภาพและการป้องกันโรคในชุมชน : การประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: คลังนาวิทยา.
- Cohen , J. M. , & Uphoff, N. T. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measures for Project Design Implementation and Evaluation*. New York: Cornell University.
- Erwin, W. (1976) . *Participation Management: Concept Theory and Implementation*. Atlanta Ga: Georgia State University.

การจัดการชุมชนด้วยมิติการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ละว้าในจังหวัดแม่ฮ่องสอน

Community management by cultural tourism of Lawa ethnic group in Mae Hong Son province.

สัญญา สะสอง, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่¹

สุติมนต์ สะสอง, วิทยาลัยแม่ฮ่องสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่²

Email: suriyasuriyong@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เน้นการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมเชิงปฏิบัติการกับกลุ่มชาติพันธุ์ละว้าชาวบ้านดง บ้านละอูป และบ้านป่าแป๋ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 150 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและรูปแบบวิถีวัฒนธรรมชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ละว้าในจังหวัดแม่ฮ่องสอน และ 2) หาแนวทางหนุนเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ละว้าในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการวิจัยพบว่า ชาติพันธุ์ละว้า มีทรัพยากรทางธรรมชาติและพืชพรรณไม้หายากชนิดที่อุดมสมบูรณ์ ท่องเที่ยวได้ทั้ง 3 ฤดู มีวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ที่โดดเด่นทั้งด้าน 1) ความเชื่อ ชุมชนมีความเชื่อเรื่องผี มีการตั้งหอผี หรือ “เย่เยย” ทุกชุมชน และมีความเชื่อทางศาสนาพุทธและศาสนาคริสต์ 2) ประเพณี พิธีกรรม มีพิธีเลี้ยงผี โดยผู้ทำพิธี เรียกว่า “สะมัง” จะเชิญผีมากินเครื่องเซ่นไหว้ เช่น ไก่ หมู เป็นต้น มีประเพณีแต่งงานที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะ คือ การอุ้มหญิงสาวจากบิดามารดาแล้วค่อยมาขอมาในภายหลัง 3) การแต่งกาย ผู้ชายสวมชุดสีขาว ไม่ประดับตกแต่งเครื่องประดับ ส่วนผู้หญิงสวมเสื้อสีขาว นุ่งผ้าซิ่น และประดับตกแต่งด้วยสร้อยคอลูกปัดหลากสีและสร้อยข้อมือ 4) ภาษา มีภาษาพูดเป็นของตนเอง ซึ่งเป็นภาษาในตระกูลปะหล่อง มีการพูดคุยสื่อสารมาอย่างต่อเนื่อง และมีความเจริญทางภาษาสืบทอดผ่านวรรณกรรมต่าง ๆ 5) ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความโดดเด่น เช่น เครื่องเงินบ้านละอูป ผ้าฝ้ายทอมือบ้านดง กาแฟบ้านดง สร้อยลูกปัดหลากสีบ้านป่าแป๋ เป็นต้น ชุมชนมีแผนปฏิบัติการร่วมกันในการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยง 3 ชุมชน มีการจัดตั้งคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชื่อมโยงทั้ง 3 ชุมชนเพื่อให้การขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีประสิทธิภาพและเกิดการมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การจัดการชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ละว้า

ABSTRACT

This research is qualitative Research for identify on participatory action by in-depth interview and workshops with Lawa ethnic group Ban Dong, Ban La-Oop and Ban Pa Pae in Mae Hong Son Province for 150 person, for aims to 1) analyze tourist resources and cultural patterns of the Lawa ethnic group in Mae Hong Son Province and 2) find ways to promote communities tourism of Lawa ethnic group in Mae Hong Son province. The research found that Lawa ethnic group have natural resources and many trees aplenty. Tourist for 3 season. They have a unique lifestyle and identity for 1) Faith : Every community believe of the Ghost or “Yeayun” and have believe in Buddhism and Christianity. 2) Tradition and rite : They have to rite the Ghost by master of ceremonies called “Samang”, he will invite the devil to eat to consist of chicken and pork etc. They have a wedding tradition identity unique is male pulling a girl from her parents and then come on later for apologize. 3) To dress up : Male wear white shirt long sleeve and don’t have any jewelry for Female wear white shirt short sleeve and phasin and wear colorful beads necklace and bracelet too. 4) Languages: They speak the language themself in “Palong” like and continuous using. And this language is prosperous by transmitted through many literature. 5) Community Products : is remarkable such as La-Oop silverware, Ban Dong handmade cotton, Ban Dong Coffee, Ban Pa Pae colorful beads

¹ หลักสูตรปรัชญาและศาสนา ภาควิชาสังคมและวัฒนธรรมศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

² หลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาควิชาสังคมศาสตร์ วิทยาลัยแม่ฮ่องสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

necklace etc. Community have action plan for to make Cultural Tourism routes connect to 3 community. They have to establishment of community-based tourism management committee and have network links for community-based tourism all three communities for driven by the cultural tourism community to be effective and extremely active sustainable participation.

Keywords: Community Management, Cultural Tourism, Lawa Ethnic Group

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมและกิจกรรมทางพาณิชย์ที่มีความสำคัญมากสำหรับเศรษฐกิจของหลายประเทศในอาเซียน และสามารถสร้างรายได้ และสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นจำนวนมากมหาศาล จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในปัจจุบันมุ่งเน้นไปที่การสร้างและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านอัตลักษณ์ ความคิดความเชื่อ ศาสนา วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ผลิตภัณฑ์ชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน โดยมุ่งเน้นกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวด้วยชุมชนเป็นหลัก เพื่อตอบสนองต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในวิถีชุมชน

ดังนั้น การสร้างสรรค์การท่องเที่ยวจึงควรวางอยู่บนพื้นฐานของคุณค่าทางวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมชุมชน โดยสามารถหยิบยกเรื่องราวจากประวัติศาสตร์ ศิลปะท้องถิ่น คนตรีพื้นบ้าน วิถีความเป็นอยู่ของคนในชุมชน วรรณกรรม สถาปัตยกรรม หัตถกรรม การทำอาหารท้องถิ่นการทำขนมโบราณ และอื่น ๆ มาจัดให้เกิดความน่าสนใจสอดคล้องตามคุณค่าของชุมชน (รัชฎา ชัยธรรมกุล, 2559) ทั้งนี้การท่องเที่ยวจะต้องสามารถสร้างผลประโยชน์ในหลาย ๆ ด้าน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม และส่งผลต่อแรงงานทั้งระบบ ช่วยกระจายรายได้ และการจ้างงานไปสู่ชนบทตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยรายได้ดังกล่าวจะก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพทางการค้าภายในประเทศ (นิติยา งามยิ่งยง และละเอียด ศิลาน้อย, 2560)

จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยว และมรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว การจัดการท่องเที่ยวชุมชน เน้นการรักษา รูปแบบอัตลักษณ์ที่เป็นความคิด ความเชื่อ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลายให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน โดยผ่านการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น แต่ที่ผ่านมามีจังหวัดแม่ฮ่องสอนขาดการหนุนเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชนอย่างต่อเนื่องและเป็นเอกภาพ ซึ่งหน่วยงานแต่ละฝ่ายที่เข้ามาดำเนินการยังมีการประสานความร่วมมือไม่ครบทุกภาคส่วน และส่วนมากมีลักษณะต่างฝ่ายต่างทำโดยไม่ได้เชื่อมโยงให้สอดคล้องกัน ทำให้ขาดแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวในวิถีวัฒนธรรมชุมชนที่เด่นชัด ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะวิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและรูปแบบวิถีวัฒนธรรมชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอนเพื่อหาแนวทางหนุนเสริมการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอนให้มีความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและรูปแบบวิถีวัฒนธรรมชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ละโว้ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน
2. เพื่อหาแนวทางหนุนเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ละโว้ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน

คำถามในการวิจัย

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ละโว้ในจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่ผ่านมาเป็นอย่างไร
2. การท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ละโว้ในจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่ผ่านมาเป็นอย่างไร

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีการจัดการชุมชน

การจัดการชุมชน เป็นกระบวนการพัฒนาและการจัดการปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบของชุมชนทั้งหมด เพื่อการดำรงอยู่และการพัฒนาชุมชนไปสู่เป้าหมายให้เกิดความยั่งยืน ความมั่นคงอย่างเป็นระบบ ในที่นี้การจัดการชุมชนจะเน้นไปที่การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้ชุมชนมีการอนุรักษ์ การใช้และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติเกิดความถูกต้องยังความอุดมสมบูรณ์ให้เกิดขึ้นแก่ระบบนิเวศ ซึ่งพิจารณาปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของชุมชน 4 ประการ (สุดชีวัน นันทวัน ณ อุทยา, 2551) ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านบุคคล (ปัจเจกบุคคล) หรือหมายถึง สมาชิกแต่ละคนในชุมชน สิ่งที่จะต้องจัดการหรือพัฒนาให้เกิดขึ้นโดยบุคคลในชุมชนมีจิตสำนึกต่อทรัพยากรสิ่งแวดล้อม และเข้าใจข้อจำกัดของทรัพยากรในพื้นที่ทำกิจกรรมในการดำรงชีวิต เช่น ทำการเกษตรอยู่บนพื้นฐานของความถูกต้องพอเหมาะพอดี คำนึงถึงความมั่นคงของชุมชน และความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในพื้นที่ที่ยั่งยืน จึงเป็นเป้าหมายในการดำเนินงานจัดระเบียบชุมชนเป็นอันดับแรก

2. ปัจจัยทางสังคม เป็นระบบความสัมพันธ์ทางสังคม เพื่อการทำหน้าที่ ในที่นี้มุ่งเน้นไปที่องค์กรชุมชนที่ทำหน้าที่ในการเป็นแกนนำชุมชนในการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยกลุ่มอนุรักษ์ องค์กรเครือข่ายชุมชน กรรมการหมู่บ้าน และองค์กรบริหารส่วนตำบลที่มีหน้าที่จัดการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างและพัฒนาองค์กรของชุมชน ที่ทำหน้าที่ในการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ อย่างไรก็ตามองค์กรที่ชุมชนจัดตั้งขึ้นไม่เป็นทางการ เช่น กลุ่มอนุรักษ์ และองค์กรเครือข่ายชุมชน สามารถเพิ่มศักยภาพและบทบาทขององค์กรที่เป็นทางการได้

3. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เป็นการบริโภคหรือการกินการอยู่ โดยการผลิต เป็นการจัดการทำมาหากิน เป็นการจัดระเบียบในเรื่องของการทำมาหากินให้สอดคล้องกับการบริโภคหรือการกินอยู่ของชุมชนตามสภาพแวดล้อมของชุมชน เพื่อให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ และดำรงชีพตามศักยภาพของทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้ ดิน และน้ำ การส่งเสริม การพัฒนาการท่องเที่ยวจึงควรส่งเสริมในรูปแบบท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

4. ปัจจัยทางด้านนิเวศ ในที่นี้มุ่งเน้นถึงทรัพยากรในระบอบนิเวศ ได้แก่ ดิน น้ำ และ ป่าไม้ ที่เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของชุมชน เพื่อรองรับการดำรงอยู่ของชุมชน เช่น การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรในระบอบนิเวศเป็นหลัก โดยการวางแผนการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อการกำหนดเขตการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติให้สอดคล้องกับศักยภาพของธรรมชาติ เพื่อการดำรงอยู่ของชุมชนที่มั่นคง บนพื้นฐานของความมั่นคง และอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัส และการเข้าร่วมใช้ชีวิตวิถีแบบเก่า ๆ ที่กำลังจะสูญหายไปบางส่วน เพื่อให้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงประวัติ ความเป็นมา การดำเนินชีวิตที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของตน เช่น การแสดง ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และงานเทศกาลต่าง ๆ การประกอบอาชีพเกษตรกรรม เป็นชาวสวน และชาวนา เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ ถือเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่สำคัญ ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเข้าไปชมศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น เพื่อศึกษาหาความรู้ และพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมาด้วยความสนใจ คือ ชอบเที่ยวชมเมืองโบราณ อาจจะเดินชมเมืองหรือนั่งรถเที่ยวชมตามเส้นทางสายสุโขทัย และผ่านบริเวณสำคัญของเมือง เช่น ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคน การประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำนา ทำสวน หรือการเข้าไปชมการเล่นพื้นเมือง ไปชมขบวนแห่งานเทศกาล อาจจะเป็นการจัดแบบถาวรหรือจัดเป็นครั้งคราวเป็นสิ่งที่สร้างความสนใจให้นักท่องเที่ยวอยากเข้าไปชม (ชุมพล รอดแจ่ม, 2555)

หลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย 4 ประการคือ (1) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่าประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะที่เดียวกันก็จะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น (2) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก ห่วงแหน รักชาติ และดึงดูดชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตน และได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก และการขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น (3) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรม และได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (4) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้าน หรือของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และคุณค่าของตนเองด้วย (บุญเลิศ จิตต์วัฒนา, 2550)

แนวคิดชาติพันธุ์

กลุ่มชาติพันธุ์ (Ethnic Group) หรือความเป็นชาติพันธุ์ (Ethnicity) เป็นมโนทัศน์ที่มักใช้กันอย่างคลุมเครือและมึนงงที่แตกต่างกันออกไปหลายประการด้วยกัน กลุ่มชาติพันธุ์ หมายถึง กลุ่มคนที่พูดภาษาเดียวกัน ผ่านประสบการณ์ทางประวัติศาสตร์ชุดเดียวกัน และมีแบบแผนทางวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ด้วยเหตุนี้ หากบรรยายประวัติความเป็นมาของภาษาย่อมหมายความว่ากำลังบรรยายประวัติศาสตร์ของคนกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่มซึ่งพูดภาษานั้น คำว่า “ชนเผ่า” “ชนชาติ” หรือ “กลุ่มชาติพันธุ์” จึงหมายถึงกลุ่มคนที่พูดภาษาเดียวกันนั่นเอง (ยศ สันตสมบัติ, 2551)

ความเป็นชาติพันธุ์จึงมิใช่สิ่งที่ถูกกำหนดโดยสายเลือดหรือโดยปัจจัยทางชีววิทยา กลุ่มชาติพันธุ์ทุกกลุ่มนิยามอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของตนเอง ด้วยสำนึกทางประวัติศาสตร์ที่ตนเองสร้างขึ้น โดยการแบ่งตนเองกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในเวลาใดเวลาหนึ่ง เพราะการกระทำดังกล่าวให้ผลประโยชน์สูงสุดแก่ตน โดยการผลิตใหม่หรือสร้างนิยามใหม่ของประเพณีเฉพาะกลุ่มตนขึ้นมา (The Invention of Tradition) (Hobsbawm and Ranger, 1983)

กลุ่มชาติพันธุ์ลัวะ (ลัวะ, ละเวือะ) ตั้งรกรากถิ่นฐานอยู่บนภูเขาสูง อุดมสมบูรณ์ด้วยป่าไม้ ต้นน้ำลำธาร น้ำตก ภูเขา และพืชพรรณไม้นานาชนิด มากกว่า 1,300 ปีแล้ว โดยกระจายกันอยู่แถบเชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน เชียงราย เป็นหลัก มีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีความรัก ความผูกพันกันในระบบเครือญาติ เป็นครอบครัวเดี่ยว ผัวเดียวเมียเดียว ต้องแต่งงานกับคนต่างตระกูลกัน และสามารถแต่งงานนอกกลุ่มชาติพันธุ์ได้ มีความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นเฉพาะกลุ่ม มีการแต่งกาย

และภาษาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สร้างบ้านยกพื้นสูง ด้านล่างสามารถเก็บพื้น เลี้ยงสัตว์ เช่น หมู ไก่ วัว ควาย ได้ ในบ้านเป็นห้องโถงนอนรวมกันทั้งครอบครัว มีเตาไฟตรงกลางห้อง มีอาชีพเกษตรกรรม ทำไร่ ทำนา ปลูกผัก เลี้ยงสัตว์ อาศัยอาหารป่าเลี้ยงครอบครัว มีระบบการปกครอง 2 ระบบ คือ ระบบราชการ มีผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้นำชุมชน และมีผู้นำทางจิตวิญญาณ เป็นพ่อเผ่า เรียกว่า “ต๊ะพี” ซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจของผู้คนในชุมชน มีความเชื่อเรื่องผี เช่น ผีบรรพบุรุษ เป็นต้น มีการสร้างหอผีภายในชุมชน มีการตั้งเครื่องบูชาผีภายในบ้าน มีการเซ่นไหว้บูชาเพื่อให้ครอบครัวอยู่เย็นเป็นสุข ชุมชนปราศจากภัยอันตรายทั้งปวง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

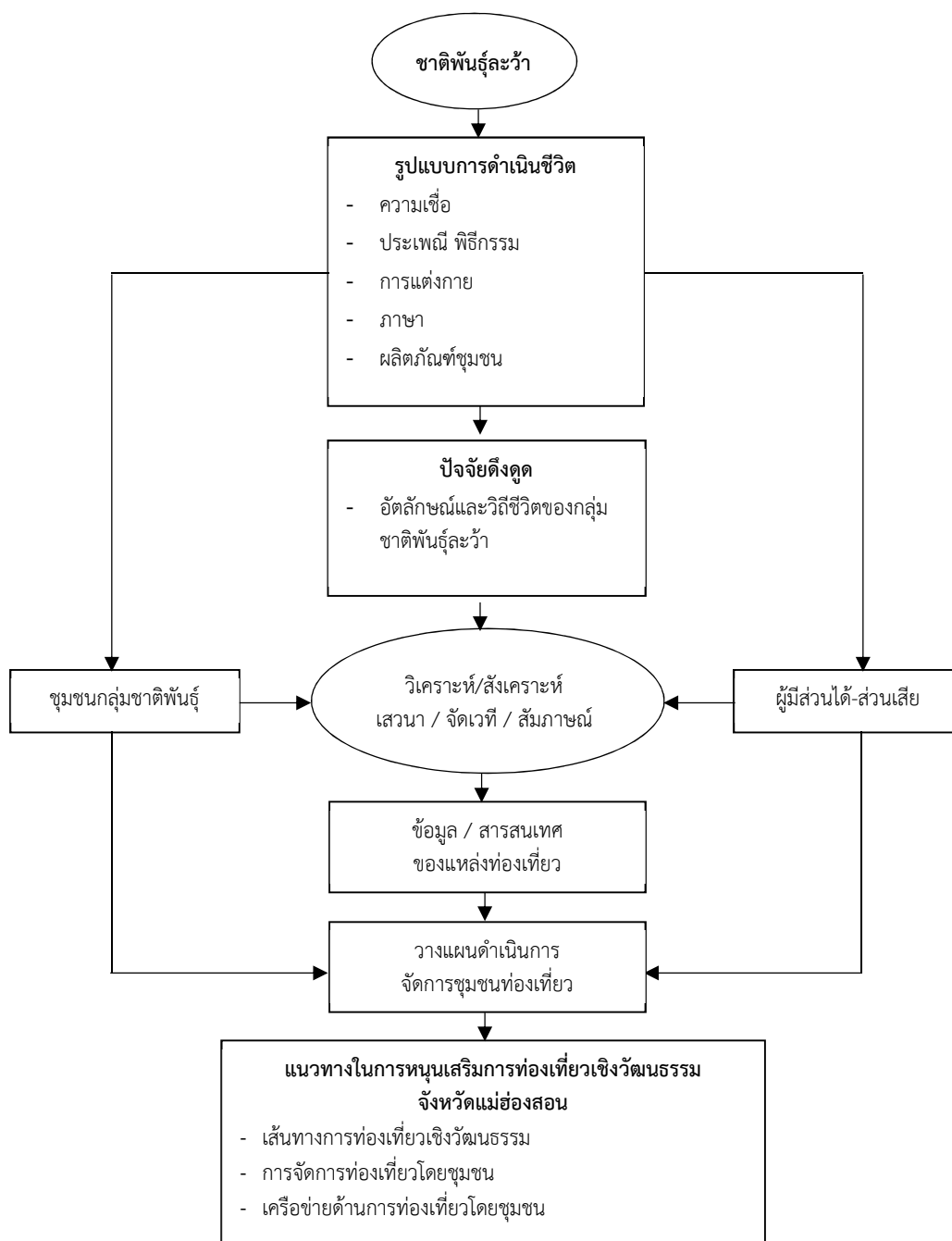
ชุมพล รอดแจ่ม. (2555) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี. ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ได้แก่ คำบอกเล่า การแสวงหาสถานที่ทำบุญ การมาไหว้พระ การชมโบราณสถาน และศึกษาศิลปวัฒนธรรม มีคนรู้จักชักชวนมาให้อาหารปลา ทราบจากสื่อออนไลน์ (Internet) เห็นป้ายประชาสัมพันธ์ทางไหลทาง มาซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น หนังสือแนะนำการท่องเที่ยวเป็นเส้นทางผ่าน การแนะนำจากรายการโทรทัศน์ และตั้งใจมาทานอาหาร ส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประกอบด้วย ค่าน้ำมันรถยนต์ ค่ารถโดยสาร (กรณีที่ไม่ได้ใช้รถยนต์ส่วนตัว) เงินทำบุญ ค่าดอกไม้ธูปเทียน ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของฝากของที่ระลึก ค่าอาหารปลา ค่าเช่าวัตถุมงคล ค่าต้นไม้ ค่าปุ๋ย ค่าดิน และค่ากระถางต้นไม้ สำหรับระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวเฉลี่ยทั้ง 7 สถานที่ใช้เวลาทั้งสิ้น 7.40 ชั่วโมง (ไม่รวมการเดินทางระหว่างสถานที่) จำนวนสมาชิกที่มาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 2 คน จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในสถานที่เดิมโดยเฉลี่ยคนละ 2 ครั้ง และจากการสอบถามนักท่องเที่ยว 34 คน จาก 35 คน ตอบว่าจะกลับมาท่องเที่ยวอีก ส่วนรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้รับประโยชน์สูงสุดจากการเดินทาง โดยเริ่มต้นที่วัดบางไกรใน และสิ้นสุดที่วัดบางขุน โดยมียะทางที่ใช้ในการเดินทางทั้ง 7 สถานที่รวมทั้งสิ้น 24 กิโลเมตร ต้นทุนค่าน้ำมันประมาณ 96 บาท ระยะเวลาที่ใช้เดินทางทั้ง 7 สถานที่ คือ 1 ชั่วโมง 14 นาที และ ระยะเวลาที่ใช้ท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่ใช้ระยะเวลา 7 ชั่วโมง 40 นาที รวมระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางและท่องเที่ยวทั้ง 7 สถานที่ คือ 8 ชั่วโมง 54 นาที

ชุดิมนต์ สะสอง บุญวรรณ วิงวอน และสัญญา สะสอง. (2560). การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ผ่านการมีส่วนร่วมของกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน. ผลการวิจัยพบว่า 1) ชุมชนและความต้องการของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดแม่ฮ่องสอนส่วนใหญ่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยว ภายในชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ มีวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตชุมชน ภูมิปัญญา กิจกรรมพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น การแต่งกาย ภาษาและที่อยู่อาศัยที่มีความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะกลุ่ม และกลุ่มชาติพันธุ์มีความต้องการให้เกิดการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรม ในลักษณะพหุวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน เพราะเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น สามารถประยุกต์ใช้ทรัพยากรในพื้นที่ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม 2) การสำรวจและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมผ่านการมีส่วนร่วมของกลุ่มชาติพันธุ์พบว่า ในการสำรวจข้อมูลด้านเส้นทางท่องเที่ยว ระยะทางของแหล่งท่องเที่ยว ความพร้อมของคนในพื้นที่และความปลอดภัยในการเดินทาง ได้มีหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนเข้ามาร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสม สวยงาม ปลอดภัยและพร้อมเปิดเส้นทางท่องเที่ยวแห่งใหม่ขึ้นหลายแห่ง โดยกลุ่มชาติพันธุ์มีความกระตือรือร้นตื่นตัวและให้ความร่วมมือกันอย่างเต็มที่ผ่านความร่วมมือ และ 3) การทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมผ่านการมีส่วนร่วมของกลุ่มชาติพันธุ์ พบว่าเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอน แบ่งออกเป็น 2 สาย ได้แก่ สายเหนือประกอบด้วย อำเภอเมือง อำเภอปางมะผ้า และอำเภอบาย ส่วนสายใต้ประกอบด้วย อำเภอขุนยวม อำเภอแม่ลาน้อย อำเภอแม่สะเรียงและอำเภอสบเมย รวมเป็น 7 อำเภอ ซึ่งทั้ง 2 เส้นทาง คือ เส้นทางท่องเที่ยวสายเหนือและท่องเที่ยวสายใต้ต่างมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายโดยเชื่อมโยงกิจกรรมทั้งในด้านรูปแบบวิถีชีวิต กิจกรรมพื้นบ้าน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สุขภาพ อาหารท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน อีกทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีความพึงพอใจระดับมากในการทดสอบเส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมทั้ง 2 เส้นทาง

สัญญา สะสอง และอารีย์ ปินประทาน. (2561). การพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านอัตลักษณ์ความเชื่อเพื่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแพมบก อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนชาวแพมบกมีอัตลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชนประกอบด้วย (1) อัตลักษณ์ด้านสิ่งเหนือธรรมชาติ ชาวแพมบกเชื่อและกราบไหว้บูชาผีบรรพบุรุษ ซึ่งเป็นผีต้นตระกูลที่คอยปกป้องคุ้มครองและดูแลครอบครัว นอกจากนี้ยังมีภูต เช่น สรวงบูชาผีเจ้าเมือง ซึ่งเป็นผีที่ยิ่งใหญ่ มีฤทธิ์เดชอำนาจเหนือผีทั้งปวง ชาวแพมบกเคารพนับถือมาก จะทำการใด ๆ เช่น ไปทำงานต่างถิ่น ไปศึกษาต่อ หรือไปสอบแข่งขัน เป็นต้น ก็ต้องทำพิธีขอพร ขอให้สำเร็จดังประสงค์ และจะทำพิธีเซ่นสรวงบูชาในระหว่างเดือนมีถุนายน-กรกฎาคมของทุกปี (2) อัตลักษณ์ด้านศาสนาและวัฒนธรรมประเพณี ชาวแพมบก นับถือศรัทธาพระพุทธศาสนาอย่างมั่นคง มีการไหว้พระ รักษาศีล และประกอบประเพณี พิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนาตลอดทั้งปี โดยเฉพาะประเพณีปอยส่างลอง ประเพณีจองพารา และประเพณีเหลินสิบเอ็ด ซึ่งประเพณีเหล่านี้ แสดงให้เห็นถึงความศรัทธาที่ชาวไทใหญ่มีต่อพระพุทธศาสนาอย่างแท้จริง (3) อัตลักษณ์ความเชื่อด้านวิถีชีวิต ชาวแพมบกมีวิถีชีวิตผูกพันอยู่กับธรรมชาติ พึ่งพาอาศัยธรรมชาติ ทำมาหากินโดยอาศัยวิถีชีวิตจากธรรมชาติ ที่อยู่อาศัยก็ใช้วัสดุจากป่า การละเล่นหรือกิจกรรมต่างๆ ก็สะท้อนให้เห็นความผูกพันกับธรรมชาติ ผู้คนมีความเป็นมิตร มีความเอื้อเฟื้อเกื้อกูล และมีชีวิตอยู่อย่างเรียบง่าย สำหรับประเด็นการวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนด้านอัตลักษณ์ความเชื่อในฐานะที่เป็นปัจจัยหลักในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน

พบว่า ชุมชนชาวแพมบกมีศักยภาพในการอนุรักษ์และสืบสานด้านอัตลักษณ์ความเชื่อต่อสิ่งเหนือธรรมชาติ พระพุทธศาสนา และวิถีชีวิตเป็นอย่างดี และมีการรักษา ถ่ายทอด และส่งต่อความเชื่อถือศรัทธาและรูปแบบชีวิตดังกล่าวให้กับเยาวชนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรูปแบบการรักษาและถ่ายทอด ส่งผ่านโดยผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำด้านประเพณีและพิธีกรรมสู่กลุ่มเยาวชนด้วยการเรียนรู้ สืบสาน ประเพณีและพิธีกรรมด้านความเชื่อและศาสนาไม่ให้เสื่อมสูญไป

จากแนวคิดการจัดการมรดกและการท่องเที่ยว แนวคิดการมีส่วนร่วม และทฤษฎีฐานทรัพยากร คณะผู้วิจัยจึงเขียนกรอบแนวคิดกระบวนการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดกระบวนการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ศึกษาข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary Data) และแหล่งทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยใช้วิธีการศึกษาหลายวิธี ได้แก่ การศึกษาข้อมูลเชิงเอกสาร (Documentary Study) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และการสังเกต (Observation) กิจกรรมของชุมชน ละว้าบ้านละอูบ บ้านดง อ.แม่ลาน้อย และบ้านป่าแป๋ อ.แม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

1. กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายในการวิจัย เลือกจากประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ละว้าชุมชนบ้านดง ชุมชนบ้านละอูบ อำเภอแม่ลาน้อย และชุมชนบ้านป่าแป๋ อำเภอแม่สะเรียง ประกอบด้วย ประชาชนผู้มีปัญญาในพื้นที่ ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มองค์กรชุมชน นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้การคัดเลือกแบบเจาะจงจากประชากรที่พร้อมร่วมปฏิบัติการวิจัย จำนวน 150 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาชุดงาน การทดลองทำผลิตภัณฑ์ และแบบสอบถาม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ด้านบริหารธุรกิจ และผู้ประกอบการจำนวน 3 ท่าน คือ (1) ดร.อารีย์ ปิ่นประทาน (2) คุณภาณุเดช ไชยสกุล และ (3) คุณชนเขต บุญญพันธ์ ตรวจสอบเครื่องมือและมีความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวม 0.871 ส่วนค่า IOC ของแบบสัมภาษณ์โดยรวมมีค่า 0.92

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยคณะผู้วิจัยประสานงานกับชุมชนซึ่งประกอบด้วย ประชาชนผู้มีปัญญาในพื้นที่ ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มองค์กรชุมชน ซึ่งมีความรู้ความชำนาญในการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การเลือกวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ และสัมภาษณ์ในการสนทนากลุ่มย่อยกับสมาชิกองค์กรชุมชนครั้งละ 50 คน จำนวน 3 ชุมชน โดยในการสัมภาษณ์จะทำการพูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ตามสถานการณ์

3.2 การประชุมเชิงปฏิบัติการ ได้ประชุมร่วมกับผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มองค์กรชุมชนทั้ง 3 ชุมชน ชุมชนละ 3 วัน หัวข้อประชุม ได้แก่ อัตลักษณ์ ความเชื่อ วิถีวัฒนธรรม กระบวนการวัฒนธรรมของอาหารแต่ละประเภท การให้บริการท่องเที่ยว การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชน การบริการโฮมสเตย์ การนำเที่ยว โดยแบ่งการประชุมตามหัวข้อวัตถุประสงค์ที่กำหนดของโครงการวิจัย เวลาในการประชุมขึ้นอยู่กับความพร้อมของชุมชน และในการประชุมจะจัดประกอบอาหารชาติพันธุ์ละว้าเลี้ยงผู้เข้าร่วมประชุม และศึกษาองค์ความรู้ไปพร้อมกับการประชุมด้วย

3.3 การจัดให้ผู้ร่วมปฏิบัติการวิจัยได้ศึกษาดูงานด้านการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ ณ ชุมชนบ้านทาป่าเปา จังหวัดลำพูน พร้อมแนะนำให้ความรู้ ทำการสอบถามหลังการศึกษาดูงานเพื่อนำมาสรุปเป็นแนวทางการบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

3.4 การสำรวจพื้นที่ท่องเที่ยวของชุมชนและพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ คณะผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัยในชุมชน รวมทั้งเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ลงพื้นที่ชุมชนบ้านละอูบ ชุมชนบ้านดง อำเภอแม่ลาน้อย และชุมชนบ้านป่าแป๋ อำเภอแม่สะเรียง โดยทำการสำรวจสภาพทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ เพื่อจัดทำรายการการท่องเที่ยวเป็นแนวทางประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของชุมชน

3.5 รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ คณะผู้วิจัยรวบรวมและสังเคราะห์จากงานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้แล้ว เอกสารเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต เอกสารจากสำนักงานจังหวัดแม่ฮ่องสอน เอกสารสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน เอกสารกรมพัฒนาชุมชน และข้อมูลจากภูมิปัญญาชุมชน ที่รวบรวมไว้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมไว้มาวิเคราะห์ ประมวลสรุป และจัดทำรายงานตามข้อมูลที่ได้ศึกษารวบรวม สืบค้น จากกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของผู้ร่วมวิจัย ผู้ให้ข้อมูลเป้าหมาย ประเมินตามกิจกรรมและตามวัตถุประสงค์แต่ละประเด็น โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสรุปสังเคราะห์ นำไปสู่การพัฒนาชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ละว้าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแห่งใหม่

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและรูปแบบวิถีวัฒนธรรมชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ละว้าในจังหวัดแม่ฮ่องสอน

พบว่า ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว กลุ่มชาติพันธุ์ละว้า (ละวะ, ละเวือะ) ตั้งรกรากถิ่นฐานอยู่บนภูเขาสูง อุดมสมบูรณ์ด้วยป่าไม้ ต้นน้ำลำธาร น้ำตก หุบเหว หน้าผา และพืชพรรณไม้หายากชนิด ซึ่งเป็นที่ศรัทธาที่สวยงาม แปลกตา สามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์โดยรอบทั้งดงมาเป็นอย่างดี สัมผัสอากาศหนาวเย็นได้ทั้ง 3 ฤดูกาล เป็นที่ชื่นชมของนักท่องเที่ยวทุกคนที่มีโอกาสได้ขึ้นไปสัมผัสธรรมชาติบนสันดอยซึ่งเป็นที่ตั้งของชุมชนชาวละว้ามาโดยตลอด สภาพความงดงามของแหล่งท่องเที่ยวที่ธรรมชาติได้ปั้นแต่งเอาไว้ ชาวละว้าได้ปรับปรุงให้เป็นจุดชมวิว ถ่ายภาพ หรือเป็นสถานที่เดินสำรวจป่าเบญจพรรณที่มีไม้ดอกไม้ผล และต้นไม้ใหญ่อายุกว่าร้อยปีเป็นจำนวนมาก ทำให้แขกผู้มาเยือนเกิดความประทับใจเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะกับความดิบของสภาพป่าธรรมชาติที่ไม่ผ่านการปรุงแต่งจน

เกินความพอดี ทำให้เห็นถึงความดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องสัมพันธ์กับวิถีชีวิตชุมชนชาวละว้าซึ่งมีความเรียบง่าย เป็นมิตร รักชาติวัฒนธรรมประจำถิ่นสืบทอดต่อมาจากบรรพบุรุษเอาไว้อย่างเหนียวแน่น จึงกลายเป็นความกลมกลืนอย่างลงตัว ซึ่งแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญของชุมชนบ้านละอูป (หมู่บ้านละว้าอายุกว่าพันปี เก่าแก่ที่สุดในจังหวัดแม่ฮ่องสอน) นอกจากทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์แล้ว ยังมีสิ่งที่สร้างขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนอีกด้วย คือชุมชนและวัดได้สร้างพระพุทธรูป (องค์พระใหญ่) ประดิษฐานอยู่บนลานกว้างแห่งยอดดอยโม้มะเปียง ซึ่งชาวบ้านส่วนหนึ่งเคารพศรัทธา และทุกครั้งที่มีนักท่องเที่ยวขึ้นมาเยือนบ้านละอูป จะต้องมาราบองค์พระใหญ่ รวมทั้งชื่นชมทัศนียภาพที่สวยงามบริเวณลานกว้างแห่งนี้ โดยชุมชนได้สร้างศาลาไม้ไผ่บนหน้าผา สามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์ทั้งดง สามารถมองเห็นบ้านป่าแป๋ อำเภอแม่สะเรียง ซึ่งอยู่อีกฟากหนึ่งของภูเขาได้ค่อนข้างชัดเจน จุดชมวิวแห่งนี้เป็นจุดที่พลาดไม่ได้ ต้องมาถ่ายรูปเช็คอินกัน รวมถึงสัมผัสอากาศหนาวเย็นตลอดทั้งปี

ส่วนชุมชนบ้านดง ซึ่งห่างจากบ้านละอูปขึ้นไปอีก 1 กิโลเมตร ก็เป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่กลางหุบเขา สภาพป่าอุดมสมบูรณ์ สวยงาม มีโครงการหลวงตามแนวพระราชดำริ ซึ่งมีผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด มีผืนนาขั้นบันไดที่สวยงามมากที่สุดแห่งหนึ่งในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่ได้มาแวะเยี่ยมชมน่าชื่นชมชื่นชอบเป็นอย่างมาก นอกจากนาขั้นบันไดที่สวยงามแล้ว ยังมีกาแฟพันธุ์อาราบิก้าที่รสชาติดีเยี่ยม ให้นักท่องเที่ยวได้ดื่มและซื้อกลับบ้านได้อีกด้วย

สำหรับชุมชนบ้านป่าแป๋ อำเภอแม่สะเรียง ก็ตั้งอยู่บนดอยสูงเช่นเดียวกัน ชาวบ้านป่าแป๋เป็นเครือญาติกับชาวบ้านละอูป และบ้านดง ซึ่งได้แยกย้ายกันไปตั้งถิ่นฐานอยู่อีกฟากหนึ่งของสันเขา สามารถเดินทางไปมาหาสู่กันได้ โดยใช้เวลาเดินทางประมาณชั่วโมงครึ่ง แต่สภาพถนนค่อนข้างขรุขระ เป็นดินแดง ไม่ได้สะดวกสบาย ซึ่งพอจะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวบิ๊กไบค์ขับขึ้นระหว่างพื้นที่สองแห่งอยู่บ้าง ในอนาคตสามารถเปิดเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวเชื่อมต่อกันได้ ซึ่งอยู่ระหว่างการวิจัยของคณะนักวิจัยร่วมกับทางจังหวัดและชุมชน สภาพชุมชนบ้านป่าแป๋ก็มีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม มีธนาคารข้าวแห่งแรกของประเทศไทย ที่ในหลวงรัชกาลที่ 9 ทรงก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2513 มีแหล่งน้ำอุดมสมบูรณ์ มีการอนุรักษ์พันธุ์ปลา มีทุ่งนาที่สวยงามมาก อากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี นอกจากธรรมชาติแล้ว ชุมชนทั้ง 3 แห่งยังมีการรวมกลุ่มทำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่หลากหลาย เช่น เครื่องเงินบ้านละอูป ผ้าทอบ้านดง กาแฟบ้านดง กาแฟละอูป เลือบ้านป่าแป๋ สร้อยคอบ้านป่าแป๋ เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้ล้วนได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้สนใจในผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์โดยทั่วไป

ด้านรูปแบบวิถีวัฒนธรรมชุมชน ชาวละว้าดำรงชีพด้วยการเพาะปลูก ทำไร่ ทำนา ปลูกพืชหมุนเวียน เลี้ยงสัตว์และเก็บหาของป่า แม้จะตั้งถิ่นฐานบนที่สูงห่างไกลจากชุมชนเมือง แต่ชาวละว้าก็มีความสัมพันธ์กับเมืองและรัฐมาตั้งแต่อดีต ด้วยการเป็นไพร่ส่วยที่ส่งของป่า เช่น เอื้องแซะ หรือเครื่องใช้ที่ทำด้วยเหล็กให้กับเจ้านายในระดับล่าง ละว้ามีการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้ากับคนพื้นราบมาโดยตลอด ในอดีตชาวละว้า ตั้งชุมชนหมู่บ้านของตนเองไม่ค่อยอยู่ปะปนกับคนอื่น ๆ ลักษณะบ้านเรือนของชาวละว้าเป็นบ้านยกพื้นสูง มีใต้ถุนสูงประมาณ 2-2.5 เมตร เพื่อไว้เก็บเครื่องมือเครื่องใช้ทางการเกษตรและในครัวเรือน กองฟืน มีคอกสำหรับวัวควายและหมูอยู่ใต้ถุน บริเวณชายคาที่ติดกับทางเดินจะมีครกกระเดื่องไว้ตำข้าว วัสดุก่อสร้างผสมระหว่างไม้เนื้อแข็งที่มักใช้ทำเสาเรือน ช่อและคานไม้ไผ่ใช้ปูพื้นหรือทำฝา หลังคาทำด้วยใบคาคลุมลงมาเกือบถึงพื้นเพื่อกันลมและอากาศหนาวในฤดูหนาว มีหน้าต่างประดับด้วยไม้แกะสลักอย่างสวยงามเรียกว่า กาล ในการปลูกเรือนนี้ละว้า มีธรรมเนียมว่าจะต้องไม่ปลูกให้หลังคาเป็นแนวตะวันตก-ตะวันออก จะต้องเป็นแนวเหนือ-ใต้ ให้พระอาทิตย์ข้ามหลังคา ขึ้นบันไดไปจะถึงชานบ้านที่ใช้ประโยชน์หลายอย่าง บ้านมีเพียงห้องเดียว มีประตูปิดมิดชิด มีเตาไฟอยู่กลางห้อง ใช้เป็นห้องนอน ห้องครัว ห้องอาหารและห้องรับแขก พ่อแม่จะนอนใกล้เสาเอกซึ่งมีเครื่องเลี้ยงผีแขวนไว้ ลูก ๆ นอนอีกด้านหนึ่งของเตาไฟ หากลูกชายแต่งงานก็จะกันห้องด้วยแผงเตี้ย ๆ และสร้างเตาไฟใหม่ขึ้นอีกหนึ่งเตา หากลูกชายอีกคนแต่งงานก็ต้องสร้างเตาไฟที่นอกชานอีกเตาหนึ่ง ระบบการปกครองแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือแบบราชาการ มีผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้นำชุมชน และแบบจารีตดั้งเดิม มีผู้เฒ่า เรียกว่า “ต๊ะพี” เป็นผู้นำทางจิตใจ หรือเป็นศูนย์รวมจิตใจของผู้คนในชุมชน ซึ่งแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน

คณะนักวิจัยได้แบ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เป็นวิถีวัฒนธรรมชุมชนของชาวละว้าออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1) ด้านความเชื่อ กลุ่มชาติพันธุ์ละว้า เป็นชุมชนเครือญาติที่อยู่รวมกันเป็นครอบครัวใหญ่ มีความรัก ความผูกพัน และดูแลกันเป็นอย่างดี ชุมชนมีความเชื่อเรื่องผี และเชื่อว่าผีมีทั้งผีดีและผีร้ายที่สิงสถิตย์ตามที่แตกต่างกัน เช่น ผีที่เฝ้าครอบครัว ผีฟ้า ผีป่า ผีภูเขา ผีเข้าประตูหมู่บ้าน ซึ่งบางครั้งผีทำให้เกิดความเจ็บป่วยให้แก่คนได้ และมีการตั้งหอผี หรือ “เญี้ยะยู” ทุกชุมชน และบ้านแต่ละหลังจะตั้งเครื่องบูชาผีประจำบ้าน ซึ่งผีก็คือบรรพบุรุษที่ต้องเคารพกราบไหว้บูชา นอกจากนี้ชาวละว้ายังเชื่อในศาสนาพุทธและศาสนาคริสต์ โดยชุมชนบ้านละอูป และบ้านดง จะมีชาวบ้านที่นับถือทั้งศาสนาพุทธและศาสนาคริสต์อาศัยอยู่ร่วมกันอย่างสงบสันติ ซึ่งเป็นวิถีชีวิตที่ผสมผสานความเชื่อแบบผี แบบพุทธ และแบบคริสต์ที่ดำรงอยู่ร่วมกันด้วยความงดงามเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ ชาวบ้านยังมีความเชื่อว่างูเหลือมคือบรรพบุรุษ คนเฒ่าคนแก่จึงห้ามไม่ให้ฆ่างูเหลือม ซึ่งความเชื่อเรื่องงูเหลือมว่าเป็นบรรพบุรุษนี้เองที่ชาวบ้านได้นำประติมากรรมดั้งเดิมให้เป็นลวดลายประดับลงบนผืนผ้าทอ (ลายงูเหลือม)

2) ด้านประเพณี และพิธีกรรม ชาวละว้ารักษาประเพณี พิธีกรรมดั้งเดิมเอาไว้อย่างเหนียวแน่น ไม่ว่าจะเป็นพิธีเลี้ยงผี โดยผู้ที่พิธีจะเป็นผู้ที่มีศาคาอาคม เรียกว่า “ล้า” หรือ “สะมัง” จะเชิญผีมากินอาหารเครื่องเซ่นไหว้ ซึ่งเป็นสัตว์ ไม่ว่าจะเป็นไก่ หมู วัว ควาย หรือสุนัข ซึ่งการเลี้ยงผีก็เพื่อให้ชุมชนอยู่ดีมีสุข เจริญรุ่งเรือง การเพาะปลูกอุดมสมบูรณ์ และป้องกันภัยอันตรายต่าง ๆ ไม่ให้เข้ามา

ทำร้ายคนในครอบครัวและชุมชน ส่วนพิธีกรรมทางศาสนาก็เป็นไปตามความเชื่อทางศาสนานั้น ๆ สำหรับประเพณีการแต่งงาน ชาวละว้าจะต้องแต่งงานกับคนที่มาจากสายตระกูลอื่น และอาจแต่งงานกับคนต่างเผ่าพันธุ์ได้ ทั้งนี้ฝ่ายหญิงจะมีอายุมากกว่าหรือน้อยกว่าคู่สมรสของตนก็ได้ และชาวละว้านิยมการมีผัวเดียวเมียเดียว ขั้นตอนการแต่งงานจะเริ่มจากการที่หนุ่มจะไปจีบสาวโดยการเข้าไปหาหญิงถึงในห้องนอนซึ่งพ่อแม่ก็นอนอยู่ด้วย หากหนุ่มใช้เล่ห์จิกหัวแม่เท้าของหญิงและขับเพลงเชิงขอความรักถึงสามครั้ง แล้วสาวยังไม่ตื่นก็ต้องกลับไป และหากมาอีกจนครบสามครั้งแล้วสาวไม่ยอมลุกขึ้นคุยด้วย ก็แสดงว่าสาวไม่ยอมรับชายหนุ่มผู้นั้น เมื่อหนุ่มสาวคุยกันจนถูกใจกันแล้ว หนุ่มก็จะเริ่มมอบของกำนัลแก่หญิงโดยให้ประมาณปีละสามครั้ง หากหญิงไปรักกับชายอื่นแล้วจะต้องคืนของกำนัลแก่ชายเป็นสองเท่า เมื่อตกลงปลงใจกันแล้วก็จะมีการจับคู่สาว คือแอบขึ้นไปลิดสาวตามประเพณี ซึ่งในคืนนั้นฝ่ายหนุ่มก็จะทำพิธีขอขมาต่อพ่อแม่และผีบรรพบุรุษของฝ่ายหญิง จากนั้นจึงเตรียมการแต่งงาน ก่อนถึงวันแต่งงานหนึ่งวัน ผู้นำทางพิธีกรรมจะทำพิธีสังเคราะห์เมืองเพื่อบอกกล่าวให้ผีเมืองรับรู้ว่าจะมีครอบครัวใหม่อีกครอบครัวหนึ่งแล้ว เมื่อถึงวันแต่งงาน ฝ่ายเจ้าบ่าวและเพื่อนจะไปนอนเฝ้าเจ้าสาว ภายในวันงานจะมีขบวนเจ้าบ่าวและเจ้าสาวไปยังบ้านของเจ้าบ่าว และขบวนยายของเจ้าสาวกับญาติสูงอายุฝ่ายหญิง นำเครื่องใช้และเสื้อผ้าของเจ้าสาวไปส่งที่บ้านเจ้าบ่าว นอกจากนั้นยังมีขบวนชายตั้งแต่คนหนุ่มจนคนแก่นำเงินค่าตัวสาวไปส่งให้แก่ฝ่ายเจ้าบ่าว เมื่อถึงเวลาเย็นหลังจากที่มีขบวนนำเงินค่าตัวสาวแล้ว ญาติผู้ใหญ่ของทั้งสองฝ่ายก็จะนับเงินและเพิ่มเงินให้จนเป็นที่พอใจแล้ว จึงส่งมอบให้แก่คู่บ่าวสาวและสิ้นสุดพิธีการแต่งงาน แต่เจ้าบ่าวและเจ้าสาวยังจะต้องรับแขกต่อไป เมื่อแขกต่างหมู่บ้านลากลับ เจ้าบ่าวเจ้าสาวจะต้องนำเสื้อผ้า และเครื่องดื่มไปส่งแขกที่ปากทางเข้าหมู่บ้านแล้วเลี้ยงดูแขกเป็นครั้งสุดท้าย



ภาพที่ 2 ศาลหอผีหมู่บ้าน และเสาสะก้าง



ภาพที่ 3 การทำผ้าฝ้ายทอมือของละว้า

3) ด้านการแต่งกาย ผู้ชายสวมเสื้อแขนยาวสีขาว เป็นเสื้อที่ใช้เชือกผูกติดกันทางด้านหน้า ซึ่งปัจจุบันใช้กระดุม ชายเสื้อยาวเลยเอวมามาก ส่วนกางเกงเป็นกางเกงขาวยาวสีขาว ซึ่งเป็นสีของผ้าฝ้ายดิบ ผู้ชายนิยมไว้ผมสั้น ในงานพิธีสำคัญเช่นงานแต่งงาน งานศพ จะมีการโกนผมที่ศีรษะ สวมรองเท้าที่ทำจากไม้ แต่สำหรับในปัจจุบัน ผู้ชายสวมเสื้อและกางเกงเหมือนคนไทยโดยทั่วไป เพราะซื้อได้สะดวกกว่า ผู้หญิงสวมเสื้อผ้าฝ้ายสีขาว แขนสั้น ชายเสื้อยาวเลยเอว นุ่งผ้าซิ่น (ผ้าถุง) ยาวเลยเท้า พื้นเป็นสีดำหรือน้ำเงินเข้ม ที่ผ้าทำเป็นลวดลาย มักเป็นลายเส้นยาวที่ทำเป็นสัญลักษณ์ของธารน้ำที่กำลังไหล ชายผ้าซิ่นจะทำเป็นลวดลายแบบเดียวกันด้วย ที่ผ้าซิ่นจะมีแถบลายขนาดใหญ่ มักทำเป็นสีแดง ผู้ชายไม่นิยมสวมเครื่องประดับ ส่วนผู้หญิงนิยมสวมเครื่องประดับ ได้แก่ สวมสร้อยลูกปัดเม็ดเล็ก ๆ เต็มคอ ในอดีตทำจากลูกปัดแก้ว แต่ปัจจุบันเป็นลูกปัดพลาสติก หูก็ประดับด้วยตุ้มที่มีขนาดใหญ่หรือยาวมาก ๆ

4) ด้านภาษา ชาวละว้า มีภาษาพูดเป็นของตนเอง สามารถสื่อสารกันรู้เรื่องระหว่างชุมชน และมีความเจริญด้านภาษา ดังจะเห็นได้จากการสามารถสืบทอดวรรณกรรมผ่านภาษาแบบมุขปาฐะ เรียกว่า “ละซอมแล” ได้ แต่ในรายละเอียดการออกเสียง ระหว่างบ้านละอูบ บ้านดง กับบ้านป่าแป๋ อาจมีบางคำที่ฟังไม่ค่อยรู้เรื่อง และมีสำเนียงพูดแตกต่างกันบ้าง ซึ่งภาษาละว้าที่ใช้พูดกัน เป็นภาษาในตระกูลปะหล่อง ในปัจจุบันชาวละว้ายังคงสื่อสารกันด้วยภาษาประจำถิ่น แต่สื่อสารกับผู้คนข้างนอกด้วยภาษาไทยกลางและภาษาเมือง

5) ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ชุมชนชาวละว้า ที่โดดเด่น คือผ้าทอบ้านดง ซึ่งเป็นผ้าฝ้ายทอมือที่มีเอกลักษณ์ทั้งงดงามโดดเด่น และถ่ายทอดวิถีชีวิตวัฒนธรรมลงบนผืนผ้าได้อย่างกลมกลืน ไม่ว่าจะเป็นลวดลายหนังงูเหลือม ลวดลายลำธาร เป็นต้น สำหรับ

บ้านละอุมมีชื่อเสียงเรื่องการทำเครื่องเงินในระดับประเทศ มีเครื่องเงินลายมะเฟือง ซึ่งเป็นลายเฉพาะของบ้านละอุม มีผู้สืบสานการทำเครื่องเงินมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งมีความละเอียด ประณีต และงดงามเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้บ้านดง บ้านละอุมยังมีผลิตภัณฑ์กาแฟพันธุ์อาราบิก้า ซึ่งมีกลิ่นหอม รสชาติกลมกล่อม และได้รับความนิยมสำหรับผู้ชื่นชอบดื่มกาแฟเป็นอย่างสูง ส่วนบ้านป่าแป๋ มีผลิตภัณฑ์เครื่องประดับสร้อยลูกปัดหลากหลายสีทั้งที่เป็นสร้อยคอและสร้อยข้อมือ รวมทั้งผ้าฝ้ายทอมือที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นและได้รับความนิยมเช่นเดียวกัน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อหาแนวทางหนุนเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ละว้าในจังหวัดแม่ฮ่องสอน

คณะนักวิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึก ประชุมเชิงปฏิบัติการ และสนทนากลุ่มร่วมกับชุมชนชาวละว้าทั้ง 3 ชุมชน เพื่อร่วมกันหาแนวทางในประเด็น ดังนี้ 1) จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนและเชื่อมโยงทั้ง 3 ชุมชน 2) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 3) เครือข่ายด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งผลจากการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ทำให้ 1) ร่วมกันจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบเชื่อมโยงกันระหว่างอำเภอแม่ลาน้อยขึ้นมายังบ้านละอุมเพื่อให้นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมวิถีชีวิต อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ของกลุ่มละว้า นมัสการพระองค์ใหญ่ และสัมผัสวิถีทัศน์ทางธรรมชาติที่สวยงามบนยอดเขาโมซิมเปียง และเยี่ยมชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ไม่ว่าจะเป็นเครื่องเงินละอุม ผ้าทอละอุม กาแฟละอุม และผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่น ๆ รวมถึงการพักค้างคืนบ้านพักโฮมสเตย์ที่เรียบง่าย แต่มีเสน่ห์ดึงดูดใจ เพื่อสัมผัสวัฒนธรรมละว้าในบรรยากาศที่อบอุ่นของพี่น้องชาวละว้า ท่ามกลางความเหน็ดเหนื่อยของอากาศบนยอดดอย รับประทานอาหารประจำถิ่น คือ โด๊ะสะเบือก (สะเบือกหมู-สะเบือกไก่) ที่มีรสชาติอร่อยเฉพาะแบบชาวละว้าเท่านั้น และเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวบ้านดง ด้วยการนำนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมโครงการหลวง ถ่ายภาพและชื่นชมนาขั้นบันไดที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งในจังหวัดแม่ฮ่องสอน เยี่ยมชมวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ ศึกษาวิธีการทำผ้าฝ้ายทอมือ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านดง และพักบ้านพักโฮมสเตย์ รับประทานอาหารประจำถิ่นของชาวละว้า คือ โด๊ะสะเบือก และเชื่อมโยงไปยังชุมชนบ้านป่าแป๋ อำเภอแม่สะเรียง ร่วมเรียนรู้วิถีชีวิตชาวละว้าแบบดั้งเดิม ถักทอสร้อยลูกปัดหลากสีร่วมกับชาวบ้าน ให้อาหารพันธุ์ปลาอนุรักษ์ ชมทุ่งนาข้าวเขียวขจี ที่มีความงดงามเดินศึกษาป่าธรรมชาติ พักค้างคืนโฮมสเตย์ สัมผัสวัฒนธรรมละว้า และทานอาหารประจำถิ่น 2) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน คณะนักวิจัยได้ร่วมกับชุมชนจัดตั้งคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก คือ (1) คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งประกอบด้วยผู้ใหญ่บ้าน ตัวแทนกลุ่มแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยว ตัวแทนกลุ่มโฮมสเตย์ ตัวแทนกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และตัวแทนกลุ่มอาหารและสวัสดิการ มีหน้าที่บริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความปลอดภัย การเจ็บป่วย ความสะอาด การรับ-ส่งนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการทั่วไป การเงิน งานเลขานุการ การรับรอง เป็นต้น (2) คณะกรรมการกลุ่มโฮมสเตย์ ประกอบด้วยประธานกรรมการ กรรมการ และเหรัญญิก และเลขานุการ มีหน้าที่จัดการด้านการคัดเลือกบ้านพักโฮมสเตย์ การดูแลเรื่องความสะอาด การจัดตารางการเข้าพัก การอำนวยความสะดวกด้านที่พักให้กับนักท่องเที่ยว การเงิน และงานเลขานุการ (3) คณะกรรมการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วยประธานกรรมการ กรรมการ เหรัญญิก และเลขานุการ มีหน้าที่ดูแลด้านการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามยอดสั่งของนักท่องเที่ยว การจัดแสดงผลิตภัณฑ์ชุมชน การจัดจำหน่าย การรับรอง การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน และการตลาด (4) คณะกรรมการกลุ่มอาหารและสวัสดิการ ซึ่งเป็นกลุ่มสตรีแม่บ้านเป็นหลัก ประกอบด้วย ประธานกรรมการ กรรมการ เหรัญญิก และเลขานุการ มีหน้าที่ดูแลเรื่องสวัสดิการ เรื่องอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว เรื่องคิวการจัดอาหาร การรับ-จองอาหาร และสวัสดิการอื่น ๆ และ 3) เครือข่ายด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน คณะนักวิจัยและชุมชนทั้ง 3 ชุมได้ประชุมจัดตั้งคณะกรรมการเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งประกอบด้วย ประธานกรรมการ กรรมการฝ่ายต่าง ๆ และเลขานุการ มีหน้าที่ประสานและเชื่อมโยงเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีการส่งนักท่องเที่ยวให้แต่ละชุมชนอย่างเท่าเทียมกัน ในลักษณะร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ เป็นลักษณะผู้ร่วมจัดการท่องเที่ยว ไม่ใช่คู่แข่งกัน ซึ่งแต่ละชุมชนจะต้องช่วยกันอนุรักษ์ สืบสาน และถ่ายทอดประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต และอัตลักษณ์โดดเด่นเฉพาะถิ่นให้กับเยาวชนเพื่อร่วมรักษาให้ดำรงอยู่ตลอดไป และมีการแลกเปลี่ยนกันอย่างสม่ำเสมอ โดยคณะกรรมการทั้ง 3 ชุด จะต้องมีการสื่อสารกันอย่างต่อเนื่องผ่านทางเทคโนโลยีสารสนเทศ คือ เฟซบุ๊ก และไลน์กลุ่ม ซึ่งคณะนักวิจัยจะอยู่ร่วมในเฟซบุ๊กและไลน์กลุ่มด้วย เพื่อร่วมกันขับเคลื่อน เสนอแนะ และส่งเสริมสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เจริญอย่างยั่งยืนต่อไป



ภาพที่ 4 ประชุมจัดทำแผนปฏิบัติการชุมชนละว้า ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

คำถามในการวิจัยข้อที่ 1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลัวะในจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่ผ่านมาเป็นอย่างไร
พบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ลัวะ ไม่ว่าจะเป็นป่าไม้ ภูเขา ลำธาร พืชพรรณ และอัตลักษณ์ วิถีชีวิต ยังมีความอุดมสมบูรณ์ โดดเด่น งดงาม และได้รับการอนุรักษ์ ถ่ายทอด สืบสานมาอย่างต่อเนื่อง ผู้คนภายในชุมชนก็มีความสามัคคี มีความกระตือรือร้น สนใจเรื่องการสร้างความเจริญและแก้ไขปัญหาความยากจนให้กับชุมชน แต่ยังขาดการจัดการเชิงวิชาการเพื่อการบริหารจัดการชุมชนในทุกมิติมีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงต้องมีการวิจัยเพื่อถอดบทเรียน และร่วมกันหาองค์ความรู้ในทุกมิติเข้ามาบริหารจัดการให้ชุมชนสามารถเข้าไปดูแลแก้ไข และร่วมมือกันประสานงานให้เกิดเครือข่ายการจัดการชุมชนท่องเที่ยวที่มีความเข้มแข็ง สามารถดูแลตนเองได้อย่างยั่งยืนต่อไป



ภาพที่ 5 ทูทรัพยากรในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

คำถามในการวิจัยข้อที่ 2 การท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลัวะในจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่ผ่านมาเป็นอย่างไร
พบว่า จากการถอดบทเรียนร่วมกับชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลัวะ ยังไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร มีกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมบ้าง แต่ไม่มากนัก เนื่องจากชุมชนขาดทักษะในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพ ซึ่งในชุมชนมีบ้านพักโฮมสเตย์ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ซึ่งวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ชุมชนที่โดดเด่นเป็นต้นทุนอยู่แล้ว แต่ที่ผ่านมา มีหน่วยงานราชการเข้ามาผลักดันขับเคลื่อนแต่ก็ไม่ต่อเนื่อง ทำให้การจัดการท่องเที่ยวหยุดชะงัก ไม่ได้รับการสานต่อ ไปไม่สุดทาง ชุมชนขาดความเชื่อมั่น จึงอยู่แบบเรียบง่ายตามวิถีชีวิตดั้งเดิม และไม่ให้ความสำคัญในเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนเท่าที่ควร



ภาพที่ 6 ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การจัดการชุมชนด้วยมิติการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ลัวะในจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีประเด็นนำมาอภิปรายผล ดังนี้

การวิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและรูปแบบวิถีวัฒนธรรมชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลัวะในจังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า ชุมชนลัวะมีทรัพยากรทางธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ งดงาม มีทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นเอง และถูกชุมชนสร้างขึ้น มา มีวิถีชีวิต มีนาขั้นบันไดที่สวยงาม มีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่น มีรูปแบบวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นด้านความเชื่อเรื่องผี ซึ่งสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ มีการสร้างหอผี มีพิธีเซ่นไหว้บูชาผี มีความศรัทธาในศาสนาพุทธและศาสนาคริสต์ ด้านประเพณี พิธีกรรม มีการเซ่นไหว้ผี ด้วยการให้ “สะมัง” ทำพิธีเชิญผีมารับเครื่องเซ่นไหว้ เช่น หมู ไก่ เป็นต้น มีประเพณีการแต่งงานที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ตั้งแต่การจีบสาว การดูดสาวจากครอบครัว การขอขมาพ่อแม่และผีบรรพบุรุษ และการจัดพิธีแต่งงาน ด้านการแต่งกาย ผู้ชายแต่งกายด้วยชุดเสื้อขาวแขนยาว กางเกงสีขาว ไม่ประดับตกแต่งเครื่องประดับ ส่วนผู้หญิง แต่งกายด้วยเสื้อสีขาวแขนสั้น นุ่งผ้าซิ่นที่ถักทอเอง ประดับสร้อยคอและสร้อยข้อมือลูกปัดหลากสี ด้านภาษา มีภาษาพูดในตระกูล

ปะหล่อง สื่อสารกันประจำถิ่น มีภาษาที่ถ่ายทอดแบบมุขปาฐะเป็นวรรณกรรม เรียกว่า “ละขอมแล” ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน มีผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น เช่น เครื่องเงินบ้านละอูป ผ้าฝ้ายทอมือบ้านดง กาแฟบ้านดง และสร้อยลูกปัดหลากสีบ้านป่าแป๋ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูติมันต์ สะสอง บุญทวรรณ วิงวอน และสัญญา สะสอง. (2560). การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมผ่านการมีส่วนร่วมของกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน. ที่พบว่า กลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน มีลักษณะแบบสังคมพหุวัฒนธรรม โดยมีอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อที่โดดเด่นเฉพาะกลุ่ม มีทรัพยากรทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ทั้งสายเหนือ-สายใต้ มีการจัดการชุมชนที่ดี ความเป็นมิตร ปลอดภัย และสามารถท่องเที่ยวได้ทั้ง 3 ฤดู

แนวทางหนุนเสริมการท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน จากการร่วมวิจัยแบบมีส่วนร่วม ได้มีการร่วมมือกัน 3 ประเด็น คือ 1) ร่วมกันจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยง 3 ชุมชน เพื่อศึกษาเรียนรู้ด้านวิถีชีวิต อัตลักษณ์ ประเพณี พิธีกรรม และชื่นชมธรรมชาติต่าง ๆ ที่สวยงามของทั้ง 3 ชุมชน 2) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในด้าน (1) คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งดูแลภาพรวมด้านการท่องเที่ยวของชุมชนทั้งหมด (2) คณะกรรมการกลุ่มโฮมสเตย์ (3) คณะกรรมการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และ (4) คณะกรรมการกลุ่มอาหารและสวัสดิการ เพื่อให้การขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ เกิดการบริการที่ประทับใจ และสร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และ 3) เครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้จัดตั้งคณะกรรมการเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 3 ชุมชน เพื่อให้เกิดการส่งต่อนักท่องเที่ยว เป็นการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ด้วยกัน เพื่อให้การดำเนินการด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนขับเคลื่อนไปพร้อมกัน มีประสิทธิภาพ และทั้ง 3 ชุมชนได้รับประโยชน์ร่วมกัน นักท่องเที่ยวก็เกิดความพึงพอใจ และเกิดการบอกต่อ ซึ่งจะทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนต่อไป ซึ่งแนวทางหนุนเสริมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านบ้านทาป่าเปา จังหวัดลำพูน ที่คณะศึกษาดูงานเห็นด้วยกับแนวทางและกระบวนการจัดการชุมชนท่องเที่ยวหมู่บ้านทาป่าเปาในทุกประเด็น และสอดคล้องกับงานวิจัยของชุมพล รอดแจ้ง. (2555). เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี. ที่พบว่า ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว เพราะค่ารถเช่า การแสวงหาสถานที่ทำบุญ การมาไหว้พระ การชมโบราณสถาน และศึกษาศิลปวัฒนธรรม มีคนรู้จักชักชวนมาให้อาหารปลา ทราบจากสื่อออนไลน์ (Internet) เห็นป้ายประชาสัมพันธ์ตามไหล่ทาง มาซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น หนังสือแนะนำการท่องเที่ยวเป็นเส้นทางผ่าน การแนะนำจากรายการโทรทัศน์ และตั้งใจมาทานอาหาร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะสามารถชักชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี

สรุป

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและรูปแบบวิถีวัฒนธรรมชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า ชุมชนละว้ามีทรัพยากรทางธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ งดงาม มีทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นเอง และถูกชุมชนสร้างขึ้นมา มีวิวทิวทัศน์ มีนาขั้นบันไดที่สวยงาม มีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่น มีรูปแบบวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่นเฉพาะกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นด้านความเชื่อเรื่องผี ซึ่งสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ มีการสร้างหอผี มีพิธีเช่นไหว้บูชาผี มีความศรัทธาในศาสนาพุทธและศาสนาคริสต์ ด้านประเพณี พิธีกรรม มีการเซ่นไหว้ผี ด้วยการให้ “ส้มมัง” ทำพิธีเชิญผีมารับเครื่องเซ่นไหว้ มี หมู ไก่ เป็นต้น มีประเพณีการแต่งงานที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ตั้งแต่การจีบสาว การดูดสาวจากครอบครัว การขอขมาพ่อแม่และผีบรรพบุรุษ และการจัดพิธีแต่งงาน ด้านการแต่งกาย ผู้ชายแต่งกายด้วยชุดเสื้อสีขาวแขนยาว กางเกงสีขาว ไม่ประดับตกแต่งเครื่องประดับ ส่วนผู้หญิงแต่งกายด้วยเสื้อสีขาวแขนสั้น นุ่งผ้าซิ่นที่ถักทอเอง ประดับสร้อยคอและสร้อยข้อมือลูกปัดหลากสี ด้านภาษา มีภาษาพูดในตระกูลปะหล่อง สื่อสารกันประจำถิ่น มีภาษาที่ถ่ายทอดแบบมุขปาฐะเป็นวรรณกรรม เรียกว่า “ละขอมแล” ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน มีผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น เช่น เครื่องเงินบ้านละอูป ผ้าฝ้ายทอมือบ้านดง กาแฟบ้านดง และสร้อยลูกปัดหลากสีบ้านป่าแป๋ เป็นต้น และ 2) แนวทางหนุนเสริมการท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า มีการร่วมมือกัน 3 ประเด็น คือ 1) ร่วมกันจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยง 3 ชุมชน เพื่อศึกษาเรียนรู้ด้านวิถีชีวิต อัตลักษณ์ ประเพณี พิธีกรรม และชื่นชมธรรมชาติต่าง ๆ ที่สวยงามของทั้ง 3 ชุมชน 2) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในด้าน (1) คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งดูแลภาพรวมด้านการท่องเที่ยวของชุมชนทั้งหมด (2) คณะกรรมการกลุ่มโฮมสเตย์ (3) คณะกรรมการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และ (4) คณะกรรมการกลุ่มอาหารและสวัสดิการ เพื่อให้การขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ เกิดการบริการที่ประทับใจ และสร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และ 3) เครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้จัดตั้งคณะกรรมการเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 3 ชุมชน เพื่อให้เกิดการส่งต่อนักท่องเที่ยว เป็นการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ด้วยกัน เพื่อให้การดำเนินการด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนขับเคลื่อนไปพร้อมกัน มีประสิทธิภาพ และทั้ง 3 ชุมชนได้รับประโยชน์ร่วมกัน นักท่องเที่ยวก็เกิดความพึงพอใจ และเกิดการบอกต่อ ซึ่งจะทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนเกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านนโยบาย หน่วยงานระดับจังหวัดจัดทำยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนในทุกมิติอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้มีการพัฒนาต่อยอดและแสวงหาแนวทางใหม่ๆ ไปตลอดสาย เพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนให้กับชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอนต่อไป
2. ด้านการวิจัย ควรวิจัยในประเด็นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวชุมชนใหญ่ระดับจังหวัด เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวทั่วทั้งจังหวัดได้อย่างทั่วถึง โดยหาแนวทางในการบริหารจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ด้วยความร่วมมือของคณะนักวิจัยทุกท่านที่ลงพื้นที่ปฏิบัติการวิจัยร่วมกับชุมชนด้วยความมุ่งมั่น อดทน ขอบขอบคุณผู้ให้ข้อมูลและร่วมขับเคลื่อนงานวิจัยอย่างเต็มกำลังความสามารถ ขอบขอบคุณสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลและร่วมขับเคลื่อนงานวิจัยในครั้งนี้ ขอบขอบคุณพัฒนาการจังหวัดและเจ้าหน้าที่ทุกคน นายอำเภอ พัฒนาการอำเภอ พัฒนาการประจำตำบล และวัฒนธรรมจังหวัดแม่ฮ่องสอนทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในทุกๆ ด้านสำหรับการวิจัยครั้งนี้

คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม และแวดวงวิชาการต่อไป และจะนำองค์ความรู้จากการวิจัยครั้งนี้เผยแพร่สู่ชุมชนและร่วมกันขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ชุดิมนต์ สะสอง บุญทวรรณ วิงวอน และสัญญา สะสอง. (2560). การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมผ่านการผลิตร่วมของกลุ่มชาติพันธุ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5 “วิจัยเพื่อความก้าวหน้าและนวัตกรรมธุรกิจ” 19 ธันวาคม 2560 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ชุมพล รอดแจ่ม. (2555). เส้นทางท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม อำเภอปางกระงาย จังหวัดนันทบุรี. ทุนสนับสนุนวิทยาลัยราชพฤกษ์. นิตยา งามยิ่งยง และละอียด ศิลาน้อย. (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวก ในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11(1): 149 – 166.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2550). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ยศ สันตสมบัติ. (2551). อำนาจ พื้นที่และอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์: การเมืองวัฒนธรรมของประเทศไทยในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- รัชฎา ชัยธรรมกุล. (2559). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรมในชุมชน บ้านแสนน อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต. วารสารกระแสนวัฒนธรรม, 17(31): 3-17.
- สัญญา สะสอง และอารีย์ บินประทาน. (2561). การพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านอัตลักษณ์ความเชื่อเพื่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนแพมบก อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. บุรีรัมย์: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- สุดชีวัน นันทวัน ณ อยู่ธยา. (2551). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Hobsbawm, E. J., & Ranger, T. O. (1983). *The Invention of tradition*. Cambridge Cambridgeshire: Cambridge University Press.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

ส่วนที่ 2

บทความที่นำเสนอในรูปแบบโปสเตอร์

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

การพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรมกลุ่มอุตสาหกรรมของ กลุ่มอาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี

Developing the network and cluster industry of the processed meat industry in Ubon Ratchathani province

หทัยรัตน์ ครัวรู้ดี, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹
วิรินดา สุทธิพรหม, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²
ปิยกันันท์ โชติวินิช, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี³
ศิริมล แสนสุข, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁴
ธัชสินี กำแมด, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁵

Email: piyakanit2000@yahoo.co.th

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (คลัสเตอร์) กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าการพัฒนาธุรกิจและการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ทำให้ผู้ประกอบการอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ จ.อุบลราชธานี เพื่อเกิดการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในระดับผู้ประกอบการและระดับคลัสเตอร์ คือผู้ประกอบการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน ด้วยการลดต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม การลดต้นทุนควรพิจารณาจากส่วนของวัตถุดิบและอุปกรณ์เครื่องมือในการผลิต ความสามารถในการแข่งขันที่เกิดจากการสร้างความแตกต่าง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ให้มีผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์สื่อสารการตลาดให้ชัดเจนขึ้น และลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มโอกาสการขายให้มากขึ้น ประการสุดท้ายความสามารถในการแข่งขันที่เกิดจากการตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม ทำให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน สำหรับการสนับสนุนของภาครัฐเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มคลัสเตอร์เจ้าหน้าที่และผู้บริหารมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความร่วมมือของสมาชิกกลุ่มและที่ปรึกษาทำให้ผู้ประกอบการแต่ละรายมีการพัฒนาขึ้น และการรวมกลุ่มมีความเข้มแข็งต่อเนื่อง

คำสำคัญ: อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ แนวทางการพัฒนา คลัสเตอร์

ABSTRACT

The studies shows that the developmental approach of processed meat industry in Ubon Ratchathani province, under the program of creating and developing the network and cluster industry, is development in business and clustering approach, to develop the competition level at the entrepreneurial and clustering level. The businesses can increase the competition level by reducing cost of production, making their products unique, and satisfy the specific needs of the consumer. In cost reduction, cost of raw materials and equipments should be considered. The uniqueness of the product can be the competitive advantage of each firm. Innovation of new products to satisfy the change in taste of the consumer and unique point of sales, also to increase the opportunity of higher sales is significant. Lastly, the ability to satisfy the specific needs of the customers make the firm have more competitive advantage. Government support is a factor contributing to clustering.

Keywords: Meat Processing Food, Development Approach, Cluster

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

³ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁴ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁵ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

บทนำ

นโยบายสำคัญประการหนึ่งของรัฐบาลในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ คือ การส่งเสริมพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Cluster Development) เนื่องจากพิจารณาเห็นว่า “คลัสเตอร์ (Cluster)” เป็นเครื่องมือและกลไกอันสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันและการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของประเทศ คลัสเตอร์ คือ กลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้อง มารวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Geographic Proximity) มีความร่วมมือเกื้อหนุน เชื่อมโยงและเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร (Commonality and Complementary) ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน โดยความเชื่อมโยงในแนวตั้ง (Vertical Linkage) เป็นความเชื่อมโยงของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม ตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และความเชื่อมโยงในแนวนอน (Horizontal Linkage) เป็นความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนด้านต่างๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยพัฒนา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ด้วยการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และสร้างนวัตกรรมร่วมกัน (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2561)

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้ดำเนินกิจกรรมพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (Industrial Cluster Development) ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ซึ่งอุตสาหกรรมดังกล่าวนี้มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวม และเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นยุทธศาสตร์สำคัญของจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีความได้เปรียบในด้านวัตถุดิบ ความชำนาญ คุณภาพ และมีสัดส่วนต่อการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ อย่างไรก็ตามการแข่งขันในอุตสาหกรรมมีความรุนแรงและมีต้นทุนแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น ในช่วงต้นของการพัฒนาเป็นการวางระบบและสร้างความเข้าใจและเรียนรู้ และเพื่อสานต่อการพัฒนาคลัสเตอร์สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี ปีที่ 4 ในปี พ.ศ. 2560-2561 เพื่อให้มีการดำเนินงานอย่างที่เข้มแข็งอย่างต่อเนื่องต่อไป โดยได้จัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่การคัดเลือกผู้ประกอบการ การประชุมชี้แจง การทบทวนและปรับปรุงโครงสร้างการบริหารกลุ่ม การกำหนดแผนกลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาคลัสเตอร์ รวมถึงการจัดกิจกรรมศึกษาดูงาน (ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7, 2560)

จากความเป็นมาข้างต้นทำให้เห็นถึงความสำคัญในการศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจและการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ทำให้ผู้ประกอบการอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ จ.อุบลราชธานี เพื่อนำไปสู่การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในระดับผู้ประกอบการและระดับคลัสเตอร์ต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาธุรกิจและการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ทำให้ผู้ประกอบการอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ จ.อุบลราชธานี เกิดการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในระดับผู้ประกอบการและระดับคลัสเตอร์

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาธุรกิจและการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ทำให้ผู้ประกอบการอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ จ.อุบลราชธานี

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ จ.อุบลราชธานี
2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ประกอบการอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ จ.อุบลราชธานี จำนวน 20 คน ที่ปรึกษาการรวมกลุ่มคลัสเตอร์อาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ จ.อุบลราชธานี จำนวน 3 คน และตัวแทนศูนย์อุตสาหกรรมภาคที่ 7 ที่ให้การสนับสนุนโครงการการรวมกลุ่มคลัสเตอร์อาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ จ.อุบลราชธานี จำนวน 3 คน

การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) สฎางค์ จันทวานิช (2553) กล่าวถึง ความสำคัญของการตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพไว้ว่า ในการวิจัยเชิงคุณภาพเรามักจะได้ยินเสมอว่า มีผู้สงสัยในความแม่นยำและความน่าเชื่อถือของข้อมูล เพราะแคลงใจในความลำเอียงของนักวิจัยที่อาจเกิดขึ้นเมื่อได้ไปคลุกคลีกับปรากฏการณ์และผู้ให้ข้อมูล นักวิจัยเชิงคุณภาพตระหนักดีถึงข้อสงสัยนี้ และได้วางมาตรการที่จะป้องกันความผิดพลาด นั่นคือ การตรวจสอบข้อมูลก่อนทำการวิเคราะห์ การตรวจสอบข้อมูลที่ใช้กันมากในการวิจัยเชิงคุณภาพคือการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า วิธีการวิจัยครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ที่ประกอบด้วยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลในลักษณะการตรวจสอบข้อมูลสามเส้า คือ ผู้ประกอบการ ที่ปรึกษากลุ่มคลัสเตอร์ และตัวแทนผู้สนับสนุนโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย เริ่มจากการทบทวนวรรณกรรมและประชุมสมาชิกกลุ่มคลัสเตอร์ เพื่อกำหนดสถานที่ศึกษาให้เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อสมาชิกกลุ่มคลัสเตอร์ แล้วทำการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มถึงข้อมูลที่ได้จากการศึกษา และทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาธุรกิจและการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ทำให้ผู้ประกอบการอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ จ.อุบลราชธานี เกิดการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในระดับผู้ประกอบการและระดับคลัสเตอร์

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (คลัสเตอร์) จากการศึกษาฐาน ดังนี้

1.1 บริษัทผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์จากไก่ส่งขายในและต่างประเทศ มีโรงงานมาตรฐานส่งออก ในการศึกษาฐานครั้งนี้ได้มีกิจกรรมต่างๆ ดังต่อไปนี้

(1) รับฟังการนำเสนอเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท ในส่วนของผลิตภัณฑ์ไก่ส่งออก โดย เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของบริษัทเป็นผู้แนะนำและให้ข้อมูล ในการศึกษาฐานของกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์ จ.อุบลราชธานี ในครั้งนี้ ได้เข้าศึกษาฐานในส่วนของโกสัด (SLH) และโกปรงสุก (CPD) ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์จากทั้งสองโรงงานเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก ในส่วนของโรงงานผลิตโกสัด หรือ Slaughter House Plant มีการผลิตไก่จำนวน 295,000 ตัว ต่อวัน โดยมีเป้าหมายการผลิตเพิ่ม 300,000 ตัว ต่อวัน มีพนักงาน 434 คน คนงาน 5,611 คน ผลิตภัณฑ์ โกสัดมีผลิตเพื่อส่งออกเท่านั้น ส่วนที่ขายในประเทศจะเป็นเครื่องในและเศษไก่ การรับไก่มาจากสองส่วน คือ รับจากฟาร์มของบริษัท ร้อยละ 15 และรับจาก Sub Contract Farm ร้อยละ 75 โดยระยะทางไม่เกิน 200 กิโลเมตร กระบวนการผลิตแบ่งเป็น 3 ส่วนหลัก คือ ส่วน High Risk, ส่วน Medium Risk และ ส่วน Low Risk

สำหรับส่วน Low Risk เริ่มจากการนำไก่อายุ 39-41 วันเข้าสู่โรงงาน การนำไก่เข้าสู่โรงงานจะมีการตรวจรถขนส่งที่มีการป้องกันการเปลี่ยนถ่ายไกระหว่างฟาร์มและระบบ GPS ตรวจเส้นทางการวิ่งของรถ เมื่อไก่มาถึงโรงงานจะพักไก่ 30 นาที ลอดอุณหภูมิลด อุณหภูมิไก่ ด้วยการเป่าพัดลม/สเปร์ยละอองน้ำให้ไก่สงบที่สุดเพื่อลดความเครียดของไก่ เนื่องจากถ้าไก่อเครียด เนื้อไก่จะไม่นุ่ม เสร็จแล้วแขวนไก่ในพื้นที่ที่มีแสงสีฟ้า ความเข้มของแสงสีฟ้า ทำให้ไก่มองไม่เห็นด้านนอก ลดความเครียด การแขวนไก่จัดเป็น 2 โหล่น และมีอัตราการผ่าน 150 ตัว ต่อนาที ต่อโหล่น รวมเป็น 300 ตัว ต่อนาที แล้วผ่านเครื่องลูบหน้าอกไก่ ก่อนเข้าผ่านเครื่อง water bath และผ่านกระบวนการใช้น้ำร้อนช็อกไก่ให้หมดสติ โดยอิงตามน้ำหนักเฉลี่ยของไก่ในแต่ละล็อต 30 วินาที แล้วเชือด หากไก่เสียชีวิตก่อนต้องแยกออก เนื่องจากจะไม่สามารถส่งออกได้ แต่สามารถนำมาขายในประเทศไทยได้ กระบวนการเชือดต้องเชือดโดยผู้เชือดชาว muslim ที่ต้องปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานฮาลาล ผ่านตัวกรอง ผสมน้ำเกลือ เป็น Blood Cake แล้วส่งไก่ไปจุ่มในน้ำร้อนเพื่อเปิดรูขุมขน ทำให้ง่ายต่อการถอนขนไก่ สำหรับขนไก่จะถูกส่งไปยังโรงงานถอนขน เพื่อผลิตเป็นอาหารสัตว์ ด้วยวิธีการบดขนไก่ คั้นน้ำอบแห้ง บดผง ส่วนหัวส่งเป็นอาหารปลา ส่วนขาและเล็บส่งโรงงานอาหารสัตว์ สำหรับส่วนที่เป็นเครื่องใน ไก่ทุกตัวจะเคลื่อนตามสายการผลิตเข้าสู่เครื่องคว้านเครื่องในอัตโนมัติ โดยเริ่มต้นที่ชั้นตอนกรีด ผ่า และล้าง ซึ่งทำให้การคว้านเครื่องในได้มาตรฐานเท่ากันทุกตัว ซึ่งมีความแตกต่างจากการคว้านด้วยแรงงาน ในขั้นตอนนี้จะมีเจ้าหน้าที่กรมปศุสัตว์เข้าตรวจสอบ และหากพบปัญหาจะรายงานกลับไปยังฟาร์ม เพื่อแก้ปัญหาต่อไป

ส่วนที่สองคือจุดความเสี่ยง High Risk เริ่มจากการล้างไก่ด้วยแรงดันน้ำ ฉีดล้างไก่ ทำให้ได้ไก่ที่มีผิวเนียน โดยใช้ น้ำ 1.5 ลิตร ต่อตัว เมื่อไก่ผ่านการล้างภายนอก/ภายใน แล้วจึงนำไปพักไว้ในอุณหภูมิ 4 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 85 นาที แล้วนำเข้าเครื่องสะเด็ดน้ำ ส่งต่อไปยังกระบวนการตักแต่งไก่ 5 ส่วน คือ Breast, Wing, Fillet, Leg (Thigh+Drum Stick) และ Bone ส่วนซีโคร่งส่งต่อไปยังโรงงานทำน้ำซุสไก่ จากนั้นมีการตัดแต่งชิ้นส่วนของไก่ให้เป็นรูปร่างตามสเปกที่ลูกค้าสั่ง (Special Cutting) เช่น ไก่ปีอบ ไก่คาราอาเกะ โดยลูกค้าเอเชียนิยมเนื้อในส่วนสะโพกและน่อง ลูกค้ายุโรปนิยมเนื้อส่วนหน้าอก ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ต้องระมัดระวังไม่ให้เกิดการปนเปื้อนของจุลินทรีย์ ส่วนสุดท้ายคือส่วนที่สาม Medium Risk เป็นขั้นตอนการตรวจสอบการปนเปื้อน ตรวจจับโลหะ เศษลุมมือ เศษผม และเก็บโกสัดไว้ในอุณหภูมิ 4 องศาเซลเซียส โดยในอุณหภูมินี้สามารถเก็บได้ 1 เดือน ส่วนไก่ Frozen ที่อุณหภูมิติดลบสามารถเก็บได้ถึง 18 เดือน นอกจากนี้บริษัทยังทำการผลิตไก่ยาคิโทริ หรือไก่เสียบไม้ มีการหมักและเสียบไม้ส่งประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ควบคู่กับความต้องการของลูกค้าและสินค้าพรีเมียมต่างๆ

(2) เยี่ยมชมโรงงานชำแหละไก่และซิมไก่ทอดส่งออก หลังจากรับฟังการบรรยายขั้นตอนการผลิตไก่แล้ว ทางโรงงานเปิดโอกาสให้ผู้เข้าศึกษาฐานเข้าเยี่ยมชมกระบวนการผลิตของบริษัท โดยเดินเปิดประตูออกจากห้องประชุมจะสามารถมองเห็นส่วนของโรงงาน ซึ่งสามารถชมกระบวนการผลิตผ่านกระจกแต่ไม่สามารถบันทึกภาพได้ สำหรับกระบวนการผลิตเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างเครื่องจักรและคนงาน จากไก่ที่แขวนในไลน์เลื่อนมาตามสายพานการผลิต การจัดระบบเส้นทางทำให้เกิดการใช้พื้นที่เป็นไปอย่างคุ้มค่า คุณทวีพรได้เล่าถึงการปรับปรุงการทำงานจากข้อเสนอแนะของคนงานแล้วนำมาปรับกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น สำหรับการจ่ายค่าจ้างของพนักงาน จะมีการจ่ายค่าจ้างตามระยะเวลาทำงานปกติคือวันละ 8 ชั่วโมง และคิดเพิ่มให้ตามจำนวนน้ำหนักไก่ที่ผ่านการตัดแต่ง ซึ่งในส่วนนี้ส่งผลให้พนักงานเกิดความตื่นตัวและตั้งใจทำงานมากขึ้นเพื่อให้ได้รายได้ที่มากขึ้นตามชิ้นงานของแต่ละคน ก่อนคณะศึกษาฐานจะออกจากบริษัท ได้ลองชิมไก่ทอดยาคิโทริ ไก่ปีอบ และนึ่งไก่ต้ม ใหม่ สด อร่อย จากโรงงาน

(3) ผู้เข้าศึกษาฐานได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการจัดการโรงงานและการจัดการบุคลากรจากบริษัท ตลอดจนร่วมกันแสดงความคิดเห็นระหว่างคณะกรรมการกลุ่ม ผู้ประสานงานกลุ่ม (CDA) และสมาชิกกลุ่ม พร้อมทั้งร่วมกันหารือเกี่ยวกับการจัดการกระบวนการผลิตของกลุ่มโดยได้แนวคิดไว้ว่า ทุกสถานประกอบการต้องใช้สิ่งที่ตนมีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การใช้อุปกรณ์การผลิตให้คุ้มค่า การใช้พนักงานตามศักยภาพและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการจัดสายการผลิตให้เหมาะสมกับพื้นที่สถานประกอบการของตน เป็นต้น

1.2 ร้านเบเกอรี่ชื่อดัง ในการศึกษาดูงานครั้งนี้ได้มีกิจกรรมต่างๆ ดังต่อไปนี้ กิจกรรมหลักเป็นร้านขายของฝาก ริมถนนสายเอเชีย ฝั่งเข้ากรุงเทพฯ นอกจากของฝากแล้วด้านหน้ายังมีร้านขายกาแฟ และร้านอาหาร รวมไปถึงบริการห้องจัดเลี้ยง สัมมนา กรู๊ปทัวร์ พร้อมสถานที่จอดรถกว้างขวาง โดยมีโรงงานผลิตสินค้าตั้งอยู่ด้านหลัง ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว ซึ่งเดินทางจากเส้นทางอื่น และได้เดินทางผ่านร้านอื่นมาก่อน นับเป็นจุดอ่อนของร้านคือเป็นร้านท้ายๆ ในเส้นทางขากลับของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ากรุงเทพฯ ทางร้านจึงใช้กลยุทธ์ในการให้บริการ ที่หลากหลายในรูปแบบร้านขายของฝาก ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ห้องจัดเลี้ยง และสถานที่จอดรถที่กว้างขวาง ร้านขายของฝากที่มีผลิตภัณฑ์มากกว่า 2,000 รายการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารหลากหลายประเภทภายใต้แบรนด์เดียวกัน เช่น ขนมเค้กเนือปลาช่อน ปลาช่อนทุบ ขนมเปียะไส้ก้าง ปลาช่อน ปลาช่อนแดดเดียว ข้าวเกรียบปลาช่อน ทองม้วนปลาช่อน ทองม้วนมะรุ้ม ลูกก๊ี้ปลาช่อน ทอดมันปลา ไส้กรอกปลาช่อน ขนมเปียะนมสด ขนมเปียะกล้วยไข่ชิ้นใหญ่ ขนมเปียะกระชายดำ ขนมเปียะกุหลาบ ไวน์ กุนเชียงปลา ขนมนมจิ และผลิตภัณฑ์ของฝากอื่นๆ ที่มาจากทั่วประเทศ ตั้งแต่ของฝากทางเหนือไปจนถึงโรตีสายปัดตานี สำหรับผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ไม่มีวางจำหน่ายในร้านอื่นๆ ในส่วนของร้านอาหารใช้ชื่อร้านกั้งหันลม ให้บริการอาหารที่มีเมนูอาหารหลากหลาย โดยมีเมนูปลาช่อนที่ขึ้นชื่อของจังหวัด สถานที่มีห้องแอร์และส่วนภายนอกที่เห็นบรรยากาศทิวทัศน์ริมถนนสายเอเชีย ร้านกาแฟที่ให้บริการแบบเชื่อมโยงการส่งเสริมการตลาดกับร้านขายของฝาก และยังมีส่วนบริการจัดเลี้ยงให้บริการจัดเลี้ยงทุกรูปแบบและลูกค้าทัวร์ท่องเที่ยวด้วย

ทายาทรุ่นปัจจุบันของกิจการเป็นผู้ให้การต้อนรับผู้ประกอบการสมาชิกคลัสเตอร์ และบรรยายให้ผู้ศึกษาดูงานฟังว่าตนเริ่มเข้ามาดำเนินธุรกิจของครอบครัวต่อจากบิดามารดา หลังจากที่ได้เรียนจบ ซึ่งกิจการเริ่มเปิดดำเนินการมากกว่า 30 ปี โดยมีสาขาแรกเปิดดำเนินการบริเวณตลาดในตัวเมืองสิงห์บุรี และต่อมาได้ขยายสาขาใหม่บริเวณถนนสายเอเชีย ซึ่งเป็นที่ตั้งในปัจจุบันในช่วงประมาณ 20 ปีมาแล้ว ผู้ว่าราชการจังหวัดในขณะนั้น กล่าวว่าจังหวัด ไม่มีเทศกาลหรือกิจกรรมประจำจังหวัดเหมือนดังจังหวัดใกล้เคียง ดังนั้น จังหวัดควรหากิจกรรมที่เป็นไฮไลท์ประจำจังหวัดเพื่อเป็นการสร้างความสนใจให้กับประชาชนและนักท่องเที่ยว เหมือนกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนั้นจึงได้จัดให้มีการประกวดการทำอาหารหวานจากปลาช่อน ร้านเบเกอรี่นี้มีชื่อเสียงด้านการทำเบเกอรี่เป็นทุนเดิม จึงคิดที่จะนำปลาช่อนมาทำเป็นขนมเพื่อสร้างความแปลกใหม่ และแตกต่างจากผู้ประกอบการอื่นๆ โดยมีการพัฒนาทดลองการนำปลาช่อนซึ่งเป็นอาหารความน่าเป็นของหวาน โดยช่วงเริ่มต้นได้มีความพยายามนำเนื้อปลาช่อนมาทำเป็นขนมหวานด้วยวิธีการต่างๆ เช่น เอาเนื้อปลาช่อนมาทอดทำเป็นปลาเค็ม ใส่ในเนื้อเค้ก และพัฒนามาสู่การใช้เนื้อปลาสดด้วยวิธีดองเกลือ แล้วเนื้อแยกออกจากก้าง นำเนื้อมาคลุกกับสมุนไพรสูตรเฉพาะเพื่อดับกลิ่นคาว นำลงทอด ในที่สุดสามารถพัฒนาเอาเนื้อปลาช่อนมาทำขนมได้ทุกชนิดเทียบเท่ากับเนื้อมะพร้าว ในช่วงเวลาต่อมาพัฒนาไปสู่การใช้ส่วนก้างของปลาช่อนนำมาทอดกรอบ แล้วบดให้ละเอียดเพื่อทำเป็นไส้ขนมเปียะ สำหรับเครื่องในปลานำไปปรุงเป็นอาหารในร้านอาหาร หลังจากงานประกวดในครั้งนั้น มีสื่อทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นไอเดียที่แปลกใหม่น่าสนใจ เมื่อเอาเนื้อปลาช่อนไปทำขนมหวานและไม่มีกลิ่นคาว ทั้งยังนำก้างปลาช่อนไปทอดเพื่อแปรรูปเป็นไส้ขนม โดยการนำมาบดให้ละเอียดผสมกับสมุนไพร เป็นผลิตภัณฑ์ขนมเปียะก้างปลาช่อน นับตั้งแต่นั้น จังหวัดสิงห์บุรีจึงได้ริเริ่มเทศกาลกินปลาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่และส่งเสริมอาหารที่ทำจากปลาช่อนของลำน้ำแม่ลาที่มีรสชาติอร่อยกว่าลำน้ำอื่น ปลาช่อนแม่ลา เป็นผลิตภัณฑ์อาหารของจังหวัดสิงห์บุรีที่มีชื่อเสียงโด่งดัง เดิมมักนิยมทำเป็นอาหารปรุงสุกหรือปลาช่อนแดดเดียว และเพื่อสืบสานตำนาน “แม่ครัว หัวป่า” จากประเพณีและวัฒนธรรมพื้นบ้านของจังหวัด ให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป จากคำขวัญ “ถิ่นวีรชนคนกล้า คู่หล้าพระนอน นามกระฉ่อนช่อนแม่ลา เทศกาลกินปลาประจำปี” หลังจากได้รับฟังการบรรยายสมาชิกกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี ได้ชักถามประเด็นข้อสงสัยเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมจากเจ้าของ และได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน ก่อนที่จะได้มีการเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของร้านเบเกอรี่ และได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยสมาชิกบางท่านกล่าวว่า ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปเป็นแรงบันดาลใจในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ของตน บางท่านจะซื้อไปเป็นของฝากเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ซึ่งทางร้านได้นำของคาวมาแปรรูปเป็นของหวานและมีรสชาติดี บางท่านต้องการซื้อเบเกอรี่ที่มีรูปร่างสวยงาม สีสนะดูดีตา เป็นต้น

1.3 กิจกรรมหมู่และผลิตภัณฑ์ต่อยอด ในการศึกษาดูงานครั้งนี้ได้มีกิจกรรมต่างๆ ดังต่อไปนี้ กรรมการผู้จัดการบริษัท บรรยายให้คณะศึกษาดูงานถึงความเป็นมาของธุรกิจครอบครัวว่าเดิมเป็นทำธุรกิจหมู่มากกว่า 20 ปี ซึ่งหมู่หมู่เป็นหนึ่งในภูมิปัญญาท้องถิ่นในการถนอมอาหาร ทำให้สามารถเก็บรักษาไว้ได้รับประทานได้นาน โดยพัฒนาเป็นของฝากและขึ้นทะเบียนเป็นของดีประจำจังหวัด ต่อมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์โอท็อป และเป็นสินค้าประจำจังหวัด เมื่อหมู่หมู่ขายดีทำให้เกิดการแข่งขันสูงจนราคาต่ำลงจึงต้องหาตลาดใหม่โดยไปวางขายที่สนามบินดอนเมือง มีนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาซื้อผลิตภัณฑ์หมู่หมู่ถล่มถล่มถึงเนื้อจะแซ่ซี้ได้พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อจะแซ่ในเวลาต่อมา ในช่วงแรกได้ลองนำวัตถุดิบเนื้อจะแซ่จากซูเปอร์มาร์เก็ต มาแปรรูปและทดลองขายที่สนามบินดอนเมือง พบว่ามีลูกค้าให้ความสนใจและซื้อผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมาก แต่ปัญหาของผลิตภัณฑ์ในช่วงแรกจะมีระยะเวลาเก็บรักษาสั้นประมาณ 2 เดือน ทำให้ต้องมาวิเคราะห์ หาแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีอายุยาวนานมากขึ้น จากการวิเคราะห์วัตถุดิบจากเนื้อจะแซ่ ซึ่งเป็นสัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ เนื้อจะแซ่จะมีความชื้นสูงกว่าเนื้อหมูหรือเนื้อไก่ที่ทางร้านเคยผลิต กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาการทำหมู่หมู่แบบดั้งเดิมของครอบครัวโดยวิธีการใช้หมกและทอดลงในห้องแล็บเป็นเวลา 2 ปี ทำให้ได้กระบวนการผลิตที่ทำการดึงน้ำออกให้หมดแล้วจึงนำไปอบแห้งก่อนทุบ ทำให้ผลิตภัณฑ์อยู่ได้

นานด้วยตัวเองโดยไม่ต้องใช้สารกันบูด หลังจากนั้นได้พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์จากจระเข้หลากหลายรูปแบบ เช่น เนื้อจระเข้แห้ง เนื้อจระเข้ทุบ จะเข้ผัดพริกสมุนไพโร จะเข้กะเพรา จะเข้พริกไทยดำ จะเข้ผัดขอสเสวนพริกหมอลำ วัตถุดิบในส่วนเนื้อจระเข้เป็นเนื้อส่วนหางที่ไม่มีไขมัน รับมาจากโรงเชือดกลาง แล้วนำมาแปรรูปในร้าน การบริหารการผลิตในร้านสามารถใช้พื้นที่ไม่มากแต่ทำประโยชน์ได้มาก ตลอดกระบวนการ มีการพัฒนาการผลิตที่ใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่ทำให้ประหยัดเนื้อที่และแรงงานในการผลิตมากขึ้นจากเดิม ช่องทางการจัดจำหน่ายนอกจากหน้าร้านที่จังหวัดแล้ว ยังส่งขายในจุดที่ลูกค้าชาวจีนให้ความนิยม เช่น สนามบินดอนเมือง สยามพารากอน เอ็มควอเทียร์ เอ็มโพเรียม เชียงใหม่ พัทยา

ผู้ประกอบการเริ่มจากธุรกิจขนาดเล็กในครอบครัว คุณพ่อและคุณแม่เริ่มจากการทำผลิตภัณฑ์หมูทุบจากภูมิปัญญาดั้งเดิม โดยขยายการแปรรูปไปสู่ไก่ และเนื้อจระเข้ การพัฒนาด้านการผลิตได้รับมาตรฐาน ออย. และ GMP อีกทั้งปรับการผลิตจากเนื้อสดปรุงรสด้วยสูตรที่มีรสชาติเฉพาะที่ผู้บริโภคนิยม เช่น ผสมสมุนไพโร พริกไทยดำ หืดหอม จากนั้นทำการตากแดดโดยใช้หลังคาโปร่งแสงและมีมุ้งลวดกันแมลงและสัตว์รบกวน อีกทั้งสะดวกในวันที่มีฝนทำให้ไม่เกิดความเสียหายจากการเปียกชื้น การوريدน้ำด้วยเครื่องดีไฮเดรตนำเข้าจากประเทศจีน เพื่อดึงน้ำออกจากเนื้อจระเข้ ทำให้ประหยัดเวลาและแรงงาน เดิมการทุบโดยใช้อุปกรณ์เป็นฆ้อนกับเขียงไม้ด้วยแรงคนที่ต้องใช้ทักษะและกำลังคนเพื่อให้ได้เนื้อทุบที่มีรูปร่างและขนาดที่สวยงาม ส่งบรรจุขายได้แบบรวดเร็ว เน้นการทำตลาดโดยการสร้างเรื่องราว (Story) ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคทราบประวัติความเป็นมาและประโยชน์จากผลการวิจัยของผลิตภัณฑ์ ในปัจจุบันมีการปรับการทุบเป็นการรีดโดยเครื่องรีดทำให้ใช้แรงงานคนลดลงและได้ผลผลิตมากขึ้น การพัฒนาด้านการตลาดโดยผู้ประกอบการรุ่นที่ 2 ซึ่งดำเนินการเชิงรุกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าหลัก การตั้งราคาที่ถูกค่าสามารถซื้อได้ การหาช่องทางการจัดจำหน่ายที่มากขึ้น ขยายจากหน้าร้านเดิมและร้านของฝากในจังหวัดสิงห์บุรี เพิ่มไปยังซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า การออกร้านในงานแสดงสินค้า ร้านค้าที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมทั้งการขายออนไลน์และการประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้การแปรรูปเนื้อจระเข้เป็นที่รู้จักเป็นอย่างมากในตลาดลูกค้าชาวจีน อีกทั้งแนวคิดและวิธีการการดำเนินการ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทำให้มีนิตยสารและสื่อต่างๆ เข้าสัมภาษณ์และเผยแพร่เรื่องราวต่างๆ ของออกไปอย่างแพร่หลาย

กิจการขนาดเล็กเริ่มจากการที่สามารถนำภูมิปัญญาของบรรพบุรุษมาปรับใช้กับผลิตภัณฑ์และมีการต่อยอดจากทายาทรุ่นที่ 2 รวมทั้งได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาปรับใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน พร้อมทั้งได้สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งโดยการขยายผลิตภัณฑ์แปรรูปเนื้อจระเข้ และ ตัวผู้ประกอบการเองมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในการประกอบธุรกิจของตน โดยตัวผู้ประกอบการสามารถประชาสัมพันธ์ให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์ของตนได้ ด้วยคุณสมบัติและทักษะด้านการตลาดตลอดจนการปรับใช้พื้นที่ที่มีขนาดจำกัดแต่สามารถใช้ประโยชน์ทุกตารางเมตรในบริเวณโรงงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนความขยัน อดทน กล้าที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนให้ผู้บริโภครับรู้และสนใจในผลิตภัณฑ์ รวมทั้งได้มีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมและหาเครือข่ายการทำธุรกิจให้ขยายกว้าง จึงทำให้กิจการมีความเจริญก้าวหน้าและมียอดขายทั้งทางคู่แข่งได้ ตัวอย่างหนึ่งของความสำเร็จด้านการตลาด กิจการได้ใช้ความพยายามขยายตลาดไปสู่ตลาดต่างประเทศ เช่น ตลาดต่อยอดร่วมกับบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นการร่วมมือส่งออกไปยังตลาด AEC โดยเริ่มจาก ประธานสมาพันธ์ SME ทีมการตลาด หาผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นในประเทศไทย ประสานกับสายการบินแห่งหนึ่งและตลาดต่อยอดทั้งนี้ยังดำเนินการเชิงรุกในการสร้างเครือข่ายทางการค้าที่หลากหลาย หลังจากผู้ศึกษาดูงานเข้าเยี่ยมชมกิจการแล้ว เห็นพ้องกันว่า กิจการ มีขนาดไม่แตกต่างจากกิจการส่วนใหญ่ของกลุ่มคลัสเตอร์ ซึ่งสามารถใช้พื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดเต็มศักยภาพ และใช้บุคลากรที่มีจำนวนน้อยแต่เกิดประสิทธิภาพสูง รวมทั้งตัวผู้ประกอบการอายุน้อย ไม่ถึง 30 ปี ที่มีลักษณะมุ่งมั่น ขยัน อดทน เป็นบุคคลที่เป็นเยี่ยงอย่างและน่ายกย่อง ทั้งนี้ผู้ศึกษาดูงานต่างได้สอบถามและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างเจ้าของกิจการและผู้ศึกษาดูงาน ตลอดจนได้มีการเจรจาเพื่อสร้างเครือข่ายในการนำสินค้าของกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี เข้าร่วมจำหน่ายในตลาดต่อยอดที่ร่วมเป็นสมาชิกอยู่ โดยกล่าวว่าหากทางกลุ่มคลัสเตอร์ฯ ต้องการนำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมาจำหน่ายในตลาดต่อยอด กลุ่มคลัสเตอร์ฯ สามารถส่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ มายังตนแล้วตนจะช่วยดูแลและนำไปวางจำหน่ายให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทำให้ผู้ศึกษาดูงานเกิดความประทับใจเป็นอย่างยิ่ง

2. แนวทางการพัฒนาธุรกิจและการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (คลัสเตอร์) กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม มีดังนี้

แนวทางการพัฒนาธุรกิจ

1. การใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบให้คุ้มค่า เช่น ร้านเบเกอรี่ใช้เนื้อปลาในการทำขนมเค้ก คูกี้ ไอศกรีม ส่วนข้างปลานำมาบดทำไส้ขนมเปียะ โรงงานแปรรูปไก่ใช้ทุกส่วนของไก่ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ชิ้นส่วนไก่สดตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ไก่ปรุงสุกตามสูตรที่พัฒนาพร้อมตามความต้องการลูกค้าในและต่างประเทศ หัวไก่/คอไก่/ขาไก่ ผลิตเป็นอาหารสัตว์ เป็นต้น ผู้ประกอบการสมาชิกกลุ่มคลัสเตอร์อาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ จ.อุบลราชธานี บางรายมีประสบการณ์ในการอบรมหลักสูตรลดของเสียและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากของเหลือใช้ในกระบวนการผลิต บางรายจะนำไปหาแนวทางใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบเหลือใช้เพื่อเพิ่มรายได้ต่อไป

2. การสร้างความแตกต่างของสินค้า เช่น จากการศึกษาการทำธุรกิจหมูทุบปรับเพิ่มสายผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มชาวจีน โดยใช้วัตถุดิบเป็นเนื้อส่วนหางของจระเข้มาทำเป็นจระเข้ทุบ

3. การปรับการผลิตเพื่อลดต้นทุนและเวลาในการผลิต เช่น กิจกรรมหมูทุบการปรับโรงเรือนโดยใช้พื้นที่ด้านล่างในการผลิตและชั้นสองเป็นลานตากเนื้อ โดยชั้นล่างแบ่งเป็นส่วนการอบไล่เนื้อและอบสุก เครื่องอบนำเข้าจากประเทศจีน ช่วยลดระยะเวลาในการตากและทำให้เนื้อนุ่มและมีความชื้นที่มีเนื้อสัตว์ได้อย่างดี มีการใช้เครื่องรีดแทนการทุบ ทำให้ประหยัดเวลาและแรงงานในการผลิตได้มาก ชั้นสองทำหลังคาเป็นกระเบื้องโปร่งแสง เพื่อให้แสงแดดส่องถึงและป้องกันเนื้อเปียกจากฝนตก ด้านข้างใช้มุ้งลวดและสแลนป้องกันแมลงและสัตว์รบกวนขณะตากเนื้อสัตว์ ในแนวทางนี้ ผู้ประกอบการสมาชิกกลุ่มคลัสเตอร์การแปรรูปเนื้อสัตว์ในรายที่ต้องใช้การตากเนื้อ สามารถนำไปปรับพื้นที่การผลิตเดิมให้เป็นรูปแบบที่ศึกษาดูงานมาได้เลย ซึ่งต้นทุนไม่สูงมากนัก ใช้พื้นที่เดิมได้คุ้มค่าและป้องกันการเปียกจากน้ำฝนได้ ส่วนการใช้เครื่องไล่ความชื้นยังคงต้องศึกษาถึงต้นทุนและมูลค่าเพิ่มก่อนตัดสินใจซื้อเครื่องไล่ความชื้นต่อไป ในบางรายเคยประสบปัญหาการทำหมูทุบ โดยไม่สามารถทุบได้ในระดับที่พอดี การใช้เครื่องรีดจึงเป็นทางเลือกที่มีต้นทุนที่สามารถผลิตสินค้าเพื่อขายได้

4. การพัฒนาการผลิตให้มีมาตรฐานมากขึ้น โดยหากเริ่มจากการเป็นสมาชิกกลุ่มที่จะใช้โลโก้กลุ่มในการสื่อสารการตลาด อย่างน้อยที่สุดต้องได้รับมาตรฐาน อย. ส่วนผู้ประกอบการที่ได้รับรองมาตรฐาน อย. แล้ว พัฒนาต่อไปสู่การขอรับมาตรฐาน Primary GMP หรือ มาตรฐาน GMP ต่อไป

5. การตากเนื้อแดดเดียว มีปัญหาในช่วงฤดูฝน มีฝนตกทำให้เนื้อที่ตากไม่แห้ง แนวทางทำโรงเรือนแบบที่คลัสเตอร์พาไปศึกษาดูงาน คือเป็นกระเบื้องโปร่งแสง ตากได้ตอนแดดออก และหากมีฝนตกก็ไม่เปียกฝน

6. การคงความแตกต่างของการมีรสชาติไม่เหมือนใคร เช่น หมูแดดเดียวที่ปรุงรสเป็นมีเอกลักษณ์ น้ำปลาร้ารสชาติตำหรับแบบอีสานแท้คงรสชาติเดิม 40 ปี และบางกิจการปรุงรสโดยไม่ใส่ผงชูรส แต่ใส่น้ำตาลและน้ำปลาแทนรสชาติ

7. ลดต้นทุนจากการลดการจ้างงาน โดยใช้เครื่องมือช่วยในการผลิต ทำให้ลดปัญหาการหยุดงานของลูกจ้างที่เป็นเหตุให้การผลิตล่าช้าในช่วงฤดูกาลทำนา

8. การทำผลิตภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อเฉพาะแบบของลูกค้า

9. เน้นการดูแลการผลิตใกล้ชิด และมีระบบการตรวจสอบเพื่อรักษาความสะอาดและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์

10. ติดตามการประกวดรางวัลเกี่ยวกับการแปรรูปอาหาร และนำมาถ่ายทอดเรื่องราวของความสำเร็จในการประกวดแข่งขันของผลิตภัณฑ์ลงบนบรรจุภัณฑ์

11. การขายผ่านช่องทางงานแสดงสินค้าต่างๆ เช่น ในงานโอท็อป พบว่าคนมักซื้อสินค้าที่พร้อมรับประทาน มักไม่หิ้วอาหารกลับไปทานที่บ้าน กิจกรรมจึงออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับซื้อเพื่อรับประทานทันที หรือใช้การจัดผลิตภัณฑ์ตัวอย่างให้ลูกค้าลองชิม

12. การออกงานแสดงสินค้าในจังหวัดต่างๆ เพื่อเพิ่มยอดขาย และประสานกับผู้ประกอบการท้องถิ่นในการเป็นผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนั้นๆ

13. เน้นวัตถุดิบที่สดใหม่ ทำให้ผลิตภัณฑ์รสชาติดี

14. ปรับผลิตภัณฑ์จากเดิมที่ผู้บริโภคมักเป็นผู้ใหญ่ ให้อยู่ในรูปแบบเด็กทานได้ เช่น ปลาแดดเดียวไม่มีก้าง เพื่อให้เด็กทานได้ ผู้ใหญ่ทานดี

15. ปรับผลิตภัณฑ์ให้มีส่วนผสมของสมุนไพร สำหรับผู้บริโภคที่รักสุขภาพ เช่น หมักสมุนไพร งามา ขมิ้น

16. ใช้การตลาดดิจิทัล เช่น ขายผ่านเฟซบุ๊ก ไลน์ พัฒนาการเขียน caption ในสื่อออนไลน์ ให้ดึงดูดคนให้เข้าดูรายละเอียด หลักการถ่ายภาพเพื่อการสื่อสารผลิตภัณฑ์ หลักการเขียน content ให้น่าสนใจ

17. เปิดสาขาเพิ่มในแหล่งทำเลที่มีผู้สัญจรสะดวกผ่านและจอดรถสะดวก โดยเพิ่มผลิตภัณฑ์จากการผลิตเองและผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อความหลากหลาย

18. เพิ่มรถส่งสินค้าส่งตามร้านค้าตำบลต่างๆ

แนวทางการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรม (คลัสเตอร์)

1. ผู้ประสานงานคลัสเตอร์ (Cluster Development Agent: CDA) จัดกิจกรรมสัมพันธไมตรีสมาชิกคลัสเตอร์ร่วมทำบุญ เช่น เลี้ยงอาหารเด็กกำพร้า เป็นต้น

2. ผู้ประสานงานคลัสเตอร์ สื่อสารผ่านไลน์อย่างสม่ำเสมอ โดยมีข้อมูลทั่วไปและข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกคลัสเตอร์

3. การอบรมผู้ประสานงานคลัสเตอร์ กล่าวถึงการรวมกลุ่มคลัสเตอร์และบทบาทของ CDA การอบรมทำให้พบเพื่อนใหม่ เกิดเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจและการรวมกลุ่มที่เกิดประโยชน์ต่อสมาชิกคลัสเตอร์ กลุ่มที่รวมกันบางกลุ่มเป็นสินค้าประเภทเดียวกัน เช่น เครื่องสำอาง ในขณะที่คลัสเตอร์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานีมีสินค้าที่แตกต่างกันหลากหลาย เช่น หมูยอ แหนม หมูหยอง หมูกระเจก แคปหมู เนื้อสวรรค์ แอ็กิน ซาลาเปา ข้าวเกรียบ นมสด เค็มบักนัด กุนเชียง แก้วบอง ปลาต้มตอง เบคอนแห้ง เป็นต้น

4. การศึกษาดูงานในธุรกิจที่มีลักษณะคล้ายกันที่มีการพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดที่ดีกว่า ทำให้ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกกลุ่มคลัสเตอร์ได้เรียนรู้และนำมาปรับใช้เพื่อพัฒนาธุรกิจของตนเองได้ทันที ส่วนรูปแบบธุรกิจที่มีการขยายสายผลิตภัณฑ์เป็นตัวอย่างในการพัฒนาต่อไปในอนาคต
5. การสนับสนุนของภาครัฐในการให้ความรู้ อุปกรณ์ และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

อภิปรายผล

ผู้ประกอบการอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ จ.อุบลราชธานี เกิดการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในระดับผู้ประกอบการและระดับคลัสเตอร์ พัฒนาการผลิตให้มีมาตรฐานมากขึ้น โดยเริ่มจากการเป็นสมาชิกกลุ่มที่จะใช้โลโก้กลุ่มในการสื่อสารการตลาดอย่างน้อยที่สุดต้องได้รับมาตรฐาน ออย. ส่วนผู้ประกอบการที่ได้รับรองมาตรฐาน ออย. แล้ว พัฒนาต่อไปสู่การขอรับมาตรฐาน Primary GMP หรือมาตรฐาน GMP ต่อไป สอดคล้องกับการศึกษาของ บุญอนันต์ พินัยทรัพย์ (2555) ศึกษาการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยใช้แนวทางคลัสเตอร์: กรณีศึกษาคลัสเตอร์ผักปลอดสารพิษและคลัสเตอร์โคเนื้อ โดยใช้แนวทางคลัสเตอร์ในการพัฒนาความสามารถทั้งระดับผู้ประกอบการและระดับคลัสเตอร์ ผลของการนำวิธีการคลัสเตอร์มาใช้สร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับกลุ่ม โดยทั้งสองคลัสเตอร์ผลิตผลผลิตที่มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดของผู้บริโภค คลัสเตอร์ผักปลอดภัยผลิตผักปลอดสารพิษตามมาตรฐาน Global GAP และคลัสเตอร์สหกรณ์โคเนื้อผลิตเนื้อโคขุนคุณภาพที่เทียบได้กับออสเตรเลียและนิวซีแลนด์

ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในกลุ่มคลัสเตอร์ โดยการซื้อวัตถุดิบโดยการรวมกันซื้อระหว่างสมาชิกในกลุ่มคลัสเตอร์ หรือการซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการในกลุ่มคลัสเตอร์ เช่น ผู้ประกอบการบางรายที่มีความเชี่ยวชาญด้านการขายมากกว่าการผลิต เลือกที่จะซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกในคลัสเตอร์ที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิต ในการซื้อจำนวนมากทำให้ได้ราคาที่ดีกว่าประกอบกับความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างการเป็นสมาชิกกลุ่มคลัสเตอร์เดียวกันซึ่งการศึกษาของ สุธานันท์ โพธิ์ชาธาร (2559) เรื่องการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยใช้แนวทางคลัสเตอร์: กรณีศึกษา คลัสเตอร์อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารเพื่อสุขภาพจังหวัดนครราชสีมา มีการเชื่อมโยงทางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการในอีกรูปแบบหนึ่ง คือ การเชื่อมโยงทางธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการน้ำมันหมู่นมแพะ และน้ำพริก โดยผู้ประกอบการน้ำมันหมู่นมแพะเป็นผู้ซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตและมีเครื่องทำพาสเจอร์ไรส์ ในขณะที่ธุรกิจนมแพะต้องการใช้ขวดและทำการพาสเจอร์ไรส์ แต่ไม่มีเครื่องพาสเจอร์ไรส์ จึงสั่งซื้อขวดจากธุรกิจน้ำมันหมู่นมแพะและส่งน้ำมันหมู่นมแพะมาทำการพาสเจอร์ไรส์ ซึ่งการเชื่อมโยงนี้เอง ส่งผลให้ธุรกิจนมแพะไม่ต้องซื้อเครื่องพาสเจอร์ไรส์ซึ่งมีราคาสูง ส่งผลในการลดต้นทุนการผลิต นอกจากนี้ผู้ประกอบการน้ำมันหมู่นมแพะยังสั่งซื้อขวดกับผู้ประกอบการน้ำมันหมู่นมแพะ ส่งผลในการลดต้นทุนการผลิตเช่นเดียวกัน

การสนับสนุนของภาครัฐเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ เจ้าหน้าที่และผู้บริหารมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความร่วมมือของสมาชิกกลุ่มและที่ปรึกษาที่ทำให้ผู้ประกอบการแต่ละรายมีการพัฒนาขึ้นและการรวมกลุ่มมีความเข้มแข็งต่อเนื่อง สอดคล้องกับการศึกษาของ อริยาพร สุรนาทฤทธิ์ (2554) เรื่องการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินการคลัสเตอร์อุตสาหกรรมในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสู่ความสำเร็จของการดำเนินงานโครงการพัฒนาคลัสเตอร์อุตสาหกรรมในประเทศไทย ประกอบด้วยความสามารถของสมาชิกและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่ดำเนินการ นอกเหนือจากการสนับสนุนจากภาครัฐ ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ และคุณภาพของโครงการ

สรุป

แนวทางการพัฒนาธุรกิจและการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ทำให้ผู้ประกอบการอาหารแปรรูปเนื้อสัตว์ จ.อุบลราชธานี เพื่อเกิดการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในระดับผู้ประกอบการและระดับคลัสเตอร์ โดยผู้ประกอบการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันด้วยการลดต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม การลดต้นทุนควรพิจารณาจากส่วนของวัตถุดิบและอุปกรณ์เครื่องมือในการผลิต การซื้อวัตถุดิบโดยการรวมกันซื้อระหว่างสมาชิกในกลุ่มคลัสเตอร์ หรือการซื้อขายระหว่างผู้ประกอบการในกลุ่มคลัสเตอร์ เช่น ผู้ประกอบการบางรายที่มีความเชี่ยวชาญด้านการขายมากกว่าการผลิต เลือกที่จะซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกในคลัสเตอร์ที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิต ในการซื้อจำนวนมากทำให้ได้ราคาที่ดีกว่าประกอบกับความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างการเป็นสมาชิกกลุ่มคลัสเตอร์เดียวกัน ส่วนกรณีอุปกรณ์เครื่องมือที่ผู้ประกอบการได้เรียนรู้จากการศึกษาดูงานทำให้ทราบถึงแหล่งซื้ออุปกรณ์ที่ราคาไม่แพงและลดการใช้แรงงาน โดยรวมทำให้ต้นทุนต่ำลงและได้ผลผลิตที่มีมาตรฐานมากขึ้นความสามารถในการแข่งขันที่เกิดจากการสร้างความแตกต่าง ผู้ประกอบการเรียนรู้จากสมาชิกคลัสเตอร์ในกลุ่มที่ผลิตผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกัน และเรียนรู้จากการศึกษาดูงานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้ผู้ประกอบการที่มีผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์สื่อสารการตลาดให้ชัดเจนขึ้น และลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มโอกาสการขายให้มากขึ้นประการสุดท้ายความสามารถในการแข่งขันที่เกิดจากการตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม ผู้ประกอบการบางรายมีคำสั่งซื้อเฉพาะของลูกค้าบางกลุ่ม ซึ่งคู่แข่งรายอื่นไม่สามารถจัดให้ได้ ทำให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้ประกอบการบางรายมีลักษณะความ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

เป็นอีสานหรือท้องถิ่น รสชาติดั้งเดิม และเป็นที่ต้องการของตลาดเฉพาะกลุ่ม สำหรับการสนับสนุนของภาครัฐเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ เจ้าหน้าที่และผู้บริหารมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความร่วมมือของสมาชิกกลุ่มและที่ปรึกษาที่ทำให้ผู้ประกอบการแต่ละรายมีการพัฒนาขึ้นและการรวมกลุ่มมีความเข้มแข็งต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานผู้ให้การสนับสนุนการรวมกลุ่ม ควรกำกับและติดตามการรวมกลุ่มให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ โดยปรับกระบวนการระหว่างการดำเนินโครงการ
2. ผู้ประกอบการยังขาดข้อมูลด้านความรู้ในการพัฒนาธุรกิจและแหล่งทุน หน่วยงานสนับสนุนควรสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจะทำให้ผู้ประกอบการมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดหรือขยายฐานลูกค้าของผลิตภัณฑ์ได้
2. การเพิ่มช่องทางการตลาดทั้งในรูปแบบเพิ่มหน้าร้าน การใช้บริการในพื้นที่ และออนไลน์เป็นสิ่งที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น
3. การศึกษาดูงานในธุรกิจเดียวกันหรือธุรกิจอื่นจะทำให้เกิดประเด็นที่ผู้ประกอบการสามารถนำมาพัฒนาคุณภาพการผลิตและการตลาดของตนเองได้
4. ผู้ประสานงานคลัสเตอร์มีส่วนสำคัญในการก่อให้เกิดการเชื่อมโยงธุรกิจ แนวทางการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรม ควรมีการอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และทักษะในการทำงาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาผู้ประกอบการในกลุ่มและพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็งมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. กลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี
2. แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มคลัสเตอร์เพื่อยกระดับศักยภาพของการผลิตและการตลาดของกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี
3. การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมกระบวนการแปรรูปจากเนื้อสัตว์จังหวัดอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

- บุญอนันต์ พินัยทรัพย์. (2555). การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยใช้แนวทางคลัสเตอร์: กรณีศึกษาคลัสเตอร์ผักปลอดสารพิษ และคลัสเตอร์สหกรณ์โคเนื้อ. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*, 52 (3): 155-192.
- สุธานันท์ โพธิ์ชาธาร. (2559). การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยใช้แนวทางคลัสเตอร์: กรณีศึกษา คลัสเตอร์อุตสาหกรรมแปรรูปอาหารเพื่อสุขภาพจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารราชพฤกษ์*, 14(2), (พฤษภาคม-สิงหาคม): 46-52.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2553). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อริยาพร สุรนาथุทธิ์. (2554). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินการคลัสเตอร์อุตสาหกรรมในประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 25(76), (พฤษภาคม-สิงหาคม): 51-72.

การเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุการทำงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น

Preparation for Retirement of Workers in Local Administration Organization

อดุลยเดช ต้นแก้ว, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹

อัญญาณี อดทน, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²

อรสุตา ต้นแก้ว, คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย³

Email: adunyadet@hotmail.com

บทคัดย่อ

ความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบจากการเกษียณอายุ และการเตรียมตัวเพื่อการเกษียณของผู้เกษียณอายุนั้นควรมีการวางแผนด้านร่างกาย จิตใจ สังคมและการเงิน ที่เป็นผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อการดำเนินชีวิตของผู้เกษียณอายุหลังจากสิ้นสุดหน้าที่การทำงาน ซึ่งได้มีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเกษียณอายุ โดย พยายามทำกิจกรรมที่ทำให้ผ่อนคลายดูแลเรื่องสุขภาพและการกินอาหารที่มีประโยชน์มากขึ้น ปล่อยวางเมื่อเจอปัญหา ไม่ยึดติดกับตำแหน่งงานเดิม คิดในแง่บวก เป็นผู้ให้ช่วยเหลือผู้อื่น ติดตามเหตุการณ์ข่าวสารบ้านเมือง ประเมินรายจ่ายแต่ละเดือนหลีกเลี่ยงสิ่งที่จะก่อให้เกิดปัญหาในชีวิต และช่วยเหลือตนเองให้ได้มากที่สุด ดังนั้น การเกษียณอายุก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้ที่เกษียณอายุในหลายๆด้าน หากผู้ที่มีการเตรียมตัวที่ดีจะสามารถใช้ชีวิตภายหลังเกษียณอายุได้อย่างมีความสุข มีคุณภาพชีวิตที่ดี

คำสำคัญ: การเตรียมตัว เกษียณอายุการทำงาน องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น

ABSTRACT

Relationship between the effects of retirement The retirement plan should include physical, mental, social and financial planning. The effect will be on the retirement lifestyle after the end of the job. It has been preparing for retirement by trying to keep things healthy and eating more beneficial. Let's face it. Do not stick to the original position, think positively as a contributor. News Evaluate monthly expenses, avoiding things that will cause problems in life. Retirement has many effects on retirees. If a person is well prepared, he or she can live happily after retirement and better quality of life

Keywords: Preparation, Retirement, Local Administration Organization

บทนำ

ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 โครงสร้างอายุของประชากรได้เปลี่ยนไปอย่างมาก ในปี พ.ศ. 2556 มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปถึง 9.6 ล้านคนของประชากรทั้งหมด เมื่อแบ่งประชากรสูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ประชากรสูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) ประชากรสูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79 ปี) และประชากรสูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป) พบว่า มีผู้สูงอายุวัยต้นมากที่สุด รองลงมาเป็นผู้สูงอายุวัยกลาง และวัยปลาย ซึ่งผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69ปี) มีแนวโน้มจะทำงานมากขึ้น สัดส่วนของผู้สูงอายุ 60-64 ปี ที่ยังทำงานอยู่เพิ่มจากร้อยละ 51 ในปี 2543 เป็นร้อยละ 61 ในปี 2553 และผู้สูงอายุ 65-69 ปี ที่ยังคงทำงานอยู่ในช่วงเวลาเดียวกัน (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2557)

การทำงานของผู้สูงอายุขึ้นอยู่กับปัจจัยเงื่อนไขของตัวผู้สูงอายุ ปัจจัยด้านอุปทานของงาน และปัจจัยด้านกฎหมายและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง (เฉลิมพล แจ่มจันทร์, 2556) โดยผู้สูงอายุให้เหตุผลในการทำงานว่าเพราะต้องการหารายได้เลี้ยงครอบครัวหรือ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² อาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

³ นิสิต หลักสูตรอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาลัทธิและการแปล (สายการแปล) ศูนย์การแปลและการล่ามเฉลิมพระเกียรติ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตนเอง รองลงมาคือ ยังมีสุขภาพแข็งแรง ยังมีแรงทำงาน และเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2551) เหตุผลในการทำงานแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ เหตุผลส่วนบุคคล เหตุผลด้านเศรษฐกิจ และเหตุผลด้านสังคม (สมรักษ์ รักษาทรัพย์, ถวิล นิธิไพบ และนงนุช อินทวิเศษ, 2551)

การเกษียณอายุเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทุกปีของชีวิตข้าราชการ เป็นการออกจากตำแหน่งทางสังคม หรือจากหน้าที่การทำงานตามอายุ และเป็นการพิจารณาความมีอายุตามกฎหมาย การเกษียณอายุเกิดพร้อมกระบวนการสูงอายุ ซึ่งร่างกายเสื่อมสภาพในทางที่เสื่อมตามธรรมชาติ โดยในประเทศไทยได้กำหนดการเกษียณอายุไว้ที่ 60 ปี (ปรีชา อุปโยคิน, 2553) การเกษียณอายุของข้าราชการ เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตามระยะพัฒนาการสูงอายุเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงหลายด้าน ในลักษณะเสื่อมถอย เช่นเดียวกับผู้สูงอายุทั่วไป แตกต่างกันตรงที่ผู้เกษียณอายุจะถูกกฎข้อบังคับทางราชการให้พ้นจากหน้าที่เมื่ออายุครบ 60 ปี ในปีงบประมาณนั้น ๆ (ตามพรณณ แซ่มซ้อย, 2550) การเกษียณ คือ การที่ต้องหยุดทำงานที่เคยทำอยู่ประจำ เพราะเหตุอายุครบกำหนดตามที่หน่วยงานนั้น ๆ กำหนดไว้ สำหรับพระราชบัญญัติบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2484 ให้ความหมายการเกษียณอายุราชการ หมายถึง การที่ข้าราชการต้องพ้นจากราชการตามกฎหมายว่าด้วยบำนาญข้าราชการ เป็นการออกจากราชการโดยผลของกฎหมาย ซึ่งปัจจุบันข้าราชการที่มีอายุครบปี บริบูรณ์แล้ว จะต้องพ้นจากราชการเมื่อสิ้นปีงบประมาณที่มีอายุครบปีบริบูรณ์ การเกษียณจะแตกต่างกันไปตามการประกอบอาชีพ กล่าวคือ หากประชากรในภาคเกษตรกรรมก็สามารถทำงานต่อไปได้โดยไม่มีการกำหนดเวลาที่หยุดการทำงานลงแต่ในขณะที่กลุ่มข้าราชการจะต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์บรรทัดฐานของสังคมเมื่อถึงระยะเวลาที่กำหนดต้องออกจากการทำงานไป ด้วยเหตุนี้จึงทำให้กลุ่มข้าราชการเกิดความรู้สึกสูญเสียบทบาทเกิดการรับรู้ความสามารถในตนเองลดลง นอกจากนี้การเกษียณยังส่งผลต่อปัญหาในการดำเนินชีวิตในวัยเกษียณ กล่าวคือ บางรายเคยมีตำแหน่งหน้าที่ระดับสูงมีการงานที่มั่นคงเป็นที่นับถือของคนในสังคม แต่เมื่อต้องหยุดการทำงานลงอำนาจที่เคยมีก็ลดน้อยลงจึงเกิดความรู้สึกถูกลดบทบาทออกจากสังคม ขาดการเคารพนับถือและมีผลต่อสุขภาพจิตจากความรู้สึกเหงา หงุดหงิดง่าย เบื่อหน่ายเพราะมีเวลาเพิ่มมากขึ้นแต่ไม่มีกิจกรรมใดมาทดแทนสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาในวัยเกษียณ นั้นหมายความว่าความวางแผนจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง สำหรับการเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ ก่อนการเกษียณอายุ (อนงค์นาฏ เผ่าสถิน, 2556)

ขณะเดียวกันองค์การบริหารส่วนตำบลท้องถิ่นก็มีการเกษียณอายุของบุคลากรอยู่ทั่ว ๆ ไปเช่นเดียวกับองค์การอื่น เป็นมูลเหตุที่ทำให้ผู้เขียนในสนใจที่จะนำเสนอบทความวิชาการเรื่องการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุการทำงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรอื่น ๆ ต่อไป

บททวนวรรณกรรม

การเกษียณอายุ คือ การหยุดปฏิบัติงานเนื่องจากหมดอายุการทำงาน โดยทั่วไปสังคมมีมาตรฐานว่าจะต้องมีอายุ 60 ปีขึ้นไป คงเปรียบเทียบกับการเกษียณอายุการทำงานที่มีการกำหนดอายุไว้ใกล้เคียงกันเช่นถ้าเป็นข้าราชการก็จะเกษียณอายุที่อายุ 60 ปี รัฐวิสาหกิจ หรือ บริษัทเอกชน อาจจะมีมาตรฐานกำหนดต่างกันออกไป แต่โดยทั่วไปจะกำหนดอายุเกษียณอายุไว้ที่ 55-60 ปี ทั้งนี้มีแนวคิดเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมสำหรับการเกษียณในหลากหลายมุมมอง ดังนี้

ความหมายของการเกษียณอายุ

บรรลุ ศิริพานิช (2550) ได้อธิบายไว้ว่า การเกษียณอายุราชการเป็นกระบวนการทางสังคมในการประกอบอาชีพที่กำหนดให้บุคคลที่ได้รับการจ้างงานต้องออกจากงานเมื่อถึงช่วงอายุที่กำหนดไว้หรือกล่าวอีกในหนึ่งการเกษียณอายุหมายถึง การถอนตัวออกจากภาวะการหนึ่งไปสู่ภาวะการหนึ่งจากสิ่งแวดล้อมหนึ่งไปสู่อีกสิ่งแวดล้อมใหม่ เช่น การถอนตัวออกจากภาวะการเป็นข้าราชการไปสู่ภาวะของการเป็นอิสระสู่ภาระหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติหรือไปสู่บทบาทหน้าที่ธุรกิจส่วนตัว

ดารณี คำเจริญ (2550) ได้อธิบายว่า ผู้ที่รับราชการนอกจากจะเกษียณอายุราชการเมื่ออายุครบ 60 ปีบริบูรณ์แล้ว ในขณะเดียวกันต้องเปลี่ยนสถานภาพตนเองกลายเป็นผู้สูงอายุ เนื่องจากประเทศไทยถือเกณฑ์กำหนดบุคคลที่จะต้องเป็นผู้เกษียณอายุตามเกณฑ์ตามที่ประชุมสมัชชาโลกว่าด้วยผู้สูงอายุซึ่งเป็นเกณฑ์สากลที่กำหนดให้ชายและหญิงที่มีอายุครบ 60 ปีขึ้นไปเป็นผู้สูงอายุ

สุเทพ พูลสวัสดิ์ (2550) ได้อธิบายว่า การเกษียณอายุเป็นการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับอาชีพและรายได้ การออกจากการงานทำให้รายได้ลดน้อยลง การดำเนินชีวิตได้เปลี่ยนไปจากเดิมจากการเป็นผู้ที่มีตำแหน่งทางสังคมกลายเป็นคนสามัญธรรมดาอำนาจบารมีและความมีชื่อเสียงค่อย ๆ ลดน้อยลงบางรายที่ปรับตัวไม่ได้จะทำให้เกิดทัศนคติในทางลบ ส่งผลกระทบทั้งร่างกายและจิตใจ

วรวรรณ ชัยชื้อ (2556) ที่ได้กล่าวว่า การเกษียณอายุเป็นวงจรชีวิตในการประกอบอาชีพที่อยู่ในช่วงต่ำสุดของการจ้างงาน ความรับผิดชอบต่ออาชีพและโอกาสในการทำงานต่าง ๆ จะลดต่ำลงที่สุด บุคคลที่เกษียณจะมีรายได้ในรูปของบำนาญ โดยไม่ต้องทำงานเกณฑ์การเกษียณอายุของแต่ละประเทศจะแตกต่างกันไปตามสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมแต่ละช่วง อายุระหว่าง 55 – 65 ปี ซึ่งบางประเทศจะพิจารณาลักษณะงานเข้าประกอบกับการเกษียณอายุ

สรุปได้ว่า การเกษียณอายุ หมายถึง การเกษียณอายุ ระหว่าง 55-65 ปี ของการทำงานของ ผู้เกษียณอายุ ต้องมีการเตรียมพร้อมและปรับเปลี่ยนความรู้และแนวคิดหลักการแนวคิดต่าง ๆ เพื่อใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุข ทั้งด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งวิธีดำเนินชีวิตอาจเปลี่ยนแปลงโดยสิ้นเชิง ซึ่งผู้เกษียณอายุจำเป็นต้องอย่างยิ่งในการวางแผนจัดรูปแบบชีวิตให้มีความสอดคล้องกับวิถีที่เป็นอยู่อย่างมีความสุข

ผลกระทบจากการเกษียณอายุ

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในช่วงต่าง ๆ ก่อนการเกษียณอายุของบุคคลานั้น มีผลกระทบหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นความเครียดจากการเป็นหนี้สิน ความเหงาจากการขาดเพื่อน ความหงุดหงิดจากการที่ร่างกายนั้นไม่แข็งแรงดังเดิม ความเบื่อหน่ายจากการที่ไม่มีอะไรทำสิ่งเหล่านี้โดยทั่วไป พบว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นในช่วงของการเกษียณอายุนั้นสามารถที่จะแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทสรุปได้ดังนี้ (ทยณัฐ ขวนชัยสิทธิ์, 2555)

1. ผลกระทบด้านร่างกาย ผู้เกษียณอายุต้องประสบกับปัญหาความเสื่อม ความถดถอยของร่างกายและของอวัยวะต่าง ๆ เช่น ระบบประสาทต่าง ๆ เสื่อมลง ตามองไม่ชัด หูตึง ระบบกระดูกเสื่อม โดยทฤษฎีเกี่ยวกับความสูงอายุด้านชีววิทยา ได้แก่ ทฤษฎีทำลายตนเอง (Autoimmunity Theory) และทฤษฎีระบบภูมิคุ้มกัน (Immune System Theory) กล่าวว่า เมื่ออายุมากขึ้นร่างกายจะสร้างภูมิคุ้มกันปกติลดลง พร้อม ๆ กับสร้างภูมิคุ้มกันชนิดทำลายตัวเองมากขึ้น ทำให้ร่างกายต่อสู้กับเชื้อโรคได้นั้นกลับทำได้ไม่ดีอย่างเดิมผลที่ตามมาคือร่างกายอ่อนแอ เจ็บป่วยได้ง่าย และเป็นรุนแรง ยิ่งหากผู้เกษียณอายุขาดความรู้ในการดูแลสุขภาพก็จะยิ่งทำให้สุขภาพเสื่อมลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งโรคที่พบได้บ่อยนั้นคือ โรคเมเร็ง

2. ผลกระทบด้านจิตใจ การเกษียณอายุก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันต่อกิจวัตรประจำวัน ผู้เกษียณอายุต้องละทิ้งบทบาททางสังคมที่เคยปฏิบัติมาอย่างยาวนาน สูญเสียตำแหน่งหน้าที่ อำนาจและเกียรติยศ ในขณะเดียวกัน การเกษียณอายุนั้นทำให้ผู้เกษียณถูกตีตราว่าเป็นผู้สูงอายุ เป็นคนชราที่ถูกมองว่าไร้ความสามารถ นอกจากนี้ ในวัยนี้ผู้สูงอายุยังต้องเผชิญกับสภาวะการสูญเสียบุคคลใกล้ชิด เช่น การเสียชีวิตของคู่สมรส เพื่อนและญาติด้วยเช่นกัน การสูญเสียบุคคลที่เคยดูแลมาตั้งแต่เด็ก ๆ อย่างลูกหลานไปจากครอบครัว เนื่องจากในวัยนี้ลูก ๆ ของตนนั้นต่างก็เติบโตและมักที่จะแยกย้ายกันไปมีครอบครัวและแยกย้ายไปอยู่กันเองเป็นส่วนตัวต่างหากทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างพ่อแม่ที่เคยมีมาอย่างยาวนานลุลกลดลง ต่างคนต่างอยู่ การติดต่อสัมพันธ์หรือมีกิจกรรมที่เคยได้ทำร่วมกันนั้นจะมีปริมาณที่ลดลงกว่าแต่ก่อน หากผู้เกษียณอายุนั้น ไม่สามารถปรับตัวต่อสภาพเช่นนี้ได้ จะเกิดความรู้สึกว่าตนเองนั้นเป็นคนที่ไม่มีความหมายสำหรับใคร ๆ เป็นการนำไปสู่การมีอารมณ์หงุดหงิด ฉุนเฉียว ซึมเศร้า หวาดระแวง ห่อแค้นผิดหวัง โด่เดี้ยว ขาดความพึงพอใจต่อสภาพชีวิตในปัจจุบันจนอาจถึงกับฆ่าตัวตายได้

3. ผลกระทบด้านสังคม การเกษียณอายุเป็นการถอนบทบาททางสังคมภายนอก ทำให้ผู้เกษียณมีสังคมที่จำเป็นต้องอยู่แต่ภายในบ้าน ขาดการพบปะกับสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงาน จุดนี้เองที่ทำให้บทบาททางสังคมของผู้ที่เกษียณอายุนั้นลดลง อำนาจ หน้าที่ต่าง ๆ ที่เคยมีเมื่อสมัยที่ยังคงทำงานอยู่ ก็หมดไป ส่งผลให้ผู้เกษียณเกิดความรู้สึกว่าตนเองหมดคุณค่า ขาดคนเคารพยกย่องนับถือเหมือนอย่างที่เคยได้รับ รู้สึกเหงาและหว่าเหว ซึ่งหากไม่มีบทบาทใหม่มาทดแทนสิ่งที่เป็นอยู่นี้จะก่อให้เกิดปัญหาทางจิตใจของผู้ที่เกษียณได้

4. ผลกระทบด้านการเงิน เมื่อผู้เกษียณอายุนั้นไม่ได้ทำงาน รายได้ที่เคยได้ตามปกตินั้นก็ลดลงในช่วงนี้ถ้าภาระรับผิดชอบของผู้เกษียณเสร็จสิ้นไปแล้วก็จะไม่เป็นปัญหามากนักเพราะค่าใช้จ่ายโดยทั่วไปจะลดลง เนื่องจากส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่กับบ้าน ไม่ได้ออกไปทำงานอย่างที่เคยเป็นแต่อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายที่สูญเสียไปน้อยอย่างเรื่องของการดูแลสุขภาพนั้น กลับเพิ่มมากขึ้นเพราะสุขภาพของผู้เกษียณนั้นแยลงทุกวัน ทำให้ค่าใช้จ่ายในส่วนนี้จะมีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ไปตามอายุ

สรุปได้ว่า ผลกระทบจากการเกษียณอายุนั้น มีผลกระทบในหลายๆ ด้าน ทั้งด้านร่างกายที่เสื่อมถอย ด้านจิตใจที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างเฉียบพลันจากกิจวัตรประจำวันและต้องเข้าสู่ภาวะวัยสูงอายุ ด้านสังคมที่บทบาททางสังคมภายนอกลดลงและด้านการเงินที่ขาดรายได้หรือรายได้ลดน้อยลงเนื่องจากไม่ได้ทำงานซึ่งผลกระทบเหล่านั้นล้วนแล้วแต่มีผลต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้เกษียณหรือแม้แต่การดำเนินชีวิตเป็นอย่างมาก

การเตรียมตัวเพื่อการเกษียณอายุการทำงาน

การเตรียมตัวก่อนการเกษียณอายุการทำงานนั้น ควรกระทำในขณะที่ยังทำงานอยู่และควรวางแผนล่วงหน้าพอสมควร เช่น 10-15 ปี ก่อนเกษียณอายุ เพราะการวางแผนเมื่อยังหนุ่มสาวนั้นจะทำให้วางแผนได้ดีกว่าตอนแก่ และเพื่อให้ความคุ้นเคยกับการเกษียณอายุ มีเวลาศึกษาหาความรู้และวางแผนอย่างรัดกุมยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการเงิน ด้านที่อยู่อาศัยและด้านสุขภาพ เป็นต้น ในการวางแผนเตรียมตัวก่อนเกษียณอายุของแต่ละบุคคลนั้น จะมากหรือน้อยแตกต่างกันไปตามสภาพของแต่ละบุคคลและตามความจำเป็น เช่น คนที่มีฐานะเศรษฐกิจดีอยู่แล้วหรือบุคคลที่ได้รับมรดกจำนวนมาก บุคคลนั้นก็ไม่ต้องเตรียมตัวในด้านเศรษฐกิจมาก เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามในการวางแผนนั้น บุคคลควรจะได้เข้าร่วมอบรม สัมมนาหรือศึกษาหาความรู้จากเอกสารหรือหนังสือที่เกี่ยวข้องและปรึกษากับคู่สมรสหรือบุคคลในครอบครัวและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยเฉพาะเกี่ยวกับเรื่องการเงิน

การลงทุน หรือการทำนิติกรรมต่าง ๆ ข้อสำคัญในการวางแผนเตรียมตัวก่อนเกษียณอายุนั้น ต้องคำนึงถึง ความเป็นไปได้อย่าเพื่อฝันเกินจริง (ธาดา วิลลิตร์เวที, 2550)

ปัจจัยสำคัญที่จะนำพาร่างกายไปทำสิ่งอื่น ๆ ที่ดีและเป็นประโยชน์ภายหลังการเกษียณได้ ผู้สูงอายุหลายท่านที่เข้าสู่เกษียณไม่ได้เตรียมตัวในเรื่องนี้ ผลสุดท้ายจึงไม่อาจเกษียณตัวเองได้สักทีทั้ง ๆ ที่อายุเลยเลขเกษียณไปนานแล้ว และยังคงต้องทำงานหนักต่อไป ดังนั้นผู้เกษียณอายุควรเตรียมตัวดังต่อไปนี้ (ภัทรธะ ฉลาดแพทย์, 2559)

1. เตรียมกำลังใจ
2. พยายามมีกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดเวลา 24 ชั่วโมง
3. การใช้ชีวิตความเป็นอยู่ให้เรียบง่ายที่สุด
4. พยายามฝึกจิตไม่ให้หลงตัวเอง
5. ฝึกตนให้เป็นคนทันสมัย
6. อย่าพาตัวเองไปอยู่ในที่มีความขัดแย้งหรือสร้างหนี้สิน

การศึกษารูปแบบการทำงานหลังเกษียณอายุราชการ ครอบคลุม ประเภทของงาน และ ลักษณะของ งาน ผลการวิจัย พบว่า ประเภทของงานที่บุคลากรสายวิชาการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทำหลังเกษียณอายุราชการ คือ งานด้านวิชาการ และงานด้านอื่น ๆ โดยงานด้านวิชาการที่บุคลากรสายวิชาการทำหลังเกษียณอายุมากที่สุด คือ งานสอน การเป็นอาจารย์พิเศษ และ การเป็นที่ปรึกษา ตามลำดับ สำหรับหน่วยงานที่บุคลากรสายวิชาการ ทำงานด้วย พบว่า เป็นหน่วยงานของรัฐบาลมากที่สุด ซึ่งมีทั้งหน่วยงานเดิมที่บุคลากรสายวิชาการทำก่อน เกษียณอายุราชการ และหน่วยงานใหม่ รองลงมา คือ หน่วยงานเอกชนและองค์กรไม่แสวงผลกำไร และงาน ด้านอื่นๆ ที่บุคลากรสายวิชาการทำคือ งานบริหาร ทำงานอาสาสมัครเพื่อสังคม ทำธุรกิจส่วนตัว / ครอบครัวยุ และงานอดิเรก เช่น ทำสวน ปลูกต้นไม้ (อรนุช พงษชาติ, ชีพสุมน รังสยธร และอภิชาติ โจอาเรีย, 2558)

สรุปได้ว่า การเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุถือเป็นการวางแผนชีวิตอย่างหนึ่ง ควรทำในขณะที่ยังทำงานอยู่และวางแผนล่วงหน้านานพอสมควร ศึกษารูปแบบการทำงานหลังเกษียณอายุเพื่อเป็นเป้าหมายนำไปสู่การประสบความสำเร็จและความสุขในชีวิต

สิทธิตามกฎหมายของลูกจ้างเตรียมเกษียณอายุ

ว่าด้วยพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2540 นั้น ได้มีการกำหนดให้นายจ้างต้องจ่ายเงินชดเชยแก่ลูกจ้างในกรณีที่นายจ้างเลิกจ้างลูกจ้างโดยที่ลูกจ้างไม่มีความผิด กฎหมายดังกล่าวได้มีการประกาศใช้มาตั้งแต่ปี 2540 และจนถึงปัจจุบันไม่ได้มีการแก้ไขอย่างมีนัยสำคัญ (พิเชฐ เจียมรมณ์ทวิสิน, 2560)

พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 6) พ.ศ. 2560 มีประเด็นที่ลูกจ้างคาดหวังจากการทำงานให้กับนายจ้างมาเป็นระยะเวลานานคือ การได้รับเงินชดเชยเมื่อตนเองออกจากงานเนื่องจากการเกษียณอายุ โดยพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้มีการเพิ่มบทบัญญัติเกี่ยวกับการเกษียณอายุและการจ่ายค่าชดเชยให้แก่ลูกจ้างกรณีเกษียณอายุ เพื่อเป็นการคุ้มครองลูกจ้างกรณีเกษียณอายุและเพื่อให้เกิดความชัดเจนในการบังคับใช้กฎหมาย โดยได้เพิ่มมาตรา 118/1 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ดังนี้ “มาตรา 118/1 การเกษียณอายุตามที่นายจ้างและลูกจ้างตกลงกันหรือตามที่นายจ้างกำหนดไว้ให้ถือว่าเป็นการเลิกจ้างตามมาตรา 118 วรรคสอง ในกรณีที่มิได้มีการตกลงหรือกำหนดการเกษียณอายุไว้หรือมีการตกลงหรือกำหนดการเกษียณอายุไว้เกินกว่าหกสิบปี ให้ลูกจ้างที่มีอายุครบหกสิบปีขึ้นไปมีสิทธิแสดงเจตนาเกษียณอายุได้ โดยให้แสดงเจตนาต่อนายจ้างและให้มีผลเมื่อครบสามสิบวันนับแต่วันแสดงเจตนาและให้นายจ้างจ่ายค่าชดเชยให้แก่ลูกจ้างที่เกษียณอายุนั้น ตามมาตรา 118 วรรคหนึ่ง” ประเด็นเรื่องการเกษียณอายุถือเป็นการเลิกจ้างนั้น ศาลฎีกาได้เคยตีความและได้วางแนวบรรทัดฐานไว้ในหลายๆ คดี โดยศาลท่านนำบทบัญญัติมาตรา 118 วรรคสองของพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาปรับใช้โดยถือว่าการที่นายจ้างให้ลูกจ้างเกษียณอายุนั้น เป็นการที่นายจ้างไม่ให้อีกต่อไปและไม่จ่ายค่าจ้างให้ ถือว่าเป็นการเลิกจ้าง นายจ้างจึงมีหน้าที่ต้องจ่ายค่าชดเชยจากการเลิกจ้างให้แก่ลูกจ้าง (คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 4732/2548) ดังนั้น แม้จะไม่มีข้อกำหนดบทบัญญัติเรื่องการเกษียณอายุไว้ในกฎหมายโดยตรง นายจ้างซึ่งได้มีการกำหนดเรื่องการเกษียณอายุของลูกจ้างไว้ในข้อบังคับการทำงาน (วนิดา จันทิมา, 2560)

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานได้เสนอให้แก้ไขพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 เพื่อให้แรงงานได้รับการคุ้มครองที่ดียิ่งขึ้น โดยกำหนดให้การเกษียณอายุถือเป็นการเลิกจ้างและลูกจ้างมีสิทธิได้รับค่าชดเชยตามอายุงาน สำหรับกำหนดการเกษียณอายุขึ้นอยู่กับว่านายจ้างจะกำหนด หรือตกลงกับลูกจ้างว่าจะให้เกษียณอายุเมื่อไร กรณีที่ไม่ได้มีการกำหนดอายุเกษียณหรือกำหนดไว้เกิน 60 ปี กฎหมายให้ลูกจ้างที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีสิทธิที่จะแสดงเจตนาต่อนายจ้างว่าจะเกษียณอายุ และเมื่อแจ้งต่อนายจ้างแล้วจะมีผลเมื่อครบ 30 วันนับแต่วันแจ้ง ซึ่งนายจ้างจะต้องจ่ายค่าชดเชยตามอายุงานให้แก่ลูกจ้างที่ขอเกษียณอายุด้วย โดยลูกจ้างซึ่งทำงานติดต่อกันครบ 120 วัน แต่ไม่ครบ 1 ปี ได้รับค่าชดเชยไม่น้อยกว่าค่าจ้างอัตราสุดท้าย 30 วัน ลูกจ้างทำงานติดต่อกันครบ 1 ปี แต่ไม่ครบ 3 ปี ได้รับค่าชดเชยไม่น้อยกว่า 90 วัน ลูกจ้างทำงานติดต่อกันครบ 3 ปี แต่ไม่ครบ 6 ปี ได้รับค่าชดเชยไม่น้อยกว่า 180 วัน

ลูกจ้างทำงานติดต่อกันครบ 6 ปี แต่ไม่ครบ 10 ปี ได้รับค่าชดเชยไม่น้อยกว่า 240 วัน และลูกจ้างทำงานติดต่อกันครบ 10 ปีขึ้นไป ได้รับค่าชดเชยไม่น้อยกว่า 300 วัน (กฏกระทรวง บั้นแก้ว, 2561)

สรุปได้ว่า การเกษียณอายุเป็นการเลิกจ้างโดยที่ลูกจ้างไม่มีความผิด และกำหนดอายุของการเกษียณอายุไว้ที่ 60 ปีบริบูรณ์ ทั้งนี้ หากไม่มีการระบอบอายุเกษียณไว้ในสัญญาการจ้างงานระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง ให้ใช้เกณฑ์อายุครบเกษียณที่ 60 ปี จะได้รับเงินชดเชยการเลิกจ้างงานทันที หลังจากนั้นอาจทำสัญญาฉบับใหม่ระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างที่จึงเป็นประโยชน์กับลูกจ้าง โดยเฉพาะกับสถานประกอบการขนาดเล็กที่ไม่ได้ระบอบอายุเกษียณไว้ในสัญญาจ้างงาน และไม่มีนโยบายการจ่ายเงินชดเชยให้ลูกจ้างเกษียณอายุที่ถือเป็นการเลิกจ้างโดยที่ลูกจ้างไม่มีความผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน

สิทธิในบำเหน็จบำนาญของข้าราชการส่วนท้องถิ่น

จากการสัมภาษณ์ บุคลากรที่กำลังจะเกษียณอายุราชการส่วนท้องถิ่น ในองค์การบริหารส่วนตำบลแห่งหนึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี โดยสิ้นสุดการทำงานในวันที่ 30 กันยายน พ.ศ.2561 ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในบำเหน็จบำนาญของข้าราชการส่วนท้องถิ่น ให้ข้อมูลไว้ดังนี้

1. การขอรับค่ารักษาพยาบาล ผู้รับบำนาญสามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ตลอดชีวิต คู่สมรสสามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ตลอดชีวิตจนผู้รับบำนาญถึงแก่กรรม ส่วนบิดา มารดา ของผู้รับบำนาญ สามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้ตลอดชีวิตจนผู้รับบำนาญถึงแก่กรรม บุตรสามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้อายุครบ 20 ปีบริบูรณ์ ยกเว้นบุตรที่ไร้ความสามารถ หรือเสมือนไร้ความสามารถเบิกได้ตลอดชีวิตจนผู้รับบำนาญถึงแก่กรรม

2. สิทธิประโยชน์การรับเงิน ได้รับเงินเป็นรายเดือน ทุกเดือน ได้ตลอดชีวิตหรือหมดสิทธิรับบำนาญ ตาม พ.ร.บ.บำเหน็จบำนาญข้าราชการส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2500 ตราขึ้นเพื่อเป็นหลักประกันให้ข้าราชการส่วนท้องถิ่นทุกประเภท ได้แก่ ข้าราชการส่วนจังหวัด พนักงานเทศบาล พนักงานเมืองพัทยา และพนักงานส่วนตำบล (ยกเว้น กทม.) ให้มีสิทธิได้รับบำเหน็จบำนาญ เช่นเดียวกับข้าราชการพลเรือน ตาม พ.ร.บ.บำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2494 ทุกประการ

3. การจ่ายเงินบำเหน็จบำนาญของข้าราชการส่วนท้องถิ่น เกือบทุกประเภท จ่ายเงินจากกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการส่วนท้องถิ่น (กบท.) โดยข้าราชการส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ส่งสมทบ กบท. บุคลากรเกษียณอายุตามบำเหน็จบำนาญเหตุสูงอายุ (มาตรา12) ได้แก่ 1) จ่ายให้แก่ข้าราชการส่วนท้องถิ่นผู้มีอายุครบ 60 ปีบริบูรณ์แล้ว หรือ 2) จ่ายให้แก่ข้าราชการส่วนท้องถิ่นที่มีอายุครบ 50 ปีบริบูรณ์ ประสงค์จะลาออกจากราชการ ให้ผู้มีอำนาจส่งอนุญาตให้ลาออกจากราชการเพื่อรับบำเหน็จบำนาญเหตุสูงอายุได้

สำนักงานบำเหน็จบำนาญข้าราชการส่วนท้องถิ่น (2559) ได้สรุปสิทธิในบำเหน็จบำนาญของข้าราชการส่วนท้องถิ่น ไว้ว่า จะมี 2 กรณี คือ

1. กรณีรับบำเหน็จ เงินเดือนเดือนสุดท้าย x อายุราชการ ซึ่งจะได้รับเงินจากทางราชการก่อนเดียว
2. กรณีรับบำนาญคิดจากเงินเดือนเดือนสุดท้ายคูณด้วยอายุราชการหารด้วย 50 โดยจ่ายเป็นรายเดือนเท่ากันทุกเดือน

เรียกว่า บำนาญปกติ

ในกรณีเลือกขอรับเป็นเงินบำนาญแล้ว จะมีสิทธิได้รับสิทธิเพิ่ม ดังนี้

1. มีสิทธิขอรับบำเหน็จดำรงชีพได้ จำนวน 15 เท่า ของเงินบำนาญปกติ แต่ไม่เกิน 400,000 บาท
2. เงินช่วยค่าครองชีพผู้รับบำนาญ (ช.ค.บ.)
3. สิทธิในเงินเพิ่ม 25% ของเงินบำนาญปกติ ถ้าได้เข้ารับราชการใน อปท. ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2509-30 กันยายน

2535

4. หากท่านเสียชีวิต กฎหมายกำหนดให้ทายาทมีสิทธิได้รับบำเหน็จตกทอดจำนวน 30 เท่าของเงินบำนาญปกติรับ หากเสียชีวิต "เงินบำเหน็จตกทอด" ผู้ที่จะได้รับ คือ

1. กฎหมายกำหนดให้จ่ายแก่ทายาทเป็นลำดับแรกครบ ตามสัดส่วน ดังนี้

2. บุตร ได้รับ 2 ส่วน ถ้ามีบุตร 3 คนขึ้นไปได้รับ 3 ส่วน คู่สมรส ได้รับ 1 ส่วน แต่ต้องจดทะเบียนสมรสด้วย บิดาและมารดา หรือบิดา หรือมารดา ได้รับ 1 ส่วน แต่ถ้าท่านไม่มีทายาทในลำดับใดเลย ท่านสามารถแสดงเจตนาระบุตัวผู้รับบำเหน็จตกทอดได้ โดยยื่นแบบตามที่กระทรวงมหาดไทยกำหนด ต่อส่วนราชการต้นสังกัดของท่านกฎหมายไม่มีบังคับให้ท่านต้องแสดงเจตนา แต่ถ้าไม่มีทายาทเหลืออยู่เลย และไม่ได้แสดงเจตนาไว้ การจ่ายบำเหน็จตกทอดถือเป็นอันยุติ

สรุป

ผลกระทบจากการเกษียณอายุและการเตรียมตัวเพื่อการเกษียณข้างต้น สามารถสรุปเป็นตารางความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบจากการเกษียณอายุ และการเตรียมตัวเพื่อการเกษียณของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบจากการเกษียณอายุ และการเตรียมตัวเพื่อการเกษียณของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น

ผลกระทบจากการเกษียณอายุ	ผลกระทบที่ได้รับจากการเกษียณอายุ	การเตรียมตัวเพื่อการเกษียณ
1.ด้านร่างกาย	ปัญหาทางเรื่องสุขภาพที่เสื่อมลงตามอายุที่มากขึ้น	-พยายามทำกิจกรรมที่ทำให้ผ่อนคลายดูแลเรื่องสุขภาพและการกินอาหารที่มีประโยชน์มากขึ้น
2.จิตใจ	เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อกิจวัตรประจำวัน	-ปล่อยวางเมื่อมีปัญหา ไม่ยึดติดกับตำแหน่งงานเดิม -คิดในแง่บวก ปล่อยวางไม่ยึดติดเป็นผู้ให้ช่วยเหลือผู้อื่น
3.ด้านสังคม	การลดบทบาททางสังคมภายนอก ขาดการพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงาน	-ติดตามเหตุการณ์ข่าวสารบ้านเมืองต่าง ๆ -ไม่ยึดติดกับตำแหน่งงานเดิม
4.ด้านการเงิน	รายได้ที่เคยได้ตามปกติลดลง	-ประเมินรายจ่ายแต่ละเดือนหลีกเลี่ยงสิ่งที่จะก่อให้เกิดปัญหาในชีวิต -กินง่ายอยู่ง่ายพยายามช่วยเหลือตนเองให้ได้มากที่สุด

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างผลกระทบจากการเกษียณอายุ และการเตรียมตัวเพื่อการเกษียณของผู้เกษียณอายุ จะเห็นได้ว่า บุคลากรที่กำลังจะเกษียณอายุนั้นควรมีการวางแผนด้านร่างกาย จิตใจ สังคมและการเงิน ที่เป็นผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อการดำเนินชีวิตของผู้เกษียณอายุหลังจากสิ้นสุดหน้าที่การทำงาน โดย

1) ผลกระทบทางด้านร่างกายเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุทำให้ต้องพบกับความเสื่อมของอวัยวะต่าง ๆ อย่างมากเช่นระบบกระดูกเสื่อมลงทำให้เกิดปัญหาในการเดินระบบประสาทต่าง ๆ เสื่อมลงตามองไม่ชัดหูตึงจึงมีผลต่อการดำเนินชีวิตโดยทำให้เกิดความไม่พึงพอใจและถ้าขาดความรู้ในการดูแลสุขภาพก็จะมีสุขภาพที่เสื่อมลงอย่างรวดเร็ว

2) ผลกระทบด้านจิตใจต้องปรับตัวทางสังคมและจิตใจ ควรศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อให้ทันสมัย พุดคุยกับผู้อื่นรู้เรื่อง และอาจให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ลูกหลานได้

3) ผลกระทบด้านสังคม ทำให้ผู้เกษียณอายุขาดการพบปะกับผู้ร่วมงานบทบาททางสังคมลดน้อยลงการได้รับการยกย่องจากบุคคลอื่นในสังคมหมดไปส่งผลให้ผู้เกษียณอายุเกิดความรู้สึกว่าคุณค่าของตนเองลดน้อยลง

4) ผลกระทบด้านการเงิน ทำให้รายได้ลดน้อยลงรายได้พิเศษต่าง ๆ ก็หมดไปในขณะที่รายจ่ายเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากต้องมีรายจ่ายเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพที่เสื่อมลงมากขึ้นจากเดิมและต้องออมทรัพย์สำรองไว้ใช้จ่ายหลังเกษียณอายุ ให้เพียงพอในแต่ละเดือน เพื่อจะช่วยเหลือปัญหาและภาวะเครียดจากค่าใช้จ่ายที่ไม่พอใช้ได้

ซึ่งได้มีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเกษียณอายุ โดย

1) เตรียมกำลังใจไม่ยึดติดกับตำแหน่งงานเดิม ใช้หลักธรรมเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจมองโลกในแง่ดี รู้จักปล่อยวางเมื่อมีปัญหา พร้อมแก้ปัญหาด้วยความมีสติและรู้จักควบคุมตนเองพยายามทำกิจกรรมสร้างสรรค์ร่วมกับผู้อื่น ทั้งการทำอาหาร ทำสวน เลี้ยงสัตว์

2) พยายามทำกิจกรรมต่าง ๆ ตลอด 24 ชั่วโมง คือพยายามทำกิจกรรมที่ทำให้ผ่อนคลายและมีเวลาน้อยลงให้เหมือนช่วงเวลาที่ทำงานอยู่ การออกกำลังกาย ดูแลเรื่องสุขภาพและการกินอาหารที่มีประโยชน์มากขึ้นเนื่องจากอายุมากขึ้นการย่อยอาหารก็เสื่อมลงตามธรรมชาติของอายุที่มากขึ้น การทำงานอดิเรก เช่น อ่านหนังสือ หรือทำงานประดิษฐ์ ร่วมกิจกรรมในสังคม หรือทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เพื่อพุดคุยกับเพื่อนใหม่ และเตรียมความพร้อมร่างกายในการไปเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ กับกลุ่มบุคคลที่เกษียณอายุในช่วงเดียวกันทั้งในประเทศและนอกประเทศ

3) การใช้ชีวิตความเป็นอยู่ให้เรียบง่ายที่สุด กินง่าย อยู่ง่าย พยายามช่วยเหลือตนเองให้ได้มากที่สุด มีการวางแผนในการใช้ชีวิตให้มีแบบแผนมากขึ้น เพื่อให้การใช้ชีวิตความเป็นอยู่มีความเรียบง่ายที่สุด

4) พยายามฝึกจิตใจไม่ให้หลงตัวเอง คิดในแง่บวก ปล่อยวางไม่ยึดติดสิ่งของและลาภยศ เป็นผู้ให้ช่วยเหลือผู้อื่น

5) ฝึกตนให้เป็นคนทันสมัย ใฝ่หาความรู้ ต้องการสนใจต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบันโดยการฟังข่าวสารทุกประเภท ติดตามเหตุการณ์ข่าวสารบ้านเมืองต่าง ๆ ทั้ง ฟังเพลง อ่านหนังสือพิมพ์ ดูโทรทัศน์ และอารมณ์ดีตลอดเวลา ไม่เครียด ไม่โกรธ พุดแต่สิ่งดี ๆ

6) อย่าพาตัวเองไปอยู่ในที่มีความขัดแย้งและสร้างหนี้สิน ประเมินรายจ่ายแต่ละเดือน วิเคราะห์รายจ่ายต่าง ๆ ทำเป็นตารางงบออกมาให้เห็นและเข้าใจง่าย ประเมินรายรับแต่ละเดือน วิเคราะห์รายรับเพื่อคาดคะเนจำนวนรายได้ เนื่องจากเมื่อเกษียณอายุรายได้พิเศษต่าง ๆ อาจสิ้นสุดไป ควบคุมค่าใช้จ่ายในบ้านให้สมดุลกับรายได้ ควรหาทางเพิ่มรายได้หรือตัดรายจ่ายไม่จำเป็นออก ต้องพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่จะก่อให้เกิดปัญหาในชีวิตมากที่สุด โดยเฉพาะเรื่องภาระหนี้สินเพราะไม่มีรายได้เท่าเดิมเหมือนตอนที่ยังทำงาน

สรุปได้ว่าการเกษียณอายุก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้ที่เกษียณอายุในหลาย ๆ ด้านหากผู้ที่มีการเตรียมตัวที่ดีจะสามารถใช้ชีวิตภายหลังเกษียณอายุได้อย่างมีความสุข มีคุณภาพชีวิตที่ดี

เอกสารอ้างอิง

- เฉลิมพล แจ่มจันทร์. (2556). ข้อพิจารณาโน้ตค้นใหม่ของ “นิยามผู้สูงอายุ” และ “อายุเกษียณ” ในประเทศไทย. วารสารประชากร, 4 (1): 131-150.
- ตามพรธณ แซ่ม้อย. (2550). ความสัมพันธ์ระหว่างการเตรียมตัวเกษียณอายุการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมกับการสามารถในการปฏิบัติพัฒนากิจของราชการบำนาญ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาลครอบครัว มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ดารณี คำเจริญ. (2550). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแผนการดำเนินชีวิตข้าราชการในกรุงเทพมหานครศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกสมาคมคลังปัญญาอาวุโสแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ทยณัฐ ชวนชัยสิทธิ. (2555). รูปแบบการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุงาน กรณีศึกษาครู โรงเรียนเอกชน จังหวัดนนทบุรี. งานวิจัยปริญาบัณฑิต คณะสังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์.
- ธาดา วิมลวัตรเวทย์. (2550). การเตรียมตัวก่อนเกษียณอายุการทำงานของบุคลากร สังกัดมหาวิทยาลัยของรัฐ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. วิทยานิพนธ์ปริญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- บรรลพ ศิริพานิช. (2550). คู่มือผู้สูงอายุฉบับเตรียมตัวก่อนสูงอายุ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.
- ปรีชา อุบโยคิน. (2553). ความสุขของผู้สูงอายุ. (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 7 กันยายน 2561 จาก http://www.thaicam.go.th/index.php?option=com_content
- พิเชฐ เจียมมณีทวีสิน. (2560). สิทธิชดเชยเมื่อถูกเลิกจ้างกรณีเกษียณ ถูกจ้างควรทราบ นายจ้างควรรู้. (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2561 จาก <http://www.posttoday.com/finance/money/516989>.
- ภัทรวรรณ ปิ่นแก้ว. (2561). กรมสวัสดิการคุ้มครองแรงงาน. (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2561 จาก https://www.labour.go.th/th/index.php?option=com_content&view=article&id=41781%3A-60--&catid=1%3A2011-03-31-03-24-26&Itemid
- ภัทรธ ฉลาดแพทย์. (2559). เกษียณอย่างสง่างามและมีความสุข. กรุงเทพฯ: กู๊ดไลฟ์.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2557). รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย: กองทุนผู้สูงอายุ คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: ทีคิวพี.
- วนิดา จันทิมา. (2554). การคุ้มครองลูกจ้างตามกฎหมายคุ้มครองแรงงาน “กรณีหยุดกิจการชั่วคราว”. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 3 (2): 14.
- วรวรรณ ชัยเชื้อ. (2556). การเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุราชการทหารบกประจำการ ณ กรมการทหารสื่อสาร กรุงเทพมหานคร. งานวิจัยปริญาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมรักษ์ รักษาทรัพย์, ถวิล นิลใบ และนงนุช อินทวิเศษ. (2551). รายงานการศึกษาระดับสมบูรณ เรื่อง โครงการนำร่องการศึกษาความเหมาะสมในการทำงานของแรงงานหลังเกษียณอายุ. กรุงเทพฯ: บางชันการพิมพ์.
- สำนักงานบำเหน็จบำนาญข้าราชการส่วนท้องถิ่น. (2559). คู่มือการปฏิบัติงานบำเหน็จบำนาญข้าราชการส่วนท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: สำนักงานบำเหน็จบำนาญข้าราชการส่วนท้องถิ่น.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2551). โครงการสำรวจผู้สูงอายุในประเทศไทย. (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2561 จาก <http://service.nso.go.th/nso/knowledge/knowledge09/aged.html>
- สุเทพ พูลสวัสดิ์. (2550). การเตรียมตัวเกษียณอายุราชการของผู้บริหารสถานศึกษา. การค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

อนงค์นาฏ เฝ้าสถิน. (2556). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเตรียมตัวก่อนการเกษียณของข้าราชการครู จังหวัดร้อยเอ็ด.**

วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอกอนามัยครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล.

อรนุช หงษาชาติ, ชีพสุมน รังสยาธร และอภิชาติ ใจอารี. (2550). **การทำงานหลังเกษียณอายุราชการของ บุคลากรสายวิชาการ
สังกัดสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนา
ทรัพยากรมนุษย์และชุมชน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.**

เทคนิคการสื่อสารในการประสานงานระหว่างแผนก

Communication Techniques for Inter-Departments' Coordination

วิกานดา เกษตรเอี่ยม, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹
วรรณณา ปิยะรัตน์มานนท์, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²
อดุลยเดช ต้นแก้ว, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี³
Email: adunyadet@hotmail.com

บทคัดย่อ

การสื่อสารเป็นเรื่องสำคัญ การสื่อสารถือเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารโดยการสื่อสารมีบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยน ความรู้ ความคิด หรือทัศนคติ เพื่อสร้างความเข้าใจต่อกัน ในทุกหน่วยงานมองเห็นความสำคัญของการสื่อสารเป็นอย่างมาก เนื่องจากการสื่อสารที่ไม่ชัดเจน ทำให้งานผิดพลาดและเกิดความล่าช้าในงาน ดังนั้นเทคนิคการสื่อสารในการประสานงานระหว่างแผนก ให้ประสบความสำเร็จ สามารถดำเนินการได้ดังนี้

1. ทบทวนเป้าหมายขององค์กรที่ได้รับมอบหมายตามแผนในแต่ละระดับ ว่าองค์การต้องการความสำเร็จอย่างไร มีการกำหนดตัวบ่งชี้ หรือตัวชี้วัดไว้อย่างไร หากองค์การมีการวางแผนไว้อย่างดี ออกแบบการวางแผนไว้อย่างเป็นทางการ และมีความชัดเจน ผู้ปฏิบัติงานในแต่ละแผนกจะสามารถกำหนดความชัดเจนในการทำงานให้บรรลุได้ง่ายขึ้น
 2. พิจารณาความสำคัญของแผนกของตนเองมีความสำคัญอย่างไรต่อองค์การในสายโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) หากเป็นแผนกที่อยู่ในกิจกรรมหลัก ก็สมควรสำนึกว่า ความสำเร็จของแผนกของตนเองเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จขององค์การที่ไม่สามารถหยุดดำเนินการได้ เมื่อแผนกของตนเองขับเคลื่อนองค์การก็จะขับเคลื่อนไปตามกัน ในขณะเดียวกันหากแผนกที่สังกัดอยู่ในกิจกรรมสนับสนุน ก็สมควรสำนึกว่า ตนเองมีหน้าที่ให้การสนับสนุนช่วยเหลือกิจกรรมหลักให้ขับเคลื่อน หากกิจกรรมหลักขับเคลื่อนได้ ก็ถือเป็นความสำเร็จของแผนกตนเอง
 3. ออกแบบการติดต่อสื่อสารในกระบวนการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมระหว่างกัน
 4. พิจารณาบรรยากาศองค์การ อย่างสม่ำเสมอ เพราะถือว่าเป็นผลลัพธ์ของการสื่อสาร หากเห็นว่าบรรยากาศองค์การเป็นไปในทิศทางที่ดี ก็ควรระวังกระบวนการติดต่อที่อาจสร้างความเข้าใจผิดได้ ในขณะเดียวกันหากเกิดบรรยากาศองค์การที่เป็นไปในทิศทางที่แย่ ก็จำเป็นต้องหาทางปรับปรุงบรรยากาศให้ดีขึ้น ด้วยการสร้างกิจกรรมต่าง ๆ ที่เปลี่ยนบรรยากาศองค์การให้ดีขึ้น
- คำสำคัญ:** การประสานงาน การติดต่อสื่อสาร บรรยากาศองค์การ

ABSTRACT

The Communication is essential, as it is the mean for 2 persons and more to understand each other by exchanging the information between the Receiver and the Sender. Parts of the information are the knowledge, thoughts or attitudes. The Communication is considered significant for all of the departments, due to unclear communication will lead to the errors in their jobs, and may slow down the process of work. Therefore, the successful techniques for inter-departments' coordination can be proceed as followings;

1. Remind the organizations' assigned goals, according to the plans in each level, whether how much achievement that the organizations require, have the departments set up the indicator or measurement and how

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

much they have set. If they have well planned on how to reach the targets, in the official patterns apparently, it will ease the operators in each department to assign and achieve the work distinctively.

2. Determine how significant of your department in the organization's Value Chain. If yours is in the main activity, one should keep in mind that your continue department's achievements are parts of the non-stop organization's success. In other word, your department has driven your organization forward. Meanwhile, if your department is meant to support the main activity, your responsibility is to back up and help them to drive forward. One can consider the sub-department is success, once the main activity is moving forward.

3. Properly design on how to communicate among departments effectively.

4. Examine the organization's atmosphere regularly, considering it as the outcome of the communication among the departments within the organization. If the wind is blowing in the good direction, one may watch out for any misunderstanding that may occur during the communication process. On the other hand, if the wind is blowing in the opposite direction, one may have to adjust and improve the organization's atmosphere, by introducing some activities or creating some projects, in order to enhance the organization's atmosphere as a whole.

Keywords: Coordination, Communication, Organization's Atmosphere

บทนำ

สถานการณ์โลกปัจจุบัน องค์กรทุกองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ข่าวสารที่รวดเร็วก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี และการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่ง ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การสื่อสารซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาหลายด้าน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา วัฒนธรรม เป็นต้น การที่จะนำพาองค์กรให้ก้าวไปสู่ความเป็นผู้นำในโลกธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูงได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างร่วมกัน สิ่งที่มีมองข้ามไม่ได้เลย ก็คือเรื่องของ การสื่อสาร เนื่องจากเป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ และการสื่อสารยังสื่อถึงความต้องการ ความนึกคิดของผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังผู้บังคับบัญชา รวมทั้งการประสานงานระหว่างผู้ที่อยู่ในองค์กรเดียวกันและภายนอกองค์กร อาจจะกล่าวได้ว่า เมื่อมีการปฏิบัติงานร่วมกันย่อมมีการติดต่อสื่อสารเกิดขึ้น เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันต่อเรื่องนั้น ๆ แต่ถ้าองค์กรนั้น ๆ ได้รับความหมายไม่ตรงกัน ก็ทำให้เกิดปัญหาด้านการติดต่อสื่อสารได้เช่นกัน ดังเช่น พรณราย ทพยะประภา (2548) ได้กล่าวไว้ว่า ในทุก ๆ องค์กรนั้นการสื่อสารมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ถ้าจะเปรียบเสมือนว่าองค์กรคือคน การสื่อสารในองค์กรก็จะเปรียบเสมือนโลหิต ซึ่งเป็นศิลปะอย่างหนึ่งในการบริหาร ที่บุคคลพยายามหาช่องทางที่จะทราบความต้องการของอีกฝ่าย เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างกัน โดยอาศัยการพูด การส่งสัญลักษณ์ หรือข้อความที่เป็นสื่อ แต่ในขณะเดียวกันการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ ก็อาจจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิดระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ ด้วยเหตุดังกล่าวทำให้องค์กรธุรกิจเห็นความสำคัญของการสื่อสารเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ความสำเร็จทางธุรกิจส่วนหนึ่งขององค์กร คือการได้ข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ปรับใช้ในกระบวนการบริหาร อีกทั้งเสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจที่นำมาซึ่งผลตอบแทนขององค์กรในที่สุด

การสื่อสารเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสาร ผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายโน้มน้าวจิตใจให้เกิดผลในการให้เกิดการรับรู้ หรือแลกเปลี่ยนทัศนคติ เพื่อสร้างความเข้าใจต่อกัน ดังที่ นพดล พูลพุทธพงษ์, ปฏิพันธ์ ดอกแย้ม และสุนีย์ วรธนโกมล (2559) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อมนุษย์ เพราะการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการ เชื่อมโยงให้มนุษย์มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน มนุษย์สามารถที่จะถ่ายทอดความนึกคิดเพื่อก่อให้เกิดความ เข้าใจระหว่างกัน โดยอาศัย “การสื่อสาร”

จากการประสานงานในการปฏิบัติงานระหว่างแผนกต่าง ๆ พบว่าการสื่อสารถือเป็นเรื่องที่สำคัญมากในองค์กร เนื่องจากองค์กรทุกแห่งต้องมีการติดต่อสื่อสารกันตลอดเวลา ซึ่งในบางครั้งผู้สื่อสารอาจมีการสื่อสารที่ไม่ชัดเจนทำให้ผู้รับสารไม่เข้าใจก่อให้เกิดการทำงานที่ผิดพลาดและไม่สำเร็จตามระยะเวลาที่กำหนด ทำให้เสียเวลามากขึ้น และทำให้งานไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย ดังที่ สุพานี สฤษฏ์วานิช (2552) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจุบันองค์กรมีบุคลากรจำนวนมาก บุคคลแต่ละคนมีความต้องการซับซ้อนมาก มีหลายหน่วยงานด้วยกันทั้งภาครัฐและภาคเอกชนก็อาจจะเกิดปัญหาในการติดต่อสื่อสารได้ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาในเรื่องของช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารอาจจะล่าช้า ขาดความน่าสนใจ หรือเรื่องของ การสื่อสารระดับเดียวกันที่ไม่สามารถพูดคุยหรือปรึกษากันได้ มีการชิงดีชิงเด่น ไม่ยอมรับ ไม่เข้าใจ มีปฏิกิริยาตอบสนองต่อกันและการประสานงาน ซึ่งทำให้การทำงานซับซ้อน และส่งผลกระทบต่อการบริหารขององค์กร จะเห็นได้ว่าอุปสรรคหรือปัญหาที่เกิดขึ้นจากการติดต่อสื่อสารดังกล่าวนี้ เป็นสาเหตุที่ทำให้การติดต่อสื่อสารในองค์กร ไม่เป็นไปตามแนวทางที่ต้องการ และมักจะนำมาซึ่งความล้มเหลวในการติดต่อสื่อสาร ความขัดแย้งระหว่างบุคลากร หรือ

ระหว่างบุคลากรกับองค์กร ความขัดแย้งการติดต่อสื่อสารนี้จะทำให้บุคลากรเกิดความรู้สึกไม่พอใจในการติดต่อสื่อสารที่เป็นอยู่ ตลอดจนไม่พอใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งในองค์กรสมัยใหม่นั้น การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพให้เกิดขึ้น และสร้างความเข้าใจ ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างฝ่ายบริหารและฝ่ายพนักงาน ทำให้เกิดการแรงสัมพันธ์ที่ดี และนอกจากนี้การสื่อสารยังช่วยสร้างสรรค์จริยวัฒนธรรมให้แข็งแกร่ง ตลอดจนสร้างองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นได้ และถ้าองค์กรจะต้องมีการเปลี่ยนแปลง สื่อสารในองค์กรจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้การบริหารการเปลี่ยนแปลงและประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวข้างต้น การสื่อสารจึงเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากมนุษย์ต้องมีการติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารถือเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารโดยการสื่อสารมีบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยน ความรู้ ความคิด หรือทัศนคติ เพื่อสร้างความเข้าใจต่อกัน ในทุกหน่วยงานมองเห็นความสำคัญของการสื่อสารเป็นอย่างมาก เนื่องจากการสื่อสารที่ไม่ชัดเจน ทำให้งานผิดพลาดและเกิดความล่าช้าในงาน จึงสนใจที่จะเสนอมุมมองเรื่องเทคนิคการสื่อสารสำหรับการประสานงานระหว่างแผนก

บททวนวรรณกรรม

แนวคิดด้านการติดต่อสื่อสาร เป็นแนวคิดหลักที่ต้องนำมาทบทวน ซึ่งทุก ๆ การสื่อสาร ย่อมส่งผลถึงบรรยากาศขององค์กร ดังนั้นจึงต้องศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับบรรยากาศขององค์กรเพื่อนำการสื่อสารไปประยุกต์เพื่อปรับปรุงบรรยากาศขององค์กรให้แต่ละแผนกมีสถานะจะขับเคลื่อนไปได้โดยมีภาวะการขัดแย้งต่ำที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร

กรีซ สิบสนธ์ (2537) ให้ทัศนะไว้ว่า การสื่อสารในองค์กร คือ กระบวนการแลกเปลี่ยน ข่าวสารระหว่างบุคคลทุกระดับ ทุกหน่วยงาน โดยมีความสัมพันธ์กันภายใต้สภาพแวดล้อม บรรยากาศขององค์กร ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนไปตามกาลเทศะบุคคล ตลอดจนเรื่องราวและ วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

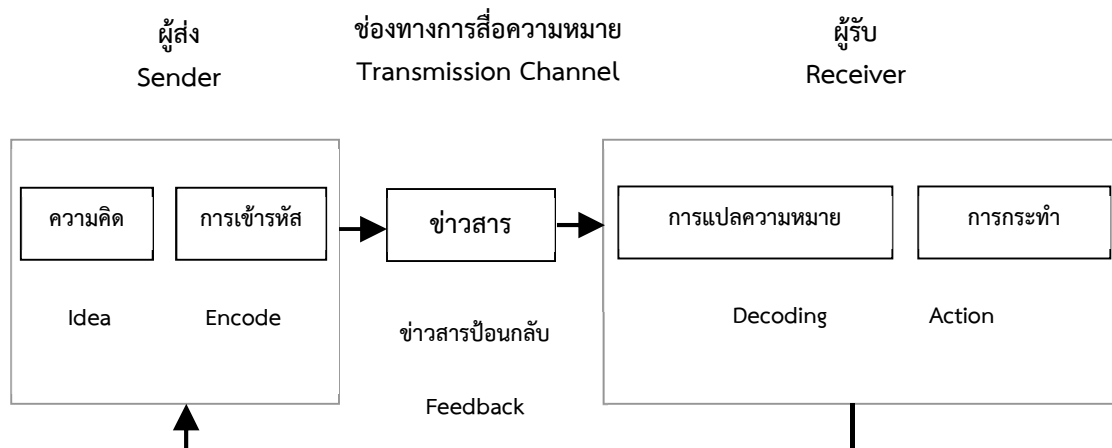
มนัส บุญวงศ์ และคนอื่น ๆ (2542) การติดต่อสื่อสาร (Communication) คือ การถ่ายทอดความรู้สึก ความคิด ทัศนคติ ความเข้าใจข่าวสารจากบุคคลหรือกลุ่ม ไปยังบุคคลอื่น หรือกลุ่มอื่น หรืออาจจะเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน ตรงกัน ซึ่งการติดต่อสื่อสารอาจจะมีหลายลักษณะ เช่น คำพูด ท่าทาง การแสดงออก หรือภาษาเขียน ต้องอาศัยพื้นฐานทักษะในการสื่อสารทั้งการฟัง การพูด เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

พัธรา นักร้า (2550) กล่าวว่า “การติดต่อสื่อสารเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของบุคคลต่าง ๆ ในองค์กรเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และอาจช่วยให้สามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จตามเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ใฝ่จ้องไว้”

สุพณี สกฤษฎ์วานิช (2552) ได้ให้ความหมายของการติดต่อสื่อสารไว้ว่า รูปแบบการติดต่อสื่อสารหรือกระบวนการที่มนุษย์เชื่อมโยงความรู้สึก และความนึกคิดให้ถึงกันเพื่อให้เกิดการตอบสนองซึ่งกันและ กัน ซึ่งการถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ อาทิ ข่าวสารข้อมูล หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความเป็นมา ข้อเท็จจริง ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น หรือทางเลือกต่าง ๆ จากผู้ส่งสารไปที่ผู้รับสารโดยวิธีการใดวิธีการ หนึ่งในสภาพแวดล้อมแบบหนึ่ง โดยการใช้สัญลักษณ์ที่เป็นที่ยอมรับร่วมกัน เพื่อให้เกิดการตอบสนอง การชักจูง การรับรู้ เปลี่ยนพฤติกรรม เปลี่ยนทัศนคติ หรือเกิดความเข้าใจตามที่พึงประสงค์ เพื่อให้ผู้ พูดยได้แสดงความรู้สึก และอารมณ์ นำไปสู่การผ่อนคลายความกดดัน ความเครียด ได้ระบายนึกคิด ความรู้สึก ได้แสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ออกมา ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารขององค์กร ซึ่งการสื่อสารขององค์กร มีการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลข่าวสารในหมู่สมาชิกขององค์กร เพื่อให้บรรลุประสิทธิผลและประสิทธิภาพขององค์กร โดยที่การสื่อสารขององค์กร มีหลายระดับ ได้แก่ ระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กร โดยการสื่อสารจะเป็นเสมือน ตัวกลาง โดยอาจจะสื่อสารผ่านทางข้อมูลสัญลักษณ์ ข่าวสาร และเครื่องหมายต่าง ๆ กลับมายังผู้ส่ง สารแทน เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงการบริหารด้านต่าง ๆ ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า การติดต่อสื่อสาร หมายถึง กระบวนการในการส่งข้อมูลและความหมายจากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่งโดยการแปลงข้อมูลจากผู้ส่งสารไปยังแปลความหมายยังผู้รับสาร

กระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เป็นกระบวนการของการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป ซึ่งองค์ประกอบของการสื่อสาร ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กระบวนการติดต่อสื่อสาร
ทีมา (มนัส บุญวงศ์ และคนอื่นๆ, 2542)

จากภาพที่ 1 สามารถแบ่งองค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารออกได้เป็น 7 องค์ประกอบคือ

1. ผู้ส่ง (Source หรือ Sender) คือ การสื่อสารจะเริ่มจากผู้ส่งที่จะต้องมีความคิด บางสิ่งบางอย่างหรือข้อมูล ที่จะเสนอหรือสื่อให้กับอีกฝ่ายหนึ่งให้รับทราบ
2. ข่าวสาร (Message) คือ สิ่งที่ต้องการส่งไปยังผู้รับสาร โดยผู้ส่งต้องแปลงสิ่งที่ ต้องการส่งให้อยู่ในรูปแบบที่อีกฝ่ายจะเข้าใจได้โดยทั่วไป ซึ่งจะเรียกว่าการใส่รหัส (Encoding) ซึ่งเป็นการนำความคิดเรียบเรียงออกมาเป็นเนื้อหา (Content) และอารมณ์ (Emotion)
3. การใส่รหัส (Encoding) คือ วิธีการที่จะแปลงความคิดให้เป็นสื่อที่ฝ่ายหนึ่งเข้าใจ เช่น จากความคิดก็จะแปลงมาเป็น ภาษาพูด เขียน หรือภาษาสัญลักษณ์ต่าง ๆ
4. การสื่อสารช่องทางการติดต่อสื่อสาร (Channel) คือ เป็นตัวกลางในการ สื่อสาร ในตัวกลางสามารถเลือกช่องทางการที่จะสื่อสารได้หลายวิธี เช่น การส่งบันทึกข้อความ ใช้ การพูดแบบเผชิญหน้า ส่งจดหมาย การโทรศัพท์ ส่ง E-mail รายงาน ติดประกาศทั่วไป และเสียงตาม สาย เป็นต้น
5. การถอดรหัส (Decoding) คือ ผู้รับได้ทำความเข้าใจ และตีความแปลความใน ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับจากผู้ส่ง
6. ผู้รับ (Receiver) คือ กลุ่มคนหรือบุคคลที่เป็นเป้าหมายที่ผู้ส่งต้องการส่งข้อมูล
7. ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) คือ ผู้รับแสดงให้ผู้ส่งเห็นว่า การติดต่อสื่อสารนี้ ประสบผลสำเร็จหรือไม่ โดยการส่งผ่านข้อมูลย้อนกลับให้ผู้ส่ง ถ้าเกิดเหตุการณ์ เช่น ปรากฏการ ส่งข้อมูลย้อนกลับ ถือว่าเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว นั่นเอง ซึ่งผู้ส่งอาจไม่ทราบว่าผู้รับได้รับข่าวสาร นั้นหรือไม่ และหรือมีความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารที่ไปแต่เพียงใด ส่วนการส่งข้อมูลย้อนกลับนั้น มี ผลทำให้การติดต่อกันนั้นมีชีวิตชีวา มีความสนุกสนานมากขึ้น ยิ่งทำให้การสื่อสารต่อเนื่องไปได้ด้วยดี โดยทั่วไปแล้วผู้รับมักไม่ค่อยได้ส่งข้อมูลย้อนกลับ เพราะเกรงว่าเมื่อส่งไปแล้วอาจมีผลลบมาสู่ตนเอง ได้ หรือในบางกรณีอาจพบได้ว่าด้วยสถานะตำแหน่งของตัวเองที่แตกต่างกันมากนั้น ทำให้ผู้รับไม่กล้า ส่งข้อมูลย้อนกลับให้ หรืออาจจะเป็นเพราะที่ผู้ส่งมองว่าผู้รับ ไม่มีความรู้ความสามารถ ไม่เก่งเพียงพอ ไม่เข้าใจข่าวสารที่ส่งมา หรือบางกรณียังพบได้ว่าผู้รับอ่านท่าทีของผู้ส่ง ได้ขาดความสนใจในการสื่อสารโดยที่ไม่ได้แสดงความสนใจอย่างเพียงพอ ลึกซึ้ง ผู้รับจึงไม่กระตือรือร้นที่จะส่งข้อมูล ย้อนกลับให้

ดังนั้น การส่งข้อมูลระหว่างผู้ส่งสาร กับผู้รับสารที่สมบูรณ์ย่อมต้องอาศัยการเข้ารหัสที่สมบูรณ์ ผ่านช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่เหมาะสม ไปถึงผู้รับสารที่มีเครื่องมือในการแปลความหมายที่มีประสิทธิภาพ

Porter and Robert (1976) ได้เสนอกฎทั่วไปในการส่งข่าวสารที่มีผลต่อผู้รับสารอันเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการสื่อสารไว้ว่า

1. ผู้รับสารจะตีความหมายของสารที่ขัดแย้งกับตนเองน้อยที่สุด
2. ผู้รับสารส่วนใหญ่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและ ความเชื่อของตน
3. ข้อมูลข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อของผู้รับสารจะถูกต่อต้านมากกว่า ข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อของตนเอง
4. ข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองกับความต้องการและค่านิยมของปัจเจกบุคคล จะถูกยอมรับได้ง่ายกว่าข้อมูลที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการในระดับปัจเจกบุคคลได้

5. ข้อมูลข่าวสารเพื่อเปลี่ยนแปลงจะประสบความสำเร็จ ถ้าผู้รับสาร เห็นว่าข้อมูลข่าวสารนั้นสามารถปฏิบัติได้จริง และสามารถเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวของ ตนเองได้ขึ้น

ดังนั้น การติดต่อสื่อสารระหว่างกันภายในองค์กร เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์กร (Interpersonal Communication in Organization) โดยเป็นไปตามความสัมพันธ์กับเป้าหมายทาง ธุรกิจ โครงสร้างองค์กร และหน้าที่ ซึ่งความสำเร็จขององค์กรนั้นวัดได้จากผลสำเร็จจากการสื่อสาร ภายในองค์กรนั่นเอง

อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2555) กล่าวว่า ปัญหาจากองค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสาร มีดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (Sender or Source) ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตัวผู้ส่งสารรับสารดังนี้
 - 1.1 ปัญหาที่เกิดขึ้นกับบุคลิกภาพของผู้ส่งสารเอง เช่น ผู้ส่งสารไม่มีความน่าเชื่อถือส่งผลให้ผู้รับสารรู้สึกไม่เชื่อมั่นในข้อมูลที่ได้รับซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการสื่อสาร
 - 1.2 ผู้ส่งสารขาดความรู้จริงในข้อมูลที่ทำกรสื่อสาร
 - 1.3 ผู้ส่งสารมีอคติต่อผู้รับสารหรือประเด็นที่กำลังสื่อสารในขณะนั้น
 - 1.4 ผู้ส่งสารมีการใช้อารมณ์ในการส่งสาร
 - 1.5 ผู้ส่งสารขาดความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของการส่งสารนั้นอย่างชัดเจน
 - 1.6 ผู้ส่งสารมีเจตนาที่จะบิดเบือนข่าวสารเพื่อปกปิดอะไรบางอย่าง
2. สาร (Message) ปัญหาที่เกิดขึ้นมีดังนี้
 - 2.1 ข่าวสารที่ได้รับมาขาดความชัดเจน จนทำให้สับสนหรือเข้าใจยาก
 - 2.2 การเรียบเรียงข่าวสารไม่เรียงตามลำดับทำให้ผู้รับสารสับสน ไม่เข้าใจ
 - 2.3 การให้ข้อมูลข่าวสารที่มากเกินไปทำให้เกิดภาวะล้นของข้อมูลข่าวสาร
 - 2.4 ข้อมูลข่าวสารนั้น ใช้ภาษาที่ยาก
 - 2.5 ข้อมูลข่าวสารนั้น ไม่สมบูรณ์ขาดรายละเอียดที่สำคัญ
 - 2.6 ข้อมูลข่าวสารที่จัดทำขึ้นอย่างรีบเร่ง ทำให้เกิดความผิดพลาดในการนำเสนอข้อมูล
3. ช่องทางของการสื่อสาร (Chanel) ปัญหาที่เกิดขึ้นมีดังนี้
 - 3.1 การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่ไม่เหมาะสมกับผู้ส่งสาร เช่น ผู้ส่งสารมีทักษะที่ดีในการเขียนอธิบาย ในการส่งสารก็ควรเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ ประกาศ ฯลฯ
 - 3.2 การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่ไม่เหมาะสมกับรูปแบบ ลักษณะของสาร เช่น การใช้สื่อสิ่งพิมพ์กับข่าวสารที่ต้องการความรวดเร็ว ประสิทธิภาพในการสื่อสารก็จะน้อยกว่าการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงหรือประชาสัมพันธ์
 - 3.3 การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่ไม่เหมาะสมกับตัวผู้รับสาร เช่น การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์กับผู้รับสารที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น อาจจะได้อ่านน้อยกว่าการใช้สื่อที่เป็นวิทยุกระจายเสียงหรือสื่อโทรทัศน์
4. ผู้รับสาร (Receiver) ปัญหาที่เกิดขึ้นมีดังนี้
 - 4.1 ผู้รับสารขาดประสิทธิภาพในการรับข้อมูลข่าวสาร
 - 4.2 ผู้รับสารมีอคติต่อผู้ส่งสาร หรือเรื่องที่ทำการสื่อสาร
 - 4.3 ผู้รับสารไม่มีความพร้อมในการรับสารในขณะที่มีการสื่อสาร
 - 4.4 ผู้รับสารมีอารมณ์ขณะรับสาร
 - 4.5 ผู้รับสารขาดประสบการณ์ร่วมกันกับผู้ส่งสาร
 - 4.6 ผู้รับสารเลือกที่จะรับสารที่ต้องการ หรือสนใจโดยเพิกเฉยต่อข่าวสารที่ตนเองไม่สนใจ

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ปัญหาและอุปสรรคในการติดต่อสื่อสารในองค์กร มักเกิดจาก ตัวผู้ส่งสารเอง เกิดจากสาร ซึ่ง

ข่าวสารที่ได้รับมาขาดความชัดเจน ข่าวสารยาวจนไม่ได้ใจความ ใช้ภาษาที่ยาก และข่าวสารนั้นไม่สมบูรณ์ หรืออาจเกิดจากช่องทางการสื่อสาร ซึ่งอาจใช้ช่องทางการสื่อสารที่ไม่เหมาะสม และอาจเกิดจากผู้รับสาร

การติดต่อสื่อสารภายในองค์กรอาจพิจารณาได้จากทิศทางของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ดังนี้ (จิตติพร อุณใจ และคณะ, 2552)

1. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) เป็นการสื่อสารผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นลักษณะของการบอกเป้าหมาย การมอบหมายงาน การสั่งงาน การให้ข้อมูลย้อนกลับในการทำงาน (Performance feedback) วัตถุประสงค์ต่าง ๆ รวมทั้งการประชุม (Meeting) ถือเป็นวาระโอกาสของหัวหน้าสามารถสื่อสารกับลูกน้องให้เกิดความ เข้าใจที่ดีต่อกันได้ โดยปัจจุบันการติดต่อจากบนลงล่างที่ผู้บริหารนิยมใช้มาก คือ การจัดทำวารสาร ภายใน การประชุมงาน และการเปิดเผยข้อมูลที่เรียกว่า Open Book Management

2. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นการสื่อสาร จากพนักงานไปยังผู้บริหาร เช่น การรายงานผลการปฏิบัติงานต่าง ๆ การขอคำแนะนำ โดยใช้การ สื่อสารจากล่างขึ้นบนนี้มักเป็นข้อความสั้นๆ และไม่ค่อยเกิดขึ้น เพราะพนักงานไม่กล้าที่จะติดต่อกับ ผู้บังคับบัญชา เพราะกลัวในตำแหน่งหน้าที่ที่สูงกว่า และเกรงกลัวผู้บริหารประเมินว่าตนไม่มีความสามารถเพียงพอ ไม่เก่งทางด้านนี้ หรือกลัวว่าจะได้รับผลในทางลบมาแทน หรือถ้าสื่อให้กับ ผู้บริหารก็อาจสื่อแต่ข้อมูลที่เป็นเรื่องดีเพื่อเอาใจเราเรียกว่าการถนัดแบบนี้ว่า Mum effect

3. การติดต่อสื่อสารในแนวนอน (Lateral หรือ Horizontal Communication) เป็นการสื่อสารในคนในระดับเดียวกันหรือกลุ่มงานเดียวกัน จึงมีเป็นกันเอง รวดเร็ว และเป็นมิตร เช่น ฝ่ายการตลาดติดต่อกับฝ่ายเทคนิคเรื่องข้อมูลผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยในการประสานงานให้ดีขึ้น ช่วยสร้างพันธมิตร (Coalitions) และลดเวลาการสื่อสารตามสายงาน ทำให้แผนกต่าง ๆ ในองค์กร นั้น ๆ มีการทำงานที่ต้องคำนึงถึงฝ่ายอื่น ๆ ด้วย รวมทั้งเป็นช่องทางต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ในองค์กรได้ เพราะได้มีโอกาสรับรู้ข้อมูลข่าวสารระหว่างกันทำให้เห็นช่องทางโอกาสต่าง ๆ ในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ขึ้นมา

4. การติดต่อสื่อสารในแนวทแยง (Diagonal Communication) คือ การสื่อสาร ข้ามแผนกและข้ามระดับ โดยปกติ มักจะเป็นการสื่อสารของฝ่ายให้คำแนะนำปรึกษา (Staff) กับฝ่ายปฏิบัติการ (Line)

แนวคิดเกี่ยวกับบรรยากาศองค์การ

เสนาะ ตียาวี (2530) กล่าวว่า บรรยากาศการสื่อสารภายในองค์กรประกอบด้วยพฤติกรรมคน การรับรู้เหตุการณ์ การตอบสนองระหว่างบุคคล การคาดหวัง ความขัดแย้งระหว่างบุคคลและโอกาสที่บุคคลจะเจริญเติบโตใน หน้าที่การงานตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน บรรยากาศทางด้านวัตถุ ในองค์กรจะกระทบการปฏิบัติงาน แต่บรรยากาศการสื่อสาร ภายในองค์กรจะกระทบต่อพฤติกรรมของคน การแสดงออก ความรู้สึก ความคิดริเริ่มในการสร้างงาน ความสำเร็จของงาน และความกระตือรือร้นในการทำงานที่จะทำงานก้าวหน้า

Pace and Faules (1994) กล่าวว่า บรรยากาศการสื่อสารประกอบด้วย การรับรู้ การประเมินเกี่ยวกับ เหตุการณ์ทางการสื่อสาร พฤติกรรมมนุษย์ การตอบสนองต่อกัน ของพนักงาน ความคาดหวัง ความขัดแย้งและโอกาสการก้าวหน้าในองค์กร บรรยากาศการสื่อสารมีความสำคัญต่อการเพิ่มผลผลิตขององค์กรมากที่สุด เพราะบรรยากาศการ สื่อสารจะส่งผลต่อความพยายามร่วมกันหรือความสำเร็จร่วมกันของสมาชิกในองค์กร ประกอบด้วย บรรยากาศการสื่อสาร 6 ด้านได้แก่

1. การคำนึงถึงเป้าหมายการปฏิบัติงานในระดับสูง หมายถึง การรับรู้ของบุคลากรว่า ตนได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายสูงสุดขององค์กรและหน่วยงาน ตลอดจนนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเองต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร หน่วยงานมีกลไกส่งเสริมให้ เจ้าหน้าที่ปฏิบัติตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ความไว้วางใจ หมายถึง การรับรู้ของบุคลากรว่าภายในองค์กรมีการสื่อสารข้อมูลต่อกันด้วยความไว้วางใจ ยอมรับ และเชื่อถือข้อมูลที่ได้รับ

3. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ หมายถึง การรับรู้ของบุคลากรว่าตนสามารถแสดง ความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน กฎระเบียบ ต่าง ๆ ขององค์กร การกำหนดเป้าหมายของหน่วยงาน รวมทั้งการสื่อสารให้ข้อมูลแก่ผู้บังคับบัญชา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน

4. การสนับสนุนซึ่งกันและกัน หมายถึง การรับรู้ของบุคลากรว่าองค์กรสนับสนุนให้ ผู้ปฏิบัติงานทำงานเป็นทีมร่วมกัน และมีการสื่อสารเพื่อประสานงานกับผู้อื่นในหน่วยงาน และ ระหว่างหน่วยงาน

5. การเปิดเผยการสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา หมายถึง การรับรู้ของ บุคลากรว่าผู้บังคับบัญชาให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา อย่างเปิดเผย จริงใจ และครบถ้วนเพียงพอ ทั้งข้อมูลระดับนโยบาย เป้าหมาย กฎระเบียบต่าง ๆ มาตรฐานในการปฏิบัติงาน การสื่อสารจากฝ่ายบริหารไปยังพนักงาน และการสื่อสารจากพนักงานไป ยังฝ่ายบริหารต้องมีความจริงใจและสร้างความไว้วางใจ การสื่อสารเปิดกว้างไม่เพียงแต่สร้างความ ไว้วางใจและความพึงพอใจของพนักงาน แต่ยังสามารถส่งเสริมการไหลเวียนของข้อมูล ความคิดเห็น คำวิจารณ์ที่สำคัญ การสื่อสารในแนวตั้งที่ซื่อสัตย์และเปิดเผยจะทำให้เกิดการสื่อสารแนวตั้งใน ลักษณะเดียวกัน

6. การรับฟังการสื่อสารจากผู้ใต้บังคับบัญชาต่อผู้บังคับบัญชา หมายถึง การรับรู้ของ บุคลากรว่าตนมีอิสระในการเสนอความคิดเห็นหรือให้ข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างตรงไปตรงมาต่อผู้บังคับบัญชา และผู้บังคับบัญชาแสดงความยินดีที่จะรับฟังข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นในปัญหาที่ เกิดขึ้นที่เกิดจากการปฏิบัติงาน

แนวคิดเกี่ยวกับการประสานงาน

Gulick and Urwick (1973) ได้ให้ความหมาย เกี่ยวกับการประสานงาน ไว้ว่า การประสานงาน (Coordinating) หมายถึง การประสานงานระหว่างหน่วยงาน หรือตำแหน่งที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กร หรือหน่วยงานเป็นไปด้วย ความเรียบร้อย และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร การประสานงานระหว่างหน่วยงานเป็นไปด้วยความ เรียบร้อย และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร การประสานงานเป็นขั้นหนึ่งของกระบวนการบริหาร ซึ่งผู้บริหารจะต้องใช้เทคนิคใน การส่งเสริม ชักจูง ตักเตือน และช่วยเหลือให้ทุกหน่วยงานขององค์กร หน้าที่ขององค์กรเป็นจุดมุ่งหมายปลายทาง โดยเฉพาะใน ประเด็นการติดต่อและประสานงานซึ่งเป็นการจัดระเบียบวิธีการทำงานเพื่อให้งานและเพื่อนร่วมงานมีปฏิบัติงานเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เพื่อลดข้อขัดแย้ง และทำให้งานดำเนินไปได้อย่างราบรื่น และทำให้การทำงานสัมพันธ์สอดคล้องกัน นอกจากนี้ การติดต่อ ประสานงาน หรือการมีมนุษยสัมพันธ์กับคน หรือกลุ่มองค์กร ยังเป็นการจัดระเบียบวิธีการทำงาน เพื่อให้งานและเจ้าหน้าที่จากส่วนต่าง ๆ ในหน่วยงาน ร่วมมือปฏิบัติงานเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ไม่ทำให้งานซ้ำซ้อน ขัดแย้งกัน หรือเหลื่อมล้ำกัน และให้ความร่วมมือด้วยดี สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์กรนั้นอย่างสมานฉันท์และมีประสิทธิภาพ ทั้งยังเป็นการติดต่อสื่อสารให้เกิดความคิด ความเข้าใจในการร่วมมือปฏิบัติงานให้สอดคล้องทั้งเวลา และกิจกรรมที่จะต้องกระทำให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างสมานฉันท์เพื่อ ให้งาน ดำเนินไปอย่างราบรื่น ทั้งยังทำให้เกิดการลดข้อขัดแย้ง และทำให้งานดำเนินไปได้ด้วยดี

สุธี สุทธิสมบุรณ์ และสมาน รังสิโยภุชญ์ (2542) กล่าวถึงลักษณะสำคัญของการประสานงาน ไว้ว่ามีลักษณะดังนี้

1. การประสานงานจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการจัดให้งานสอดคล้องกันปราศจากการขัดแย้ง หรือเหลื่อมล้ำซ้ำซ้อนกัน กล่าวคือ การจัดให้งานส่วนต่าง ๆ ผสมกลมกลืนเข้ากันได้เหมือน ฟันเฟืองของเครื่องจักรที่มีความสมดุลย์กัน (Balacing) ที่สามารถรับ กันได้ในจังหวะหรือในเวลา อันเหมาะสม (Timing) และผสมกลมกลืนเข้ากันได้อย่างแนบเนียน (Integrating)
2. การประสานงานจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความร่วมมือ ไม่ใช่เกี่ยวกับการจัดให้งานประสานกันได้เท่านั้น แต่จะ เป็นเรื่องความร่วมมือร่วมใจของผู้ปฏิบัติงานในทุกฝ่ายเพื่อให้งานบรรลุจุดหมายในรูปของทีมงาน (Team Work) อีกด้วย
3. การประสานงานจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับเทคนิคการบริหารโดยมีลักษณะเป็นส่วนที่ใส่เข้าไป (Input) กับส่วนที่เป็นผล ออกมาหรือผลผลิต (Output) โดยส่วนที่ใส่เข้าไปนั้น เป็นปัจจัยต่าง ๆ ในการบริหาร ได้แก่ คน เงิน และวัสดุสิ่งของ ตลอดจนอำนาจ หน้าที่ เวลา ความตั้งใจในการทำงานและความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้ได้ผลออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการประสานงานที่ดี จะต้องอาศัยการใช้เทคนิคทางการบริหารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การวางแผนที่ดีการจัดให้มีแผนผังขององค์กรเกี่ยวกับหน้าที่และความ รับผิดชอบ การกระจายงาน ความเคลื่อนไหวของงาน และการ แสดงสถานที่ทำงานเป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นเครื่องช่วยให้งาน ดำเนินงานให้ เป็นไปตามระเบียบแบบแผน ทำให้การขัดแย้งลดน้อยลง และในขณะเดียวกันการประสานงานก็จะดีขึ้น
4. การประสานงานจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร หลักสำคัญประการหนึ่งในการ บริหารงานคือบุคคลอื่น หรือหน่วยงานอื่นซึ่งต้องการจะให้ความร่วมมือประสานงานกับ หน่วยงานของตนได้เมื่อมีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ หรือมีความต้องการ นั้น ๆ กระจ่างแจ้ง อุปสรรคสำคัญที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจเกิดความร่วมมือและเกิดการประสานงานขึ้นได้แก่การ ติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two Way Communication) เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกันเพราะ ถ้าการติดต่อสื่อสารไม่ดีเกิดการเข้าใจผิดพลาดขึ้นการ ประสานงานก็จะไม่สามารถบังเกิดผล
5. การประสานงานย่อมมีอยู่ในทุกระดับชั้นของสายการบังคับบัญชา (Hierarchy) ทั้งเป็นทางการ (Formal) และไม่เป็น ทางการ (Informal) ถ้าเป็นองค์กร หรือหน่วยงานขนาดใหญ่ การ ประสานงานจะทวีความสำคัญยิ่งขึ้นและต้องจัดให้มีการ ประสานงานขึ้น ในทุกระดับชั้นเพราะการ ขาดความร่วมมือประสานงานเพียงในระดับใดระดับหนึ่งแล้ว ย่อมมีผลกระทบกระเทือนไป ถึง ส่วนรวม

สุธี สุทธิสมบุรณ์ และสมาน รังสิโยภุชญ์ (2542) กล่าวว่า การประสานงานมีความสำคัญต่อการบริหารเป็นอันมาก โดยมี ความสำคัญต่อการดำเนินการดังนี้

1. การประสานงานเป็นหนึ่งในกระบวนการบริหาร
2. การประสานงานเป็นระเบียบแบบธรรมเนียมในการบริหาร ซึ่งใช้ในการปฏิบัติงานไม่ว่าเป็นองค์กรเอกชนหรือองค์ การของรัฐบาลมักจะกำหนดระเบียบการปฏิบัติงาน ให้มีการประสานงานกันเสมอโดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์การของรัฐบาลจะเน้นเรื่อง ระเบียบปฏิบัติ ในการประสานงานเป็นส่วนมาก อาจกล่าวได้ว่าระเบียบวิธีการปฏิบัติที่เกี่ยวกับการประสานงาน นั้น จะเป็นธรรมเนียม ที่ถือปฏิบัติสืบเนื่องกันในการบริหาร
3. การประสานงานเป็นหน้าที่ของนักบริหาร หรือหัวหน้างาน เพราะความสำเร็จของ การประสานงานขึ้นอยู่กับบทบาท และความสามารถของนักบริหารหรือ หัวหน้างานเป็นสำคัญ เนื่องจากภาระหน้าที่ประการหนึ่งของนักบริหารคือ การใช้ภาวะผู้นำเพื่อ นำเอาปัจจัย ในการบริหาร ได้แก่ คนเงินวัสดุสิ่งของและวิธีการปฏิบัติงานที่มีอยู่มาใช้ในการทำงานให้มีลักษณะสมานฉันท์เพื่อ ให้งาน แต่ละส่วนสอดคล้องต้องกันอย่างมีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์สายโซ่แห่งคุณค่า

การทำงานร่วมกันระหว่างแผนก เป็นการทำงานภายใต้สายโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) ซึ่งล้วนสร้างประโยชน์ และคุณค่าต่อองค์กร ดังนั้น จากความพยายามของแต่ละแผนกที่ต้องการความสำเร็จตามเป้าหมายของแผนกตน ซึ่งอาจจะเลยการเชื่อมโยงประโยชน์ต่อเนื่องไปยังแผนกงานถัดไป จึงต้องคำนึงถึงความสำคัญของตนเอง และแผนกอื่น ว่าแผนกใดมีความสำคัญต่อองค์กรมากกว่ากัน ดังนั้นจึงต้องระบุความสำคัญของแต่ละแผนกในองค์กรก่อนจึงจะสามารถกำหนดแนวทางการสื่อสารที่เหมาะสมได้

การวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า คือ การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ขององค์การในกิจกรรมการสร้างคุณค่า มุมมองด้านการวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่าในองค์กร เปรียบเสมือนกระบวนการลำดับขั้นของกิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับองค์กร แนวคิดดังกล่าวมีประโยชน์มาในการทำความเข้าใจถึงการสร้างกรอบความได้เปรียบในการแข่งขัน คุณค่าคือจำนวนที่ผู้ซื้อมีความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ขององค์กรที่ถูกวัดด้วยรายรับรวม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงราคาและปริมาณที่องค์กรจะขายผลิตภัณฑ์ได้ องค์กรจะสามารถทำกำไรได้เมื่อได้รับส่วนที่เกินจากต้นทุนรวมที่เกิดขึ้นจากการผลิตสินค้าและบริการ การสร้างคุณค่าที่ผู้ซื้อได้รับให้เกินกว่าต้นทุนหรือส่วนต่าง คือ ปัจจัยสำคัญในการวิเคราะห์ตำแหน่งในการแข่งขัน (Dess, Lumpkin, Eisner, McNamara and Kim, 2012)

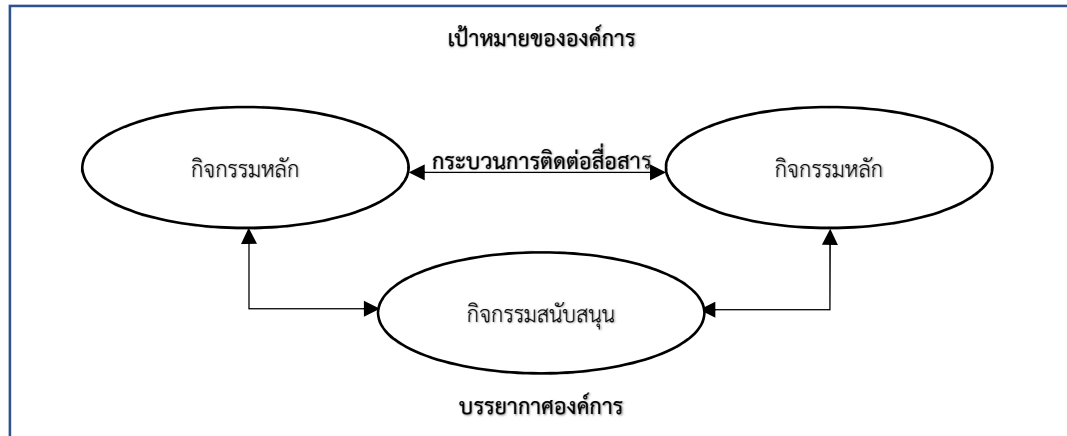
Porter (1979) ได้แบ่งกิจกรรมในห่วงโซ่แห่งคุณค่าออกเป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กิจกรรมหลัก ประกอบด้วย 5 ประการหลัก คือ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) การดำเนินงาน (Operation) การกระจายสินค้า (Distribution) การขายและการตลาด (Sales and Marketing) การบริการ (Service) การจัดการห่วงโซ่อุปทานได้แก่สินทรัพย์ ต้นทุน และกิจกรรมที่ใช้ในการซื้อเชื้อเพลิง วัตถุดิบ ส่วนประกอบ ชิ้นส่วน การพาณิชย์ และรายการที่สามารถใช้ให้หมดไปได้ การรับ การจัดเก็บ และการจัดส่งวัตถุดิบนำเข้ามาจากผู้จัดส่ง การตรวจรับ และการจัดการสินค้าคงคลังขาเข้า เป็นต้น การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ สินทรัพย์ ต้นทุน และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ตั้งแต่การผลิตสายพานการผลิต การบรรจุภัณฑ์ การบำรุงรักษาเครื่องจักรเครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก การดำเนินงาน การประกันคุณภาพ การปกป้องสภาพแวดล้อม เป็นต้น การกระจายสินค้า ได้แก่ สินทรัพย์ ต้นทุน และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะกายภาพของการจัดส่ง ตั้งแต่สินค้าสำเร็จรูป การจัดเก็บสินค้าคงคลัง กระบวนการรับคำสั่งซื้อ การบรรจุ การขนส่ง การดำเนินการด้านพาหนะในการนำส่งสินค้า การสร้างและดูแลเครือข่ายตัวแทนขายหรือผู้จัดจำหน่าย เป็นต้น การขายและการตลาด ได้แก่ สินทรัพย์ ต้นทุน และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความพยายามในการผลักดันยอดขาย การโฆษณา การส่งเสริมการตลาด การวางแผนและการวิจัยตลาด การให้การสนับสนุนตัวแทนขายหรือผู้จัดจำหน่าย เป็นต้น และการบริการได้แก่ สินทรัพย์ ต้นทุน และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้ความช่วยเหลือลูกค้า ตั้งแต่การติดตั้ง การนำส่งชิ้นส่วนอะไหล่ การซ่อมและบำรุงรักษา การให้ความช่วยเหลือทางเทคนิคการตอบข้อสงสัยของผู้บริโภค และการจัดการข้อร้องเรียนของผู้บริโภค (Gamble, Thompson and Peteraf, 2013)

กิจกรรมสนับสนุน ประกอบด้วย 4 ประการหลัก คือ การจัดการทั่วไป (General Administration) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) การจัดหา (Procurement) ซึ่งการจัดการทั่วไป ได้แก่ ความสามารถในการพิจารณาโอกาสของตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และภัยคุกคามจากสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นได้ คุณภาพของระบบการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ การร่วมมือและการรวบรวมกิจกรรมทั้งหมดในห่วงโซ่แห่งคุณค่าในแต่ละหน่วยย่อยขององค์การ ความสามารถในการได้รับเงินทุนที่ต้นทุนต่ำโดยเปรียบเทียบ สำหรับค่าใช้จ่ายด้านทุนและทุนการทำงาน ระดับของการสนับสนุนระบบสารสนเทศในการตัดสินใจในกิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นประจำและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การจัดการข้อมูลสารสนเทศได้อย่างเที่ยงตรงทันเวลาในสภาพแวดล้อมทั่วไปและสภาพแวดล้อมด้านการแข่งขัน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้กำหนดนโยบายสาธารณะและกลุ่มที่เกี่ยวข้อง การสร้างภาพลักษณ์สาธารณะและความเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ เป็นต้น การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ กระบวนการรับสมัครงาน การฝึกฝน และการเลื่อนขั้นการทำงานในทุกระดับของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ระบบการให้รางวัลที่มีความเหมาะสมในการสร้างแรงจูงใจและความท้าทายให้กับพนักงาน การสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ช่วยลดการขาดงานและรักษาระดับการลาออกจากงานที่รับได้ ความสัมพันธ์กับสมาพันธ์การค้า การมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นของผู้จัดการและฝ่ายบุคลากรในองค์กรอย่างมืออาชีพ ระดับของแรงจูงใจในการทำงานและความพึงพอใจในการทำงาน เป็นต้น การพัฒนาเทคโนโลยี ได้แก่ ความสำเร็จของกิจกรรมการวิจัยและพัฒนาที่นำไปสู่ผลิตภัณฑ์และกระบวนการนวัตกรรม คุณภาพการทำงานของ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายวิจัยและพัฒนา กับฝ่ายอื่น ๆ กิจกรรมการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันเวลาที่ต่อสถานการณ์วิกฤต ห้องปฏิบัติการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพ นักวิทยาศาสตร์และนักเทคนิคห้องปฏิบัติการที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญ ศักยภาพของสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เป็นต้น การจัดหา ได้แก่ การพัฒนาแหล่งวัตถุดิบที่หลากหลายสำหรับการนำเข้า (Input) เพื่อลดความพึ่งพาจากผู้นำส่งวัตถุดิบเพียง (Pearce and Robinson, 2013)

สรุป

ในสภาพความเป็นจริงในการทำงานแต่ละแผนก ซึ่งแต่ละแผนกต้องทำงานตามเป้าหมายที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งต้องทำงานร่วมกันในสายโซ่แห่งคุณค่า การสื่อสารสำหรับการประสานงานระหว่างแผนก ภายใต้กระบวนการสื่อสารในองค์กร ย่อมส่งผลต่อบรรยากาศองค์การ โดยสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การสื่อสารในการประสานงานระหว่างแผนก

จากภาพที่ 2 เป็นการสื่อสารในการประสานงานระหว่างแผนก ภายใต้การจัดการในองค์การ หากต้องการให้การประสานงานระหว่างแผนกประสบความสำเร็จต้องคำนึงถึงประเด็นต่อไปนี้

5. ทบทวนเป้าหมายขององค์การที่ได้รับมอบหมายตามแผนในแต่ละระดับ ว่าองค์การต้องการความสำเร็จอย่างไร มีการกำหนดตัวบ่งชี้ หรือตัวชี้วัดไว้อย่างไร หากองค์การมีการวางแผนไว้อย่างดี ออกแบบการวางแผนไว้อย่างเป็นทางการ และมีความชัดเจน ผู้ปฏิบัติงานในแต่ละแผนกจะสามารถกำหนดความชัดเจนในการทำงานให้บรรลุได้ง่ายขึ้น

6. พิจารณาความสำคัญของแผนกของตนเองมีความสำคัญอย่างไรต่อองค์การในสายโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) หากเป็นแผนกที่อยู่ในกิจกรรมหลัก ก็สมควรสำนึกว่า ความสำเร็จของแผนกของตนเองเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จขององค์การที่ไม่สามารถหยุดดำเนินการได้ เมื่อแผนกของตนเองขับเคลื่อนองค์การก็จะขับเคลื่อนไปตามกัน ในขณะเดียวกันหากแผนกที่สังกัดอยู่ในกิจกรรมสนับสนุน ก็สมควรสำนึกว่า ตนเองมีหน้าที่ให้การสนับสนุนช่วยเหลือกิจกรรมหลักให้ขับเคลื่อน หากกิจกรรมหลักขับเคลื่อนได้ ก็ถือเป็นความสำเร็จของแผนกตนเอง

7. ออกแบบการติดต่อสื่อสารในกระบวนการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมระหว่างกัน โดยคำนึงถึงเงื่อนไขของ Porter and Robert (1976) ที่กล่าวถึง กฎทั่วไปในการส่งข่าวสารที่มีผลต่อผู้รับสารอันเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการสื่อสารไว้ว่า

1) ผู้รับสารจะตีความหมายของสารที่ขัดแย้งกับตนเองน้อยที่สุด ดังนั้น ในการสื่อสารกันระหว่างแผนก ต้องนึกถึงเป้าหมายสำคัญขององค์การเป็นหลัก แล้วพิจารณาถึงความต้องการของแผนกของตนเอง รวมถึงความต้องการของแผนกที่กำลังสื่อสารกันอยู่ ว่าความต้องการของทั้งสองแผนกมีความสอดคล้องกันอย่างไร

2) ผู้รับสารส่วนใหญ่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน ดังนั้นในการทำงานจริงในองค์การ องค์การควรจะให้มีการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างแผนก ในลักษณะการละลายพฤติกรรม เพื่อสร้างประสบการณ์ดี ๆ ระหว่างแผนก

3) ข้อมูลข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อของผู้รับสารจะถูกต่อต้านมากกว่าข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อของตนเอง ดังนั้นหากผู้ส่งสารรับรู้ถึงความเข้าใจผิดของผู้รับสาร จากกระบวนการ Feed back ก็ควรหาทางปรับปรุงความเชื่อของผู้รับสาร ทั้งนี้อาจต้องอาศัยผู้หลักผู้ใหญ่ หรือผู้บริหารระดับสูงกว่า เข้ามาไกล่เกลี่ยเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันที่สามารถอยู่ร่วมกันได้

4) ข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองกับความต้องการและค่านิยมของปัจเจกบุคคล จะถูกยอมรับได้ง่ายกว่าข้อมูลที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการในระดับปัจเจกบุคคลได้ ดังนั้นการไกล่เกลี่ยความขัดแย้งหรือความไม่เข้าใจกันระหว่างแผนก ควรจะอธิบายให้เข้าใจความเป็นปัจเจกบุคคล ในลักษณะเอาใจเขามาใส่ใจเรา รับรู้สุขทุกข์ร่วมกัน

5) ข้อมูลข่าวสารเพื่อเปลี่ยนแปลงจะประสบความสำเร็จ ถ้าผู้รับสาร เห็นว่าข้อมูลข่าวสารนั้นสามารถปฏิบัติได้จริง และสามารถเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวของ ตนเองได้ดีขึ้น ดังนั้นต้องพยายามนำเสนอข้อมูลข่าวสารในแง่บวก และลดการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในแง่ลบแม้ว่าจะเป็นข้อเท็จจริงก็ตาม ถึงอย่างไรก็ตาม ข้อเท็จจริงบางอย่างมีความสำคัญที่ต้องมีการปรับปรุงผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปรับปรุงดังกล่าว ต้องแสดงทัศนคติในแง่บวกให้เห็นถึงประโยชน์ของการปรับปรุง ให้แต่ละแผนกได้รับทราบ และเห็นความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมการประเมินผลการปฏิบัติงาน

8. พิจารณาบรรยากาศองค์การ อย่างสม่ำเสมอ เพราะถือว่าเป็นผลลัพธ์ของการสื่อสาร หากเห็นว่าบรรยากาศองค์การเป็นไปในทิศทางที่ดี ก็ควรระวังกระบวนการติดต่อที่อาจสร้างความเข้าใจผิดได้ ในขณะเดียวกันหากเกิดบรรยากาศองค์การที่เป็นไปในทิศทางที่แย่ ก็จำเป็นต้องหาทางปรับปรุงบรรยากาศให้ดีขึ้น ด้วยการสร้างกิจกรรมต่าง ๆ ที่เปลี่ยนบรรยากาศองค์การให้ดีขึ้น

สรุปได้ว่า เทคนิคการสื่อสารในการประสานงานระหว่างแผนก เริ่มจากการคำนึงถึงเป้าหมายขององค์การร่วมกัน ต่อมาพิจารณาถึงความสำคัญของแผนกตนเองในองค์การ แล้วออกแบบกระบวนการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงบรรยากาศองค์การที่ดี

เอกสารอ้างอิง

- กริช สืบสนธิ. (2537). **วัฒนธรรมและพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในองค์การ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นพดล พูลพุทธพงษ์, ปฐิพัทธ์ ดอกแย้ม และสุนีย์ วรธนโกลม. (2559). การศึกษาพฤติกรรมกรรมการสื่อสารภายในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรม. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์**, 2 (1), (กุมภาพันธ์-พฤษภาคม).
- พรรณราย ทรัพย์ประภา. (2548). **จิตวิทยาประยุกต์ในชีวิตและในการทำงาน**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัธรา นักร้า. (2550). **กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในการบริหารการเปลี่ยนแปลงของธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน)**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนัส บุญวงศ์, ตูลา มหาวสุธานนท์ และจันทร์จิรา รังรองรัตน์. (2542). **หลักการจัดการ**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: เอกพิมพ์ไท.
- สุพานี สฤกษ์วานิช. (2552). **พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่: แนวคิดและทฤษฎี**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสนาะ ดิยาวาน์. (2541). **การสื่อสารในองค์กร**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. (2555). **พฤติกรรมกรรมการสื่อสารในองค์การ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., Eisner, A. B., McNamara, G. and Kim, B. (2012). **Strategic Management: Creating Competitive Advantages**. 6th ed. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Gamble, J. E., Thompson, A. A. Jr. and Peteraf, M. A. (2013). **Essentials of Strategic Management: The Quest for Competitive Advantage**. 3rd ed. New York: McGraw-Hill.
- Gulick, Luther and Lyndall Urwick. (1973). **The Science of Administration**. New York: Columbia University,
- Pace, Wayne R. and Faules, Dan F. (1994). **Organizational Communication**. New Jersey: Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Pearce, John A. and Robinson, Richard B. (2013). **Strategic Management (Planning for Domestic and Global Competition)**. 13th ed. Singapore: McGraw-Hill.
- Porter, Michael E. (1979). "How Forces Shape Strategy," **Harvard Business Review**. (Mar-Apr): 141.
- Porter, W. L. and Roberts, K. H. (1976). **Handbook of Industrial and organizational Psychology**. Illinois: Rand McNally College.

แนวทางการธำรงรักษาบุคลากรทางการแพทย์ของโรงพยาบาลภาครัฐ

Guidelines for Maintaining Medical Personnel of Government Hospitals

อดุลยเดช ต้นแก้ว, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹
สิริภาพรณ ลีภัยเจริญ, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²
วิลารักษ์ อ่อนสีบุตร, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี³
ชัยภัทร โกศลวิตร, คณะวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁴

Email: adunyadet@hotmail.com

บทคัดย่อ

การลาออกของแพทย์ที่รับราชการนั้น เกิดขึ้นมานานแล้ว แต่ในช่วง 1-2 ปี ที่ผ่านมามีการลาออกของแพทย์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจนน่าวิตก และจำนวนไม่น้อยของแพทย์ที่ลาออกก็เป็นแพทย์เฉพาะทางที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ โดยเฉพาะอาจารย์แพทย์ในโรงเรียนแพทย์ต่าง ๆ แพทย์แต่ละคนที่ลาออกก็มีสาเหตุแตกต่างกันไป สาเหตุสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อจิตใจลาออกของบุคลากรทางการแพทย์ของโรงพยาบาลภาครัฐ ได้แก่ ผู้บริหารหน่วยงานและผู้บังคับบัญชา ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน และภาระหน้าที่หนักเกินไป ค่าตอบแทนที่แตกต่างกันระหว่างภาครัฐเอกชน การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประเทศ การศึกษาต่อ ปัญหาสุขภาพพลานามัย ไม่แข็งแรง มีโรคประจำตัว ทูเลภาพ ปัญหาเรื่องครอบครัว ลาออกเพื่อประกอบอาชีพอื่น ค่านิยมทางสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงไปในด้านเกียรติยศ ศักดิ์ศรี และความมั่นคงในวิชาชีพ ไปทำงานต่างประเทศ ไปสมัครรับเลือกตั้ง ระบบการบริหาร และนโยบายทางด้านการสาธารณสุขและสุขภาพ คือ การผลักดันให้มีโครงการเพื่อหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (โครงการ 30 บาท) ความเสี่ยงในวิชาชีพจากการฟ้องร้องแพทย์ผู้ทำการรักษาพยาบาล และกฎหมายต่าง ๆ ที่ออกมาบังคับใช้กับแพทย์ เช่น พ.ร.บ. หลักประกันสุขภาพแห่งชาติ พ.ร.บ. ยา กฎหมายชั้นสูง แนวทางดูแลบุคลากรทางการแพทย์ของโรงพยาบาลภาครัฐ คือ สร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บริหารและบุคลากร สร้างความไว้วางใจต่อองค์กร เพิ่มความผูกพันในองค์กรด้วยการให้แพทย์ผู้ปฏิบัติงานมีบทบาท มีความสำคัญต่อองค์กร โดยการสร้างบรรยากาศให้แพทย์มีความรู้สึกว่ามีใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เพิ่มความมั่นคงในงานและวิชาชีพและความเสี่ยงในวิชาชีพ โดยมีระบบการดูแลให้ได้รับความเป็นธรรมจากหน่วยงานเมื่อมีปัญหาเรื่องเรียน ลดความเสี่ยงจากการถูกร้องเรียนจากผู้เข้ารับบริการ ดูแลเรื่องความมั่นคงความถูกต้องยุติธรรมในการประเมินความรู้ ความสามารถ ความดีความชอบ ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร และเปิดศูนย์ศึกษาต่อเนื่องของแพทย์เฉพาะทาง และเพิ่มรายได้ให้เหมาะสมกับหน้าที่ สร้างระบบที่ตอบสนองกับความต้องการของแพทย์

คำสำคัญ: การธำรงรักษาบุคลากร บุคลากรทางการแพทย์ โรงพยาบาลภาครัฐ

ABSTRACT

The resignation of a physician at the service. It has been a long time, but in the past 1-2 years will find that the number of medical resignation is increasing. And a lot of resigned doctors are also specialists with experience and expertise. In particular, medical doctors in different medical schools, each resigning physician, have different causes. The major cause of the resuscitation of medical personnel in government hospitals is the

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดียและแอนิเมชัน คณะวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

management of the units and their supervisors. Advances in front of the job and obligations are too heavy. Compensation varies between private sector. Access to the ASEAN Community of Education, health problems, health, unhealthy, disease, family problems, family problems. Resignation for other occupations Thai social values change in prestige and security in the profession. To work abroad To subscribe Management System The policy of public health and health is to promote a universal coverage scheme (Project 30 Baht). Professional risk from lawsuit by medical doctors. And the laws that apply to doctors, such as the National Health Security Act. The medical care system of government hospitals is to create good relationships between management and personnel. Create trust in the organization. Increase engagement in the organization by providing physician with a role. Important to the organization. By creating an atmosphere, doctors feel proud to be part of the organization. Improve job security and professional and professional risk. The system of care to be fair from the agency when the complaint. Reduce the risk of complaints from customers. Ensuring fairness, fairness, and fairness in assessing knowledge, abilities, goodwill. Promote the development of human resources. The Center for Continuing Medical Education opens. And increase revenue to suit the function. Create a system that responds to the needs of the doctor

Keywords: Personnel Retention, Healthcare Providers, Government Hospital

บทนำ

ทรัพยากรบุคคลถือเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันองค์การให้เป็นไปในแนวทางที่เราตั้งเป้าหมายไว้ให้ประสบผลสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ร่วมกัน เนื่องจากทุกคนเป็นผู้ลงมือลงแรง ออกความคิด นำนโยบายต่าง ๆ ไปปฏิบัติให้เกิดผล ทุกองค์การจึงต้องดำเนินการพัฒนาทรัพยากรบุคคลและธำรงรักษาบุคคลไว้ เพื่อให้ทรัพยากรบุคคลสามารถสร้างสรรคงานหรือบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด บุคลากรมีความมั่นคง มีตำแหน่งและอาชีพที่เข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อนนโยบายไปสู่การปฏิบัติตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนให้ได้มากที่สุด

สภาวะการณ์การที่ทำให้แพทย์ลาออกจากระบบราชการไทยนั้น ประเด็นที่น่าจะมีนัยสำคัญ ได้แก่ 1) ผู้บริหารหน่วยงานและผู้บังคับบัญชา 2) ความก้าวหน้าในด้านหน้าที่การงาน และภาระหน้าที่หนักเกินไป 3) ค่าตอบแทนที่แตกต่างกันระหว่างภาครัฐเอกชน 4) การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประเทศ 5) การศึกษาต่อ 6) ปัญหาสุขภาพพลานามัยไม่แข็งแรง มีโรคประจำตัว ทุพพลภาพ 7) ปัญหาเรื่องครอบครัว 8) การลาออกเพื่อประกอบอาชีพอื่น 9) ค่านิยมทางสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงไปในด้านเกียติยศ ศักดิ์ศรีและความมั่นคงในวิชาชีพ 10) ไปทำงานต่างประเทศ 11) ไปสมัครรับเลือกตั้ง 12) ระบบการบริหาร และนโยบายทางด้านการสาธารณสุขและสุขภาพ คือ การผลักดันให้มีโครงการเพื่อหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (โครงการ 30 บาท) 13) ความเสี่ยงในวิชาชีพจากการฟ้องร้องแพทย์ผู้ทำการรักษาพยาบาล 14) กฎหมายต่าง ๆ ที่ออกมาบังคับใช้กับแพทย์ เช่น พ.ร.บ. หลักประกันสุขภาพแห่งชาติ พ.ร.บ. ยา กฎหมายชั้นสูง เป็นต้น สาเหตุในการลาออกทั้ง 14 ข้อ มีทั้งสาเหตุที่เกิดจากตัวบุคลากรเอง เกิดจากการบริหารจัดการขององค์การ และเกิดจากผลตอบแทนและความก้าวหน้าของตนเอง ความต้องการที่จะอยู่ในองค์การต่อนั้นยังรวมไปถึงความสัมพันธ์ที่กระหว่างบุคลากรกับผู้บริหารระหว่างบุคลากรกับบุคลากรด้วยกันเอง ตลอดจนความสุขในการทำงาน การได้พัฒนาปรับเปลี่ยนการเรียนรู้ร่วมกับบุคลากรในองค์การ ดังนั้นปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่หรือการลาออก ส่วนหนึ่งเกิดจากการเป็นที่ยอมรับของหน่วยงานที่ตนอยู่ในสังคม และการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ขององค์การ (กลุ่มงานบริหารงานบุคคลสำนักบริหารกลาง สำนักปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2557)

ทั้งนี้ กรมการแพทย์สภา ให้ข้อมูลพบว่า ปัจจุบันบุคลากรทางการแพทย์น้อยลงและมีสถิติลาออกประมาณร้อยละ 50 ต่อปี ขณะที่จำนวนผู้ป่วยเพิ่มขึ้นกว่า 3 เท่า ทำให้แพทย์ พยาบาล ทำงานหนักขึ้น และส่งผลต่อการให้บริการที่ไม่ทั่วถึง โดยการรับผิดชอบดูแลผู้ป่วยจำนวนมาก แต่ได้ค่าตอบแทนน้อย เป็นปัจจัยหนึ่งที่แพทย์หญิงเชิดชู อริยศรีวัฒนา กรมการแพทย์สภา ให้ความเห็นว่าเป็นสาเหตุทำให้แพทย์ทยอยลาออก ประกอบกับการที่ต้องแบกรับทั้งภาระงานและความคาดหวังจากประชาชน เมื่อทำผิดพลาดถูกร้องเรียน วิพากษ์วิจารณ์ ไปจนถึงทำร้ายร่างกาย สร้างความเบื่อหน่าย ท้อแท้ในการทำงาน โดยด้านสถิติ แพทย์ของกระทรวงสาธารณสุข ปัจจุบันมีประมาณ 12,000 คน จัดแบ่งเป็นผู้บริหาร หรือกลุ่มแพทย์ประจำกระทรวงที่ไม่ได้ปฏิบัติงานรักษาผู้ป่วยโดยตรงอย่างน้อย 2,000 คน เป็นแพทย์ใช้ทุนหรือไปเรียนแพทย์เฉพาะทางอีกประมาณ 3,000 คน ทำให้เหลือแพทย์ที่ทำงานจริงไม่ถึง 10,000 คน และแพทย์บรรจุใหม่มีสถิติลาออกจากตำแหน่งประมาณร้อยละ 50 ทุกปี ขณะที่จำนวนครั้งที่ผู้ป่วยเข้ารับการรักษามากขึ้นกว่าเดิม 3 เท่า โดยหลังจากมีระบบประกันสุขภาพ แพทย์ต้องรับภาระการรักษาผู้ป่วยวันละหลายราย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้เกิดความกดดันและความเครียดสะสม ส่งผลให้ตัดสินใจลาออก ทั้งนี้ แนวทางแก้ไข แพทย์หญิงเชิดชู อริยศรีวัฒนา ให้ความเห็นว่า รัฐบาลควรสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนในเรื่องระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ และต้องมีแนวทางบริหารจัดการด้านสาธารณสุข การจัดสรรบุคลากรให้เพียงพอ ให้การรักษามีคุณภาพมากขึ้น ส่วนประชาชนก็ควรรับผิดชอบดูแลใส่ใจรักษาสุขภาพของตนเอง และเลี่ยงพฤติกรรมที่จะเสี่ยงเกิดโรค โดยผลกระทบที่เกิดจากการลาออกของบุคลากรทางการแพทย์จะส่งผลต่อการให้บริการของระบบการแพทย์และสาธารณสุขของประเทศ ซึ่งมีผลต่อสุขภาพประชาชนในประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ นอกจากนั้น การศึกษาปัจจัยที่ครอบคลุมหลาย ๆ

ปัจจัยเพื่อค้นหาสาเหตุที่แท้จริงที่ทำให้หน่วยงานหรือองค์การไม่สามารถธำรงรักษาแพทย์เหล่านั้นไว้ในระบบราชการของการสาธารณสุขไทยได้ เพื่อที่จะได้บริหารจัดการลดปัญหาเหล่านั้น เนื่องจาก หากปัญหาการลาออกยังคงอยู่ในอัตราสูงต่อไปแล้ว จะทำให้แพทย์ที่เหลือในระบบต้องทำงานมากขึ้น ส่งผลกระทบถึงคุณภาพการให้การรักษายาบาลและบริการทางการแพทย์และสาธารณสุข แพทย์ถือเป็นบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความสำคัญต่อการดูแลด้านสุขภาพอนามัยของคนทั้งประเทศ โดยพบว่าผู้ที่เรียนในสายวิชาชีพนี้ จะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ เป็นไปตามความคาดหวังของประชาชนและผู้รับบริการ (เชิดชู อริยศรีวัฒนา, 2560)

จึงนำมาสู่การศึกษาสาเหตุการลาออกและให้ข้อเสนอแนะแนวทางการธำรงรักษาบุคลากรทางการแพทย์ของโรงพยาบาลภาครัฐ เพื่อเป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาแนวโน้มการลาออกของบุคลากรทางการแพทย์ เพื่อให้การดำเนินงานของโรงพยาบาลภาครัฐมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลต่อการสร้างความสำเร็จที่จะเกิดขึ้นกับโรงพยาบาลภาครัฐในอนาคต และสามารถสร้างกลยุทธ์ในการเพิ่มความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรทางการแพทย์ทำให้สามารถลดอัตราการออกจากราชการลงได้ เนื่องจากทราบความต้องการของบุคลากรทางการแพทย์ที่มีต่อโรงพยาบาลภาครัฐ และนำมาปรับปรุงแนวทางดูแลบุคลากรทางการแพทย์ของโรงพยาบาลภาครัฐให้มีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

บททวนวรรณกรรม

การลาออกของแพทย์ที่รับราชการนั้น เกิดขึ้นมานานแล้ว แต่ในช่วง 1-2 ปี ที่ผ่านมามีการลาออกของแพทย์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจนน่าวิตก และจำนวนไม่น้อยของแพทย์ที่ลาออกก็เป็นแพทย์เฉพาะทางที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ โดยเฉพาะอาจารย์แพทย์ในโรงเรียนแพทย์ต่าง ๆ แพทย์แต่ละคนที่ลาออกก็มีสาเหตุแตกต่างกันไป ทั้งนี้แนวทางการธำรงรักษาบุคลากรทางการแพทย์ของโรงพยาบาลภาครัฐ มีประเด็นประกอบการเสนอแนวทางดังต่อไปนี้

สาเหตุที่บุคลากรทางการแพทย์ของโรงพยาบาลภาครัฐลาออก

ในอดีตการตื่นตัวเรื่องการลาออกของแพทย์ในระบบราชการยังมีไม่มากนัก แต่ในปัจจุบันมีกระแสต่าง ๆ ที่ได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับการทำงานและชีวิตความเป็นอยู่ของแพทย์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสิทธิผู้ป่วย ปัญหาการฟ้องร้อง ภาระหน้าที่ความรับผิดชอบที่มากขึ้น ความรู้และวิทยาการทางการแพทย์ที่ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว หรือแม้กระทั่งเรื่องของค่าครองชีพที่เพิ่มขึ้น จนทำให้บางครั้งแพทย์อาจปรับตัวรับกับสภาพต่าง ๆ เหล่านี้ไม่ทัน โดยได้วิเคราะห์ถึงสาเหตุต่าง ๆ ที่ทำให้แพทย์ลาออกจากราชการ ซึ่งแต่ละปัจจัยก็มีแนวโน้มที่จะส่งเสริมซึ่งกันและกันให้แพทย์ลาออก ดังต่อไปนี้ (สยาม พิเชฐสินธุ์, 2552)

1. สาเหตุจากรายได้ไม่เพียงพอ (เงินเดือนต่ำ) เนื่องจากอัตราบัญชีเงินเดือนของแพทย์ที่รับราชการขึ้นกับอัตราบัญชีเงินเดือนของ สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) ซึ่งต่างกับอัตราบัญชีเงินเดือนของสาขาวิชาชีพอื่นที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน เช่น ผู้พิพากษา อัยการ ทำให้แพทย์ส่วนใหญ่ที่มีภาระต้องดูแลครอบครัวมีความจำเป็นที่จะต้องหารายได้เพิ่มเติมจากการเปิดคลินิก ทำงานนอกเวลาเพิ่มในโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งจะทำให้เวลาพักผ่อนและเวลาของครอบครัวลดน้อยลง การลาออกจากราชการเพื่อมาทำงานเต็มเวลาในโรงพยาบาลเอกชน หรือเปิดคลินิกส่วนตัวเต็มเวลา ซึ่งจะทำให้มีรายได้มากกว่าการรับราชการ 5-10 เท่าขึ้นไป ก็เป็นทางเลือกวิธีหนึ่ง

2. สาเหตุจากความรับผิดชอบที่หนักเกินไป โดยเฉพาะนอกเวลาราชการ ในช่วงชีวิตของการเป็นแพทย์ ส่วนใหญ่จบการศึกษาเมื่ออายุได้ 23-24 ปี หลังจากนั้นก็ไปทำงานเป็นแพทย์ใช้ทุน และส่วนใหญ่อีกจะไปศึกษาต่อเฉพาะทาง จนจบเมื่ออายุได้ประมาณ 30-31 ปี จากการศึกษาพบว่าแพทย์มีอายุเฉลี่ยประมาณ 59 ปี (ชาย 62 ปี หญิง 55 ปี) ซึ่งน้อยกว่าอายุเฉลี่ยของคนไทยมาก (ประมาณ 70 ปี) ดังนั้นแพทย์จึงมีเวลาทำงานแค่ประมาณ 30 ปี หลังจบเฉพาะทาง สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งของแพทย์ที่รับราชการคือการอยู่เวร และที่สำคัญคือไม่มีการระบุไว้ในระเบียบของทางราชการว่าแพทย์จะต้องอยู่เวรไม่เกินกี่ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรืออายุเท่าไรจึงจะไม่ต้องอยู่เวร นั้นหมายความว่า ชั่วโมงการทำงานต่อสัปดาห์ขึ้นอยู่กับจำนวนแพทย์ที่มีในแผนกเป็นสำคัญ ซึ่งหมายความว่าถ้าไปทำงานในโรงพยาบาลที่มีแพทย์เป็นจำนวนมากเท่าใด คุณภาพชีวิตก็จะดีขึ้นเท่านั้น มีอายุยืนยาวและสุขภาพแข็งแรงพอที่จะดูแลประชาชนได้นานขึ้น ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้แพทย์อาวุโสซึ่งส่วนใหญ่อยู่ตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป ที่ยังมีการต้องอยู่เวรนอกเวลาราชการไม่สามารถอยู่เวรนอกเวลาราชการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในการทำงานหลังเที่ยงคืน ซึ่งจะทำให้สุขภาพกายและใจทรุดโทรมตอนเช้าก็จะรู้สึกไม่สดชื่น ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง ซึ่งแพทย์อาวุโสเหล่านี้ถ้าทนอยู่ได้ก็อยู่ไป ถ้าอยู่ไม่ได้ก็จะจุกจิกในแผนกก่อน ถ้าแพทย์ในแผนกมีน้อยอยู่แล้วและจำเป็นต้องอยู่เวรก็ลาออกจากราชการไป ซึ่งพบได้บ่อย ๆ และเป็นที่น่าเสียดายซึ่งแพทย์อาวุโสเหล่านี้เป็นแพทย์ที่มีประสบการณ์และยังทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในเวลา

3. สาเหตุเนื่องจากสภาพครอบครัวและสังคม โดยที่แพทย์แต่ละคนมีสภาพพื้นฐานทางครอบครัวและสังคมแตกต่างกัน บางคนบิดา มารดาต้องการให้กลับมาอยู่ด้วยกัน บางคนบิดา มารดา มีสุขภาพไม่แข็งแรงทำให้ต้องกลับไปดูแลใกล้ชิด บางคนไม่สามารถใช้ชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุขในจังหวัดหรือโรงพยาบาลที่ไปทำงานอยู่ บางคนต้องกลับไปอยู่กับบุตรและภรรยา บางคนต้องย้ายเพื่อไปหาสถานศึกษาหรือสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมให้กับครอบครัว ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไม่มีใครผิดและบางครั้งก็ไม่สามารถกำหนดล่วงหน้า

ได้ ทำให้แพทย์ที่กลับไปทำงานในจังหวัดที่ไปรับทุนมาศึกษาต่อหรือโดยทุนส่วนกลางมีความจำเป็นที่จะต้องย้ายข้ามโรงพยาบาลหรือย้ายข้ามจังหวัด ซึ่งบางครั้งวิสัยทัศน์ของผู้บริหารหรือระเบียบของทางราชการที่นำมาบังคับใช้กับแพทย์ซึ่งเป็นบุคลากรที่มีคุณค่ามีปัญหามาก เช่น ผู้บริหารไม่ยอมให้อาย ไม่มีเลขที่ตำแหน่งรองรับ ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ต้องมีความยืดหยุ่นและมีข้อยกเว้นสำหรับแพทย์ที่ตั้งใจจะรับราชการต่อ

4. สาเหตุเนื่องจากความเสี่ยงในวิชาชีพมีมากขึ้น ได้แก่

4.1 ความเสี่ยงในการถูกฟ้องร้อง ในปัจจุบันผู้ป่วยมีการฟ้องร้องเกี่ยวกับการรักษาของแพทย์เพิ่มมากขึ้น ทั้ง ๆ ที่โดยเกือบทั้งหมดเกิดจากเหตุสุดวิสัยต่าง ๆ ในการรักษา หรือเกิดจากภาวะแทรกซ้อนของการรักษาซึ่งพบได้ในตำราการรักษาโรค โดยที่ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ไม่มีแพทย์คนใดต้องการให้เกิดขึ้น ซึ่งสาเหตุของความเสี่ยงในการฟ้องร้อง ได้แก่ แพทย์มีเวลาดูแลรักษาผู้ป่วยน้อยลง ผู้ป่วยมีความคาดหวังในการรักษาสูง ความรับผิดชอบต่อผู้ป่วยและสังคมของแพทย์ การทำงานนอกเวลาราชการ (โดยเฉพาะหลังเที่ยงคืน) และการขาดประสบการณ์ของแพทย์ใช้ทุนที่ทำงานในโรงพยาบาลชุมชน การฟ้องร้องแพทย์นั้น นอกจากแพทย์อาจจะต้องเสียเงิน เสียเวลา เสียชื่อเสียง ผลกระทบที่สำคัญที่สุดคือด้านจิตใจ แพทย์บางคนรักษาผู้ป่วยมาตลอดชีวิต ดูแลผู้ป่วยให้หายเป็นจำนวนมาก แต่กลับมากถูกฟ้องร้องในเรื่องที่ไม่ได้ตั้งใจหรือเป็นเหตุสุดวิสัยที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงทำให้แพทย์หลายคนลาออกจากระบบราชการ เพราะไม่ว่าอยู่ที่ไหนก็ถูกฟ้องได้ มาอยู่ระบบเอกชนดีกว่า เพราะงานเบากว่าแต่รายได้ดีกว่ามาก แพทย์บางคนถึงกับเลิกอาชีพแพทย์ไปประกอบอาชีพอื่น ซึ่งนับวันก็จะมีแพทย์ลาออกจากราชการมากขึ้นเรื่อย ๆ

4.2 ความเสี่ยงในการติดเชื้อจากผู้ป่วย เชื้อที่พบบ่อยได้แก่ ไวรัสโรคมุมิคุ้มกันบกพร่อง (เอดส์) ไวรัสตับอักเสบบี เชื้อวัณโรค ซึ่งถ้าแพทย์ติดเชื้อมาจากผู้ป่วยก็จะทำให้เกิดผลร้ายต่อตนเองและครอบครัว ซึ่งผลที่ตามมาจะหนักหรือเบาขึ้นกับตัวเชื้อโรคที่ได้รับ

4.3 ความเสี่ยงจากอุบัติเหตุ บ่อยครั้งที่แพทย์เสียชีวิตจากอุบัติเหตุรถยนต์ ที่เป็นเช่นนี้ก็เนื่องจากการอยู่เวรนอกเวลาราชการในตอนกลางคืนจนถึงเช้า ทำให้ร่างกายอ่อนเพลีย นอนไม่พอเพียงกับความต้องการ หลังจากออกเวรในตอนเช้าอาจมีความจำเป็นต้องขับรถกลับบ้านหรือไปทำธุระส่วนตัว ทำให้อาจหลับในจนเกิดอุบัติเหตุ บางครั้งก็ร้ายแรงจนถึงแก่ชีวิตได้

4.4 ความเสี่ยงของสถาบันครอบครัว เนื่องจากเงินเดือนของแพทย์ที่รับราชการไม่เพียงพอต่อการใช้จ่าย ทำให้แพทย์ส่วนมากต้องทำงานเสริมนอกเวลาราชการ ไม่เปิดคลินิกที่ทำงานพิเศษในโรงพยาบาลเอกชน จนบางครั้งทำให้ไม่มีเวลาดูแลให้ครอบครัวอบอุ่นแก่ครอบครัว และอบรมสั่งสอนบุตร บางครั้งอาจก่อให้เกิดผลเสียตามมาได้จนกลายเป็นปัญหาสังคม หรือแม้แต่ตัวของแพทย์เองที่มีอายุเฉลี่ยประมาณ 59 ปี ซึ่งเกิดจากการทำงานหนักสะสมความเครียดในการดูแลรักษาผู้ป่วย ถ้าเกิดแพทย์ผู้นั้นมีอันเป็นไปก่อนวัยอันสมควร ไม่ว่าจะเป็นเกิดจากอุบัติเหตุหรือโรคภัยไข้เจ็บ จะทำให้ครอบครัวที่อยู่ข้างหลังลำบากที่จะต้องสู้ชีวิตต่อไปโดยลำพัง ซึ่งก็อาจจะเกิดปัญหาสังคมได้อีก ถ้าไม่มีทุนทรัพย์เพียงพอ

5. สาเหตุจากแพทย์ต้องการความก้าวหน้าทางการศึกษาต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่หลังจากแพทย์ใช้ทุนหมดพันธะการใช้ทุนกับรัฐแล้ว แพทย์ใช้ทุนบางส่วนจะเอาทุนจากรัฐไปศึกษาต่อเฉพาะทาง เพื่อเป็นแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางต่อไป บางส่วนก็จะลาออกจากราชการเพื่อไปสมัครศึกษาต่อเฉพาะทางเอง ซึ่งมีจำนวนไม่มากนัก แต่ในช่วง 1-2 ปี ที่ผ่านมามีคนลาออกของแพทย์ใช้ทุนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากทางกระทรวงสาธารณสุขซึ่งเป็นผู้กำหนดทุนให้กับโรงพยาบาลต่าง ๆ ที่เป็นของรัฐ ได้จัดสรรทุนโดยเน้นไปยังแพทย์เวชศาสตร์ครอบครัว เพื่อสนองนโยบาย 30 บาทรักษาทุกโรค และได้ลดจำนวนทุนแพทย์เฉพาะทางสาขาอื่นลงไปอย่างมาก ซึ่งการจัดสรรดังกล่าวไม่ตอบสนองต่อความต้องการของแพทย์ใช้ทุนส่วนใหญ่ซึ่งต้องการศึกษาต่อเพื่อเป็นแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางมากกว่าเป็นแพทย์เวชศาสตร์ครอบครัว จึงทำให้มีการลาออกของแพทย์ใช้ทุนเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของการศึกษาต่อแบบเฉพาะทางเองอย่างมากในโรงเรียนแพทย์ต่าง ๆ ส่วนแพทย์เฉพาะทางที่จบแบบศึกษาต่อแบบเฉพาะทางเองและต้องการที่จะกลับเข้ารับราชการอีกก็ค่อนข้างลำบาก เพราะเลขที่ตำแหน่งของข้าราชการจะมีจำนวนลดน้อยลง ถึงแม้จะมีก็อาจจะไม่ได้อยู่ในโรงพยาบาลที่ต้องการ

6. สาเหตุจากคำสั่งให้ย้ายไปปฏิบัติงานในต่างจังหวัด (มักพบในแพทย์ที่สังกัดกระทรวงกลาโหม) ส่วนใหญ่มักจะต้องย้ายเพื่อไปติดยศ หรือย้ายหลังจากจบแพทย์เฉพาะทางซึ่งได้ทุนจากกองทัพ ทำให้แพทย์ที่มีครอบครัวหรือมีที่ทำงานนอกเวลาราชการลงตัวแล้ว มีความจำเป็นต้องลาออก บางกองทัพบกมีแพทย์ลาออกถึงปีละประมาณ 20-40 คน นอกจากนั้นยังพบได้ในส่วนของกระทรวงสาธารณสุข ที่ให้ทุนเรียนต่อแพทย์เฉพาะทางแบบทุนส่วนกลาง ซึ่งทางกระทรวงสาธารณสุขจะเป็นผู้กำหนดโรงพยาบาลที่จะต้องไปปฏิบัติงานให้เอง

7. สาเหตุจากปัจจัยเสริมอื่น ๆ ได้แก่

7.1 ผู้บริหารโรงพยาบาลบางคนขาดวิสัยทัศน์ในการบริหารหรือบริหารแบบรวบอำนาจ ไม่รับฟังความคิดเห็นของแพทย์ด้วยกัน หากผลประโยชน์จากโรงพยาบาลมาใส่ตนเอง ทำให้แพทย์ที่ตั้งใจทำงานรับไม่ได้

7.2 ปัญหาในเรื่องพนักงานของรัฐ พนักงานของรัฐมีความแตกต่างกับข้าราชการค่อนข้างมากในเรื่องของความมั่นคงในวิชาชีพเพราะต้องถูกประเมินทุกปี อำนาจในการสั่งการโดยตรงต่อข้าราชการก็ทำได้ไม่เต็มที่ กฎระเบียบต่าง ๆ ก็ยังไม่พร้อม ทำให้แพทย์ส่วนใหญ่ที่เป็นพนักงานของรัฐรู้สึกไม่มั่นคงในอาชีพการทำงาน

7.3 กฎหมายต่าง ๆ ที่ออกมาบังคับใช้กับแพทย์ เช่น พรบ.หลักประกันสุขภาพแห่งชาติ และกฎหมายชั้นสูตร

7.4 จากนโยบาย 30 บาทรักษาทุกโรค ซึ่งมีส่วนทำให้

7.4.1 โรงพยาบาลบางแห่งมีเงินบำรุงลดลง ทำให้การรับแพทย์เฉพาะทางเข้ามาช่วยงานและดูแลผู้ป่วยที่มีจำนวนมากขึ้นเป็นไปไม่ได้หรือเป็นไปได้ยาก ซึ่งมีผลทำให้แพทย์ที่มีอยู่เดิมทำงานหนักเกินไป จนมีการลาออกกันอย่างมาก

7.4.2 ผู้ป่วยมีความคาดหวังกับรักษาสูงมากขึ้น มีการฟ้องร้องมากขึ้น ทั้ง ๆ ที่ไม่ว่าจะมีหรือไม่มีโครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค แพทย์ก็รักษาผู้ป่วยเหมือนเดิมไม่แตกต่างกันตามกำลัง ความรู้ความสามารถ และเงินบำรุงที่มีในโรงพยาบาล

สถานการณ์การที่ทำให้แพทย์ลาออกจากระบบราชการไทยนั้น ประเด็นที่น่าจะมีนัยสำคัญ ได้แก่ 1) ผู้บริหารหน่วยงาน และ/หรือผู้บังคับบัญชา 2) ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน และ ภาระหน้าที่หนักเกินไป 3) ค่าตอบแทน ที่แตกต่างกันระหว่างภาครัฐเอกชน 4) การเข้าสู่ระบบอาชีวศึกษาของประเทศ 5) การศึกษาต่อ 6) ปัญหาสุขภาพพลานามัย ไม่แข็งแรง มีโรคประจำตัว 7) ปัญหาเรื่องครอบครัว 8) ลาออกเพื่อประกอบอาชีพอื่น 9) ค่านิยมทางสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงไปในด้านเกียรตินิยม ศักดิ์ศรี และความมั่นคงในวิชาชีพ 10) ไปทำงานต่างประเทศ 11) ไปสมัครรับเลือกตั้ง 12) ระบบการบริหาร และนโยบายทางด้านการสาธารณสุขและสุขภาพ คือ การผลักดันให้มีโครงการเพื่อหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (โครงการ 30 บาท) 13) ความเสี่ยงในวิชาชีพ จากการฟ้องร้องแพทย์ผู้ทำการรักษาพยาบาล 14) กฎหมายต่าง ๆ ที่ออกมาบังคับใช้กับแพทย์ เช่น พ.ร.บ. หลักประกันสุขภาพแห่งชาติ พ.ร.บ. ยา กฎหมายชั้นสูตร เป็นต้น (กลุ่มงานบริหารงานบุคคลสำนักบริหารกลาง สำนักปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2557)

เชิดชู อริยศรีวัฒนา (2560) ให้ความเห็นว่า การรับผิดชอบดูแลผู้ป่วยจำนวนมาก แต่ได้ค่าตอบแทนน้อย เป็นสาเหตุที่ทำให้แพทย์ทยอยลาออก ประกอบกับการที่ต้องแบกรับทั้งภาระงานและความคาดหวังจากประชาชน เมื่อทำผิดพลาดถูกร้องเรียน วิวาทะวิจารณ์ ไปจนถึงทำร้ายร่างกาย สร้างความเบื่อหน่าย ท้อแท้ในการทำงาน

สรุปได้ว่า สาเหตุที่บุคลากรทางการแพทย์ลาออก ได้แก่ ผู้บริหารหน่วยงานและผู้บังคับบัญชา ความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงานและภาระหน้าที่หนักเกินไป ค่าตอบแทนที่แตกต่างกันระหว่างภาครัฐเอกชน การเข้าสู่ระบบอาชีวศึกษาของประเทศ การศึกษาต่อ ปัญหาสุขภาพพลานามัย ไม่แข็งแรง มีโรคประจำตัว 7) ปัญหาเรื่องครอบครัว ลาออกเพื่อประกอบอาชีพอื่น ค่านิยมทางสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงไปในด้านเกียรตินิยม ศักดิ์ศรี และความมั่นคงในวิชาชีพ ไปทำงานต่างประเทศ ไปสมัครรับเลือกตั้ง ระบบการบริหาร และนโยบายทางด้านการสาธารณสุขและสุขภาพ คือ การผลักดันให้มีโครงการเพื่อหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (โครงการ 30 บาท) ความเสี่ยงในวิชาชีพจากการฟ้องร้องแพทย์ผู้ทำการรักษาพยาบาล และกฎหมายต่าง ๆ ที่ออกมาบังคับใช้กับแพทย์ เช่น พ.ร.บ. หลักประกันสุขภาพแห่งชาติ พ.ร.บ. ยา กฎหมายชั้นสูตร

ความหมายของการธำรงรักษาบุคลากร

สุปราณี เอกอุ (2550) การรักษามูลค่าหรือการธำรงรักษา หมายถึง การที่องค์กรมีความสามารถที่จูงใจให้บุคลากรอยู่กับองค์กร มีความจงรักภักดีต่อองค์กร โดยองค์กรจะมีกลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น จ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสม สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ซึ่งทั้งหมดนี้จะส่งผลต่อทัศนคติที่ดีต่อองค์กรได้

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2553) กล่าวว่า การธำรงรักษา คือ การรักษามูลค่าหรือการคงอยู่ในงานเป็นเรื่องของความจงรักภักดี ความผูกพันต่อการของแต่ละบุคคล โดยปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรด้วยความเต็มใจและพอใจ จะปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรนั้นนานที่สุดและไม่คิดจะลาออกจากองค์กร

จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า การธำรงรักษามูลค่า คือ การที่องค์กรมีความต้องการให้บุคลากรที่มีคุณค่าสามารถที่จะคงอยู่ในองค์กรได้ยาวนาน บุคลากรมีใจในองค์กรและไม่คิดที่จะไปจากองค์กร และให้คงอยู่ในองค์กรได้อย่างมีความสุขและเกิดความพึงพอใจ

ความสำคัญของการธำรงรักษามูลค่า

สมิต สัมฤทธิ์ (2552) กล่าวว่า ของการธำรงรักษามูลค่ามีความสำคัญใน 2 ด้าน ได้แก่

1. ด้านองค์กร

- 1.1 การรักษามูลค่าจะทำให้เกิดการเพิ่มผลผลิตเพราะบุคลากรมีความชำนาญ
- 1.2 การรักษามูลค่าจะทำให้เกิดทีมงานที่มั่นคงมีความรักความผูกพันและเข้าใจกัน
- 1.3 การรักษามูลค่าจะทำให้ช่วยลดอัตราการเข้าออก
- 1.4 การรักษามูลค่าจะทำให้เกิดการพัฒนารับได้อย่างต่อเนื่อง เพราะมีบุคลากรที่รู้งาน เป็นงาน มีความชำนาญสามารถคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในงานใหม่ ๆ
- 1.5 การรักษามูลค่าจะทำให้สามารถปลูกฝังทัศนคติที่ดีได้อย่างสม่ำเสมอ
- 1.6 การรักษามูลค่าจะทำให้เป็นการเตรียมกำลังคนสำหรับอนาคต
- 1.7 การรักษามูลค่าจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร

1.8 การรักษานุเคราะห์จะทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวข้องกับบุคลากร เช่น การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรม เป็นต้น

2. ด้านบุคลากร

2.1 การรักษานุเคราะห์ทำให้เกิดการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่บุคลากร รั้งงานที่ทำ รั้งองค์การ

2.2 การรักษานุเคราะห์ทำให้บุคลากรตระหนักว่าองค์กรเห็นคุณค่าและความสำคัญของบุคลากร

2.3 การรักษานุเคราะห์ทำให้สามารถดึงดูดให้มีผู้สมัครงานกับองค์กรได้มากขึ้น

2.4 การรักษานุเคราะห์ทำให้ไม่ต้องมีภาระในการปฐมนิเทศ ฝึกอบรมและสอนงานบุคลากรใหม่

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

เนตรพัฒน์ ยาวีราช (2552) ได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำว่า เป็นบุคคลที่มีความสามารถในการบังคับบัญชาบุคคลอื่น โดยได้รับการยอมรับ และยกย่องจากบุคคลอื่นเป็นผู้ทำให้บุคคลอื่นไว้วางใจและให้ความร่วมมือ ความเป็นผู้นำเป็นผู้มีหน้าที่อำนวยความสะดวกหรือสิ่งการบังคับบัญชา ประสานงานโดยอาศัยอำนาจหน้าที่ เพื่อให้กิจการบรรลุสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ต้องการ หรือก็คือความเป็นผู้นำ หมายถึง ผู้ที่มีความสามารถในการใช้ศิลปะในการจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย ให้สำเร็จด้วยความเต็มใจ

วิเชียร วิทยอุดม (2553) ได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำว่าเป็นลักษณะส่วนตัวของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมา เมื่อได้มีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่ม เป็นความสามารถที่เกิดขึ้นระหว่างที่มีการทำงานร่วมกันหรือร่วมอยู่ในเหตุการณ์เดียวกัน ในอันที่จะทำให้กิจกรรมของกลุ่มดำเนินไปสู่เป้าหมายและประสบความสำเร็จ ภาวะผู้นำจะมีความน้อยขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และการฝึกฝนของแต่ละบุคคล

เรวัตร ชาตรีวิชัญญ์ และคณะ (2553) ได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำ ว่าเป็นกระบวนการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคล ที่พยายามสร้างระบบหรือรูปแบบที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นหรือผู้ตามนั้นมีความเต็มใจและพร้อมที่จะกระทำการใด ๆ ที่ก่อให้เกิดทัศนคติ พฤติกรรมและอื่น ๆ ไปในทิศทางที่ทำให้จุดมุ่งหมายของตน ของกลุ่มหรือองค์การประสบความสำเร็จ

ทฤษฎีภาวะผู้นำตามลักษณะเฉพาะของผู้นำ เป็นแนวความคิดในสมัยเริ่มต้นที่สนใจศึกษาเรื่องของผู้นำและภาวะผู้นำอย่างเป็นระบบ โดยมีความเชื่อว่าผู้นำที่ดีจะมีคุณสมบัติเฉพาะที่แตกต่างจากบุคคลทั่วไปหรือเกิดขึ้นมาเพื่อจะเป็นผู้นำหรือปกครองคนอื่น โดยการศึกษาในช่วงนั้นได้อาศัยความเชื่อและข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งถ่ายทอดมาจากอดีตที่กล่าวถึงผู้นำและลักษณะเด่นของผู้นำในสมัยเริ่มต้นนั้นมีความเชื่อว่า ผู้นำจะมีลักษณะที่แตกต่างจากบุคคลธรรมดาทั่วไปหรือที่เรียกว่า ทฤษฎีมหาบุรุษ เช่น Alexander แห่ง Macedonia, Cezar แห่งโรมัน, จินชียองเต้แห่งจีนหรือพระเจ้าอโศกมหาราชแห่งอินเดีย เป็นต้น โดยบุคคลต่าง ๆ ที่กล่าวมาจะมีคุณลักษณะของความเป็นผู้นำและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความสนใจที่จะศึกษาว่าบุคคลบางคนเกิดมาเพื่อเป็นผู้นำ และความเป็นผู้นำอาจจะถ่ายทอดได้ทางพันธุกรรม หรือผู้นำที่ดีจะมีลักษณะทางร่างกายหรือจิตใจแตกต่างจากคนทั่วไปไม่ว่าจะเป็นรูปร่างหน้าตา ส่วนสูง บุคลิกภาพ ลักษณะนิสัยและการแสดงออก เช่น มีผู้ศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของภาวะผู้นำ พบว่าคุณสมบัติที่มีผลต่อการเป็นผู้นำที่สำคัญประกอบด้วย 6 ประการ ดังนี้ (ตุลา มหาวสุฐานนท์, 2547)

1. ความทะเยอทะยานและพลัง คือแรงจูงใจหรือแรงขับภายในที่ผู้นำต้องมี เพื่อให้สิ่งที่กระทำไปถึงจุดมุ่งหมายในระดับที่สูงขึ้นตามลำดับที่สูงขึ้นตามต้องการ

2. ความปรารถนาที่จะชักนำ คือลักษณะผู้นำที่ต้องการอำนาจมาช่วยในการจูงใจหรือชักจูงให้คนอื่นปฏิบัติตาม และเป็นผู้นำที่มีแนวคิดใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อต้องการให้สังคมยอมรับในอำนาจและความเป็นผู้นำของตน

3. ความซื่อสัตย์และความกตัญญู คือผู้นำที่มีความจริงใจและแน่วแน่ในความคิดและการกระทำต่อตำแหน่งหน้าที่การงานของตนเอง เพื่อเป็นการสร้างความศรัทธาให้เกิดขึ้นกับตัวผู้นำเอง และการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใต้บังคับบัญชา

4. ความเชื่อมั่นในตนเอง คือลักษณะของผู้นำที่กล้าคิดกล้าตัดสินใจ มีความกล้าหาญ และกล้ายอมรับในการกระทำของตนไม่ว่าสิ่งนั้นจะถูกหรือผิด สามารถเผชิญกับเหตุการณ์ซึ่งมีความยุ่งยาก สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างทันเวลาพร้อมทั้งปรับปรุงหรือพัฒนางานให้ดีขึ้นกว่าเดิมได้

5. ความเฉลียวฉลาด คือผู้นำที่มีความหลักแหลมในการวิเคราะห์ปัญหาหรือวิเคราะห์สัมพันธภาพที่ยังยากซับซ้อนระหว่างบุคคล รวมถึงตลอดถึงความสามารถในการรับรู้ติดต่อสื่อสารและจูงใจบุคคลอื่นด้วย

6. ความรอบรู้หรือเชี่ยวชาญเกี่ยวกับงาน คือผู้นำที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานหรือธุรกิจที่ตนเองดำเนินอยู่ ซึ่งจะทำให้ผู้นำมีความเข้าใจที่จะวินิจฉัยสั่งการหรือตัดสินใจหรือตัดสินใจที่จะกระทำ และรู้ว่าข้อคิดอันใดที่มีความสมเหตุสมผลที่จะช่วยให้กิจการนั้นไปได้รอดและประสบความสำเร็จ

ทฤษฎีภาวะผู้นำตามพฤติกรรม เป็นแนวความคิดในสมัยต่อมาที่ศึกษาพฤติกรรมการแสดงออกของผู้นำที่มีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้นำเริ่มได้รับความสนใจจากนักวิชาการตะวันตกในช่วงทศวรรษที่ 1930 เป็นต้นมา เนื่องจากการพิจารณาเพียงคุณสมบัติของผู้นำนั้นขาดความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ ตลอดจนการศึกษาเทคนิคการจัดการในสมัยเริ่มต้น โดยเฉพาะการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ ไม่สามารถแก้ไขปัญหาด้านการบริหารได้อย่างสมบูรณ์ จึงได้มีสถาบันการศึกษา

และสถาบันทางวิชาการหลายแห่งในสหรัฐ ฯ และประเทศตะวันออกให้ความสนใจที่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิจัยเพื่อหาข้อสรุปเกี่ยวกับการแสดงออกของผู้นำที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในลักษณะต่าง ๆ กัน โดยการศึกษาที่สำคัญต่อการพัฒนาการของทฤษฎีภาวะผู้นำมีดังต่อไปนี้ (ตุลา มหาพสุธานนท์, 2547)

1. การศึกษาของมหาวิทยาลัยไอโอวา ได้ทำการทดลองเกี่ยวกับผลกระทบของภาวะผู้นำในช่วงปลายทศวรรษ 1930 โดยศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเพื่อการศึกษาความชอบของสมาชิกที่มีต่อผู้นำที่แตกต่างกัน 3 ลักษณะได้แก่ ผู้นำแบบเผด็จการ ผู้นำแบบประชาธิปไตย และผู้นำแบบเสรี ซึ่งผลการเก็บรวบรวมข้อมูลของมหาวิทยาลัยไอโอวาสามารถสรุปได้ว่า 1) สมาชิกในกลุ่มจะชอบผู้นำแบบประชาธิปไตยมากกว่าผู้นำแบบเผด็จการ 2) ผู้นำแบบเผด็จการและเสรีนิยมจะส่งผลให้กลุ่มมีลักษณะผูกพันระหว่างกลุ่มสูงกว่ากลุ่มที่มีผู้นำแบบประชาธิปไตย แต่ก็มีได้บ้างซึ่งถึงความสำเร็จหรือประสิทธิภาพของผู้นำแต่ละลักษณะ อย่างไรก็ตาม การศึกษาของมหาวิทยาลัยไอโอวาได้ส่งผลให้เกิดการตื่นตัวของแนวความคิดด้านพฤติกรรมศาสตร์ และมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งผลักดันให้เกิดการศึกษาพฤติกรรมของผู้นำในมิติต่าง ๆ ในเวลาต่อมา

2. การศึกษาของมหาวิทยาลัยมิชิแกน ในช่วงต่อของทศวรรษที่ 1940 และ 1950 มหาวิทยาลัยมิชิแกนได้สนใจจะศึกษาลักษณะภาวะผู้นำ ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของสมาชิกในกลุ่มหรือองค์การ โดยมีผลการศึกษาที่น่าสนใจว่าผู้นำแต่ละคนจะแสดงลักษณะของภาวะผู้นำที่แตกต่างกัน 2 ลักษณะต่อไปนี้

2.1 ภาวะผู้นำแบบมุ่งเน้นพฤติกรรม หมายถึงผู้นำที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานและผลลัพธ์โดยผู้นำจะมีพฤติกรรมที่มุ่งเน้นให้สมาชิกทำงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ส่วนตัวสมาชิกเป็นเพียงปัจจัยที่ทำให้งานสำเร็จเท่านั้น

2.2 ภาวะผู้นำแบบมุ่งเน้นผู้ร่วมงาน หมายถึงผู้นำที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับสมาชิกของกลุ่ม โดยที่ผู้นำจะให้ความสนใจและเอาใจใส่กับปัญหาต่าง ๆ ทั้งในที่ทำงานและเรื่องส่วนตัวที่เกิดขึ้นของสมาชิก

ทฤษฎีภาวะผู้นำตามสถานการณ์ เป็นการศึกษาความสำคัญของปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่มีผลต่อการแสดงออกของผู้นำโดยผู้นำจะต้องแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับข้อกำหนดของสถานการณ์ ซึ่งอาจจะตรงกับที่เราเรียกว่า “สถานการณ์สร้างวีรบุรุษ” แต่บางครั้งวีรบุรุษก็ต้องสร้างสถานการณ์” แนวความคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำที่ผ่านมาจะให้ความสำคัญกับตัวผู้นำและพฤติกรรมของผู้นำค่อนข้างสูงโดยผู้ศึกษาไม่ได้ให้ความสนใจกับปัจจัยหรือองค์ประกอบอื่น ๆ จากที่กล่าวมาในช่วงต้นว่า ตามความหมายของภาวะผู้นำนั้นจะประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ผู้นำ ผู้ตามและสถานการณ์ ผู้นำคงไม่สามารถแสดงศักยภาพได้หากขาดปัจจัยแวดล้อม ซึ่งปัจจัยแวดล้อมนี้อาจจะก่อให้เกิดโอกาสหรืออุปสรรคต่อการนำของผู้นำแต่ละคน ดังนั้น ทฤษฎีสถานการณ์ จะพิจารณาตามสถานการณ์เป็นหลักเพื่อที่ผู้นำจะสามารถเลือกใช้ภาวะผู้นำที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ ผู้นำต้องเลือกที่จะแสดงพฤติกรรมหรือนำภาวะผู้นำมาปฏิบัติอย่างเหมาะสมภายใต้ข้อกำหนดของสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมหรืออาจจะกล่าวได้ว่าในแต่ละสถานการณ์ก็ต้องการผู้นำที่มีลักษณะที่เหมาะสมแตกต่างกันไป เพื่อที่จะนำมาซึ่งการบรรลุเป้าหมายของหมู่คณะได้ตามต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ภาวะผู้นำแบบเผด็จการ ภาวะผู้นำแบบประชาธิปไตยหรือภาวะผู้นำแบบเสรีนิยม ให้สอดคล้องกับความต้องการและข้อกำหนดของสถานการณ์ โดยจะมีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อภาวะผู้นำ ได้แก่ (ตุลา มหาพสุธานนท์, 2547)

1. ความคาดหวังและความพร้อมของผู้ร่วมงาน เป็นปัจจัยสำคัญต่อการบริหารงานของหัวหน้าหรือผู้นำเนื่องจากความคาดหวังและความพร้อมจะส่งผลโดยตรงต่อการตอบสนองต่อ ดังนั้นเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานหรือการเตรียมความพร้อมของสมาชิกซึ่งอาจจะทำได้โดยการฝึกอบรมหรือสัมมนา

2. โครงสร้างของงาน ความซับซ้อนและความยากง่ายของงานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ภาวะผู้นำ ผู้นำสามารถจะปล่อยให้ผู้ตามทำงานอย่างเต็มที่ถ้างานไม่มีความซับซ้อนและสมาชิกมีความชำนาญในการปฏิบัติในทางตรงข้ามถ้างานมีความซับซ้อนและสมาชิกขาดความชำนาญ ผู้นำจะต้องดูแลและเอาใจใส่คอยติดตามผลงานมากขึ้น

3. วัฒนธรรมองค์การ เป็นกรอบและเกณฑ์ในการแสดงออกของสมาชิก โดยสมาชิกต้องปฏิบัติตัวให้สอดคล้องกับบรรทัดฐานและค่านิยมขององค์การที่เป็นอนุรักษ์นิยม ย่อมมีพฤติกรรมตามประเพณีนิยมที่เน้นความมั่นคงซึ่งแตกต่างจากองค์การสมัยใหม่ที่ให้ความสำคัญกับการแสดงออกและความคิดสร้างสรรค์

4. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตาม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ภาวะผู้นำ เนื่องจากความใกล้ชิดและคุ้นเคยทำให้ทั้งผู้นำและผู้ตามต่างทราบว่าจะทำอะไรหรือมีความคาดหวังอะไร

แนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน

วิลเลียมส์ หรายกรู (2546) ให้ความหมายว่าสภาพแวดล้อมในการทำงาน เป็นปัจจัยต่าง ๆ ที่รวมเป็นบรรยากาศในการทำงาน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการทำงานความผูกพันกับเพื่อนร่วมงาน การนิเทศงานสายการบังคับบัญชาความมีอิสระในการทำงาน แรงกดดันในการทำงานการควบคุมงานวัดกรรมและความชัดเจนในการทำงาน

Harrell (1949) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมภายในองค์การมีส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานกล่าวคือความพึงพอใจในการทำงานมีส่วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยเหล่านี้ซึ่งเป็นเครื่องมือซึ่งถึงปัญหาที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งมีปัจจัยอยู่ 3 ประการ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคคล หมายถึงคุณลักษณะส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงาน มีดังนี้

1.1 ประสบการณ์ จากการศึกษาในการวิจัยประสบการณ์ในการทำงาน มีส่วนเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงาน บุคคลที่ทำงานนานจนมีความรู้ความชำนาญในงานมากขึ้น ทำให้เกิดความพึงพอใจในงานที่ทำ

1.2 เพศ แม้ว่าจะงานวิจัยหลายชิ้นจะแสดงว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานก็ตามแต่ก็ขึ้นอยู่กับลักษณะงานที่ทำด้วยว่าเป็นงานลักษณะใด รวมทั้งเกี่ยวข้องกับระดับความทะเยอทะยานและความต้องการทางการเงิน เพศหญิงมีความอดทนในการทำงานที่จะต้องใช้ฝีมือและงานที่ต้องการความละเอียดอ่อนมากกว่าเพศชาย

1.3 อายุ แม้จะมีผลต่อการทำงานไม่ชัดเจน แต่อายุก็เกี่ยวข้องกับระยะเวลา ประสบการณ์ในการทำงาน ผู้ที่มีอายุมากมักจะมประสบการณ์ในการทำงานนานแต่ขึ้นอยู่กับลักษณะงานและสถานการณ์ในการทำงานด้วย

1.4 การศึกษากับความพึงพอใจในการทำงานนั้นไม่ผลต่อการวิจัยไม่เด่นชัดนัก จากงานวิจัยบางแห่งพบว่าการศึกษาไม่แสดงถึงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการทำงาน แต่มักจะขึ้นอยู่กับงานที่ทำว่าเหมาะสมกับความรู้ความสามารถของเขาหรือไม่ ในรายงานวิจัยหลายชิ้นพบว่า นักวิชาการ เช่น แพทย์ วิศวกร ทนายความ มีความพึงพอใจในงานสูงกว่าคนงานและบุคลากรถูกจ้างที่ใช้แรงงานทั่วไปรวมทั้งเสมียนบุคลากรด้วย

1.5 ระดับเงินเดือน จากการวิจัยหลายชิ้น พบว่า เงินเดือนมีส่วนร่วมในการสร้างความพึงพอใจในการทำงาน เงินเดือนที่มากพอแก่การดำรงชีพตามสภาพ ทำให้บุคลากรไม่ต้องดิ้นรนมากนักที่จะไปทำงานเพิ่มนอกเวลาและเงินยังเกี่ยวข้องกับความสำคัญแก่การดำรงชีวิตอีกด้วย บุคลากรที่มีเงินเดือนสูงจึงมีความพึงพอใจในการทำงานสูงกว่าบุคลากรที่มีเงินเดือนต่ำ

2. ปัจจัยด้านงาน

2.1 ลักษณะงาน ได้แก่ ความน่าสนใจของงาน ความท้าทายของงาน ความแปลกของงาน โอกาสที่จะได้เรียนรู้และศึกษา โอกาสที่จะทำให้นั้นสำเร็จ การรับรู้หน้าที่ รับผิดชอบ การควบคุมการทำงานและวิธีการทำงาน การที่ผู้ทำงานมีความรู้สึกรู้สีกต่องานที่ทำอยู่ว่าเป็นงานที่สร้างสรรค์เป็นประโยชน์ท้าทาย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้ปฏิบัติเกิดความพึงพอใจในการทำงาน มีความต้องการที่จะปฏิบัติงานนั้น ๆ และเกิดความผูกพันต่องาน

2.2 ทัศนคติในการทำงาน ความชำนาญในการทำงานมักจะต้องพิจารณาควบคู่ไปกับลักษณะของงาน ฐานะทางอาชีพ ความรับผิดชอบ เงินเดือนที่ได้รับต้องพิจารณาไปด้วยจึงจะเกิดความพึงพอใจในงาน

2.3 ขนาดของหน่วยงาน ความพึงใจในการทำงานในหน่วยงานขนาดเล็กจะดีกว่าหน่วยงานขนาดใหญ่ เนื่องจากหน่วยงานขนาดเล็กบุคลากรมีโอกาสรู้จักกัน ทำงานคุ้นเคยกันได้ง่ายกว่าหน่วยงานใหญ่ทำให้บุคลากรมีความรู้สึกเป็นกันเองและร่วมมือช่วยเหลือกัน มีขวัญและกำลังใจในการทำงานที่ดี ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน

2.4 สภาพทางภูมิศาสตร์ ในแต่ละท้องถิ่นแต่ละพื้นที่มีส่วนสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน บุคลากรในเมืองใหญ่มีความพึงพอใจในการทำงานน้อยกว่าบุคลากรในเมืองเล็ก ทั้งนี้เนื่องจากความคุ้นเคยความใกล้ชิดระหว่างบุคลากรในเมืองเล็กมีมากกว่าในเมืองใหญ่ ทำให้เกิดความอบอุ่นและมีความสัมพันธ์ต่อกัน

2.5 โครงสร้างของงาน หมายถึง ความชัดเจนของงานที่สามารถอธิบายชี้แจงเป้าหมายของงาน รายละเอียดของงาน ตลอดจนมาตรฐานในการปฏิบัติงานหากโครงสร้างของงานชัดเจนย่อมสะดวกแก่ผู้ปฏิบัติงาน สามารถป้องกันมิให้เกิดความผิดพลาดในการทำงานด้วย นอกจากนี้ยังพบว่า งานใดที่มีโครงสร้างของงานดี รู้ว่าจะทำอะไร และดำเนินการอย่างไรสภาพการณ์ควบคุมจะง่ายขึ้น

3. ปัจจัยด้านการจัดการ

3.1 ความมั่นคงในงาน สรุปรจากการศึกษาค้นคว้าส่วนใหญ่พบว่า บุคลากรมีความต้องการงานที่มีความแน่นอนมั่นคง แม้ว่าปัจจุบันบุคลากรจะสนใจในงานน้อยลงก็ตาม แต่ต้องการที่ประสบความสำเร็จในการบริหารงาน เช่น บริษัทญี่ปุ่นก็ยังคิดถึงความมั่นคงของงาน คือมีการจ้างงานตลอดชีวิต

3.2 โอกาสก้าวหน้าในการทำงาน มีความสำคัญสำหรับอาชีพหลายอาชีพ เช่น การขายเสมียนพนักงานและบุคคลที่ใช้ฝีมือและความชำนาญงานมีความสำคัญน้อยสำหรับบุคคลที่ไม่ต้องใช้ความชำนาญงานแต่มีการศึกษาสูงและอยู่ในตำแหน่งสูง

3.3 สภาพการทำงาน บุคลากรมีความคิดเห็นแตกต่างกันมากมายเรื่องสถานการณ์และสภาพการทำงาน มีบุคลากรที่ทำงานในสำนักงานที่ให้ความสำคัญกับสภาพการทำงานความพอใจในการทำงานมาจากสาเหตุของสภาพที่ทำงาน

3.4 เพื่อนร่วมงาน เป็นส่วนหนึ่งที่จัดเข้าในปัจจัยที่เกิดความพึงพอใจในการทำงานความสัมพันธ์ที่ระหว่างเพื่อนร่วมงานทำให้คนเรามีความสุขในการทำงาน สัมพันธภาพระหว่างเพื่อนจึงเป็นความสำคัญและเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน

3.5 ความรับผิดชอบงาน จากการศึกษาพบว่า บุคลากรที่มีขวัญกำลังใจดีจะมีความรับผิดชอบในงานสูงความพอใจในการทำงานมีความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบ ร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ เช่น อายุประสบการณ์ เงินเดือน และตำแหน่งด้วย

3.6 การนิเทศงาน สำหรับบุคลากรการนิเทศงานก็คือการชี้แนะในการทำงานจากหน่วยงาน ดังนั้น ความรู้สึกต่อผู้บังคับบัญชาจะเน้นความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงานและองค์กรด้วย

3.7 การสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา การศึกษาหลายแห่งพบว่า บุคลากรมีความต้องการที่จะรู้ว่าการทำงานของตนเป็นอย่างไร จะปรับปรุงการทำงานของตนอย่างไร ข่าวสารจากหน่วยงานต่าง ๆ จึงมีความหมายและความสำคัญสำหรับผู้ปฏิบัติงานของตนจะก้าวหน้าต่อไปหรือไม่ บุคลากรมักจะได้ข่าวของหน่วยงานน้อยกว่าที่ต้องการ

3.8 ความศรัทธาในตัวผู้บริหาร บุคลากรที่ชื่นชมความสามารถของผู้บริหาร จะมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน เป็นผลทำให้เกิดกำลังใจในการทำงานด้วยความศรัทธาในความสามารถและความตั้งใจของผู้บริหารที่มีต่อหน่วยงาน ทำให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความพึงพอใจในการทำงานในหน่วยงานด้วย

3.9 ความเข้าใจกันระหว่างผู้บริหารกับบุคลากร ความเข้าใจที่ดีต่อกันทำให้บุคลากรเกิดความพึงพอใจในการทำงาน

ทฤษฎีเกี่ยวกับความก้าวหน้าในเส้นทางอาชีพ

ทฤษฎีความคาดหวังของ Victor Vroom (1982) วรูม ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความคาดหวัง ซึ่งเป็นการอธิบายพฤติกรรมในรูปของเป้าหมายของบุคลากร การเลือกและความคาดหวังเกี่ยวกับการประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่ทั้งนี้ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่าบุคลากรจะต้องรู้ตัวเองว่าต้องการได้รับสิ่งใดจากการปฏิบัติงาน ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบที่ส่งผลร่วมกันต่อแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากร

วรูม ได้อธิบายถึงกระบวนการในการจูงใจ ว่าบุคลากรจะถูกจูงใจด้วยเป้าหมายอะไรและถูกใจอย่างไร ซึ่งมองว่าความต้องการเป็นเพียงองค์ประกอบใน กระบวนการตัดสินใจในการปฏิบัติงานของบุคคลเท่านั้น และการจูงใจจะเป็นผลของความต้องการที่บุคลากรมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความคาดหวังจะเป็นแรงกระตุ้นเพื่อนำบุคลากรไปสู่เป้าหมาย ทฤษฎีนี้ประกอบด้วย ความคาดหวัง ความพอใจ และผลลัพธ์

ความคาดหวัง คือ ความเชื่อเกี่ยวกับความน่าจะเป็นหรือการคาดคะเนของผู้ปฏิบัติงานว่าพฤติกรรมที่แสดงออกมานั้นจะบรรลุผลลัพธ์อย่างหนึ่งซึ่งสามารถนำไปสู่ผลลัพธ์อีกอย่างหนึ่งได้ถ้าบุคลากรเพิ่มความพยายามในการทำงานมากขึ้น

ความพอใจ คือ ปริมาณความพึงพอใจที่ บุคลากรคาดหวังจากผลลัพธ์ที่ได้ อย่างหนึ่งความพึงพอใจนี้ขึ้นอยู่กับความรู้สึกของบุคลากรแต่ละบุคลากร ผลลัพธ์แต่ละอย่างกระตุ้นความพึงพอใจในแต่ละบุคลากรไม่เท่าเทียมกัน

ผลลัพธ์ คือ ผลที่ได้จากการกระทำที่ได้รับการกระตุ้นและการจูงใจ แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ

- 1) ระดับแรก คือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการปฏิบัติงาน สืบเนื่องมาจากการใช้ความพยายามของผู้ปฏิบัติงาน
- 2) ระดับที่สอง เป็นผลลัพธ์ที่ติดตามมาจาก ความพยายามหรือการเกี่ยวพันกับผลลัพธ์ระดับแรก เช่น หลังจากงานสำเร็จได้ความดีความชอบ หลังจากได้เลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งได้ค่าตอบแทนเพิ่มขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้และการพัฒนา

สุจิตรา ธนันทน์ (2554, หน้า 27) ได้สรุปว่าการพัฒนา เป็นการกระทำที่เป็นเหตุให้บางสิ่งบางอย่างเจริญเติบโตหรือขยายออกเพื่อให้ดีขึ้นกว่าเดิม และการพัฒนานั้นอาจจะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมหรือมนุษย์ก็ได้ในที่นี้เรามุ่งเน้นเรื่องการพัฒนาคนเพื่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้ดีขึ้นในเรื่อง ความสามารถ และสมรรถภาพในการดำเนินชีวิต ความมีอิสระ และเสรีภาพในการตัดสินใจ และความเมตตากรุณาซึ่งกันและกัน

Knowles (1984) กล่าวถึง หลักการที่สำคัญ 6 ประการของการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ที่นักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรทำการศึกษาให้เข้าใจ เพื่อสามารถไปปรับใช้ได้อย่างเหมาะสมดังนี้

1. ความจำเป็นหรือความต้องการในการเรียนรู้ (The Need to Know) ผู้ใหญ่จะเข้าสู่กระบวนการเรียนรู้ก็ต่อเมื่อเขาพบคำตอบว่าทำไม หรือเพราะเหตุใด หรือมีความจำเป็นอย่างไร เขาจึงต้องเรียนรู้เรื่องนั้น ๆ ด้วย
2. มโนทัศน์แห่งตนของผู้เรียน (The Learner's Self- Concept) ในวัยผู้ใหญ่จะมีมโนทัศน์แห่งตนชัดเจนกว่าเด็ก จึงสามารถใช้วิจารณ์ตนเองในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ด้วยตนเองได้
3. บทบาทของประสบการณ์ (The Role of Experience) ในกระบวนการเรียนรู้นั้น ผู้ใหญ่จะสามารถนำเอาประสบการณ์ที่ตนมีมาก่อนมาเป็นทรัพยากรในการเรียนรู้ด้วย ยิ่งถ้าผ่านประสบการณ์มากก็จะยิ่งช่วยให้การเรียนรู้กระทำได้ดีเร็วยิ่งขึ้น แต่ในทางกลับกัน จากประสบการณ์ที่ไม่ตรงกับสิ่งที่เรียนรู้ใหม่ ก็อาจจะเป็นตัวขัดขวางทำให้การเรียนรู้เกิดขึ้นได้ช้าเพราะเกิดการไม่ยอมรับสิ่งใหม่
4. ความพร้อมในการเรียนรู้ (Readiness to Learn) ผู้ใหญ่โดยธรรมชาติแล้วจะมีความพร้อมในการเรียนรู้สูงกว่าเด็ก ๆ เพราะผู้ใหญ่ก็มีวุฒิภาวะสูงกว่า และจะพร้อมมากยิ่งขึ้นถ้าทราบความจำเป็นที่ต้องมีการเรียนรู้ เช่นการเรียนรู้นั้นสามารถนำไปใช้ในการทำงานและนำไปใช้ในชีวิตจริงได้
5. วิธีการหรือแนวทางในการเรียนรู้ (Orientation to Learning) วิธีการที่เหมาะสมในการสอนผู้ใหญ่จะเป็นสิ่งที่ต้องประยุกต์มาจากชีวิตจริงผู้ใหญ่จะรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ได้ดีเมื่อสิ่งนั้นสอดคล้องกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เขากำลังเผชิญอยู่

6. แรงจูงใจหรือตัวกระตุ้นในการเรียนรู้ (Motivation) ผู้ใหญ่มีความต้องการเรียนรู้เนื่องมาจากแรงขับจากภายใน เช่น ผู้ใหญ่บางคนต้องการเรียนรู้เพื่อเติมเต็มความหวังหรือบางสิ่งบางอย่างในชีวิต บางคนต้องการความสำเร็จในการเรียนรู้เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นความภาคภูมิใจในตัวเอง

แนวคิดเกี่ยวกับค่าตอบแทน

ค่าตอบแทน (Compensation) หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่องค์กรจ่ายให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ค่าใช้จ่ายนี้อาจจ่ายในรูปตัวเงิน หรือมีใช้ตัวเงินก็ได้ เพื่อตอบแทนการปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบ จูงใจให้มีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพส่งเสริมขวัญกำลังใจของผู้ปฏิบัติงาน และเสริมสร้างฐานะความเป็นอยู่ของครอบครัวผู้ปฏิบัติงานให้ดีขึ้น (สุจิตรา ธนานันท์, 2554)

ค่าตอบแทนทั้งหมด (Total compensation) เป็นรางวัลทุกรูปแบบที่พนักงานจะได้รับจากการทำงานให้แก่องค์กร ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ชนิด (กิงพร ทองใบ, 2553) ได้แก่

1. ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน (Financial compensation) หมายถึง ค่าตอบแทนที่จ่ายเป็นเงินให้แก่พนักงาน
2. ค่าตอบแทนที่ไม่เป็นตัวเงิน (Nonfinancial compensation) หมายถึง สิ่งของ สิทธิประโยชน์หรือบริการต่าง ๆ ที่นายจ้างจัดให้แก่พนักงาน เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำงานและทำให้ลูกจ้างเกิดความพึงพอใจจากการทำงานในองค์กรหรือกิจการของนายจ้าง

การกำหนดอัตราค่าจ้างและเงินเดือน ย่อมเปลี่ยนแปลงหรือผันแปรไปตามความต้องการของตลาดแรงงาน และปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อค่าจ้าง โดยเฉพาะค่าครองชีพ ความสามารถในการจ่ายขององค์กร ผลผลิตและภาวะเศรษฐกิจ เป็นต้น จึงกล่าวได้ว่า ไม่มีอัตราค่าจ้างใดที่กำหนดแล้วอยู่ได้ตายตัว ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดความพอใจ ดังนั้น การกำหนดอัตราค่าจ้างและเงินเดือน จึงจำเป็นต้องปฏิบัติตามแนวคิดดังต่อไปนี้ (วิลาวรรณ รัตพิศาล, 2554)

1. ค่าจ้างและเงินเดือนที่ยุติธรรม (Judge Price Wage and Salary) โดยกล่าวว่าแนวคิดเรื่องค่าจ้างและเงินเดือนควรอยู่ในช่วงอัตราที่ช่วยให้บุคลากรดำรงชีพอยู่ได้อย่างเหมาะสมใกล้เคียงกับลักษณะงานที่ปฏิบัติอยู่ หรือในระดับเดียวกันกับขั้นฐานะที่เขาดำรงชีพ คือ หากบุคลากรได้ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่สำคัญมากขึ้น ค่าจ้างที่ยุติธรรม จะต้องปรับให้สูงเท่าเทียมกับปริมาณงานที่ปฏิบัติด้วย
2. ค่าจ้างและเงินเดือนที่ประคองความเป็นอยู่ (Subsistence Wage and Salary) เป็นแนวคิดที่เห็นว่า ค่าจ้างนั้นมีความสัมพันธ์กับจำนวนแรงงานและช่วยประคองความเป็นอยู่ ทั้งนี้เพราะค่าจ้างและเงินเดือนจะต้องเพียงพอสำหรับจัดหาปัจจัยสี่ดำรงชีพ คือ ถ้าค่าจ้างและเงินเดือนสูงเกินไป จะมีผู้เข้าสู่ตลาดแรงงานมาก ส่งผลทำให้ค่าจ้างและเงินเดือนต่ำลง เมื่อค่าจ้างและเงินเดือนต่ำลง ทำให้แรงงานหายไปจากตลาดแรงงาน จนมีผลให้อัตราค่าตอบแทนขยับสูงขึ้น เป็นต้น
3. ค่าจ้างและเงินเดือนตามระบบกองทุน (Wage and Salary fund) เป็นแนวคิดที่ถือหลักว่า ค่าจ้างและเงินเดือนต่างมีกองทุนจำนวนหนึ่งสำหรับจ่ายเป็นค่าตอบแทน โดยแบ่งเฉลี่ยขึ้นตามจำนวนบุคลากร ดังนั้น ค่าจ้างและเงินเดือนจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงจึงขึ้นอยู่กับจำนวนบุคลากรที่เปลี่ยนแปลงไปตามการขยายตัวของประชากร หรือตามขนาดของกองทุน หรือทั้งสองกรณีรวมกัน
4. ค่าจ้างและเงินเดือนตามผลผลิต (Productivity of Wage and Salary) เป็นทฤษฎีที่มุ่งความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตกับการจ้างงาน โดยถือว่าค่าจ้างและเงินเดือนควรเพิ่มตามผลผลิตของแรงงาน ทั้งนี้ถ้าบุคลากรสามารถเพิ่มผลผลิตได้สูงกว่ามาตรฐานที่ตั้งไว้ บุคลากรจะได้ค่าจ้างเพิ่มขึ้น แต่ถ้าบุคลากรสามารถผลิตผลงานได้และมีมูลค่าสูงกว่าค่าจ้างที่จ่ายไปแล้ว นายจ้างจะต้องจ่ายให้กับบุคลากรเพิ่มมากขึ้น โดยไม่เพิ่มปัจจัยการผลิตอื่น เป็นต้น
5. ค่าจ้างและเงินเดือนตามการเจรจาต่อรอง (Bargaining of Wage and Salary) คือการกำหนดค่าจ้างและเงินเดือนโดยอาศัยกระบวนการเจรจาต่อรอง ช่วงของค่าจ้างที่ต่อรองจะเกี่ยวพันกับผลผลิต และอำนาจการต่อรองทางเศรษฐกิจของฝ่ายนายจ้างกับบุคลากร ถึงแม้ว่าจะมีแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดค่าจ้างและเงินเดือนตามที่กล่าวข้างต้น แต่ในทางปฏิบัตินั้นองค์กรส่วนใหญ่มักจะใช้แนวคิดใดแนวคิดหนึ่งโดยเฉพาะ หรือจะอาศัยแนวทางปฏิบัติที่เป็นหลักเกณฑ์แบบผสมผสานกันหลายประการ

สรุป

การลาออกของแพทย์ที่รับราชการนั้น เกิดขึ้นมานานแล้ว แต่ในช่วง 1-2 ปี ที่ผ่านมาจะพบว่าการลาออกของแพทย์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจนน่าวิตก และจำนวนไม่น้อยของแพทย์ที่ลาออกก็เป็นแพทย์เฉพาะทางที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ โดยเฉพาะอาจารย์แพทย์ในโรงเรียนแพทย์ต่าง ๆ แพทย์แต่ละคนที่ลาออกก็มีสาเหตุแตกต่างกันไป สาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลาออกของบุคลากรทางการแพทย์ของโรงพยาบาลภาครัฐ ได้แก่ ผู้บริหารหน่วยงานและผู้บังคับบัญชา ความก้าวหน้าในด้านหน้าที่การงาน และภาระหน้าที่หนักเกินไป ค่าตอบแทนที่แตกต่างกันระหว่างภาครัฐเอกชน การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประเทศ การศึกษาต่อ ปัญหาสุขภาพพลานามัย ไม่แข็งแรง มีโรคประจำตัว ทุกสภาพ ปัญหาเรื่องครอบครัว ลาออกเพื่อประกอบอาชีพอื่น ค่านิยมทางสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงไปในด้านเกียรตินิยม ศักดิ์ศรี และความมั่นคงในวิชาชีพ ไปทำงานต่างประเทศ ไปสมัครรับเลือกตั้ง ระบบการบริหาร และนโยบายทางด้านการสาธารณสุขและสุขภาพ คือ การผลักดันให้มีโครงการเพื่อหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (โครงการ

30 บาท) ความเสี่ยงในวิชาชีพจากการฟ้องร้องแพทย์ผู้ทำการรักษาพยาบาล และกฎหมายต่าง ๆ ที่ออกมาบังคับใช้กับแพทย์ เช่น พ.ร.บ. หลักประกันสุขภาพแห่งชาติ พ.ร.บ. ยา กฎหมายชั้นสูตร โดยใช้แนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีภาวะผู้นำ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความก้าวหน้าในเส้นทางอาชีพ แนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้และการพัฒนา และแนวคิดและทฤษฎีผลตอบแทน และมีการเสนอแนะแนวทางในการดำรงรักษาบุคลากรทางการแพทย์ของโรงพยาบาลภาครัฐ ประกอบด้วย ควรสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บริหารและบุคลากร และสร้างความไว้วางใจต่อองค์กร ควรเพิ่มความผูกพันในองค์กรด้วยการให้แพทย์ผู้ปฏิบัติงานมีบทบาท มีความสำคัญต่อองค์กร โดยการสร้างบรรยากาศให้แพทย์มีความรู้สึกว่ามีใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ควรเพิ่มความมั่นคงในงานและวิชาชีพและความเสี่ยงในวิชาชีพ โดยมีระบบการดูแลให้ได้รับความเป็นธรรมจากหน่วยงานเมื่อมีปัญหาเรื่องเรียน ลดความเสี่ยงจากการถูกร้องเรียนจากผู้เข้ารับบริการ ดูแลเรื่องความมั่นคง ความถูกต้องยุติธรรมในการประเมินความรู้ ความสามารถ ความดีความชอบ ควรส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร และเปิดศูนย์ศึกษาต่อเนื่องของแพทย์เฉพาะทาง และควรเพิ่มรายได้ให้เหมาะสมกับหน้าที่ สร้างระบบที่ตอบสนองกับความต้องการของแพทย์

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มงานบริหารงานบุคคลสำนักบริหารกลาง สำนักปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2557). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลาออกของแพทย์ในระบบราชการ ของโรงพยาบาลในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- กิ่งพร ทองใบ. (2553). **ระบบค่าตอบแทนสมัยใหม่ จากวิชาการสู่วิชาชีพ**. กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.
- เชิดชู อริยศรีวัฒนา. (2560). **แพทย์สภาชี้ แพทย์บรรจุใหม่ลาออก 50% ต่อปี** (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2561 จาก <https://www.pptvhd36.com/news/ประเด็นร้อน/60890>
- ตุลา มหาพสุธานนท์. (2547). **หลักการจัดการและการบริหาร**. กรุงเทพฯ: พ.ศ.พัฒนา.
- เนตรพัฒนา ยาวีราช. (2552). **ภาวะผู้นำและผู้นำเชิงกลยุทธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: ทริบเพิ้ลกรุ๊ป.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2553). **จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล**. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- เรวดีร์ ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ. (2553). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: อักษรเงินดี.
- วิเชียร วิทย์อุดม. (2553). **ภาวะผู้นำ Leadership**. กรุงเทพฯ: ธนัธการพิมพ์.
- วิมลสิทธิ์ หะยางกูร. (2546). **พฤติกรรมมนุษย์กับสภาพแวดล้อม**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิลาวรรณ ทรัพย์พิศาล. (2554). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: วิจิตรทัศน์.
- สมิต สัจฉกร. (2552). **การดำรงรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ** (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 7 กันยายน 2561 จาก http://tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=348&pageid=2&read=true&count=true
- สยาม พิเชฐสินธุ์. (2552). **สาเหตุที่ทำให้แพทย์ลาออกจากราชการ** (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 8 กันยายน 2561 จาก <https://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=cmu2807&month=02-2010&date=23&group=27&gblog=18>
- สุจิตรา ธนานันท์. (2554). **การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: ทีพีเอ็น เพรส.
- สุปราณี เอกอุ. (2550). **การคงอยู่ของพนักงานบริษัทโรงพยาบาลธนบุรี**. ธนบุรี: คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Harrell, T. W. (1949). **Industrial Psychology**. New York: Holt Rinehart and Winston.
- Knowles, M. (1984). **Andragogy in Action**. San Francisco: Jossey-Bass.
- Vroom. Victor H. (1982). **Work and Motivation**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

การจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง
อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

Knowledge Management of Silkworm Mulberry of Tha Muang Community,
Selaphum District, Roi-Et Province

ดวงดาว ภูครองจิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด¹

สิริวิญญ์ ปิ่นคำ, มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด²

นิรชา เมืองวาง, มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด³

สุจิตรา นนุสาด, มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด⁴

วิชุดา วินทะไชย, มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด⁵

ณัฐกานต์ พิมโซ, มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด⁶

Email: daw17phukrongchit@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาและเปรียบเทียบการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือประชาชนในพื้นที่เขตชุมชนท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 370 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า การจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ชุมชนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนอย่างต่อเนื่อง เกิดการเรียนรู้ทั้งภายใน และภายนอก ตลอดจนสามารถบูรณาการความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ สร้างรายได้สู่ชุมชน สามารถเชื่อมโยงความรู้จากการปฏิบัติ เกิดเครือข่ายการจัดการความรู้ระหว่างชุมชน ส่งผลทางบวกโดยตรงต่อการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชน

คำสำคัญ: การจัดการองค์ความรู้

ABSTRACT

This research aims to study and compare knowledge management of silkworm mulberry farming in Tha-Muang District, Roi-Et Province. The simple was used in this research study 370 communities. The instrument used to collect data were questionnaire, which are the communities continues to exchange learning between each other internal and external programs. They can also integrate knowledge management to develop products according to sufficiency economy philosophy that make a lot of money in their community. As well as communities can be links knowledge management by practice. Therefore the community-based knowledge management has become directly positive of silkworm mulberry.

Keywords: Knowledge Management

¹ อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

² อาจารย์ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

³ นักศึกษาปริญญาตรีหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

⁴ นักศึกษาปริญญาตรีหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

⁵ นักศึกษาปริญญาตรีหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

⁶ นักศึกษาปริญญาตรีหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

บทนำ

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่เข้มข้นและรุนแรงมากขึ้น ถือเป็นยุคแห่งความวิกฤติทุกด้าน ทุกประเทศในโลกไม่สามารถหลีกเลี่ยงสถานการณ์นี้ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ ASEAN Economic Community (AEC) ในปี 2558 ทำให้กลุ่มประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศต้องพยายามสร้างความแข็งแกร่งให้กับตนเองเพื่อรองรับการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมข้ามชาติที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2555-2559) ของไทย ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ การเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถของคนเพื่อให้ประเทศสามารถพัฒนาให้ก้าวหน้าต่อไป (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555)

การพัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิตเกษตรกรให้มีชีวิตพอเพียง พัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืน สร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับภาคส่วนต่าง ๆ สร้างความร่วมมือกับภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน ภาคชุมชนท้องถิ่น และภาคประชาชน ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นและภูมิปัญญาไทยเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าและบริการและการประกอบอาชีพส่งเสริมให้ประชากรวัยทำงานมีงานทำ การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อให้ได้มูลค่าเพิ่มในทางเศรษฐกิจ (www.thai-aec, 2557)

โมเดลเซกิ (SECI Model) ถูกเสนอโดย โนนากะ กับ ทาเคอชิ (Nonaka and Takeuchi, 1995; อ้างอิงในทิพย์วรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2548) คือ แผนภาพแสดงความสัมพันธ์การหลอมรวมความรู้ในองค์กรระหว่างความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) กับความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ใน 4 กระบวนการ เพื่อยกระดับความรู้ให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นวัฏจักร เริ่มจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization) การสกัดความรู้ออกจากตัวคน (Externalization) การรวบรวมความรู้ (Combination) และการผนึกฝังความรู้ (Internalization) และวนกลับมาเริ่มต้นทำซ้ำที่กระบวนการแรก เพื่อพัฒนาการจัดการความรู้ให้เป็นงานประจำที่ยั่งยืน

1. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization) S: Tacit to Tacit อธิบายความสัมพันธ์ทางสังคมในการส่งต่อระหว่างความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) การแบ่งปันประสบการณ์แบบเผชิญหน้าระหว่างผู้รู้ เช่น การประชุม การระดมสมอง ที่มาจากรู้อย่างเดียว การเรียนรู้ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เฉพาะเรื่อง เฉพาะพื้นที่ แล้วนำมาแบ่งปัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ในสภาพแวดล้อมเดียวกัน ที่ไม่ใช่เป็นเพียงการอ่านหนังสือ คู่มือ หรือตำรา

2. การสกัดความรู้จากตัวคน (Externalization) E: Tacit to Explicit อธิบายความสัมพันธ์กับภายนอกในการส่งต่อระหว่างความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) กับความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) อาจเป็นการนำเสนอในเวทีวิชาการ หรือบทความตีพิมพ์ เป็นการพัฒนาคัดความรู้ที่ถูกฝังอยู่ในความรู้ฝังลึกให้สื่อสารออกไปภายนอก อาจเป็นแนวคิด แผนภาพ แผนภูมิ เอกสารที่สนับสนุนให้เกิดการสื่อสารระหว่างผู้เรียนรู้ด้วยกันที่เข้าใจได้ง่าย ซึ่งความรู้ฝังลึกจะถูกพัฒนาให้ตกผลึกและถูกกลั่นกรอง แล้วนำไปสู่การแบ่งปัน เปลี่ยนเป็นฐานความรู้ใหม่ที่ถูกนำไปใช้สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ในกระบวนการใหม่

3. การรวบรวมความรู้ (Combination) C: Explicit to Explicit อธิบายความสัมพันธ์การรวมกันของความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ที่ผ่านการจัดระบบ และบูรณาการความรู้ที่ต่างรูปแบบเข้าด้วยกัน เช่น นำความรู้ไปสร้างต้นแบบใหม่ ไปสร้างสรรค์งานใหม่ ได้ความรู้ใหม่ โดยความรู้ชัดแจ้งได้จากการรวบรวมความรู้ภายในหรือภายนอกองค์กร แล้วนำมารวมกัน ปรับปรุงหรือผ่านกระบวนการที่ทำให้เกิดความรู้ใหม่ แล้วความรู้ใหม่จะถูกเผยแพร่แก่สมาชิกในองค์กร

4. การผนึกฝังความรู้ (Internalization) I: Explicit to Tacit อธิบายความสัมพันธ์ภายในที่มีการส่งต่อความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) สู่ความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) มีการนำไปใช้ในระดับบุคคล ครอบคลุมการเรียนรู้และลงมือทำ ซึ่งความรู้ชัดแจ้งถูกเปลี่ยนเป็นความรู้ฝังลึกในระดับบุคคลแล้วกลายเป็นทรัพย์สินขององค์กร Michael Marquardt (1994) แห่ง George Washington University กล่าวว่าองค์กรที่มีบรรยากาศของการเรียนรู้รายบุคคลและกลุ่มมีการสอนคนของตนเองให้มีกระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อช่วยให้เข้าใจในสรรพสิ่ง ขณะเดียวกันทุกคนก็ช่วยองค์การจากความผิดพลาดและความสำเร็จ ซึ่งเป็นผลให้ทุกคนตระหนักในการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง Marquardt นิยามว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้หมายถึงองค์กรซึ่งมีบรรยากาศของการเรียนรู้รายบุคคลและกลุ่มมีวิธีการเรียนรู้ที่เป็นพลวัตมีการสอนคนของตนเองให้มีกระบวนการคิดวิเคราะห์เพื่อช่วยให้เข้าใจในสรรพสิ่งสามารถเรียนรู้จัดการและใช้ความรู้เป็นเครื่องมือไปสู่ความสำเร็จควบคู่ไปกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยโดยองค์ประกอบของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้มี 5 องค์ประกอบได้แก่พลวัตการเรียนรู้ (Learning Dynamics) การปรับเปลี่ยนองค์กร (Organization Transformation) การเพิ่มอำนาจแก่บุคคล (People Empowerment) การจัดการความรู้ (Knowledge Management) และการใช้เทคโนโลยี (Technology Application)

ศ.นพ. วิจารณ์ พานิช แห่งสำนักกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) กล่าวว่า องค์กรเอื้อการเรียนรู้ มีลักษณะเป็นพลวัต (Dynamics) มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะของพัฒนาการด้านๆ คล้ายมีชีวิต มีผลงานดีขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพ และการสร้างนวัตกรรม (Innovation) รวมทั้งมีบุคลิกขององค์กรในลักษณะที่เรียกว่าวัฒนธรรมองค์การ (Corporate Culture) ที่ผู้เกี่ยวข้องสัมพันธ์สามารถรู้สึกได้ ซึ่งชุมชนท่าม่วงในปัจจุบันอยู่ในเขตการปกครองของอำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด มีลักษณะภูมิประเทศของชุมชนท่าม่วงมีลักษณะเป็นที่ดอน ทางทิศใต้ติดกับแม่น้ำชี น้ำสามารถท่วมถึงในฤดูน้ำหลาก ชุมชนท่าม่วงจึงทำการเกษตร

ได้ดีในช่วงที่น้ำลด หรือฤดูร้อน โดยอาศัยการทำนาปรัง ส่วนพื้นที่ทางด้านทิศเหนือ ตะวันออก และตะวันตก เป็นพื้นที่ที่ใช้ในการทำ การเกษตร นอกจากนี้ชุมชนท่าม่วงยังมีแหล่งทรัพยากรที่สำคัญ คือแหล่งน้ำธรรมชาติ ได้แก่ แม่น้ำชีที่ไหลผ่านทางทิศใต้ของชุมชน ระยะทาง 2.50 กิโลเมตร แก่งขามลา ซึ่งมีพื้นที่ประมาณ 2 ไร่ และสระหลวงที่ชุมชนท่าม่วงมีการเลี้ยงปลาและปลูกผักรอบๆ สระเพื่อ ใช้ในชุมชน ซึ่งแหล่งน้ำธรรมชาตินี้ชุมชนท่าม่วงได้ใช้ในการทำเกษตรกรรมและดำรงชีวิต วิถีชีวิตของคนท่าม่วงใช้เวลาอยู่กับการทำนา และจับปลาในลำน้ำชีเพื่อใช้ในการบริโภค จากการที่บ้านท่าม่วงตั้งอยู่ใกล้ลำน้ำชี ชาวท่าม่วงจึงมีปลาให้กินตลอดปี และชาวบ้านก็ไม่ไป ทำงานในที่อื่น แต่สิ่งที่ชาวท่าม่วงต้องประสบปัญหาเกือบทุกปีคือ น้ำท่วมพื้นที่ทางการเกษตร เนื่องจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของบ้าน ท่าม่วงนั้นอยู่ติดกับลำน้ำชี และมีการรวมกลุ่มของสมาชิกในชุมชนทำการเพื่อสร้างอาชีพเสริมเช่นการทอผ้า โดยเฉพาะผ้าไหมพื้นบ้าน ต้องใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านและการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นตั้งแต่ต้นน้ำกลางน้ำและปลายน้ำ ดังนั้น การจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อน เลี้ยงไหมเป็นกระบวนการสำคัญในการส่งเสริมให้ชุมชนมีความรู้ความสามารถและทักษะเพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ (ธีรพันธ์ รัตนบุศย์, 2554)

วัตถุประสงค์

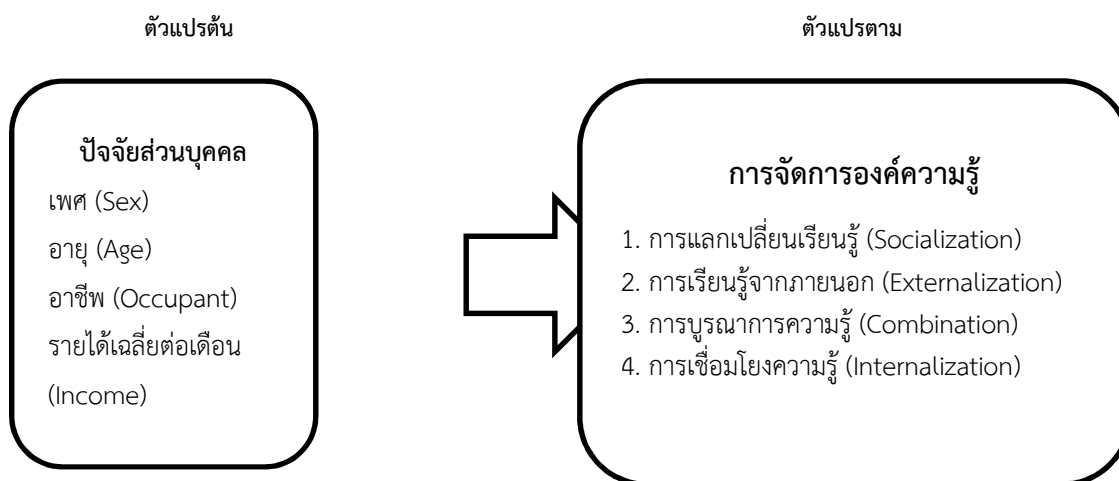
1. เพื่อศึกษาการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อเปรียบเทียบการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

ที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 1) ประชากร (Population) ที่ใช้ทำการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตชุมชนท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 4,903 คน 2) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) เนื่องจากทราบจำนวนประชากร (Finite Population) ผู้วิจัยจึงใช้สูตรคำนวณหาขนาดของตัวอย่างของ Yamane (1967) อ้างอิงถึง คำนาย อภิปรีชญาสกุล (2546) ในการคำนวณขนาดของ กลุ่มตัวอย่างได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 370 คน กำหนดให้ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้นเท่ากับ 0.05 หรือ ร้อยละ 5 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยเก็บจากประชาชน

2. ตัวแปร (Variable) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ได้แก่ (1) ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (2) ด้านการเรียนรู้จากภายนอก (3) ด้านการบูรณาการความรู้ (4) ด้านการเชื่อมโยงความรู้ ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด ได้กรอบแนวคิดดังนี้ (ดัดแปลงจาก Nonaka & Takeuchi, 1995; อ้างอิงในทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์, 2548)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

สมมติฐานในการวิจัย

1. ประชาชนที่มีเพศที่แตกต่างกันมีการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด แตกต่างกัน
2. ประชาชนที่มีอายุที่แตกต่างกันมีการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด แตกต่างกัน
3. ประชาชนที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด แตกต่างกัน
4. ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด แตกต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. เครื่องมือในการวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งคณะผู้วิจัยจะลงพื้นที่เพื่อชี้แจงรายละเอียด และขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาทั้งหมดในช่วงวันที่ 1 - 15 กันยายน 2560 โดยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ได้ไปทดลองใช้กับกลุ่มที่คล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่เพราะมีความยากง่ายเพียงใด จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเพื่อหาความเชื่อมั่นตามแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์ แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่าความเชื่อมั่นตามแบบสอบถามเท่ากับ 0.932
2. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดยอาศัยแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจะแยกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ (1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยอาศัยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) (2) วิเคราะห์การจัดการองค์ความรู้ โดยอาศัยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (3) เปรียบเทียบการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ t-test (Independent-Samples t-test) และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way (ANOVA Analysis of Variance: ANOVA : F-test) (5) ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดกลุ่มแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยาย และสรุปผลการดำเนินการวิจัย ได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2541)

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้	5	คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้	1	คะแนน

แล้วหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2541)

ค่าเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอสว่างภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

การจัดการองค์ความรู้	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้	3.78	0.67	มาก
2. ด้านการเรียนรู้จากภายนอก	3.76	0.71	มาก
3. ด้านการบูรณาการความรู้	3.76	0.73	มาก
4. ด้านการเชื่อมโยงความรู้	3.71	0.68	มาก
รวม	3.75	0.62	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าเฉลี่ยการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอสว่างภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเป็นแต่ละด้าน พบว่า ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการเรียนรู้จากภายนอกและด้านการบูรณาการความรู้

เมื่อพิจารณาแต่ละด้านเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ชุมชนให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือ ชุมชนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกและมีกิจกรรมจัดการความรู้ที่เป็นระบบ เช่น ชุมชนแห่งการเรียนรู้

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอสว่างภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามเพศที่แตกต่างกัน

การจัดการองค์ความรู้	ชาย		หญิง		t	p-value
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
1. ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้	3.82	0.71	3.77	0.65	0.69	0.487
2. ด้านการเรียนรู้จากภายนอก	3.81	0.75	3.74	0.69	0.84	0.396
3. ด้านการบูรณาการความรู้	3.95	0.84	3.67	0.66	3.04	0.003*
4. ด้านการเชื่อมโยงความรู้	3.77	0.73	3.69	0.67	1.05	0.293

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกันมีความเห็นต่อการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมแตกต่างกัน โดยเฉพาะด้านการบูรณาการความรู้ เพศชายมีความเห็นด้วยมากกว่าเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามอายุที่แตกต่างกัน

การจัดการองค์ความรู้	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้	ระหว่างกลุ่ม	6	1.528	0.225	0.561	0.761
	ภายในกลุ่ม	363	164.740	0.454		
	รวม	369	166.268			
2. ด้านการเรียนรู้จากภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	6	1.552	0.259	0.502	0.807
	ภายในกลุ่ม	363	187.137	0.516		
	รวม	369	188.689			
3. ด้านการบูรณาการ	ระหว่างกลุ่ม	6	3.004	0.501	0.934	0.471
	ภายในกลุ่ม	363	194.644	0.536		
	รวม	369	197.648			
4. ด้านการเชื่อมโยงความรู้	ระหว่างกลุ่ม	6	2.823	0.470	0.990	0.432
	ภายในกลุ่ม	363	172.592	0.475		
	รวม	369	175.415			

จากตารางที่ 3 พบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีความเห็นเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ของชุมชนท่าม่วง อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามอาชีพที่แตกต่างกัน

การจัดการองค์ความรู้	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้	ระหว่างกลุ่ม	5	1.643	0.329	0.727	0.604
	ภายในกลุ่ม	364	164.624	0.452		
	รวม	369	166.268			
2. ด้านการเรียนรู้จากภายนอก	ระหว่างกลุ่ม	5	1.552	0.455	0.888	0.489
	ภายในกลุ่ม	364	186.415	0.512		
	รวม	369	188.689			
3. ด้านการบูรณาการ	ระหว่างกลุ่ม	5	4.248	0.857	1.163	0.156
	ภายในกลุ่ม	364	193.364	0.531		
	รวม	369	197.648			
4. ด้านการเชื่อมโยงความรู้	ระหว่างกลุ่ม	5	2.893	0.579	1.221	0.299
	ภายในกลุ่ม	364	172.522	0.474		
	รวม	369	175.415			

จากตารางที่ 4 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความเห็นต่อการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน

การจัดการองค์ความรู้	แหล่งของความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p
1. ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	5 364 369	4.000 162.268 166.268	0.800 0.446	1.794	0.113
2. ด้านการเรียนรู้จากภายนอก	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	5 364 369	7.424 181.256 188.680	1.485 0.498	2.982	0.012*
3. ด้านการบูรณาการ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	5 364 369	2.608 195.040 197.648	0.522 0.536	0.973	0.434
4. ด้านการเชื่อมโยงความรู้	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	5 364 369	3.741 171.674 175.415	0.748 0.472	1.586	0.163

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมแตกต่างกัน โดยเฉพาะด้านการเรียนรู้จากภายนอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

สรุปการวิจัย

1. สรุปผลวิจัย

1.1 ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ รองลงมาคือ ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากภายนอก ด้านการบูรณาการความรู้ และด้านการเชื่อมโยงความรู้ ตามลำดับ ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ชุมชนมีกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ตามเข้าใจในเรื่องการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมมากที่สุด รองลงมาคือ ชุมชนของท่านมีกิจกรรมจัดการความรู้ที่เป็นระบบ เช่น ชุมชนแห่งการเรียนรู้ และชุมชนของท่านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกในชุมชน ตามลำดับ

ด้านการเรียนรู้จากภายนอก โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ชุมชนส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนไปศึกษาข้อมูลตามสถานที่มากที่สุด รองลงมาคือ ชุมชนของท่านได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน และชุมชนของท่านมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากบุคคลภายนอก ด้านการบูรณาการความรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ พัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์หม่อนไหมตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์มากที่สุด รองลงมาคือ ประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน และแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ด้านการเชื่อมโยงความรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ การเรียนรู้ร่วมกันผ่านการปฏิบัติมากที่สุด รองลงมาคือ การจัดการความรู้ของชุมชนเกิดจากการเชื่อมต่อระหว่างบุคคลต่อบุคคล และการจัดการความรู้ของชุมชนเกิดจากการเชื่อมต่อระหว่างบุคคลต่อบุคคล

1.2 การศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้ การจำแนกตามเพศที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม แตกต่างกัน โดยด้านบูรณาการความรู้ เพศชายมีความคิดเห็นด้วยมากกว่าเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน ประชาชนที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมไม่แตกต่างกันผลการวิจัยไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพราะอายุไม่มีผลกระทบต่อการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้ทุกช่วงวัย ประชาชนที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ไม่แตกต่างกัน ผลการวิจัยไม่

เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพราะสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้ทุกสาขาอาชีพไม่ได้เน้นเฉพาะเกษตรกร ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม แตกต่างกัน ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเฉพาะด้านการเรียนรู้จากภายนอก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการจัดการองค์ความรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของชุมชนท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ในด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้มีความเห็นมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการเรียนรู้จากภายนอกและด้านการบูรณาการความรู้ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของพนารัตน์ เดชกุลทอง (2560) พบว่า การแลกเปลี่ยนความรู้ สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านนาเสียว มีวิถีชีวิตแบบสังคมชนบทโดยทั่วไป จึงมีการไปมาหาสู่และพบปะพูดคุยกันอย่างสม่ำเสมอ เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้อย่างไม่เป็นทางการเกี่ยวกับการทอผ้าของสมาชิกกลุ่มทอผ้า นอกจากนี้ยังพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มโดยการศึกษาดูงานในแหล่งความรู้ต่าง ๆ เช่น กลุ่มทอผ้าที่ประสบความสำเร็จ หรือการออกร้านจัดนิทรรศการ เป็นต้น เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ นอกจากนี้ประธานกลุ่มทอผ้าจะนำความรู้และเทคนิคใหม่ ๆ เกี่ยวกับกระบวนการผลิตผ้าไหมที่ได้รับจากอบรม ประชุม สัมมนา มาถ่ายทอดแก่สมาชิกอยู่เป็นประจำโดยการจัดประชุมกลุ่มทอผ้าซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ รวมทั้งการเข้าร่วมประชุมแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มทอผ้าที่ส่วนราชการจัดขึ้น การถ่ายทอดความรู้เน้นการถ่ายทอดความรู้โดยตรงจากผู้ถ่ายทอดสู่ผู้รับการถ่ายทอด ในอดีตจะถ่ายทอดให้กับบุคคลในครอบครัว แต่ในปัจจุบันจะถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกกลุ่มทอผ้าหรือบุคคลทั่วไปที่สนใจ โดยจะมีการผสมผสานกันทั้งวิธีการสาธิตและการให้ลงมือปฏิบัติจริง เป็นวิธีที่ดีที่สุดที่จะทำให้ผู้เรียนสามารถทอผ้าได้ ผู้เรียนจะต้องสังเกตจนเกิดความเข้าใจและจดจำขั้นตอนต่าง ๆ ของการทอผ้า และผู้สอนจะอธิบายขั้นตอนและเทคนิควิธีการทอผ้าในระหว่างสาธิต จากนั้นจึงให้ผู้เรียนหรือผู้รับการถ่ายทอดฝึกปฏิบัติการทอผ้าทุกขั้นตอน วิธีการถ่ายทอดความรู้การทอผ้าที่ได้ผลดีที่สุด ส่วนใหญ่จะสอนแบบตัวต่อตัวหรือสอนเป็นรายบุคคล ซึ่งเป็นวิธีการสอนแบบดั้งเดิม การนำความรู้ไปใช้ สมาชิกกลุ่มทอผ้าใหม่บ้านนาเสียวมีการทอผ้าเป็นอาชีพเสริม ความรู้ที่นำไปประยุกต์ใช้มาจากการกำหนดความรู้และการแสวงหาความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ ความรู้ภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ความรู้จากประสบการณ์ที่ช่างทอผ้าได้ลงมือปฏิบัติมาอย่างยาวนานจนเกิดทักษะ ความรู้ที่ได้รับจากแหล่งความรู้ต่าง ๆ เช่น ได้รับการอบรมโดยวิทยากรถ่ายทอดความรู้และเทคนิคใหม่ ๆ ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาดูงานและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมทั้งความรู้ที่สมาชิกกลุ่มทอผ้าได้ประยุกต์จากความรู้เดิมผสมผสานกับความรู้ใหม่ เป็นต้น

ด้านการเรียนรู้จากภายนอก โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ชุมชนส่งเสริมให้สมาชิกไปศึกษาข้อมูลนอกสถานที่ รองลงมาคือได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรารัตน์ วัฒนชนโนบลและคณะ (2558) พบว่า การแลกเปลี่ยนความรู้เป็นลักษณะของการแลกเปลี่ยนความรู้ในกลุ่มเป็นหลัก เนื่องจากในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมากิจกรรมเกี่ยวกับพัฒนาการผลิตนั้นไม่ได้รับการส่งเสริมเท่าที่ควร ทำให้กลุ่มต้องยึดหลักการพึ่งตนเอง โดยเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้อย่างไม่เป็นทางการโดยการแลกเปลี่ยนความรู้ซ่อนเร้น ตามความถนัดของแต่ละคนแล้วนำมาพูดคุยแลกเปลี่ยนกัน ในแง่ของการพัฒนาฝีมือ ทักษะความชำนาญในบุคคล รองลงมาคือ การเก็บตัวอย่างชิ้นงานและเอกสารฐานความรู้ของกลุ่มซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก เช่น สำนักงานเกษตรตำบล สำนักงานพัฒนาชุมชน เป็นต้น การถ่ายทอดความรู้เป็นรูปแบบของการถ่ายทอดจากบุคคลสู่บุคคลเป็นหลัก โดยลักษณะของการปฏิบัติให้ดู การสาธิตอย่างละเอียด เพื่อให้ผู้รับการถ่ายทอดได้รับความรู้ความเข้าใจมากขึ้น ซึ่งภาครัฐมีการให้การสนับสนุนในด้านการถ่ายทอดความรู้ในลักษณะบุคคลสู่กลุ่ม คือ เขียววิทยากรผู้ที่มีความเชี่ยวชาญไปให้ความรู้กับชุมชน และการถ่ายทอดความรู้ในลักษณะจากกลุ่มสู่กลุ่มนั้นเป็นการส่งเสริมให้มีการศึกษาดูงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีแนวคิดของสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2548) กล่าวว่า การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) เป็นการกำหนดวิธีการในการดึงความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ที่อาจอยู่กระจัดกระจายมารวมไว้จัดทำเนื้อหาให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการหรือลักษณะการเรียนรู้ของผู้ใช้เป็นการสร้างความรู้ขึ้นจากความรู้เดิมที่มีอยู่หรือนำความรู้จากภายนอกองค์การมาใช้เพื่อให้องค์การมีความรู้ที่จำเป็นต้องมีแต่ยังไม่มี ด้านการบูรณาการความรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์หม่อนไหมตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ รองลงมาคือ ประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน ผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดลนภา ท้วมยังและคณะ (2556) พบว่า ผลการศึกษาแนวทางการกำหนดกลยุทธ์และวิธีการบูรณาการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการบริหารสถานศึกษาขนาดเล็กพบว่า สถานศึกษาขนาดเล็กมีการเชิญวิทยากรท้องถิ่นมาเข้าร่วมสอนเป็นจำนวนมาก เช่น การทำนา การเลี้ยงปลา การเลี้ยงไก่ การเล่นลิเก การอนุรักษ์สภาพแวดล้อม มีการจัดการเรียนการสอนและนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบูรณาการในการสอนได้อย่างต่อเนื่องมีการจัดการเรียนการสอนแบบคล้อยตามเพื่อแก้ปัญหาครูไม่ครบชั้นและมีการบูรณาการสาระวิชาเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพของนักเรียนในแต่ละชั้น มีการปลูกฝังให้นักเรียนเรียนรู้ ด้านคุณธรรมศีลธรรมอย่างสม่ำเสมอ โดยจัดให้นักเรียนฝึกปฏิบัติตามหลักธรรม มีการยกย่องนักเรียนที่มีคุณธรรม มีการหางบประมาณจากชุมชน

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะกรรมการธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

โดยทอดผ้าป่าเป็นประจำทุกปีโดยจะมีเจ้าภาพเป็นศิษย์เก่าทำงานในกรุงเทพแล้วกลับมา งานสงกรานต์ก็ชวนเพื่อนมาร่วมทำบุญ
ทอดผ้าป่าให้สถานศึกษาขนาดเล็กโดยร่วมกับคนในชุมชนด้วย

ข้อเสนอแนะ

- 1) ควรนำข้อมูลด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้มาพัฒนากิจกรรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม
- 2) ควรทำการศึกษาโดยเพิ่มขอบเขตของการศึกษาให้กว้างมากขึ้นและครอบคลุมพื้นที่ภายในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด

เอกสารอ้างอิง

คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2546). **สูตรคำนวณหาขนาดของตัวอย่าง**.
ดลนภา ท้วมยัง, ฉลอง ชาตบุระชีวิน, ภาณุวัฒน์ ภักดิ์วงศ์ และอนุชา กอนพ่วง. (2556). **การพัฒนากลยุทธ์การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการบริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก**. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
ทิพย์วรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2548). **กรอบแนวคิดการวิจัย**.
เทศบาลตำบลท่าม่วง. (2557). **สภาพทั่วไปตำบลท่าม่วง อ.เสลภูมิ จ.ร้อยเอ็ด**. สืบค้นจาก <http://www.thamuang101.go.th>
ธีรพันธ์ รัตนบุศย์. (2554). **รายงานการพัฒนาหมู่บ้านท่าม่วง**. ร้อยเอ็ด: สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเสลภูมิ.
บุญชม ศรีสะอาด. (2541). **วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
พนารัตน์ เดชกุลทอง. (2560). **การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอผ้าไหมบ้านนาเสียว ต.นาเสียว อ.เมือง จ.ชัยภูมิ**. ชัยภูมิ: มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ.
วรารัตน์ วัฒนชนโนบล และคณะ. (2558). **การจัดการความรู้การทอผ้าพื้นบ้านของกลุ่มอาชีพเสริมบ้านสุขเกษม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม**. นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
วิจารณ์ พานิช. **สำนักกองทุนสนับสนุนการวิจัย: (สกว.)**. กรุงเทพฯ: สำนักกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2548). **การจัดการความรู้จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). **ทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
Marquardt, Michael. (1994). **George Washington University**. USA: George Washington University.

องค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานภาคเอกชน

Quality of Work Life of Private Employees

อดุลยเดช ต้นแก้ว, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹
วลัยพร สุขปลั่ง, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²
ชัยภัทร โกศลวิตร, คณะวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี³
อรสุดา ต้นแก้ว, คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย⁴

Email: adunyadet@hotmail.com

บทคัดย่อ

คุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of working life) เป็นองค์ประกอบหรือเป็นมิติหนึ่งที่สำคัญในการทำงาน ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงานได้แพร่หลายในประเทศอุตสาหกรรม มีนักวิชาการได้เสนอองค์ประกอบ ของคุณภาพชีวิตการทำงาน ของพนักงานภาคเอกชนไว้โดยสรุปว่าประกอบด้วย 1) บุคลากรมีโอกาสในการพัฒนาความรู้ ความสามารถ 2) สิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะ และปลอดภัย 3) ธรรมเนียมในองค์กรหรือประชาธิปไตยในองค์กร 4) ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ 5) ความสมดุลระหว่างงาน และชีวิตส่วนตัว 6) ลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม 7) มีการบูรณาการทางสังคมหรือมีการทำงานร่วมกัน 8) ความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน 9) ระบบการบริหารที่มีประสิทธิภาพ 10) ความภาคภูมิใจในองค์กร

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิตการทำงาน พนักงานภาคเอกชน

ABSTRACT

Quality of working life is an important element in the work. The concepts of quality of work life are prevalent in industrialized countries. There are scholars who offer elements. 1) Personnel have the opportunity to develop their knowledge, abilities, and abilities 2) Environment that is characterized and safe 3) Constitution in organization or democratic organization 4) Fair compensation And sufficient. 5) balance between work and personal life. 6) social benefits. 7) social integration or collaboration. Work in progress 9) management system, effective 10) pride in the organization.

Keywords: Quality of Work Life, Private Employees

บทนำ

ปัจจุบันทรัพยากรมนุษย์ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างมากสำหรับการพัฒนาในทุก ๆ ด้าน เนื่องจากมนุษย์มีความรู้ความสามารถ มีความรับผิดชอบ มีคุณธรรมจริยธรรม มีความสามารถในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี และสามารถพัฒนาตนเองได้อยู่ตลอดเวลา เป้าหมายของผลลัพธ์ ด้านทรัพยากรบุคคลแบ่งเป็น 2 เป้าหมาย คือ พนักงานและองค์การ ซึ่งการลงทุนด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลจะทำให้พนักงานมีความสามารถในการทำงานและช่วยให้องค์การประสบผลสำเร็จ นอกจากนี้ คนยังเป็นปัจจัยทางยุทธศาสตร์ (Strategic Factor) ที่สำคัญที่สุดในกระบวนการบริหารและการพัฒนาใน ยุคแห่ง การแข่งขันและในยุคของข้อมูลข่าวสารเทคโนโลยีสารสนเทศปัจจุบัน อย่างไรก็ตามความสมดุลระหว่างการทำงานและการดำเนินชีวิตของบุคลากรก็ยังคงมีความสำคัญ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² อาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดียและแอนิเมชัน คณะวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁴ นิสิต หลักสูตรอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาลัทธิและการแปล (สายการแปล) ศูนย์การแปลและการล่ามเฉลิมพระเกียรติ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

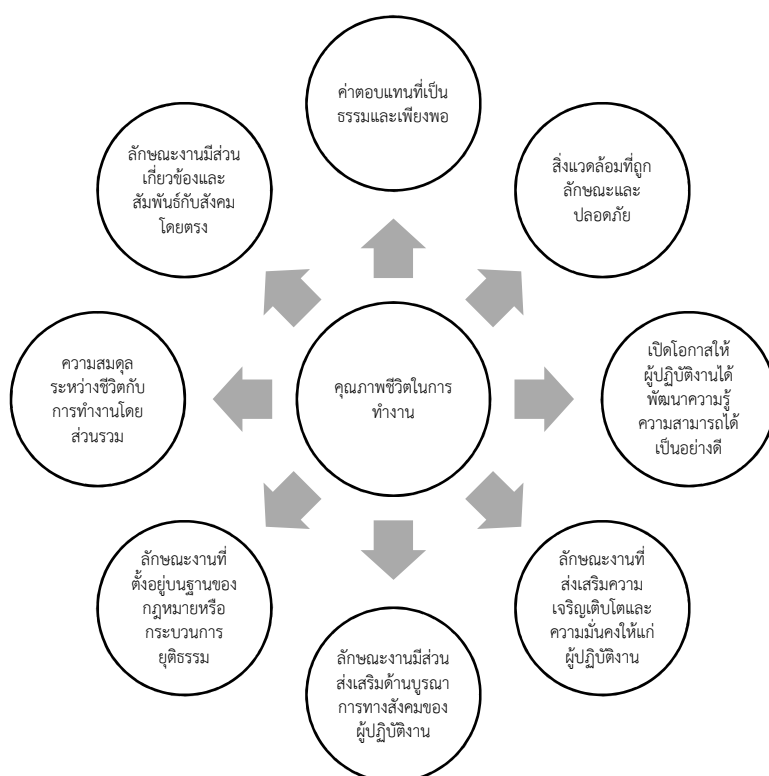
เนื่องจากความต้องการพื้นฐานต่างๆ เช่น ปัจจัยด้านการเงิน การยอมรับนับถือในสังคม รวมถึงความพึงพอใจในชีวิตของตน เป็นต้น แต่หากพนักงานไม่มีความสุขในการทำงานหรือไม่พึงพอใจในชีวิตการทำงานย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตการทำงานต่อไปในอนาคต (Michael, Sue and Dave, 2005)

ปัจจุบันการทำงานลูกจ้างในภาคเอกชน ต้องมีความขยัน และมุ่งมั่นอย่างมาก ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการให้มากที่สุด โดยการเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสถานประกอบการ จึงทำให้เกิดภาวะกดดันต่อพนักงานโดยปกติพนักงานมีชั่วโมงการทำงาน 7 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งพนักงานส่วนใหญ่มีการทำงานล่วงเวลาในช่วงที่มีงานเร่งรีบ ทำให้พนักงานต้องเสียสละเวลาส่วนตัวซึ่งส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ในครอบครัว อีกทั้งยังมีการแข่งขันเพื่อความก้าวหน้าของพนักงาน ทำให้พนักงานเกิดความกดดันและความเครียดในการทำงาน บั่นทอนสุขภาพกายและสุขภาพจิต หากพนักงานไม่มีความสุขในการทำงาน อันเกิดจากปัจจัยทั้งสภาพแวดล้อมความปลอดภัยในการทำงาน ความยุติธรรมในองค์กร โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เป็นต้น ส่งผลให้พนักงานมีการพัฒนาและประสิทธิภาพในการทำงานลดลง เกิดความท้อแท้และเบื่อหน่ายจนไม่อยากทำงานอยู่กับองค์กรต่อไป

ดังนั้น จึงเป็นมูลเหตุที่ทำให้ผู้เขียนในสนใจที่จะนำเสนอบทความวิชาการเรื่ององค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานภาคเอกชน ว่ามีองค์ประกอบอะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากร นอกจากนี้ เพื่อจะได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมและพัฒนาการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

แนวคิดที่เกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน

ผู้เขียนได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีของนักวิชาการ เพื่อค้นหาคำประกอบของคุณภาพชีวิตการทำงาน ดังนี้
Walton (1973) ได้เสนอองค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงานไว้ 8 มิติ ดังภาพที่ 1

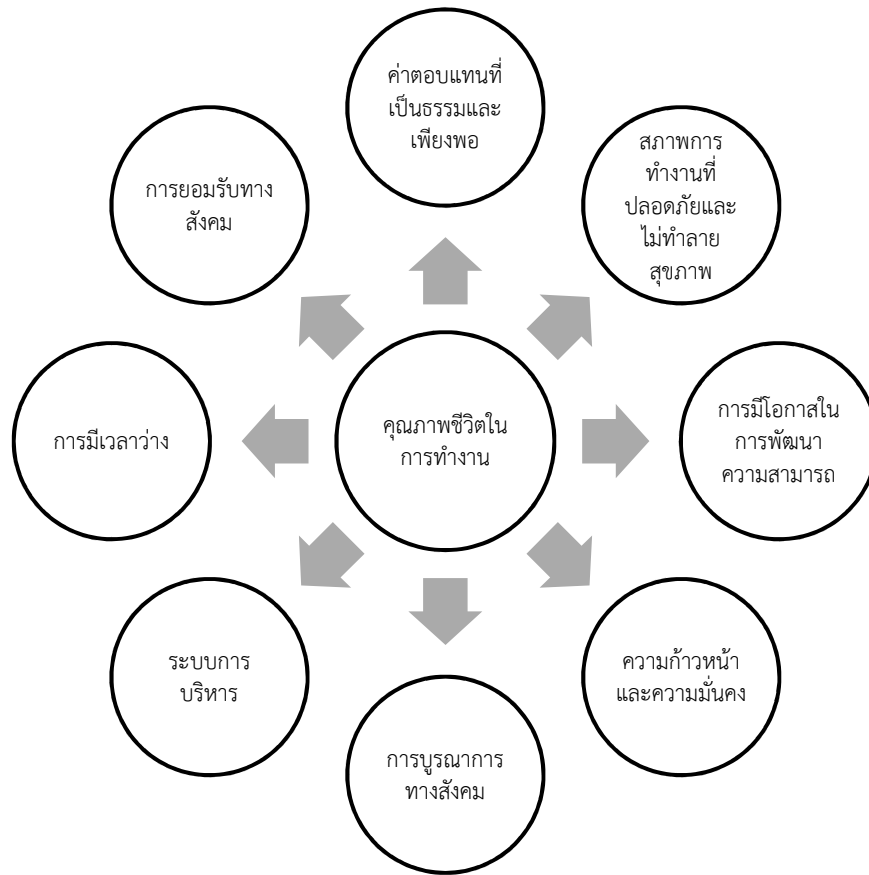


ภาพที่ 1 องค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงาน ตามแนวคิดของ Walton
ที่มา (Walton, 1973)

จากภาพที่ 1 องค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงาน ตามแนวคิดของ Walton มี 8 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ หมายถึง การที่ผู้ปฏิบัติงานได้รับค่าจ้าง เงินเดือน ค่าตอบแทน และผลประโยชน์อื่นๆ อย่าง เพียงพอกับการมีชีวิตอยู่ได้ตามมาตรฐานที่ยอมรับกันโดยทั่วไป และต้องเป็นธรรม เมื่อเปรียบเทียบกับงานหรือองค์การอื่นๆ ด้วย
2. สิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย หมายถึง สิ่งแวดล้อมทั้งทางกายภาพและทางด้านจิตใจ นั่นคือ สภาพการทำงานต้องไม่มีลักษณะที่ต้องเสี่ยงภัยจนเกินไป และจะต้องช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกสะดวกสบาย และไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัย
3. เปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้พัฒนาความรู้ความสามารถได้เป็นอย่างดี งานที่ปฏิบัติอยู่นั้นจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้และพัฒนา ทักษะความรู้อย่างแท้จริงและรวมถึงการมีโอกาสได้ทำงานที่ตนยอมรับว่าสำคัญและมีความหมาย
4. ลักษณะงานที่ส่งเสริมความเจริญเติบโตและความมั่นคงให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน นอกจากงานจะช่วยเพิ่มพูนความรู้ความสามารถแล้ว ยังช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานได้มี โอกาสก้าวหน้า และมีความมั่นคงในอาชีพ ตลอดจนเป็นที่ยอมรับทั้งของเพื่อนร่วมงาน และสมาชิกในครอบครัวของตน
5. ลักษณะงานมีส่วนส่งเสริมด้านบูรณาการทางสังคมของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งหมายความว่า งานนั้นช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสสร้างสัมพันธ์ภาพกับบุคคลอื่น ๆ รวมถึงโอกาสที่เท่าเทียมกันในความก้าวหน้าที่ตั้งอยู่บนฐานของระบบคุณธรรม
6. ลักษณะงานที่ตั้งอยู่บนฐานของกฎหมายหรือกระบวนการยุติธรรม ซึ่งหมายถึง วิถีชีวิต และวัฒนธรรมในองค์การจะส่งเสริมให้ เกิดการเคารพสิทธิส่วนบุคคลมีความเป็นธรรมในการพิจารณาให้ผลตอบแทนและรางวัล รวมทั้งโอกาสที่แต่ละคนจะได้แสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผย มีเสรีภาพในการพูด มีความเสมอภาค และมีการปกครองด้วยกฎหมาย
7. ความสมดุลระหว่างชีวิต กับการทำงานโดยส่วนรวม เป็นเรื่องของโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้ชีวิตในการทำงาน และชีวิตส่วนตัวนอกองค์การอย่างสมดุลนั้นคือต้องไม่ปล่อยให้ผู้ปฏิบัติงานได้รับความกดดันจากการปฏิบัติงานมากเกินไป ด้วยการกำหนดชั่วโมงการทำงานที่เหมาะสมเพื่อหลีกเลี่ยง การที่ต้องคร่ำเคร่งอยู่กับงานจนไม่มีเวลาพักผ่อน หรือได้ใช้ชีวิตส่วนตัวอย่างเพียงพอ
8. ลักษณะงานมีส่วนเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับสังคมโดยตรง ซึ่งนับเป็นเรื่องที่สำคัญประการหนึ่งที่ผู้ปฏิบัติงานจะต้องรู้สึก และยอมรับว่าองค์การที่ตนปฏิบัติงานอยู่นั้นรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่างๆ ทั้งในด้านผลผลิต การกำจัดของเสีย การรักษา สภาพแวดล้อม การปฏิบัติเกี่ยวกับการจ้างงาน และเทคนิคด้านการตลาด

Bruce and Blackburn (1992) ได้เสนอองค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงานไว้ 8 มิติ ดังภาพที่ 2

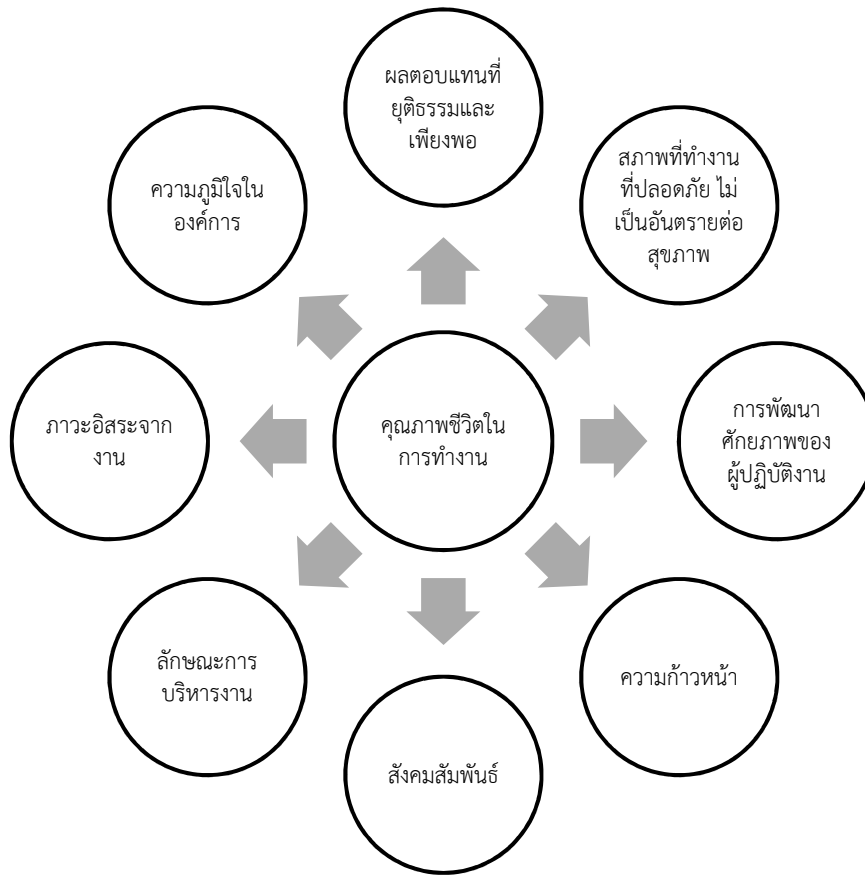


ภาพที่ 2 องค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงาน ตามแนวคิดของ Bruce and Blackburn
ที่มา (Bruce and Blackburn, 1992)

จากองค์ประกอบของ Bruce and Blackburn มี 8 องค์ประกอบ สรุปได้ดังนี้

1. ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ หมายถึง เงินเดือนหรือเงินตอบแทนที่ได้จากการปฏิบัติงาน ที่ได้รับอย่างเพียงพอและยุติธรรม
2. สภาพการทำงานที่ปลอดภัยและไม่ทำลายสุขภาพ หมายถึง สถานประกอบการที่มีความปลอดภัยและมีความพร้อมสำหรับการปฏิบัติงาน ที่ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ
3. การมีโอกาในการพัฒนาความสามารถ โดยทำงานที่มีความหมายและแสวงหาแนวทางใหม่ ๆ ในการทำงาน
4. ความก้าวหน้าและความมั่นคง หมายถึง โอกาสในการพัฒนาความรู้ ทักษะ และความสามารถรวมทั้งรู้สึกถึงความมั่นคงในการทำงาน
5. การบูรณาการทางสังคม หมายถึง การมีโอกาได้รับปฏิสัมพันธ์ระหว่าง พนักงานและผู้บริหาร
6. ระบบการบริหาร หมายถึง นโยบายบุคลากรที่ได้รับการบริหารอย่างเป็นธรรมการที่พนักงานทำงานในสภาพการทำงานที่ปราศจากความวิตกกังวลและการมีโอกาก้าวหน้าอย่างเท่าเทียมกัน
7. การมีเวลาว่าง หมายถึง ความสามารถในการแบ่งเวลาให้กับเรื่องส่วนตัวและงานได้อย่างเหมาะสม
8. การยอมรับทางสังคม หมายถึง มีความภูมิใจต่องานที่รับผิดชอบและต่อนายจ้าง

Huse and Cumming (1985) ได้เสนอองค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงานไว้ 8 มิติ ดังภาพที่ 3

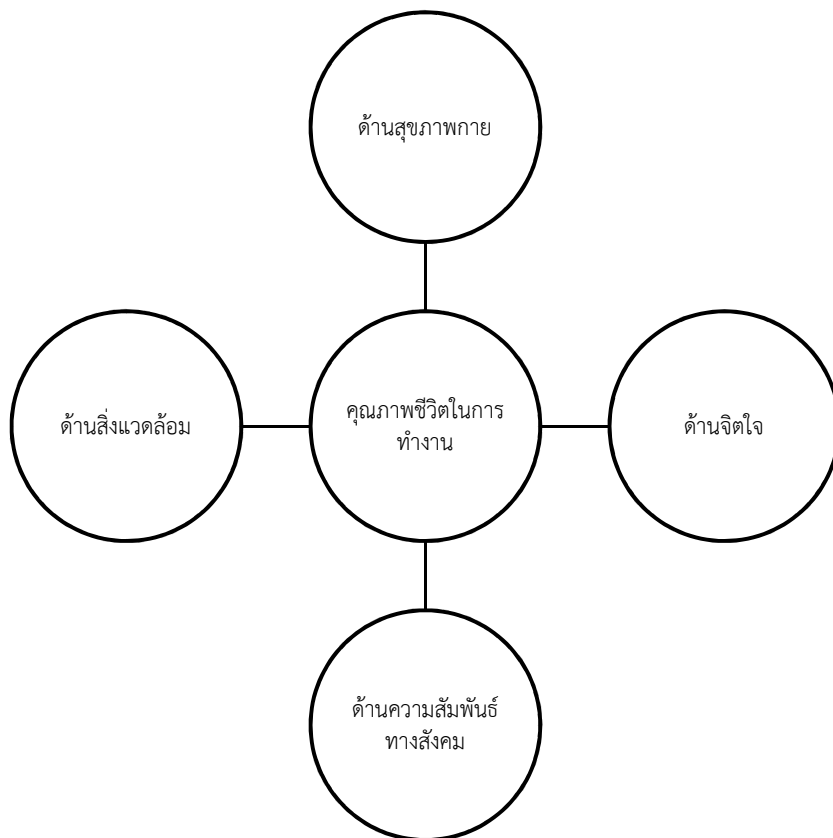


ภาพที่ 3 องค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงาน ตามแนวคิดของ Huse and Cumming
ที่มา (Huse and Cumming, 1985)

จากองค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงาน ตามแนวคิดของ Huse and Cumming มี 8 องค์ประกอบ สรุปได้ดังนี้

1. ผลตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ หรือ รายได้และประโยชน์ตอบแทน หมายถึง การได้รับรายได้และผลตอบแทนที่เพียงพอ และสอดคล้องกับมาตรฐาน ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกว่ามีความเหมาะสมและเป็นธรรมเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้อื่น ๆ
2. สภาพที่ทำงานที่ปลอดภัย ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ หมายถึง การที่พนักงานได้ปฏิบัติงานในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม สถานที่ทำงาน ไม่ได้ส่งผลเสียต่อสุขภาพและไม่เสี่ยงอันตราย
3. การพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงาน หรือ “โอกาสพัฒนาศักยภาพ” หมายถึง การที่ผู้ปฏิบัติงานได้มีโอกาสพัฒนาขีดความสามารถของตนจากงานที่ทำโดยพิจารณาจากลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ได้แก่ งานที่ได้ใช้ทักษะและความสามารถหลากหลายงานที่มีความท้าทาย งานที่ผู้ปฏิบัติงานมีความเป็นตัวของตัวเองในการทำงาน งานที่ได้รับการยอมรับว่ามีความสำคัญ และงานที่ผู้ปฏิบัติได้รับทราบผลการปฏิบัติงาน
4. ความก้าวหน้า หมายถึง การที่ผู้ปฏิบัติงานมีโอกาสที่จะก้าวหน้าในอาชีพและ ตำแหน่งอย่างมั่นคง
5. สังคมสัมพันธ์ หมายถึง การที่ผู้ปฏิบัติงานเป็นที่ยอมรับของผู้ร่วมงาน ที่ทำงานมีบรรยากาศของความเป็นมิตร มีความอบอุ่นเอื้ออาทรปราศจากการแบ่งแยกเป็นหมู่เหล่า ผู้ปฏิบัติงานได้รับการยอมรับและมีโอกาสปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น
6. ลักษณะการบริหารงาน หมายถึง การมีความยุติธรรมในการบริหารงาน มีการปฏิบัติต่อบุคลากรอย่างเหมาะสม พนักงานได้รับการเคารพในสิทธิและความเป็นปัจเจกบุคคล ผู้บังคับบัญชายอมรับฟังข้อคิดเห็นของพนักงาน บรรยากาศขององค์การมีความเสมอภาพ และความยุติธรรม
7. ภาวะอิสระจากงาน หมายถึง ภาวะที่บุคคลมีความสมดุลในช่วงของชีวิตระหว่างงานกับช่วงเวลาอิสระจากงาน มีช่วงเวลาที่ได้คลายเครียดจากภาระหน้าที่ที่รับผิดชอบ
8. ความภูมิใจในองค์การ หมายถึง ความรู้สึกของพนักงานที่มีความภาคภูมิใจที่ได้ปฏิบัติงานในองค์การที่มีชื่อเสียง และได้รับรู้ว่าการอำนวยความสะดวกและรับผิดชอบต่อสังคม

Power, Bullinger and WHOQOL Group (1994) กล่าวถึง เครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลกชุดย่อฉบับภาษาไทย (WHOQOL-BREF-THAI) ได้พัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพชีวิต ด้วยการทบทวนแนวคิดของคุณภาพชีวิต และศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อกำหนดองค์ประกอบของคุณภาพชีวิต WHOQOL-BREF-THAI ประกอบด้วย ข้อคำถาม 2 ชนิด คือ แบบภาวะวิสัย (Perceived Objective) และอัตวิสัย (Self-Report Subjective) จะประกอบด้วย องค์ประกอบของคุณภาพชีวิต 4 มิติ ดังภาพที่ 4



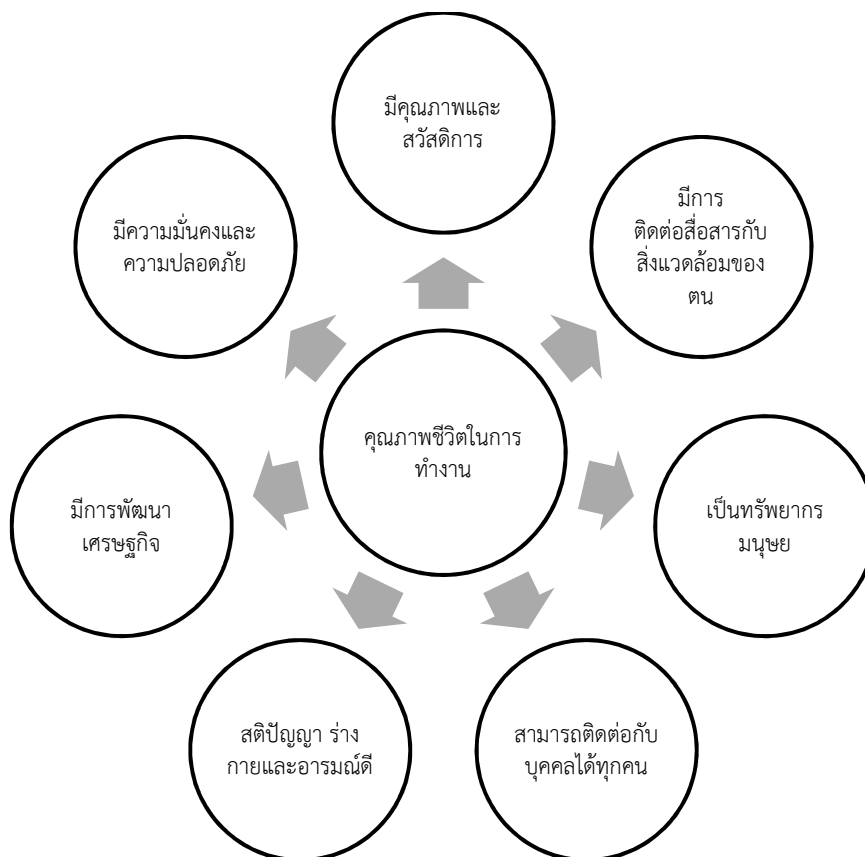
ภาพที่ 4 องค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงาน ตามแนวคิดของ Power, Bullinger and WHOQOL Group
ที่มา (WHOQOL Group, 1994)

จากองค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงาน ตามแนวคิดของ Power, Bullinger and WHOQOL Group มี 4 องค์ประกอบสรุปได้ดังนี้

1. ด้านสุขภาพกาย คือ การรับรู้สภาพทางด้านร่างกายของบุคคล ซึ่งมีผลต่อชีวิตประจำวัน เช่น การรับรู้สภาพความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกาย การรับรู้ถึงความรู้สึก สุขสบาย ไม่มีความเจ็บปวด การรับรู้ถึงความสามารถที่จะจัดการกับความเจ็บปวดทางร่างกายได้ การรับรู้ถึงพลังกำลังในการดำเนินชีวิตประจำวัน การรับรู้ถึงความเป็นอิสระที่ไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่น การรับรู้ถึงความสามารถในการเคลื่อนไหวของตน การรับรู้ถึงความสามารถในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันของตน การรับรู้ถึงความสามารถในการทำงาน การรับรู้ว่าตนไม่ต้องพึ่งพาอาศัยต่างๆ หรือการรักษาทางการแพทย์ อื่นๆ เป็นต้น
2. ด้านจิตใจ คือ การรับรู้สภาพทางจิตใจของตนเองเช่น การรับรู้ความรู้สึกทางบวกที่บุคคลมีต่อตนเอง การรับรู้ภาพลักษณ์ของตนเอง การรับรู้ถึงความรู้สึกรัก ภูมิใจในตนเอง การรับรู้ถึงความมั่นใจในตนเอง การรับรู้ถึงความคิด ความจำสมาธิ การตัดสินใจ และความสามารถ ในการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ของตน การรับรู้ถึงความสามารถในการจัดการกับความเครียด หรือกังวล การรับรู้เกี่ยวกับความเชื่อต่างๆ ของตน ที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตเช่น การรับรู้ถึง ความเชื่อด้านวิญญาณ ศาสนา การให้ความหมายของชีวิต และความเชื่ออื่นๆ ที่มีผลในทางที่ดีต่อการดำเนินชีวิต มีผลต่อการเอาชนะอุปสรรค เป็นต้น
3. ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม คือ การรับรู้เรื่องความสัมพันธ์ของตนกับบุคคลอื่น การรับรู้ถึงการที่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลอื่นในสังคม การรับรู้ว่าได้เป็นผู้ให้ความช่วยเหลือบุคคลอื่นในสังคมด้วย รวมทั้งการรับรู้ในเรื่องอารมณ์ทางเพศหรือการมีเพศสัมพันธ์

4. ด้านสิ่งแวดล้อม คือ การรับรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต เช่น การรับรู้ว่ามีชีวิตอยู่อย่างอิสระ ไม่ถูกกักขัง มีความปลอดภัยและมั่นคงในชีวิตการรับรู้ได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ดี ปราศจากมลพิษต่าง ๆ การคมนาคมสะดวก มีแหล่งประโยชน์ ด้านการเงิน สถานบริการทางสุขภาพและสังคมสงเคราะห์ การรับรู้ว่ามีโอกาสที่จะได้รับข่าวสาร หรือฝึกฝนทักษะต่าง ๆ การรับรู้ว่ามีกิจกรรมสันทนาการ และมีกิจกรรมในเวลาว่าง เป็นต้น

Wallance (1974) ได้เสนอองค์ประกอบของคุณภาพชีวิตการทำงานไว้ 7 มิติ ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 องค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงาน ตามแนวคิดของ Wallance
ที่มา (Wallance, 1974)

จากองค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงาน ตามแนวคิดของ Wallance มี 4 องค์ประกอบ สรุปได้ดังนี้

1. มีคุณภาพและสวัสดิการ หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่องค์กรจ่ายให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ค่าใช้จ่ายนี้อาจจ่ายในรูปตัวเงิน หรือมีใช้ตัวเงินก็ได้ เพื่อตอบแทนการปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบ
2. มีการติดต่อสื่อสารกับสิ่งแวดล้อมของตน หมายถึง การติดต่อสื่อสารกันระหว่างองค์กร เพื่อให้เกิดการประสานงานร่วมกัน
3. เป็นทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง ผู้บริหารใช้ศิลปะและกลยุทธ์ดำเนินการสรรหา คัดเลือก และบรรจุบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าปฏิบัติงานในองค์กรพร้อมทั้งใส่ใจพัฒนา บำรุงรักษาให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานได้เพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ มีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่ดีในการปฏิบัติงาน
4. สามารถติดต่อกับบุคคลได้ทุกคน หมายถึง มีบุคลากรสามารถติดต่อสื่อสารมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน
5. สติปัญญา ร่างกายและอารมณ์ดี หมายถึง บุคลากรมีสุขภาพกาย และสุขภาพจิตสามารถปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น
6. มีการพัฒนาเศรษฐกิจ หมายถึง การทำให้รายได้ที่แท้จริงต่อคนเพิ่มขึ้นติดต่อกันเป็นเวลานาน เพื่อให้บุคลากรในองค์กร มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
7. มีความมั่นคงและความปลอดภัย หมายถึง บุคลากรมีโอกาสประสบความสำเร็จที่มุ่งหวังอันเป็นที่ยอมรับของผู้ร่วมงาน ครอบครัว และผู้ที่เกี่ยวข้องและมีความมั่นคงในรายได้หรือหน้าที่ ที่ได้รับ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

สรุป

จากแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน พบว่าองค์ประกอบที่หลากหลาย ดังนั้นจึงทำการสังเคราะห์องค์ประกอบแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงานเพื่อให้ได้องค์ความรู้ใหม่ ดังตารางที่ 1

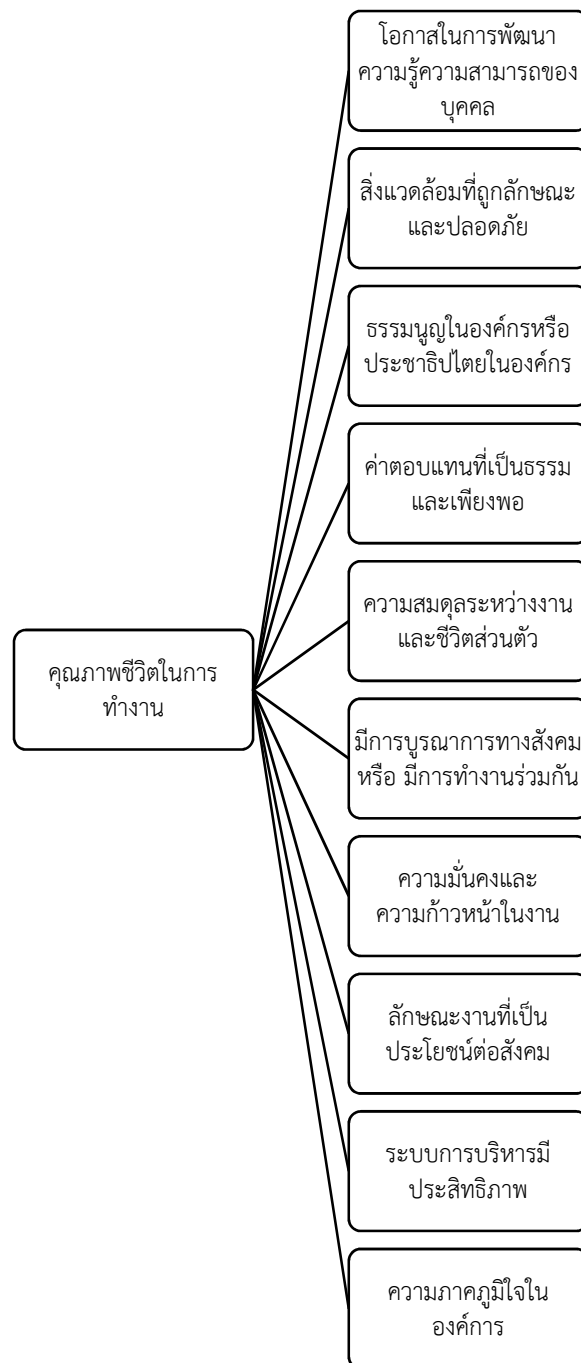
ตารางที่ 1 องค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงานประกอบด้วย 10 มิติ

คุณภาพชีวิต	Walton (1973)	Wallace (1974)	Huse and Cumming (1985)	Bruce and Blackburn (1992)	Power, Bullinger and WHOQOL Group (2002)	ความถี่
1. โอกาสในการพัฒนาความรู้ ความสามารถของบุคคล	/	/	/		/	4
2. สิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย	/		/	/	/	4
3. ธรรมเนียมในองค์กรหรือประชาธิปไตยในองค์กร	/		/	/	/	4
4. ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ	/	/	/		/	4
5. ความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว	/	/	/			3
6. มีการบูรณาการทางสังคมหรือ มีการทำงานร่วมกัน	/	/				2
7. ความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน	/				/	2
8. ลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม	/	/				2
9. ระบบการบริหารมีประสิทธิภาพ		/	/			2
10. ความภาคภูมิใจในองค์กร			/			1

จากตารางที่ 1 พบว่า องค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงานประกอบด้วย 10 มิติ คือ

1. โอกาสในการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคคล
2. สิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย
3. ธรรมเนียมในองค์กรหรือประชาธิปไตยในองค์กร
4. ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ
5. ความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว
6. มีการบูรณาการทางสังคมหรือ มีการทำงานร่วมกัน
7. ความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน
8. ลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม
9. ระบบการบริหารมีประสิทธิภาพ
10. ความภาคภูมิใจในองค์กร

ดังนั้นจึงออกแบบระบบการทำงาน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงาน โดยสรุปได้ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 7 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานภาคเอกชน

จากภาพที่ 7 ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานภาคเอกชน สรุปได้ว่า องค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานภาคเอกชน ประกอบด้วย โอกาสในการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคคล สิ่งแวดล้อมที่ถูกลักษณะและปลอดภัย ธรรมเนียมในองค์กรหรือประชาธิปไตยในองค์กร ค่าตอบแทนที่เป็นธรรมและเพียงพอ ความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว มีการบูรณาการทางสังคมหรือ มีการทำงานร่วมกัน ความมั่นคงและความก้าวหน้าในงาน ลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ระบบการบริหารมีประสิทธิภาพ และความภาคภูมิใจในองค์กร

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

เอกสารอ้างอิง

- Bruce, W. M., and Blackburn, J. W. (1992). **Balancing Job Satisfaction and Performance**. Westport, CT: Quorum Books.
- Huse, E. F, and Cummings, T. G. (1985). **Organization Development and Change**. Minnesota: West Publishing.
- Michael, L., Sue, M. and Dave, U. (2005). **The Future of Human Resource Management: 64 Thought Leaders Explore the Critical HR Issues of Today and Tomorrow**. New Jersey: John Wiley.
- Wallance, S. (1974). **Identific of Quality of Life Indicators for Use in Family Planning Programs**. Doctoral Dissertation, Social Welfare Entitlement, Pennsylvania State University.
- Walton, R. E. (1973). Quality of working life: What is it?. **Slone Management Review**, 15(1): 12- 18.
- WHOQOL Group. (1994). Development of the WHOQOL: Rationale and current status. **International Journal of Mental Health**, 23(3): 24-56.

การธำรงรักษาคนดีคนเก่งเพื่อความยั่งยืนขององค์กรชั้นนำ

Maintaining Good People for the Sustainability of Leading Organizations

อดุลยเดช ต้นแก้ว, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹

วิรินดา สุทธิพรหม, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²

ชัยภัทร โกศลวิตร, คณะวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี³

ธัชสินี กำแมด, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁴

Email: adunyadet@hotmail.com

บทคัดย่อ

การที่องค์กรจะแสวงหาวิธีการธำรงรักษาคนดีคนเก่งได้นั้น จะต้องศึกษาลักษณะของคนดีคนเก่งเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ตรงต่อความต้องการของพนักงานที่มีศักยภาพสูง ประกอบด้วย การนำเข้าบุคลากรที่เป็นคนดีคนเก่งเข้าสู่องค์กร ด้วยการสรรหาและคัดเลือกอย่างยุติธรรม การจัดการในองค์กร ด้วยการให้ความก้าวหน้าในสายอาชีพ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ภาวะผู้นำ ซึ่งก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน และบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ทั้งนี้องค์กรขนาดเล็ก ขนาดกลาง และองค์กรขนาดใหญ่ที่กำลังประสบปัญหาเกี่ยวกับการธำรงรักษาคนดีคนเก่งให้อยู่กับองค์กร

คำสำคัญ: การธำรงรักษา ความยั่งยืน องค์กรชั้นนำ

ABSTRACT

The organization will seek to maintain a good man. To study the characteristics of good people to get insights that meet the needs of high-potential employees, including the import of good people into the organization. With a fair selection and selection. Management in the organization by advancing in the profession. Compensation & Benefits Leadership, which contributes to the quality of life of employees. And a good atmosphere to work. Small, medium and large organizations that are experiencing problems keeping a good person in the organization.

Keywords: Maintaining, Sustainability, Leading Organizations

บทนำ

การธำรงรักษาคนเก่งในองค์กร เป็นเป้าหมายสำคัญที่ฝ่ายบริหาร และฝ่ายทรัพยากรมนุษย์จะต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ เนื่องจาก คนเก่ง หรือ Talent เป็นทรัพยากรที่ทุกองค์กรต้องการ ถือเป็นการบริหารทุนมนุษย์ (Human Capital) ที่มีคุณค่ายิ่งในองค์กร การจ่ายเงินเพื่อซื้อตัวคนเก่งเข้ามาทำงาน เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในธุรกิจไม่ว่าจะเป็นในประเทศไทย หรือต่างประเทศก็ตาม จะเห็นได้ว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการธำรงรักษาคนเก่งในองค์กร คือ เรื่องของวัฒนธรรมขององค์กรและสิ่งแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งได้แก่ ความผูกพันในการทำงาน ความยืดหยุ่นในการทำงาน และระบบการสื่อสารที่ดีในขณะเดียวกันปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ บทบาทของหัวหน้างานที่คอยให้การสนับสนุนและจูงใจคนเก่ง จะเป็นสิ่งที่ทำให้คนเก่งไม่โยกย้ายออกไปทำงานที่องค์กรอื่น นอกจากนั้นการให้คนเก่งเห็นถึงโอกาสความก้าวหน้าในการทำงาน และได้มีโอกาสแสดงศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่พร้อม ๆ กับการเปิดโอกาสให้คนเก่งได้เรียนรู้และพัฒนาตนเอง ซึ่งจะเป็นการช่วยธำรงรักษาคนเก่งไว้ได้อีกทางหนึ่ง องค์กรจะประสบ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² อาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดียและแอนิเมชัน คณะวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁴ นักวิชาการศึกษา คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ความสำเร็จในการพัฒนาและธำรงรักษาคณะคนเก่งให้อยู่กับองค์กร เพื่อป้องกันปัญหาการไหลของสมองคนเก่งไปสู่องค์กรอื่น และต้องได้รับความร่วมมือจากทุกองค์กรชั้นนำในประเทศโดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูง ต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายและคุณค่าของคนเก่ง ซึ่งควรได้รับผลักดันให้เป็นกลยุทธิ์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญขององค์กร เพื่อการสรรหาพัฒนาและธำรงรักษาคณะคนเก่งได้อย่างเป็นระบบ หากองค์กรมีการประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพจะเป็นกลไกที่สำคัญในการผลักดันให้มีการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน (พสุธิตา ตันตราจิณ และธีระวัฒน์ จันทิก, 2559)

การธำรงรักษาคณะคนเก่งถือเป็นฐานสำคัญในการทำงานขององค์กรซึ่งจะต้องได้รับความสนใจ จากผู้บริหารในการธำรงรักษาคณะคนเก่งซึ่งคนเก่ง หรือ Talent นั้นจะมีความสามารถ ทักษะ ความรู้ที่แตกต่างกันออกไป และคณะคนเก่งมีความเป็นตัวเอองสูง ดังนั้นคณะคนเก่งจะมีความต้องการในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไปจนบางครั้งผู้บริหารไม่สามารถตอบสนองความต้องการของพนักงานได้ โดยพนักงานอาจจะมีความไม่พอใจหรือได้รับแรงกระตุ้นจนเกิดเป็นความต้องการด้านต่าง ๆ เช่น ความต้องการโอกาสทางความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่ง ผลตอบแทนในรูปของตัวเงินที่สูง การได้รับการยกย่อง การยอมรับจากผู้บริหารและผู้ร่วมงานความผูกพันระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน การได้รับโอกาสในการแสดงความคิดเห็น การได้รับสวัสดิการต่าง ๆ ที่เพียงพอ การได้รับการประเมินที่ยุติธรรม โปร่งใส หากไม่ได้รับการตอบสนองของผู้บริหารนั้น องค์กรก็ไม่สามารถเจริญก้าวหน้าได้ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้คณะคนเก่งในองค์กรมีการลาออก หรือมีการถูกซื้อตัวจากองค์กรอื่นได้โดยง่ายจึงถือได้ว่าเป็นต้นทุนขององค์กรตั้งแต่กระบวนการสรรหา จนถึงกระบวนการลาออกของพนักงาน และปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงขึ้นในการธำรงรักษาคณะคนเก่ง ดังนั้นองค์กรจึงมีการธำรงรักษาคณะคนเก่งเพื่อความยั่งยืนขององค์กร (ประภัสสร วรรณสถิตย์, 2550)

การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญ เนื่องจากพนักงานเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย หากการจัดการงานไม่มีประสิทธิภาพแล้ว การดำเนินงานขององค์กรจะพบอุปสรรคหลายประการ เช่น การลาออกจากงานซึ่งการลาออกของพนักงานนั้น ถือเป็นปัญหาของทุกองค์กร ซึ่งองค์กรได้ลงทุนในการพัฒนาพนักงานนั้นขึ้นมาและทำงานมาระยะหนึ่งแล้วการลาออกจากองค์กรจะก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายมากกว่าจะได้รับผลงานเป็นการตอบแทนจากบุคคลนั้น อัตราการลาออกของพนักงานเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงสภาวะความสูญเสียไปในการลงทุนในอีกแง่มุมหนึ่ง และเป็นการสูญเสียภาพพจน์ขององค์กร จากความสำคัญดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการธำรงรักษาคณะคนเก่งขององค์กรเป็นสิ่งจำเป็นจากผลประกอบการหรือความมั่นคงทางเศรษฐกิจขององค์กรว่ามีการบริหารจัดการหรือมีแนวทางการธำรงรักษาคณะคนเก่งอย่างไร (ปาตีเมาะ เกษรา และอาชีวะห์ อาแว, 2558)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นมูลเหตุที่ทำให้ผู้เขียนในสนใจที่จะนำเสนอบทความวิชาการเรื่องวิธีการธำรงรักษาคณะคนเก่งขององค์กรชั้นนำในประเทศ เพื่อเสนอแนวทางที่อาจเพิ่มศักยภาพสูงสุดต่อองค์กรจากบุคลากรที่เป็นคณะคนเก่งที่มีอยู่ในองค์กร

บททวนวรรณกรรม

การธำรงรักษาคณะคนเก่งในองค์กรถือเป็นหัวใจสำคัญ และเป็นขั้นตอนหนึ่งในกระบวนการการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับวิธีการธำรงรักษาคณะคนเก่งที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในการทำงานให้อยู่กับองค์กร ซึ่งบุคลากรที่เป็นคณะคนเก่งถือว่าเป็นบุคคลสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมาย ดังนั้นผู้บริหารองค์กรจึงควรให้ความสำคัญด้านอื่น ๆ โดยมีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงกระบวนการการบริหารทรัพยากรมนุษย์ไว้ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนกำลังคน

การวางแผนกำลังคนเป็นการพยากรณ์ความต้องการบุคลากรเข้ามาทำงานในองค์กร โดยมีนักวิชาการได้กล่าวเกี่ยวกับการวางแผนกำลังคนไว้ดังนี้

วัฒนากร ทองน้อย (2552) ได้กล่าวว่า การวางแผนกำลังคน (Manpower Planning) เป็นการประมาณการด้านกำลังแรงงานให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความเหมาะสมกับคุณสมบัติของงาน ในแต่ละตำแหน่ง

พัชรกานต์ นิมิตรติกุล และวิโรจน์ เจริญลักษณ์ (2559) ได้กล่าวว่า การวางแผนกำลังคน คือ กิจกรรมที่จะต้องนำไปใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพ โดยองค์กรจะต้องรักษาสมาดุลของพนักงานภายในองค์กรให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมอยู่ตลอดเวลา การวางแผนทรัพยากรมนุษย์จะเป็นเครื่องมือและแนวทางสำคัญในการสร้างหลักประกันว่าองค์กรจะมีบุคลากรที่มีคุณภาพตามที่ต้องการและมีปริมาณที่เหมาะสม

นเรศรฐ วาสะศิริ และณัฐวัฒน์ พระงาม (2559) ได้กล่าวว่า การวางแผนทรัพยากรมนุษย์จะต้องมีการกำหนดตำแหน่งและลักษณะงานที่องค์กรต้องการไว้ชัดเจน ผู้บริหารและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ควรมีการวางแผนและกลไก การวิเคราะห์อัตราค่าจ้างคนที่สอดคล้องกับสภาพบริบท วิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กรได้อย่างเหมาะสม มีระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในระยะยาว เพื่อให้ได้ทรัพยากรมนุษย์ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

ชัยพร รัตนดิลก (2553) ได้กล่าวว่า การวางแผนกำลังคน เป็นความพยายามในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อจัดการการธำรงรักษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสมในอนาคตเพื่อธำรงรักษา ปรับปรุงและพัฒนาสมรรถนะขององค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

พจนารถ ปิยะสพนันท์ (2554) ได้กล่าวว่า การวางแผนกำลังคน คือ การดำเนินการอย่างเป็นระบบ ในการวิเคราะห์และพยากรณ์เกี่ยวกับอุปสงค์และอุปทานด้านกำลังคน เพื่อนำไปสู่การกำหนดวิธี ที่จะให้ได้กำลังคนที่มีความรู้ความเหมาะสมและเพียงพอทั้งในด้านจำนวนและคุณภาพมาปฏิบัติงานในเวลาที่ต้องการมีแผนการใช้และพัฒนาคนเหล่านั้น อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง เพื่อธำรงรักษากำลังคนที่เหมาะสมไว้กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า การวางแผนกำลังคน คือ การพยากรณ์ การคาดการณ์ เกี่ยวกับจำนวนของบุคลากรที่ทำงานในองค์กร และจะต้องสอดคล้องกับสภาพบริบท วิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กรได้อย่างเหมาะสม

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสรรหา

กระบวนการสรรหาเป็นขั้นตอนในกระบวนการการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งมีนักวิชาการได้กล่าว เกี่ยวกับการสรรหาดังนี้

มาลินี ศรีโมตรี (2557) ได้กล่าวว่า การสรรหา คือ การแสวงหาบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์ที่ตรงกับตำแหน่งงานมาสมัครงานกับองค์กรมากที่สุด เพื่อองค์กรจะได้มีโอกาสคัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการขององค์กร

กิจสุวัฒน์ หงส์เจริญ และคณะ (2557) ได้กล่าวว่า การสรรหา เป็นกระบวนการในการกำหนดคุณสมบัติและสมรรถนะที่พึงประสงค์สำหรับการรับบุคลากรในองค์กร เป็นการแสวงหาพนักงานเข้ามาทำงาน

นุรโลลา ตีอะระ และอาณิชะห์ ลาเต๊ะ (2559) ได้กล่าวว่า การกำหนดกฎเกณฑ์ที่ใช้ในการดึงดูดบุคลากรที่มีคุณสมบัติตรงตามตำแหน่งที่ว่างและเข้ามาสมัครงานให้มากที่สุด เพื่อให้องค์กรได้มีตัวเลือกในการตัดสินใจ และนำไปสู่ขั้นตอนของการคัดเลือกบุคลากรให้ตรงกับงาน ซึ่งสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร

สรุปได้ว่า การสรรหา คือ กระบวนการหรือการกำหนดกิจกรรมและกฎเกณฑ์เพื่อดึงดูดและจูงใจให้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์ที่ตรงต่อความต้องการของตำแหน่งงานในองค์กรเข้ามาสมัคร เพื่อเป็นตัวเลือกในการตัดสินใจในขั้นตอนของการคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงาน

แนวคิดเกี่ยวกับการคัดเลือก

กระบวนการคัดเลือกถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานให้ตรงกับคุณสมบัติของตำแหน่งงานในองค์กร โดยมีนักวิชาการได้กล่าวไว้ ดังนี้

สิริภาพรณ ลีภัยเจริญ (2559) กล่าวว่า การคัดเลือก คือ การคัดเลือกบุคลากรขององค์กรต่าง ๆ โดยทั่วไป มีลักษณะดังนี้

1. ยึดถือหลักความยุติธรรมและความเสมอภาค
2. ยึดถือวัตถุประสงค์ขององค์กร
3. สอดคล้องกับนโยบายองค์กร
4. ใช้วิธีการทดสอบและสัมภาษณ์
5. นำหลักวิชาการมาประยุกต์
6. ควรดำเนินการด้วยการประหยัด
7. ควรจัดให้มีการประเมินผลการดำเนินการคัดเลือกบุคลากรในทุกครั้ง
8. ตัดสินใจว่าจะเลือกใครในขั้นตอนสุดท้ายและควรยึดความคิดเห็นของผู้บังคับบัญชา

จตุรงค์ ศรีวัชรธรรมะ (2557) ได้กล่าวว่า การคัดเลือก คือ กระบวนการของการคัดเลือกบุคลากรที่องค์กรได้ทำการสรรหาเข้ามา โดยมีวิธีการที่หลากหลายในการคัดเลือกบุคลากรให้ตรงตามคุณสมบัติที่ตั้งไว้

พัทธธิดา สมทรง (2560) ได้กล่าวว่า การคัดเลือก คือ กระบวนการในการหาวิธีการกลั่นกรองที่เป็นมาตรฐาน เพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกบุคคลที่เชื่อว่าเหมาะสมกับตำแหน่งงานมากที่สุด รวมทั้งก่อให้เกิดความเชื่อถือ และความยุติธรรมในการคัดเลือกบุคลากร ไกรวิชญ์ เจริญวานิช และธีรพนธ์ เวศพนันท์ (2560) กล่าวว่า การคัดเลือกพนักงาน คือกระบวนการคัดสรรผู้สมัครที่มีความสามารถตรงตามข้อกำหนด และจะต้องมีการศึกษาความต้องการในด้านต่าง ๆ ก่อนที่จะทำการคัดเลือก ดังนี้

1. เป้าหมายขององค์กร
2. งบประมาณในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากร
3. วิธีการระบุจำนวนบุคลากรและตำแหน่งพนักงานที่ต้องการจ้าง
4. กระบวนการเตรียมความพร้อมให้กับผู้ที่ทำหน้าที่สัมภาษณ์
5. กระบวนการสัมภาษณ์
6. เกณฑ์และกระบวนการในการประเมินผู้สมัครงาน
7. คุณภาพของบุคลากรใหม่

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

กิตติ มิลาเอียง (2559) กล่าวว่า การคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์โดยวิธีการสอบแบบเปิดโอกาสให้ทุกคนที่มีคุณสมบัติตามต้องการได้ใช้ความสามารถของตนเข้าสอบแข่งขันกันให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ จากนั้นทำการพิจารณาคัดเลือกบุคคล ตรวจสอบ และตัดสินใจรับบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ และคุณสมบัติที่เหมาะสมเข้าร่วมงาน

สรุปได้ว่า การคัดเลือก เป็นกระบวนการที่สำคัญในการคัดเลือกบุคลากรเข้ามาทำงานในองค์กรโดยจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ตามที่องค์กรได้กำหนดไว้

แนวคิดเกี่ยวกับการฝึกอบรม

การฝึกอบรมเป็นกระบวนการในการเพิ่มทักษะ ความรู้ ความสามารถ ในการทำงานของบุคลากร เพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดความรู้ โดยมีนักวิชาการได้กล่าวไว้ดังนี้

รัตนารักษ์ บุญข (2555) ได้กล่าวว่า การฝึกอบรมและการพัฒนาที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานเพื่อศึกษาด้านคุณภาพงาน ด้านเวลา ด้านวิธีการของพนักงาน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของการพัฒนา การฝึกอบรม ทักษะของพนักงานในองค์กร

ธัญญานันท์ ศรีธรรมนิษฐ์ (2559) ได้กล่าวว่า การฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงานเพื่อให้ ฐาน เกิดทักษะ และมีศักยภาพในการทำงาน การฝึกอบรมและการพัฒนาทำให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ศรัญญา ชื่นศิริ และจิรัชมา วิเชียรปัญญา (2558) ได้กล่าวว่า การฝึกอบรมและการพัฒนา เป็นกระบวนการขั้นตอนหรือวิธีการที่จะจัดขึ้นอย่างมีระบบ เพื่อที่จะพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ ความเข้าใจ และเกิดทักษะ ประสบการณ์ในเรื่องนั้น และรับรู้อะไรใหม่ๆที่จะนำความรู้ใหม่ที่ได้รับไปเชื่อมโยงกับความรู้เดิม เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สรุปได้ว่า การฝึกอบรมและการพัฒนา เป็นกระบวนการพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ ความชำนาญ และทัศนคติของบุคคล เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความพร้อมที่จะทำงานในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรในอนาคต

แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงาน

การประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการวัดว่างานและพนักงานมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด โดยมีนักวิชาการได้กล่าวไว้ดังนี้

ณัฐรินทร์ สิริเดชพิติยา และมยุรี วัดแก้ว (2556) ได้กล่าวว่า การประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นเกณฑ์การประเมินการอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง การติดตามและประเมินผลตามแผนที่เป็นผลลัพธ์ โดยใช้แนวคิดและรูปแบบเพื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานที่องค์กรกำหนดให้แก่คุณลักษณะนั้นๆ

ศุภกัญญา เกษมสุข (2559) ได้กล่าวว่า การประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นการเลือกวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานให้เหมาะสม โดยวิธีการประเมินนั้นถือเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคลากร หากวิธีการที่ใช้นั้นขาดความเหมาะสมและความน่าเชื่อถือจะทำให้ข้อมูลที่ได้มานั้นขาดความน่าเชื่อถือและการประเมินผลการปฏิบัติงานจะต้องมีการสร้างให้เป็นระบบและให้มีประสิทธิภาพและเลือกใช้เกณฑ์การประเมินให้เหมาะสมกับหน่วยงานและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

องอาจ นัยพัฒน (2558 : 18) ได้กล่าวว่า การประเมินผลการปฏิบัติงาน คือ กระบวนการพิจารณาตัดสินความสำเร็จของงาน อันเป็นผลจากการปฏิบัติงานของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ทั้งผลสัมฤทธิ์ของงานที่ปฏิบัติ พฤติกรรมหรือสมรรถนะที่ใช้ในการปฏิบัติงานและคุณลักษณะที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะในการปฏิบัติงานว่ามีปริมาณและคุณภาพดีเพียงใด ด้วยหลักการและวิธีการที่องค์กรกำหนดและสื่อสารให้บุคลากรรับรู้ทั่วกัน โดยเปรียบเทียบผลงานกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนการปฏิบัติงานตามเกณฑ์มาตรฐานที่ผู้บริหารในฐานะผู้ประเมินและบุคลากรผู้ปฏิบัติงานกำหนดรวมกันไว้ก่อนการประเมิน

สรุปได้ว่า การประเมินผลการปฏิบัติงาน คือ การพิจารณาผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ว่ามีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด และมีความเหมาะสมกับงานที่ทำหรือไม่ โดยจะมีเครื่องมือการประเมินผลการปฏิบัติตามที่องค์กรได้กำหนด

แนวคิดเกี่ยวกับค่าตอบแทน

การจ่ายค่าตอบแทนถือเป็นกระบวนการที่สำคัญอีกประการหนึ่งในกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อเป็นการจูงใจให้พนักงานมีการปฏิบัติงานได้ดีขึ้น โดยมีนักวิชาการได้กล่าวไว้ดังนี้

อาชวารีมี มณีตระกูลทอง (2557) ได้กล่าวว่า ค่าตอบแทน คือ การมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาผลงานและกระตุ้นแรงจูงใจของพนักงาน โดยพนักงานที่มีผลการทำงานที่ดีกว่า มีความมุ่งมั่นในการทำงานมากกว่า ย่อมได้รับรางวัลหรือผลตอบแทนที่มากกว่า

เจษฎา นกน้อย (2551) ได้กล่าวว่า การจ่ายค่าตอบแทน คือ การตอบสนองแรงจูงใจของพนักงานและความเป็นธรรมเพื่อให้ตรงกับเป้าหมายขององค์กรมากกว่าการจ่ายค่าตอบแทนแบบเดิมที่เคยใช้กันอยู่ เพื่อมุ่งสนับสนุนให้พนักงานขององค์กรเป็นทั้งคนเก่ง คนดี และมีความเหมาะสมในงาน เพราะการจ่ายค่าตอบแทนจะเป็นการกำหนดคุณลักษณะทั้งหมดของพนักงานที่จะส่งผลต่อ

ความสำเร็จในงานอันประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ ความสามารถ รวมถึงคุณลักษณะอื่น ๆ อันได้แก่ แรงจูงใจ ลักษณะนิสัย ความเชื่อ ค่านิยม และเจตคติ

ประภาพร พุกกะศรี (2557) ได้กล่าวว่า ค่าตอบแทน คือ เงินสวัสดิการและผลประโยชน์อื่นๆ ที่องค์กรจ่ายให้แก่ผู้ปฏิบัติงานเพื่อตอบแทนการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ เพื่อจูงใจในการปฏิบัติงานและเป็นการส่งเสริมขวัญและกำลังใจของผู้ปฏิบัติงานให้มีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสร้างความเป็นอยู่และฐานะทางครอบครัวให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน

สรุปได้ว่า ค่าตอบแทน คือ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่องค์กรจ่ายให้แก่ผู้ปฏิบัติงานค่าใช้จ่ายนี้อาจอยู่ในรูปตัวเงินหรือมิใช่ตัวเงินก็ได้ เพื่อตอบแทนการปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบและจูงใจให้มีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งส่งเสริมขวัญและกำลังใจของผู้ปฏิบัติงานและเสริมสร้างฐานะความเป็นอยู่ของพนักงาน

กรณีศึกษาการธำรงรักษาคณิศคนเก่งขององค์กรชั้นนำในประเทศ

องค์กรชั้นนำในประเทศเป็นองค์กรที่มีความโดดเด่นในเรื่องของการบริหารจัดการคนรวมไปถึงการธำรงรักษาคณิศคนเก่งให้คงอยู่กับองค์กรด้วยวิธีการตามกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นเครื่องมือในการสร้างสิ่งจูงใจขึ้นมาเพื่อที่จะธำรงรักษาคณิศไว้ดังนี้

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.)

การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) (2561) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2521 ซึ่งตรงกับระยะที่ทั่วโลกกำลังเกิดภาวะน้ำมันขาดแคลน (วิกฤติการณ์น้ำมันโลกครั้งที่ 2) ปตท. จึงเริ่มต้นการดำเนินงานด้วย การจัดหาน้ำมันสนองความต้องการใช้ในประเทศให้เพียงพออย่างเร่งด่วน ภาระอันหนักหน่วงดังกล่าวได้เป็นแรงสนับสนุนให้ ปตท. มุ่งจัดหาปิโตรเลียมจากแหล่งในประเทศเพิ่มเติม เป็นผลให้ประเทศไทยสามารถพึ่งพาตนเองทางด้านพลังงานได้ในระดับหนึ่ง ลดการสูญเสียเงินตราต่างประเทศได้เป็นจำนวนมาก บริษัท ปตท. จึงกลายเป็นองค์กรที่ประกอบธุรกิจปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติรายใหญ่ อีกทั้งยังเป็นผู้ประกอบธุรกิจก๊าซธรรมชาติอย่างครบวงจร โดยครอบคลุมตั้งแต่การสำรวจและผลิต การจัดหาก๊าซธรรมชาติ การขนส่ง ก๊าซธรรมชาติ การแยกก๊าซธรรมชาติ และการจัดจำหน่ายก๊าซธรรมชาติ รวมถึงการขยายการลงทุนในธุรกิจ ที่เกี่ยวเนื่องกับก๊าซธรรมชาติทั้งในและต่างประเทศ และการพัฒนาธุรกิจใหม่ การธำรงรักษาคณิศคนเก่งของ ปตท. แบ่ง 3 ประการ คือ

1. ห่วงใย เป็น การเอาใจใส่แก่พนักงาน การดูแล ใส่ใจในทุกรายละเอียดของพนักงานเพื่อทำให้พนักงานรู้สึกได้ว่า ปตท. มีการดูแลพนักงานเป็นอย่างดี
2. แบ่งปัน เป็นการแบ่งปันโอกาสที่ดีให้แก่พนักงาน เช่น การแบ่งปันความรู้ ทักษะ ความสามารถ ในการทำงาน การแบ่งปันความก้าวหน้าทางสายอาชีพ การแบ่งปันมิตรภาพ ความสัมพันธ์ที่ดีให้แก่พนักงานในองค์กร
3. ใส่ใจต่อพนักงาน เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร เพื่อส่งเสริมให้พนักงานพร้อม ที่จะทุ่มเทแรงกาย แรงใจให้กับงาน

สวัสดิการต่างๆ ของ ปตท. มีดังต่อไปนี้

1. การปรับปรุงหลักเกณฑ์การแต่งตั้งและเลื่อนระดับให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้ง ปตท. และเพื่อให้พนักงานที่มีศักยภาพและผลการปฏิบัติงานดี มีโอกาสในการก้าวหน้าได้แตกต่างจากพนักงานกลุ่มอื่น
2. การปรับนโยบายขึ้นเงินเดือนเมื่อพนักงานได้รับการเลื่อนระดับ ซึ่งเป็นหลักการที่เทียบเคียงได้กับธุรกิจชั้นนำ ส่งผลในระยะยาวสามารถรักษาระดับเงินเดือนของพนักงานให้เทียบเคียงได้กับตลาดและเกิดความเป็นธรรมกับพนักงานที่มีประสพการณ์ ความเชี่ยวชาญในการทำงานมากขึ้น หรือมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่สูงขึ้น
3. การบริหารค่าตอบแทนที่เชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงานรายบุคคล ซึ่งกำหนดให้พนักงานทุกระดับต้องตั้งเป้าหมายและดัชนีชี้วัดระดับบุคคลที่มีความสอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ทางธุรกิจและสามารถสะท้อนความแตกต่างของผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยไม่เลือกปฏิบัติ
4. การศึกษาเปรียบเทียบและปรับปรุงการบริหารค่าตอบแทนกับบริษัทชั้นนำทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นประจำทุกปี สะท้อนถึงผลประกอบการของบริษัท ซึ่งค่าตอบแทนจัดอยู่ในระดับชั้นนำของประเทศและเป็นไปตามผลการดำเนินงานอย่างแท้จริง
5. การจัดทำแผนพัฒนาสายอาชีพพนักงาน เพื่อเตรียมความพร้อมให้พนักงานในการดำรงตำแหน่งที่สูงขึ้น โดยจัดทำเป็นแผนพัฒนารายบุคคล สำหรับพนักงานที่มีผลงานดีและสามารถพัฒนาศักยภาพได้ตรงตามตำแหน่งงานจะได้รับการพิจารณาเป็น Candidate เพื่อการแต่งตั้งโดยคณะกรรมการอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม
6. ให้มีสวัสดิการและสิทธิประโยชน์หลากหลายรูปแบบมากกว่าที่กฎหมายกำหนด โดยออกแบบ ให้เหมาะสม ครอบคลุมทุกช่วงอายุของพนักงาน รวมถึงพนักงานสามารถเลือกรับสวัสดิการได้ตาม ความต้องการของแต่ละบุคคล เช่น สวัสดิการทางเลือก และค่ารักษาพยาบาลของบุคคลในครอบครัว เป็นต้น

บริษัท ออโต้ลลาย แอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด (AAT)

บริษัท ออโต้ลลาย แอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด (2561) หรือ AAT ก่อตั้งขึ้นจากการร่วมทุนระหว่างบริษัทฟอร์ด มอเตอร์ และ บริษัทมาสด้า มอเตอร์ ในพ.ศ. 2538 เพื่อเป็นศูนย์กลางการผลิตกระบะ 1 ตัน สำหรับตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก โดยได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนในระยะเริ่มแรก AAT ใช้เงินลงทุนกว่า 500 ล้านบาทในการสร้างโรงงานผลิตกระบะที่ทันสมัย มีกระบวนการผลิตครบวงจร นับตั้งแต่การขึ้นรูปรถ การประกอบตัวถัง การพ่นสี การประกอบเครื่องยนต์ และการประกอบรายละเอียด นอกจากนี้ยังผลิตและจัดส่งชิ้นส่วนรถกระบะ เป็นต้น

บริษัท ออโต้ลลาย แอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด (AAT) เป็นบริษัทที่มีขนาดใหญ่และมีผลกำไรที่ได้จากการผลิตชิ้นส่วนรถกระบะที่มากพอสมควร ทำให้องค์กรมีกำลังที่จะจ่ายค่าตอบแทนให้กับพนักงานได้ตรงตามความต้องการของพนักงานจึงทำให้องค์กรสามารถที่จะรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพให้อยู่ในองค์กรไว้ได้นาน โดยมีวิธีการธำรงรักษาคคนแก่ ดังนี้

1. ให้โบนัสพนักงาน โบนัสในปี 2559 = 8 เดือน + เงินพิเศษ 62,000 บาท อัตราเงินขึ้น 6% + 400 บาท
2. ให้สวัสดิการสวัสดิการต่าง ๆ ได้แก่ 1) Subcontractor เงินเดือน 9,500 ทำงาน 21 วัน / เดือน Sub สดาร์ทเงินเดือน 9,500 บาท/เดือน แต่สวัสดิการอื่นๆ เท่าพนักงานทั้งเงินขึ้นและโบนัสส่วนอายุงานครบ 2 ปี จะมีสิทธิ์สอบบรรจุถ้าไม่ผ่านก็เงินขึ้นตามปกติตามที่เรียกร้องได้ กรณีที่เป็นขั้เกิน 2 ปี แล้วสอบผ่านได้บรรจุก็ขึ้นเงินเดือนล่าสุดจากขั้เลย + นับอายุงานต่อไปด้วยเลย 2) ค่าสาธารณูปโภค 2,500 บาท / เดือน 3) ค่าเช่า 210 บาท / วัน 4) เบี้ยขยัน 900 บาท / เดือน 5) ค่าให้ความร่วมมือทำ OT 100 / เดือน 6) ค่าอาหารกลางวัน 31 บาท / OT 26 บาท + คูโปง 14 บาท สำหรับแลกซื้อในร้านค้าสหกรณ์ 7) เบี้ยขยันประจำปี 1,200 บาท 8) เบิกค่ารักษาพยาบาลตามรายได้ปีละ 6,000 (รวมกัน) 9) ค่าเล่าเรียนบุตรตามชั้นบันได 10) ค่ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพซึ่งเราหักฝากเท่าไรนายจ้างสมทบให้ตาม ชั้นบันไดสูงสุด100% 11) มีสหกรณ์และเงินปันผลประจำปี 12) บัตรประกันสุขภาพบริษัททำให้ (พ่อ แม่ ลูก) พันตรกรรมซื้อเพิ่มเอง 14) ลาเรียนได้กรณีเข้ากะดึกแล้วเรียนเช้า 15) เบิกค่าเล่าเรียนต่อของพนักงานได้ 16) มีฌาปนกิจ AAT สมัครให้บิดา-มารดาได้ 17) เงินแสดงความดีใจ และเสียใจกรณีคลอดบุตร แต่งงาน คนในครอบครัวเสียชีวิต 18) กินเลี้ยง สังสรรค์ ประจำปี

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (2561) เป็นธนาคารพาณิชย์แห่งแรกของไทย ก่อตั้งในปี 2499 มีบริการทางการเงินครบวงจรให้แก่ลูกค้าทุกประเภท ทั้งเป็นบริษัทขนาดใหญ่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และลูกค้ารายย่อย ได้แก่ การรับฝากเงิน การโอนเงิน การให้กู้ยืมประเภทต่างๆ การรับซื้อลด การรับรองอาวัล คำประกัน บริการด้านปริวรรตเงินตรา Bancassurance บริการด้านการค้าต่างประเทศ บริการ Cash Management บริการด้านธุรกิจหลักทรัพย์ อาทิ บริการจำหน่ายหุ้นกู้ บริการนายทะเบียนหุ้นกู้ การรับประกันการจัดจำหน่ายตราสารหนี้ นายทะเบียนหลักทรัพย์ บริการรับฝากทรัพย์สิน การจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และกองทุนส่วนบุคคล บัตรเครดิตและการรับฝากทรัพย์สินผ่านทางสำนักงานใหญ่ และเครือข่ายสาขาของธนาคาร การธำรงรักษาคคนแก่ของธนาคารไทยพาณิชย์ แบ่งออกเป็น 8 ประการ ดังนี้

1. บรรยากาศในการทำงานที่ผ่อนคลาย บรรยากาศที่ดีในการทำงานเป็นสิ่งทีคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญ บรรยากาศการทำงานที่ก่อให้เกิดความรักความผูกพัน ความนับถือในสถานที่ทำงาน มีความร่วมมือร่วมใจ มีความจงรักภักดี มีเป้าหมายร่วมกันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหัวหน้างาน ผู้จัดการ พนักงานทุกระดับ เป็นบรรยากาศในการทำงานที่ดีทีเป็นส่วนสำคัญทีผลักดันให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และเป็นปัจจัยสำคัญทีบ่งชี้ว่าจะรักษาคคนแก่ไว้ในองค์กรได้หรือไม่
2. ผลักดัน Work Life Balance ระบบการทำงานที่เอื้อให้เกิดการสร้างสมดุลระหว่างการ ทำงาน การเรียนรู้ และการ เล่น เป็นแนวคิดของธุรกิจยุคใหม่ทีวัดคนจากผลของงาน โดยให้อิสระในการทำงานกับพนักงาน ทั้งการทำงาน การ เล่น การพักผ่อน หลายบริษัททุ่มเทลงทุนเพื่อสร้างบรรยากาศการทำงานเพื่อให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุขมากที่สุด ภายใต้ความเชื่อว่าพนักงานทีมีความสุขจะสร้างสรรค์ผลงานทีดีทีให้กับองค์กร
3. กำหนด Job Description ให้ชัด การทีผู้ประกอบการจะรักษาคคนแก่ไว้กับองค์กรได้อย่างต่อเนื่องนั้น จำเป็นจะต้องกำหนดบทบาทหน้าที่ของพนักงานแต่ละคนให้ชัดเจน โดยเฉพาะองค์กรทีต้องการรองรับคนรุ่นใหม่ ความชัดเจนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุด การระบุเป้าหมายทีชัดเจน ขอบเขตการทำงานทีชัดเจน และผลตอบแทนจากความสำเร็จทีชัดเจน อันเป็นส่วนสำคัญทีดึงดูดคนรุ่นใหม่ให้อยู่กับองค์กรได้ในระยะยาว
4. ให้โอกาสและให้ความท้าทาย การมอบโอกาสทีมีความท้าทายสำหรับคนทีมีความสามารถนั้นเป็นหนึ่งใน การแสดงออกถึงการยอมรับในความสามารถ และเปิดโอกาสให้ได้พิสูจน์กับงานทีมีความยากมากขึ้น ซึ่งโอกาสและความท้าทายนั้นควร จะสอดคล้องกับความสามารถ และความถนัดของคนนั้นและควรมีทีเลียงสำหรับงานทีท้าทายนั้นด้วย ดังทีปราชญ์กล่าวไว้ว่า “สงครามสร้างวีรบุรุษ” โอกาสและความท้าทายก็สร้างพนักงานทีแข็งแกร่งเช่นกัน
5. ให้อำนาจในการตัดสินใจ ผู้ประกอบการหลายรายทีเปิดโอกาสให้พนักงานได้พิสูจน์ตัวเอง แต่บ่อยครั้งกลับพลาดพลั้งในเรื่องง่าย ๆ อย่างเช่น อำนาจและการตัดสินใจ การมอบหมายภาระงานทีนั้นจำเป็นอย่างยิ่งทีผู้บังคับบัญชาต้องร่วมมืออำนาจในการ

ตัดสินใจไปด้วย และการให้งานที่ยากขึ้นแต่ไม่ให้อำนาจในการตัดสินใจก็เปรียบเสมือนการผลักพนักงานคนนั้นลงเหว เพราะโอกาสที่จะทำงานให้สำเร็จมีอยู่เพียงน้อยนิดเท่านั้น

6. ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำงาน การเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการองค์กร รวมถึงเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการกำหนดวิธีการทำงาน และการประเมินผลงาน จะทำให้พนักงานเกิดความเชื่อมั่น เชื่อใจและมองเห็นความสำคัญของตัวเองในด้านความสามารถและความเป็นเจ้าของ จะส่งผลให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการทำงานและสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน

7. การวัดผลงานตามจริง การสร้างระบบการประเมินผลงานที่วัดผลงานตามจริง จะช่วยให้พนักงานที่มีความสามารถได้รับการพิจารณาผลงานตามความสามารถที่แท้จริง ผู้ประกอบการจึงต้องมีเครื่องมือและกระบวนการที่พนักงานยอมรับ เชื่อถือได้ และเชื่อมโยงกับความก้าวหน้าในสายอาชีพด้วย

8. เลือกผู้นำที่ดีและเข้าใจธุรกิจ ปัจจุบันผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องเป็นผู้บริหารองค์กรเพียงคนเดียว การคัดเลือกคนเก่งที่มีความสามารถในการบริหารคนมาเป็นผู้จัดการเพื่อดูแลองค์กรเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจ ผลจากการวิจัยพบว่า สาเหตุหนึ่งในการลาออกของพนักงานที่ดีที่มีความรู้ความสามารถเกิดเพราะการบริหารคนไม่เก่งของผู้จัดการและหัวหน้างาน ดังนั้นผู้ประกอบการอาจจะต้องเลือกใช้งานผู้บริหารที่เก่งและเน้นการสื่อสารในทุกระดับและทำงานร่วมกันเป็นทีม

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) (2561) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2531 โดยบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ประกอบธุรกิจหลัก คือ ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” นอกจากนี้ ยังประกอบธุรกิจต่าง ๆ ที่เป็นการสนับสนุนธุรกิจหลักต่าง ๆ

การธำรงรักษาคนเก่งของ บริษัท ซีพี ออลล์ จะขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมขององค์กร โดยบริษัทซีพี ออลล์เชื่อว่าวัฒนธรรมขององค์กร คือ พลังชีวิตขององค์กรที่ทำให้องค์กรเข้มแข็งและเติบโตอย่างมั่นคง ดังนั้นเพื่อให้บุคลากรที่มีความหลากหลายสามารถทำงานร่วมกันด้วยการยอมรับความต่าง หล่อหลอมพลังกาย พลังความคิด ทักษะและความสามารถ มุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน ซีพี ออลล์ จึงได้ประกาศให้สามัคคี (HARMONY) เป็นวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งสามัคคี (HARMONY) เป็นหลักการบริหารองค์กรที่บริษัทใช้ ในการบริหารจัดการบุคลากรที่มีจำนวนมากและมีความหลากหลาย คือ “ผสมส่วนเหมือน และผสานส่วนต่าง” กล่าวคือ ส่วนที่เราต่างกันยังคงไว้ แต่เราจะใช้ส่วนต่างให้เกิดประโยชน์ได้อย่างไรให้ทำงานอยู่ด้วยกัน สร้างความกลมเกลียวจุดเด่นตรงเดียวกันได้ ในวงดนตรีจะประกอบด้วยเครื่องดนตรีต่างชิ้นมากมายหลากหลาย แต่ละชิ้นมีเสียงสูงต่ำไม่เท่ากัน แต่ผสมออกมาแล้วไพเราะ ถ้าเราทำให้เครื่องดนตรีต่างชิ้นออกเป็นเสียงเดียวกันไม่ไพเราะแน่นอน เหมือนการบังคับให้ทุกคนคิดอย่างเดียวกัน เชื่อเรื่องเดียวกัน ซึ่งเป็นไปไม่ได้ วงดนตรีคือสิ่งที่พวกเราเปรียบเทียบ วงดนตรีเล่นเพลงไพเราะอยู่ที่เราผสานกันได้ดี เราจึงเรียกว่าเป็นวัฒนธรรมของเรา โดยมีสโลแกนว่า “ผสมส่วนเหมือน ผสานส่วนต่าง สร้างความกลมเกลียว จุดเด่นตรงเดียวกัน” รูปแบบของการธำรงรักษาคนดีคนเก่งของบริษัท ซีพี ออลล์ มีดังต่อไปนี้

1. ความหลากหลายและการยอมรับความแตกต่าง ซีพี ออลล์ ได้มีการบริหารความหลากหลายและการยอมรับความแตกต่าง (Diversity and Inclusion) อย่างเหมาะสม โดยบริษัทมีความเชื่อมั่นว่าจะสามารถดึงดูด และรักษาคนเก่ง คนดี ดีงศักยภาพ และความสามารถของพนักงานมาใช้ได้สูงสุด บริษัทจึงได้มีการกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติการบริหารความหลากหลาย และการยอมรับความแตกต่างให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อการดำเนินธุรกิจและต่อพนักงานในเรื่องดังกล่าวไว้ดังนี้

1.1 ผู้นำทุกระดับต้องพร้อมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างของผู้อื่น ส่งเสริมและกระตุ้นให้พนักงานกล้าที่จะแสดงความเห็นอย่างสร้างสรรค์ และเป็นไปตามกรอบของกฎหมายที่กำหนดไว้ในประเทศที่องค์กรไปดำเนินธุรกิจ

1.2 เสริมสร้างบรรยากาศในการทำงาน และเคารพซึ่งกันและกัน สามารถอยู่ร่วมกันบนพื้นฐานของความแตกต่าง ไม่ว่าจะด้วยความชื่นชอบส่วนบุคคล บุคลิกลักษณะ เชื้อชาติ ศาสนา สีผิว เพศ วัย สถานภาพสมรส

1.3 ไม่เลือกปฏิบัติในการสรรหาและเลือกสรรพนักงาน โดยให้ความเสมอภาค โอกาสความเจริญก้าวหน้าในอาชีพตามผลการปฏิบัติงาน และสอดคล้องกับการเจริญเติบโตของบริษัท

1.4 ยกย่องชมเชยพนักงานตามความเหมาะสมต่อการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ผลงานด้านนวัตกรรมและการปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงาน

ดังนั้น แนวปฏิบัติของบริษัทในการบริหารความหลากหลายและยอมรับความแตกต่าง คือ การรวมพลังผสานความแตกต่างของพนักงานทุกคน เพื่อสร้างให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันและยั่งยืนตลอดไป นอกจากการบริหารความหลากหลายและยอมรับความแตกต่าง

2. นโยบายสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ให้กับพนักงานในองค์กร โดยบริษัท ซีพี ออลล์ ได้ปฏิบัติ ได้แก่ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ โครงการเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยทุนการศึกษา พนักงาน หรือ บุตร ประกันอุบัติเหตุและประกันชีวิต สวัสดิการยืมเงินกรณีเจ็บป่วยที่เป็นคนไข้ใน เงินช่วยเหลือกรณีวีรกรรม ข้าวฟรี (โครงการอิ่มท้อง - อิ่มใจ) ค่ารักษาพยาบาลสำหรับพนักงาน (คนไข้ใน)

ประกันสุขภาพ เงินช่วยเหลือกรณีมีภรรยาและครอบครัวพนักงาน ของเยี่ยมพนักงานเจ็บป่วยกรณีคนไข้ใน สิทธิพิเศษให้พนักงานในการเป็นเจ้าของร้าน Store Business Partner (เดิมเรียกร้านแฟรไชส์) เงินช่วยเหลือประสพภัยและเงินกู้ยืมปลอดดอกเบี้ย เป็นต้น

บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด หรือ SCG

บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (2561) หรือ SCG ก่อตั้งในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2456 ตามพระบรมราชโองการในพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 เพื่อผลิตปูนซีเมนต์ ซึ่งเป็นวัสดุก่อสร้างสำคัญในการพัฒนาประเทศในขณะนั้น และได้ผ่านการเรียนรู้ ปรับตัว พัฒนางค์กรอย่างต่อเนื่องจนได้รับการยอมรับเป็นองค์กรต้นแบบชั้นนำในภูมิภาคอาเซียน และพร้อมก้าวสู่การแข่งขันในระดับโลก ปัจจุบันเอสซีจีดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้หลักบรรษัทภิบาลที่ดี มีบริษัทย่อยภายใต้แบรนด์มากกว่า 200 บริษัท สร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ของผู้บริโภคทั้ง ในปัจจุบันและอนาคต มีกลุ่มธุรกิจหลัก ประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่ ธุรกิจซีเมนต์และผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง ธุรกิจเคมีคอลส์ และธุรกิจแพคเกจจิ้ง การธำรงรักษาค่านิยมของ บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด แบ่งออกเป็น 3 ประการ ดังนี้

1. อบรมความเป็นผู้นำ (Leadership) การทำงานเป็นทีม (Teamwork) ให้เชี่ยวชาญทั้ง การบริหารงานและสร้างภาวะความเป็นผู้นำให้กับบุคลากรแต่ละสายงาน “คนที่จะเป็นผู้นำในอนาคตของเราต้องมีทั้ง 2 อย่าง คุณต้องเก่งเรื่องงานและการถ่ายทอดงานให้กับคนในทีม”
2. บริหารจัดสรรพื้นที่ทำงานให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุขเพราะหนึ่งว่าอยู่บ้านมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ บรรยากาศการทำงานช่วยกระตุ้นให้พนักงานมีไอเดียดี ๆ ให้พนักงานรู้สึก Feel Good ชั่วโมงทำงานที่ยืดหยุ่นขึ้น (Flexible Hour) และการโยกย้ายสถานที่ทำงาน (Flexible Work Place) ให้เกิดความสมดุลทั้งเรื่องงาน ครอบครัว สังคม และชีวิตส่วนตัวแสดงให้เห็นภาพขององค์กรที่บริหารจัดการโดยยึดคนเป็นศูนย์กลาง
3. พัฒนาฝีมือให้เก่งอย่างต่อเนื่อง ด้วยวิธีการเทรนระหว่างการปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ ที่ยังอ่อนด้อยอย่างต่อเนื่อง เช่น ใครที่ยังไม่มีทักษะด้านไหนก็จะเน้นในด้านนั้น

ธนาคารกสิกรไทย

ธนาคารกสิกรไทย (2561) ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน พ.ศ. 2488 โดยกลุ่มสกุลลำชา ด้วยทุนจดทะเบียน 5 ล้านบาท โดยมีสาขาสำนักถนนเสือป่าในปัจจุบันเป็นที่ทำการแห่งแรกที่เป็นธนาคารเอกชนในประเทศที่ให้บริการและส่งเสริมความสะดวกต่าง ๆ ด้านการค้า การเงินระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่ค้าทั่วโลก ตลอดระยะเวลากว่า 69 ปีที่ผ่านมา ธนาคารมุ่งมั่นในการพัฒนาองค์กรและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้บริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้า ภายใต้คำขวัญของธนาคารที่ว่า “บริการทุกระดับประทับใจ”

ธนาคารกสิกรไทยดำเนินธุรกิจโดยการนำแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มาเป็นหลักการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้เกิดนวัตกรรมเชิงธุรกิจที่สามารถอำนวยความสะดวกสูงสุดแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย อันนำไปสู่การเป็นธนาคารแห่งความยั่งยืนของสังคมและประเทศชาติ การธำรงรักษาค่านิยมของธนาคารกสิกรไทย แบ่งออกเป็น 3 ประการ ดังนี้

1. ให้อิสระในการทำงานไม่ต้องเข้าออฟฟิศ ทำให้พนักงานรู้สึกเป็นอิสระไม่ถูกควบคุมสามารถจัดการหาความสมดุลในชีวิตด้านอื่น ๆ ได้ เพราะคนยุคนี้มีความต้องการความยืดหยุ่นในเรื่องวัน เวลา สถานที่ ซึ่งในปัจจุบันมีเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ทำให้การทำงานง่ายขึ้น เช่น การทำงานผ่านระบบคลาวด์ (Cloud) ที่ช่วยให้ทำงานได้ทุกที่หรือการใช้แอปพลิเคชันช่วยในการทำงาน ตรวจงาน อนุมัติงานได้ทุกที่ทุกเวลา แต่อย่างไรก็ตามสิ่งสำคัญที่สุด คือ สไตล์การบริหารงานของผู้นำและวัฒนธรรมองค์กร หากการเลื่อนตำแหน่งยังขึ้นอยู่กับว่านายเห็นหน้าเยอะแค่ไหนมากกว่าผลงานเป็นอย่างไรทุกอย่างก็เกิดขึ้นไม่ได้ แน่แน่นอนว่าเป็นความท้อแท้ขององค์กรบางองค์กรเริ่มทำได้ง่ายในขณะที่บางองค์กรก็ทำได้ยาก และการให้อิสระในการทำงานไม่เพียงแคร์รักษาค่านิยมเอาไว้แต่ยังเป็นการลดความสูญเสียพนักงานที่มีศักยภาพสูงได้อีกด้วย
2. มีเส้นทางก้าวหน้าในหน้าที่การงานชัดเจน คงไม่มีใครอยากอยู่อยู่กับที่ก้มหน้าก้มตาทำงานไปวันๆ คนทำงานทุกคนล้วนอยากมีความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ดังนั้นการรักษาค่านิยมให้อยู่องค์กรได้นั้น จะต้องมีความก้าวหน้าชัดเจนให้พวกเขาเพื่อเป็นเป้าหมายและเป็นกำลังใจในการทุ่มเททำงานให้องค์กร
3. เพิ่มความรู้เพิ่มทักษะใหม่ให้พนักงานอยู่เสมอ การทำงานมานาน ๆ อาจทำให้เกิดความเบื่อหน่ายคิดค้นไอเดียใหม่ ๆ ไม่ได้ องค์กรจึงจำเป็นต้องส่งพนักงานไปอบรมเรียนรู้จากพวกเขาจะนำความรู้ที่ได้มาเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้องค์กรแล้วยังเป็นการช่วยให้พวกเขาเพิ่มคุณค่าให้ตัวเอง

สรุปได้ว่ากรธำรงรักษาค่านิยมขององค์กรชั้นนำมีวิธิดำเนินการดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 สรุปวิธีการธำรงรักษาคณิศนเก่งขององค์กรชั้นนำ

องค์กรชั้นนำในประเทศ	การธำรงรักษาคณิศนเก่ง
การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.)	1. ห่วงใย คือ การดูแลใส่ใจในทุกรายละเอียด 2. แบ่งปัน คือ การแบ่งปันโอกาสดีให้แก่พนักงาน เช่น การแบ่งปันความรู้ ทักษะ ความสามารถในการทำงาน 3. ใส่ใจต่อพนักงาน เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่ดีแก่องค์กรเพื่อส่งเสริมให้พนักงานพร้อมที่จะทุ่มเทแรงกาย แรงใจให้กับงาน สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ 1. โอกาสในการก้าวหน้าจากการประเมินผลปฏิบัติงาน 2. การเพิ่มเงินเดือน เกิดความเป็นธรรมกับพนักงานที่มีประสพการณ์ 3. การให้สิทธิประโยชน์ด้านสวัสดิการทางเลือก และค่ารักษาพยาบาลของบุคคลในครอบครัว
บริษัท ออโต้ออลาย แอนซ์ (ประเทศไทย) จำกัด (AAT)	1. ให้โบนัสพนักงาน 2. ให้สวัสดิการสวัสดิการต่าง ๆ
ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)	1. บรรยากาศในการทำงานที่ผ่อนคลาย 2. ผลักดัน Work Life Balance 3. กำหนด Job Description ให้ชัด 4. ให้โอกาสและให้ความท้าทาย 5. ให้อำนาจในการตัดสินใจ 6. ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการทำงาน 7. การวัดผลงานตามจริง 8. เลือกผู้นำที่ดีและเข้าใจธุรกิจ
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)	1. ผู้นำทุกระดับต้องพร้อมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างของผู้อื่น 2. ส่งเสริมและกระตุ้นให้พนักงาน กล้าที่จะแสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์ 3. เสริมสร้างบรรยากาศในการทำงาน และเคารพซึ่งกันและกัน 4. ไม่เลือกปฏิบัติในการสรรหาและเลือกสรรพนักงาน โดยให้ความเสมอภาค 5. ยกย่องชมเชยพนักงานตามความเหมาะสม 6. สิทธิประโยชน์อื่นๆ
บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด หรือ SCG	1. อบรมความเป็นผู้นำ (Leadership) 2. บริหารจัดสรรพื้นที่ทำงานให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข 3. พัฒนาฝีมือให้เก่งอย่างต่อเนื่อง ด้วยวิธีการเทรนระหว่างการทำงานเพื่อพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ ที่ยังอ่อนหัดอย่างต่อเนื่อง
ธนาคารกสิกรไทย	1. ให้อิสระในการทำงาน ไม่ต้องเข้าออฟฟิศ 2. มีเส้นทางก้าวหน้าในหน้าที่การงานชัดเจน 3. เติมความรู้เพิ่มทักษะใหม่ให้พนักงานอยู่เสมอ

จากข้อมูลเบื้องต้น สรุปข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการธำรงรักษาคณิศนเก่งขององค์กรชั้นนำในประเทศ ได้ดังนี้

จากตารางการเปรียบเทียบวิธีการธำรงรักษาคณิศนเก่งให้อยู่กับองค์กรที่ประสบผลสำเร็จขององค์กรชั้นนำในประเทศ ทำให้เห็นว่าองค์กรชั้นนำทั้ง 6 องค์กรจะเน้นวิธีการธำรงรักษาคณิศนเก่งที่เหมือนกัน ดังนี้

1. เน้นในเรื่องของการให้อิสระในการทำงาน คือ การทำงานแบบไม่ต้องเข้าออฟฟิศทำให้พนักงานรู้สึกเป็นอิสระ เพราะคนในยุคนี้มีความต้องการความยืดหยุ่นในเรื่องวัน เวลา สถานที่ และในปัจจุบันได้มีเทคโนโลยีต่างๆ ที่ทำให้การทำงานง่ายขึ้น เช่น การทำงานผ่านระบบคลาวด์ (Cloud) ที่ช่วยให้ทำงานได้ทุกที่ หรือการใช้แอปพลิเคชันช่วยในการทำงาน ตรวจสอบ อนุมัติงานได้ทุกที่ทุกเวลา องค์กรชั้นนำจึงเลือกใช้วิธีการให้อิสระในการทำงานมากกว่าให้พนักงานมาทำงานในออฟฟิศ เพราะการทำงานในลักษณะนี้จะทำให้พนักงานเกิดไอเดียใหม่ๆ ในการการทำงานทำให้องค์กรได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความสมดุลระหว่างเรื่องงาน ครอบครัว สังคม และชีวิตส่วนตัว การให้อิสระในการทำงานไม่เพียงแต่รักษาคณิศนเก่งๆ เอาไว้ยังเป็นการลดความสูญเสียพนักงานได้อีก

ด้วย ดังนั้นการธำรงรักษาคนเก่งของธนาคารกสิกรด้วยวิธีการให้อิสระในการทำงานจึงเป็นวิธีที่ทำให้ธนาคารกสิกรไทยสามารถรักษาบุคลากรที่เป็นคนเก่งในองค์กรไว้ได้

2. เน้นการเพิ่มพูนความรู้ให้กับพนักงานภายในองค์กร ด้วยการส่งพนักงานเข้ารับการฝึกอบรมเกี่ยวกับทักษะในการทำงานให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงานทั้งในปัจจุบันและอนาคตทั้งในระยะสั้นและระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อพนักงานเกิดความเก่งงานและมีความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญในการทำงาน ส่งผลให้องค์กรเป็นผู้นำในการแข่งขันทางธุรกิจและมีผลกำไรเพิ่มขึ้นตามวิธีการธำรงรักษาของธนาคารกสิกรไทย และบริษัท ปูน ซีเมนต์ไทย จำกัด

3. การจ่ายค่าตอบแทน โดยองค์กรจะจ่ายค่าตอบแทนตามผลลัพธ์ของงานเมื่อเทียบกับเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ ซึ่งวิธีการนี้เป็นวิธีการที่หลายองค์กรนำมาใช้ในการธำรงรักษาคนเก่ง แต่การจ่ายค่าตอบแทนนั้นไม่ได้นำมาใช้เฉพาะกับคนเก่งแต่ยังสามารถใช้กับบุคลากรที่ขยัน มีผลการปฏิบัติงานดีก็จะทำให้พนักงาน ในองค์กรมีกำลังใจในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น จึงแสดงให้เห็นว่าองค์กรไม่เลือกปฏิบัติแต่เลือกที่จะให้ความสำคัญกับพนักงานทุกคนในองค์กรทำให้บริษัทชั้นนำอย่างบริษัท ออโตอัลลอย แอนซ์ สามารถรักษาคนเก่งให้อยู่กับองค์กรไว้ได้นาน

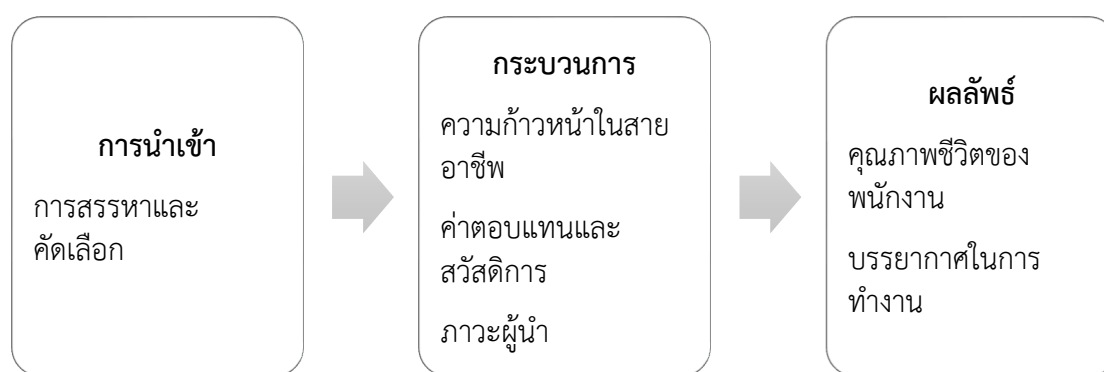
4. การพัฒนาความก้าวหน้าทางสายอาชีพในการทำงาน โดยการเลื่อนตำแหน่งให้กับพนักงานเพื่อให้พนักงานเกิดขวัญและกำลังใจและพร้อมที่จะทุ่มเททั้งแรงกาย แรงใจที่จะปฏิบัติงานให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ การให้ความก้าวหน้าทางสายอาชีพถือเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับพนักงานทั้งด้าน การทำงานและครอบครัวตามวิธีการธำรงรักษาคนเก่งของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด และธนาคารกสิกรไทย

5. การให้สวัสดิการที่หลากหลาย เช่น ค่ารักษาพยาบาลของบุคคลในครอบครัวที่อยู่ในรูปของตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ในรูปของตัวเงิน คือ การจ่ายค่ารักษาพยาบาลหรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ ตามความจำเป็นส่วนที่ไม่ใช้ตัวเงินอาจจะเป็นการจัดหาของใช้ต่างๆ ที่จำเป็นมอบให้กับพนักงานเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจตามวิธีการธำรงรักษาคนเก่งของบริษัทการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) บริษัท ออโตอัลลอย แอนซ์ และ บริษัท ซีพี ออลล์ อีกทั้งยังเป็นการช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายให้แก่พนักงานอันเป็นขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงานเพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกว่าองค์กรเปรียบเสมือนครอบครัวที่อบอุ่น

ดังนั้นวิธีการธำรงรักษาคนดีคนเก่งขององค์กรชั้นนำที่กล่าวมาข้างต้นทำให้เห็นว่า การที่จะธำรงรักษา คนดีคนเก่งให้อยู่กับองค์กรได้นั้น ไม่ใช่เพียงแค่ใช้ค่าตอบแทนในการจูงใจคนเก่งเท่านั้น แต่ยังสามารถใช้ความห่วงใย ความรัก ความอบอุ่นที่นายจ้างมีให้กับลูกจ้างได้

สรุป

จากการสังเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการธำรงรักษาคนดีคนเก่งให้อยู่กับองค์กรไว้ได้นานขององค์กรชั้นนำในประเทศไทยสามารถออกแบบระบบการทำงาน ตามแนวคิดการจัดการเชิงระบบ โดยสรุปได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แบบจำลองแนวทางการธำรงรักษาบุคลากรให้อยู่กับองค์กร

จากแบบจำลองแนวทางการธำรงรักษาบุคลากรให้อยู่กับองค์กรสรุปได้ว่า การที่องค์กรจะแสวงหาวิธีการธำรงรักษาคนดีคนเก่งได้นั้น จะต้องศึกษาลักษณะของคนดีคนเก่งเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ตรงต่อความต้องการของพนักงานที่มีศักยภาพสูง ประกอบด้วยการนำเข้บุคลากรที่เป็นคนดีคนเก่งเข้าสู่องค์กร ด้วยการสรรหาและคัดเลือกอย่างยุติธรรม การจัดการในองค์กร ด้วยการให้ความก้าวหน้าในสายอาชีพ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ภาวะผู้นำ ซึ่งก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของพนักงาน และบรรยากาศที่ดีในการ

ทำงาน ทั้งนี้อักรขนาดเล็ก ขนาดกลาง และองค์กรขนาดใหญ่ที่กำลังประสบปัญหาเกี่ยวกับการธำรงรักษาคณิศคนเก่งให้อยู่กับองค์กร สามารถนำวิธีการธำรงรักษาคณิศคนเก่งที่สังเคราะห์ได้มาปรับใช้เพื่อธำรงรักษาคณิศคนเก่งภายในองค์กรของตนได้ โดยมีวิธีการในการธำรงรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพสูง ดังนี้

1. **การสรรหาและคัดเลือกอย่างยุติธรรม** เป็นการนำเข้าบุคลากรเข้าสู่องค์กร การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรตามคุณสมบัติและความสามารถของตัวบุคคลโดยตรงไปตรงมา เพื่อให้ได้มาซึ่งพนักงานที่เพียบพร้อมด้วยความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ที่ตรงตามตำแหน่งงานในองค์กร

2. **การพัฒนาความก้าวหน้าสายอาชีพในการทำงาน** โดยการเลื่อนตำแหน่งให้กับพนักงานเพื่อให้พนักงานเกิดขวัญและกำลังใจและพร้อมที่จะทุ่มเททั้งร่างกายแรงใจ ที่จะปฏิบัติงานให้กับองค์กร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การให้ความก้าวหน้าทางสายอาชีพ ถือเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตให้กับพนักงาน ทั้งด้านการทำงานและครอบครัว

3. **ค่าตอบแทนและสวัสดิการ** โดยองค์กรจะจ่ายค่าตอบแทนตามผลลัพธ์ของงานเมื่อเทียบกับเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ นอกจากจะให้ค่าตอบแทนที่เหมาะสมแล้วองค์กรจะต้องให้สวัสดิการที่หลากหลายเพื่อให้พนักงานเห็นว่าองค์กรให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ เช่น การจ่ายค่ารักษาพยาบาลให้กับพนักงาน การให้เบี้ยเลี้ยงอาหารกลางวัน มีรถรับส่งไปทำงาน ฯลฯ ซึ่งวิธีการนี้เป็นวิธีการที่หลายองค์กรนำมาใช้ในการธำรงรักษาคณิศคนเก่ง แต่การจ่ายค่าตอบแทนนั้นไม่ได้นำมาใช้เฉพาะกับคณิศคนเก่ง แต่ยังสามารถใช้กับบุคลากรที่ยื่นได้ จึงแสดงให้เห็นว่าองค์กรไม่เลือกปฏิบัติแต่เลือกที่จะให้ความเสมอภาคกับพนักงานทุกคนในองค์กร

4. **ภาวะผู้นำ** คือ กระบวนการของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ในการพยายามใช้อำนาจในการผลักดันหรือกระตุ้นให้บุคคลอื่นทำตามคำสั่งของตนด้วยความเต็มใจมีความกระตือรือร้นในการทำสิ่งต่างๆตามต้องการ โดยมีความสำเร็จของกลุ่มหรือองค์กรเป็นเป้าหมาย ผู้นำจะต้องเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับบุคลากรในองค์กร เช่น การใช้อำนาจในการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล การส่งเสริมการอบรมความเป็นผู้นำให้แก่บุคลากรในองค์กร และผู้นำนั้นจะต้องยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างของผู้อื่น เพื่อนำไปพัฒนาและวิเคราะห์ในการพัฒนาองค์กร

5. **คุณภาพชีวิตของพนักงาน** คือ การได้รับความพึงพอใจในการทำงานที่สูงขึ้นโดยมีกระบวนการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาที่สำคัญขององค์กร เพื่อให้พนักงานได้รับความพึงพอใจที่สูงขึ้นการให้ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม เป็นโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้พัฒนาความสามารถเป็นอย่างดี ส่งเสริมความเจริญเติบโตและมั่นคงให้แก่บุคลากร เช่น การผลักดันคุณภาพชีวิตของพนักงานให้เกิดความสมดุลมากที่สุด การบริหารจัดการพื้นที่ทำงานให้แก่พนักงานอย่างมีความสุขและการเพิ่มความรู้เพิ่มทักษะให้พนักงานเสมอเพื่อให้พนักงานพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา และการนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

6. **บรรยากาศในการทำงาน** เกี่ยวข้องกับการทำงาน ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าจ้าง ชั่วโมงการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน ผลประโยชน์ และความก้าวหน้าในสายอาชีพ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งจูงใจให้พนักงานอยู่ทำงานกับองค์กรได้นาน

จากวิธีการดังกล่าวเป็นแนวทางให้กับองค์กรหลายๆ องค์กรที่กำลังเผชิญปัญหาในการธำรงรักษาบุคลากรที่เป็นคณิศคนเก่งให้อยู่กับองค์กรให้นาน เชื่อว่าหากองค์กรนำวิธีการดังกล่าวมาปรับใช้ก็จะสามารถธำรงรักษาคณิศคนเก่งให้อยู่กับองค์กรของตนไว้ได้ ถึงแม้ว่าหลายองค์กรจะทำได้ยากแต่ถ้าหากองค์กรลองปรับใช้วิธีการธำรงรักษาบุคลากรตามข้อเสนอแนะของผู้จัดทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป องค์กรก็จะสามารถบริหารจัดการคณิศคนเก่งให้อยู่กับองค์กรได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กิจสุวัฒน์ หงส์เจริญ และคณะ. (2557). การพัฒนารูปแบบการสรรหาและการคัดเลือกข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาเพื่อบรรจุและแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการสถานศึกษา. *การบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา*, 8 (1), (1 ตุลาคม 2556 – มีนาคม 2557): 1-13.
- กิตติ มิลำเอียง. (2559). การสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรภาครัฐยุคใหม่. *มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8 (1), (มกราคม-เมษายน): 131-152.
- ไกรวิญญ์ เจริญวานิช และธีรพจน์ เวศพันธุ์. (2560). *ปัจจัยการคัดเลือกพนักงานอำนวยการบินของสายการบินไทยไลอ้อนแอร์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- จตุรงค์ ศรีวรชวรรณ. (2557). *การคัดเลือก*. อุบลราชธานี: คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- เจษฎา นกน้อย. (2551). การจ่ายค่าตอบแทนโดยอ้างอิงสรณะ,ทางเลือกของการบริหารค่าตอบแทนในปัจจุบัน. *วารสารสุโขทัยธรรมธิราช*, 21 (2), (กรกฎาคม-ธันวาคม): 1-19.
- ชัยพร รัตนดิลก. (2553). *การวางแผนกำลังคน*. (ออนไลน์) (อ้างเมื่อ 22 ตุลาคม 2561). จาก <https://www.gotoknow.org/posts/387483>
- ณัฐวรินทร์ สิริเดทวิติยา และมยุรี วัดแก้ว. (2556). การวิจัยประเมินผลโครงการ การอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง การติดตามและประเมินผลตามแนวคิดแผนที่ผลลัพธ์ โดยใช้แนวคิดและรูปแบบการประเมินของสdekและสศฟเฟินเฟิลบีม. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 5 (1), (มกราคม-มิถุนายน): 226-240.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

- ธนาคารกสิกรไทย. (2561). **เกี่ยวกับเรา** (ออนไลน์)., (อ้างเมื่อ 6 ตุลาคม 2561). จาก <https://www.kasikornbank.com/th/about>.
- ธนาคารไทยพาณิชย์. (2561). **ประวัติความเป็นมา** (ออนไลน์), (อ้างเมื่อ 6 ตุลาคม 2561). จาก <http://scbbanking.blogspot.com/p/blog-page.html>
- ธัญญานันท์ ศรีธรรมนิตย์. (2559). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพของโรงพยาบาลเอกชน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นเรศวร วาสศิริ และณัฐวัฒน์ พระงาม. (2559). **การจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในมหาวิทยาลัยพิษณุโลก. วารสารการวิจัยกาสะลองคำ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย**, 11 (3), (พิเศษ): 185-195.
- นุรไลลา ตีอระ และอาเนาะห์ ลาเต๊ะ. (2559). **การสรรหาและการคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงานบริษัทเซนท์ มาเก็ตติ้ง**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน). (2561). **เกี่ยวกับซีพีออลล์** (ออนไลน์), (อ้างเมื่อ 6 ตุลาคม 2561). จาก <https://www.cpall.co.th/>
- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน). (2561). **ความเป็นมา** (ออนไลน์), (อ้างเมื่อ 6 ตุลาคม 2561). จาก <http://www.pttcl.com/th/about/pages/background.aspx>
- บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด. (2561). **รู้จักเอสซีจี** (ออนไลน์)., (อ้างเมื่อ 6 ตุลาคม 2561). จาก <https://www.scg.com/landing>
- บริษัท โอโต้ฮัลลiday แอนซ์ (ประเทศไทย) (2561). **ประวัติความเป็นมา** (ออนไลน์), (อ้างเมื่อ 6 ตุลาคม 2561). http://ns2.zvhosting.com/about_profile.php
- ประภัสสร วรรณสถิตย์. (2550). **การบริหารจัดการคนเก่ง**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ประภาพร พลฤกษ์ศรี. (2557). **ปัจจัยคำตอบแทนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ปาดิมา เกษราและอาชีวะห์ อาแว. (2558). **การลาออกของพนักงาน**. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พจนารถ ปิยะสกลพันธ์. (2554). **การวางแผนอัตรากำลังคน**. (ออนไลน์) (อ้างเมื่อ 22 ตุลาคม 2561). จาก <http://www.prakan2.com/index.php?>
- พลสุธิดา ตันตราจิณ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). **การพัฒนาและการธำรงรักษาคนเก่งในองค์กรกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนองค์การสู่ความสำเร็จ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พัชรกานต์ นิมิตรศดิกุล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2559). **กระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของมหาวิทยาลัยภัฏนครปฐม. Veridian E-Journal มหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**, 9 (3), (กันยายน-ธันวาคม): 631-652.
- พัทธธีรา สมทรง. (2560). **บทบาทของผู้นำชุมชนในการหนุนเสริมเพื่อให้ปัญหาทางการเงินของคนในชุมชนลดน้อยลงผ่านการจัดการหนี้สินของชุมชนบ้านสามขา อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง**. (ออนไลน์) (อ้างเมื่อ 7 ตุลาคม 2561). จาก <https://bhdcenter.blogspot.com>
- มาลิณี ศรีไมตรี. (2557). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์**. อุบลราชธานี: คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- รัตนภรณ์ บุญสุข. (2555). **การพัฒนาและฝึกอบรมที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน**. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วัฒนากร ทองน้อย. (2552). **การวางแผนกำลังคนของผู้ประกอบการบริษัทเอ็นทีเอ็นเอ็นจันเนียร์จำกัด**. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การพัฒนามนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศรัณญา ชื่นศิริ และจิรัชมา วิเชียรปัญญา. (2558). **การพัฒนาสื่อฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ในการควบคุมเครื่องจักรอัตโนมัติสำหรับพนักงานแผนกประกอบ2ฝ่ายผลิตบริษัทดีดีเค (ประเทศไทย) จำกัด. เทคโนโลยีสารสนเทศ**, 11 (2), (กรกฎาคม-ธันวาคม): 7-16.
- ศุภกัญญา เกษมสุข. (2559). **การประเมินผลการปฏิบัติงาน**. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- สิริภาพรณ ถิ่นภัยเจริญ. (2559). **การสรรหา การคัดเลือก และการบรรจุบุคลากรเข้าทำงาน**. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- องอาจ นัยพัฒน์. (2558). **การออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อาชวาร์บามี มณีตระกูลทอง. (2557). **การจ่ายค่าตอบแทนตามผลงานกับวัฒนธรรมการทำงานของคนไทย. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น**, 7 (1), (มกราคม-มิถุนายน): 21-38.

รูปแบบสื่อสารเพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้สูงอายุที่อาศัยตามลำพังในตำบลสระสมิง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

Communication Models for Empowering Elders Living Alone at Tambon
Sasaming, Warin Chamrap District, Ubon Ratchathani Province, Thailand

ปณิสญา อธิจิตตา, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹

Email: Panisaya.a@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารของหน่วยงานรัฐและชุมชนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้สูงอายุที่อยู่ลำพังในตำบลสระสมิง และเพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารที่ผู้สูงอายุที่อยู่ลำพังต้องการรับสารจากหน่วยงานภาครัฐและภาคชุมชน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ จำนวน 64 คน จาก 16 หมู่บ้าน ถึงการสื่อสารที่ผู้สูงอายุได้รับความต้องการการสื่อสารเพื่อเข้าถึงความช่วยเหลือจากภาครัฐและภาคชุมชนของผู้สูงอายุ และสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกับผู้สูงอายุ และตัวแทนชุมชนถึงการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้สูงอายุ ผลจากการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุมีญาติ เพื่อนบ้านและคนในชุมชนช่วยกันดูแล จึงกล่าวได้ว่าไม่มีผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังนานกว่า 8 ชั่วโมงในพื้นที่นี้ รูปแบบการสื่อสารที่ผู้สูงอายุเข้าถึงได้มากที่สุดคือการสื่อสารสองทาง โดยผู้สูงอายุได้รับทราบความช่วยเหลือจากภาครัฐผ่านทางผู้นำทางความคิดอย่างหมู่บ้านมากที่สุดผ่านหอกระจายข่าวหมู่บ้านและการประชุมหมู่บ้าน ขณะเดียวกันผู้สูงอายุก็มีบทบาทในการสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Bottom-up) ขอรับความช่วยเหลือจากภาครัฐมายังผู้สูงอายุ และทำหน้าที่เป็นพลเมืองหมู่บ้านให้ความช่วยเหลือแก่ผู้สูงอายุโดยตรงด้วยการสื่อสารแบบแนวนอน (Horizontal) แบบไม่เป็นทางการและใช้ภาษาถิ่น ในขณะที่ผลการศึกษาความต้องการของผู้สูงอายุพบว่า ผู้สูงอายุต้องการความช่วยเหลือผ่านการสื่อสารแบบสองทางมากที่สุด เพื่อเข้าถึงความช่วยเหลือจากภาครัฐและภาคชุมชนผ่านสื่อบุคคลที่ผู้สูงอายุให้ความเชื่อถือ

คำสำคัญ: รูปแบบสื่อสาร การสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุที่อาศัยตามลำพัง

ABSTRACT

The research aimed to study how the role of communication models of governmental authorities' and the community's empowers elders living alone in Tambon Sasaming and what communication models do elders living alone need for receiving information aids. The interviews were implemented for studying governmental officers who were related to elderly services and for studying community leaders. The interview form was implemented for studying 64 elders from 16 villages with a structured. From the results, it was found that there none of the sampled elders live alone more than 8 hours per day. Most of them have health problems and weak physical conditions, and have to look after a child, an incompetent elder, or defective disabled relative. The Two-step Flow of Communication is one of the communication models which the elders are engaged in the most, as they have a village headman who acts as an opinion leader who usually informs them about elderly services provided by the government via village broadcasting towers and village meetings. The village headmen can potentially play a role as a mediator, communicating bottom-up for asking help for those seniors in need, as well as playing a role as community members who directly offer aids by using horizontal communication through the use of specific dialects and informal language. Nevertheless, according to the findings, most elders need aids by way of the Two-way Communication method, directly communicated via reliable people as personal media for receiving information aids from the governmental authorities' part and the community's part.

Keywords: Communication Models, Empowering for Elders, Elders Living Alone

¹ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาานเทศศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

บทนำ

จากข้อมูลสถิติประชากรและบ้านเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 พบว่า ประเทศไทยมีประชากรผู้สูงอายุจำนวน 10,225,322 คน คิดเป็นร้อยละ 15.64 ของจำนวนประชากรทั้งหมด (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2560) สหภาพประชาชาติ (World Population Ageing, 2015) ได้แจกแจงปัญหาผู้สูงอายุ สรุปได้ว่าผู้สูงอายุมีปัญหาได้แก่ 1) ปัญหาด้านสุขภาพอนามัย การเจ็บป่วยเรื้อรังและพิการ 2) ปัญหาผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มอยู่ตามลำพังมากขึ้นเนื่องจากสภาพการเป็นหม้ายหรือหย่าร้าง และ 3) ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ประการแรก ปัญหาด้านสุขภาพอนามัย การเจ็บป่วยเรื้อรังและพิการ สภาพร่างกายที่เสื่อมถอยลงเรื่อยๆ ทำให้ผู้สูงอายุเสี่ยงต่อการเกิดโรค โดยเฉพาะโรคเรื้อรัง เช่น ความดันโลหิตสูง ไขมันในเลือดสูง เบาหวาน อัมพาต ทางกายภาพและสาธารณสุขจึงแบ่งประเภทผู้สูงอายุตามความสามารถในการทำกิจวัตรประจำวัน (Activity Daily Living - ADL) ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ช่วยเหลือตนเองได้หรือกลุ่มดีดั่งคน (Well Elder) กลุ่มติดบ้านหรือกลุ่มที่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้น้อย (Home Bound Elder) และกลุ่มติดเตียงหรือกลุ่มที่ต้องให้ความช่วยเหลืออย่างใกล้ชิด (Bed Bound Elder) ผู้สูงอายุในสองกลุ่มหลังที่กล่าวมาจำเป็นต้องมีผู้ดูแลอย่างใกล้ชิดเนื่องจากเป็นกลุ่มที่เสี่ยงต่อการเกิดปัญหาทางสภาพร่างกายมากที่สุด

ประการที่สอง ปัญหาผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มอยู่ตามลำพังมากขึ้นเนื่องจากสภาพการเป็นหม้ายหรือหย่าร้าง ด้วยสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปทำให้จำนวนผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังเพิ่มมากขึ้น จากการสำรวจในปี 2537 มีผู้สูงอายุที่อยู่คนเดียว ร้อยละ 3.6 (รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย, 2551) ในปี 2545 ร้อยละ 6.3 ปี 2550 ร้อยละ 7.7 ปี 2554 ร้อยละ 8.6 และ 2557 คิดเป็นร้อยละ 8.7 (รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย, 2557) การเพิ่มจำนวนของผู้สูงอายุที่อยู่อาศัยตามลำพังมีสาเหตุมาจากการแต่งงานแยกบ้านออกไปของลูกหลาน การย้ายถิ่นฐานของลูกหลานไปยังที่อื่น และการย้ายถิ่นฐานเพื่อไปทำงานในเมืองใหญ่ของลูกหลาน ปัญหาที่อาจเกิดกับผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพัง ได้แก่ ปัญหาความเหงา ว้าเหว่ วิตกกังวล ปัญหาขาดคนช่วยดูแลในยามเจ็บป่วย ปัญหาการดูแลสุขภาพในชีวิตประจำวัน เช่น การบริโภคอาหาร การทำงานบ้าน เป็นต้น ปัญหาทางเศรษฐกิจและการประกอบอาชีพ (รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย, 2549)

ประการที่สาม ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพังมีความเสี่ยงในเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้วยเหตุนี้ทางภาครัฐจึงได้จัดทำแผนผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2545-2564) เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ (คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานผู้สูงอายุแห่งชาติ, 2553) กำหนดยุทธศาสตร์ที่ให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมของประชากรเพื่อเข้าสู่ผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ สร้างระบบคุ้มครองทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุเน้นในเรื่องการให้บริการการจัดสวัสดิการ และการให้ความคุ้มครองแก่ผู้สูงอายุ สนับสนุนให้มีอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (อผส.) ทำหน้าที่ดูแลผู้สูงอายุที่ขาดการดูแลในชุมชน นอกจากนี้ยังสนับสนุนให้มีอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เป็นกลุ่มบุคคลภายในชุมชนที่ได้รับคัดเลือกจากชุมชนให้เข้ามาอบรมความรู้จากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขเพื่อเป็นตัวแทนช่วยดูแล ให้คำแนะนำด้านสาธารณสุขแก่สมาชิกในชุมชน ช่วยดูแลผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพังในชุมชน และประสานหน่วยงานภาครัฐในการเข้ามาช่วยเหลือผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพังในยามเจ็บป่วย

องค์การบริหารส่วนตำบลสระสมิง ตั้งอยู่ในอำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี มีการดำเนินการงานสนับสนุนด้านผู้สูงอายุตามนโยบายของภาครัฐ มีการสื่อสารไปยังประชาชนผ่านบุคคลที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เช่น ผู้นำชุมชน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) และผ่านสื่อชุมชนในหลากหลายช่องทาง เช่น การแจ้งผ่านการประชุมประจำเดือนของหมู่บ้าน การประกาศเสียงตามสาย เป็นต้น

ผู้สูงอายุจำนวนมากใช้ชีวิตจำกัอยู่ในบริเวณบ้านและชุมชนเป็นส่วนใหญ่ การได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐจึงเป็นไปได้ อย่างลำบากและอาจเข้าไม่ถึง วิธีการสื่อสารระหว่างภาครัฐ ชุมชน และผู้สูงอายุ จึงสมควรได้รับการพิจารณาและสร้างรูปแบบการสื่อสารที่จะทำให้การเข้าถึงการสื่อสารเป็นไปได้มากขึ้น เหมาะสมกับสภาพบริบทของท้องถิ่น และช่วยแก้ปัญหาของผู้สูงอายุที่อยู่คนเดียว ด้วยการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างความเข้มแข็ง (Empowerment) และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่ผู้สูงอายุ สามารถประสานการทำงานของภาครัฐและความร่วมมือจากคนภายในชุมชนในการช่วยเหลือดูแลสองความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่เพียงลำพังให้สามารถอยู่ได้ด้วยตัวเองและอยู่กับชุมชนอย่างมีความสุข ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัญหาการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพัง การเข้าถึงความช่วยเหลือด้านสุขภาพของผู้สูงอายุโดยผ่านรูปแบบการสื่อสารรูปแบบต่าง และศึกษาความต้องการของผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพังในการเข้าถึงความช่วยเหลือด้านสุขภาพโดยกำหนดพื้นที่ศึกษาวิจัยคือ เขตตำบลสระสมิง อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

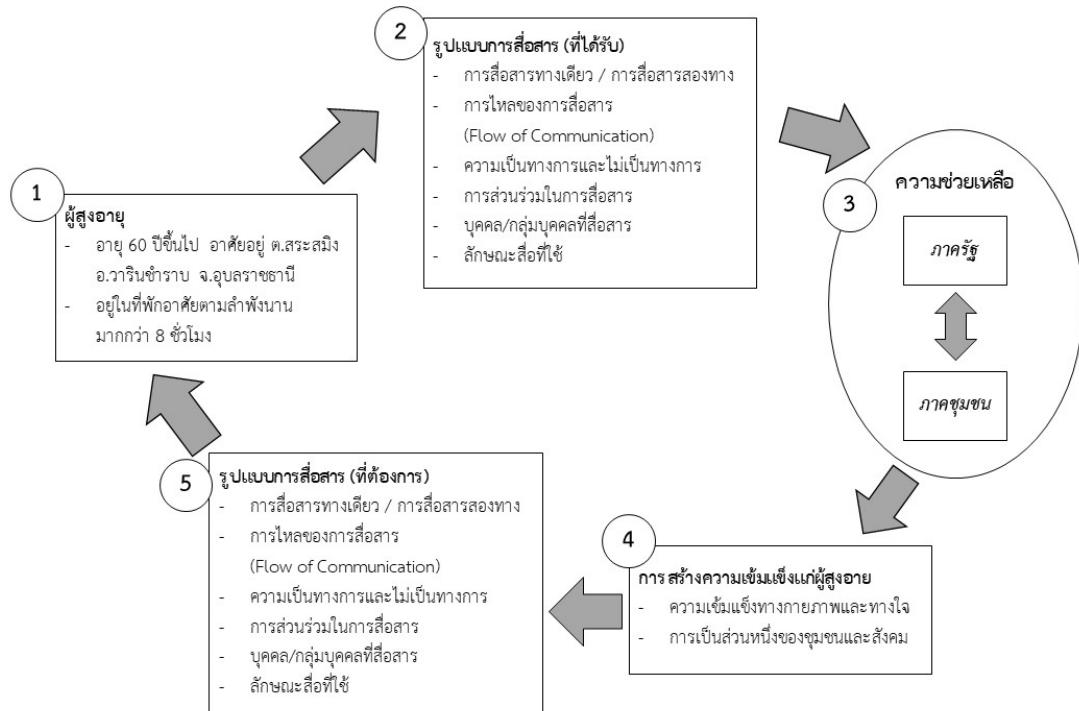
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารของหน่วยงานภาครัฐและภาคชุมชนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้สูงอายุที่อยู่ลำพังในเขตตำบลสระสมิงอำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารที่ผู้สูงอายุที่อยู่ลำพังต้องการรับสารจากหน่วยงานภาครัฐและภาคชุมชน

ข้อคำถามวิจัย

1. ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพังมีปัญหาในการดำรงชีวิตตามลำพังหรือไม่ และสามารถเข้าถึงความช่วยเหลือจากภาครัฐและภาคชุมชนผ่านรูปแบบการสื่อสารอะไรบ้าง
2. ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพังต้องการรูปแบบการสื่อสารเพื่อการรับสารจากหน่วยงานภาครัฐและภาคชุมชนอย่างไร

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

ในการทำวิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาแบบการสื่อสารระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคชุมชน ที่เข้าถึงผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพัง อันจะช่วยก่อผลให้เกิดการสร้างเสริมความเข้มแข็ง (Empowerment) แก่ผู้สูงอายุได้ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)
2. ขอบเขตด้านประชากร ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตประชากรเอาไว้ 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลสระสมิง โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุบลราชธานี 2) ภาคชุมชน ได้แก่ ผู้แทนชุมชน เช่น กำนันหรือผู้ใหญ่บ้าน และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จำนวน 13 หมู่บ้านในเขตตำบลสระสมิง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี 3) ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพังในเขตตำบลสระสมิง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี
3. ขอบเขตด้านเวลา งานวิจัยนี้กำหนดระยะเวลาวิจัยตั้งแต่เดือนเมษายน ถึง กันยายน 2560

แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องผู้สูงอายุ

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้เข้าสู่วัยสูงอายุ เป็นสาเหตุทำให้ผู้สูงอายุอาจเกิดความเครียดและความกังวล เช่น ความบกพร่องของร่างกายที่ทำให้ต้องพึ่งพาผู้อื่น ความรู้สึกที่ว่าตนเองมีความสามารถลดลง การมีโรคประจำตัว หรือการว่างงาน รวมถึงปัญหาความไม่ปลอดภัยในการใช้ชีวิตประจำวันและในยามเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ ด้วยเหตุนี้ทางรัฐบาลจึงดำเนินนโยบายคุ้มครองหรืออำนวยความสะดวก โดยไม่เลือกปฏิบัติตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2560 มาตรา 37 มาตรา 71 และ มาตรา 13 มีการจัดตั้งกองทุนหนึ่งในสำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการและผู้สูงอายุ เรียกว่า “กองทุนผู้สูงอายุ” เพื่อเป็นทุนใช้จ่ายเกี่ยวกับการคุ้มครอง การส่งเสริมและการสนับสนุนผู้สูงอายุ

2. นโยบายและการดำเนินงานด้านผู้สูงอายุของหน่วยงานภาครัฐ

แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2545-2564) โดยคณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กำหนดปรัชญาแนวคิดพื้นฐานของแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ไว้ว่าผู้สูงอายุไม่ใช่บุคคลด้อยโอกาสหรือเป็นภาระต่อสังคม แต่สามารถมีส่วนร่วมเป็นพลังพัฒนาสังคม จึงควรได้รับการส่งเสริมและเกื้อกูลจากครอบครัว ชุมชน และรัฐให้ดำรงชีวิตอยู่อย่างมีคุณค่า มีศักดิ์ศรี และคงไว้ซึ่งภาวะสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีให้นานที่สุด ขณะเดียวกันผู้สูงอายุที่ประสบความทุกข์ยากต้องได้รับการเกื้อกูลจากครอบครัว ชุมชน สังคม และรัฐอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม การสร้างหลักประกันในวัยสูงอายุเป็นกระบวนการสร้างความมั่นคงให้แก่สังคมโดยการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ตามวิสัยทัศน์ของ แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ว่า “ผู้สูงอายุเป็นหลักชัยของสังคม” (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2552)

งานสวัสดิการสังคม มีด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคมแห่งชาติ, 2541) ได้แก่ สวัสดิการด้านสุขภาพอนามัย สวัสดิการด้านการศึกษา สวัสดิการด้านนันทนาการ สวัสดิการด้านที่อยู่อาศัย สวัสดิการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สวัสดิการด้านการแก้ไขปัญหาความยากจนและด้อยโอกาส

ระเบียบคณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ ว่าด้วยหลักเกณฑ์การจ่ายเงินเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ พ.ศ.2552 กำหนดให้ผู้มีคุณสมบัติได้รับเงินเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุต้องเป็นผู้มีสัญชาติไทยอายุ 60 ปีขึ้นไป ไม่เป็นผู้ได้รับสวัสดิการหรือสิทธิประโยชน์อื่นใดจากการเกษียณอายุ ยื่นคำขอรับเงินเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุต่อผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ตนเองมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน รับเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ เดือนละ 1 ครั้ง ในอัตราเดือนละ 500 บาทในขั้นต่ำ โดยจ่ายเป็นเงินสดหรือโอนเข้าบัญชีเงินฝากธนาคาร

3. แนวคิดรูปแบบสื่อสาร

การสื่อสารชุมชนเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารภายใต้กระบวนการทัศนทางเลือก (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2547) ซึ่งใช้รูปแบบการสื่อสาร ได้แก่ 1) การสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถโต้ตอบกันอยู่ตลอดเวลาทั้งในลักษณะเป็นทางการและไม่เป็นทางการ 2) ทิศทางการไหลของข่าวสาร (Flow of Information) ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นไปในลักษณะการไหลจากบนลงล่างตามลักษณะกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบกระแสหลัก คือจากเจ้าหน้าที่รัฐไปยังประชาชนเท่านั้น แต่การสื่อสารชุมชนคือการไหลของข่าวสารโดยมีหลากหลายทิศทาง ทั้งจากบนลงล่าง (Top-Down) แบบล่างสู่บน (Bottom-Up) และแบบแนวนอน (Horizontal) ดังนั้นข่าวสารจึงอาจจะไหลจากนักวางแผนพัฒนาไปสู่ชาวบ้าน จากสื่อมวลชนไปสู่ผู้รับสารในชุมชน ในเวลาเดียวกัน ชาวบ้านอาจส่งข่าวสารขึ้นไปยังเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกลุ่มชาวบ้านด้วยกัน ในวงการพัฒนาชุมชนของไทยได้มีการปฏิบัติที่เรียกว่า การสร้างเครือข่ายชุมชน และการศึกษาดูงานในกลุ่มชาวบ้านด้วยกันเอง นอกจากนี้สื่อบุคคลยังมีความสำคัญในการพัฒนาชุมชน สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารระดับกลุ่ม เนื่องจากสื่อมวลชนอาจยังไม่สามารถเข้าถึง ขณะที่สื่อบุคคลมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมของคนในชุมชนมากกว่า เรียกสื่อบุคคลเหล่านี้ว่า ผู้นำความคิด (Opinion Leader) เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าหน้าที่รัฐ นักพัฒนา พระ อาสาสมัครสาธารณสุขชุมชน ครู เป็นต้น

4. งานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

รายงานการวิจัยเรื่องการสำรวจและศึกษาสุขภาพ การสูงอายุ และการเกษียณในประเทศไทยโดยใช้ตัวอย่างซ้ำ โดย ดารารัตน์ อานันท์หนองสูงค์ และคณะ (2554) เป็นการศึกษาโดยใช้ต้นแบบการศึกษาสุขภาพและการเกษียณ (HRS) ของสถาบันวิจัยสังคม (ISR) มหาวิทยาลัยมิชิแกน และโครงการ Korea Longitudinal Study on Aging (KLoSA) ซึ่งเป็นโครงการควบคู่กันกับของ HRS พัฒนาข้อคำถามในแบบสอบถามให้มีประสิทธิภาพ มีความเที่ยงและความตรง (Validity and Reliability) ในระดับสูง ผู้วิจัยจึงได้มีการสร้างแบบสอบถามพัฒนามาจากรายงานวิจัยดังกล่าวเพื่อสำรวจผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพัง การปรับปรุงข้อคำถามให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นเหมาะสมแก่การนำมาใช้เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง นอกจากนี้ยังมีการศึกษางานวิจัยของ ปิยกานดา บุญนิธิ (2552) ซึ่งศึกษาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้สูงอายุปราจีนบุรี โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุจำนวน 550 คน พบว่าระดับความรู้ทางการเมืองของผู้สูงอายุส่งผลให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับสูง และส่งผลต่อพฤติกรรมและความต้องการเปิดรับสื่อทางการเมืองในหลากหลายทิศทาง รวมถึงงานวิจัยของ วชิรินทร์ จุลสำรวจ (2548) ซึ่งศึกษารูปแบบการสื่อสารในชุมชนปทุมโคก บทบาทของการสื่อสารต่อการสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนตลอดจนผล

ที่มีผลต่อการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ควบคู่กับการสังเกตการณ์และศึกษาเอกสาร ผลจากการศึกษาพบว่า การสื่อสารมีบทบาทอย่างยิ่งในการพัฒนาในชุมชน สร้างความเข้าใจ สร้างการยอมรับ และสร้างการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของชุมชน มีการสื่อสารในหลากหลายทิศทางผสมผสานการบริหารจัดการชุมชน มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็งและเข้าถึงประชาชน โดยสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ สื่อบุคคล รองลงมาคือสื่อเฉพาะกิจในชุมชน เช่น เสียงตามสาย วิทยุชุมชน และสื่อสิ่งพิมพ์ในการให้ความรู้ ผลของการใช้รูปแบบการสื่อสารที่กล่าวประกอบกับการมีผู้นำชุมชนที่เป็นที่ยอมรับ ทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งทั้งแง่เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการปกครอง เป็นตัวอย่างที่ดีในด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตประชากรเอาไว้ 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่กองงานสวัสดิการสังคม องค์การบริหารส่วนตำบลสระสมิง เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลโนนยาง เจ้าหน้าที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านโคกเขษุรณ นักพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดอุบลราชธานี รวม 4 คน 2) ภาคชุมชน ได้แก่ ผู้แทนชุมชน เช่น กำนันหรือผู้ใหญ่บ้าน รวม 16 คนจาก 16 หมู่บ้าน และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านจากการสุ่มแบบก้อนหิมะ (Snowball Sampling) รวม 3 คน จาก 3 หมู่บ้าน 3) ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพังในตำบลสระสมิง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี จาก 16 หมู่บ้าน การเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่อาศัยตามลำพัง ไม่สามารถสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างจากข้อมูลประชากรผู้สูงอายุที่มีในหน่วยงานราชการได้ เนื่องจากผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในชุมชนอาจเป็นประชากรแฝงที่ไม่มีทะเบียนบ้านอยู่ในพื้นที่นั้น หรือผู้สูงอายุที่มีทะเบียนบ้านในพื้นที่นั้นอาจไม่ได้อาศัยอยู่ในพื้นที่ในระยะเวลาที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบจัดส่วน (Quota Sampling) โดยแบ่งพื้นที่ในการเก็บข้อมูลในตำบลสระสมิงจากทั้งหมด 16 หมู่บ้านเลือกกลุ่มตัวอย่างหมู่บ้านละ 4 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 64 คน โดยผู้วิจัยขอให้ประชาชนในชุมชนแนะนำรายชื่อผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพังในหมู่บ้าน แบบเทคนิคก้อนหิมะ (Snowball Technique)

เครื่องมือวิจัย

ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) บุคลากรจากภาครัฐ และผู้นำชุมชน และใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) กับผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพัง หรือผู้ใกล้ชิดผู้สูงอายุหรือผู้ที่อยู่ในชุมชนใกล้เคียงกับผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพัง ในกรณีที่ภาวะร่างกายไม่สามารถให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัยได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากส่วนต่าง ๆ แล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลมาจัดระบบข้อมูล รวบรวม แบ่งหมวดหมู่ และแบ่งประเภทของข้อมูลตามขอบเขตการวิจัย จากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยใช้แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากบทที่ 2 เป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลตามสัดส่วนของวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย รายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วน นำเสนอข้อมูลในแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

ผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในตำบลสระสมิง มีญาติอาศัยอยู่ในบ้านและบริเวณใกล้เคียงมากถึงร้อยละ 90.6 ในขณะที่ร้อยละ 9.4 มีเพื่อนบ้านและคนในชุมชนช่วยกันดูแล ผู้สูงอายุมีการปฏิสัมพันธ์กับญาติและคนในชุมชนในทุกๆ วัน ผู้สูงอายุที่ได้สัมภาษณ์ทั้งผู้สูงอายุที่มีญาติคอยดูแล ผู้สูงอายุที่มีภาระหน้าที่ต้องดูแลเด็กเล็ก ผู้สูงอายุด้วยกัน และผู้พิการในบ้าน จึงสรุปได้ว่าในตำบลสระสมิงไม่มีผู้สูงอายุคนใดถูกทอดทิ้งให้อยู่ตามลำพังนานกว่า 8 ชั่วโมงตามที่ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐาน

ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีปัญหาในการดำรงชีวิตเนื่องจากอาการเจ็บป่วยและสภาพร่างกายที่ไม่เอื้ออำนวย โรคที่ผู้สูงอายุเป็นมากที่สุดคือภาวะการได้ยินต่ำ รองลงมาคือฟันไม่ครบ 20 ซี่ ปัญหาโรคความดันโลหิตสูง ปัญหาภาวะการมองเห็นต่ำ โรคเบาหวาน ไม่สามารถเดินได้ โรคหลอดเลือดหัวใจตีบ กล้ามเนื้อหัวใจตาย โรคกระดูก อัมพาต ภาวะอ้วน และอัลไซเมอร์

จากการสัมภาษณ์พบว่า ตัวแทนจากภาครัฐและภาคชุมชนใช้รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย ใช้สื่อหลายช่องทาง และมีการไหลของสารในหลายทิศทาง เช่น สื่อหอกระจายข่าว การสื่อสารผ่านการประชุมหมู่บ้าน และการใช้สื่อบุคคลที่เป็นที่เชื่อถือของ คนในหมู่บ้าน มีการไหลของการสื่อสาร (Flow of Communication) ทั้งจาก “บนลงล่าง” คือจากภาครัฐลงมายังประชาชน “ล่างขึ้นบน” คือจากประชาชนขึ้นไปยังภาครัฐ และ “การสื่อสารแนวนอน” คือการสื่อสารระหว่างคนในชุมชนด้วยกัน

ผู้สูงอายุในตำบลสระสมิงสามารถเข้าถึงความช่วยเหลือจากภาครัฐ โดยรูปแบบการสื่อสารที่ผู้สูงอายุเข้าถึงได้มากที่สุด คือ การสื่อสารสองทาง โดยได้รับทราบเกี่ยวกับความช่วยเหลือจากภาครัฐผ่านทางผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ซึ่งเป็นผู้นำที่เป็นทางการอย่างกำนันหรือผู้ใหญ่บ้านมากที่สุด รองลงมาคือผ่านสื่อประเภทหอกระจายข่าวหมู่บ้าน และการประชุมหมู่บ้าน ประจำเดือน การไหลของการสื่อสารมักเป็นไปในลักษณะบนลงล่าง แต่ในทางกลับกันกำนันหรือผู้ใหญ่บ้านมีบทบาทสำคัญในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้สูงอายุโดยทำหน้าที่เป็นสื่อกลางส่งเรื่องขอรับความช่วยเหลือจากภาครัฐ การไหลของการสื่อสารในการขอรับความช่วยเหลือนี้จึงเป็นไปในลักษณะล่างขึ้นบน เพื่อนำความช่วยเหลือจากภาครัฐมาสู่ผู้สูงอายุที่ต้องการความช่วยเหลือ จากการสัมภาษณ์กำนันผู้ใหญ่บ้านพบว่า บทบาทการเป็นผู้สื่อสารของกำนันผู้ใหญ่บ้านเป็นไปในลักษณะการสื่อสารสองทาง คือรับข้อมูลจากทางภาครัฐนำมาแจ้งต่อชาวหมู่บ้าน รองลงมาเป็นไปในลักษณะการสื่อสารสองทาง ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้สูงอายุในหมู่บ้านโดยตรงในฐานะพลเมืองหมู่บ้านเช่นเดียวกัน ใช้การไหลของการสื่อสารในแบบแนวนอน แบบไม่เป็นทางการโดยใช้ภาษาถิ่นในการสื่อสาร ซึ่งผลจากการสำรวจผู้สูงอายุพบว่าผู้สูงอายุต้องการการสื่อสารสองทางมากที่สุด รองลงมาผู้สูงอายุต้องการการสื่อสารสองทาง เหตุเพราะการสื่อสารทั้งสองรูปแบบต้องใช้สื่อบุคคล ซึ่งเป็นผู้สูงอายุให้ความเชื่อถือ เช่น ผู้ใหญ่บ้าน ตัวแทนจากองค์การบริหารส่วนตำบล อาสาสมัครสาธารณสุขหมู่บ้าน ทำหน้าที่เป็นผู้สื่อสาร

ในขณะที่เดียวกันผลจากการวิจัยนี้พบว่าผู้สูงอายุในพื้นที่ต้องการรับทราบความช่วยเหลือจากหมู่บ้านมากที่สุดผ่านหอกระจายข่าวและการประชุมหมู่บ้าน รองลงมาคือบุคลากรจากองค์การบริหารส่วนตำบล เนื่องจากผู้สูงอายุในพื้นที่มีความคุ้นเคยและเชื่อถือผู้ใหญ่บ้านและบุคลากรจากองค์การบริหารส่วนตำบล นอกจากนี้ผู้สูงอายุยังต้องการความช่วยเหลือจากตัวแทนชุมชนตนเองอย่างอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในการช่วยเหลือ ให้คำแนะนำเรื่องสุขภาพ และทำหน้าที่เป็นคนกลางระหว่างผู้ป่วยในชุมชนและทีมแพทย์ที่มาเยี่ยมรักษาอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านจึงมีบทบาทในการสื่อสารกับผู้สูงอายุในลักษณะแนวนอนแบบไม่เป็นทางการ แต่ในอีกทางหนึ่งก็ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้สูงอายุที่เจ็บป่วยในชุมชนกับทีมแพทย์โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล

อภิปรายผล

ตัวแทนจากภาครัฐและภาคชุมชนใช้รูปแบบการสื่อสาร การไหลของการสื่อสาร (Flow of Communication) ที่หลากหลาย สื่อหลายช่องทาง และช่องทางการเดินของสารหลากหลายทิศทาง สอดคล้องกับงานวิจัยของวัชรินทร์ จุลสารวล (2548) ซึ่งพบว่าในการสื่อสารในชุมชนมีลักษณะของการสื่อสารแบบใช้สื่อผสม ซึ่งเป็นการเลือกช่องทางการสื่อสารในหลากหลายช่องทางมาใช้เพื่อส่งสารไปยังผู้รับสารให้เหมาะสม โดยคำนึงถึงธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิด เช่น สื่อหอกระจายข่าว การสื่อสารผ่านการประชุมหมู่บ้าน และการใช้สื่อบุคคลที่เป็นที่เชื่อถือของคนในหมู่บ้าน มีการไหลของการสื่อสารทั้งจาก “บนลงล่าง” คือจากภาครัฐลงมายังประชาชน “ล่างขึ้นบน” คือจากประชาชนขึ้นไปยังภาครัฐ และ “การสื่อสารแนวนอน” คือการสื่อสารระหว่างคนในชุมชนด้วยกัน นอกจากนี้ผลจากการวิจัยยังพบว่าผู้สูงอายุในพื้นที่ต้องการรับทราบความช่วยเหลือจากผู้นำชุมชนมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของเสถียร เขยประทับ (2528) ที่กล่าวว่าผู้นำความคิดเป็นสื่อบุคคลที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลอื่นๆ โดยอาศัยวิธีการสื่อสารทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

ข้อสังเกตหนึ่งที่ได้จากงานวิจัยนี้คือ ผู้สูงอายุส่วนมากเลือกที่จะไม่มีส่วนร่วมในการเข้าร่วมการประชุมร่วมกับหมู่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 62.5 จากผู้สูงอายุที่สัมภาษณ์ทั้งหมด จากการสัมภาษณ์เหตุผลเพิ่มเติมพบว่าผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งได้ให้บุตรหลานหรือญาติเข้าร่วมการประชุมเพื่อรับฟังแทนโดยผู้สูงอายุได้รับทราบประเด็นสำคัญจากการประชุม ในขณะที่ผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างอีกส่วนหนึ่งไม่ต้องการมีส่วนร่วมในการประชุมหมู่บ้านเนื่องจากมองว่าตนเองมีความรู้และอายุมากแล้ว ไม่ควรที่จะแสดงความคิดเห็นใดๆ ซึ่งจากงานวิจัยของ ปิยกานดา บุญนิธิ (2552) ได้ชี้ให้เห็นว่าความรู้ทางการเมืองย่อมนำมาสู่ความเข้าใจในระบบประชาธิปไตย และการเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมือง รวมถึงการแสดงออกถึงการใช้สิทธิและหน้าที่พลเมืองของตนเอง อย่างไรก็ตามในการดูแลผู้สูงอายุทั้งที่อยู่ตามลำพังและอยู่กับครอบครัว จำเป็นต้องรับความช่วยเหลือทั้งจากทางภาครัฐและภาคชุมชน ผ่านรูปแบบการสื่อสารที่ผสมผสาน และสื่อในหลากหลายรูปแบบ เพื่อให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีและสามารถใช้ชีวิตอยู่ในชุมชนอย่างมีความสุข

สรุป

งานวิจัยนี้จึงสรุปได้ว่ารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้สูงอายุ จากกรณีศึกษาตำบลสระสมิง อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ผู้สูงอายุได้รับความช่วยเหลือผ่านการสื่อสารในหลากหลายรูปแบบ รูปแบบการสื่อสารที่ได้รับมากที่สุด คือ การสื่อสารผ่านผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ที่เป็นผู้นำที่เป็นทางการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ตัวแทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ผ่านสื่อที่เป็นทางการสื่อสารทางเดียวอย่าง หอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน ผ่านสื่อที่เป็นทางการสื่อสารสองทางอย่างการประชุมหมู่บ้าน หรือสื่อบุคคลที่เป็นแหล่งข่าวโดยตรง อย่างไรก็ตามผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความต้องการการสื่อสารแบบสองทางมากที่สุด จากบุคคลที่เป็นแหล่งข่าวหรือนำเชื่อถือมากที่สุดเพื่อเข้าถึงความช่วยเหลือจากภาครัฐและความช่วยเหลือจากในกลุ่มชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่นำไปใช้ประโยชน์

- ผู้สูงอายุที่มีปัญหาทางร่างกาย เช่น ปัญหาสายตา ปัญหาการได้ยิน ทำให้ความสามารถในการสื่อสารและการรับสารมีอุปสรรค การให้ความช่วยเหลือแก่ผู้สูงอายุผู้สื่อสารจึงควรเป็นสื่อบุคคลเป็นหลัก เนื่องจากการสื่อสารต่อหน้าที่สามารถทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันได้มากกว่า
- สื่อบุคคลควรที่จะเป็นบุคคลที่ผู้สูงอายุให้ความเชื่อถือ อย่างบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ เช่น แพทย์ และบุคคลที่ผู้สูงอายุให้ความเชื่อถือที่อยู่ในชุมชน
- หน่วยงานภาครัฐควรมีการประชาสัมพันธ์ในการเข้าถึงบริการจากภาครัฐผ่านสื่อต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงผู้สูงอายุและชุมชน เช่น การหนังสือแจ้งผู้ใหญ่บ้านให้ประชาสัมพันธ์ การออกหน่วยเพื่อประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์และสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์เบอร์โทรศัพท์สายด่วนเพื่อให้ผู้สูงอายุและชุมชนเข้าถึงการให้บริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว
- ภาครัฐและชุมชนควรสนับสนุนการเรียนรู้ที่จำเป็นสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย การรับประทานอาหาร การประกอบอาชีพที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่จำเป็นสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การใช้โทรศัพท์ การใช้อินเทอร์เน็ต การใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ และสนับสนุนการสมาคมของผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุคลายความเหงาได้ทำกิจกรรมร่วมกับผู้สูงอายุด้วยกัน
- หน่วยงานภาครัฐควรมีการรับฟังความต้องการของผู้สูงอายุ กระตุ้นและส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุอย่างเสมอภาค
- หน่วยงานภาครัฐควรมีการสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายชุมชนที่ทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้สูงอายุในชุมชน รวมถึงประสานหน่วยงานภาครัฐในการเข้าร่วมให้ความช่วยเหลือแก่ผู้สูงอายุ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- ควรนำกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมมาใช้ในการทำวิจัยเพื่อส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในชุมชน
- ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเพื่อสำรวจความต้องการของผู้สูงอายุที่มีต่อความช่วยเหลือจากภาครัฐและภาคชุมชน รวมถึงมีการวัดประสิทธิผลของการดำเนินนโยบายและการปฏิบัติการเพื่อสนับสนุนผู้สูงอายุในชุมชน
- ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาเครือข่ายชุมชนในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้สูงอายุในชุมชน รวมถึงประสานความช่วยเหลือจากภาครัฐมายังผู้สูงอายุในชุมชนที่ต้องการความช่วยเหลือ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับสนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัยจากคณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2553). พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เทพวานิสย์.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2547). การสื่อสารกับชุมชน: แนวคิดหลักเพื่อการพัฒนา. วารสารนิเทศศาสตร์, 2, (เมษายน-มิถุนายน).
- คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานผู้สูงอายุแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2552). แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2545 – 2564) ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: เทพวานิสย์.
- ดาร์ธัน อานันท์หนองสูงค์, เดือนเพ็ญ อีวรรณวิวัฒน์, ระวีวรรณ เอื้อพันธ์วิริยะกุล และพาจิตชนัด ศิริพานิช. (2554). รายงานการวิจัย การสำรวจและศึกษาสุขภาพ การสูงอายุ และการเกษียณในประเทศไทยโดยใช้ตัวอย่างซ้ำ (HART). กรุงเทพฯ: สำนักวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปิยกานดา บุญนิธิ. (2552). การมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้สูงอายุ: กรณีศึกษาชมรมผู้สูงอายุจังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม (สหสาขาวิชา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ระบบสถิติทางทะเบียน. (2560). สถิติประชากรและบ้าน – จำนวนประชากรแยกอายุ. สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2560 จาก http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php
- วัชรินทร์ จุลสำรวล. (2548). รูปแบบการสื่อสารในชุมชนปฐมวัย. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสวัสดิการสังคมแห่งชาติ. (2541). **ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการส่งเสริมสวัสดิการสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2537**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสวัสดิการสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2549, 2551, 2557, 2558). **รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

เสถียร เขยประทับ. (2528). **การสื่อสารและการพัฒนา**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

United Nations. (2016). **World Population Ageing 2015 Highlights**. New York: United Nations.

การรับรู้ของผู้บริโภคประเทศกัมพูชาต่อความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจและการ ให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ผ่านชายแดนช่องอานม้า จังหวัดอุบลราชธานี

เกียรติศักดิ์ พระเนตร, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹
ฐาตา โคตมมงคล, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²
กัม พรประเสริฐ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี³
Email: iiou_kiatisk@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาศักยภาพระบบโลจิสติกส์การค้าชายแดนระหว่าง ไทย-กัมพูชาผ่านจุดผ่อนปรนช่องอานม้า จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคประเทศกัมพูชาต่อความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจและการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย วิธีการศึกษาเริ่มจากการสุ่มตัวอย่างเพื่อแจกแบบสอบถามโดยกลุ่มตัวอย่างจะถูกเลือกขึ้นมาในลักษณะบังเอิญพบ เป็นจำนวน 400 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเบื้องต้น ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่ามัธยฐานเลขคณิต และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยและความสัมพันธ์ของข้อมูล ใช้วิธีการทดสอบค่าทีและการหาความสัมพันธ์โดยใช้แผนผังการกระจาย ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทยของผู้บริโภคประเทศกัมพูชา ในระดับมากที่สุดได้แก่ การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม และการจัดการคำร้องเรียนจากลูกค้า ตามลำดับ ส่วนการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทยของผู้บริโภคประเทศกัมพูชา ในอันดับมากที่สุดได้แก่ การให้ข้อมูลกับลูกค้าถึงสถานะของสินค้าได้ การให้บริการตามเงื่อนไขเวลาที่กำหนดกับลูกค้า และความพร้อมขององค์กรในการบริการลูกค้า ตามลำดับ ปัจจัยด้านลักษณะการเลือกซื้อสินค้าไม่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคประเทศกัมพูชาต่อความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจและการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 การรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้บริโภคประเทศกัมพูชาในระดับปานกลาง ที่ระดับความสัมพันธ์ 0.501

คำสำคัญ: ความสามารถด้านโลจิสติกส์ การจัดการธุรกิจ การให้บริการลูกค้า

ABSTRACT

This research is a part of a study of the potential of the border trade logistics system. Thailand - Cambodia through the Anma saddle area Ubon Ratchathani. The purpose of this study is to study the perception of Cambodian consumers on logistical capabilities in business management and customer service of Thai suppliers. The research started with Quota Sampling and then distributed the questionnaires. The samplings were selected as the accidental samplings not less than 400 sets. Basic statistics are used in data analysis: percentage, average, and standard deviation. To test the hypothesis, the researcher uses t-test and finds the relationship through Scatter Diagram. The results of the research show that the Cambodia consumer's perception of Logistics knowledge management of the business of Thai suppliers at most are forecasting customer needs, Development of technology and innovation and customer complaints management respectively. The Cambodia consumer's perception of Logistical expertise in customer service of Thai suppliers at most is the information provided to customers about the status of the product. Provide services in accordance with the customer service schedule and organizational readiness, respectively. Purchasing factors did not affect the perception of Cambodian consumers on logistical capabilities in business management and customer service of Thai suppliers at a significant level of 0.05, the logistic

^{1,2,3} สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

efficacy in business management was correlated with the logistical efficacy in customer service of Cambodian consumers at a moderate level at the 0.501.

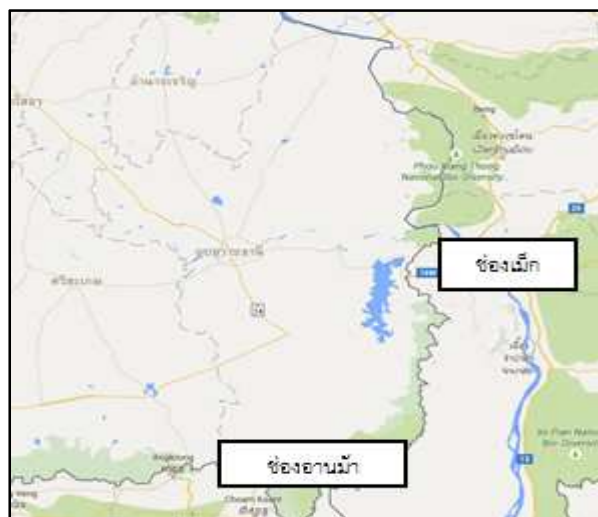
Keywords: Logic Skills, Business management, Customer Service

บทนำ

จากคาคาการณั้เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งเป็นคู่ค้าที่สำคัญของไทย พบว่า แนวโน้มยังคงมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น (กรมอาเซียน, 2560) จากแนวคิดหลักของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน “อาเซียนหลอมรวมกันเป็นเขตผลิตเดียวหรือตลาดเดียว” ที่ได้เริ่มขึ้นอย่างเป็นทางการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ย่อมส่งผลให้เกิดการค้าเสรีที่จะมีการเคลื่อนย้ายของสินค้าและปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศสมาชิกได้อย่างเสรี การเตรียมความพร้อมด้านการขนส่ง ทั้งปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน กำลังคน และระบบการบริหารจัดการจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดหลักข้างต้น ระบบโลจิสติกส์จึงเป็นดัชนีชี้วัดคุณภาพชีวิตและการเติบโตทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ และเพื่อรองรับการขยายตัวของการค้าเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประเทศไทยในฐานะภาคส่วนหนึ่งของประชาคม จึงต้องทำการเร่งพัฒนาโครงสร้างของระบบโลจิสติกส์ที่ดีเพื่อรองรับภาคขนส่งและบริการระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองในวิสัยทัศน์ในการเป็นศูนย์กลางหรือ logistics Hub ของภูมิภาค

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความเชื่อมโยงด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ภายใต้กรอบความร่วมมือในอนุภูมิภาคต่าง ๆ โดยมุ่งพัฒนาบริการขนส่งและโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานสากล ปรับปรุงกฎระเบียบการขนส่งคนและสินค้าที่เกี่ยวข้อง พัฒนาบุคลากรในธุรกิจการขนส่งและโลจิสติกส์ เชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวพื้นที่ชายแดน/เขตเศรษฐกิจชายแดน อีกส่วนคือการพัฒนารฐานลงทุนโดยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับอนุภูมิภาค มุ่งพัฒนาพื้นที่ในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศให้เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ให้เป็นฐานการพัฒนาด้านอุตสาหกรรม การเกษตร และการท่องเที่ยว พัฒนาเขตเศรษฐกิจชายแดนและเมืองชายแดน รวมทั้งบูรณาการแผนพัฒนาพื้นที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านให้บรรลุประโยชน์ร่วมกันทั้งด้านความมั่นคงและเสถียรภาพของพื้นที่

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาคหลักที่สำคัญของประเทศ ในการเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญการคมนาคมขนส่ง อุตสาหกรรมทั้งภาคการผลิต การค้าและบริการ รวมถึงเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอินโดจีนและลุ่มแม่น้ำโขงได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่ดีในการตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้า (Container Yard & Distribution Center) สู่ภูมิภาคอินโดจีน จังหวัดอุบลราชธานีซึ่งเป็นจังหวัดที่มีสำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งมีพื้นที่ติดต่อกับ 2 ประเทศ แขวงจำปาสัก ประเทศลาว ผ่านด่านถาวรอำเภอช่องเม็ก และ จังหวัดพระวิหาร ประเทศกัมพูชา ผ่านจุดผ่อนปรนช่องอานม้าอำเภอน้ำยืน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 จุดเชื่อมต่อชายแดนช่องเม็กและช่องอานม้า

ที่มา (www.google.co.th/maps/search/google+map/@15.2741927,104.8515309,15z/data=!3m1!4b1)

จุดผ่อนปรนการค้าช่องอานม้า ซึ่งเป็นจุดซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่าง 2 ประเทศ และยังเป็นอีกเส้นทางที่สามารถเชื่อมโยงระหว่าง 3 ประเทศ ได้แก่ ไทย-กัมพูชา-เวียดนาม จุดผ่อนปรนการค้าช่องอานม้า เปิดให้ประชาชนของทั้งสองประเทศเข้ามาซื้อขายสินค้าทุกวันตั้งแต่ เวลา 09.00-15.00 น. โดยชาวบ้านและนักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเข้าไปเพื่อซื้อ อาหารป่า และ สินค้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น ส่วนชาวกัมพูชาจะนิยมซื้อของเครื่องใช้เพื่อใช้ในการ อุปโภค บริโภค ในปัจจุบันช่องอานม้าอยู่ช่วงระยะของการยกระดับเป็นจุดผ่านแดนถาวรมีการคาดการณ์ว่าจะเป็นจุดผ่านแดนถาวรขนาดใหญ่ในอนาคต ซึ่งจะทำให้เกิดการค้าและการลงทุนระหว่างไทยและกัมพูชาเพิ่มขึ้น เช่น ด้านการเกษตรพันธะสัญญา ด้านอุตสาหกรรมเกษตร ด้านอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวและบริการ ฯลฯ เป็นต้น ซึ่งการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการขยายตัวของการลงทุน และการเคลื่อนย้ายสินค้าแรงงานผ่านจุดผ่อนปรนช่องอานม้าที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อพัฒนาการค้าการลงทุนที่จะเกิดขึ้นเป็นสิ่งที่ต้องกระทำอย่างเร่งด่วนโดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานของระบบโลจิสติกส์ เช่น ถนน ระบบขนส่ง สุภากร เป็นต้น (สำนักงานเศรษฐกิจเกษตร, 2559)

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยเห็นว่า การศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคประเทศกัมพูชาต่อความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจและการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ผ่านชายแดนช่องอานม้า จังหวัดอุบลราชธานี ภายใต้โครงการวิจัยเรื่องการศึกษาเพื่อวางแผนพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์ระหว่าง ไทย-กัมพูชา โดยผ่านช่องอานม้า จะเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมเพื่อให้จังหวัดอุบลราชธานีสามารถเป็นศูนย์กลางการขนส่งในภูมิภาคได้ รวมถึงเป็นการเพิ่มศักยภาพของการค้าระหว่างชายแดนโดยมุ่งเน้นไปที่ การขนส่ง การค้าและบริการเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเฉพาะพื้นที่เขตการค้าชายแดนช่องอานม้าต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคประเทศกัมพูชาต่อความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ผ่านชายแดนช่องอานม้า จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคประเทศกัมพูชาต่อความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ผ่านชายแดนช่องอานม้า จังหวัดอุบลราชธานี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจและความสามารถในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ผ่านชายแดนช่องอานม้า จังหวัดอุบลราชธานี ของผู้บริโภคประเทศกัมพูชา

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคสินค้าไทยจากประเทศกัมพูชาผ่านชายแดนช่องอานม้า จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบไม่คำนึงถึงความเป็นทางสถิติ (Non-Probability Sampling) โดยการสุ่มแบบสะดวก (Accidental Sampling or Convenience Sampling) ซึ่งผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่าง บริเวณเขตพื้นที่บริเวณช่องอานม้า อำเภอสำโรงไทย และ จังหวัดพระวิหาร ประเทศกัมพูชา ดังที่กำหนดไว้

2. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดสอบครั้งนี้ใช้วิธีการกำหนดกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรโดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้ว่ามากพอที่จะใช้เป็นตัวแทนประชากรซึ่งคำนวณโดยใช้ สูตรของคอคเรน (Cochran, 1977; อ้างใน ธีรฤดี เอกะกุล, 2549) ใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความถี่จำนวนมากและต้องการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรดังสูตร

$$n = Z^2 / 4e^2 \quad (1)$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มที่ยอมรับได้ไม่เกิน 0.05
 Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า 1.96
เมื่อแทนค่าหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะได้
 $n = 1.96^2 / (4 \times 0.05^2) = 384.16$

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ คือ 384.16 ตัวอย่าง เพื่อความแน่นอนผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีกรวมเป็น 400 ตัวอย่าง แล้วจึงทำการแจกภาคสนามและเก็บรวบรวมจนมีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ และสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ได้จำนวน 400 ตัวอย่าง จึงนำมาใช้ในการประมวลทั้งหมด

3. เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแปลเป็นภาษากัมพูชา โดยเครื่องมือดังกล่าวมีการหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและค่าความเชื่อมั่น ได้ค่าความเที่ยงตรง 0.94 และค่าความเชื่อมั่น 0.88 จากนั้นทำการปรับปรุงแก้ไขก่อนจะนำแบบสอบถาม (Questionnaire) ไปใช้จริงซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะการเลือกซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามส่วนที่ 1 มีลักษณะเป็นแบบตัวเลือก ส่วนที่ 2 และ 3 เป็นมาตราส่วนประเมินค่า 5 ตัวเลือก ด้วยวิธีการของ Likert โดยในคำถามที่มีความหมายเป็นบวก จะมีคำตอบให้เลือกดังต่อไปนี้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 เห็นด้วย = 4 เฉยๆ = 3 ไม่เห็นด้วย = 2 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 ส่วนของข้อคำถามที่มีลักษณะในเชิงลบ จะมีเกณฑ์ในการกำหนดให้ค่าคะแนนในแต่ละข้อกลับกันจากที่ได้นำเสนอวิธีในข้างต้น

ส่วนการแปลความหมายนั้น ระดับคะแนน 1.00 – 1.80 แปลคำว่าเห็นด้วยน้อยที่สุด ระดับคะแนน 1.81 – 2.60 แปลคำว่าเห็นด้วยน้อย ระดับคะแนน 2.61 – 3.40 แปลคำว่าเห็นด้วยปานกลาง ระดับคะแนน 3.41 – 4.20 แปลคำว่าเห็นด้วยมาก และ ระดับคะแนน 4.21 – 5.00 แปลคำว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจากประเทศ กัมพูชาจำนวน 400 คน มีวัตถุประสงค์ในการซื้อส่วนใหญ่คือ ซื้อเพื่อไปบริโภคจำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 และ ซื้อเพื่อไปจำหน่าย จำนวน 118 คนคิดเป็นร้อยละ 29.5 ความถี่ในการซื้อมากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 234 คนคิดเป็นร้อยละ 58.5 ไม่เกิน 1 ครั้งต่อสัปดาห์จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 เลือกซื้อจำเป็นต้องมีตราหือจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 ไม่จำเป็นต้องมีตราหือจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 และมีลักษณะอาชีพ รับเงินเดือนจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 เป็นเจ้าของกิจการจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0

2. ผลการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย

2.1 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจ ด้านนวัตกรรมและระบบสารสนเทศ แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจ ด้านนวัตกรรมและระบบสารสนเทศ

นวัตกรรมและระบบสารสนเทศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
1. การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม	4.14	0.74	มาก
2. การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า	4.39	0.73	มาก
3. การวิจัยและพัฒนา	3.14	0.79	ปานกลาง
4. ระบบฐานข้อมูลทางธุรกิจ	3.70	0.55	มาก
5. การใช้สังคมออนไลน์ในการติดต่อลูกค้า	3.39	0.77	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.71	0.87	มาก

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจ ด้านนวัตกรรมและระบบสารสนเทศ โดยรวม อยู่ในระดับมาก (3.71) โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า (4.39) รองลงมาคือ การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม (4.14) ระบบฐานข้อมูลทางธุรกิจ (3.70) การใช้สังคมออนไลน์ในการติดต่อลูกค้า (3.39) และ การวิจัยและพัฒนา (3.14) ตามลำดับ

2.2 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจ ด้านการกำหนดแนวทางธุรกิจ แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจ ด้านการกำหนดแนวทางธุรกิจ

การกำหนดแนวทางธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
6. การวางแผนการขาย เป้าหมาย และผลกำไร	3.94	0.82	มาก
7. การวางแผนกิจกรรมการตลาด	2.93	0.89	ปานกลาง
8. การปรับปรุงช่องทางจัดจำหน่าย	3.10	0.62	ปานกลาง
9. การจัดการคำร้องเรียนจากลูกค้า	4.04	0.56	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.46	0.72	ปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจด้านการกำหนดแนวทางธุรกิจโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง (3.46) โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านการจัดการคำร้องเรียนลูกค้า (4.04) รองลงมาคือ การวางแผนการขาย เป้าหมาย และผลกำไร (3.94) การปรับปรุงช่องทางจัดจำหน่าย (3.10) และ การวางแผนกิจกรรมการตลาด (2.93) ตามลำดับ

2.3 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจด้านการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจด้านการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร

การกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
10. การวางกลยุทธ์ระดับต่าง ๆ ในองค์กร	2.82	0.76	ปานกลาง
11. การจัดทำแผนกลยุทธ์	3.07	0.65	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	2.95	0.73	ปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจด้านการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง (2.95) โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านการจัดทำแผนกลยุทธ์ (3.07) รองลงมาคือ การวางกลยุทธ์ระดับต่าง ๆ ในองค์กร (2.82) ตามลำดับ

3. ผลการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย

3.1 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าด้านความน่าเชื่อถือ แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าด้านความน่าเชื่อถือ

ความน่าเชื่อถือ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
12. การให้บริการตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้ครบถ้วน	4.07	0.75	มาก
13. ภาพลักษณ์ในธุรกิจโลจิสติกส์	2.89	0.68	ปานกลาง
14. การให้บริการลูกค้าได้ถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก	3.48	0.62	มาก
15. การให้บริการตามเงื่อนไขเวลาที่กำหนดกับลูกค้า	4.34	0.63	มาก
16. การให้ข้อมูลกับลูกค้าถึงสถานะของสินค้าได้	4.52	0.84	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.15	0.70	มาก

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าด้านความน่าเชื่อถือโดยรวม อยู่ในระดับมาก (4.15) โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านการให้ข้อมูลกับลูกค้าถึงสถานะของสินค้าได้ (4.52) รองลงมาคือ การให้บริการตามเงื่อนไขที่กำหนดกับลูกค้า (4.34) การให้บริการตามเงื่อนไขที่ตกลงไว้ครบถ้วน (4.07) การให้บริการลูกค้าได้ถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรก (3.48) และ ภาพลักษณ์ในธุรกิจโลจิสติกส์ (2.89) ตามลำดับ

3.2 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าด้านการตอบสนองต่อลูกค้า แสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

การตอบสนองต่อลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
17. ความพร้อมขององค์กรในการบริการลูกค้า	4.20	0.95	มาก
18. ความเต็มใจที่จะให้บริการหรือช่วยเหลือลูกค้า	3.90	0.58	มาก
19. การแลกเปลี่ยนสารสนเทศกับลูกค้า	2.79	0.81	ปานกลาง
20. การวางแผนการทำงานร่วมกับลูกค้า	3.64	0.84	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94	0.80	มาก

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าด้านการตอบสนองต่อลูกค้าโดยรวม อยู่ในระดับมาก (3.94) โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านความพร้อมขององค์กรในการบริการลูกค้า (4.20) รองลงมาคือ ความเต็มใจที่จะให้บริการหรือช่วยเหลือลูกค้า (3.90) การวางแผนการทำงานร่วมกับลูกค้า (3.64) และ การแลกเปลี่ยนสารสนเทศกับลูกค้า (2.79) ตามลำดับ

3.3 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าด้านความปลอดภัยและการรับประกัน แสดงดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าด้านความปลอดภัยและการรับประกัน

ความปลอดภัยและการรับประกัน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
21. ความสามารถของพนักงานในการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า	3.97	0.71	มาก
22. ความไว้วางใจของลูกค้าด้านความปลอดภัยสินค้า	4.14	0.66	มาก
23. ความรู้สึกไว้วางใจของลูกค้าในขณะทำธุรกรรม	3.95	0.78	มาก
24. มีระบบการจัดการชดเชยค่าเสียหาย	3.85	0.82	มาก
25. จำนวนครั้งความเสียหายของสินค้าขณะให้บริการ	3.62	0.65	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.83	0.72	มาก

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าด้านความปลอดภัยและการรับประกัน โดยรวม อยู่ในระดับมาก (3.83) โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านความไว้วางใจของลูกค้าด้านความปลอดภัยสินค้า (4.14) รองลงมาคือ ความสามารถของพนักงานในการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า (3.97) มีระบบการจัดการชดเชยค่าเสียหาย (3.85) และ จำนวนครั้งความเสียหายของสินค้าขณะให้บริการ (3.62) ตามลำดับ

3.4 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าด้านความเข้าใจลักษณะการให้บริการ แสดงดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าด้านความเข้าใจลักษณะการให้บริการ

ความเข้าใจลักษณะการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
26. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของลูกค้า	3.61	0.76	มาก
27. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าได้	3.76	0.91	มาก
28. การให้บริการลูกค้าโดยใช้เทคโนโลยี	3.71	0.89	มาก
29. การให้บริการลูกค้าในด้านการวิเคราะห์คุณค่าและลดต้นทุน	3.77	0.94	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.70	0.88	มาก

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าด้านความเข้าใจลักษณะการให้บริการ โดยรวม อยู่ในระดับมาก (3.30) โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านการให้บริการลูกค้าในด้านการวิเคราะห์คุณค่า (3.77) รองลงมาคือ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าได้ (3.76) การให้บริการลูกค้าโดยใช้เทคโนโลยี (3.71) และ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของลูกค้า (3.61) ตามลำดับ

3.5 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าด้านการให้บริการที่จับต้องได้แสดงดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ผลการศึกษาการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าด้านการให้บริการที่จับต้องได้

การให้บริการที่จับต้องได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
30. การใช้สินทรัพย์อย่างคุ้มค่า	3.89	0.66	มาก
31. มีการบริหารพาหนะจัดส่งที่ดี	3.79	0.89	มาก
32. การทำธุรกรรมกับลูกค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและการส่งถ่ายข้อมูลอย่างปลอดภัย	3.25	0.76	ปานกลาง
33. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดตามและตรวจสอบย้อนกลับสินค้า	3.05	0.91	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.55	0.81	ปานกลาง

ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าด้านการให้บริการที่จับต้องได้ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง (3.55) โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านการใช้สินทรัพย์อย่างคุ้มค่า (3.89) รองลงมาคือ มีการบริหารพาหนะจัดส่งที่ดี (3.79) การทำธุรกรรมกับลูกค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและการส่งถ่ายข้อมูลอย่างปลอดภัย (3.25) และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดตามและตรวจสอบย้อนกลับสินค้า (3.05) ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะการเลือกซื้อสินค้า วัตถุประสงค์ในการซื้อส่วนใหญ่ ความถี่ในการซื้อ การให้ความสำคัญของตรयीหือ และ ลักษณะอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลให้การรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ของผู้บริโภคจากประเทศกัมพูชา แตกต่างกัน

ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

ลักษณะการเลือกซื้อสินค้า		t - test for Equality of Means					
		n	$\bar{X}$	S.D	t ตาราง	t คำนวณ	H ₀ Result
วัตถุประสงค์ในการซื้อส่วนใหญ่	ซื้อเพื่อไปจำหน่าย	118	3.80	0.77	1.986	0.094	Accept
	ซื้อเพื่อไปบริโภค	282	3.96	0.85			
ความถี่ในการซื้อ	ไม่เกิน 1 ครั้งต่อสัปดาห์	166	4.06	0.92	1.984	0.094	Accept
	มากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์	234	3.89	0.82			
การให้ความสำคัญของตรयीหือ	จำเป็นต้องมีตรयीหือ	217	3.97	0.96	1.984	0.094	Accept
	ไม่จำเป็นต้องมีตรयीหือ	183	3.78	0.81			
ลักษณะอาชีพของผู้ซื้อ	รับเงินเดือน	204	3.84	0.69	1.982	0.094	Accept
	เจ้าของกิจการ	196	4.09	0.84			

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อส่วนใหญ่ต่างกันมีผลต่อการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการซื้อต่างกันมีผลต่อการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีการให้ความสำคัญของตรयीหือแตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านลักษณะการเลือกซื้อสินค้า วัตถุประสงค์ในการซื้อส่วนใหญ่ ความถี่ในการซื้อ การให้ความสำคัญของตรयीหือ และ ลักษณะอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลให้การรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ของผู้บริโภคจากประเทศกัมพูชา แตกต่างกัน

ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

ลักษณะการเลือกซื้อสินค้า		t - test for Equality of Means					
		n	$\bar{X}$	S.D	t ตาราง	t คำนวณ	H ₀ Result
วัตถุประสงค์ในการซื้อส่วนใหญ่	ซื้อเพื่อไปจำหน่าย	118	4.04	0.73	1.980	0.094	Accept
	ซื้อเพื่อไปบริโภค	282	4.16	0.70			
ความถี่ในการซื้อ	ไม่เกิน 1 ครั้งต่อสัปดาห์	166	3.83	0.84	1.988	0.094	Accept
	มากกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์	234	4.01	0.71			
การให้ความสำคัญของตรयीหือ	จำเป็นต้องมีตรयीหือ	217	3.97	0.91	1.981	0.094	Accept
	ไม่จำเป็นต้องมีตรयीหือ	183	4.09	0.88			
ลักษณะอาชีพของผู้ซื้อ	รับเงินเดือน	204	4.11	0.99	1.982	0.094	Accept
	เจ้าของกิจการ	196	4.07	0.89			

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อส่วนใหญ่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการซื้อแตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีการให้ความสำคัญของตรรกะที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

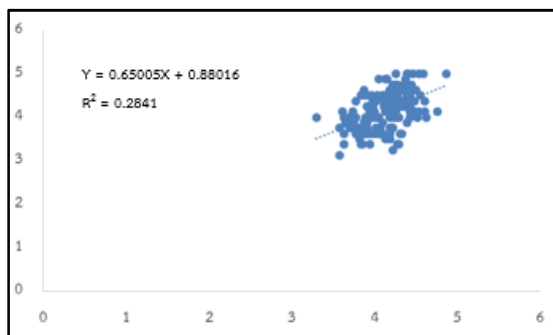
กลุ่มตัวอย่าง ที่มีลักษณะอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 การรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ของผู้ประกอบการประเทศกัมพูชา

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ของผู้ประกอบการประเทศกัมพูชา ในระดับปานกลาง ($r = .533$) ซึ่งจากการประมวลผลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Linear Relationship) ดังสมการที่ (2)

$$Y = 0.65X + 0.88 \quad (2)$$

โดย X หมายถึง ปัจจัยการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด
และ Y หมายถึง ทักษะการรับรู้ที่มีต่อสินค้าที่ผลิตจากประเทศไทย
ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แผนภาพการกระจายแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจกับการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ของผู้ประกอบการประเทศกัมพูชา

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยจะเห็นว่าความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย จากการรับรู้ของผู้บริโภคประเทศกัมพูชา ที่ต้องมีการปรับปรุงแก้ไขได้แก่ ภาพลักษณ์ในธุรกิจโลจิสติกส์ การแลกเปลี่ยนสารสนเทศกับลูกค้า การทำธุรกรรมกับลูกค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและการส่งถ่ายข้อมูลอย่างปลอดภัย การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดตามและตรวจสอบย้อนกลับสินค้า จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ควรปรับปรุงส่วนใหญ่เป็นปัจจัยด้านการสื่อสารทางเทคโนโลยี ดังเช่นผลจากงานวิจัยของ ลภัสวัฒน์ ศุภผลกุลนันท์ (2559) ซึ่งได้ศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการเปิดเสรีทางการค้าอาเซียน : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา พบว่า การปรับตัวของเพื่อรองรับทางการค้า เป็นการเคลื่อนตัวของปัจจัยภายในภาคธุรกิจทั้งด้านฝีมือ ทักษะการทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และภาษา ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน และกระแสการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคเทคโนโลยี ดังนั้น จึงควรมีการพัฒนาปัจจัยภายในทั้งด้าน การบริหารจัดการองค์กรด้านเทคโนโลยี การพัฒนาระบบสารสนเทศให้มีคุณภาพ รวมถึงความเชี่ยวชาญของทรัพยากรบุคคลด้าน ความรู้ การพัฒนาระบบคิด และทักษะความชำนาญในการทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้มีความพร้อมและก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุภาพรรณ วัฒนาอุดมชัย (2559) SMEs ไทยยุคใหม่กับการใช้เทคโนโลยีเพื่อก้าวทัน E-Commerce พบว่า แนวทางการปรับตัวเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ประกอบด้วยการพัฒนาปัจจัยภายในก่อนได้แก่ ด้านแรงงาน เทคโนโลยี และด้านเงินทุน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดคือ ด้านเทคโนโลยี รองลงมาด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

ด้านราคา ตามลำดับ สอดคล้องกับผล การศึกษาของ อิศารัตน์ โชคสุชาติ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ความสำคัญและการเตรียมความพร้อมของไทย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการในภาคเอกชนที่คงต้องเร่งปรับตัวเพื่อสร้างขีดความสามารถ เช่น การเร่งพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ในการสื่อสารและการพัฒนาในด้านนวัตกรรมใหม่ๆ ส่วนภาครัฐก็ควรทำความเข้าใจ และเตรียมมาตรการป้องกันเพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้น

สรุป

ผลการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทยของผู้บริโภคประเทศกัมพูชา ในระดับมากที่สุดได้แก่ การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม และการจัดการคำสั่งซื้อจากลูกค้า ตามลำดับ ส่วนการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทยของผู้บริโภคประเทศกัมพูชา ในอันดับมากที่สุดได้แก่ การให้ข้อมูลกับลูกค้าถึงสถานะของสินค้าได้ การให้บริการตามเงื่อนไขที่กำหนดกับลูกค้า และ ความพร้อมขององค์กรในการบริการลูกค้า ตามลำดับ ปัจจัยด้านลักษณะการเลือกซื้อสินค้าไม่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคประเทศกัมพูชาต่อความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจและการให้บริการลูกค้าของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 การรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการให้บริการลูกค้าของผู้บริโภคประเทศกัมพูชาในระดับปานกลาง ที่ระดับความสัมพันธ์ 0.501

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการค้นพบ

จากผลการวิจัย ประเด็นความสามารถด้านโลจิสติกส์ในการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจากประเทศไทย ที่มีระดับการรับรู้ของผู้บริโภคประเทศกัมพูชาในระดับต่ำ ควรเร่งปรับปรุงแก้ไขได้แก่ ภาพลักษณ์ในธุรกิจโลจิสติกส์ การแลกเปลี่ยนสารสนเทศกับลูกค้า การทำธุรกรรมกับลูกค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและการส่งถ่ายข้อมูลอย่างปลอดภัย การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดตามและตรวจสอบย้อนกลับสินค้า จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ควรปรับปรุงส่วนใหญ่เป็นปัจจัยด้านการสื่อสารทางเทคโนโลยี

ดังนั้น แนวทางในการสนับสนุนให้ธุรกิจโลจิสติกส์ไทยที่สำคัญ คือ ภาครัฐควรจัดทำแผนระยะยาวทางด้านนโยบายและแผนการดำเนินงานที่ส่งเสริมความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแก่ผู้ประกอบการที่เป็นรูปธรรม เร่งส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในรูปแบบต่างๆ ทบทวนรูปแบบการสื่อสารที่ล้าสมัย บูรณาการกฎระเบียบการแลกเปลี่ยนข้อมูลและเงินตราที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์เข้าด้วยกันโดยมีเจ้าภาพที่ชัดเจน และการเจรจาความตกลงการสื่อสารข้ามแดนกับประเทศที่เกี่ยวข้องและนำมาบังคับใช้อย่างเท่าเทียมกัน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาการสร้างกลยุทธ์ด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการชายแดนไทย ในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- 2) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจและความพึงพอใจต่อความสามารถด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการไทยของการค้าชายแดนแหล่งอื่น ๆ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเพื่อวางแผนพัฒนาระบบการจัดการโลจิสติกส์ระหว่าง ไทย-กัมพูชา โดยผ่านช่องทางม้า จังหวัดอุบลราชธานี ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ขอขอบพระคุณหน่วยงานผู้สนับสนุน ผู้เชี่ยวชาญ นักศึกษาช่วยงาน และ บุคคลหลาย ๆ ท่าน ที่อนุเคราะห์ข้อมูลในการทำวิจัย จนสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์

เอกสารอ้างอิง

กรมอาเซียน. (2560). **ข้อมูลประเทศสมาชิกอาเซียน**. กรุงเทพฯ: กรมอาเซียน กระทรวงต่างประเทศ.

อิสราตัน โชคสุชาติ. (2555). ศักยภาพของประเทศสมาชิกอาเซียนกับการปรับตัวของผู้ประกอบการไทย. **วารสารนักบริหาร**, 32(3), (กรกฎาคม - กันยายน): 26 -39.

ธีรวิทย์ เอกะกุล. (2549). **ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 4. อุบลราชธานี: วิทยาออฟเซตการพิมพ์.

ลักสวัฒน์ ศุภผลกุลนันท์. (2559). การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อการเปิดเสรีทางการค้าอาเซียน กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา. **วารสารเทคโนโลยีราชชมกลล้านนา**, 4(2), (กรกฎาคม - ธันวาคม): 79 -90.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). ยุทธศาสตร์การพัฒนาโลจิสติกส์ของไทยปี 2560-2564.

กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.

สำนักงานเศรษฐกิจเกษตร. (2559). ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าวัตถุดิบทางการเกษตร ปี 2554 -2559. สืบค้นเมื่อ 18

มกราคม 2559 จาก <http://oldweb.oae.go.th/economicdata/pesticides.html>

สุภาพรณ วัฒนาอุดมชัย. (2559). SMEs ไทยยุคใหม่กับการใช้เทคโนโลยีเพื่อก้าวทัน e-Commerce. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.

www.google.co.th/maps. (2561). ช่องเม็กและช่องอานม้า. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561 จาก

www.google.co.th/maps/search/google+map/@15.2741927,104.8515309,15z/data=!3m1!4b1

การปรับปรุงกระบวนการผลิตอิฐมอญโดยการลดความสูญเปล่า กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน กลุ่มอิฐมอญ อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

อมรรัตน์ พรประเสริฐ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹

กิม พรประเสริฐ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²

Email: otang_o@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ปรับปรุงกระบวนการผลิตอิฐมอญโดยการลดความสูญเปล่า กรณีศึกษากรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอิฐมอญ อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี งานวิจัยใช้วิธีการดำเนินงานตามกระบวนการ ชิกซ์ ชิกมาร์ โดยเริ่มค้นหาสภาพปัจจุบัน ศึกษากระบวนการผลิตก่อนปรับปรุง ค้นหาสาเหตุของปัญหา หามาตรการเพื่อดำเนินการปรับปรุงแก้ไข จากนั้นศึกษากระบวนการผลิตหลังปรับปรุง และเปรียบเทียบผลก่อนและหลังการแก้ไข ผลงานวิจัยพบว่า กระบวนการผลิตมีความสูญเปล่าด้านจำนวนขั้นตอน ระยะทาง และ เวลา จึงทำการปรับปรุงแก้ไขโดยใช้หลักการ อีซีอาร์เอส หลังการแก้ไขโดยการ ศึกษาเวลาปรับปรุงกระบวนการทำงาน และวางแผนการผลิตใหม่เป็นภาพตัวยู ผลปรากฏว่า ขั้นตอนการปฏิบัติงานลดลง 3 ขั้นตอน ระยะทางในกระบวนการผลิตลดลง 20 เมตร และเวลาในการผลิตลดลง 17,637 นาทีต่อการผลิต 20,000 ก้อน โดยกลุ่มชุมชนสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดมาตรฐานการทำงาน เพื่อยกระดับมาตรฐานอิฐมอญในจังหวัดอุบลราชธานีต่อไป

คำสำคัญ: กระบวนการผลิต อิฐมอญ ความสูญเปล่า

ABSTRACT

This research aims to production improvement of the clay brick product based on wastes reduction, a case study of Moon riverside community, Warinchamrab, Ubon Ratchathani. The research was based on the Six Sigma process. The research started from finding for the current condition. Study process before update Find the cause of the problem. Take measures to make improvements. Then study the post-production process. And compare the results before and after the correction. The research found that. Production process is waste in number of process, distance and time. Then we improved by using ECRS principle after correction by process study, improvement time and the plan layout rearrange with U-pattern. The result found that operating process can also reduce 3 processes, process distance was reduced 20 meters, and process time was reduced 17,637 minutes per 20,000 pieces. Community groups can apply research results to standardize their work. To upgrade the standard of brick in Mon. Ubon Ratchathani.

Keywords: Process, Clay Brick, Waste

บทนำ

เป็นที่ทราบกันดีว่าเศรษฐกิจประเทศไทยในปัจจุบันเกิดปัญหาความผันผวนอย่างต่อเนื่อง กระแสการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การดำรงชีพ จึงเป็นประเด็นที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมทุกภาคส่วนนำมาตั้งเป็นโจทย์ในการประกอบตัวให้รอดพ้นจากวิกฤตินี้ ซึ่ง จะเห็นได้จากกิจการหลาย ๆ แห่งมีการลดขนาดองค์กรธุรกิจจากขนาดใหญ่เป็นหน่วยธุรกิจขนาดเล็กลง ดังนั้นอุตสาหกรรมขนาด ย่อมจึงมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้ดีขึ้น เนื่องจากมีการแข่งขันทางการค้าต่ำ ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ใช้ ความสามารถของเจ้าของกิจการในการควบคุมบริหารงานและบริการลูกค้า อีกทั้งยังสามารถปรับตัวเข้ากับ การเปลี่ยนแปลงของท้องถิ่น ได้ง่าย และที่สำคัญมีต้นทุนในการดำเนินการต่ำ ดังนั้นทุกภาคส่วนจึงมีการผลักดันให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดย่อมให้มี มาตรฐานและมีคุณภาพที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ณัฐวุฒิ วิเศษ, 2555)

ในจังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดขนาดใหญ่ที่มีกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดย่อมชนิดหนึ่งซึ่งได้แก่อิฐมอญ ซึ่งนิยมผลิตในชุมชน ริมแม่น้ำมอญอย่างแพร่หลายตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะในอำเภวารินชำราบ เนื่องจากเป็นพื้นที่ซึ่งมีวัตถุดิบในท้องถิ่น

¹ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ซึ่งประกอบด้วย ดินเหนียว น้ำ และวัสดุที่ไม่มีความเหนียว อาทิ แกลบ ซึ่งเอียนนำมาผสมกันในอัตราส่วนที่เหมาะสม นวดผสมให้เป็นเนื้อเดียวกัน ใส่แบบพิมพ์อัดเป็นก้อนสี่เหลี่ยมตามขนาดที่ต้องการ โดยการผลิตอิฐมอญในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานีเดิมที่นิยมทำเป็นอาชีพร่วมจากการทำนาต่อมาได้พัฒนาเป็นอาชีพหลักในปัจจุบัน สามารถสร้างรายได้ให้แก่วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมาอย่างยาวนาน

ในยุคที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบันดังกล่าวมาแล้ว การเพิ่มรายได้โดยการเพิ่มราคาขายเป็นไปได้ยาก การลดต้นทุนจึงเป็นวิธีการที่ควรนำมาใช้ ซึ่งการลดความสูญเสียเปล่านั้นมีอยู่เป็นวิธีการลดต้นทุนที่ดีที่สุดและสามารถกระทำได้อย่างต่อเนื่อง ความสูญเสียเปล่านั้นแบ่งเป็น 7 ประการ (7 Wastes) ประกอบด้วย 1) ความสูญเสียเนื่องจากการผลิตมากเกินไป (Overproduction) 2) ความสูญเสียเนื่องจากการเก็บวัสดุคงคลัง (Inventory) 3) ความสูญเสียเนื่องจากการขนส่ง (Transportation) 4) ความสูญเสียเนื่องจากการเคลื่อนไหว (Motion) 5) ความสูญเสียเนื่องจากการกระบวนการผลิต (Processing) 6) ความสูญเสียเนื่องจากการรอคอย (Delay) และ 7) ความสูญเสียเนื่องจากการผลิตของเสีย (Defect) ซึ่งในกระบวนการผลิตมักจะพบว่ามีค่าความสูญเสียต่างๆ แฝงอยู่ไม่มากนัก (คณิศร ภูนิคม, 2556) ซึ่งเป็นเหตุให้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการต่ำกว่าที่ควรจะเป็น เช่นใช้เวลานานในการผลิตสินค้าคุณภาพต่ำ ต้นทุนสูง ดังนั้นการใช้แนวคิดเพื่อพยายามลดความสูญเสียเหล่านี้จึงเป็นแนวทางที่เหมาะสมอย่างยิ่ง การวิจัยเรื่องการปรับปรุงกระบวนการผลิตอิฐมอญโดยการลดความสูญเสีย กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอิฐมอญ อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี จะช่วยเป็นแนวทางในการลดต้นทุน เพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ผลิต โดยกลุ่มชุมชนสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดมาตรฐานการทำงาน เพื่อยกระดับมาตรฐานอิฐมอญในจังหวัดอุบลราชธานีต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตอิฐมอญโดยการลดความสูญเสีย กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอิฐมอญ อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยขั้นตอนนี้จะเป็นการปรับปรุงกระบวนการผลิตอิฐมอญ ผู้วิจัยใช้วิธีการดำเนินการตามกระบวนการ Six Sigma (DMAIC) ดังต่อไปนี้ (มนตรี สิลาวีชัย, 2560)

1. Define คือ ขั้นตอนของการนิยามหรือกำหนดปัญหา เลือกโครงการที่จะทำการปรับปรุงหรือออกแบบ ทั้งนี้เน้นความต้องการของลูกค้าเป็นหลักด้วย เพื่อให้โครงการที่เลือกทำนั้นเป็นเรื่องสำคัญจริงๆ ทำแล้วคุ้มค่า ตรงประเด็นไม่เสียเวลา
2. Measure คือ ขั้นตอนการวัด เช่นวัดความสามารถของกระบวนการ วัดของเสีย วัดประสิทธิผล ฯลฯ เพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าแปรต่างๆ
3. Analyze คือ ขั้นตอนการวิเคราะห์เพื่อพิสูจน์ตัวแปรที่สำคัญที่สุดในกระบวนการที่เป็นสาเหตุของปัญหาที่นิยามไว้ เช่น การทำไม่ได้ตามข้อกำหนดของลูกค้า หรือเป้าหมายการออกแบบที่กำหนด ฯลฯ
4. Improve คือขั้นตอนของการปรับปรุง หลังจากที่ได้พบตัวแปรที่มีผลสำคัญได้แล้ว ก็ลงมือแก้ไขปรับปรุง เพื่อขจัดสาเหตุที่วิเคราะห์ได้ หรือในการออกแบบขั้นนี้จะเป็นการออกแบบกระบวนการ เพื่อขจัดหรือควบคุมตัวแปรที่วิเคราะห์ได้
5. Control คือ ขั้นตอนของการควบคุม เพื่อให้กระบวนการนั้นอยู่ภายใต้การควบคุมอย่างสม่ำเสมอ

ในหามาตรการแก้ไขปัญหานั้น ได้พิจารณาโดยใช้หลักการ (ECRS J. Black, 2008) ซึ่งประกอบด้วยกำจัด (Eliminate) การรวมกัน (Combine) การจัดเรียงใหม่ (Rearrange) และ การทำให้ง่ายขึ้น (Simplify) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการและหลักการที่ใช้ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ขั้นตอนการดำเนินการและหลักการที่ใช้ปรับปรุงกระบวนการผลิตอิฐมอญ

กระบวนการ Six Sigma	ขั้นตอนการดำเนินการ	หลักการที่ใช้
Define	ค้นหาสภาพปัจจุบัน	การศึกษาการทำงาน, แผนภูมิกระบวนการผลิต, แผนภาพการเดินทาง
Measure	ศึกษากระบวนการผลิตก่อนปรับปรุง	ใบตรวจสอบบันทึกเวลากิจกรรม, แผนภูมิกระบวนการไหล
Analysis	ค้นหาสาเหตุของปัญหา	Brain Storming
	หามาตรการแก้ไขปัญหา	ECRS
Improve	ดำเนินการปรับปรุงแก้ไข	Brain Storming
	ศึกษากระบวนการผลิตหลังปรับปรุง	แผนภูมิกระบวนการไหล
Controlling	เปรียบเทียบผลก่อนและหลังการแก้ไข	การศึกษาขั้นตอน เวลา ระยะทาง
	จัดทำเป็นมาตรฐาน	Working Standard

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาลักษณะของสายการผลิต (Define)

จากการศึกษากระบวนการผลิตอิฐมอญในท้องถิ่นชุมชนริมแม่น้ำมูล อำเภวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ทำให้ทราบลักษณะขั้นตอนกระบวนการทำงานหลักดังนี้

1.1 กระบวนการเตรียมวัตถุดิบ เป็นการนำวัตถุดิบต่างๆ มากองไว้ แล้วเก็บเศษสิ่งไม่พึงประสงค์ออกไป



ภาพที่ 1 การเตรียมวัตถุดิบในการผลิตอิฐมอญ

1.2 กระบวนการหมักวัตถุดิบ เป็นการนำวัตถุดิบลงบ่อหมักให้เต็มผสมน้ำใช้จอบเคล้าให้ทั่วแล้วหมักไว้ประมาณ 14 ชั่วโมง



ภาพที่ 2 วัตถุดิบในการผลิตอิฐมอญที่หมักผสมตามสูตรและขนาดเสร็จเรียบร้อยแล้ว

1.3 กระบวนการโมและอัดวัตถุดิบ หมายถึงนำวัตถุดิบลงในเครื่องโม วัตถุดิบที่ได้จากการโมจะมีความเหนียวละเอียด



ภาพที่ 3 การนำวัตถุดิบเข้าเครื่องไม้และอัด

1.4. กระบวนการการตัดวัตถุดิบ คือการตัดวัตถุดิบเป็นก้อนอิฐดิบตามขนาดที่ต้องการ หลังจากวัตถุดิบไหลออกจากเครื่องไม้และอัดเป็นก้อนยาวแล้ว



ภาพที่ 4 การตัดอิฐจากเครื่องไม้และอัด

1.5. ตรวจสอบอิฐดิบที่ได้จากการตัด



ภาพที่ 5 ตรวจสอบอิฐดิบที่ได้จากการตัด

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

1.6 กระบวนการลำเลียงอิฐดิบ เป็นการจัดวางอิฐใส่รถเข็นเพื่อเคลื่อนย้ายไปตาก



ภาพที่ 6 จัดวางอิฐใส่รถเข็นเพื่อเคลื่อนย้ายไปตาก

1.7 กระบวนการตากอิฐ กระทำโดยการจัดเรียงอิฐตากไว้กลางแจ้ง เพื่อที่อิฐจะได้รับแดดและลมจนแห้ง



ภาพที่ 7 การตากอิฐก่อนนำไปเผา

1.8 กระบวนการเรียงอิฐก่อนการเผา



ภาพที่ 8 การเรียงอิฐก่อนการเผา

1.9 กระบวนการเผา

นำอิฐมอดูที่ตากแห้งแล้วมาเผาเพื่อให้อิฐมอดูที่มีความแข็งแรงตามลักษณะที่ต้องการ



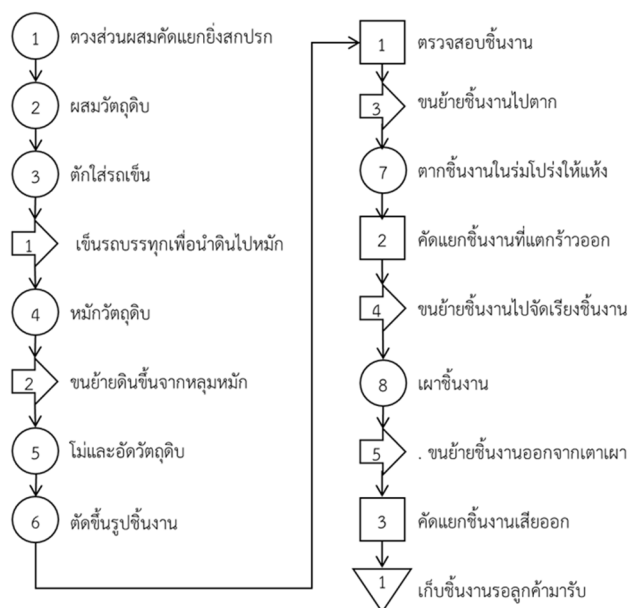
ภาพที่ 9 การเผาอิฐ

1.10 กระบวนการเก็บอิฐเตรียมจำหน่าย ทำการเก็บอิฐที่เผาแล้วไว้รอการจำหน่ายให้แก่ลูกค้า

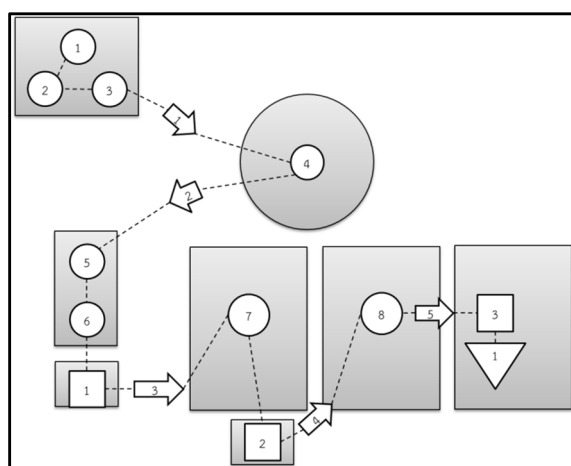


ภาพที่ 10 อิฐที่เผาเสร็จแล้วรอการขนส่งให้ลูกค้า

จากนั้นผู้วิจัยทำการศึกษาเส้นทางสายการผลิตกระถางก่อนการปรับปรุงอย่างละเอียด โดยแสดงในภาพแบบแผนภูมิ โดยมีสัญลักษณ์คือ 1. O หมายถึง Operation 2.  หมายถึง Transport 3.  หมายถึง Inspection 4. D หมายถึง Delay และ 5.  หมายถึง Storage ได้ผลดังแสดงในภาพที่ 11 แผนภาพการเดินทางของสายการผลิตในภาพที่ 12



ภาพที่ 11 แผนภูมิกระบวนการผลิต (Operation Process Chart)



ภาพที่ 12 แผนภาพการเดินทางของสายการผลิต

2. ผลการศึกษาระยะทางและเวลาของกระบวนการผลิต (Measure)

ทำการศึกษาแผนภูมิการบวนการไหล Flow Process Chart ของกระบวนการก่อนปรับปรุง เพื่อหาระยะทางและเวลาในการทำงาน ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า เวลาที่ใช้ในแต่ละกระบวนการผลิตก่อนปรับปรุงแสดงในตารางที่ 2 และระยะทางที่ใช้ในกระบวนการผลิตก่อนปรับปรุงแสดงในตารางที่ 3

3. ผลการวิเคราะห์หาความสูญเสีย (Analysis)

ทำการวิเคราะห์หาความสูญเสียโดยใช้การระดมสมองวิเคราะห์ขั้นตอนที่เปล่าประโยชน์จากแผนภูมิการบวนการไหลของกระบวนการโดยทำการวิเคราะห์การรอคอย วิเคราะห์กิจกรรมที่ทำร่วมกันและแยกทำ เพื่อลดเวลาว่างงานของพนักงานและเครื่องจักรลง หรือเพิ่มผลิตภาพในการทำงาน หลังจากนั้นนำผลการศึกษาที่ได้ไปทำการปรับปรุงเพื่อลดระยะทาง ระยะเวลา และ ความสูญเสียอื่น ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการต่อไปจากตารางพบว่าจากขั้นตอนการผลิตทั้งหมด 17 ขั้นตอน จะผลิตได้ 20,000 ก้อน สามารถจำแนกเป็นกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่า (VA) คือกิจกรรมที่มีการปฏิบัติงาน มี 10 กิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 36.05 จำแนกเป็นกิจกรรมที่ไม่จำเป็นแต่เพิ่มมูลค่า (NVA) คือกิจกรรมที่มีการตรวจสอบ มี 2 กิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 2.50 และจำแนกเป็นกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่า

(NVA) คือกิจกรรมที่มีการเคลื่อนที่ที่ไม่จำเป็น มี 5 กิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 61.50 และจากตารางที่ 2 ยังพบว่าจากขั้นตอนการผลิตทั้งหมด 17 ขั้นตอน ทำการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าการไหลของเส้นทางในสายการผลิตมีลักษณะวนกลับไปกลับมา การวางตำแหน่งไม่เป็นลำดับขั้นตอน แต่ละขั้นตอนมีการวางระยะห่างกันมากเกินไป จึงเกิดความสูญเสียจากการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบจากสถานีงานหนึ่งไปยังสถานีงานหนึ่ง และจากแผนภูมิการไหลของกระบวนการผลิต Flow Process Chart ก่อนการปรับปรุง จะเห็นได้ว่ามีขั้นตอนการผลิต 17 ขั้นตอน มีระยะทางในการเคลื่อนที่ 68 เมตร

4. การปรับปรุงแก้ไขปัญหา (Improve)

จากการวิเคราะห์หาความสูญเสียโดยใช้การระดมสมองวิเคราะห์ขั้นตอนที่เปล่าประโยชน์จากแผนภูมิกระบวนการไหลของกระบวนการก่อนการปรับปรุง โดยใช้หลักการ ECRS ซึ่งเป็นหลักการที่ประกอบด้วย การกำจัด (Eliminate) การรวมกัน (Combine) การจัดใหม่ (Rearrange) และ การทำให้ง่าย (Simplify) เพื่อลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 2 ผลการบันทึกเวลากิจกรรมกระบวนการผลิตก่อนการปรับปรุง (หน่วยเป็นนาที)

Process	Type	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Avg.	%	STD Time
1. ตวง	VA	208	206	158	162	176	188	195	180	200	184	186	9	195
2. ผสม	NVA	292	288	222	225	245	273	252	258	280	263	260	13	273
3. ตักใส่รถเข็น	NVA	151	221	129	149	140	162	210	186	135	164	165	8	173
4. นำดินไปหมัก	VA	121	177	103	119	112	130	168	149	108	131	132	7	138
5. หมัก	VA	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	45	945
6. ย้ายดินจากหลุม	NVA	227	332	194	224	210	243	315	279	203	246	247	12	259
7. โม่+อัด	VA	900	954	964	978	912	950	960	924	984	976	950	48	998
8. ตัด	VA	900	954	964	978	912	950	960	924	984	976	950	48	998
9. ตรวจ	NVA	900	880	1020	980	920	960	840	1040	1000	960	950	48	998
10. ขนย้าย	VA	450	440	510	490	460	480	420	520	500	480	475	24	499
11. ตาก	VA	4320	4320	4320	4320	4320	4320	4320	4320	4320	4320	4320	216	4536
12. ตรวจ	NVA	210	204	210	216	204	216	210	204	192	216	208	10	219
13. ย้ายไปเรียง	VA	450	440	510	490	460	480	420	520	500	480	475	24	499
14. เฝา	VA	16200	16200	16200	16200	16200	16200	16200	16200	16200	16200	16200	810	17010
15. ย้ายจากเตา	VA	450	477	482	489	456	475	480	462	492	488	475	24	499
16. ตรวจ	NVA	141	149	151	153	143	148	150	144	154	153	148	7	156
17. จัดเก็บ	NVA	1260	1224	1260	1296	1224	1296	1260	1224	1152	1296	1249	62	1312

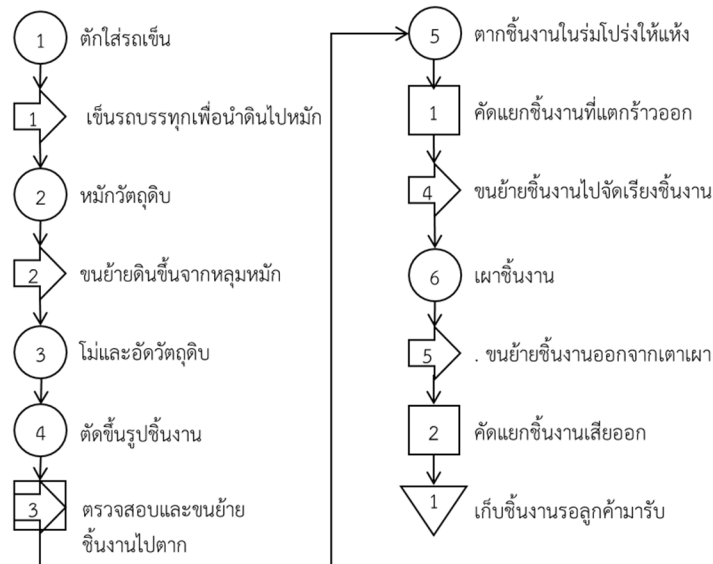
ตารางที่ 3 แผนภูมิกระบวนการไหลก่อนปรับปรุง

Chart no. 1 sheet no. of 1		Summary							
O Man ✓ Material O Machine		Activity		Present		Proposed		Saving	
Activity :		Operation		9					
		Transport		4					
		Inspection		3					
		Delay		0					
		Storage		1					
Method : O Present O		Distance (m.)		68					
Location :		Time (min.)		28395					
Description	Qty.	Dist. (m.)	Time (min.)	Symbol					Remark
				○	⇒	□	D	▽	
1. ตวงส่วนผสมคัดแยกยีสกปรก		-	195	●					
2. ผสมวัตถุดิบ		-	273	●					
3. ตักใส่รถเข็น		-	173	●					
4. เข็นรถบรรทุกดินเพื่อนำดินไปหมัก		30	138	●	●				
5. หมักวัตถุดิบ		-	945	●					
6. ขนย้ายดินขึ้นจากหลุมหมัก		2	259	●	●				
7. โม่และอัดวัตถุดิบ		-	998	●					
8. ตัดขึ้นภาพขึ้นงาน		5	998	●					
9. ตรวจสอบขึ้นงาน		-	998			●			
10. ขนย้ายขึ้นงานไปตาก		10	499		●				
11. ตากขึ้นงานในร่มโปร่งให้แห้ง		-	4536	●					
12. คัดแยกขึ้นงานที่แตกร้าวออก		-	219			●			
13.ขนย้ายขึ้นงานไปจัดเรียงขึ้นงาน		10	499		●				
14. เสาขึ้นงาน		-	17010	●					
15. ขนย้ายขึ้นงานออกจากเตาเผา		5	499	●					
16. คัดแยกขึ้นงานที่เสียออก		6	156			●*			
17. เก็บขึ้นงานรอลูกค้ามารับ		-	-					●	
รวม		68	28395	9	4	3	0	1	

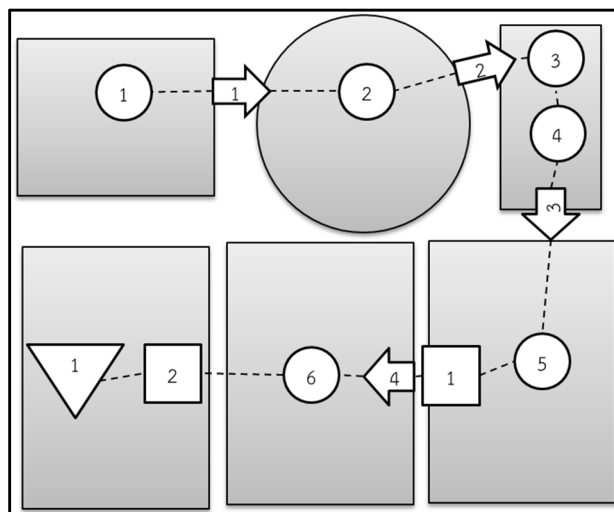
ตารางที่ 4 แสดงผลการปรับปรุงขั้นตอนการผลิตด้วยหลักการ ECRS

การปรับปรุง	กระบวนการที่	รายละเอียด
การกำจัด (Eliminate)	1	- ตัดขั้นตอนการตวงวัตถุดิบโดย ตวงวัตถุดิบและควบคุมความสะอาดมาจากกระบวนการจัดหาและจัดส่ง
การรวมกัน (Combine)	2 - 3 - 4 , 9 - 10	- รวมขั้นตอนการผสมวัตถุดิบ ตักใส่รถเข็น และ เข็นรถบรรทุกดินเพื่อนำดินไปหมักเป็นขั้นตอนเดียวกันโดย วางผังที่ส่งวัตถุดิบซึ่งกำหนดอัตราส่วนที่เหมาะสมมาเรียบร้อยแล้ว ให้ใกล้เคียงหมัก ซึ่งเป็นการลดระยะทางด้วย - หลังกระบวนการตัดขึ้นงาน รวมการตรวจสอบขึ้นงาน ให้เป็นหน้าที่ของพนักงานขนย้าย โดยตรวจสอบขึ้นงานระหว่างการขนขึ้นรถ ก่อนขนย้ายขึ้นงานไปตาก
การทำให้ง่ายขึ้น (Simplify)	1-17	- ปรับผังการผลิตให้มีลักษณะต่อเนื่อง และเป็นผังภาพด้วย เพื่อให้บริเวณที่จัดส่งวัตถุดิบ และจัดส่งสินค้าอยู่ในบริเวณเดียวกัน

นอกจากการปรับปรุงงานจากผลการวิเคราะห์งานแล้ว ผู้วิจัยได้วิเคราะห์แผนผังโรงงาน (Layout) และแผนภูมิการไหลของงาน (Flow Process Chart) เพื่อลดความสูญเสียจากการเคลื่อนย้ายที่ไม่จำเป็น (Transporting) และทำการปรับปรุงให้มีความเหมาะสมมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยการวางขั้นตอนกระบวนการทำงานใหม่ดังแสดงในภาพที่ 13 และปรับปรุงแผนผังโรงงานใหม่จากการวิเคราะห์การไหลของกระบวนการผลิต ดังแสดงในภาพที่ 14



ภาพที่ 13 แผนภูมิกระบวนการผลิต (Operation Process Chart) หลังการปรับปรุง



ภาพที่ 14 แผนภาพการเดินทางของสายการผลิตหลังการปรับปรุง

หลังจากการปรับปรุงการทำงานต่างๆ ผลการวิเคราะห์แผนภูมิกระบวนการผลิต (Operation Process Chart) หลังปรับปรุง ดังแสดงจากภาพที่ 13 และการวางผังโรงงานใหม่แบบภาพด้วย ดังแสดงจากภาพที่ 14 ทำให้เกิดมีประสิทธิภาพในการผลิตลดระยะทางในการเคลื่อนที่เพื่อให้มีการไหลของวัตถุดิบที่ดีขึ้น เมื่อพิจารณาแผนภูมิการไหลของกระบวนการผลิต (Flow Process Chart) หลังการปรับปรุงพบว่า สัญลักษณ์การปฏิบัติงานลดลง 3 สัญลักษณ์ ระยะทางในกระบวนการผลิตลดลง 20 เมตร และเวลาในการผลิตลดลง 1004 นาทีต่อการผลิต 20,000 ก้อน หรือเวลาในการผลิตลดลง 3 วินาทีต่อหน่วย

ตารางที่ 5 แผนภูมิกระบวนการไหลของกระบวนการหลังการปรับปรุง

Chart no. 1 sheet no. of 1		Summary							
O Man ✓ Material O Machine		Activity		Present		Proposed		Saving	
Activity :		Operation		7					
		Transport		4					
		Inspection		2					
		Delay		-					
		Storage		1					
Method : O Present O		Distance (m.)		48					
Location :		Time (min.)		27391					
Description	Qt y.	Dist. (m.)	Time (min.)	Symbol					Remark
				○	⇒	□	D	▽	
1. ตักดินใส่รถเข็น		-	160	●					
2. เข็นรถบรรทุกดินเพื่อนำดินไปหมัก		10	95		●				
3. หมักวัสดุตูปิ		-	945	●					
4. ขนย้ายดินขึ้นจากหลุมหมัก		2	260		●				
5. โม่และอัดวัสดุตูปิ		-	980	●					
6. ตัดชั้นภาพขึ้นงาน		5	980	●					
7. ตรวจสอบและขนย้ายขึ้นงานไปตาก		10	1050		●				
8. ตากขึ้นงานในร่มโปร่งให้แห้ง		-	4536	●					
9. คัดแยกขึ้นงานที่แตกร้าวออก		-	220			●			
10.ขนย้ายขึ้นงานไปจัดเรียงขึ้นงาน		10	500		●				
11. เสาขึ้นงาน		-	17010	●					
12. ขนย้ายขึ้นงานออกจากเตาเผา		5	499	●					
13. คัดแยกขึ้นงานที่เสียออก		6	156			●			
14. เก็บขึ้นงานรอลูกค้ามารับ		-	-					●	
รวม		48	27391	7	4	2	0	1	

5. การนำมาตรการไปแก้ไขและควบคุม (Control)

นำวิธีการทำงานจากการจัดกระบวนการใหม่ดังแสดงในแผนภูมิกระบวนการไหลของกระบวนการหลังการปรับปรุงจากตารางที่ 10 ไปใช้โดยกำหนดเป็นขั้นตอนการทำงานและจัดทำเป็นมาตรฐานการทำงาน

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์หาความสูญเสียโดยใช้การระดมสมองวิเคราะห์ขั้นตอนที่เปล่าประโยชน์จากแผนภูมิกระบวนการไหลของกระบวนการก่อนการปรับปรุง แล้วทำการลดความสูญเสียพบว่า ระยะทางที่ใช้ในสายการผลิตทั้งหมดและเวลาที่ใช้ลดลง นอกจากนี้การปรับปรุงกระบวนการผลิตโดยรวมอยู่โดยใช้เครื่องมือทางการศึกษาการทำงานชนิดต่าง เป็นการแก้ปัญหาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับ พรเทพ แก้วเชื้อ และ วรินทร์ เกียรติคุณ (2554) คณิตศร ภูนิคม (2556) ชลาธาร รัตนพานิช และคณะ (2554) และ สงวน ตั้งโพธิ์ธรรม และคณะ (2550) ที่ได้ใช้เครื่องมือทางการศึกษาการทำงานในการแก้ปัญหกระบวนการผลิตที่แตกต่างกันไป แต่สามารถให้ผลลัพธ์ไปในทางเดียวกันคือ จำนวนกระบวนการ พนักงาน ระยะทาง เวลา และ ของเสีย ลดลง แต่ อัตราผลิตภาพ และ สมรรถนะกระบวนการเพิ่มมากขึ้น

สรุป

จากผลงานวิจัยพบว่า กระบวนการผลิตมีความสูญเสียด้านจำนวนขั้นตอนระยะทาง และ เวลา จึงทำการปรับปรุงแก้ไขโดยใช้หลักการ อีซีอาร์เอส หลังการแก้ไขโดยการ ศึกษาเวลาปรับปรุงกระบวนการทำงาน และวางแผนการผลิตใหม่เป็นภาพด้วยผลปรากฏว่า ขั้นตอนการปฏิบัติงานลดลง 3 ขั้นตอน ระยะทางในกระบวนการผลิตลดลง 20 เมตร และเวลาในการผลิตลดลง 17,637 นาทีต่อการผลิต 20,000 ก้อน โดยกลุ่มชุมชนสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดมาตรฐานการทำงานเพื่อยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมในจังหวัดอุบลราชธานีต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการค้นพบ

1.1 จากการวิจัยพบว่าปัญหาสำคัญบางประการของธุรกิจชุมชน คือ การมองไม่เห็นความสูญเสียที่เกิดขึ้น และการแก้ปัญหาอย่างไม่เป็นระบบ ดังนั้น การให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการให้เกิดกระบวนการคิดในการพัฒนาและนำมาปฏิบัติ

1.2 การสร้างความตระหนักด้านการลดต้นทุนโดยการขจัดความสูญเสีย เพื่อยกระดับการแข่งขันจากระบบการผลิตจำนวนมาก (Mass Production) ในปัจจุบันจะช่วยเหลือศักยภาพในการดำเนินธุรกิจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ควรมีการปลูกฝังวิธีการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบให้แก่ธุรกิจชุมชนเพื่อการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

1.3 มาตรฐานที่ได้จากการวิจัยมีใช้มาตรฐานที่ดีที่สุด ควรมีการทดลองหรือปรับปรุงกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบทางเศรษฐศาสตร์ ถึงเครื่องมือหลักที่ควรมีในโรงงานผลิตอุตสาหกรรม เพราะการผลิตเพื่อจำหน่ายจำเป็นต้องใช้ส่วนผสมมาก เช่นการใช้เครื่องผสม จะช่วยลดค่าแรงงาน และเพิ่มผลผลิตต่อแรงงานต่อวันได้มากกว่าการใช้แรงงานผสม นอกจากนี้เครื่องมือที่ดีจะทำให้การผสมส่วนผสมเป็นไปได้อย่างทั่วถึงกว่าการผสมด้วยแรงงานคน

2.2 ควรมีการศึกษาถึงกำหนดเกณฑ์ชี้วัดในการปรับปรุงสมรรถนะการดำเนินงาน โดยสามารถวัดได้ทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ แต่ส่วนใหญ่แล้วจะกล่าวถึงการวัดในเชิงปริมาณ ซึ่งได้แก่ การวัดทางด้านอัตราผลผลิต (Productivity) ประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness)

3.3 สามารถนำแนวทางการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ดินเผาอื่น ๆ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ขอขอบพระคุณหน่วยงานผู้สนับสนุน กลุ่มชุมชนริมแม่น้ำมูล ผู้เชี่ยวชาญ นักศึกษาช่วยงาน และ บุคคลหลาย ๆ ท่าน ที่อนุเคราะห์ข้อมูลในการทำวิจัย จนสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์

เอกสารอ้างอิง

คณิศร ภูนิคม. (2556). การปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการผลิตเครื่องปั้นดินเผา, เอกสารสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ ด้านการวิจัยและดำเนินงานแห่งชาติประจำปี 2556. โรงแรมกรีนคอนเนอร์ เขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาวันที่ 11 -14 กันยายน 2556. หน้า 166-173.

ชลธาร รัตนพานิช และดำรงค์ ทวีแสงสกุลไทย. (2554). การลดของเสียสำหรับชิ้นส่วนอะไหล่ประตูดานยนต์. วิศวกรรมสารฉบับวิจัยและพัฒนา, 22(3),

ณัฐวุฒิ วิเศษ. (2555). รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. นนทบุรี: คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยราชพฤกษ์.

พรเทพ แก้วเชื้อ และ วรินทร์ เกียรตินุกูล. (2554). การปรับปรุงประสิทธิภาพระบบการจัดเก็บวัตถุดิบ กรณีศึกษาวัตถุดิบคูลิ่งทาวเวอร์ รุ่นปีซีรี่ย์. วารสารเทคโนโลยีวิชาการ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, (1), (มกราคม - 30 มิถุนายน): 45-54.

มนตรี สิลาวิตชัย. (2560). จาก P-D-C-A เป็น D-M-A-I-C. สืบค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2561 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/1496>

สงวน ตั้งโพธิธรรม, เจริญ เจตวิจิตร, มานะ เพชรประสิทธิ์ และสินสมุทร กาญจนโณภต. (2550). การเพิ่มผลผลิตในกระบวนการผลิตน้ำตาลขึ้น. การประชุมวิชาการชาวนาวิศวกรรมอุตสาหกรรม ประจำปี 2550. วันที่ 24-26 ตุลาคม 2550. โรงแรมรอยัลภูเก็ตซิตี้ จ.ภูเก็ต. หน้า 113-120.

Black, J. (2008). *Lean Production: Implementing a Work-class System*. New York: Industrial Press Inc.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ในปีการศึกษา 2561

พชร วารินสิทธิกุล, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹
กิม พรประเสริฐ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี^{2*}
ปวิญญา บุญรัมย์, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี³
ณัฐภัค พลพะพันธ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁴
ฐาตา โคตมงคล, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁵
เกียรติศักดิ์ พระเนตร, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁶
นันทพงษ์ นันทสำเริง, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁷

Email: peema2000@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการปรับปรุงหลักสูตรสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับสาขาวิชาก่อนสมัครศึกษาต่อของผู้สมัคร และปัจจัยทางการตลาด บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีการศึกษา 2561 วิธีการศึกษาเริ่มจากการสุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นทางสถิติ โดยการสุ่มแบบสะดวก เพื่อแจกแบบสอบถามเป็น จำนวน 100 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเบื้องต้นได้แก่ ค่าร้อยละ ค่ามัธยฐานเลขคณิต และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการทดสอบ สมมติฐานการวิจัย ใช้วิธีการทดสอบค่าที ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ในอันดับสูงที่สุดแต่ละด้านได้แก่ จบแล้วหางานทำได้ง่าย ราคาหน่วยกิตเหมาะสม สถานศึกษาอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสม ได้รับคำแนะนำจากรุ่นพี่ ความสะดวกในการติดต่ออาจารย์ อาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ดี และ บรรยากาศในสถาบันเหมาะสมแก่ การศึกษา จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าความสัมพันธ์กับบุคคลในสาขาหรือมีครูรู้จักเรียนอยู่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัยทางการตลาด การสมัครเข้าศึกษา การจัดการโลจิสติกส์

ABSTRACT

This research is a part of the Logistics Management program curriculum revision process of the Ubon Ratchathani Rajabhat University. The purposes are to study factors of individual, relationship between program and applicant priors applying for the admission, and service marketing which affect to a decision making for applying the admission in Logistics Management program Ubon Ratchathani Rajabhat University Academic Year 2561. The research process started with Quota Sampling and then distributed the questionnaires. The samplings were selected by the accidental samplings no less than 100 sets. Basic statistics are used for data analysis includes, percentage, average, and standard deviation. In addition, to test the hypothesis, t-test was used as a tool. The research results show that factors which influenced a decision making to apply for the Logistics Management field of the sampling group and were rated in the highest rank are following; there are several job vacancies in the market, appropriate tuition fee, the campus is located in the convenient area, get advice from senior student, easy to contact with teachers. Good in personality of teachers and learning atmosphere. In summary, base on hypothesis testing, relationship between applicants and people who are currently studying in this field or studying in Logistics Management program at Ubon Ratchathani Rajabhat University influenced a decision making at a significant level of 0.05.

Keywords: Marketing Factors, Admission, Logistics Management Program

1,2,3,4,5,6,7 สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญ

ในปัจจุบันประเทศไทยกำลังย่างเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเต็มตัว (Aged Society) เนื่องมาจากจำนวนเด็กเกิดใหม่ในแต่ละปีของประเทศไทยก็ลดลงอย่างต่อเนื่อง จนเหลือประมาณเจ็ดแสนกว่าต่อปีและมีแนวโน้มจะลดลงต่อไปอีก โดยมีการประมาณการกันว่าจำนวนเด็กที่เกิดในทุกวันนี้มีเพียงครึ่งเดียวหรือหนึ่งในสามของเมื่อยี่สิบปีก่อน และแน่นอนว่าเมื่อเด็กเกิดน้อยลงความต้องการเข้าเรียนหรือจำนวนที่นั่งเรียนก็ต้องการลดลงไปกว่าครึ่ง (อานันท์ ศักดิ์วีระวิทย์, 2560) ทำให้สถาบันอุดมศึกษาทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทยเกิดวิกฤติการขาดแคลนผู้เรียนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษา ทั้งมหาวิทยาลัย วิทยาลัย สถาบันการศึกษา ทั้งของรัฐ ในกำกับรัฐและเอกชน ที่มีอยู่ในประเทศไทยมีมากถึง 170 แห่ง หรือแม้กระทั่งแต่ละหลักสูตรในสถาบันอุดมศึกษาเดียวกัน มีการแข่งขันกันเพื่อจูงใจให้นักเรียนจากที่ต่างๆ มาสมัครให้ได้จำนวนตามเป้าหมายเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาต่างๆ ที่จะตามมา ดังเช่นปัญหาที่เกิดขึ้นในหลาย ๆ คณะ ของสถาบันอุดมศึกษาที่ไม่มีชื่อเสียงดึงดูดผู้เรียน มีผู้เรียนน้อย เปิดรับหลายรอบก็ยังม่จำนวนผู้เรียนไม่เพียงพอเมื่อตึกเรียน ห้องเรียนเริ่มไม่มั่นคงศึกษา ปัญหารายจ่ายค่าต่าง ๆ รวมถึงค่าจ้างผู้สอนก็ตามมา (จุฬา ศรีบุตตะ, 2561) จึงจำเป็นต้องปิดหรือยุบคณะลงไปเพื่อให้เกิดสมดุลกับจำนวนผู้เรียนที่ลดลง แน่นอนว่าท้ายที่สุดแล้วต้องมีการลดขนาดองค์การของกระทรวงศึกษาธิการ โดยต้องมีการปิดสถาบันอุดมศึกษาลงไปเป็นอันมากเนื่องจากไม่มีนักเรียนเพียงพอที่จะเข้าถึงจุดคุ้มทุน (Break-Even Point) (หนังสือพิมพ์โพสทูเดย์, 2561)

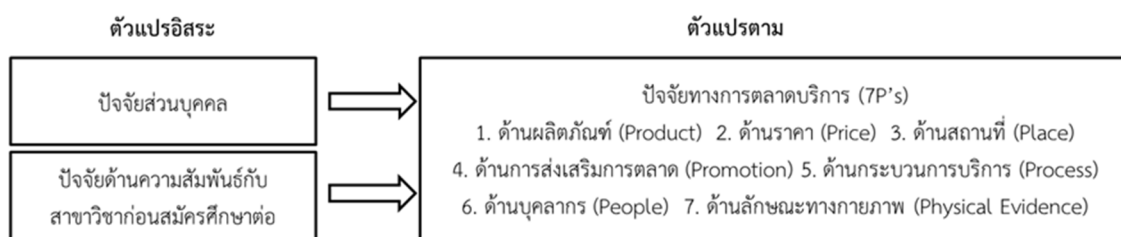
จากวิกฤติดังกล่าวสถาบันอุดมศึกษาทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย จึงมีการปรับเปลี่ยนตัวเองอย่างรวดเร็วเพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะการตลาดยุคใหม่ จนลักษณะการบริการทางการศึกษาได้กลายเป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่ซื้อขายกันได้ และสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของข้อตกลงด้านการค้าเสรีและการบริการขององค์การการค้าโลก (WTO) (สุนทรีย์ สองเมือง, 2554) หลักการตลาดจึงถูกนำมาใช้ในระบบการสรรหาผู้เรียนอย่างแพร่หลาย สาขาการจัดการโลจิสติกส์เป็นสาขาวิชาหนึ่งในคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ซึ่งเล็งเห็นโอกาสในการใช้การตลาดเข้ามาผสมผสานในการสรรหาผู้เรียน จากเหตุผลดังกล่าวการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีการศึกษา 2561 จะช่วยสร้างบทสรุปในการวางแผนการตลาดอันจะเป็นประโยชน์ต่อการสรรหาผู้เรียนที่เหมาะสมในการเข้าศึกษาต่อไป

2. การทบทวนวรรณกรรม

Kotler (2016) และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือเครื่องมือทางการตลาดที่เป็นปัจจัยภายใน มักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ในยุคเริ่มต้นส่วนประสมการทางการตลาดจะมีแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาเมื่อมีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps (Kotler, 2016)

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้มีกรอบแนวคิดดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ในปีการศึกษา 2561 โดยจะเน้นศึกษาเฉพาะผู้ที่ได้ทำการสมัครและมาสอบสัมภาษณ์แล้วเท่านั้น

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้สมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีการศึกษา 2561
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับสาขาวิชาก่อนสมัครศึกษาต่อของผู้สมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีการศึกษา 2561
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีการศึกษา 2561

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนผู้สมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี และเดินทางมาสอบสัมภาษณ์ในปีการศึกษา 2561 จำนวน 130 คนกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบไม่คำนึงถึงความเป็นทางสถิติ โดยการสุ่มแบบสะดวก

2. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง คำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (1973) ดังนี้

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

n คือ ขนาดของตัวอย่าง

N คือ จำนวนประชากรที่จะศึกษา

e คือ ความคลาดเคลื่อนในการสุ่ม

แทนค่าในสูตรข้างต้น ด้วยขนาดของประชากรทั้งหมดจำนวน 130 คน ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 5%

$$n = 130 / [1 + (130) (0.05)^2]$$

$$n = 98.11$$

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 98.11 ตัวอย่าง เพื่อความแน่นอนและความสะดวกในการนำเสนอ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีกรวมเป็น 100 ตัวอย่าง แล้วจึงทำการแจกภาคสนามและเก็บรวบรวมจนมีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ และสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ได้จำนวน 100 ตัวอย่าง จึงนำมาใช้ในการประมวลผล

3. เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเครื่องมือดังกล่าวมีค่าความเที่ยงตรง 0.90 และค่าความเชื่อมั่น 0.85 ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์กับสาขาวิชาก่อนสมัครศึกษาต่อของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง

แบบสอบถามส่วนที่ 1 มีลักษณะเป็นแบบตัวเลือก ส่วนที่ 2 และ 3 เป็นมาตราส่วนประเมินค่า 5 ตัวเลือก ด้วยวิธีการของ Likert โดยในคำถามที่มีความหมายเป็นบวก จะมีคำตอบให้เลือกดังต่อไปนี้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5 เห็นด้วย = 4 เฉยๆ = 3 ไม่เห็นด้วย = 2 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 ส่วนของข้อคำถามที่มีลักษณะในเชิงลบ จะมีเกณฑ์ในการกำหนดให้ค่าคะแนนในแต่ละข้อกลับกันจากที่ได้นำเสนอวิธีในข้างต้น

ส่วนการแปลความหมายนั้น ระดับคะแนน 1.00 – 1.80 แปลคำว่าเห็นด้วยน้อยที่สุด ระดับคะแนน 1.81 – 2.60 แปลคำว่าเห็นด้วยน้อย ระดับคะแนน 2.61 – 3.40 แปลคำว่าเห็นด้วยปานกลาง ระดับคะแนน 3.41 – 4.20 แปลคำว่าเห็นด้วยมาก และระดับคะแนน 4.21 – 5.00 แปลคำว่าเห็นด้วยมากที่สุด

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็น 82.0% ระดับการศึกษาก่อนสมัครศึกษาต่อ ส่วนใหญ่จบการศึกษา ม.6 คิดเป็น 87.0% ส่วนใหญ่รายได้ผู้ปกครองต่ำกว่า 150,000 ต่อปี จำนวน 69% ลักษณะสถานศึกษาที่จบมาเป็นสถาบันรัฐบาล 88% เกรดเฉลี่ยส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงต่ำกว่า 3.00 คิดเป็น 66% ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็น 77%

2. ความสัมพันธ์กับสาขาวิชาก่อนสมัครศึกษาต่อของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คนมีความสัมพันธ์กับบุคคลในสาขาวิชาก่อนสมัครศึกษาต่อ 41% และความสัมพันธ์ทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค กับสาขาวิชาก่อนสมัครศึกษาต่อ 52%

3. ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	Mean	แปลค่า	อันดับ
1. จบแล้วหางานทำได้ง่าย	4.21	มากที่สุด	1
2. มีวิชาน่าสนใจให้เลือกเรียน	3.98	มาก	2
3. เรียนจบได้ง่าย	3.40	มาก	4
4. ชื่อเสียงสถาบันเป็นที่ยอมรับ	3.94	มาก	3

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ในอันดับสูงที่สุดได้แก่ จบแล้วหางานทำได้ง่าย รองลงมาคือ มีวิชาน่าสนใจให้เลือกเรียน ชื่อเสียงสถาบันเป็นที่ยอมรับ และ เรียนจบได้ง่าย ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยทางการตลาดด้านราคา (Price)	Mean	แปลค่า	อันดับ
5. ราคาหน่วยกิตเหมาะสมเมื่อเทียบกับงบประมาณที่มี	4.20	มาก	1
6. ราคาหน่วยกิตเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	4.18	มาก	2
7. ราคาค่าอุปกรณ์การเรียนและการดูงานเหมาะสม	3.56	มาก	4
8. มีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา	4.07	มาก	3

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านราคา (Price) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ในอันดับสูงที่สุดได้แก่ ราคาหน่วยกิตเหมาะสมเมื่อเทียบกับงบประมาณที่มี รองลงมาคือ ราคาหน่วยกิตเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพมีกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษาและ ราคาค่าอุปกรณ์การเรียนและการดูงานเหมาะสมตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	Mean	แปลค่า	อันดับ
9. สถานศึกษาอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสม	4.52	มากที่สุด	1
10. สถานศึกษามีหลายวิทยาเขต	3.59	มาก	3
11. มีรถประจำทางและการเดินทางสะดวก	4.17	มาก	2

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ในอันดับสูงสุดได้แก่ สถานศึกษาอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสม รองลงมาได้แก่ มีรถประจำทางและการเดินทางสะดวก และ สถานศึกษามีหลายวิทยาเขต ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่างผลปรากฏดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	Mean	แปลค่า	อันดับ
12. คำแนะนำจากรุ่นพี่	4.51	มากที่สุด	1
13. คำแนะนำจากการแนะนำของมหาวิทยาลัย	3.41	มาก	5
14. คำแนะนำจากอาจารย์	3.56	มาก	4
15. คำแนะนำจากเพื่อน/คนรู้จัก	4.14	มาก	3
16. ได้รับข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย	4.27	มาก	2

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ในอันดับสูงสุดได้แก่ คำแนะนำจากรุ่นพี่ รองลงมาคือ ได้รับข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย คำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จัก คำแนะนำจากอาจารย์และ คำแนะนำจากการแนะนำของมหาวิทยาลัย ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่างผลปรากฏดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	Mean	แปลค่า	อันดับ
17. การจัดหลักสูตรแผนการเรียนอย่างเป็นระบบ	4.18	มาก	2
18. ความสะดวกในการติดต่ออาจารย์เช่น โทรศัพท์ ออนไลน์	4.41	มาก	1
19. มีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนอย่างชัดเจน	3.66	มาก	5
20. เน้นการเรียนแบบปฏิบัติ	4.06	มาก	4
21. เน้นการสอนแบบยึดถือประสบการณ์ผู้เรียนเป็นสำคัญ	4.12	มาก	3

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ (Process) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ในอันดับสูงที่สุดได้แก่ ความสะดวกในการติดต่ออาจารย์ เช่น โทรศัพท์ ออนไลน์ มีการจัดหลักสูตรแผนการเรียนอย่างเป็นระบบ เน้นการสอนแบบยึดถือประสบการณ์ผู้เรียนเป็นสำคัญ เน้นการเรียนแบบปฏิบัติ และมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนอย่างชัดเจน ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านบุคลากร (People) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลปรากฏดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านบุคลากร (People) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านบุคลากร(People)	Mean	แปลค่า	อันดับ
22. อาจารย์มีคุณวุฒิ คุณสมบัติเหมาะสม	4.22	มาก	3
23. อาจารย์มีความเอาใจใส่นักศึกษา	4.26	มากที่สุด	2
24. อาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ ความเอื้ออาทรแก่นักศึกษา	4.44	มาก	1

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านบุคลากร (People) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ในอันดับสูงที่สุดได้แก่ อาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ ความเอื้ออาทรแก่นักศึกษา อาจารย์มีความเอาใจใส่นักศึกษา และอาจารย์มีคุณวุฒิ คุณสมบัติเหมาะสมตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ผลปรากฏดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ(Physical)	Mean	แปลค่า	อันดับ
25. บรรยากาศในสถาบันเหมาะแก่การศึกษา	4.22	มาก	1
26. บรรยากาศในสถาบันสะอาดสวยงาม	3.79	มาก	3
27. ห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศ และ กว้างขวาง	4.17	มาก	2
28. มีสาธารณูปโภคและมีความปลอดภัยครบครัน	3.71	มาก	4

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดลักษณะทางกายภาพ (Physical) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ในอันดับสูงที่สุดได้แก่ บรรยากาศในสถาบันเหมาะแก่การศึกษา ห้องเรียนมีเครื่องปรับอากาศ และ กว้างขวาง บรรยากาศในสถาบันสะอาดสวยงามและมีสาธารณูปโภคและมีความปลอดภัยครบครันตามลำดับ

4. การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้าน เพศ ระดับการศึกษา ก่อนสมัครศึกษาต่อ รายได้ผู้ปกครอง ลักษณะสถานศึกษา ที่จบ เกรดเฉลี่ยที่จบ ประเภทสถานศึกษา ที่จบที่แตกต่างกันส่งผลให้ การตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ ของกลุ่มตัวอย่าง แตกต่างกัน ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

การรับรู้ส่วนประสมทางการตลาด		t - test for Equality of Means					
		n	Mean	S.D	t ตาราง	t จำนวน	H ₀ Result
เพศ	ชาย	18	4.24	0.92	1.981	0.477	Accept
	หญิง	82	4.18	0.74			
ระดับการศึกษา ก่อนสมัครศึกษาต่อ	ม.6	87	4.22	0.91	1.983	0.479	Accept
	ปวช. ปวส./อื่นๆ	13	3.24	0.83			
รายได้ผู้ปกครอง	ต่ำกว่า 150,000 บ.	69	4.16	0.97	1.983	0.341	Accept
	150,000 บ.ขึ้นไป	31	4.18	0.78			
ลักษณะสถานศึกษาที่จบ	รัฐบาล	88	4.24	0.91	1.983	0.522	Accept
	เอกชน	22	1.24	0.83			
เกรดเฉลี่ยที่จบ	ต่ำกว่า 3.00	66	4.16	0.79	1.983	0.612	Accept
	3.00 ขึ้นไป	34	4.18	0.63			
ภูมิลำเนา	จังหวัดอุบลฯ	77	4.24	0.91	1.983	0.876	Accept
	จังหวัดอื่นๆ	23	4.11	0.83			

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ก่อนสมัครศึกษาต่อต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้ปกครองมีรายได้แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่จบสถานศึกษา ลักษณะต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีเกรดเฉลี่ยที่จบต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยความสัมพันธ์กับสาขาวิชา ก่อนสมัครศึกษาต่อ ด้าน ความสัมพันธ์กับบุคคลในสาขา และ ความสัมพันธ์ทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค กับสาขาที่แตกต่างกันส่งผลให้ การตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ ของกลุ่มตัวอย่าง แตกต่างกัน ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

ความสัมพันธ์กับสาขาวิชาก่อนสมัครศึกษาต่อ		t - test for Equality of Means					
		n	Mean	S.D	t ตาราง	t จำนวน	H ₀ Result
ความสัมพันธ์กับบุคคลในสาขา	มีคนรู้จักเรียนอยู่	41	4.42	0.98	1.983	3.566	Reject
	ไม่รู้จักใครเลย	59	4.01	0.76			
ความสัมพันธ์ทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค กับสาขา	มีการติดตามทางโซเชียล	52	4.31	0.87	1.983	0.834	Accept
	ไม่มีการติดตามทางโซเชียล	48	4.65	0.84			

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์กับบุคคลในสาขาวิชาก่อนสมัครศึกษาต่อต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีความสัมพันธ์ทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค กับสาขาวิชาก่อนสมัครศึกษาต่อต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ในปีการศึกษา 2561 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ในอันดับสูงที่สุดได้แก่ จบแล้วหางานทำได้ง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุสุมา ปักปันเพชร (2552) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญในด้านชื่อเสียงของสถาบัน รวมถึงการประกอบอาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษาเป็นอันดับแรก

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ได้แก่ ราคาหน่วยกิตเหมาะสมเมื่อเทียบกับงบประมาณที่มี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไกรสิงห์ สุดสงวน (2560) ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร ในระดับมากที่สุดได้แก่ด้านเศรษฐกิจและสังคม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ในอันดับสูงที่สุดได้แก่ สถานศึกษาอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกษรา โพธิ์เย็น (2550) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะดวกต่อการเดินทางมาศึกษา

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ด้านบรรยากาศในสถาบันเหมาะแก่การศึกษา และ ความเอื้ออาทรของครู อาจารย์ มีผลในระดับสูงต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนกฤต ยืนยงเดชา (2554) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยทางด้านการมีโอกาสในการประกอบอาชีพ มหาวิทยาลัยใกล้ภูมิสำเนา มหาวิทยาลัยมีสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยแก่การเรียนรู้ และปัจจัยด้านความเอาใจใส่และความน่าเชื่อถือของอาจารย์

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าความสัมพันธ์กับบุคคลในสาขาหรือมีคนรู้จักเรียนอยู่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เมธาวี สุขปาน (2556) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน กรณีศึกษาวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี พบว่า การที่มีคนรู้จักศึกษาอยู่ก่อนมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อ

สรุป

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ในอันดับสูงที่สุดได้แก่ จบแล้วหางานทำได้ง่าย ปัจจัยด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ในอันดับสูงที่สุดได้แก่ ราคาหน่วยกิตเหมาะสมเมื่อเทียบกับงบประมาณที่มี ปัจจัยทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อในอันดับสูงที่สุดได้แก่ สถานศึกษาอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสม และจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ ในอันดับสูงที่สุดได้แก่ คำแนะนำจากรุ่นพี่ ปัจจัยทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ในอันดับสูงที่สุดได้แก่ ความสะดวกในการติดต่ออาจารย์เช่น โทรศัพท์ ออนไลน์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

ปัจจัยทางการตลาดด้านบุคลากร (People) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ ในอันดับสูงที่สุด ได้แก่ อาจารย์มีมนุษยสัมพันธ์ ความเอื้ออาทรแก่นักศึกษา และจากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อสาขาการจัดการโลจิสติกส์ของกลุ่มตัวอย่าง ในอันดับสูงที่สุดได้แก่ บรรยากาศในสถาบันเหมาะแก่การศึกษา จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าความสัมพันธ์กับบุคคลในสาขาหรือมีคนรู้จักเรียนอยู่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการค้นพบ

มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญด้านการสื่อสารต่อนักเรียนผู้ที่กำลังตัดสินใจเข้าศึกษาต่อโดยมีการวิจัยแต่ละประเด็นในมุมมองของส่วนประสมทางการตลาด และนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดจุดเด่นในการสื่อสารต่อผู้สมัครเรียน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นในประเด็นเดียวกันสามารถใช้สถิติอื่นๆ ที่แม่นยำขึ้นในการวิเคราะห์ผลการวิจัย เช่น การหาค่าความสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ หรือ การใช้ตัวแบบสมการเชิงโครงสร้าง

2.2 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาทั้งมหาวิทยาลัยโดยแยกเป็นแต่ละคณะ

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการปรับปรุงหลักสูตรสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้เชี่ยวชาญ นักศึกษาช่วยงาน และ บุคคลหลาย ๆ ท่าน ที่อนุเคราะห์ข้อมูลในการทำวิจัย จนสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์

เอกสารอ้างอิง

- กุสุมา ปักปันเพชร. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตตรัง. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- เกษรา โพธิ์เย็น. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไกรสิงห์ สุดสงวน (2560). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร. วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10(1), (มกราคม – เมษายน),
- จุฬา ศรีบุตตะ. (2561). ประเด็นปัญหาการศึกษาไทย. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2561 จาก http://www.kalasin3.go.th/view.php?article_id=29388
- ธนกฤต ยืนยงเดชา. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนศึกษาต่อระดับอุดมศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นอันดับหนึ่งของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เมธาวี สุขปาน. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียนกรณีศึกษาวิทยาลัยพัฒนการธนบุรี. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สุนทรีย์ สองเมือง. (2554). ปัจจัยทางการตลาดบริการของการเลือกสถาบันเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยราชพฤกษ์. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2561 จาก http://www.rpu.ac.th/Library_web/doc/RC_RR/2554_Market_Suntree.pdf
- หนังสือพิมพ์โพสทูเดย์. (2561). วิฤกตมหาลัทธิใหญ่ที่ต้องเร่งปรับตัว. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2561 จาก <https://www.posttoday.com/politic/report/546661>
- อานนท์ ศักดิ์วรวิชัย. (2560). วิฤกตการศึกษาไทยที่ต้องแก้ไขโดยทันที (ตอนที่ 1). สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2561 จาก <https://mgronline.com/daily/detail/9600000047416>
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. 15th Global ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

คุณสมบัติของบัณฑิตสาขาการจัดการโลจิสติกส์ที่ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีต้องการ

กิม พรประเสริฐ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี^{1*}
พชร วารินสิทธิกุล, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²
ปวิญญา บุญรัมย์, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี³
ณัฐภัค พลพะพันธ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁴
ธูชาดา โคตมมงคล, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁵
เกียรติศักดิ์ พระเนตร, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁶
นันทพงษ์ นันทสำเริง, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁷

Email: peema2000@yahoo.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการปรับปรุงหลักสูตรสาขาการจัดการโลจิสติกส์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณสมบัติของบัณฑิตสาขาการจัดการโลจิสติกส์ วิธีการคัดเลือกแรงงานเข้าทำงาน และ วิธีการประกาศรับสมัครคนเข้าทำงาน ของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างการวิจัย คือ ผู้ประกอบการในแขนงที่เกี่ยวข้องในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 100 คน การดำเนินการวิจัยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามซึ่งมีค่าความตรง 0.94 และค่าความเชื่อมั่น 0.858 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า คุณสมบัติโดยรวมที่ผู้ประกอบการต้องการในระดับสูงสุดคือ ด้านการทำงาน ความรู้และปัญญา และการดำรงชีวิต ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าคุณสมบัติที่ผู้ประกอบการมีระดับความต้องการในระดับมากที่สุดคือ ความมีวินัย รับผิดชอบ ความมีมนุษยสัมพันธ์ และ การใช้คอมพิวเตอร์และสารสนเทศ ตามลำดับ จากผลการศึกษาวิธีการคัดเลือกคนเข้าทำงานของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีพบว่า การสอบสัมภาษณ์มีระดับความสำคัญในการคัดเลือกมากที่สุด รองลงมาคือ เกรดเฉลี่ยของผู้สมัครงาน ภูมิฐานะของผู้สมัครงาน ตามลำดับ วิธีการรับสมัครที่ผู้ประกอบการนิยมใช้ได้แก่ วิธีการประกาศทางโซเชียลมีเดียหรือเว็บไซต์ รองลงมาคือ วิธีการติดต่อหน่วยงานจัดหางาน วิธีการประกาศที่หน้าสถานประกอบการ และวิธีการใช้ป้ายประกาศ ตามลำดับ

คำสำคัญ: คุณสมบัติของบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์

ABSTRACT

This research is a survey research. As a part of the curriculum improvement process in logistics management programme in Ubon Ratchathani Rajabhat university. The objectives of this research were to study the qualification of logistics management graduates, workers selection method and workers recruitment method of the Ubon Ratchathani entrepreneurs perspective. The research sample consisted of 100 participants in the related field in Ubon Ratchathani. The research was conducted by using questionnaire with the validity was 0.94 and the reliability was 0.858. The data were analyzed by frequency, percentage, mean and standard deviation. The research found that the overall features that entrepreneurs need at the highest level was the functional skill, knowledge and living intelligence, respectively. When considering each item, it was found that that entrepreneurs need at the highest level was discipline and responsible, human relation and computer information technology skill respectively. The results of the study. Workers recruitment method of the Ubon Ratchathani entrepreneurs perspective, Interviews were the most important in the selection process, followed by the average of the candidates and domicile of applicant respectively.

Keywords: Qualifications of Graduate, Logistics Management Programme

^{1,2,3,4,5,6,7} สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

บทนำ

ปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ ในประเทศไทยได้เน้นการบูรณาการการเรียนการสอนโดยใช้ผู้เรียนเป็นสำคัญจนกระทั่งจบการศึกษาหรือเป็นบัณฑิตที่มีความรู้คู่คุณธรรมและมีทักษะที่ได้มาตรฐานให้กับประเทศชาติ โดยการบูรณาการการวิจัย การบริการวิชาการ ชุมชน การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงแนวคิดตามโครงการพระราชดำริสานเข้ากับการเรียน การสอนภายใต้ระบบการบริหารจัดการที่โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ และยังมุ่งเน้นเพื่อเป็นศูนย์กลางในการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา มุ่งสร้างองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและสากล เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยพันธกิจของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีจะส่งเสริมในด้านการผลิตบัณฑิต ให้มีคุณภาพระหว่างคุณลักษณะทางวิชาการและวิชาชีพควบคู่ไปกับคุณธรรมจริยธรรม และการมีจิตสำนึกของความเป็นพลเมืองดี ภายใต้นโยบายการเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่เสริมสร้างพลังปัญญาของแผ่นดิน พั้นฟูพลังการเรียนรู้ เชิดชูภูมิปัญญาของท้องถิ่น สร้างสรรค์ศิลปวิทยา เพื่อความเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืน ซึ่งบุคลากรในหน่วยงานของทุกหน่วยงานได้พยายามปฏิบัติหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเองเพื่อสอดคล้องกับนโยบายหลักนี้ (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2560)

สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์เป็นสาขาวิชาหนึ่ง ซึ่งสังกัดคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี การสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อคุณลักษณะของบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์เป็นวิธีการหนึ่งที่ เหมาะสมในการตรวจสอบทิศทางด้านคุณลักษณะของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาว่า เมื่อไปประกอบอาชีพยังสถานประกอบการต่างๆ แล้วจะมีประเด็นใดได้รับความพึงพอใจและการตอบรับจากนายจ้างในแง่ใดบ้าง ผลที่ได้รับจากการสำรวจจะช่วยให้การปรับปรุง การพัฒนา หรือการเพิ่มเติมคุณลักษณะบัณฑิตในส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์ เพื่อให้บัณฑิตที่สำเร็จจากสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์เป็น บัณฑิตที่มีคุณลักษณะตามความต้องการของตลาดแรงงานมากขึ้น ด้านบัณฑิตก็สามารถทำงานได้อย่างมีความสุข นอกจากนี้การสำรวจ ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตเป็นส่วนหนึ่งของการประกันคุณภาพของมหาวิทยาลัย ใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนบริหารจัดการและ พัฒนางานการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ผลการวิจัยเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการประเมินความสำเร็จของการผลิต บัณฑิต ตามนโยบายและพันธกิจของมหาวิทยาลัย ในทุก ๆ ปีอีกด้วย

การสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการต่อคุณสมบัติของบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ เป็นวิธีการหนึ่งที่เหมาะสม ในการตรวจสอบทิศทางด้านคุณสมบัติของแรงงานในประเด็นที่สำคัญที่ผู้ประกอบการใช้ในการพิจารณารับบุคคลเข้าทำงาน ผลที่ได้รับ จากการสำรวจจะช่วยให้การปรับปรุง พัฒนา หรือการเพิ่มเติมคุณสมบัติของแรงงานในส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์ เพื่อให้ผู้ที่ต้องการ สมัครงานนำเสนอคุณสมบัติตามความต้องการของตลาดแรงงานมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้สมัครงานและผู้ประกอบการ ภาคอุตสาหกรรมผลิตในการว่าจ้างแรงงานจากสาขาการจัดการโลจิสติกส์ดังกล่าว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณสมบัติของบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ที่ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีต้องการ
2. เพื่อศึกษาวิธีการคัดเลือกแรงงานเข้าทำงานผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี
3. วิธีการประกาศรับสมัครคนเข้าทำงานของผู้ประกอบการ

ระเบียบวิธีวิจัย

เป็นการกำหนดรูปแบบการวิจัยในเชิงสำรวจ (Survey Research Method) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารกิจการภาคธุรกิจต่าง ๆ ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของ อุตสาหกรรมจังหวัดอุบลราชธานี รวมถึงผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นทางสถิติ (Non-Probability Sampling) โดยการเลือกแบบสะดวก (Accidental Sampling or Convenience Sampling)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดสอบครั้งนี้ใช้วิธีการกำหนดกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรโดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ ยอมรับได้ว่ามากพอที่จะใช้เป็นตัวแทนประชากรซึ่งคำนวณโดยใช้ สูตรของคอคแรน (Cochran, 1977; อ้างใน ธีรวิทย์ เอกะกุล, 2549) ใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีความถี่จำนวนมากและต้องการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรดังสูตร

$$n = Z^2 / 4e^2 \quad (1)$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 E = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ไม่เกิน 0.10
 Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า 1.96

เมื่อแทนค่าหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะได้

$$n = 1.96^2 / (4 \times 0.10^2) = 96.04$$

กลุ่มตัวอย่างที่ได้ คือ 96.04 ตัวอย่าง เพื่อความแน่นอนผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีกรวมเป็น 100 ตัวอย่าง แล้วจึงทำการแจกภาคสนามและเก็บรวบรวมจนมีแบบสอบถามที่สมบูรณ์และสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ได้ครบจำนวน 100 ตัวอย่าง จึงนำมาใช้ในการประมวลผล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยทำการศึกษาจากเอกสาร ตำรา แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแล้วสร้างแบบสอบถามขึ้น โดยแบบสอบถามได้แบ่งข้อคำถามออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณสมบัติแรงงานที่ผู้ประกอบการต้องการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราวัดประมาณค่า 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีการคัดเลือกคนเข้าทำงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเรียงอันดับ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับวิธีการประกาศรับสมัครคนเข้าทำงานของผู้ประกอบการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเรียงอันดับ

3. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบหาความถูกต้อง และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

การทดสอบความถูกต้องใช้ได้ของแบบสอบถาม (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงทางด้านเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องตามโครงสร้าง (Construct Validity) ความเหมาะสมกับภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข และเลือกเอาเฉพาะข้อคำถามที่มีความเที่ยงตรง

การทดสอบความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Tryout) โดยทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน จากนั้นนำผลที่ได้มาหาข้อบกพร่องของแบบสอบถาม ก่อนจะนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วมาทดสอบหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธี Cronbach's Alpha Coefficient (Cronbach, 1951; อ่างใน พิชิต ฤทธิ์บุญ, 2005) จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์แล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามโดยทำการแจกในสถานประกอบการต่างๆ ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยแจกแบบสอบถามจนได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบ 100 ชุด จึงหยุดแจก

5. การวิเคราะห์และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 100 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการภาคเอกชนจำนวน 62 คน ทำงานในส่วนราชการ 26 คน และ ทำงานในภาครัฐวิสาหกิจ 12 คน มาจากสถานประกอบการที่มีขนาดใหญ่ (พนักงาน 251 คนขึ้นไป) จำนวน 8 คน มาจากสถานประกอบการที่มีขนาดใหญ่มาก (พนักงาน 100 - 250 คน) จำนวน 14 คน มาจากสถานประกอบการที่มีขนาดกลาง (พนักงาน 51 – 99 คน) จำนวน 25 คน และมาจากสถานประกอบการที่มีขนาดเล็ก (พนักงานไม่เกิน 50 คน) จำนวน 53 คน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาจากสถานประกอบการที่มีขนาดเล็กและกลางตามลำดับ
ที่ตั้งของสถานประกอบการผู้ประกอบการจากอุตสาหกรรมการผลิตทั้งหมด ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองอุบลราชธานี จำนวน 66 แห่ง และตั้งอยู่นอกอำเภอเมืองอุบลราชธานี จำนวน 34 แห่ง

2. ผลการวิเคราะห์คุณสมบัติของบัณฑิตสาขาการจัดการโลจิสติกส์ที่ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีต้องการ

2.1 คุณสมบัติโดยรวมของบัณฑิตสาขาการจัดการโลจิสติกส์

การวิเคราะห์คุณสมบัติโดยรวมของบัณฑิตสาขาการจัดการโลจิสติกส์ที่ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีต้องการ แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับคุณสมบัติโดยรวมที่ผู้ประกอบการต้องการ

คุณสมบัติ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ด้านความรู้และปัญญา	4.02	0.58	มาก
ด้านความคิด	3.69	0.39	มาก
ด้านการทำงาน	4.13	0.49	มาก
ด้านประสบการณ์	3.71	0.60	มาก
ด้านคุณธรรมจริยธรรม	3.90	0.61	มาก
ด้านการดำรงชีวิต	3.98	0.64	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้คุณสมบัติโดยรวมของบัณฑิตสาขาการจัดการโลจิสติกส์ที่ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี ต้องการในระดับสูงที่สุดคือ ด้านการทำงาน รองลงมาเป็นผู้คุณสมบัติด้านความรู้และปัญญา ด้านการดำรงชีวิต ด้านคุณธรรมจริยธรรม ด้านประสบการณ์ทำงาน และด้านความคิด ตามลำดับ

2.2 คุณสมบัติด้านความรู้และปัญญา

ผู้ประกอบการมีระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านความรู้และปัญญาดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านความรู้และปัญญา

คุณสมบัติด้านความรู้และปัญญา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. ความชำนาญทางด้านการวิเคราะห์	3.84	0.57	มาก
2. ความชำนาญทางด้านเทคโนโลยี และ สารสนเทศ	4.41	0.49	มาก
3. ความชำนาญทางด้านภาษาและการสื่อสาร	3.62	0.54	มาก
4. ความรู้ความชำนาญทางด้านเนื้อหาวิชาชีพและการประยุกต์ใช้ในงานจริง	4.21	0.68	มาก
Average	4.02	0.58	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ประกอบการมีระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านความรู้และปัญญาในระดับสูงที่สุดคือ ด้านความชำนาญทางด้านเทคโนโลยี และ สารสนเทศ รองลงมาคือด้าน ความรู้ความชำนาญทางด้านเนื้อหาวิชาชีพและการประยุกต์ใช้ในงานจริง ความชำนาญทางด้านการวิเคราะห์ และ ความชำนาญทางด้านภาษาและการสื่อสาร ตามลำดับ

2.3 คุณสมบัติด้านความคิด

ผู้ประกอบการมีระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านความคิดดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านความคิด

คุณสมบัติด้านความคิด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
5. การรู้จักตนเอง มีเจตคติที่ดี มีวิสัยทัศน์ ยอมรับการเปลี่ยนแปลง ปรับตัวเองได้อย่างกลมกลืน	3.51	0.54	มาก
6. มีระบบคิดที่เป็นมาตรฐานและสามารถประยุกต์ความรู้ในแขนงของตนไปใช้กับแขนงอื่นๆ ได้	4.18	0.33	มาก
7. ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อแก้ไขปัญหาให้ตรงกับสาเหตุของปัญหา	3.68	0.46	มาก
8. ความสามารถในการคิดเชิงกลยุทธ์	3.52	0.29	มาก
Average	3.69	0.39	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ประกอบการมีระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านความคิดในระดับสูงที่สุดคือ ด้าน มีระบบคิดที่เป็นมาตรฐานและสามารถประยุกต์ความรู้ในแขนงของตนไปใช้กับแขนงอื่นๆ ได้ รองลงมาคือด้าน ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อแก้ไขปัญหาให้ตรงกับสาเหตุของปัญหา ความสามารถในการคิดเชิงกลยุทธ์ และ การรู้จักตนเอง มีเจตคติที่ดี มีวิสัยทัศน์ ยอมรับการเปลี่ยนแปลงปรับตัวเองได้อย่างกลมกลืน ตามลำดับ

2.4 คุณสมบัติด้านการทำงาน

ผู้ประกอบการมีระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านการทำงานดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านการทำงาน

คุณสมบัติด้านการทำงาน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
9. การมีวินัยในตนเอง และ มีความรับผิดชอบ	4.54	0.65	มากที่สุด
10. การมีทักษะทางด้านการใช้เครื่องมือต่างๆ ได้อย่างดีเต็มประสิทธิภาพ	3.97	0.54	มาก
11. การมีทักษะในการทำงานเป็นทีมและมีความเป็นผู้นำ	4.15	0.48	มาก
12. การมีทักษะมนุษยสัมพันธ์เข้าใจบุคคลอื่น	4.52	0.43	มากที่สุด
13. การมีความอดทนสูง ทุ่มเท มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ	3.76	0.33	มาก
14. ความสามารถในการจัดการเวลาให้เป็นประโยชน์ทั้งในการทำงานและชีวิต	3.64	0.78	มาก
Average	4.13	0.49	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ประกอบการมีระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านการทำงานในระดับสูงที่สุดคือ ด้านการมีวินัยในตนเอง และ มีความรับผิดชอบ รองลงมาคือด้านการมีทักษะมนุษยสัมพันธ์เข้าใจบุคคลอื่น การมีทักษะในการทำงานเป็นทีม และมีความเป็นผู้นำ การมีทักษะทางด้านการใช้เครื่องมือต่างๆ ได้อย่างดี เต็มประสิทธิภาพ การมีความอดทนสูง ทุ่มเท มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ และ ความสามารถในการจัดการเวลาให้เป็นประโยชน์ทั้งในการทำงานและชีวิต ตามลำดับ

2.5 คุณสมบัติด้านประสบการณ์

ผู้ประกอบการมีระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านประสบการณ์ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านประสบการณ์

คุณสมบัติด้านประสบการณ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
15. การมีประสบการณ์ตรงจากการเรียนการสอน กิจกรรม และ การอบรม	3.78	0.62	มาก
16. การมีทักษะทางด้านความเข้าใจในระบบงาน	3.64	0.58	มาก
Average	3.71	0.60	มาก

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ประกอบการมีระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านประสบการณ์ในระดับสูงสุดคือ ด้านการมีประสบการณ์ตรงจากการเรียนการสอน กิจกรรม และ การอบรม รองลงมาคือด้าน การมีทักษะทางด้านความเข้าใจในระบบงานตามลำดับ

2.6 คุณสมบัติด้านคุณธรรมจริยธรรม

ผู้ประกอบการมีระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านคุณธรรมจริยธรรมดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านคุณธรรมจริยธรรม

คุณสมบัติด้านคุณธรรมจริยธรรม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
17. การกระทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมก่อนประโยชน์ส่วนตน	4.14	0.58	มาก
18. การรู้จักประมาณตนไม่ยุ่งเกี่ยวกับอบายมุข	3.68	0.48	มาก
19. ปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบมากกว่าที่เจ้านายคาดหวัง	4.02	0.70	มาก
20. มีความเป็นประชาธิปไตย สร้างสันติสุขให้แก่ส่วนรวม	3.58	0.60	มาก
21. มีคุณลักษณะของความเป็นไทย กตัญญู อ่อนน้อมถ่อมตน	3.65	0.66	มาก
Average	3.70	0.61	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านคุณธรรมจริยธรรมในระดับสูงสุดคือ ด้านการกระทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมก่อนประโยชน์ส่วนตน รองลงมาคือ ด้านการปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบมากกว่าที่เจ้านายคาดหวัง ด้านการรู้จักประมาณตนไม่ยุ่งเกี่ยวกับอบายมุข มีคุณลักษณะของความเป็นไทย กตัญญู อ่อนน้อมถ่อมตน และ มีความเป็นประชาธิปไตย สร้างสันติสุขให้แก่ส่วนรวม ตามลำดับ

2.7 คุณสมบัติด้านการดำรงชีวิต

ผู้ประกอบการมีระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านการดำรงชีวิตดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านการดำรงชีวิต

คุณสมบัติด้านการดำรงชีวิต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
22. การมีเจตคติเชิงบวกกับชีวิตการทำงาน ผู้ร่วมงาน และ วัฒนธรรมองค์กร	4.34	0.54	มาก
23. การมีจิตใจที่เข้มแข็ง หนักแน่น มั่นใจ แน่วแน่ และมีสมาธิในการทำงาน	4.23	0.58	มาก
24. การแบ่งเวลาให้กับความสุขของชีวิต	3.72	0.64	มาก
25. การมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ออกกำลังกายสม่ำเสมอ ดูแลสุขภาพของตนเองอย่างเป็นประจำ	3.62	0.63	มาก
26. การใช้ ศิลปะ ดนตรี และ วัฒนธรรมของประเทศไทย ในการผ่อนคลายชีวิตอย่างมีความสุข	3.60	0.59	มาก
Average	3.98	0.64	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความต้องการในคุณสมบัติด้านการดำรงชีวิตในระดับสูงสุดคือ ด้านการมีเจตคติเชิงบวกกับชีวิตการทำงาน ผู้ร่วมงาน และ วัฒนธรรมองค์กร รองลงมาคือด้านการมีจิตใจที่เข้มแข็ง หนักแน่น มั่นใจ แน่วแน่ และ การมีสมาธิในการทำงาน การแบ่งเวลาให้กับความสุขของชีวิต การมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ออกกำลังกายสม่ำเสมอ และ การใช้ ศิลปะ ดนตรี และวัฒนธรรมของประเทศไทย ในการผ่อนคลายชีวิตอย่างมีความสุข ตามลำดับ

3. วิธีการคัดเลือกแรงงานเข้าทำงานของผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์วิธีการคัดเลือกคนเข้าทำงานของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกคนเข้าทำงานของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลการสอบสัมภาษณ์มีระดับความสำคัญในการคัดเลือกอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือเกรดเฉลี่ยของผู้สมัครงาน ภูมิสำเนาของผู้สมัครงาน เกรดเฉลี่ยของผู้สมัครงาน และอายุของผู้สมัครงาน ตามลำดับ

4. วิธีการประกาศรับสมัครคนเข้าทำงานของผู้ประกอบการ

จากการวิเคราะห์วิธีการประกาศรับสมัครคนเข้าทำงานของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีพบว่า ระดับความนิยมของวิธีการประกาศรับสมัครคนเข้าทำงานของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี โดยวิธีประกาศทางโซเชียลมีเดีย หรือเว็บไซต์มีความนิยมอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ วิธีการติดต่อหน่วยงานจัดหางาน วิธีประกาศที่หน้าสถานประกอบการ และวิธีการใช้ป้ายประกาศ ตามลำดับ

อภิปรายผล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึง คุณสมบัติของบัณฑิตสาขาการจัดการโลจิสติกส์ที่ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีต้องการ วิธีการคัดเลือกแรงงานเข้าทำงาน และวิธีการประกาศรับสมัครคนเข้าทำงาน ของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี โดยสามารถนำผลการวิจัย ที่ได้มาอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณสมบัติหลักด้านการทำงาน และคุณสมบัติด้านความรู้ และปัญญา มากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยยุทธ เลิศพาชิน และ อัจฉรา เมฆสุวรรณ (2555) ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการในจังหวัดลำปางให้ความสำคัญกับคุณสมบัติด้านความรู้การทำงานมากที่สุด ส่วนคุณสมบัติด้านคุณธรรมจริยธรรม และ ด้านการดำรงชีวิตเป็นคุณสมบัติที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเป็นกลุ่มสุดท้ายเนื่องจากเป็นคุณสมบัติที่ใช้วัดผลในการคัดเลือกแรงงานค่อนข้างยาก ต้องอาศัยความผูกพันระยะยาวจึงสามารถรับรู้ได้ อีกทั้งหน่วยงานสถานประกอบการส่วนใหญ่จะมีกฎระเบียบที่ชัดเจนในการทำงานตลอดเวลา จึงทำให้ไม่เห็นปัญหาด้านนี้ ส่วนด้านคุณสมบัติด้านเจตคติทางผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าแรงงานสามารถปรับเปลี่ยนเจตคติได้หากทำงานในประเทศไทยในระยะเวลาพอสมควร

ในประเด็นย่อยผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับคุณสมบัติด้าน ความมีวินัย รับผิดชอบ ความมีมนุษยสัมพันธ์เนื่องจากผู้ประกอบการมีความคาดหวังให้สถานประกอบการมีบุคลากรที่สามารถติดต่อสื่อสารทางธุรกิจได้ในสังคมปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงซึ่งจะทำให้หน่วยงานดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงกับงานวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการอุตสาหกรรมที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตในจังหวัดอุบลราชธานี ของพิระศักดิ์ กิตติวรพันธ์ และคณะ (2554) นอกจากนี้ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานียังให้ความสำคัญด้าน ความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์และสารสนเทศ เป็นอันดับต้น ๆ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปัญญา ชูช่วย (2557) ซึ่งกล่าวว่าคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีที่เข้าทำงานในสถานประกอบการตามทัศนคติของผู้บริหารสถานประกอบการในจังหวัดสงขลาในอันดับสูงได้แก่ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ลำดับความสำคัญของคุณลักษณะบัณฑิตอีกด้านหนึ่งที่ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีให้ความสำคัญคือด้านความรับผิดชอบเนื่องจากการสร้างบรรยากาศที่ดีในองค์กรทำให้ประสิทธิภาพงานเพิ่มมากขึ้นตรงกับผลการวิจัยของ เสาวณี ไกรักษ์ (2008) เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ปี พ.ศ.2551 ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับทักษะด้านนี้เช่นกัน

สรุป

คุณสมบัติโดยรวมของบัณฑิตสาขาการจัดการโลจิสติกส์ที่ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีต้องการในระดับสูงที่สุดคือ ด้านการทำงาน รองลงมาเป็นคุณสมบัติด้านความรู้และปัญญา ด้านการดำรงชีวิต ด้านประสบการณ์ทำงาน ด้านคุณธรรมจริยธรรม และ ด้านความคิด ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่ผู้ประกอบการมีระดับความต้องการในระดับมากที่สุดคือ ความมีวินัย รับผิดชอบ รองลงมาคือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ และ ความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์และสารสนเทศ ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์วิธีการคัดเลือกคนเข้าทำงานของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกคนเข้าทำงานของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี ด้านผลการสอบสัมภาษณ์มีระดับความสำคัญในการคัดเลือกอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เกรดเฉลี่ยของผู้สมัครงาน ภูมิสำเนาของผู้สมัครงาน

ระดับความนิยมของวิธีการประกาศรับสมัครคนเข้าทำงานของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี โดยมาใช้วิธีประกาศทางโซเชียลมีเดีย หรือเว็บไซต์ รองลงมาคือ วิธีการติดต่อหน่วยงานจัดหางาน วิธีประกาศที่หน้าสถานประกอบการ และวิธีการใช้ป้ายประกาศ ตามลำดับ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย

สำหรับข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีต่อบัณฑิตในประเด็นปัจจุบันที่ควรปรับปรุงได้แก่ การขาดภาวะผู้นำในการทำงาน โดยลักษณะการปฏิบัติงานจะเป็นการปฏิบัติตามคำสั่ง และขาดแผนการในการทำงาน ส่วนจุดเด่นของบัณฑิตปัจจุบันในจังหวัดอุบลราชธานีในมุมมองผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีคือ ความอดทนอดกลั้นต่อคำตำหนิว่ากล่าว ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่แรงงานในปัจจุบันควรรักษาไว้ ดังนั้นสถานศึกษาจึงควรตระหนักในการส่งเสริมลักษณะเด่นและวางแผนการแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อพัฒนาบัณฑิตต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากจังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดซึ่งอยู่ติดชายแดนประเทศซึ่งเป็นประตูสู่อินโดจีน ดังนั้นในการตั้งประเด็นการวิจัยควรมีการวิจัยถึงคุณสมบัติของบัณฑิตสาขาการจัดการโลจิสติกส์ที่ผู้ประกอบการจากประเทศอาเซียนต้องการ และควรมีการวิจัยเพื่อหาทางพัฒนาคุณสมบัติด้านความถนัดทางภาษาและการสื่อสาร ต่อผู้ประกอบการจากประเทศอาเซียนให้มากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีที่เสียสละเวลาตอบแบบสอบถามงานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- ชัยยุทธ เลิศพาชิน และอัจฉรา เมฆสุวรรณ. (2555). การสำรวจคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามความต้องการผู้ใช้นักบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. วารสารการจัดการ, 5(1), (มกราคม – มิถุนายน),
- ธีรวิทย์ เอกะกุล. (2549). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 4. อุบลราชธานี: วิทยาลัยอาชีวศึกษาพิมพ์.
- ปัญญา ชูช่วย. (2557). คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีที่เข้าทำงานในสถานประกอบการตามทัศนคติของผู้บริหารสถานประกอบการในจังหวัดสงขลา. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 5, วันที่ 16 พฤษภาคม 2557. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- พิชิต ฤทธิจิรกุล. (2548). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: House of Kermis.
- พีระศักดิ์ กิตติศรีวรพันธุ์, ปวีณนุตา บุญรัมย์, กนกวรรณ สุภักดี และกัม พงษ์ประเสริฐ. (2554). คุณลักษณะของบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการอุตสาหกรรมที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตในจังหวัดอุบลราชธานี. วารสารเทคโนโลยีอุตสาหกรรมวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 1(2), (กรกฎาคม – ธันวาคม),
- มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. (2560). แผนยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2561 จาก http://ita.ubru.ac.th/page/?page_id=12
- เสาวณี ไกรรักษ์. (2551). ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ปี พ.ศ.2551. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- Cronbach. (1951). Cronbach's Alpha. Retrieved 7 October 2018. from http://en.wikipedia.org/wiki/cronbach%27s_alpha, 1951.

สื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง

The Media Production for Public Relations of Ubon Ratchathani National Museum via Augmented Reality

อำไพ ยงกุลวณิช, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹
สัณชัย ยงกุลวณิช, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²
กรรณิการ์ แก่นพันธ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี³
ณัฐณิชา มุ่งหมาย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁴
กริตา พลเดช, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁵

E-mail: ampai.y@ubru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง (Augmented Reality) มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยคือ 1) HP REVEAL 2) Adobe Flash cs6 3) Adobe Photoshop cs6 4) Express Animate แบบสอบถาม ความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง จากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานีทั้งหมด 30 คน โดยใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง สามารถทำการแสดงผลข้อมูลแนะนำห้องจัดแสดงทั้ง 10 ห้องพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ผ่านทางสมาร์ตโฟนโดยใช้แอปพลิเคชัน HP REVEAL และผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง มีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: เทคโนโลยีเสมือนจริง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี

ABSTRACT

The purpose of this research was to development and to study the satisfaction of Media Production for Public Relations Ubon Ratchathani National Museum using Augmented Reality Technology. The tools are used 1) HP REVEAL Application 2) Adobe Flash cs6 3) Adobe Photoshop cs6 4) Express Animate. A total of 30 samples were used for satisfaction. The statistic the mean ($\bar{X}$) and standard deviation (S.D.) were used.

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

³ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁴ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁵ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

The research result found as follows: 1) The application can show information of 10 museum rooms via the HP REVEAL application. 2) satisfaction results from users the overall was high.

Keywords: Augmented Reality, the Media of Ubon Ratchathani National Museum

บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีภาพเสมือนจริงได้รับความนิยมอย่างมาก เทคโนโลยีภาพเสมือนจริง (Augmented Reality หรือ AR) เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่ผสานความเป็นจริง (Real World) เข้ากับโลกเสมือน (Virtual World) โดยใช้วิธีการซ้อนภาพเสมือนแบบสามมิติซึ่งถูกสร้างขึ้นด้วยเทคนิคทางคอมพิวเตอร์ โดยการสร้างโมเดลสามมิติด้วยภาพที่รับจาก กล้องวิดีโอ เว็บแคม หรือกล้องในโทรศัพท์มือถือ แบบเฟรมต่อเฟรม และซ้อนทับลงบนภาพฉากหลัง ซึ่งเป็นภาพที่ปรากฏอยู่บนโลกจริง จึงได้มีการพัฒนาสื่อต่าง ๆ ขึ้นมาอย่าง หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสื่อการเรียนการสอน สื่อโฆษณา การ์ตูนหรือ รายการทีวีต่าง ๆ รวมถึงแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน (จิราภรณ์ ปกรณ์, 2561)

พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ตั้งอยู่ที่ถนนเขื่อนธานีตัดกับถนนอุปราชา อ.เมือง เดิมเป็นศาลากลางจังหวัดสร้างเมื่อ พ.ศ. 2461 ในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวฯ บนที่ดินที่พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงสรรพสิทธิประสงค์ ข้าหลวงต่างพระองค์พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวฯ สำเร็จราชการมณฑลลาวท้าว (มณฑลอีสาน) ประทับ ณ เมืองอุบลราชธานี ได้ทรงขอมายาจากทายาทของราชบุตร (สุ่ย บุตรโลบล) คือ หม่อมเจียงคำ ชุมพล ณ อยุธยา (ในพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหลวงสรรพสิทธิประสงค์) ต่อมาทางจังหวัดได้มอบอาคารหลังนี้ให้กรมศิลปากร เพื่อจัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี ซึ่งปัจจุบันพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ยังใช้การแนะนำสิ่งต่าง ๆ ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ โดยมีคัคเทศก์หรือเจ้าหน้าที่และแผ่นพับที่มีเพียงภาพและตัวหนังสือเท่านั้น ซึ่งยังไม่มีเทคโนโลยีในการช่วยนำเสนอหรือเผยแพร่ศิลปะเหล่านั้นออกไปอย่างกว้างขวาง (จรพนา รักษ์ปา, 2559) และจากการศึกษากระบวนการปัจจุบัน พบว่า ในการประชาสัมพันธ์โดยใช้แผ่นพับยังมีเฉพาะรูปและตัวหนังสือซึ่งอาจจะทำให้เกิดความน่าสนใจ และข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน ส่วนการนำเสนอโดยบุคคลเพื่อแนะนำสิ่งต่าง ๆ ในพิพิธภัณฑสถานจะมีข้อมูลไม่ครบถ้วนทั้งหมด ซึ่งอาจทำให้ผู้ที่รับฟังการแนะนำนั้นได้รับข้อมูลได้ไม่สมบูรณ์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง เพื่อเป็นสื่อที่ง่ายและเป็นสื่อที่น่าสนใจต่อผู้ที่มาเยี่ยมชมรวมถึงนักท่องเที่ยวผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงสามารถนำไปใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนให้แก่ นักเรียน นักศึกษา หรือผู้ที่สนใจข้อมูลเกี่ยวกับโบราณคดี ความเป็นมาในอดีตต่าง ๆ ของวัตถุโบราณ และยังเป็นการอนุรักษ์ศิลปะเก่าแก่ของชาวอุบลราชธานีอีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี

ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง

ระเบียบวิธีวิจัย

1. เพื่อสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง มีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

- 1.1 ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี

- 1.2 ทำการวิเคราะห์และออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑสถาน แห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง โดยการวิเคราะห์กระบวนการปัจจุบัน และทำการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้ Data Flow Diagram, Flowchart และการสร้าง Story Board

- 1.3 ทำการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง โดยทำการพัฒนาสื่อโดยใช้เทคโนโลยี HP REVEAL เป็นแอปพลิเคชันในการดึงข้อมูลและแสดงข้อมูลผ่านทางสมาร์ตโฟน และทำการสร้างสื่อโดยใช้ 1) Adobe Flash cs6 ใช้ในการสร้างภาพนิ่งกราฟิก เพื่อแนะนำห้องจัดแสดงต่าง ๆ ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุบลราชธานี 2) Adobe Photoshop cs6 ใช้ในการตกแต่งปรับแสง ตัดต่อรูปภาพโบราณวัตถุต่าง ๆ ที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ 3) Express Animate ใช้ในการตัดต่อวิดีโอรูปภาพของห้องจัดแสดงต่าง ๆ ในพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุบลราชธานี เพื่อความน่าสนใจ

2. การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ประชากรคือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 351,872 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2560) กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่เข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 30 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เพื่อทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง ใช้แบบสอบถามที่มีข้อความแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ใช้การวิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย ตอนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง โดยใช้ข้อความ 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความน่าสนใจ 2) ด้านเนื้อหา 3) ด้านรูปภาพ ตัวอักษร ภาษาและเทคนิคการนำเสนอ และ 4) ด้านภาพรวมของสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.77

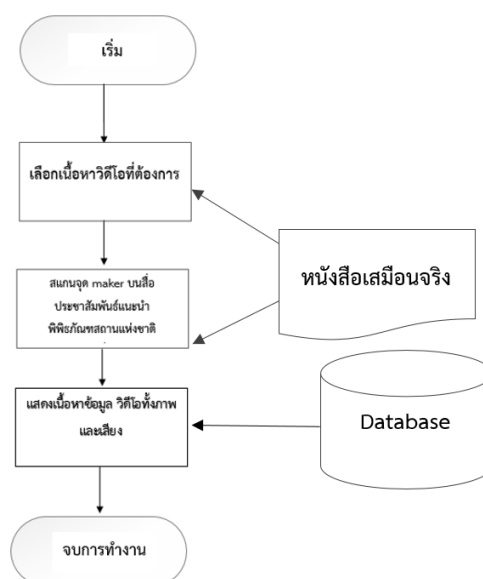
2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง ให้นักท่องเที่ยวทดลองใช้ และใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง มีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใช้เกณฑ์หาค่าเฉลี่ยและแปลความหมาย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554)

- 4.51 – 5.00 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
- 3.51 – 4.50 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
- 2.51 – 3.50 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
- 1.51 – 2.50 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
- 1.00 – 1.50 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง ได้ทำการศึกษาประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี และห้องจัดแสดงทั้ง 10 ห้อง คือ ห้องจัดแสดงที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดอุบลราชธานี ห้องจัดแสดงที่ 2 ธรณีวิทยาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ห้องจัดแสดงที่ 3 สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ห้องจัดแสดงที่ 4 สมัยประวัติศาสตร์เริ่มแรก ห้องจัดแสดงที่ 5 วัฒนธรรมขอมหรือเขมรสมัยเมืองพระนคร ห้องจัดแสดงที่ 6 วัฒนธรรมไทย-ลาว ห้องจัดแสดงที่ 7 ผ้าโบราณและผ้าพื้นเมืองอุบลราชธานี ห้องจัดแสดงที่ 8 ดนตรีพื้นเมือง ห้องจัดแสดงที่ 9 ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านและเครื่องใช้ในครัวเรือน และห้องจัดแสดงที่ 10 การปกครองและงานประเพณีศิลปเนื่องในพุทธศาสนา



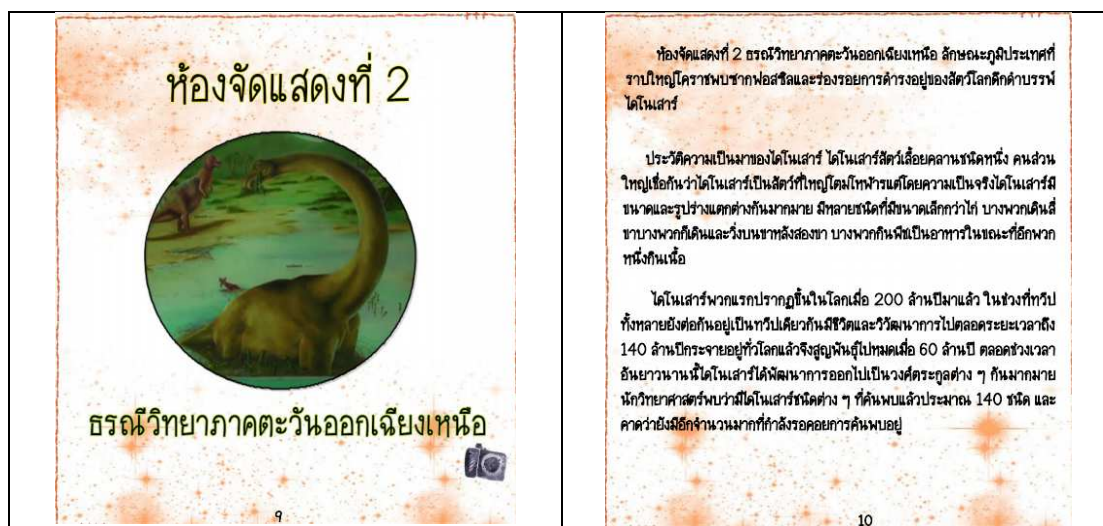
ภาพที่ 1 แสดง Flowchart ขั้นตอนใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง

การออกแบบเพื่อใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง โดย 1) ผู้ใช้งานเลือกหน้าข้อมูลพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานีตามที่ต้องการจากหนังสือเสมือนจริง 2) ผู้ใช้งานทำการสแกนจุดมาส์กตามที่ต้องการบนหน้าของสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานีที่เลือก 3) อุปกรณ์จะทำการสแกนและอ่านค่าของ Marker เมื่อทำการอ่านค่าแล้วจะทำการแสดงผล ออกทางหน้าจอของอุปกรณ์ที่ให้การสแกนโดยจะแสดงออกในรูปแบบงาน ได้แก่ เนื้อหา ข้อมูล วิดีโอ และเสียง ให้กับผู้ใช้งานเพื่อดูเนื้อหา

ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง ดังตัวอย่างภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 หน้าปกและคำแนะนำในการติดตั้งการใช้งาน



ภาพที่ 3 ภาพนำเสนอห้องจัดแสดงที่ 2 ธรณีวิทยาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ภาพที่ 4 ภาพนำเสนอห้องจัดแสดงที่ 3 สมัยก่อนประวัติศาสตร์



ภาพที่ 5 ภาพนำเสนอห้องจัดแสดงที่ 10 การปกครองและงานประณีตศิลป์เนื่องในพุทธศาสนา

การใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง สามารถใช้สมาร์ตโฟนสแกนจุดมาร์กที่เป็นภาพกล้อง จากนั้น ระบบจะนำเสนอภาพเคลื่อนไหวหรือวิดีโอ ดังตัวอย่างในภาพที่ 6 ซึ่งจากการผสมผสานเอกสารและเทคโนโลยีในงานวิจัยครั้งนี้ ส่งผลให้ผู้ใช้งานสามารถรับข้อมูลได้ทั้งตัวอักษร ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวประกอบเสียง ตามที่ผู้ใช้งานต้องการได้



ภาพที่ 6 แสดงวิดีโอแนะนำประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุบลราชธานี

2. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง ผลการประเมินความคิดเห็นจากการลงพื้นที่เพื่อแจกแบบสอบถามจำนวน 30 คนสรุปได้ดังนี้ ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนมากเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.0 และอายุผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากอยู่ในช่วงอายุมากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.7 อาชีพส่วนมากเป็นนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 56.7 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อุบลราชธานี มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจด้านความน่าสนใจ

ความน่าสนใจ	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
สื่อประชาสัมพันธ์มีความทันสมัย	3.96	.984	มาก
สื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ	4.04	.931	มาก
สื่อประชาสัมพันธ์มีการใช้เทคนิคที่กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้	4.13	.872	มาก
สื่อประชาสัมพันธ์มีความหลากหลายและไม่น่าเบื่อ	4.29	.832	มาก
รวม	4.10	.904	มาก

จากตารางที่ 1 สรุปความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง ด้านความน่าสนใจ พบว่า มีค่าเฉลี่ยด้านความน่าสนใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = .904 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สื่อประชาสัมพันธ์มีความหลากหลายและไม่น่าเบื่อ ($\bar{X}$ = 4.29) สื่อประชาสัมพันธ์มีการใช้เทคนิคที่กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ ($\bar{X}$ = 4.13) และสื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจ ($\bar{X}$ = 4.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจด้านเนื้อหา

ด้านเนื้อหา	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
ความชัดเจนในการนำเสนอ	4.27	.817	มาก
การเล่าเรื่องมีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย	4.28	.830	มาก
เนื้อหามีความเหมาะสม	4.00	.888	มาก
เนื้อหามีความถูกต้อง ชัดเจน และน่าเชื่อถือ	3.91	.911	มาก
ปริมาณเนื้อหาไม่เพียงพอกับความต้องการ	3.91	.870	มาก
รวม	4.07	.863	มาก

จากตารางที่ 2 สรุปความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานีผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง ด้านเนื้อหา พบว่า มีค่าเฉลี่ยด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.07) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = .863 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ความชัดเจนในการนำเสนอ ($\bar{X}$ = 4.28) การเล่าเรื่องมีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ($\bar{X}$ = 4.27) และเนื้อหามีความเหมาะสม ($\bar{X}$ = 4.00) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจด้านรูปภาพ ตัวอักษร ภาษาและเทคนิคการนำเสนอ

ด้านรูปภาพ ตัวอักษร ภาษาและเทคนิคการนำเสนอ	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
ความสวยงามของภาพที่ใช้ในการนำเสนอ	4.19	.825	มาก
ความชัดเจนของภาพ	4.16	.849	มาก
ความถูกต้องชัดเจนของภาษา	4.20	.876	มาก
ความน่าสนใจของเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอ	4.29	.769	มาก
ระยะเวลาในการนำเสนอสื่อมีความเหมาะสม	4.28	.769	มาก
การจัดรูปแบบตัวอักษรรูปภาพวิดีโอเสียงได้เหมาะสม	4.52	.747	มากที่สุด
รวม	4.27	.803	มาก

จากตารางที่ 3 สรุปความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานีผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง ด้านรูปภาพ ตัวอักษร ภาษาและเทคนิคการนำเสนอ พบว่า มีค่าเฉลี่ยด้านรูปภาพ ตัวอักษร ภาษาและเทคนิคการนำเสนออยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.27) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = .803 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ การจัดรูปแบบ ตัวอักษร รูปภาพ วิดีโอ และเสียง ได้เหมาะสม ($\bar{X}$ = 4.52) มีความน่าสนใจของเทคนิคที่ใช้ในการนำเสนอ ($\bar{X}$ = 4.29) และระยะเวลาในการนำเสนอสื่อมีความเหมาะสม ($\bar{X}$ = 4.28) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจด้านภาพรวมของสื่อประชาสัมพันธ์

ด้านภาพรวมของเนื้อหา	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
ความเหมาะสมในการใช้ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์และการเรียนรู้	4.50	.689	มาก
เป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไปสามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง	4.48	.659	มาก
ความสะดวกในการใช้แอปพลิเคชันที่ใช้ในการสแกนสื่อสำหรับนำเสนอข้อมูล	4.34	.755	มาก
สื่อประชาสัมพันธ์ช่วยในการอนุรักษ์โบราณวัตถุและสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี	4.53	.594	มาก
รวม	4.46	.674	มาก

จากตารางที่ 4 สรุปความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานีผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง ภาพรวมของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า มีค่าเฉลี่ยภาพรวมของเนื้อหาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.46) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = .674 โดยค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ สื่อประชาสัมพันธ์ช่วยในการอนุรักษ์โบราณวัตถุและสนับสนุนการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี ($\bar{X}$ = 4.53) ความเหมาะสมในการใช้ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์และการเรียนรู้ ($\bar{X}$ = 4.50) และเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวหรือบุคคลทั่วไปสามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง ($\bar{X}$ = 4.48) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจในภาพรวม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. ความน่าสนใจ	4.10	.904	มาก
2. ด้านเนื้อหา	4.07	.863	มาก
3. ด้านรูปภาพ ตัวอักษร ภาษาและเทคนิคการนำเสนอ	4.27	.803	มาก
4. ด้านภาพรวมของสื่อประชาสัมพันธ์	4.46	.674	มาก
รวม	4.23	.811	มาก

จากตารางที่ 5 สรุปความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง ในภาพรวมพบว่า ด้านความน่าสนใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10) ด้านเนื้อหาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.07) ด้านรูปภาพ ตัวอักษร ภาษาและเทคนิคการนำเสนอ ($\bar{X}$ = 4.27) ด้านภาพรวมของสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.46) และภาพรวมทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.23) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = .811

อภิปรายผล

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี นำเสนอข้อมูลโดยใช้แอปพลิเคชันผ่านสมาร์ตโฟน จากการทดลองใช้ได้ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง และประเมินโดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้งาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความน่าสนใจ ด้านเนื้อหา ด้านรูปภาพ ตัวอักษร และเทคนิคการนำเสนอ และด้านภาพรวมของสื่อประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับณัฐ ดิษเจริญและคณะ (2557) ซึ่งได้ทำการวิจัยเรื่องสื่อเสมือนจริงวิชาชีววิทยา ผลการพัฒนาและทดสอบเบื้องต้นพบว่า ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจอยู่ที่ระดับมาก มีค่าเท่ากับ 4.32 สื่อการเรียนรู้ นี้ช่วยกระตุ้นความสนใจและเพิ่มความเข้าใจให้แก่ผู้เรียนตอบสนองการเรียนรู้ ของผู้เรียนได้ทุกที่ทุกเวลา และสอดคล้องกับอัครชัย ชัยแสง และคณะ (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องศิลปเจดีย์วัดในจังหวัดเชียงใหม่กับการพัฒนาสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า การบริการสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของทั้ง 3 วัด คือ วัดพระธาตุ ดอยสุเทพราชวรวิหาร วัดเชียงมั่น และวัดภูเก้า มีข้อมูลหลายรูปแบบ คือ ข้อมูลที่เขียนลงในวารสาร สื่อหนังสือพิมพ์ เอกสารของกรมศิลปากร เอกสารการท่องเที่ยว รวมทั้ง รูปภาพ หรือในอินเทอร์เน็ต เพราะพระเจดีย์ทั้ง 3 องค์นี้ เป็นเจดีย์ที่กรมศิลปากรขึ้นบัญชีดูแลรักษาอยู่ และทางจังหวัดเชียงใหม่รวมทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ได้ใช้เป็นข้อมูลเชิญชวนนักท่องเที่ยวมาเยือนเชียงใหม่ ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการนำเสนอข้อมูลด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริงจึงเป็นแนวทางที่สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้

สรุป

การศึกษาข้อมูลพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานีและห้องจัดแสดงทั้ง 10 ห้อง และได้จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานีผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริงและได้จัดทำคลิปวิดีโอและเสียงบรรยายที่ใช้ ประกอบในวีดิโอบรรยายเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์ประวัติความเป็นมาของ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานีผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงาน คือ เครื่องมือที่ใช้สร้างสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริงด้วยเทคโนโลยีประกอบด้วย 1) HP REVEAL ใช้สำหรับสแกนสื่อประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบนหนังสือเสมือนจริงและทำการดึงข้อมูลจากฐานข้อมูลของแอปพลิเคชัน HP REVEAL เพื่อนำออกมาแสดงบนหน้าจอสมาร์ตโฟน 2) Adobe Flash cs 6 ใช้ในการสร้างภาพนิ่งกราฟิก เพื่อแนะนำห้องจัดแสดงต่าง ๆ ในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี 3) Adobe Photoshop cs 6 ใช้ในการตกแต่งปรับแสง ตัดต่อรูปภาพ โบราณวัตถุต่าง ๆ ที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ 4) Express Animate ใช้ในการตัดต่อวิดีโอรูปภาพของห้องจัดแสดงต่างๆ ในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี เพื่อความน่าสนใจ

ผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี นำเสนอข้อมูลผ่านหนังสือเสมือนจริงโดยใช้แอปพลิเคชัน HP REVEAL ในการสแกน จุดมาร์คของห้องต่าง ๆ ที่ต้องการ ดังนี้ ห้องจัดแสดงที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดอุบลราชธานี ห้องจัดแสดงที่ 2 ธรณีวิทยาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ห้องจัดแสดงที่ 3 สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ห้องจัดแสดงที่ 4 สมัยประวัติศาสตร์เริ่มแรก ห้องจัดแสดงที่ 5 วัฒนธรรมขอมหรือเขมรสมัยเมืองพระนคร ห้องจัดแสดงที่ 6 วัฒนธรรมไทย-ลาว ห้องจัดแสดงที่ 7 ผ้าโบราณและผ้าพื้นเมืองอุบลราชธานี ห้องจัดแสดงที่ 8 ดนตรีพื้นเมือง ห้องจัดแสดงที่ 9 ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านและเครื่องใช้ในครัวเรือน และห้องจัดแสดงที่ 10 การปกครองและงานประเพณีศิลปเนื่องในพุทธศาสนา โดยนำเสนอในรูปแบบของสื่อวิดีโอ ที่มีภาพเสียงประกอบกับคำบรรยายเกี่ยวกับความเป็นมาของห้องต่าง ๆ ทั้ง 10 ห้อง

ผลการทดลองใช้สื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานีจากผู้ใช้งานพบว่ามีความพึงพอใจภาพรวมของงานอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) = 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = .811 ซึ่งสามารถนำมาเป็นสื่ออีกรูปแบบหนึ่งในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์แนะนำพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุบลราชธานี ผ่านเทคโนโลยีเสมือนจริง ควรใช้อุปกรณ์โทรศัพท์แบบสมาร์ตโฟน และมีเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีความเสถียร

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ดูแลพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ จังหวัดอุบลราชธานี ที่กรุณาให้ข้อมูลในการทำวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2560). สรุปสถานการณ์พักแรม จำนวนผู้เยี่ยมชม และรายได้จากผู้เยี่ยมชม เดือนธันวาคม 2559. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2561 จาก http://www.tourism.go.th/assets/portals/1/files/Domestics_DEC59.pdf
- จรพนา รักษ์ป่า. (2559). พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อุบลราชธานี. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2561 จาก www.guideubon.com/web/viewtopic.php?p=202252.
- จิราภรณ์ ปกรณ์. (2561). เทคโนโลยีเสมือนจริง (Augmented Reality Technology: AR). (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2561 จาก www.scimath.org/articletechnology/item/7755-ar-augmented-reality.
- ณัฐฐ์ ดิษเจริญและคณะ. (2557). สื่อเสมือนจริงวิชาชีพวิทยา. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2561 จาก http://www.kmutt.ac.th/jif/public_html/article_detail.php?ArticleID=139141.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์.
- อัครชัย ชัยแสง และคณะ. (2558). พุทธของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ที่มาเที่ยววัดในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ กรุงเทพมหานคร. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2561 จาก research.dru.ac.th/o-journal/file_doc/2016_10_02_122604docx.

ความสัมพันธ์ของประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศต่อค่าสอบบัญชี สำหรับบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย

The Relative of International Accounting Standard Experience on Audit fees for Listed Companies in Thailand

วรณัฐ กุอุทา, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹

พัชรินทร์ สารมัท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้²

นิรมล เนื่องสิทธิ์, วิทยาลัยเทคโนโลยีพงษ์สวัสดิ์³

เมธิกา ธรรมกิจโสภณ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร⁴

Email: Woranuch.k@ubru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาความสัมพันธ์ของประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศของผู้สอบบัญชีกับการกำหนดค่าสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย โดยทำการศึกษาข้อมูลทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงเวลาที่มีการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย พบว่า ประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการกำหนดค่าสอบบัญชี และมีความสัมพันธ์เพิ่มขึ้นในช่วงปีแรกของการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศจะมีความสัมพันธ์กับค่าสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญหากการจัดทำงบการเงินมีการเปลี่ยนแปลงความซับซ้อนในจัดทำงบการเงินระดับสูงภายหลังจากการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศเท่านั้น

คำสำคัญ: ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ความซับซ้อนของงบการเงิน

ABSTRACT

A study of the relationship between experience in International accounting standards of auditors and the audit fees of listed companies in Thailand. Our study is based on the financial information of the listed companies in Thailand at the time of the adoption of the International Accounting Standard (IAS) in Thailand, the auditor's experience in international accounting standards was positively correlated with the audit fee. However, the auditor's experience in international accounting standards would have a significant relationship to the audit fee if the preparation of the financial statements would have a significant changed the complexity of preparing in high-level after the adoption of the International Accounting Standard.

Keywords: Auditing fee, International Accounting Standards, the complexity of preparing financial statements

บทนำ

การจัดทำรายงานทางการเงินภายใต้เกณฑ์การจัดทำบัญชีตามมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (International accounting Standards: IAS) ซึ่งกำหนดโดยคณะกรรมการมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (International Accounting Standard Board: IASB) มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการจัดทำงบการเงินให้เป็นไปตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปของทุกประเทศทั่วโลก จากการที่ได้มีกระบวนการพัฒนามาตรฐานการบัญชีและมาตรฐานรายงานทางการเงินเพื่อให้ประเทศที่พัฒนาแล้วซึ่งมีมาตรฐานการบัญชีและการรายงานทางการเงินของตนเองหรือประเทศกำลังพัฒนาซึ่งไม่สามารถกำหนดมาตรฐานการบัญชีหรือ

¹ อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² อาจารย์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

³ อาจารย์ วิทยาลัยเทคโนโลยีพงษ์สวัสดิ์

⁴ อาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

มาตรฐานรายงานทางการเงินของตนเองได้ใช้มาตรฐานการบัญชีหรือรายงานทางการเงินแบบเดียวกัน เนื่องจากการจัดทำรายงานและเปิดเผยสารสนเทศเกี่ยวกับฐานะทางการเงิน รวมถึงงบการเงินที่เปิดเผยแก่สาธารณชน มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ การลงทุนและประโยชน์อื่นแก่ผู้ใช้งบการเงินทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในหลายประเทศรวมถึงประเทศไทย นอกเหนือไปจากการกฎหมายยังได้กำหนดให้ ผู้สอบบัญชี เป็นผู้ตรวจสอบงบการเงิน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้งบการเงินว่าข้อมูลของงบการเงินมีความน่าเชื่อถือหรือไม่โดยผู้สอบบัญชีจะได้รับค่าตอบแทนตามแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี คือ ค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

Khaled and Motaz (2014) พบว่า การปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ มีผลต่อค่าธรรมเนียมที่เพิ่มขึ้นในบริษัทอุตสาหกรรมในประเทศจอร์แดนและทักษะเกี่ยวกับมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ในการตรวจสอบบัญชีถือเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดค่าสอบบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hsiao and Ru Yen (2016) ที่กล่าวว่า ผู้สอบบัญชีที่มีประสบการณ์การใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ จะเรียกเก็บค่าสอบบัญชีเพิ่มขึ้นในปีแรก ๆ ของการปรับใช้ มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ นอกจากนี้ยังพบว่าลูกค้าที่มีประสบการณ์การใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ จ่ายค่าตอบแทนที่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ต่ำลงอย่างมีนัยสำคัญ และการกำหนดค่าสอบบัญชีได้รับผลกระทบจากระดับความเปลี่ยนแปลงของความซับซ้อนในการรายงานทางการเงิน เนื่องจากมีการนำมาตรฐานการบัญชีใหม่มาใช้

Kim, Liu and Zheng (2012) พบว่าค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นมากเมื่อมีการปรับใช้ตามมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ และลดลงด้วยการปรับปรุงคุณภาพการรายงานทางการเงินที่เกิดขึ้นจากการปรับใช้ตามมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ และค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเมื่อที่มีการปรับใช้ตามมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ จะลดลงในประเทศที่มีระบบกฎหมายที่เข้มแข็ง Liu and Yen (2011) กล่าวว่า ประสบการณ์การใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศผลกระทบต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทในประเทศจีนนั้น พิจารณาจากบริษัทสอบบัญชีที่ดำเนินธุรกิจในระดับสากลโดยมีแนวโน้มว่าจะมีประสบการณ์การใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ในการตรวจสอบบัญชีมากกว่าบริษัทสอบบัญชีในท้องถิ่น ซึ่งบริษัทสอบบัญชีขนาดใหญ่ข้ามชาติหรือกลุ่มบริษัท Big 4 ถือเป็นบริษัทที่มีประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศมากที่สุด และน่าเชื่อถือกว่าบริษัทสอบบัญชีท้องถิ่นอื่น ๆ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการนำมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศมาปรับใช้เป็นมาตรฐานการบัญชีของประเทศไทยเช่นกัน โดยสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ได้มีการประกาศใช้มาตรฐานการบัญชี (ปรับปรุง 2552) ที่เป็นไปตามเกณฑ์ของมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในปี 2553 และมีผลต่อการจัดทำงบการเงินโดยส่วนใหญ่ ในปี 2554 โดยมีการปรับปรุงงบการเงินสำหรับปี 2553 ที่นำมาเป็นข้อมูลเปรียบเทียบให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีที่จัดทำขึ้นใหม่ ผลจากการประกาศใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย ย่อมส่งผลกระทบต่อข้อกำหนดค่าสอบบัญชี และย่อมส่งผลกระทบต่อแนวทางการจัดทำบัญชีที่อาจมีความซับซ้อนมากขึ้นสำหรับกิจการในประเทศไทย คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีเกี่ยวกับมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ กับการกำหนดค่าสอบบัญชีเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการบัญชีว่าจะมีผลกระทบต่อในทิศทางใด โดยศึกษาจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่อยู่ในกลุ่มของหลักทรัพย์ SET 100 สำหรับปี 2552 – 2555 ซึ่งครอบคลุมช่วงเวลาก่อนและหลังการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย งานวิจัยนี้วัดประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีต่อ มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ โดยพิจารณาจากผู้สอบบัญชีของบริษัทสอบบัญชีขนาดใหญ่มีเครือข่ายข้ามชาติ (BIG4) ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศของผู้สอบบัญชีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศของผู้สอบบัญชีจะมีผลต่อค่าสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญเมื่อระดับการเปลี่ยนแปลงงบการเงินของลูกค้ามีความซับซ้อนสูง ดังนั้น ระดับความซับซ้อนของงบการเงินซึ่งเป็นผลมาจากการใช้มาตรฐานการบัญชีจึงส่งผลต่อการกำหนดค่าสอบบัญชีเช่นกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาระดับความซับซ้อนของการเปลี่ยนแปลงงบการเงินที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ความสำคัญมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ

การก่อตั้ง International Federation of Accounts (IFAC) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาส่งเสริมและดูแลผลประโยชน์สาธารณะโดยส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล นอกจากนั้น IFAC มีคณะกรรมการกำหนดมาตรฐานการสอบบัญชีระหว่างประเทศซึ่งทำหน้าที่ออกมาตรฐานการสอบบัญชีระหว่างประเทศ โดยได้ทำการสำรวจโดยสอบถามผู้บริหารสูงสุดด้านการเงิน (Chief Financial Officer) ของบริษัททั่วโลกเพื่อให้การจัดทำรายงานทางการเงินของแต่ละบริษัททั่วโลกสามารถที่จะ

เปรียบเทียบกันไม่ได้โดยที่ไม่มีปัญหาเรื่องความแตกต่างทางมาตรฐานการบัญชีหรือการรายงานทางการเงินเนื่องจากในปัจจุบันเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ได้มีการเชื่อมโยงกันเป็นโลกยุคโลกาภิวัตน์อันเป็นที่มาของการที่ประเทศต่าง ๆ ได้นำมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศมาใช้ในการจัดทำรายงานทางการเงินหรือแม้แต่ว่าบางประเทศที่ยังไม่ได้้นำมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศมาใช้ก็ได้มีแผนการกำหนดไว้ล่วงหน้าว่าจะนำมาใช้เมื่อใดทั้งนี้เพื่อประโยชน์สำหรับการตัดสินใจของบริษัทผู้ลงทุนผู้มีส่วนได้เสียและเพื่อประโยชน์ของหน่วยงานกำกับดูแล (เกียรตินิยม คุณติสุข, 2554)

ดังนั้น เพื่อให้ประเทศไทยมีมาตรฐานการบัญชีที่เป็นเดียวกับมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศและเป็นสากล สภาวิชาชีพบัญชีจึงได้พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานการบัญชีไทย โดยได้ประกาศใช้มาตรฐานการบัญชี (ปรับปรุง 2552) ในประกาศสภาวิชาชีพบัญชี ฉบับที่ 17/2553 เรื่อง มาตรฐานการบัญชีและมาตรฐานการรายงานทางการเงิน (ปรับปรุง 2552) ซึ่งมีผลทำให้กิจการต้องมีการปรับปรุงเกณฑ์ในการจัดทำรายงานทางการเงินให้เป็นไปตามมาตรฐานและต้องมีการศึกษาแนวทางในการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีฉบับปรับปรุงให้เหมาะสมกับกิจการ ทั้งนี้ ในส่วนของผู้สอบบัญชีก็ต้องมีการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องเช่นกัน ซึ่งผู้สอบบัญชีที่ปฏิบัติงานกับสำนักงานสอบบัญชีขนาดใหญ่ที่มีเครือข่ายจากบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ของโลก (Big 4) ย่อมมีโอกาสในการฝึกอบรมและมีประสบการณ์เกี่ยวกับมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศสูงกว่าผู้สอบบัญชีของสำนักงานสอบบัญชีท้องถิ่น (Lin and Yen, 2016)

ประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ

คุณภาพการตรวจสอบเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่กำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี (Francis and Stoke, 1986) นับตั้งแต่มีการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในหลายประเทศในปี 2550 ซึ่งความนิยมในการทำบัญชีระหว่างประเทศนั้นมีเพิ่มมากขึ้น Liu and Yen (2011) ได้ศึกษาเรื่องของการประสบการณ์ มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศที่มีผลกระทบต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทในประเทศจีนโดยศึกษาการวัดประสบการณ์มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ก่อนปี 2550 จากบริษัทจดทะเบียนที่ขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ (NET) ในเซี่ยงไฮ้และเซินเจิ้น ระหว่างปี 2548 - 2549 ที่ประเทศจีนก่อนจะมีการปรับใช้ มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ในปี 2550 บริษัทบัญชีที่ดำเนินธุรกิจในระดับสากลมีแนวโน้มว่าจะมีประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ในการตรวจสอบบัญชีก่อนปี 2550 ซึ่งบริษัทในกลุ่มบริษัทสอบบัญชีขนาดใหญ่สี่แห่งของโลก (Big 4) ถือเป็นบริษัทที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศมากที่สุดและน่าเชื่อถือกว่าบริษัทสอบบัญชีท้องถิ่นอื่น ๆ จากเหตุผลดังกล่าวในงานวิจัยนี้จึงได้พิจารณาการวัดประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีโดยเลือกบริษัทจดทะเบียนที่ขายหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทยระหว่างปี 2552 - 2555 ที่มีการตรวจสอบบัญชีโดยบริษัทที่อยู่ในกลุ่ม Big 4 ได้แก่ บริษัท ดีลอยด์ทูชโทมัส ไซยัค บริษัท ไพรซ์วอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส บริษัทสำนักงานอูวาย บริษัทเคพีเอ็มจี ภูมิไชย ถือ บริษัทสอบบัญชีข้ามชาติย่อมมีประสบการณ์มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศก่อนที่ประเทศไทยจะปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ และเริ่มใช้ในปี 2554 เนื่องจากบริษัทกลุ่มเครือข่ายข้ามชาติ Big 4 ได้ดำเนินกิจการมาเป็นเวลานาน และมีการสั่งสมประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในด้านการบัญชีระหว่างประเทศและได้รับการยอมรับอย่างดี

ผลกระทบของการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศครั้งแรกต่อความซับซ้อนของงบการเงิน

การเริ่มนำมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศเข้ามาใช้แต่ละประเทศในครั้งแรกย่อมทำให้เกิดผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงการนำเสนอรายงานทางการเงิน ซึ่งผลของการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับความแตกต่างของมาตรฐานการบัญชีในประเทศ ณ ขณะนั้นกับมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศที่ต้องนำมาใช้ใหม่ Ding และคณะ (2007) ได้ศึกษาความแตกต่างระหว่างมาตรฐานการบัญชีในประเทศ (Domestic Accounting Standards) and มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (International Accounting Standard) โดยแบ่งความแตกต่างของมาตรฐานการบัญชีในประเทศกับมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศออกเป็น 2 แบบ คือ มาตรฐานการบัญชีในประเทศไม่มีข้อกำหนดในเรื่องที่มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศมีการกำหนด (Absent) และความแตกต่างอันเกิดจากมาตรฐานการบัญชีในประเทศมีข้อกำหนดในมาตรฐานในเรื่องเดียวกับที่มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศแต่มีความแตกต่างในเนื้อหาของมาตรฐาน (Divergence) พบว่า ความแตกต่างที่มาตรฐานในประเทศไม่มีมาตรฐานตามมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศจะมีสูงในประเทศตลาดทุนมีการพัฒนาน้อยและมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับเจ้าของมากกว่าบุคคลภายนอกในขณะที่ในประเทศที่มาตรฐานมีความแตกต่างอันเกิดจากข้อกำหนดของมาตรฐานในประเทศมีความแตกต่างจากข้อกำหนดของมาตรฐานระหว่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับระบบเศรษฐกิจที่พัฒนาแล้วและวิชาชีพบัญชีมีความเข้มแข็งแต่ยังคงอยู่ภายใต้ความกดดันของตลาดทุน ส่วน Griffin และคณะ (2009) ตรวจสอบผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงกฎหมายของรัฐและการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศต่อค่าบริการตรวจสอบบัญชีและค่าบริการอื่น ในประเทศนิวซีแลนด์ พบว่า เมื่อมีการควบคุมขนาดขององค์กร ความซับซ้อน และความเสี่ยงแล้ว ค่าสอบบัญชีมีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญตั้งแต่ปี 2547 ถึง 2549 สอดคล้องกับระยะเวลาการเปลี่ยนแปลงการใช้มาตรฐานการบัญชีตามมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในขณะที่การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบทำให้ค่าบริการอื่นของบริษัทตรวจสอบลดลงเนื่องจากมีข้อกำหนดเรื่องความอิสระของผู้ประกอบวิชาชีพ จากกฎหมายของรัฐบาลในประเทศทำให้การให้บริการอื่นในหน่วยงานที่ตรวจสอบบัญชีลดลง

ดังนั้น อีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการกำหนดค่าสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีนอกจากประสบการณ์การใช้ มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ควรต้องพิจารณาความซับซ้อนของการนำเสนอรายงานทางการเงินภายหลังมาตรฐานการบัญชีที่มีการเปลี่ยนแปลงว่าการนำมาใช้นั้นมีความแตกต่างและความซับซ้อนอย่างไร อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ได้กำหนดตัวแปรควบคุม ตาม Simunic (1980) ซึ่งเป็นตัวแปรที่จากงานวิจัยในอดีตพบว่ามีความสัมพันธ์กับการกำหนดค่าสอบบัญชีเช่นกัน ซึ่งได้แก่ ความซับซ้อนของธุรกิจ ความเสี่ยงของกิจการ ภาระหนี้สิน สภาพคล่อง และความสามารถในการทำกำไร ความมีชื่อเสียงและคุณภาพของบริษัทสอบบัญชี ขนาดใหญ่ สิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อค่าสอบบัญชีจากผลการวิจัยในอดีต ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงได้กำหนดตัวแปรควบคุมที่สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตด้วย

ประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีมีผลกระทบต่อการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

Cahan and Sun (2018) ได้ศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการสอบบัญชีของหน่วยงาน พบว่าผู้สอบบัญชีที่มีประสบการณ์ด้านการวางระบบบัญชีจะมีผลการปฏิบัติงานและขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจนรวมถึงมีการรวบรวมหลักฐานในการสอบบัญชีอย่างเป็นระบบและยังสามารถช่วยในเรื่องของการลดความเสี่ยงทางการเงิน ขณะที่ Kim, Liu and Zheng (2012) ได้ตรวจสอบปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการกำหนดค่าสอบบัญชีในการปรับใช้ตาม มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ โดยมุ่งเน้นที่การตรวจสอบผลกระทบของประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศต่อการกำหนดค่าสอบบัญชี พบว่าค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นมากเมื่อมีการปรับใช้ตามมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศและลดลงด้วยการปรับปรุงคุณภาพการรายงานทางการเงินที่เกิดขึ้นจากการปรับใช้ตามมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ นอกจากนี้ยังพบว่าค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีที่มีการปรับใช้ตามมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ จะลดลงในประเทศที่มีระบบกฎหมายที่เข้มแข็ง Khaled and Motaz (2014) ยังชี้ให้เห็นว่าการปรับใช้มาตรฐาน มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ เป็นตัวผลักดันที่สำคัญของค่าสอบบัญชี และแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าทักษะเกี่ยวกับ มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ในการตรวจสอบบัญชีถือเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดค่าสอบบัญชี

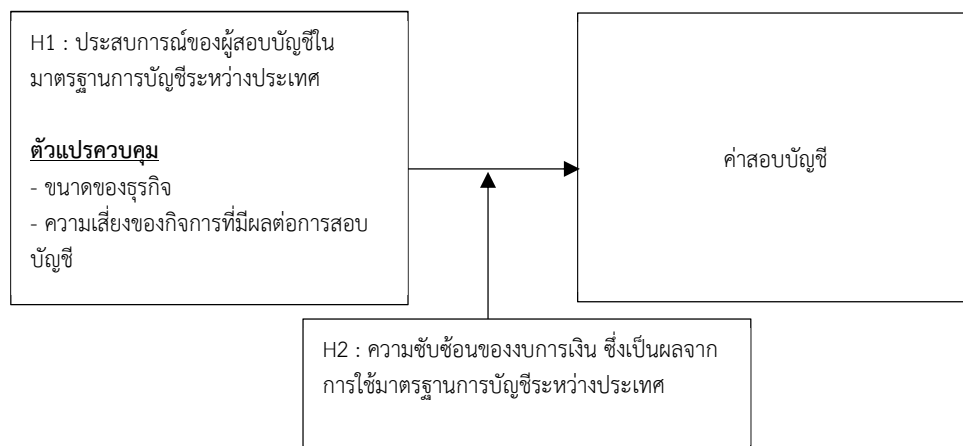
ดังนั้น ผลจากการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ คือการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการค่าตรวจสอบบัญชีที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้จากการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศนั้น เนื่องจากลูกค้าต้องการให้มีการปรับใช้ มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและต้องการการตัดสินใจอย่างมีอาชีพวิชาชีพที่มีแนวโน้มที่จะจ้างผู้สอบบัญชีที่มีประสบการณ์และความชำนาญ (Kim, Liu and Zheng, 2012) การปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ก็ถือว่าเป็นตัวผลักดันที่สำคัญของการกำหนดค่าสอบบัญชี และแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าทักษะเกี่ยวกับมาตรฐาน มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ในการตรวจสอบบัญชีและประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดค่าสอบบัญชี

จากแนวคิดและวรรณกรรมในอดีตที่อ้างอิงข้างต้น คณะผู้วิจัยได้ศึกษาผลกระทบของการปรับปรุงมาตรฐานการบัญชีในประเทศไทย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งประเทศที่มีการนำมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศมาปรับใช้ในประเทศไทยเป็นครั้งแรก ซึ่งมีผลต่อการกำหนดค่าสอบบัญชี โดยกำหนดสมมุติฐานงานวิจัย ดังนี้

H1: ประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศของผู้สอบบัญชีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี

H2: ประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศของผู้สอบบัญชีจะมีผลต่อค่าสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญเมื่อระดับการเปลี่ยนแปลงงบการเงินของลูกค้ามีความซับซ้อนสูง

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 100 อันดับแรก ที่อยู่ในกลุ่มของหลักทรัพย์ที่มีมูลค่าตามราคาตลาด (Market Capitalization) สูงและการซื้อขายมีสภาพคล่องสูงอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งต้องเป็นหลักทรัพย์ที่มีการกระจายของผู้ถือหลักทรัพย์รายย่อยอย่างเหมาะสม ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการเข้าถึงของนักลงทุน หรือที่เรียกว่าหลักทรัพย์ที่อยู่ในกลุ่มของ SET 100 โดยศึกษาในช่วงระยะเวลาก่อนและหลัง ปี 2554 ซึ่งเป็นช่วงปีแรกที่มีการปรับใช้ มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทยครั้งแรกเป็นระยะเวลา 4 ปี คือ ตั้งแต่ปี 2552 - 2555 โดยข้อมูลทางการเงินที่ใช้ในการศึกษานี้เก็บรวบรวมจากข้อมูลงบการเงิน, รายงานประจำปี, แบบ 56-1 ของบริษัท จากฐานข้อมูลจากเว็บไซต์ของสำนักงาน คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (www.sec.or.th)

ตารางที่ 1 แสดง จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

รายละเอียดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (บริษัท)	ปี 2552	ปี 2553	ปี 2554	ปี 2555
บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (SET 100)	100	100	100	100
หัก บริษัทที่ไม่มีข้อมูล/ข้อมูลไม่ครบถ้วน	4	7	4	3
รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง	96	93	96	97

ที่มา (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน โดยการศึกษาเป็นการศึกษาเชิงสหสัมพันธ์ (Multiple Linear Regression) เพื่อทดสอบว่าตัวแปรอิสระส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตามได้มากน้อยเพียงใด การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของปัจจัยที่นิยมใช้ในการศึกษาในอดีตจากเทคนิคในการศึกษา ประสิทธิภาพการใช้งาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศของผู้สอบบัญชีโดยการใช้โมเดลที่ได้มีการศึกษาในต่างประเทศซึ่งเป็นผลจากการศึกษาของ Lin and Yen (2016) เป็นตัวแบบในการพัฒนาของงานวิจัยนี้

ในการศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพการใช้งาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศต่อค่าสอบบัญชี ตัวแบบที่ใช้ในครั้งนี้ สามารถสร้างแบบจำลองที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม รวมถึงตัวแปรควบคุมได้ โดยแบ่งความสัมพันธ์เป็น 2 ช่วง คือ ช่วงก่อนการใช้งาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย และช่วงหลังการใช้บัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย เป็นปีแรก ดังนี้

แบบจำลองชุดที่ 1 ทดสอบความสัมพันธ์ช่วงก่อนการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย

$$\text{LNFEED\_BF} = \beta_0 + \beta_1 \text{EXP\_B4} + \beta_2 \text{EXP\_B4} \times \text{FIRYR\_BF} + \beta_3 \text{EXP\_B4} \times \text{SECYR\_BF} + \beta_4 \text{LNTA} + \beta_5 \text{AR} + \beta_6 \text{INV} + \beta_7 \text{LEV} + \beta_8 \text{Loss} + \beta_9 \text{OPIN} + \varepsilon$$

แบบจำลองชุดที่ 2 ทดสอบความสัมพันธ์ช่วงหลังการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย

$$\text{LNFEED\_AF} = \beta_0 + \beta_1 \text{EXP\_B4} + \beta_2 \text{EXP\_B4} \times \text{FIRYR\_AF} + \beta_3 \text{EXP\_B4} \times \text{SECYR\_AF} + \beta_4 \text{LNTA} + \beta_5 \text{AR} + \beta_6 \text{INV} + \beta_7 \text{LEV} + \beta_8 \text{Loss} + \beta_9 \text{OPIN} + \varepsilon$$

ตัวแปรตาม กำหนดสัญลักษณ์ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์	ความหมายของตัวแปร
LNFEED_BF	ค่า Natural Logarithm ของค่าสอบบัญชีก่อนปีที่มีการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย 2 ปี คือ ปี 2552 - 2553
LNFEED_AF	ค่า Natural Logarithm ของค่าสอบบัญชีในและหลังปีที่มีการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย คือปี 2554 - 2555
EXP_B4	ประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ถือว่าผู้สอบบัญชีของบริษัทที่ให้บริการตรวจสอบบัญชีที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก 4 บริษัท (Big4) เป็นผู้สอบบัญชีที่มีประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศมากกว่าธุรกิจท้องถิ่น โดยถ้าเป็นผู้สอบบัญชีของ Big4 ให้ระบุ 1 และถ้าเป็นผู้สอบบัญชีที่ไม่ใช่ Big4 ให้ระบุ 0
FIRYR_BF	ปีแรกของข้อมูลที่เก็บรวบรวมก่อนปีที่มีการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทยเป็นปีแรก โดยถ้าเป็นปี 2552 ให้ระบุ 1 ถ้าเป็นปี 2553 ให้ระบุ 0
SECYR_BF	ปีที่สองของข้อมูลที่เก็บรวบรวมก่อนปีที่มีการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทยเป็นปีแรก โดยถ้าเป็นปี 2553 ให้ระบุ 1 ถ้าเป็นปี 2552 ให้ระบุ 0
FIRYR_AF	ปีแรกของข้อมูลที่เก็บรวบรวมในปีที่มีการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทยเป็นปีแรก โดยถ้าเป็นปี 2554 ให้ระบุ 1 ถ้าเป็นปี 2555 ให้ระบุ 0
SECYR_AF	ปีที่สองของข้อมูลที่เก็บรวบรวมหลังปีที่มีการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทยเป็นปีแรก โดยถ้าเป็นปี 2555 ให้ระบุ 1 ถ้าเป็นปี 2554 ให้ระบุ 0

ตัวแปรควบคุม กำหนดสัญลักษณ์ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์	ความหมายของตัวแปร
LNTA	ค่า Natural Logarithm ของสินทรัพย์รวม แสดงขนาดของธุรกิจ
AR	มูลค่าลูกหนี้การค้าต่อสินทรัพย์รวม เพื่อพิจารณาความเสี่ยงของธุรกิจที่ตรวจสอบ
INV	มูลค่าสินค้าคงเหลือต่อสินทรัพย์รวม เพื่อพิจารณาความเสี่ยงของธุรกิจที่ตรวจสอบ
LEV	สัดส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม เพื่อพิจารณาความเสี่ยงของธุรกิจที่ตรวจสอบ
LOSS	ผลการดำเนินงานของกิจการ ถ้าขาดทุนให้ระบุ 1 ถ้าไม่ขาดทุนให้ระบุ 0 เพื่อพิจารณาความเสี่ยงของธุรกิจที่ตรวจสอบ
OPIN	การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชี ถ้าผู้สอบบัญชีแสดงความเห็นอย่างไม่มีเงื่อนไข ให้ระบุ 1 ถ้าผู้สอบบัญชีแสดงความเห็นเป็นแบบอื่นให้ระบุ 0 เพื่อพิจารณาความเสี่ยงของธุรกิจที่ตรวจสอบ

การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทดสอบสมมติฐาน H1: ประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศของผู้สอบบัญชีมีความสัมพันธ์ด้านบวกกับการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี โดยวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล โดยใช้ Multiple Linear Regression ทดสอบแบบจำลองงานวิจัย ชุดที่ 1 สำหรับข้อมูลของช่วงเวลาก่อนการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย คือข้อมูล ปี 2552 - 2553 และแบบจำลองงานวิจัยชุดที่ 2 สำหรับข้อมูลข้อมูลตั้งแต่ปี 2554 - 2555 โดยวิเคราะห์ค่าสถิติค่า Coefficients ของตัวแปรแต่ละตัว ว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมทุกตัวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ พร้อมทั้งพิจารณา ค่า Adjusted R Square เพื่ออธิบายว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรควบคุมทุกตัวร่วมกันอธิบายค่าความ

แปรปรวนของตัวแปรตามได้เป็นค่าร้อยละเท่าใด และสุดท้ายเปรียบเทียบ ค่า Adjusted R Square ของข้อมูลชุดที่ 1 ระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามก่อนปีที่มีการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย และของข้อมูลชุดที่ 2 ระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามหลังปีที่มีการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย เพื่อพิสูจน์ข้อสมมติที่ 1 ว่าประสิทธิภาพการใช้งาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศของผู้สอบบัญชีมีความสัมพันธ์ด้านบวกกับการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี และภายหลังจากการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทยค่าความแปรปรวนของทุกตัวแปรอิสระและตัวแปรตามรวมกันต้องมีค่าสูงขึ้น

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทดสอบสมมติฐาน H2: ประสิทธิภาพการใช้งาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศของผู้สอบบัญชีจะมีผลต่อค่าสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญเมื่อระดับการเปลี่ยนแปลงงบการเงินของลูกคามีความซับซ้อนสูง จะพิจารณาจากข้อมูลเฉพาะในช่วงหลังจากปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศแล้ว การจัดกลุ่มกิจการจากความซับซ้อนของงบการเงินเมื่อปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย โดยใช้จำนวนรายการของงบการเงินปี 2553 ที่ถูกปรับปรุงใหม่ในการนำเสนอตัวเลขปี 2553 เป็นข้อมูลเปรียบเทียบในงบการเงินปี 2554 และคำนวณค่ามัธยฐาน (Median) ของจำนวนรายการที่ถูกปรับปรุงของแต่ละกิจการจากชุดข้อมูลทั้งหมด หากมีจำนวนรายการปรับปรุงมากกว่าค่ามัธยฐานถือว่าอยู่ในกลุ่มของงบการเงินที่มีความซับซ้อนสูง และถ้าจำนวนรายการปรับปรุงต่ำกว่าค่ามัธยฐานถือว่าอยู่ในกลุ่มของงบการเงินของที่มีความซับซ้อนต่ำ ก่อนจะดำเนินการวิเคราะห์แต่ละกลุ่มความซับซ้อนโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเช่นเดียวกับการทดสอบสมมติฐาน H1 โดยพิจารณาเปรียบเทียบระดับนัยสำคัญของค่าความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศของผู้สอบบัญชีจะมีผลต่อค่าสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญเมื่อระดับการเปลี่ยนแปลงงบการเงินของลูกคามีความซับซ้อนสูงและต่ำ

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศต่อค่าสอบบัญชีสำหรับบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทยมีผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 สถิติเชิงพรรณนาของข้อมูลโดยแสดงแยกชุดข้อมูลก่อนและหลังการใช้งาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศเพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพของผู้สอบบัญชีกับค่าสอบบัญชี

ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา	ข้อมูลปีก่อนการใช้งาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ปี 2552 และ 2553	ข้อมูลปีหลังการใช้งาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ปี 2554 และ 2555
จำนวนตัวอย่าง (Firm-year)	189	193
- First Year : Second Year	96 : 93	96 : 97
ค่าสอบบัญชี		
- Mean	6,176,970.70	7,832,564.34
- Max	31,720,000.00	51,948,042.00
- Min	770,000.00	300,000.00
Natural Logarithm ของค่าสอบบัญชี		
- Mean	15.28717	15.4033
- Max	17.2725	17.7658
- Min	13.5541	12.6115
ผู้สอบบัญชี		
- Big4	143	167
- Non Big4	46	27
Natural logarithm ของสินทรัพย์รวม		
- Mean	13.0115	24.5022
- Max	28.2031	31.7961
- Min	1.3863	1.4487

ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา	ข้อมูลปีก่อนการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ปี 2552 และ 2553	ข้อมูลปีหลังการใช้มาตรฐานการบัญชี ระหว่างประเทศ ปี 2554 และ 2555
ลูกหนี้การค้าต่อสินทรัพย์รวม		
- Mean	0.14403	0.1460
- Max	3.7802	0.9224
- Min	0.000	0.0000
มูลค่าสินค้าคงเหลือต่อสินทรัพย์รวม		
- Mean	0.0981	0.1141
- Max	0.8852	0.9061
- Min	0.00000	0.0000
สัดส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม		
- Mean	0.5326	0.6183
- Max	1.2928	8.3737
- Min	0.0871	0.0098
ผลการดำเนินงานของกิจการ		
- Profit : Loss (Firm-year)	181 : 8	182 : 11
การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชี		
- ไม่มีเงื่อนไข (Firm-year)	180	187
- ความเห็นแบบอื่น (Firm-year)	9	6

จากตารางที่ 2 แสดงค่าสถิติเชิงพรรณนาของข้อมูลที่ใช้ในการประมวลผล ปรากฏผลดังนี้ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (Firm-year) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่อยู่ในดัชนี SET100 ของข้อมูลปีก่อนการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศปี 2552 และ 2553 มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 189 บริษัท และข้อมูลปีหลังการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศปี 2554 และ 2555 มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 193 บริษัท

ค่าสอบบัญชีของข้อมูลปีก่อนการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศปี 2552 และ 2553 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6,176,970.70 ค่าสูงสุดเท่ากับ 31,720,000 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 770,000 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลปีหลังการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศปี 2554 และ 2555 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 7,832,564.34 ค่าสูงสุดเท่ากับ 51,948,042.00 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 300,000.00 ซึ่งพบว่าค่าเฉลี่ย และค่าสูงสุดของค่าสอบบัญชีภายหลังปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศสูงขึ้น

Natural Logarithm ของค่าสอบบัญชี ข้อมูลปีก่อนการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศปี 2552 และ 2553 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 15.28717 ค่าสูงสุดเท่ากับ 17.2725 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 13.5541 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลปีหลังการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศปี 2554 และ 2555 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 15.4033 ค่าสูงสุดเท่ากับ 17.7658 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 12.6115

ผู้สอบบัญชีของข้อมูลปีก่อนการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศปี 2552 และ 2553 มีกลุ่มที่เป็น Big4 เท่ากับ 143 และมีกลุ่มที่เป็น Non Big4 เท่ากับ 46 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลปีหลังการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศปี 2554 และ 2555 มีกลุ่มที่เป็น Big4 เท่ากับ 167 และมีกลุ่มที่เป็น Non Big4 เท่ากับ 27

Natural logarithm ของสินทรัพย์รวมของข้อมูลปีก่อนการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศปี 2552 และ 2553 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 13.0115 ค่าสูงสุดเท่ากับ 28.2031 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 1.3863 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลปีหลังการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศปี 2554 และ 2555 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 24.5022 ค่าสูงสุดเท่ากับ 31.7961 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 21.4487

ลูกหนี้การค้าต่อสินทรัพย์รวมของข้อมูลปีก่อนการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศปี 2552 และ 2553 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.14403 ค่าสูงสุดเท่ากับ 3.7802 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.000 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลปีหลังการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศปี 2554 และ 2555 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.1460 ค่าสูงสุดเท่ากับ 0.9224 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.0000

มูลค่าสินค้าคงเหลือต่อสินทรัพย์รวมของข้อมูลปีก่อนการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศปี 2552 และ 2553 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.0981 ค่าสูงสุดเท่ากับ 0.8852 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.000 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลปีหลังการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศปี 2554 และ 2555 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.1141 ค่าสูงสุดเท่ากับ 0.9061 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.0000

สัดส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมของข้อมูลปีก่อนการใช้นโยบายการบัญชีระหว่างประเทศปี 2552 และ 2553 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.5326 ค่าสูงสุดเท่ากับ 1.2928 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.0871 เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลปีหลังการใช้นโยบายการบัญชีระหว่างประเทศปี 2554 และ 2555 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.6183 ค่าสูงสุดเท่ากับ 8.3737 ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.0098

ผลการดำเนินงานของกิจการของข้อมูลปีก่อนการใช้นโยบายการบัญชีระหว่างประเทศปี 2552 และ 2553 มีกำไรสุทธิเท่ากับ 181 บริษัท และมีผลขาดทุนเท่ากับ 8 บริษัท เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลปีหลังการใช้นโยบายการบัญชีระหว่างประเทศปี 2554 และ 2555 มีกำไรสุทธิเท่ากับ 182 บริษัท และมีผลขาดทุนเท่ากับ 11 บริษัท

การแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีของข้อมูลปีก่อนการใช้นโยบายการบัญชีระหว่างประเทศปี 2552 และ 2553 มีการแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีไม่มีเงื่อนไขเท่ากับ 180 บริษัท และมีความเห็นแบบอื่นเท่ากับ 9 บริษัท เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลปีหลังการใช้นโยบายการบัญชีระหว่างประเทศปี 2554 และ 2555 มีการแสดงความเห็นของผู้สอบบัญชีไม่มีเงื่อนไขเท่ากับ 187 บริษัท และมีความเห็นแบบอื่นเท่ากับ 6 บริษัท

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของประสมการณ์ของผู้สอบบัญชีต่อค่าสอบบัญชีช่วงก่อนและหลังการใช้นโยบายการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย

ตัวแปร	ข้อมูลปี 2552 และ 2553 ปีก่อนการใช้นโยบายการบัญชีระหว่างประเทศ		ข้อมูลปี 2554 และ 2555 ปีหลังการใช้นโยบายการบัญชีระหว่างประเทศ	
	Std. Coefficients	Sig	Std. Coefficients	Sig
ตัวแปรอิสระ				
EXP_B4	0.277	0.009***	0.148	0.021**
EXP_B4 x FIRYR	-0.179	0.234	-.030	0.635
EXP_B4 x SECYR	-	-	-	-
ตัวแปรควบคุม				
LNTA	0.192	0.164	0.555	0.000***
AR	0.191	0.006***	-0.009	0.894
INV	-0.182	0.007***	-0.063	0.296
LEV	0.270	0.000***	0.086	0.192
LOSS	-0.091	0.209	0.056	0.387
Opin	-0.117	0.108	0.075	0.283
Adjust R ²	0.199		0.337	
N	189		193	

ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ = *, **, *** Significant at 0.10, 0.05, and 0.01 level ตามลำดับ

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของประสมการณ์ของผู้สอบบัญชีที่มีต่อการกำหนดค่าสอบบัญชีในช่วงปีก่อนที่ประเทศไทยจะใช้นโยบายการบัญชีระหว่างประเทศและปีหลังจากที่ประเทศไทยใช้นโยบายการบัญชีระหว่างประเทศ ผลการทดสอบการวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล โดยใช้ Multiple Linear Regression พบว่าในช่วง ปี 2552 – 2553 ก่อนการใช้นโยบายการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย ความสัมพันธ์ของประสมการณ์ของผู้สอบบัญชีในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (EXP_B4) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และตัวแปรควบคุมที่มีผลต่อการกำหนดค่าสอบบัญชีได้แก่ ความเสี่ยงในธุรกิจที่ตรวจสอบพิจารณาจาก มูลค่าลูกหนี้การค้าต่อสินทรัพย์รวม (AR) และสัดส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม (LEV) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มูลค่าสินค้าคงเหลือต่อสินทรัพย์รวม (INV) มีความสัมพันธ์ทางลบกับการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรทุกตัวที่มีนัยสำคัญร่วมกันอธิบายความผันแปรของการกำหนดค่าสอบบัญชีโดยพิจารณาจากค่า Adjust R² อยู่ที่ร้อยละ 19.90

อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับ ช่วงปี 2554 – 2555 หลังจากปรับใช้นโยบายการบัญชีระหว่างประเทศ ประสมการณ์ของผู้สอบบัญชีต่อการใช้นโยบายการบัญชีระหว่างประเทศ (EXP_B4) ในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปรควบคุมที่มีผลต่อการกำหนดค่าสอบบัญชีได้แก่ ขนาดของธุรกิจ พบว่า ค่า Natural Logarithm ของสินทรัพย์รวม (LNTA) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบ

บัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และตัวแปรทุกตัวที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญร่วมกันอธิบายความผันแปรของการกำหนดค่าสอบบัญชีโดยพิจารณาจากค่า Adjust R² ในปีหลังจากที่มีการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศสูงขึ้นกว่าช่วงปีก่อนการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ โดยมีค่าอยู่ที่ร้อยละ 33.70 กล่าวโดยสรุปได้ว่าประสพการณ์การใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศของผู้สอบบัญชีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชี ยอมรับสมมติฐานงานวิจัย H1 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Liu และ Yen (2011) ได้ศึกษาเรื่องของประสพการณ์ของผู้สอบบัญชีในการใช้ มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ที่มีผลกระทบต่อค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีของบริษัทในประเทศจีนพบว่ามีความสัมพันธ์ในทางบวกเช่นกัน

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังได้พิจารณาความสัมพันธ์ของประสพการณ์ของผู้สอบบัญชีในการใช้มาตรฐานการสอบบัญชีระหว่างประเทศในปีหลังจากปีทีประกาศใช้กับระดับความซับซ้อนของงบการเงินของกิจการลูกค้าว่ามีผลต่อการกำหนดค่าสอบบัญชีอย่างไร โดยแสดงผลในตารางที่ 4

จากการวิเคราะห์จัดกลุ่มข้อมูลจากความซับซ้อนของงบการเงินเมื่อปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย โดยนับจำนวนรายการของงบการเงินปี 2553 ที่ถูกปรับปรุงใหม่ในการนำเสนอตัวเลขปี 2553 เป็นข้อมูลเปรียบเทียบในงบการเงินปี 2554 ในงบแสดงฐานะการเงินกับงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จทุกบริษัทในปี 2554 และ 2555 และคำนวณค่ามัธยฐาน (Median) ของจำนวนรายการที่ถูกปรับปรุงของแต่ละกิจการจากชุดข้อมูลทั้งหมดพบว่าค่ามัธยฐานอยู่ที่ 11 รายการปรับปรุง และมีข้อมูลงบการเงินที่มีการปรับปรุงมากกว่าค่ามัธยฐานถือว่าอยู่ในกลุ่มของระดับการเปลี่ยนแปลงงบการเงินที่มีความซับซ้อนสูงมีจำนวน 85 ราย และถ้าจำนวนรายการปรับปรุงต่ำกว่ามัธยฐานถือว่าอยู่ในกลุ่มของระดับการเปลี่ยนแปลงงบการเงินของที่มีความซับซ้อนต่ำมีจำนวน 107 ราย

ตารางที่ 4 ทดสอบความสัมพันธ์ประสพการณ์ของผู้สอบบัญชีต่อค่าสอบบัญชีช่วงหลังการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย โดยเปรียบเทียบระดับความซับซ้อนของงบการเงินซึ่งเป็นผลมาจากการใช้มาตรฐาน

ตัวแปร	กลุ่มงบการเงินที่มีความซับซ้อนสูง		กลุ่มงบการเงินที่มีความซับซ้อนต่ำ	
	Std. Coefficients	Sig	Std. Coefficients	Sig
ตัวแปรอิสระ				
EXP_B4	0.217	0.009***	0.068	0.553
EXP_B4 x FIRYR	-.052	0.529	-	-
EXP_B4 x SECYR	-	-	-0.042	0.714
ตัวแปรควบคุม				
LNTA	0.602	0.000***	0.416	0.001***
AR	-0.107	0.222	0.213	0.076*
INV	-0.139	0.084*	0.046	0.669
LEV	0.171	0.110	-0.076	0.511
LOSS	0.059	0.453	0.036	0.778
Opin	0.151	0.155	0.015	0.905
Adjust R ²	0.385		0.073	
N	85		107	

ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ = *, **, *** Significant at 0.10, 0.05, and 0.01 level ตามลำดับ

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบระดับนัยสำคัญของความสัมพันธ์ของประสพการณ์ของผู้สอบบัญชีที่มีต่อการกำหนดค่าสอบบัญชี ซึ่งในภาพรวมนั้น ปี 2554 – 2555 หลังจากใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย ประสพการณ์ของผู้สอบบัญชีมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการกำหนดค่าสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลที่แสดงในตารางที่ 3 อย่างไรก็ตาม ตามตารางที่ 4 เมื่อพิจารณารายกลุ่มกิจการโดยจัดระดับความซับซ้อนของงบการเงินภายหลังจากการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ พบว่า เมื่อระดับความซับซ้อนของงบการเงินสูงซึ่งเป็นผลมาจากการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ประสพการณ์ของผู้สอบบัญชี (EXP_B4) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับต่อค่าสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรควบคุมไม่มีผลต่อการกำหนดค่าสอบบัญชีเช่นกันคือขนาดของกิจการ โดยพิจารณาจากค่า Natural Logarithm ของสินทรัพย์รวม (LNTA) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับความซับซ้อนของงบการเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และความเสี่ยงของกิจการโดยพิจารณาจากมูลค่าสินค้างคงเหลือต่อสินทรัพย์รวม (INV) มีความสัมพันธ์ทางลบกับค่าสอบบัญชีอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 และตัวแปรทุกตัวที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญร่วมกันอธิบายความผันแปรของการกำหนดค่าสอบบัญชีโดยพิจารณาจากค่า Adjust R^2 ในกลุ่มของกิจการที่มีงบการเงินมีระดับความซับซ้อนสูงอยู่ที่ร้อยละ 38.50

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มงบการเงินที่มีความซับซ้อนต่ำ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ของประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีต่อค่าสอบบัญชี (Exp_B4) ในช่วงหลังการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทยสำหรับกิจการที่งบการเงินมีความซับซ้อนต่ำ ในขณะที่กลุ่มงบการเงินที่มีความซับซ้อนสูงมีระดับนัยสำคัญของความสัมพันธ์ของประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีที่มีต่อการกำหนดค่าสอบ และตัวแปรควบคุมที่มีผลต่อการกำหนดค่าสอบบัญชีคือ ขนาดของกิจการ โดยพิจารณาจากค่า Natural Logarithm ของสินทรัพย์รวม (LNTA) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับค่าสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และความเสียงของธุรกิจ พิจารณาจากมูลค่าสินค้าคงเหลือต่อสินทรัพย์รวม (INV) มีความสัมพันธ์ทางลบกับค่าสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 โดยตัวแปรทุกตัวที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญร่วมกันอธิบายความผันแปรของการกำหนดค่าสอบบัญชีโดยพิจารณาจากค่า Adjust R^2 ในกลุ่มของกิจการที่มีงบการเงินมีระดับความซับซ้อนสูงอยู่ที่ร้อยละ 38.50 กล่าวโดยสรุปได้ว่าผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ยอมรับข้อสมมุติฐาน H2 ประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศของผู้สอบบัญชีจะมีผลต่อค่าสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญเมื่อระดับการเปลี่ยนแปลงงบการเงินของลูกค้านั้นมีความซับซ้อนสูง ดังนั้น ระดับความซับซ้อนของงบการเงินซึ่งเป็นผลมาจากการใช้มาตรฐานการบัญชีสูงจะส่งผลต่อค่าสอบบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lin and Yen (2016) เช่นกัน

สรุป

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีต่อการใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศที่มีผลต่อการกำหนดค่าสอบบัญชีสำหรับบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย พบว่า ค่าเฉลี่ยของค่าสอบบัญชีมีการปรับเพิ่มสูงขึ้นในปีหลังจากที่มีการประกาศใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศในประเทศไทย ประสบการณ์ในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศของผู้สอบบัญชีในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการกำหนดค่าธรรมเนียมการสอบบัญชีทั้งช่วงก่อนและหลังการประกาศใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตามเมื่อมีการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ ความสัมพันธ์ของค่าสอบบัญชีและตัวแปรอื่น ๆ มีความสัมพันธ์เพิ่มสูงขึ้นต่อการกำหนดค่าสอบบัญชี นอกจากนั้น เมื่อพิจารณาระดับความซับซ้อนของงบการเงินภายหลังการปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ พบว่า ประสบการณ์การใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศของผู้สอบบัญชีจะมีผลต่อค่าสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญเมื่อระดับการเปลี่ยนแปลงงบการเงินของลูกค้านั้นมีความซับซ้อนสูง ดังนั้น ระดับความซับซ้อนของงบการเงินซึ่งเป็นผลมาจากการใช้มาตรฐานการบัญชีสูงจะส่งผลต่อค่าสอบบัญชี ในทางตรงกันข้าม ในกลุ่มของกิจการที่งบการเงินมีระดับความซับซ้อนต่ำ ประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศจะไม่ผลต่อการกำหนดค่าสอบบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lin et al. (2016) ซึ่งพบว่าในประเทศจีนภายหลังการบังคับใช้มาตรฐานการในปี 2550 ประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีในมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศจะมีผลต่อการเพิ่มขึ้นของค่าสอบบัญชี และ Khaled and Motaz (2014) พบว่า การปรับใช้มาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ มีผลต่อค่าธรรมเนียมที่เพิ่มขึ้น และนอกเหนือไปจากประสบการณ์ของผู้สอบบัญชี ในส่วนของ ตัวแปรควบคุมตัวอื่น เช่น ขนาดของกิจการ ความเสียงกิจการที่ตรวจสอบ ก็มีความสัมพันธ์ต่อการกำหนดค่าสอบบัญชี เช่นเดียวกันกับผลวิจัยของ Simunic (1980) เช่นกัน ผลจากการศึกษาในครั้งนี้สามารถใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณาแนวทางการกำหนดค่าสอบบัญชีและการเลือกผู้สอบบัญชีของสำหรับกิจการที่มีสถานการณ์ใดๆ ที่จะกระทบต่อการจัดทางการเงินต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- เกียรตินิยม คุณติสุข และสุธา เจียรนัยกุลวานิช. (2554). บทบาทสำคัญของมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศในโลกยุคปัจจุบัน. *วารสารนักบริหาร*, 31(3), (ก.ค.-ก.ย.): 176-180.
- Cahan, Steven F. and Sun, Jerry. (2015). The Effect of Audit Experience on Audit Fees and Audit Quality, *The Journal of Accounting, Auditing, and Finance*, 30(1): 78-100.
- Dechow, P. M. and Skinner, D. J. (2000). Earnings Management: Reconciling the Views of Accounting Academics, Practitioners, and Regulators. *Accounting Horizons*, 14(2): 235-250.
- Ding, Yuan, Hope, Ole-Kristian, Jeanjean, Thomas, and Stolowy, Hervef. (2007). Differences Between Domestic Accounting Standards and IAS: Measurement, Determinants and Implications. *Journal of Accounting and Public Policy*, 26, 1-38.
- Francis, J. R. and Stoke, D. J. (1986). Audit Prices, Product Differentiation, and Scale Economies: Further Evidence. *Journal of Accounting Research*, 24(2): 383-394.

- Griffin, P. A., Lont, D. H. and Sun, Y. (2009), Governance Regulatory Changes, International Financial Reporting Standards Adoption, and New Zealand Audit and Non-Audit Fees: Empirical Evidence. **Accounting and Finance**, 49(4): 697-724.
- Khaled, E. Abu Rishah and Mo'taz, Amin Al-Saeed. (2014). The Impact of IFRS Adoption on Audit Fees: Evidence from Jordan. *Accounting and Management Information Systems*, 13(3): 520-536.
- Kim, Jeong-Bon, Liu, Xiaohong, and Zheng, Liu. (2012). The Impact of Mandatory IFRS Adoption on Audit Fees: Theory and Evidence. **The Accounting Review**, 82 (6): 2061-2094.
- Lin, Hsiao-Lun and Yen, Ai-Ru. (2016). The Effects of IFRS Experience on Audit Fees for Listed Companies in China. **Asian Review of Accounting**, 24(1): 43-68.
- Liu, C., Yao, L. J., Hu, N. and Liu, L. (2011), The Impact of IFRS on Accounting Quality in a Regulated Market: an Empirical Study of China. **Journal of Accounting, Auditing and Finance**, 26(4): 659-676.
- Simunic, Dan A. (1980). The Pricing of Audit Services: Theory and Evidence. **Journal of Accounting Research**, 18(1), (Spring): 161-190.

**ความสามารถในการบริหารจัดการ, โอกาสในการเจริญเติบโต และค่าสอบบัญชี
ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ**

**Managerial Ability, Growth Opportunities and Audit Fees of The Companies
Listed In Market For Alternative Investment (Mai) Stock Exchange of Thailand**

กฤตยกมล ธานิสพงศ์, คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹
เพ็ญญา หวังที่ซอบ, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา²
มลฤดี กี่เอียน, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา³
รัตนา ศรีนวน, บริษัท เอแอนด์เอ โปรเฟสชั่นนอล จำกัด⁴
Email: krittayakamon.t@ubru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการบริหารจัดการของผู้บริหารและโอกาสในการเจริญเติบโตที่ส่งผลต่อค่าสอบบัญชีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 - พ.ศ. 2559 ทั้งหมด 356 Firm-year ซึ่งใช้ค่าคะแนน MA_score ที่ถูกพัฒนาจาก Demerjian et. al. (2012) วัดความสามารถในการบริหารจัดการของผู้บริหารและใช้ Tobin's Q ในการวัดโอกาสในการเจริญเติบโต สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 จากการศึกษาพบว่า ความสามารถในการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับค่าสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Krishnan and Wang (2015) และโอกาสในการเจริญเติบโตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สอดคล้องกับ Lin and Liu (2009) ผลการวิจัยของเราสนับสนุนแนวคิดที่ว่าความสามารถในการบริหารจัดการและโอกาสการเจริญเติบโตมีความสัมพันธ์กับค่าสอบบัญชี เนื่องจากเมื่อผู้บริหารมีความสามารถในการบริหารจัดการจะส่งผลให้ความเสี่ยงในการตรวจสอบของผู้สอบบัญชีลดลงซึ่งจะกระทบต่อค่าสอบบัญชี รวมถึงเมื่อบริษัทมีโอกาสนในการเจริญเติบโต มูลค่าบริษัทเพิ่มขึ้นส่งผลให้ผู้สอบบัญชีต้องพิจารณาตรวจสอบมากขึ้นส่งผลให้ค่าสอบบัญชีเพิ่มขึ้นด้วย ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น เนื่องจากข้อมูลบางส่วนที่นำมาวิเคราะห์ถูกตัดออกเนื่องจากความไม่ครบถ้วนของข้อมูล ซึ่งอาจทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการวัดผลตัวแปร และระยะเวลาในการเก็บข้อมูลอาจสะท้อนความสามารถในการจัดการและโอกาสในการเจริญเติบโตที่มีความสัมพันธ์กับค่าสอบบัญชีเฉพาะในช่วงเวลาดังกล่าว

คำสำคัญ: ความสามารถในการบริหารจัดการ โอกาสในการเจริญเติบโต ค่าสอบบัญชี

ABSTRACT

We examine the relation between managerial ability and growth opportunity that affect audit fees of 356 Firm-year Observations of companies listed in the MAI stock exchange of Thailand. The MA_score was developed by Demerjian et al. (2012), which measures managerial ability and uses Tobin's Q to measure growth opportunities. Descriptive statistics used were mean median and standard deviation. Inferential statistic employed was multiple regression analysis with 0.01 statistical significance level. We find a negative relationship statistically significant at 0.01 between managerial ability and audit fees, which consistent with Gopal V.Krishnan and Changjiang Wang.(2015) and growth opportunities is positively associated with audit fees, statistically significant at 0.05 consistent with Lin Z. J. and Liu M. (2009). Our findings support the notion that managerial ability and growth opportunities are relative

¹ อาจารย์สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

³ อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

⁴ กรรมการและผู้สอบบัญชีรับอนุญาต บริษัท เอแอนด์เอ โปรเฟสชั่นนอล จำกัด

to audit fees. When the manager has the ability to manage, the audit risk of the auditor will decrease, which will affect the audit fee. Including when the company has the opportunity to grow. The higher the company's value, the auditor must consider more and more which affect to the higher the audit fee. Recommendations for further study should increase sample size. Some of the data analyzed was eliminated due to incomplete data. This may cause errors in the measurement of variables. The timing of the data collection may reflect the managerial ability and growth opportunities associated with the audit fee during the period.

Keywords: Managerial Ability, Growth Opportunities , Audit Fees

บทนำ

เป้าหมายหลักของการดำเนินธุรกิจที่เจ้าของบริษัทต้องการ นอกเหนือจากด้านผลการดำเนินงานนั้นก็คือความมั่งคั่งของบริษัท กล่าวคือการทำให้บริษัทเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นการเจริญเติบโตด้านขนาดขององค์กร การเจริญเติบโตทางด้านการแบ่งการตลาด ฉะนั้น การเจริญเติบโตของบริษัทจึงมีอยู่หลายรูปแบบและหลากหลายทิศทางที่จะเป็นไปได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์หรือความสามารถในการบริหารจัดการที่ผู้บริหารจะสามารถนำทรัพยากรมาบริหารจัดการให้เกิดผลตอบแทนกลับสู่บริษัทจนสามารถสร้างความมั่งคั่งได้

กลยุทธ์หรือความสามารถในการบริหารจัดการที่ผู้บริหารจะนำมาใช้เพื่อให้เกิดความเจริญเติบโตกับบริษัทนั้น ปฏิเสธไม่ได้ว่าส่วนหนึ่งต้องมาจากการบริหารจัดการที่มีข้อมูลรองรับทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ โดยข้อมูลทั้งหลายนั้นควรเป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ถูกต้องและตรวจสอบได้ รวมทั้งเป็นข้อมูลที่มีพันธะความรับผิดชอบต่อสังคม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2546) โดยส่วนหนึ่งของความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลเชิงปริมาณ เช่น ข้อมูลทางการเงินและการบัญชีจะได้รับการยอมรับว่าถูกต้องและน่าเชื่อถือได้จะต้องถูกรับรองโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต โดยเฉพาะบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จะมีกฎและระเบียบเกี่ยวกับเรื่องการรับรองข้อมูลทางการเงินและการบัญชีก่อนยื่นต่อตลาดหลักทรัพย์ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนและเข้มงวด

ตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ (MAI) เป็นตลาดหลักทรัพย์แห่งที่สองของประเทศไทย มีจุดประสงค์การทำงานโดยทั่วไปเหมือนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) คือเป็นตลาดทุนเพื่อให้บริษัทต่าง ๆ สามารถระดมเงินทุนเพิ่มเติมจากสาธารณะได้ แต่ตลาดใหม่นี้จะเน้นไปที่บริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) และมีแนวโน้มการเจริญเติบโตที่ดีในอนาคตเพราะรัฐบาลให้การสนับสนุน ด้วยเหตุนี้ถือเป็นโอกาสที่บริษัทจะสร้างการเจริญเติบโต โดยหากมีความสามารถในการบริหารจัดการให้บริษัทได้รับความน่าเชื่อถือจากผู้ลงทุนภายใต้ความโปร่งใส ตรวจสอบได้ของข้อมูลทางการเงินและการบัญชีที่ได้รับการรับรอง โดยเฉพาะได้รับการรับรองจากผู้สอบบัญชีที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ แต่ขณะเดียวกันค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบและรับรองการเงินก็ย่อมที่จะมีอัตราค่าตอบแทนสูงไปด้วยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงทำให้ผู้วิจัยให้ความสนใจในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการบริหารจัดการและโอกาสในการเจริญเติบโตที่ส่งผลต่อค่าสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ เพื่อเป็นแนวทางในการใช้เป็นข้อมูลให้ผู้บริหารของบริษัทได้ตัดสินใจในการกำหนดค่าตอบแทนที่จะเกิดขึ้นในการรับรองความถูกต้องและน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลทางการเงินและการบัญชีต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการบริหารจัดการของผู้บริหารและโอกาสในการเจริญเติบโตของบริษัทที่ส่งผลต่อค่าสอบบัญชี ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (Market Alternative Investment: MAI) ซึ่งเป็นบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ความสามารถในการบริหารจัดการ (Managerial Ability)

ความสามารถในการบริหารจัดการ หมายถึง ความสามารถของผู้บริหารที่สามารถนำทรัพยากรของบริษัท เช่น ทุน แรงงาน อุปกรณ์ นวัตกรรม มาบริหารจัดการแล้วทำให้เกิดผลตอบแทนหรือรายได้กลับคืนสู่บริษัท การที่จะวัดความสามารถในการบริหารจัดการของผู้บริหารนั้นสามารถวัดจากการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรก่อให้เกิดรายได้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัท การตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน การกำกับดูแลกิจการ การจัดทำรายงานทางการเงินรวมถึงค่าสอบบัญชี โดยมีผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในเรื่องความสามารถในการบริหารจัดการหลายงาน Demerjian et. al. (2012) ได้ศึกษาการวัดเชิงปริมาณของความสามารถในการบริหารจัดการ คือการวัดคะแนนความสามารถในการบริหารจัดการของผู้บริหารภายใต้ประสิทธิภาพของผู้บริหารและประสิทธิภาพของบริษัท ซึ่งพบว่าการวัดมีความสัมพันธ์ในระดับมากกับผลกระทบคงที่ที่มาจากผู้บริหาร ซึ่งต่อมา Demerjian et al. (2013) ได้ศึกษา

ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการบริหารจัดการกับคุณภาพกำไร พบว่าคุณภาพกำไรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการบริหารจัดการ ซึ่งผลที่ได้ก็นับบ่งบอกว่าผู้บริหารสามารถจัดการกับผลกระทบของคุณภาพการตัดสินใจและการประมาณการในการใช้กำไรทำให้เกิดได้ว่าจะระดับความสามารถในการบริหารจัดการของผู้บริหารนั้นส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพของบริษัท และจากการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับความสามารถในการบริหารจัดการและค่าสอบบัญชี Krishnan and Wang (2015) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการบริหารจัดการและค่าสอบบัญชีและความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานต่อเนื่อง ผลพบว่า ความสามารถในการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์ทางลบกับค่าสอบบัญชีและความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานต่อเนื่อง เนื่องจากความสามารถในการบริหารจัดการในระดับสูงส่งผลให้ความเสี่ยงของผู้สอบบัญชีลดลง ซึ่งสอดคล้องกับ Booth et al. (2012) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าสอบบัญชีและแรงจูงใจในการบริหารจัดการในอุตสาหกรรมกองทุนรวม พบว่าค่าสอบบัญชีจะสูงขึ้นเมื่อมีแรงจูงใจในการบริหารจัดการในระดับต่ำ ซึ่งอธิบายได้ว่าผู้สอบบัญชีจะตระหนักถึงแรงจูงใจที่ไม่พึงประสงค์ นั่นก็คือถ้าผู้บริหารมีความสามารถในการบริหารจัดการในระดับสูงส่งผลให้ผู้สอบบัญชีมีความเสี่ยงน้อยลง ทำให้ค่าสอบบัญชีลดลงตามไปด้วย

ดังนั้น การที่ผู้บริหารมีความสามารถในการในระดับสูงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสำเร็จสูงสุดให้ธุรกิจ และก่อให้เกิดความเชื่อมั่นจากสังคม รวมถึงความโปร่งใสต่อนักลงทุน ในการวัดความสามารถในการบริหารจัดการเป็นการมุ่งเน้นความสามารถของผู้บริหาร ถ้าผู้บริหารมีความสามารถสูงก็จะสามารถบริหารจัดการทรัพยากรต่าง ๆ รวมถึงการทำให้บริษัทมีคุณภาพและมีเสถียรภาพซึ่งส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพกับการดำเนินงาน และด้วยเหตุนี้ความสามารถในการบริหารจัดการจึงอาจส่งผลต่อค่าสอบบัญชี กล่าวคือถ้าผู้บริหารมีความสามารถในการจัดการให้บริษัทมีประสิทธิภาพจะทำให้ระดับการตรวจสอบของผู้สอบบัญชีลดลง และส่งผลให้ค่าสอบบัญชีลดลงเช่นเดียวกัน

การวัดความสามารถในการบริหารจัดการ (Managerial Ability Measure)

การวัดความสามารถในการบริหารจัดการ สามารถวัดเป็นคะแนนได้จาก Managerial Ability Score (MA Score) ที่ถูกพัฒนาจาก Demerjian et al. (2012) ซึ่งเป็นตัววัดความสามารถในการบริหารจัดการภายใต้ประสิทธิภาพของผู้บริหารที่สามารถเปลี่ยนทรัพยากรของบริษัทเพื่อสร้างรายได้ โดยมีขั้นตอนการวัด 2 ขั้นตอน คือขั้นแรกใช้ Data Envelopment Analysis (DEA) ในการคำนวณประสิทธิภาพของบริษัท ดังนี้

$$\text{Firm efficiency} = \frac{\text{Sales}}{\text{COGS} + \text{SGA} + \text{PPE} + \text{OpsLease} + \text{R\&D} + \text{Goodwill} + \text{OtherIntan}}$$

โดยที่

Sales คือ ยอดขายของบริษัท

COGS คือ ต้นทุนสินค้าที่ขาย คำนวณจากต้นทุนของสินค้าหรือบริการที่เกิดขึ้นในงวด

SGA คือ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร

PPE คือ ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์สุทธิ คือ ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ที่ถูกรายงานในงบแสดงฐานะการเงินและสะท้อนของสินทรัพย์ถาวรที่ซื้อหลังจากหักค่าเสื่อมราคา

OpsLease คือ ค่าเช่าดำเนินงาน หมายถึง ค่าเช่าดำเนินงานสุทธิ คำนวณจากการคิดลดของมูลค่าปัจจุบันของค่าเช่าที่จ่ายในระยะเวลาที่เช่า

R&D คือ ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา คำนวณจากมูลค่าสุทธิหลังหักค่าตัดจำหน่าย

Goodwill คือ ค่าความนิยม เป็นส่วนเกินจากราคาซื้อสำหรับการได้มาซึ่งธุรกิจ

OtherIntan คือ สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

ในการวัดประสิทธิภาพจาก DEA จะเป็นการวัดประสิทธิภาพโดยรวมของบริษัทซึ่งเกี่ยวข้องกับทั้งผู้บริหารและบริษัท ขั้นตอนที่สองจึงต้องวิเคราะห์ประสิทธิภาพของคะแนนความสามารถที่เกิดลักษณะเฉพาะของบริษัทออกจากประสิทธิภาพรวม ซึ่งลักษณะเฉพาะ เช่น ขนาดบริษัท ส่วนแบ่งการตลาด กระแสเงินสดอิสระที่เป็นบวก และอายุบริษัท ส่วนงานดำเนินงาน และการดำเนินงานระหว่างประเทศ เป็นต้น จึงได้นำลักษณะเฉพาะเหล่านี้มาวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ตามสมการ (1) เพื่อหาค่า Residual ที่ได้จากการทดสอบมาเป็นค่าคะแนน MA_score

$$\text{Firm efficiency} = \alpha + \beta_1 \text{LN(TA)} + \beta_2 \text{Market share} + \beta_3 \text{FCF indicator} + \beta_4 \text{LN(age)} \\ + \beta_5 \text{BUSSEG} + \beta_6 \text{Foreign currency indicator} + \text{Year} + \varepsilon \dots (1)$$

โดยที่

LNTA คือ ค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม

Market share คือ เปอร์เซ็นต์ของยอดขายแต่ละบริษัทหารด้วยยอดขายเฉลี่ยอุตสาหกรรม

FCF indicator คือ กระแสเงินสดอิสระ เมื่อบริษัทไม่มีกระแสเงินสดติดลบให้ค่าเท่ากับ 1, ไม่ใช่เท่ากับ 0

LN(age) คือ ค่าลอการิทึมธรรมชาติของจำนวนปีที่จดทะเบียนของบริษัทใน MAI

BUSSEG คือ อัตราส่วนยอดขายของแต่ละส่วนงานกับยอดขายรวมของแต่ละบริษัท

Foreign currency indicator คือ บริษัทที่มีการปรับใช้สกุลเงินต่างประเทศให้ค่าเท่ากับ 1, ไม่ใช่เท่ากับ 0

Year คือ ตัวแปร Fixed Effects ณ ปีที่ทดสอบ

โอกาสในการเจริญเติบโต (Growth Opportunity)

การเจริญเติบโต (Growth) ของบริษัทเป็นหนึ่งในสิ่งสำคัญเพราะบริษัทที่เติบโตจะทำให้มูลค่าของบริษัทนั้นปรับตัวสูงขึ้น การวัดมูลค่าของบริษัทอาจจะดูที่ผลการดำเนินงานหรือผลกำไรซึ่งดูได้จากงบการเงิน แต่ข้อมูลในงบการเงินเป็นข้อมูลในอดีต ไม่สามารถสะท้อนความเป็นไปของบริษัทในปัจจุบันได้ จึงได้มีการนำทฤษฎีต่าง ๆ มาใช้ชี้วัดผลการดำเนินงานของบริษัท ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดเกี่ยวกับการวัดมูลค่าโอกาสในการเจริญเติบโต จึงพบว่า Myers (1997) แบ่งแนวคิดของตัววัดออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

- 1) Price-Proxies แนวคิดของตัววัดค่านี้นี้ คือ โอกาสในการเจริญเติบโตแสดงผ่านราคาของหุ้น ดังนั้นบริษัทที่มีโอกาสในการเจริญเติบโตจะมีมูลค่าตามบัญชี อัตราส่วนที่ใช้ในการหาโอกาสในการเจริญเติบโตตามแนวคิดนี้จะใช้มูลค่าตลาดเทียบกับราคาตามบัญชี ตัววัดค่าตามแนวคิดนี้อาจประกอบด้วย อัตราส่วนมูลค่าตลาดของสินทรัพย์ต่อมูลค่าตามบัญชีของสินทรัพย์, อัตราส่วนมูลค่าตลาดของส่วนของผู้ถือหุ้นสามัญต่อมูลค่าตามบัญชีของส่วนผู้ถือหุ้นสามัญ, Tobin's Q, Earning Per Price Ratio, อัตราส่วนราคาทุนของที่ดินอาคารและอุปกรณ์ต่อมูลค่าของกิจการ, อัตราส่วนค่าเสื่อมราคาต่อมูลค่าของบริษัท
- 2) Investment-Based Proxies แนวคิดของตัววัดค่านี้นี้ คือการลงทุนในระดับที่สูงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับโอกาสในการเจริญเติบโตของบริษัท โดยการลงทุนจะอยู่ในรูปของการวิจัยและพัฒนาและรายจ่ายลงทุน ดังนั้น อัตราส่วนที่ใช้ในการหาโอกาสในการเจริญเติบโตตามแนวคิดนี้ประกอบด้วยอัตราส่วนค่าวิจัยและพัฒนาต่อสินทรัพย์ (Gaver and Gaver, 1993) ต่อยอดขาย (Skinner, 1993) หรือต่อมูลค่าของบริษัท และอัตราส่วนรายจ่ายลงทุนต่อมูลค่าของบริษัท (Smith and Watt, 1992)
- 3) Variance Measures แนวคิดของตัววัดค่านี้นี้ คือการเพิ่มขึ้นของผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ดังนั้นอัตราส่วนที่ใช้การหาโอกาสในการเจริญเติบโตตามแนวคิดนี้อาจประกอบด้วยผลต่างของผลตอบแทน (Gaver and Gaver, 1993)

ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด Price Proxies โดยใช้ทฤษฎี Tobin's Q วัดมูลค่าโอกาสในการเจริญเติบโต Tobin's Q ถูกนำเสนอโดย Professor James T. Tobin คำนวณโดยการหารมูลค่าทางการตลาด (Market Value) ของบริษัท ด้วยราคาเปลี่ยนแปลง (Replacement Cost) ของสินทรัพย์ของบริษัทซึ่งมูลค่าทางการตลาดของบริษัทจะวัดจากมูลค่าทางการตลาดของหุ้นที่ถืออยู่ในมือและมูลค่าทางการตลาดของหนี้สินโดย Professor Tobin เชื่อว่าค่า Tobin's Q เป็นตัววัดที่ดีที่จะสะท้อนให้เห็นถึงมูลค่าที่แท้จริงของบริษัท โดยมีงานวิจัยที่หลากหลายสนับสนุนความเหมาะสมโดยการนำ Tobin's Q มาเป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน เช่น Cox (2017) ศึกษาความสามารถในการบริหาร โอกาสในการเจริญเติบโตต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานและผลตอบแทนระหว่างการลงทุนรายหุ้นแบบเดี่ยวและแบบคู่

การวัดโอกาสในการเจริญเติบโต (Growth Opportunity Measure)

Tobin's Q เป็นตัววัดผลการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจากแนวคิดการผสมผสานข้อมูลจากงบการเงินและมูลค่าตลาด ซึ่งคำนวณโดยการหารมูลค่าทางการตลาดของสินทรัพย์ (Market Value of Asset) ของบริษัทด้วยราคาเปลี่ยนแปลงของสินทรัพย์นั้น (Replacement Cost of Asset) Market Value of Asset แสดงถึงอัตราส่วนสินทรัพย์ลงทุนการบริหารงาน และการจัดการภายในบริษัท ส่วน Replacement Cost of Asset แสดงถึงมูลค่าของสินทรัพย์ในมุมมองตลาด ซึ่งมีมูลค่าเป็นเท่าใดเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนมูลค่าสินทรัพย์จริงที่ต้องจ่ายซื้อในขณะนั้น แต่เนื่องจากการคำนวณต้นทุนที่เปลี่ยนแทนนั้นมีความยุ่งยากในการประมาณการ นักวิเคราะห์จึงนิยมใช้มูลค่าตามบัญชี (Book Value) ของสินทรัพย์แทน ซึ่งจากสูตรของ Damodaran (1999) ใช้การคำนวณ Tobin's Q ดังนี้

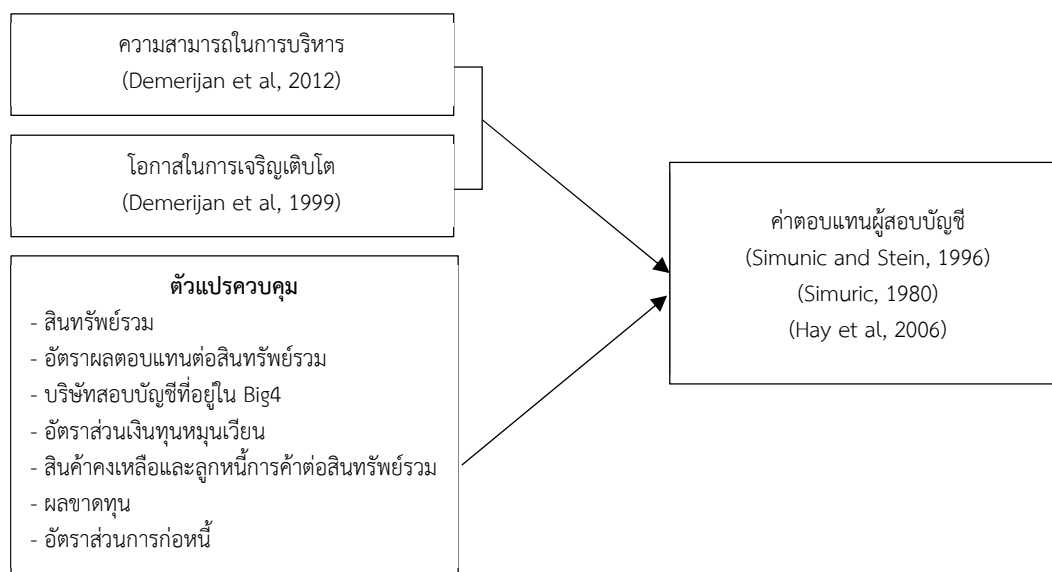
$$\text{Tobin's } Q = \frac{\text{Market Capitalization} + \text{Total debt}}{\text{Total asset}}$$

โดยกำหนดให้ Market Capitalization คือ มูลค่าของตลาดของหุ้นสามัญ ณ สิ้นปี
Total debt คือ หนี้สินทั้งหมดของบริษัท
Total asset คือ สินทรัพย์ทั้งหมดของบริษัท

ค่าสอบบัญชี (Audit Fees)

ผู้วิจัยใช้ตัวแปรตามเป็นค่าสอบบัญชีซึ่งคำนวณโดยใช้ลอการิทึมธรรมชาติ (LNAudit) และมีตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อระดับของค่าสอบบัญชี โดยปัจจัยแรกคือขนาดของบริษัท ใช้ลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม (LNASSETS) เพื่อควบคุมขนาดลูกค้าเนื่องจากคาดว่าลูกค้ารายใหญ่จะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการตรวจสอบที่สูงขึ้น (Simunic, 1980) ปัจจัยที่สองคือความเสี่ยง คือ มีมาตรการในการจับความเสี่ยงเนื่องจากคาดว่าบริษัทที่มีความเสี่ยงจะถูกเรียกเก็บค่าสอบบัญชีที่สูงขึ้นเพื่อชดเชยความเสี่ยงที่เพิ่มสูงขึ้น (Simunic and Stein, 1996) ด้วยเหตุนี้จึงหาสิ่งส่งผลกระทบต่อสินทรัพย์นั้นก็คือลูกหนี้และสินค้าคงคลัง (ARINV) อัตราส่วนสภาพคล่อง (CR) ผลการดำเนินงาน (ROA) อัตราส่วนการก่อหนี้ (LEV) รวมถึงการรายงานผลขาดทุน (LOSS) สุดท้ายคือปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้สอบบัญชีและคุณลักษณะการมีส่วนร่วม ตัวอย่างเช่น ความมีชื่อเสียงของผู้สอบบัญชีของ Big N สามารถเรียกเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษได้ (Hay et al., 2006)

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของงานวิจัยเรื่องความสามารถในการบริหารจัดการ, โอกาสในการเจริญเติบโต และค่าสอบบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

สมมติฐานงานวิจัย

- H₁ : ความสามารถในการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์เชิงลบกับค่าสอบบัญชี
H₂ : โอกาสในการเจริญเติบโตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าสอบบัญชี

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ ระหว่างปี พ.ศ.2557 ถึงปี พ.ศ. 2559 ซึ่งจำนวนบริษัทในแต่ละปีที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ฯ มีจำนวนไม่เท่ากัน เนื่องจากแต่ละปีมีการเข้าออกของแต่ละบริษัทเป็นจำนวน 107, 120 และ 129 บริษัท ตามลำดับ หรือ 356 Firm-Year (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2560)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ การคำนวณทางสถิติเพื่อใช้ศึกษาความสัมพันธ์โดยมีตัวแปรตามที่ใช้ในการวิเคราะห์คือค่าสอบบัญชี ตัวแปรอิสระคือ ความสามารถในการบริหารจัดการ และโอกาสในการเจริญเติบโต รวมถึง ตัวแปรควบคุม คือ ขนาดของบริษัท, อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม, บริษัทสอบบัญชี big4, อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน, ลูกหนี้การค้าและสินค้าคงเหลือต่อสินทรัพย์รวม, ผลขาดทุน และอัตราส่วนการก่อหนี้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ โดยจัดเก็บข้อมูลทางบัญชีจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (56-1) รายงานประจำปี (56-2) และรายงานทางการเงินผ่านเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (www.set.or.th) และเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (www.sec.or.th) รวมถึง แนวคิด ทฤษฎี ผลการศึกษาที่ผ่านมา ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรวบรวมจากตำรา เอกสาร วารสาร และหนังสือต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูลสารสนเทศจากเครือข่ายโซเชียลมีเดีย

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2554)

4.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

4.2.1 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เป็นวิธีการหารูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม 1 ตัวกับตัวแปรอิสระหลายตัว โดยในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ จะให้สมการ ดังนี้

$$\text{LNAudit} = \alpha + \beta_1 \text{MA\_Score} + \beta_2 \text{GrowthOpp} + \beta_3 \text{LNTA} + \beta_4 \text{ROA} + \beta_5 \text{Big4} + \beta_6 \text{CR} + \beta_7 \text{INVAR} + \beta_8 \text{LOSS} + \beta_9 \text{LEV} + \epsilon \quad (2)$$

โดยที่

LNAudit คือ ค่าลอการิทึมธรรมชาติของค่าสอบบัญชี

MA_Score คือ คะแนน MA_score โดยคำนวณตาม Demerjian et al. (2012)

GrowthOpp คือ โอกาสการเจริญเติบโตใช้วิธี Tobin's Q (Damodaran, 1999)

LNTA คือ ค่าลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม

ROA คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม

Big4 คือ บริษัทสอบบัญชี Big4, ถ้าตรวจสอบโดย Big4 เท่ากับ 1, ไม่ใช่เท่ากับ 0

CR คือ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน คำนวณโดยสินทรัพย์หมุนเวียน หารด้วย หนี้สินหมุนเวียน

INVAR คือ สินค้าคงเหลือและลูกหนี้การค้าต่อสินทรัพย์รวม

LOSS คือ ผลขาดทุนสำหรับปี ถ้าขาดทุนเท่ากับ 1, ไม่ใช่เท่ากับ 0

LEV คือ อัตราส่วนการก่อหนี้ คำนวณโดยหนี้สินรวม หารด้วย สินทรัพย์รวม

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรทั้งหมดสำหรับ 356 Firm-Year Observation

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่ามัธยฐาน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
LNAudit	14.133	14.039	0.514
MA_Score	-1.205	-1.239	0.442
GrowthOpp	1.968	1.966	0.046
LNTA	20.743	20.682	0.814
ROA	0.016	0.037	0.145
Big4	0.340	0.000	0.474
CR	4.045	1.747	17.352
INVAR	0.308	0.272	0.231
LOSS	0.280	0.00	0.450
LEV	0.418	0.397	0.258

ตารางที่ 1 แสดงค่าสถิติเชิงพรรณนา พบว่า ตัวแปรตามคือค่าสอบบัญชี มีค่าเฉลี่ยและค่ามัธยฐาน คือ 14.133 และ 14.039 ตามลำดับ ตัวแปรอิสระซึ่งได้แก่ ความสามารถในการบริหารจัดการมีค่าเฉลี่ยและค่ามัธยฐานติดลบและใกล้เคียง 0 คือ -1.205, -1.239 ตามลำดับ เนื่องจากเป็นส่วนที่เหลือจากสมการที่ 1 และค่าเฉลี่ยและค่ามัธยฐานของโอกาสในการเจริญเติบโตคือ 1.968 และ 1.966 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

$$\text{LNAudit} = \alpha + \beta_1 \text{MA\_Score} + \beta_2 \text{GrowthOpp} + \beta_3 \text{LNTA} + \beta_4 \text{ROA} + \beta_5 \text{Big4} + \beta_6 \text{CR} + \beta_7 \text{INVAR} + \beta_8 \text{LOSS} + \beta_9 \text{LEV} + \varepsilon \dots\dots\dots (2)$$

ตัวแปร	ผลที่คาดหวัง	ค่าสัมประสิทธิ์	t-statistic	p-value
Constant	+	5.233	3.298	0.001
MA_Score	-	-1.660	-2.935	0.004
GrowthOpp	+	1.532	2.460	0.014
LNTA	+	0.269	8.356	0.000
ROA	+	-0.092	-0.438	0.662
Big4	+	0.230	4.624	0.000
CR	+	0.004	3.352	0.001
INVAR	+	-0.138	-0.062	0.189
LOSS	+	0.137	2.129	0.034
LEV	+	0.046	0.383	0.702

N=356

Model F=19.593

Adjusted R2 = 0.320

p<0.000

*Two-sided p-value ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถอธิบายความสัมพันธ์กับค่าสอบบัญชี ได้ร้อยละ 32 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 โดยที่ ตัวแปรความสามารถในการบริหารจัดการ (MA_Score) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับค่าสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -1.660 กล่าวคือ เมื่อผู้บริหารมีความสามารถในการบริหารจัดการในการเปลี่ยนทรัพยากรของบริษัทให้เป็นรายได้ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินของบริษัทในระดับสูงเพิ่มขึ้น 1.000 หน่วย ส่งผลให้ความเสี่ยงใน

การตรวจสอบของผู้สอบบัญชีลดลงและทำให้ค่าสอบบัญชีลดลง 1.660 และพบว่า โอกาสในการเจริญเติบโต (GrowthOpp) มีความสัมพันธ์กับค่าสอบบัญชีในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 1.532 กล่าวคือ เมื่อบริษัทมีโอกาสในการเจริญเติบโตสูงขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้อยู่ในความสนใจของนักลงทุนหรือเจ้าหน้าที่อาจเป็นแหล่งเงินทุนจึงส่งผลต่อมูลค่าตลาดของบริษัทในอนาคต ดังนั้นเมื่อมูลค่าของบริษัทเพิ่มขึ้นส่งผลให้ผู้สอบบัญชีต้องพิจารณาตรวจสอบมากขึ้นและอาจส่งผลต่อค่าสอบบัญชีที่สูงขึ้น 1.532 หน่วย

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถอธิบายความสัมพันธ์กับค่าสอบบัญชี ได้ร้อยละ 32 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.000 พบว่า ความสามารถในการบริหารจัดการ (MA_Score) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับค่าสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -1.660 กล่าวคือ เมื่อผู้บริหารมีความสามารถในการบริหารจัดการในการเปลี่ยนทรัพยากรของบริษัทให้เป็นรายได้ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัท รวมถึงการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน การกำกับดูแลกิจการ การจัดทำรายงานทางการเงิน ดังนั้นผู้บริหารที่มีแรงจูงใจในการบริหารจัดการอยู่ระดับสูงจะส่งผลให้ความเสี่ยงในการตรวจสอบของผู้สอบบัญชีลดลงและทำให้ ค่าสอบบัญชีลดลงตามด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ Booth et al. (2012), Krishnan and Wang (2015) และ Li and Luo (2016) และพบว่า โอกาสในการเจริญเติบโต (GrowthOpp) มีความสัมพันธ์กับค่าสอบบัญชีในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 1.532 กล่าวคือ เมื่อบริษัทมีโอกาสในการเจริญเติบโตสูงส่งผลให้อยู่ในความสนใจของนักลงทุนหรือเจ้าหน้าที่อาจเป็นแหล่งเงินทุนจึงส่งผลต่อมูลค่าตลาดของบริษัทในอนาคต ดังนั้นเมื่อมูลค่าของบริษัทเพิ่มขึ้นส่งผลให้ผู้สอบบัญชีต้องพิจารณาตรวจสอบมากขึ้นและอาจส่งผลต่อค่าสอบบัญชีที่สูงขึ้น สอดคล้องกับ Jaggi et al. (2001), Silva and Hallak (2012), Darmadi (2012), Lin and Liu (2009) และ Iannillo et al. (2013) ในส่วนของตัวแปรควบคุมซึ่งเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อระดับของค่าสอบบัญชี ได้แก่ สินทรัพย์รวม (LNTA), การตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีจาก Big 4 (Big4), อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR) และผลขาดทุน (LOSS) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าสอบบัญชี กล่าวคือการตรวจสอบของผู้สอบบัญชีจะมีปัจจัยเหล่านี้เป็นตัวควบคุมในการตรวจสอบ โดยสินทรัพย์รวมแสดงถึงขนาดของบริษัท ถ้าบริษัทขนาดใหญ่อาจจะถูกเรียกเก็บค่าสอบบัญชีที่มากขึ้น สอดคล้องกับ Simunic (1980) ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมแสดงถึงความสามารถในการทำกำไรที่เกิดจากการใช้สินทรัพย์ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนแสดงถึงสภาพคล่อง ผลขาดทุนแสดงถึงผลการดำเนินงาน ปัจจัยเหล่านี้บ่งบอกถึงความเสี่ยงในการตรวจสอบ ถ้ามีความเสี่ยงมาก ค่าสอบบัญชีก็จะมากขึ้นด้วย สอดคล้องกับ Simunic and Stein (1996) และการที่บริษัทได้รับการตรวจสอบจากสำนักงานสอบบัญชีหรือผู้สอบบัญชีมีชื่อเสียงอย่าง Big 4 ทำให้เกิดความมั่นใจในการตรวจสอบและมักจะถูกเรียกเก็บ ค่าสอบบัญชีที่สูงขึ้น สอดคล้องกับ Hay et al. (2006) ในขณะที่อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) อัตราส่วนลูกหนี้การค้าและสินค้าคงเหลือต่อสินทรัพย์รวม (INVAR) และอัตราส่วนการก่อหนี้ (LEV) ปัจจัยเหล่านี้ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าสอบบัญชี

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการบริหารจัดการของผู้บริหารและโอกาสในการเจริญเติบโตของบริษัทที่ส่งผลต่อค่าสอบบัญชีของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในช่วงปี 2557 - 2559 ซึ่งมีตัวอย่างทั้งสิ้น 356 firm-year ตัวแปรต้นคือความสามารถในการบริหารจัดการวัดจาก MA_Score ที่ถูกพัฒนาจาก Demarjian et al. (2012) และโอกาสในการเจริญเติบโตวัดจาก Tobin's Q จาก Damodaran (1999) ส่วนค่าสอบบัญชีซึ่งเป็นตัวแปรตามคำนวณโดยการใช้ลอการิทึมธรรมชาติของค่าสอบบัญชี (LNAudit) และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

จากผลการศึกษา ความสามารถในการบริหารจัดการ โอกาสในการเจริญเติบโต และค่าสอบบัญชี พบว่า ความสามารถในการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์กับค่าสอบบัญชีในทิศทางตรงกันข้าม เนื่องจากเมื่อผู้บริหารมีความสามารถในการบริหารจัดการภายในบริษัทอยู่ระดับสูงจะส่งผลให้ความเสี่ยงในการตรวจสอบของผู้สอบบัญชีลดลงและทำให้ค่าสอบบัญชีลดลงตามด้วย ส่วนโอกาสในการเจริญเติบโตมีความสัมพันธ์กับค่าสอบบัญชีในทิศทางเดียวกัน เมื่อบริษัทมีโอกาสในการเจริญเติบโตสูงส่งผลต่อมูลค่าตลาดของบริษัทในอนาคต ดังนั้นเมื่อมูลค่าของบริษัทเพิ่มขึ้นส่งผลให้ผู้สอบบัญชีต้องพิจารณาตรวจสอบมากขึ้นและอาจส่งผลต่อค่าสอบบัญชีที่สูงขึ้นด้วย

สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษางานวิจัยลักษณะนี้ในอนาคต อาจพิจารณาศึกษาเพิ่มเติมโดยเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่าง เช่น ตลาดหลักทรัพย์ (SET) รวมถึงศึกษาปัจจัยอื่นที่อาจมีผลต่อค่าสอบบัญชีนอกเหนือจากสองปัจจัยนี้ หรืออาจจะต้องเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น เนื่องจากข้อมูลบางส่วนที่นำมาวิเคราะห์ถูกตัดออกเนื่องจากความไม่ครบถ้วนของข้อมูล ซึ่งอาจทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการวัดผลตัวแปร และระยะเวลาในการเก็บข้อมูลอาจจะสะท้อนความสามารถในการจัดการและโอกาสในการเจริญเติบโตที่มีความสัมพันธ์กับค่าสอบบัญชีเฉพาะในช่วงเวลาดังกล่าว

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546. สืบค้น 16 มกราคม 2561 จาก <https://www.sac.or.th/th/wp-content/uploads/2016/04/good-governance-2546.pdf>

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2560). รายชื่อบริษัท งบการเงิน แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปี (แบบ 56-2) สำหรับปี พ.ศ. 2557 ถึงปี พ.ศ. 2559 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ. สืบค้น 30 กันยายน 2560 จาก <http://market.sec.or.th/public/idisc/th/FinancialReport/AL>

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2561). การกำกับบริษัทจดทะเบียน. สืบค้น 16 มกราคม 2561 จาก www.set.or.th/th/regulations/supervision/listed_disclosure_p5.htm

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2546). พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธี. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.

- Andre Luiz Carvalhal da Silva and Rodrigo Telles Pires Hallak . (2012). Determinants of audit and non-audit fees provided by independent auditors in Brazil. **Review of Revista Contabilidade & Finance**, 23(60),
- Bikki Jaggi, Judy S., Tsui, L., and Gul, Ferdinand A. (2001). CEO Domination, Growth Opportunities, and their Impact on Audit Fees. **Journal of Accounting, Auditing & Finance**, 16(3),
- Booth, James Ross, Booth, Lena Chua, and Deli, Daniel (2012). Managerial Incentives and Audit Fees: Evidence from the Mutual Fund. **Accounting and Finance Research**, 1(1),
- Cox, Justin S. (2017). Managerial ability, growth opportunities, and IPO performance. **Managerial Finance**. 43(4): 488-507.
- Darmadi, S. (2012). Ownership Concentration, Family Control and Auditor Choice: Evidence from an Emerging Market. Retrieved December 2017 from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1999809.
- Demerjian, P., Lev, B., and McVay, S. (2012). Quantifying Managerial Ability: A New Measure and Validity Tests. **Management Science**, 58(7): 1229-1248.
- Demerjian, P. R., Lev, B., Lewis, M. F., and McVay, S. E. (2013). Managerial Ability and Earnings Quality. **Accounting Review**, 88(2): 463-498.
- Hay, D. C., Knechel, W. R., and Wong, N. (2006). Audit Fees: A Meta-analysis of the Effect of Supply and Demand Attributes*. **Contemporary Accounting Research**, 23(1): 141-191.
- Ianniello G., Mainardi, M. and Rossi, F. (2013). Corporate governance and auditor choice. Retrieved December 2017 from http://www.aidea2013.it/docs/270_aidea2013_accounting.pdf
- Krishnan, Gopal V. and Wang, Changjiang. (2015). The Relation between Managerial Ability and Audit Fees and Going Concern Opinions. **AUDITING: A Journal of Practice & Theory**, 34(3), (August): 139-160.
- Lin, Z. J. and Liu, M. (2009). The Impact of Corporate governance on auditor choice: Evidence from China. **Journal of International Accounting, Auditing and Taxation**, 18: 44-59.
- Simunic, D. (1980). The Pricing of Audit Services: Theory and Evidence. **Journal of Accounting Research**, 18(1): 161-190.
- Simunic, D., and Stein, M. T. (1996). Impact of litigation risk on audit pricing: A review of the economics and the evidence. **Auditing: A Journal of Practice & Theory**, 15(Supplement): 119-134.

ความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี ระดับชั้นปีที่ 2-4 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Readiness to Enter the ASEAN Economic Community of Accounting Students Level 2-4 Ubon Ratchathani Rajabhat University

จุฬามาศ คูหา, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹
ประไพพิศ เลียบสือตระกูล, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²
Email: Yamachitachiharu@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี ชั้นปีที่ 2-4 คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี และเพื่อเปรียบเทียบความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี ชั้นปีที่ 2-4 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำนวน 221 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ t-test และ F-test

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีระดับผลการเรียนเฉลี่ยที่ 2.51-3.00 โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยที่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศสมาชิกอาเซียน ด้านวิชาชีพบัญชีและด้านภาษา ด้านทักษะทางปัญญา และด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและด้านเทคโนโลยีตามลำดับ จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยต่างๆ มีผลต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนั้น นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี จำเป็นต้องพัฒนาตนเองให้มีความพร้อม และมีความรู้มากยิ่งขึ้น เพราะในโลกปัจจุบันนี้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เราต้องทันต่อเหตุการณ์ และมีการศึกษาค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติม อยู่เสมอเพื่อเราจะได้นำความรู้ไปใช้ในการทำงาน

คำสำคัญ: ความพร้อม, ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ABSTRACT

This research intention to study accounting students levels 2-4, Faculty of Business Administration and Management Ubon Ratchathani Rajabhat University. This research the sample used accounting students level 2-4 total 221 people and used the questionnaire to collect data. The descriptive statistics for describing the data were frequency, percentage mean and standard deviation. The hypotheses were tested using t-test and F-test.

The research found that most of the samples were female and average grade of 2.51-3.00. Overall, the variable that students preparation of the ASEAN Economic Community are knowledge of ASEAN Economic Community skills, profession accounting and language skills, Intellectual skills and numerical analysis and technology skills. The hypotheses tested found that the level of accounting students influences to enter the ASEAN Economic Community.

Keywords: Readiness, ASEAN Economic Community

¹ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² อาจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

บทนำ

อาเซียน หมายถึง สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตัวย่อภาษาอังกฤษ คือ ASEAN ซึ่งมาจากชื่อเต็มว่า “Association of southeast Asian Nations” แรกเริ่มก่อตั้ง เมื่อปี พ.ศ. 2510 อาเซียนเป็นสมาคมของประเทศสมาชิกจริง ๆ ซึ่งแรกเริ่ม มีสมาชิกเพียง 5 ประเทศคือ Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore และ Thailand จนถึงปัจจุบันอาเซียนได้สมาชิกมา เพิ่มอีก 5 ประเทศ คือ Brunei, Darussalam, Cambodia, Lao, Myanmar และ Vietnam สภาพ0000การเป็นสมาคมของประเทศที่เป็นสมาชิก ก็มีความหมายเพียงการคบค้าสมาคมไปมาหาสู่ประชุมเล็ก ประชุมใหญ่ร่วมกันเป็นระยะ ๆ ลงนามในเอกสารปฏิญญาหรือสนธิสัญญาร่วมกัน จากนั้นผู้นำของแต่ละประเทศก็แยกย้ายกันกลับประเทศตนเองกลับไปทำตามความตกลงหรือจะทำซ้ำกว่ากำหนดหรือไม่ ทำอะไรเลยทั้ง ๆ ที่ลงนามในความตกลงกันไปแล้วก็ได้ทั้งนั้นไม่มีบทลงโทษ อาเซียนจึงเกิดมาอย่างไม่มีเดิโต แต่ขณะนี้อาเซียนจะเอาจริงแล้วในการทำงานร่วมกัน โดยจะปรับบทบาทอาเซียนให้เป็น องค์การที่มีความรับผิดชอบมากกว่าในสถานภาพสมาคมโดยอาเซียน ได้ประกาศให้ 10 ประเทศสมาชิกร่วมมือกันปรับโครงสร้างและเป้าหมายของสมาคม (ลัดดา หิรัญญา, 2555)

หนึ่งในเป้าหมายสำคัญของ AEC นั่นคือ การเป็นหนึ่งเดียว (Single Market) และมีฐานการผลิตร่วมกัน (Single Product Base) เป็นการเปิดเสรีทางการค้า การบริการ การลงทุน และการเคลื่อนย้ายแรงงาน โดยการลดภาษีทางการค้าให้เป็นศูนย์ และจัดอุปสรรคหรือการกีดกันทางการค้าในด้านอื่น ๆ ให้ไปหมด ซึ่งส่วนสำคัญที่จะกระทบต่อประชาชนในประเทศ คือ การเคลื่อนย้ายแรงงานโดยเสรี ซึ่งประกอบไปด้วย 8 สาขาอาชีพ ได้แก่ แพทย์ พยาบาล ทันตแพทย์ วิศวกร สถาปนิก นักบัญชี นักสำรวจ และการท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้ก็ยังมิใช่ว่าจะง่าย ในการเคลื่อนย้าย

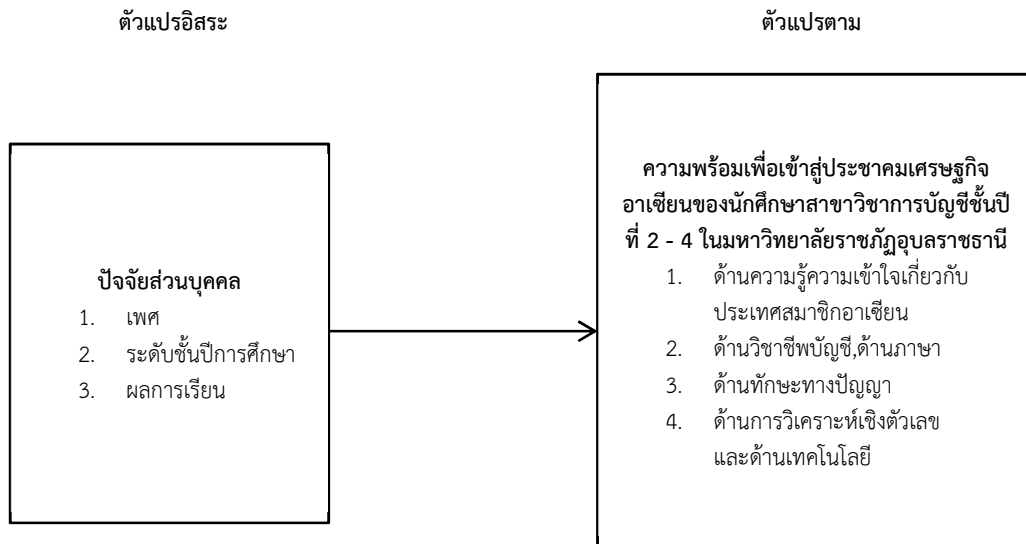
แรงงานอยู่ด้วยเช่นกัน อันประกอบไปด้วยข้อจำกัดทางเทคนิค คือ แม้จะมีคุณสมบัติตามข้อตกลงยอมรับร่วมสำหรับคุณสมบัตินักวิชาชีพ (Mutual Recognition Arrangements: MRAs) แล้วก็ตามบุคคลใน 8 วิชาชีพ ที่ต้องการเดินทางไปทำงาน ประเทศอาเซียนยังต้องสอบใบประกอบวิชาชีพด้วยภาษาที่ประเทศที่ตนจะไปประกอบอาชีพ และข้อจำกัดทางธรรมชาติ คือ ความสามารถสื่อสารด้วยภาษาในประเทศที่เดินทางไปทำงานความพร้อมที่จะเผชิญและปรับตัวในสภาพแวดล้อม (รงนา ขุนแก้ว, 2557) วิชาชีพที่อยู่ในข้อตกลงร่วมกันด้วยเรื่องการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือเสรี นั้นหมายความว่าเมื่อประเทศไทยก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจากประเทศใดประเทศหนึ่งในกลุ่มอาเซียน จะสามารถเข้ามาประกอบวิชาชีพในกลุ่มประเทศอาเซียนได้อย่างเสรี ดังนั้นการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพในประเทศไทยในเรื่องความรู้ด้านวิชาชีพบัญชี ความรู้ด้านภาษา ความรู้ ด้านกฎหมาย ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของประเทศสมาชิก และความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบวิชาชีพในประเทศไทย สามารถหลีกเลี่ยงหรือบรรเทาผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น ทั้งนี้ ยังสามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มีอยู่ สร้างแนวทางและวางแผน เพื่อนำได้ผลกระทบที่ได้รับมาเป็นโอกาสเชิงบวกได้ในอนาคต ซึ่งสภาวิชาชีพได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องดังกล่าวจึงได้จัดตั้งคณะอนุกรรมการศึกษาและติดตามผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อวิชาชีพบัญชีขึ้นเพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาเผยแพร่แก่สมาชิกให้ทราบอย่างทั่วถึงรวมถึงเสนอแนะต่อหน่วยงานรัฐที่มีหน้าที่ในการเจรจา อีกทั้งเสนอผลการศึกษาต่อสภาวิชาชีพบัญชี เพื่อออกกฎระเบียบ เพื่อเป็นการรองรับการเปิดเสรีจะมีขึ้น (กิตติยาภรณ์ อินธิปัก, 2557)

การที่จะทำให้อุตสาหกรรมดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องได้รับข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกันองค์การอย่างรอบด้าน จึงจะสามารถนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล วางแผน และตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง และทันเวลา ข้อมูลที่สำคัญของธุรกิจอย่างหนึ่งคือ ข้อมูลทางบัญชีซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารในหลาย ๆ ด้าน เช่น คำนวณต้นทุนทรัพยากรที่ใช้ไปในกิจกรรมที่สำคัญ ๆ ขององค์กร ประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานรวมถึงเสนอ และประเมินทางเลือกในการทำกิจกรรมใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่ากับองค์กร ข้อมูลทางบัญชียังเป็นสัญญาณเตือนภัยให้กับองค์กรต่อความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ดังนั้นธุรกิจ จึงจำเป็นต้องมีนักบัญชีที่มีความรู้ความสามารถนอกเหนือจากทักษะวิชาชีพแล้วยังต้องมีทักษะด้านอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร งานบัญชีมีความเกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจแบบทุกขั้นตอน และจะมีความสำคัญมากขึ้น เมื่อมีการเปิดสมาคม (AEC) เนื่องจากอาชีพนักบัญชีเป็นอาชีพอิสระโดยผู้ที่ประกอบอาชีพนี้จะเคลื่อนย้ายไปทำงานที่ใดก็ได้ ในประเทศสมาชิกอาเซียน แต่ต้องอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์บางอย่างที่ได้ตกลงกันไว้ เช่น การให้บริการด้านบัญชี การตรวจสอบบัญชี และการจัดทำบัญชี (เสาวลักษณ์ จันทร์ประสิทธิ์, 2559)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและสนใจที่จะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ผลจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้ประเทศต่าง ๆ ต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับกับการเปิดเสรีการค้า ประเทศไทยในฐานะที่เป็นสมาชิกในกลุ่มอาเซียน ก็ต้องมีการปรับตัวเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน 8 สาขาวิชาชีพ ซึ่งวิชาชีพบัญชีเป็น 1 ใน 8 วิชาชีพ ทางผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี รวมไปถึงความคาดหวังที่จะประกอบอาชีพหลังสำเร็จการศึกษาในสายวิชาชีพบัญชี ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี ชั้นปีที่ 2 – 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและการจัดการ สาขาวิชาการบัญชี ชั้นปีที่ 2 – 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำนวน 493 คน (สำนักงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2561)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ตัวแทนนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและการจัดการ สาขาวิชาการบัญชี ชั้นปีที่ 2 – 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากสูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง $n = N/(1+Ne^2)$ ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 221 คน จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Proportional Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนของขนาดของกลุ่มประชากรที่เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีชั้นปีที่ 2 - 4 จากนั้นทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) แบบจับฉลากไม่ใส่กลับจนได้ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้

ตารางที่ 1 การสุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวนประชากร	P	กลุ่มตัวอย่าง
ชั้นปีที่ 2	196	0.45	88
ชั้นปีที่ 3	150	0.45	67
ชั้นปีที่ 4	147	0.45	66
รวม	493		221

การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งลักษณะของการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การศึกษาจากเอกสาร งานวิจัย แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย และการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยใช้การวัดระดับ 5 ระดับ ตามมาตรา ของลิเคิร์ต (Likert) โดยแบบสอบถามได้ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และได้ปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้แบบสอบถามมีความเหมาะสม หลังจากนั้นได้นำไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาหาความเชื่อมั่น ตามวิธีการของ Cronbach (1990) โดยมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .769

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยวิเคราะห์ค่าต่าง ๆ ดังนี้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ค่าความถี่: Frequency: f, ค่าเฉลี่ย: Mean: $\bar{x}$ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน: Standard Deviation: (S.D.) ส่วนสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t - test และ F - test

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 95.5 และเป็นเพศชาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 นักศึกษาส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมา กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 3 จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 และกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และมีระดับผลการเรียนเฉลี่ยรวมทุกภาคการศึกษามากที่สุดอยู่ในช่วงระดับผลการเรียนเฉลี่ย 2.51 – 3.00 จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงมาอยู่ในช่วงระดับ ผลการเรียนเฉลี่ย 3.01 – 3.50 จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 รองลงมาอยู่ในช่วงระดับผลการเรียนเฉลี่ย 2.01 – 2.50 จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 รองลงมาอยู่ในช่วงระดับผลการเรียนเฉลี่ย 3.51ขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 และรองลงมาอยู่ในช่วงระดับ ผลการเรียนเฉลี่ยต่ำกว่า 2.00 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 เป็นอันดับสุดท้าย

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1. ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศสมาชิกอาเซียน พบว่า ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศสมาชิกอาเซียน กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าอิทธิพลต่อความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับสำคัญมากในทุกตัวชี้วัด ดังนี้ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนค่าเฉลี่ย 4.04 มีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของการรวมกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนค่าเฉลี่ย 3.78 มีความรู้ในการใช้ภาษาในการสื่อสารกับประเทศในกลุ่มอาเซียนค่าเฉลี่ย 3.69 มีความรู้เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เช่นเศรษฐกิจการเมือง การค้า การเปลี่ยนแปลงความนิยมของคนในประเทศสมาชิกอาเซียนค่าเฉลี่ย 3.85 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในสมาชิกอาเซียนค่าเฉลี่ย 3.86 ภาพรวมด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศสมาชิกอาเซียนค่าเฉลี่ย 3.84

2. ด้านวิชาชีพบัญชี, ด้านภาษา พบว่า การปฏิบัติงานวิชาชีพบัญชีด้วยความซื่อสัตย์สุจริตมีค่าเฉลี่ย 4.43 การศึกษาหาความรู้ความชำนาญทางวิชาชีพเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาความรู้ให้ทันสมัยค่าเฉลี่ย 4.25 การมีทักษะความชำนาญและประสบการณ์ทางวิชาชีพบัญชีค่าเฉลี่ย 4.09 การปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ค่าเฉลี่ย 4.26 การให้บริการทางวิชาชีพบัญชีสอดคล้องตามมาตรฐานของวิชาชีพบัญชี 4.12 มีความสามารถในการพัฒนาตนเองแสวงหาความรู้ใหม่และทักษะด้านภาษาต่างประเทศค่าเฉลี่ย 4.12 มีความสามารถในการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศด้วยตนเองค่าเฉลี่ย 3.84 มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในการเขียนเพื่อการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพค่าเฉลี่ย 3.83 มีความสามารถในการจัดทำรายงานทางการเงินด้วยภาษาอังกฤษ 3.83 มีความสามารถในการจัดทำรายงานทางการเงินด้วยภาษาอังกฤษ 3.63 มีความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มสมาชิกอาเซียนด้วยวาจาเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ 3.72 ภาพรวมด้านวิชาชีพบัญชีด้านภาษา มีค่าเฉลี่ย 4.03

3. ด้านทักษะทางปัญญา พบว่าความคิดเห็นต่อความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี ชั้นปีที่ 2 – 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากมากไปน้อย ดังนี้ มีประสบการณ์ในการเรียนด้านบัญชีที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมาได้รับการพัฒนาเกี่ยวกับมาตรฐานทางบัญชี เช่น การฝึกอบรมสัมมนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และมีประสบการณ์จากการฝึกงานหรือทำงานพิเศษในวิชาชีพบัญชี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ตามลำดับ

4. ด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลข, ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่าความคิดเห็นต่อความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี ชั้นปีที่ 2 – 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าการใช้ Social Network ในการสื่อสารงานบัญชี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมา

ความสามารถในการใช้โปรแกรม Excel สำหรับงานบัญชี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และมีความสามารถในการประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่องานบัญชี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบความพร้อมของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี ชั้นปีที่ 2 – 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1. ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศสมาชิกอาเซียน จำแนกตามเพศ ในภาพรวมเพศชายและเพศหญิงมีความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ไม่แตกต่างกัน

2. ด้านวิชาชีพบัญชีและด้านภาษา โดยจำแนกตามเพศ พบว่า ในภาพรวมเพศชายและเพศหญิงมีความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพร้อมด้านการปฏิบัติงานวิชาชีพบัญชี ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซื่อตรงต่อวิชาชีพ และด้านความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มสมาชิกอาเซียน ด้วยวาจาเพื่อการสื่อสาร ที่มีประสิทธิภาพที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ มีความพร้อมที่ไม่แตกต่างกัน

3. ด้านทักษะทางปัญญา โดยจำแนกตามเพศ พบว่า ในภาพรวมเพศชายและเพศหญิงมีความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ไม่แตกต่างกัน

4. ด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยจำแนกตามเพศ พบว่า ในภาพรวมเพศชายและเพศหญิง มีความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ไม่แตกต่างกัน

5. ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศสมาชิกอาเซียน พบว่า ในภาพรวมนักศึกษาที่มีผลการเรียนเฉลี่ยแตกต่างกัน มีความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพร้อมด้านมีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษา ในการสื่อสารกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่น ๆ มีความพร้อมที่ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นที่น่าสนใจที่เกี่ยวกับความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีชั้นปีที่ 2 - 4 ในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศสมาชิกอาเซียน พบว่า ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน เช่น ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา สภาพภูมิศาสตร์ ระบบการเมืองการปกครอง วัฒนธรรมศาสนา ความเชื่อ ระบบเศรษฐกิจ การศึกษา และภาษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติภรณ์ อินธิปัก (2557) ที่ได้ทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน เช่น ประวัติศาสตร์ ความเป็นมา สภาพภูมิศาสตร์ ระบบการเมืองการปกครอง วัฒนธรรมศาสนา ความเชื่อ ระบบเศรษฐกิจ การศึกษา และภาษาอยู่ในระดับมาก

2. ด้านวิชาชีพบัญชี, ด้านภาษา พบว่า ด้านการปฏิบัติงานวิชาชีพบัญชี ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซื่อตรงต่อวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 สอดคล้องกับงานวิจัยของนุชจรินทร์ โลหะปาน (2556) ที่ได้ทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของบุคลากรทางบัญชี เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : กรณีศึกษาสถานประกอบการจังหวัดสระบุรีผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม การปฏิบัติงานวิชาชีพบัญชี ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซื่อตรงต่อวิชาชีพอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ด้านทักษะทางปัญญา พบว่า ด้านย่อยมีประสบการณ์ในการเรียนด้านบัญชีที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 สอดคล้องกับงานวิจัยของลัดดา ทิรัญญา (2561) ที่ได้ทำวิจัยเรื่องนักบัญชีไทยกับความพร้อมในการใช้มาตรฐานการบัญชีตามกรอบมาตรฐานกลุ่มเศรษฐกิจอาเซียนผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีประสบการณ์ในการเรียนด้านบัญชีที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

4. ด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ด้านย่อยมีความสามารถในการใช้โปรแกรม Excel สำหรับงานบัญชีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 สอดคล้องกับงานวิจัยของสาวตรี มะเร็งสิทธิ์ และ จันทรีจิรา นพมณี (2556) ที่ได้ทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของบุคลากรทางบัญชี เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกรณีศึกษา สถานประกอบการจังหวัดสระบุรีผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสามารถในการใช้โปรแกรม Excel มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

สรุป

การศึกษาเรื่อง ความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี ระดับชั้นปีที่ 2-4 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี โดยศึกษาตามปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศสมาชิกอาเซียน 2) ด้านวิชาชีพบัญชีและด้านภาษา 3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี ระดับชั้นปีที่ 2-4 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มีความเห็นว่า ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศสมาชิกอาเซียน ปัจจัยด้านวิชาชีพบัญชีและด้านภาษา ปัจจัยด้านทักษะทางปัญญา ปัจจัยด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลต่อความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับสำคัญมากในทุกปัจจัย และเมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม พบว่า เพศหญิงและเพศชายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศสมาชิกอาเซียนไม่แตกต่างกัน รวมถึง ด้านทักษะทางปัญญา ด้านการวิเคราะห์เชิงตัวเลขและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ไม่แตกต่างกัน แต่การศึกษาพบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพร้อมด้านการปฏิบัติงานวิชาชีพบัญชี ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซื่อตรงต่อวิชาชีพ และด้านความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มสมาชิกอาเซียนด้วยวาจาเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และพบว่านักศึกษาที่มีผลการเรียนเฉลี่ยแตกต่างกัน มีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาใน การสื่อสารกับประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อเสนอแนะ

1. มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญต่อการให้ความรู้การอบรม หรือการจัดการเรียนการสอน เพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้กับนักศึกษา ทำให้สามารถออกไปแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ในอนาคต
2. นักศึกษาต้องพัฒนาตนเอง ให้มีความรู้มากยิ่งขึ้นเพราะในโลกปัจจุบันนี้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเราต้องทันต่อเหตุการณ์ และมีการศึกษาค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานบัญชี
3. นักศึกษามีประสบการณ์จากการฝึกงาน หรือทำงานพิเศษในวิชาชีพบัญชี ค่อยข้างน้อยมหาวิทยาลัยจึงควรให้ความสำคัญของการออกฝึกงานและปฏิบัติงานจริงที่ปฏิบัติเกี่ยวกับบัญชีโดยตรง เพื่อกระตุ้นให้นักศึกษามีความรู้ และประสบการณ์ทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กิตติยาภรณ์ อินธิปัก. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในประเทศไทยเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2561 จาก
file:///C:/Users/PATs/Downloads/Fulltext%231_218876.pdf
- นุชจรินทร์ โลหะปาน. (2556). การเตรียมความพร้อมของนักศึกษาสาขาวิชาชีพบัญชีมหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2561 จาก
<http://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/6017>
- รจนา ขุนแก้ว. (2557). ความพร้อมของบุคลากรสาขาวิชาชีพบัญชีไทย สู่ความเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2561 จาก <http://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/9660/1/387896.pdf>
- ลัดดา หิรัญญา. (2554). นักการบัญชีไทยกับความพร้อมในการใช้มาตรฐานการบัญชี ตามกรอบมาตรฐานกลุ่มเศรษฐกิจอาเซียน. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2561 จาก <http://ssruir.ssu.ac.th/bitstream/ssruir/638/1/028-55.pdf>
- สาวตรี มะเร็งสิทธิ์, จันทร์จิรา นพมณี. (2556). การเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่เศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2561 จาก
http://sc2.kku.ac.th/stat/statweb/images/project%20stat/p56/014_56.pdf
- เสาวลักษณ์. จันทรประสิทธิ์. (2559). ความคาดหวังและความพร้อมของนักบัญชีในทรรคนะของผู้ประกอบการเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2561 จาก
<http://www2.tsu.ac.th/tsucms/12/UserFiles/%E0%B8%87%E0%.pdf>
- Cronbach, Lee. J. (1990). *Essentials of Psychology Testing*. 5th ed. New York: Harper Collins Publishers Inc.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3th ed. New York: Harper and Row Publication.

การศึกษาปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม จิตวิทยา และการนับถือตนเอง ในการทำศัลยกรรม เพื่อความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

รัตนภรณ์ แซ่ลี้, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹

เพ็ญศิริ โชติพันธ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²

Email: Rattanaporn.s@ubru.ac.th

บทคัดย่อ

การศัลยกรรมเพื่อความงาม ถือเป็นค่านิยมที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากในสังคมปัจจุบัน จากการศัลยกรรมเมื่อร่างกายผิดปกติ เปลี่ยนเป็นเพื่อปรับปรุงให้มีความสวยงามมากขึ้นตามค่านิยมในยุคนี้ๆ รวมถึงการก้าวหน้าทางการแพทย์ที่ทำให้การศัลยกรรมเพื่อความงามมีความเสี่ยงน้อยลง จึงทำให้ความนิยมในเรื่องศัลยกรรมเพื่อความงามแพร่หลายมากยิ่งขึ้น แต่ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ธุรกิจจึงจำเป็นต้องทราบถึงแรงจูงใจ หรือปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำศัลยกรรม ก็จะสามารถกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาดที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม, (2) ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจทำศัลยกรรมเพื่อความงามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี และ (3) ด้านการนับถือตนเองของผู้บริโภคที่ตัดสินใจทำศัลยกรรมเพื่อความงาม ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

การวิจัยเชิงปริมาณนี้ ได้กำหนดประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ที่ตัดสินใจทำศัลยกรรมเพื่อความงามในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สุ่มโดยวิธีเฉพาะเจาะจงจากลูกค้าที่ใช้บริการคลินิกศัลยกรรมเพื่อความงามที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลจำนวน 10 แห่ง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 87 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66 อายุระหว่าง 21-25 ปี, ร้อยละ 92 สถานะโสด และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 88 เป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา ร้อยละ 84 เป็นกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ย น้อยกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท ร้อยละ 85 ทำศัลยกรรมเพื่อความงามแล้ว 1 ครั้ง และร้อยละ 70 ทำศัลยกรรมเพื่อความงามจุก โดยเหตุผลที่ตัดสินใจศัลยกรรมเพื่อความงาม ร้อยละ 48 คือ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับตนเอง

โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศัลยกรรมเพื่อความงาม 1) ด้านสังคมและวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก 2) ด้านจิตวิทยาอยู่ในระดับมาก และ 3) ด้านการนับถือตนเอง อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม จิตวิทยา การนับถือตนเอง

ABSTRACT

Currently, cosmetic surgery is a value that plays a very important role in today's society. Customer change mind set in value in surgery on abnormal body to improve the beauty of the values of that era. Including medical advances that make cosmetic surgery less risky. The popularity of cosmetic surgery is even more widespread but at the same time, it affects more intense competition. Businesses need to know the motivation or factors that affect the surgery decision making that will be able to determine appropriate and effective marketing strategies to gain more a competitive advantage.

The purpose of this research was to study (1) social and cultural factors, (2) psychological factors affecting plastic surgery decisions in urban areas. And (3) the self-esteem of consumers who decided to do surgery. In the district. Ubon Ratchathani

The study population was decided by the surgeon in Muang District, Ubon Ratchathani Province. The sample of 400 patients were randomly selected from the patients who were using the surgery clinic in Muang

¹ อาจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

district. Ubonratchathani Province, using questionnaires as a tool for data collection. Statistics used in data analysis were percentage, mean and standard deviation.

The research found that 87 percent of the samples were females, 66 percent were between 21-25 years old, 92 percent were single and 88 percent were undergraduates, 84 percent of them were students. Salary per month are less than or equal to 10,000 baht, 85 percent had surgery and 70 percent had rhinoplasty. The reason for the 48 percentage surgery decision is to increase self-confidence.

Factors influencing surgical decision making. 1) Social and cultural aspects. 2) Psychological aspects were at a high level and 3) Self-esteem. Very high

Keyword: Social and Culture Factor, Psychological Factors, Self-Esteem

บทนำ

การศัลยกรรมเพื่อความงาม ถือเป็นค่านิยมที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากในสังคมปัจจุบัน จากเป็นการศัลยกรรมเมื่อร่างกายผิดปกติ เปลี่ยนเป็นเพื่อปรับปรุงให้มีความสวยงามมากขึ้นตามค่านิยมในยุคนั้นๆ รวมถึงการก้าวหน้าทางการแพทย์ที่ทำให้การศัลยกรรมเพื่อความงามมีความเสี่ยงน้อยลง ทำให้ความนิยมในเรื่องศัลยกรรมเพื่อความงามแพร่หลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น นักศึกษา ตลอดจนถึงวัยผู้ใหญ่ โดยมีปัจจัยหลากหลายในการเลือกทำศัลยกรรมเพื่อความงาม รวมไปถึงการรับค่านิยมความงามจากต่างประเทศ เช่น ประเทศเกาหลี ก็ส่งผลให้ความนิยมในเรื่องศัลยกรรมเพิ่มมากขึ้น โดยมูลค่าตลาดของธุรกิจศัลยกรรมเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าตลาดสูงมาก และมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในประเทศไทยธุรกิจนี้มีมูลค่าสูงถึง 14,000 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10-15 ต่อปี ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการศัลยกรรมเพื่อความงามมากเป็นอันดับที่ 20 ของโลก (สมาคมศัลยกรรมตกแต่งแห่งประเทศไทย, 2550) โดยในปี 2556 ประเทศไทยมี สถานพยาบาลด้านศัลยกรรมเพื่อความงาม จำนวนทั้งสิ้น 17,330 แห่ง และในปี 2560 มูลค่าตลาดธุรกิจศัลยกรรมเพื่อความงามเติบโตสูงถึง 30,000 ล้านบาท (<https://marketeeronline.co/archives/25281>) สอดคล้องกับข้อมูลจาก นายธีรวัช แร้งจัน ประธานบริหาร บริษัท เดอร์มาลิงค์ จำกัด เปิดเผยถึงทิศทางการแข่งขันของธุรกิจคลินิกความงามว่า มีภาวะการแข่งขันสูง จากการเข้ามาทำตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ที่เพิ่มมากขึ้น แต่ภาพรวมธุรกิจยังมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากเทรนด์ของพฤติกรรมผู้บริโภคยุคปัจจุบันที่ให้ความสนใจในด้านความสวยความงาม ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากอิทธิพลของการจัดประกวดความงามในเวทีต่างๆ ที่ทำให้ผู้หญิงไทยต้องการเข้าร่วม จึงหันมาดูแลตนเองมากขึ้นทั้งด้านการดูแลผิวพรรณ และการทำศัลยกรรมเพื่อความงามความงาม ส่งผลให้มูลค่าตลาดคลินิกความงามมีกว่า 3-4 หมื่นล้านบาท (<http://www.thansettakij.com/content/257184>)

อีกทั้งนายแพทย์ธงชัย กีรติหัตถยากร รองอธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (กรม สบส.) กระทรวงสาธารณสุข กล่าวกับ “ประชาชาติธุรกิจ” ว่าตัวเลขชี้ชัดว่าแนวโน้มคลินิกที่ดูแลเรื่องความงามสูงขึ้นมาก โดย ภก.เชิดชัย อริยานุชิตกุล รองนายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดขอนแก่น เปิดเผยว่า ทิศทางคลินิกด้านความงามตั้งแต่ปี 2557-2560 เพิ่มขึ้นปีละประมาณ 10% อย่างต่อเนื่อง โดยในจังหวัดขอนแก่นปี 2557 มี 67 แห่ง ปี 2558 มี 78 แห่ง ปี 2559 มี 85 แห่ง และปี 2560 รวมแล้ว 98 แห่งเพิ่มขึ้น โดยมองว่า “เทรนด์ของวัยรุ่นจะมาทางนี้ค่อนข้างเยอะ นอกจากนั้นมองว่าผู้ให้บริการหันไปจับตลาดด้านสื้อโซเซียลมีเดียมากขึ้น ทำให้การเข้าถึงของผู้บริโภคง่ายขึ้น เทาที่เก็บข้อมูลส่วนมากจะเสริมจมูก เสริมเต้านม โดยเฉพาะการเสริมจมูกไม่จำเป็นต้องใช้ห้องผ่าตัดขนาดใหญ่ ไม่จำเป็นต้องดมยา ส่วนเสริมเต้านมคลินิกอาจจะต้องใช้ห้องผ่าตัดที่โรงพยาบาลเอกชนแทน ซึ่งโรงพยาบาลเอกชนก็ให้บริการด้านความสวยงามไปในเชิงพาณิชย์ และในอนาคตคลินิกเสริมความงาม นอกจากเสริมจมูก เสริมเต้านม คนจะนิยมฉีดโบทอกซ์ริ้วรอยมากขึ้น ศัลยกรรมเพื่อความงามตาชั้นเดียว สองชั้น เป็นต้น” (<https://www.prachachat.net/local-economy/news-107224>) ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าธุรกิจความงามมีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ธุรกิจความงามที่อยู่รอดจึงจะต้องเข้าใจแรงจูงใจในการตัดสินใจศัลยกรรมเพื่อความงามของผู้บริโภค โดยงานวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's General Theory of Human & Motivation) เพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำศัลยกรรมเพื่อความงาม โดยมาสโลว์ ได้อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์ ซึ่งมีลักษณะเป็นลำดับขั้นความต้องการจากต่ำไปหาสูง (Hierarchy & Needs) และเป็นทฤษฎีที่ยอมรับกันแพร่หลาย เป็นสมมติฐานเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ (Abraham H.Maslow, 1954) จึงเป็นสาเหตุให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาปัจจัยทางด้านสังคมวัฒนธรรม, ปัจจัยด้านจิตวิทยา และการนับถือตนเอง ในการทำศัลยกรรมเพื่อความงามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจศัลยกรรมเพื่อความงามสามารถนำข้อมูลไปพัฒนากลยุทธ์หรือแนวทางในการสร้างแรงจูงใจ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ในการทำศัลยกรรมเพื่อความงามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
- (2) เพื่อปัจจัยด้านจิตวิทยา ในการทำศัลยกรรมเพื่อความงามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
- (3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการนับถือตนเอง ในการทำศัลยกรรมเพื่อความงามในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มีความสนใจในการทำศัลยกรรมเพื่อความงามในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด โดยกลุ่มตัวอย่างคือ บุคคลที่มีความสนใจในการทำศัลยกรรมเพื่อความงามในเขต อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ได้มาจาก สตรีการคำนวณไม่ทราบขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเลือกเฉพาะผู้ที่เข้าไปใช้บริการคลินิกศัลยกรรมเพื่อความงามเสริม เฉพาะที่ตั้งในเขตอำเภอเมือง และเป็นคลินิกเสริมความงามเท่านั้น จำนวน 10 คลินิก ตามรายชื่อดังต่อไปนี้ 1) BK Clinic Ubon 2) คลินิกเวชกรรมเฉพาะทางศัลยกรรมเพื่อความงามหมอไพวัฒน์ 3) คลินิกหมอศุภชัย เฉพาะศัลยกรรมเพื่อความงามตกแต่ง 4) คลินิกหมอปริตตา 5) นัชชโกะคลินิก 6) Khachin Clinic 7) ซีแอลซีคลินิก 8) ยูดีคลินิก 9) กรวีน คลินิกอุบลราชธานี และ 10) กรรณิศาคลินิก

เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามมาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านการเคารพตนเอง และข้อเสนอแนะ โดยมีการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Factor Loading) ระหว่าง 0.635 – 0.896 ซึ่งมากกว่า 0.4 ถือว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคล			
1. เพศ		จำนวน	ร้อยละ
	ชาย	52	13.00
	หญิง	348	87.00
2. อายุ			
	ต่ำกว่า 20	76	19.00
	21 - 25 ปี	264	66.00
	26 - 30 ปี	32	8.00
	31 - 35 ปี	8	2.00
	35 ปีขึ้นไป	20	5.00
3. สถานภาพ			
	โสด	368	92.00
	สมรส	32	8.00
4. ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	352	88.00
	สูงกว่าปริญญาตรี	48	12.00
5. อาชีพ			
	พนักงานบริษัทเอกชน	20	5.00
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	2.00
	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	16	4.00
	นักเรียน/นักศึกษา	336	84.00
	อื่น ๆ	20	5.00

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	น้อยกว่า หรือเทียบเท่า 10,000	316	79.00
	10,001-20,000 บาท	52	13.00
	20,001-30,000 บาท	24	6.00
	มากกว่า 30,000 บาท	8	2.00
7. ทำกิจกรรมเพื่อความงามส่วนใด			
	ศัลยกรรมเพื่อความงามจมูก	280	70.00
	ศัลยกรรมเพื่อความงามปาก	28	7.00
	ศัลยกรรมเพื่อความงามหน้า	24	6.00
	ศัลยกรรมเพื่อความงามตา	68	17.00
8. เคยทำศัลยกรรมเพื่อความงามมาแล้วกี่ครั้ง			
	1 ครั้ง	340	85.00
	2 ครั้ง	48	12.00
	มากกว่า 2 ครั้ง	12	3.00
9. เหตุผลที่เลือกศัลยกรรมเพื่อความงาม			
	เพื่อความก้าวหน้าด้านการทำงาน	24	6.00
	เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับตนเอง	192	48.00
	เพื่อการยอมรับในการเข้าสังคม	8	2.00
	เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องของหน้าตา	176	44.00

จากตารางที่ 1 แสดงผลวิจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 87 อายุระหว่าง 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 66 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 92 โดยร้อยละ 88 มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี และส่วนมากเป็นนักเรียน หรือนักศึกษา ซึ่งร้อยละ 79 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 85 ทำศัลยกรรมเพื่อความงามมาแล้ว 1 ครั้ง โดยเลือกทำศัลยกรรมเพื่อความงามจมูกร้อยละ 70 ซึ่งร้อยละ 48 เลือกศัลยกรรมเพื่อความงามความงามเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับตนเอง

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม

ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรม		n = 400		
		$\bar{X}$	S.D	ระดับ
1.การทำศัลยกรรมเพื่อความงามช่วยเสริมบุคลิกภาพให้เป็นที่ยอมรับในสังคมได้ง่ายขึ้น		4.06	0.874	มาก
2. การทำศัลยกรรมเพื่อความงามความงาม ช่วยให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน		3.67	0.968	มาก
3. การทำศัลยกรรมเพื่อความงามของคุณ ช่วยทำให้การใช้ชีวิตหรือทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับผู้อื่นได้ง่ายขึ้น		3.84	0.929	มาก
4. การทำศัลยกรรมเพื่อความงาม ทำให้การดำเนินชีวิตในสังคมดีขึ้น		3.83	0.882	มาก
5. การทำศัลยกรรมเพื่อความงามจะช่วยให้เข้าสังคมได้ง่ายมากขึ้น		3.78	0.871	มาก
6. การทำศัลยกรรมเพื่อความงาม ช่วยทำให้ได้รับโอกาสที่ดีในอนาคต		3.95	0.922	มาก
7.บุคคลที่มีชื่อเสียงมีผลต่อการศัลยกรรมเพื่อความงาม		3.63	0.950	มาก
8. บุคคลในครอบครัวแนะนำให้ทำศัลยกรรมเพื่อความงาม		2.90	1.322	มาก
9. เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ทำศัลยกรรมเพื่อความงาม		3.24	1.118	มาก
10. คุณตัดสินใจทำศัลยกรรม เพราะคนในสังคมนิยมทำกัน		3.37	1.031	มาก
11. วัฒนธรรมความงามจากต่างประเทศ ทำให้คุณตัดสินใจทำศัลยกรรมความงาม		3.72	0.975	มาก
12. ค่านิยมด้านศัลยกรรมความงาม มีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมของคุณ		3.92	0.967	มาก
รวม		3.66	0.980	มาก

ตารางที่ 2 แสดงผลค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจ
 คัดสรรของผู้นับถือ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมใน
 ภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า 3 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การทำศัลยกรรมเพื่อความงาม
 ช่วยเสริมบุคลิกภาพให้เป็นที่ยอมรับในสังคมได้ง่ายขึ้น ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมาคือ การทำศัลยกรรมเพื่อความงาม ช่วยทำให้ได้รับ
 โอกาสที่ดีในอนาคต ($\bar{X} = 3.95$) และค่านิยมด้านศัลยกรรมความงาม มีผลต่อการตัดสินใจทำศัลยกรรมของคุณ ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับปัจจัยด้านจิตวิทยา

ปัจจัยด้านจิตวิทยา n = 400			
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
1.การทำศัลยกรรมความงามจะช่วยแก้ไขข้อผิดพลาด หรือช่วยลบมด้อยด้านร่างกาย	4.55	0.987	มากที่สุด
2. การให้คำแนะนำและการทำศัลยกรรมจะต้องมาจากแพทย์ผู้ได้รับใบอนุญาตเท่านั้น	3.90	0.882	มาก
3. การทำศัลยกรรมจะช่วยให้คนที่ใกล้ชิด และคนรอบข้างยอมรับและสนใจในตัวเรามากขึ้น	2.88	0.638	ปานกลาง
4. การทำศัลยกรรมทำให้คนรู้สึกรักมากขึ้น	3.67	0.995	มาก
5. การทำศัลยกรรมทำให้มีคนชื่นชมมากขึ้น	3.16	0.573	มาก
6. การทำศัลยกรรมช่วยให้เป็นที่ยอมรับในสังคมมากขึ้น	3.73	0.980	มาก
7.การทำศัลยกรรมเพื่อทำให้รู้สึกภาคภูมิใจในตนเองมากขึ้น	4.27	0.983	มาก
8. ทำศัลยกรรมเพื่อต้องการให้ผู้อื่นชื่นชม	3.24	1.327	มาก
9. ทำศัลยกรรมเพื่อให้เป็นที่ต้องการเปลี่ยนรูปลักษณ์ในแบบที่ตนเองชื่นชอบ	3.82	0.968	มาก
10. ทำศัลยกรรมเพื่อต้องการเป็นคนที่น่าสนใจในสังคม	3.81	0.982	มาก
11. ทำศัลยกรรมเพื่อให้ตนเองแตกต่างจากผู้อื่น	3.57	1.027	มาก
รวม	3.69	0.940	มาก

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจ
 คัดสรรของผู้นับถือ เขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้นับถือให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านจิตวิทยาในภาพรวม
 ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) ส่วนรายด้านพบว่า ผู้นับถือให้ความสำคัญ คือ การทำศัลยกรรมความงามจะช่วยแก้ไขข้อผิดพลาด หรือช่วย
 ลบมด้อยด้านร่างกาย ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$) รองลงมาคือ การทำศัลยกรรมทำให้รู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง ในระดับมาก ($\bar{X} =$
 4.27) และ การให้คำแนะนำและการทำศัลยกรรมจะต้องมาจากแพทย์ผู้ได้รับใบอนุญาตเท่านั้น ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความนับถือตนเอง

ปัจจัยด้านความนับถือตนเอง n = 400			
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
1.การทำศัลยกรรมทำให้รู้สึกพึงพอใจในตนเองมากขึ้น	4.52	0.774	มากที่สุด
2. การทำศัลยกรรมจะทำให้มีความมั่นใจมากขึ้น	3.98	0.832	มาก
3. การทำศัลยกรรมจะทำให้บุคลิกภาพดีขึ้น	3.46	0.790	มาก
4. การทำศัลยกรรมเป็นเพราะตนเองพึงพอใจเท่านั้น ไม่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้อื่น	3.61	0.930	มาก
5. การทำศัลยกรรมเกิดขึ้นเพราะต้องการแก้ไขความผิดปกติของอวัยวะเท่านั้น	3.72	0.689	มาก
6. การทำศัลยกรรมทำให้เกิดการเติมเต็มในจิตใจ	3.57	0.712	มาก
7. การทำศัลยกรรมทำให้มีความสุขมากขึ้น	3.67	0.811	มาก
รวม	3.79	0.790	มาก

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความนับถือตนเองที่มีผลต่อการตัดสินใจตัดสินใจของผู้บริโภค เขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความนับถือตนเอง ภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) ส่วนรายด้านพบว่าการทำกิจกรรมทำให้รู้สึกพึงพอใจในตนเองมากขึ้น ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) รองลงมาคือ การทำกิจกรรมจะทำให้มีความมั่นใจมากขึ้น ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) และ การทำกิจกรรมเกิดขึ้นเพราะต้องการแก้ไขความผิดปกติของอวัยวะเท่านั้น ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ,จิตวิทยา และการนับถือตนเอง ในการทำกิจกรรมเพื่อความงามของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจตัดสินใจของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า 3 อันดับแรกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การทำกิจกรรมเพื่อความงามช่วยเสริมบุคลิกภาพให้เป็นที่ยอมรับในสังคมได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ tam et al., 2012 พบว่าบุคคลที่ทำกิจกรรม เชื่อว่าหากทำกิจกรรมแล้วจะทำให้ความสัมพันธ์ในสังคมดีขึ้น สังคมยอมรับมากขึ้น และสอดคล้องกับงานของ Sarwer et al., 2005 พบว่า การทำกิจกรรมเพื่อความงามจะส่งผลให้ภาพลักษณ์ในสังคมดีขึ้น รองลงมาคือ การทำกิจกรรมเพื่อความงาม ช่วยทำให้ได้รับโอกาสที่ดีในอนาคต และ ค่านิยมด้านกิจกรรมความงาม มีผลต่อการตัดสินใจทำกิจกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Swami, V., Taylor, R., & Carvalho, C. (2009) พบว่า ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างสตรีชาวอังกฤษ 401 คน พบว่า เหล่าคนดังหรือ Celebrity ส่งผลต่อการทำกิจกรรมตามแบบคนดังเหล่านั้นอย่างมีนัยสำคัญ

ปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจตัดสินใจของผู้บริโภคเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านจิตวิทยาในภาพรวมในระดับมาก ส่วนรายด้านพบว่า การทำกิจกรรมความงามจะช่วยแก้ไขข้อผิดพลาด หรือช่วยลบปมด้อยด้านร่างกาย ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Slevac, J., & Tiggemann, M. (2010) พบว่าผู้หญิงวัยกลางคนที่ต้องการกิจกรรมเพราะรู้สึกตัวตนเองมีปมด้อยในเรื่องความงามเนื่องจากอายุที่เพิ่มขึ้น และสื่อมีผลสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจทำกิจกรรม รองลงมาคือ การทำกิจกรรมทำให้รู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง ในระดับมาก และ การให้คำแนะนำและการทำกิจกรรมจะต้องมาจากแพทย์ได้รับใบอนุญาตเท่านั้น ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ D'amico, et al., (2008) พบว่าผู้ที่ต้องการทำกิจกรรมจะมีความกังวลในเรื่องความปลอดภัยในการทำกิจกรรม ผู้ป่วยจะเลือกแพทย์ที่เชี่ยวชาญ และ แพทย์ที่ตนเองเคยไปทำกิจกรรมแล้วปลอดภัยเป็นอันดับแรก

ปัจจัยด้านความนับถือตนเองที่มีผลต่อการตัดสินใจตัดสินใจของผู้บริโภคเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านความนับถือตนเอง ภาพรวมในระดับมาก ส่วนรายด้านพบว่าการทำกิจกรรมทำให้รู้สึกพึงพอใจในตนเองมากขึ้น ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การทำกิจกรรมจะทำให้มีความมั่นใจมากขึ้น ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Furnham & Levitas (2012) พบว่าบุคคลที่มีความนับถือในตนเอง ความพึงพอใจในชีวิต และระดับความตึงเครียดในระดับต่ำ จะมีแนวโน้มในการทำกิจกรรมเพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ เพราะการออกกำลังกายเพื่อความงามจะทำให้การนับถือตนเอง ความพึงพอใจในชีวิต และความตึงเครียดต่อผู้อื่นเพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Delinsky (2005) พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาปริญญาตรีจำนวน 302 คน เห็นว่าการออกกำลังกายเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาตนเอง และส่งผลต่อการแสดงตัวตนมากขึ้น และ การทำกิจกรรมเกิดขึ้นเพราะต้องการแก้ไขความผิดปกติของอวัยวะเท่านั้น อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Macgregor (1967) พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ออกกำลังกายทุกครั้ง กิจกรรมเพื่อต้องการแก้ไขข้อบกพร่องของอวัยวะ

ข้อเสนอแนะ

จากผลงานวิจัยดังกล่าวสามารถนำไปปรับใช้สำหรับเจ้าของกิจการคลินิกกิจกรรม หรือฝ่ายการตลาดของธุรกิจดังกล่าว ดังนี้

- 1) ใช้สื่อต่างๆเพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้ที่ผ่านการทำกิจกรรม จะส่งผลทำให้การใช้ชีวิตในสังคมดีขึ้น ได้รับโอกาสมากขึ้น หรือส่งผลต่อชีวิตในเชิงบวกมากขึ้น เช่นการทาร์วีวก่อนและหลังการทำกิจกรรม
- 2) พัฒนาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการตามค่านิยมความงามในปัจจุบัน โดยชี้ให้ผู้บริโภคเห็นถึงปัญหาที่ส่งผลต่อผู้บริโภคโดยตรงหากไม่ได้กิจกรรม
- 3) การใช้คนดัง หรือ Celebrity มาเป็นต้นแบบในการทำกิจกรรม โดยคลินิกอาจจะมีตัวอย่างรูปแบบหน้าตาของคนดังมาเป็นแบบพื้นฐานให้ลูกค้าเลือก หรือมีเครื่องมือในการจำลองการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับลูกค้า เป็นต้น
- 4) แสดงให้ผู้บริโภคเห็นว่า แพทย์มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และมีประสบการณ์สูง ผ่านการใช้สื่อต่างๆในการประชาสัมพันธ์ เช่น อินเทอร์เน็ตในการรื้อฟื้นผลงานต่างๆของแพทย์ รวมไปถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

- 1) ขยายจำนวนกลุ่มตัวอย่างไปแต่ละพื้นที่ หรือแต่ละประเทศ เนื่องจากค่านิยมความงามของแต่ละประเทศแตกต่างกัน อาจส่งผลต่อตัวแปรที่ต่างกัน
- 2) ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่ม เช่น ผู้บริโภคที่อยู่ในเขตเมือง หรือ เขตนอกเมือง เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา เจริญไทยทิพย์. (2554). แนวโน้มพฤติกรรมการทำศัลยกรรมแบบเกาหลีบนใบหน้าของผู้หญิง ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ฐานเศรษฐกิจ. (10/02/2018). ความงาม 4 หมื่นล.ระบุ เติบโตมาลึกลับหวังโต 20%. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <http://www.thansettakij.com/content/257184>.
- ประชาชาติธุรกิจ. (26/01/2018). แท้เปิดคลินิก ตจว. ความงามฮอตสุด ขอนแก่นฮักรักเสริมสวย-หล่อ อีสานโตปีละ 10 %. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/local-economy/news-107224>
- สมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งเสริมสวยแห่งประเทศไทย. (2550). บทความเกี่ยวกับศัลยกรรมเพื่อความงาม ตกแต่งเสริมสวย. สืบค้นจาก http://www.surgery.or.th/article.php?topic_type_id=4
- D'amico, R. A., Saltz, R., Rohrich, R. J., Kinney, B., Haeck, P., Gold, A. H., & Eaves III, F. (2008). Risks and opportunities for plastic surgeons in a widening cosmetic medicine market: future demand, consumer preferences, and trends in practitioners' services. *Plastic and reconstructive surgery*, 121(5): 1787-1792.
- Delinsky, S. S. (2005). Cosmetic Surgery: A Common and Accepted Form of Self-Improvement? 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 35(10): 2012-202.
- Furnham, A., & Levitas, J. (2012). Factors that Motivate People to Undergo Cosmetic Surgery. *Canadian Journal of Plastic Surgery*, 20(4): 47-50.
- McGregor, F. C. (1967). Social and cultural components in the motivations of persons seeking plastic surgery of the nose. *Journal of health and social behavior*, 125-135.
- Marketeer team. (29/03/2016). ตลาดศัลยกรรมความงาม. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/25281>
- Maslow, Abraham M. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row.
- Sarwer, D. B., Cash, T. F., Magee, L., Williams, E. F., Thompson, J. K., Roehrig, M., ... & Anderson, D. A. (2005). Female college students and cosmetic surgery: An investigation of experiences, attitudes, and body image. *Plastic and reconstructive surgery*, 115(3): 931-938.
- Slevec, J., & Tiggemann, M. (2010). Attitudes Toward Cosmetic Surgery in Middle-Aged Women: Body Image, Aging Anxiety, and the Media. *Psychology of women quarterly*, 34(1): 65-74.
- Swami, V., Taylor, R., & Carvalho, C. (2009). Acceptance of Cosmetic Surgery and Celebrity Worship: Evidence of Associations Among Female Undergraduates. *Personality and Individual Differences*, 47(8): 869-872.
- Tam, K. P., Ng, H. K. S., Kim, Y. H., Yeung, V. W. L., & Cheung, F. Y. L. (2012). Attitudes Toward Cosmetic Surgery Patients: The Role of Culture and Social Contact. *The Journal of social psychology*, 152(4): 458-479.

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Factors Affecting Decision Making to Study Accounting of Students at Ubon Ratchathani Rajabhat University

จิระนันท์ แก้วมะเร็ง และคณะ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹

Email: yosupreeya@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา และเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ตัวแทนนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี จำนวน 250 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 24 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 ที่มีผลการเรียนเฉลี่ยทุกภาคการศึกษา ระหว่าง 2.50 - 3.00 โดยผู้ปกครองมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และเป็นนักศึกษาที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอื่นที่ไม่ใช่จังหวัดอุบลราชธานี ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี นักศึกษามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ในย่านความเจริญและอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน นักศึกษาให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสาขาวิชาการบัญชีทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับความสำคัญดังนี้ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านความคาดหวังด้านอาชีพ และผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองและภูมิลำเนา โดยรวมมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน จำแนกตามผลการเรียนเฉลี่ยทุกภาคการศึกษา มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันเฉพาะด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ โดยรวมมีความคิดเห็นแตกต่างกันทุกด้าน จำแนกตามชั้นปีศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างกันเฉพาะด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ปัจจัย การตัดสินใจ การตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชี

ABSTRACT

This research aims to study the Comparison of Factors Affecting Students' Decision Making in Accounting ,Ubon Ratchathani Rajabhat University. The sampling focus on 250 of accounting students.The study implied structured questionnaire based on 5 levels of Likert scale from 24 questions. The reliability of the questionnaire was 0.95. The statistics analysis were frequency, percentage, mean Standard deviation, t-test, and one-way analysis of variance (One-way ANOVA).

The research found majority of respondents are female. The study found freshmen students GPA between 2.50 - 3.00, parents earn less than 10,000 baht per month and from different province aside Ubon Ratchathani tend to have highest level of decision making in choosing accounting major. The most influence that effect students decision making were image of the university, location, teaching and learning methodology and career prospect.Based on statistics parents' salary and location has a positive significant effect on students' choice of accounting under personal factor. Following the image of university has a 0.05 significant effect on students' choice of accounting under the students' perception toward accounting.

Keywords: Factor, Decision making, The Decision to Study in Accounting

¹ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

บทนำ

การที่ประเทศชาติจะเจริญรุ่งเรืองในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมจะต้องมีปัจจัยเอื้ออำนวยหลายด้าน ปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งก็คือ การมีประชากรที่มีคุณภาพ หรือความรู้ความสามารถ การที่ประชากรจะมีคุณภาพหรือมีความรู้ความสามารถจะต้องผ่านกระบวนการพัฒนามนุษย์ที่เรียกว่าการศึกษา เนื่องจากเป็นกระบวนการที่ทำให้มนุษย์มีความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่ดี (จันทร์เจ้า สุภรณ์เจริญ และนภดล ยุทธสุขประเสริฐ, 2550) การศึกษาในยุคสังคมปัจจุบันมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากต้องปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุคสมัยทั้งตัวหลักสูตรการเรียนการสอน ความเหมาะสมของเนื้อหา ระยะเวลาที่เรียน ประสิทธิภาพจากผู้ถ่ายทอดจากผู้สอนไปยังนิสิต นักศึกษา เพื่อให้นำไปใช้ได้จริง ซึ่งภาครัฐได้มีการสนับสนุนให้ประชากรมีความรู้ทางการศึกษาที่ดีเพื่อสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาประกอบสัมมาอาชีพ และเป็นอีกกลไกหนึ่งที่สำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมของประชากร (ชนินทร์ เลิศประภาภรณ์, 2553) ปัจจุบัน “การศึกษา” ถือเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นและสำคัญเป็นอย่างมาก เป็นปัจจัยพื้นฐานสำหรับประชาชนที่รัฐต้องให้การส่งเสริมโดยเฉพาะการศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อเป็นส่วนประกอบพื้นฐานที่สำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้าและมั่นคง ซึ่งปัจจุบันได้กล่าวว่าการศึกษาคือสิ่งที่จำเป็นและอยู่ในความต้องการของมนุษย์ทุกเพศทุกวัย จึงทำให้มนุษย์หันมาแสวงหาความรู้กันมากขึ้นสามารถก้าวทันโลกที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมทั้งการพัฒนาเรื่องของเทคโนโลยีและวิทยาการใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นโดยการเลือกศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นไป เพื่อพัฒนาความรู้ ความเชี่ยวชาญ วิธีการปฏิบัติเฉพาะสาขาทำให้ผู้ที่ได้รับการศึกษาสามารถปรับใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ถือเป็นการเพิ่มศักยภาพในการทำงานของบุคคลให้มีประสิทธิภาพประสิทธิผลที่ดีขึ้น ดังนั้น บุคคลทั่วไปจึงพยายามที่จะศึกษาให้ถึงระดับที่สูงที่สุด (สุชาวดี กิ่งทอง, 2550)

มหาวิทยาลัยมีบทบาทหน้าที่สำคัญยิ่งในการพัฒนากำลังคนของประเทศ เพื่อสร้างศักยภาพที่เข้มแข็งทางเศรษฐกิจสังคมและความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่ความรู้ และภูมิปัญญาเป็นรากฐานที่สำคัญที่จะนำไปสู่ความรุ่งเรืองไปพลียมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั้งของรัฐและเอกชนต่างปรับปรุงกำลังคนและโครงสร้างพื้นฐาน (ธารินี พัทธเจริญพงศ์, 2554) การศึกษาเป็นสิ่งที่สำคัญ จึงเป็นเหตุให้สถาบันอุดมศึกษาได้ก่อตั้งขึ้นเป็นจำนวนมาก ทั้งสถานศึกษาของรัฐบาลและของสถาบันการศึกษาของเอกชน ต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ในยุคโลกาภิวัตน์ จึงจำเป็นต้องมีการแข่งขันสูง การศึกษาวิชาชีพทางการบัญชีเป็นอาชีพหนึ่งที่มีความสำคัญต่อธุรกิจทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพราะบัญชีเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลทางการเงินของธุรกิจ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลการดำเนินงานและแสดงฐานะทางการเงินของธุรกิจ ทำให้เจ้าของกิจการ ผู้ลงทุน นำข้อมูลต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนและการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในปัจจุบันการประกอบธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นด้านการสื่อสาร ด้านเทคโนโลยี ด้านการลงทุน ทำให้ธุรกิจต้องมีการแข่งขันโดยการสร้างกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ (สายชล บุญนวม, 2554) ปัจจุบันการศึกษามีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องมาจากการแข่งขันที่สูงขึ้นผู้คนต่างให้ความสำคัญด้านการศึกษาที่จะสืบเนื่องไปถึงหน้าที่การงานให้ก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น อันรวมไปถึงการยกระดับทางสังคมให้กับตนเอง ไม่เพียงแต่ตอบสนององค์กร แต่ยังเป็นการสร้างโอกาสเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานของตนเองอีกด้วย (หทัยกาญจน์ สิทธิศักดิ์, 2559)

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีจึงเป็นสถาบันหนึ่งที่เปิดสอนทางด้านบริหารธุรกิจและการจัดการในสาขาต่าง ๆ ได้แก่ สาขาวิชาการบัญชี สาขาวิชานิติศาสตร์ สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาบริหารทรัพยากรมนุษย์ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป สาขาวิชาการจัดการระหว่างประเทศ จากการตรวจสอบสถิติพบว่าสาขาบัญชีและบัญชีบัณฑิตเป็นสาขายอดนิยมนที่มีผู้สนใจเรียนเป็นอันดับ 1 ของคณะโดยแสดงเป็นตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนนักศึกษาประจำปี 2561 คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

สาขา	จำนวนนักศึกษา
สาขาวิชาการบัญชี	665
สาขาวิชานิติศาสตร์	74
สาขาวิชาการตลาด	246
สาขาวิชาบริหารทรัพยากรมนุษย์	112
สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	189
สาขาวิชาการจัดการทั่วไป	293
สาขาวิชาการจัดการระหว่างประเทศ	39
รวม	1,618

ที่มา (สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2561)

สาขาวิชาการบัญชีเป็นสาขาที่เกี่ยวกับการแสดงตัวเลขของกระแสเงินและที่ไม่เป็นตัวเงินแต่เป็นมูลค่า ทำหน้าที่บันทึกสถานะทางการเงินด้านทรัพย์สิน หนี้สิน ผลกำไรและเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินและเพื่อควบคุมการจัดการขององค์กรต่าง ๆ ประกอบด้วยบัญชีการเงิน บัญชีต้นทุน บัญชีงบประมาณเพื่อการวางแผนการจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพ (พิมพ์พร ธรรมวิฑูรย์, 2552) การเลือกเรียนในสาขาวิชาการบัญชียังจำเป็นต้องเป็นผู้ที่มีความละเอียดรอบคอบและมีทักษะด้านการคิดคำนวณ มีความรู้ความเข้าใจในการวิเคราะห์ข้อมูลทางบัญชีรวมถึงในปัจจุบันจะต้องสามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ จัดการงานได้อย่างคล่องแคล่วเพิ่มเติมเพื่อความสะดวกรวดเร็วและแม่นยำอีกด้วย ซึ่งการเรียนในแต่ละสาขานั้นจะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่แตกต่างกันไป หากเลือกแผนการเรียนหรือสาขาวิชาเรียนไม่เหมาะสมกับตนเองจะทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมามากมาย อาทิ ผลการเรียนตกต่ำเกิดความเบื่อหน่าย เสียเวลาในการเริ่มเรียนใหม่ เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

จากสภาวะการดังกล่าว จึงเป็นมูลเหตุและแรงจูงใจให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการบัญชี (สายชล บุญนวม, 2554) ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการศึกษา เช่น ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านค่าธรรมเนียมการเรียน ด้านทำเลที่ตั้งของมหาวิทยาลัย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการศึกษา ด้านลักษณะทางกายภาพ (หทัยกาญจน์ สิทธิศักดิ์, 2559) นอกจากนี้ยังได้ทราบถึงสิ่งที่ผู้คาดหวังศึกษาจากการศึกษาและความนิยมที่มีต่อสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรด้านการบัญชี เพื่อให้สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการเรียนการสอน ความสามารถในการแข่งขันทางการศึกษา การเตรียมความพร้อมในด้านเครื่องมือ สื่ออุปกรณ์การเรียนการสอนต่าง ๆ รวมไปถึงการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ได้อีกด้วย (ชนินทร์ เลิศประภาภรณ์, 2553) โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการประชาสัมพันธ์การให้ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยฯ และเป็นแนวทางในการแนะแนวเพื่อให้นักเรียนเกิดความสนใจเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย เพื่อให้มหาวิทยาลัยฯ บรรลุเป้าหมายต่อไป (ณัฏฐา สุวรรณวงศ์, 2560)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

อุบลราชธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ให้ทราบถึงข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจและข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรของคณะและของมหาวิทยาลัยต่อไป

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีชั้นปีที่ 1-4 ปีการศึกษา 2561 คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำนวน 665 คน

1.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี จำนวน 250 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบทราโอบโอกาสความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างมีสัดส่วน

ตารางที่ 2 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ชั้นปี	ประชากร	สัดส่วน	กลุ่มตัวอย่าง
ชั้นปีที่ 1	245	0.38	93
ชั้นปีที่ 2	112	0.38	42
ชั้นปีที่ 3	114	0.38	42
ชั้นปีที่ 4	194	0.38	73
รวม	665	0.38	250

หมายเหตุ นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีที่ใช้กำหนดกลุ่มตัวอย่างมี 2 หลักสูตร คือ สาขาวิชาการบัญชี (บช.บ) และ สาขาวิชาการบัญชี (บช.บ.)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

1.4 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.4.1 ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ได้แก่ มหาวิทยาลัยมีมาตรฐานทางการศึกษา ความมีชื่อเสียงของสถาบัน มีคณาจารย์เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ สภาพแวดล้อมเอื้อต่อการเรียนรู้ และสำเร็จการศึกษาแล้วหางานทำได้ง่าย

1.4.2 ด้านสถานที่ตั้ง ได้แก่ อาคารและสถานที่ของมหาวิทยาลัยกว้างขวาง ห้องเรียนมีความทันสมัยและเหมาะสมกับผู้เรียน สถานที่ตั้งอยู่ในย่านความเจริญและอยู่ใกล้แหล่งชุมชน สถานที่ตั้งมหาวิทยาลัยอยู่ในบริเวณที่การคมนาคมไปมาสะดวก มหาวิทยาลัยตั้งอยู่ในพื้นที่ไม่ไกลจากที่พักอาศัยสามารถเดินทางได้อย่างสะดวก และอาคารสถานที่เพียงพอสำหรับนักศึกษา

1.4.3 ด้านการจัดการเรียนการสอน ได้แก่ หลักสูตรและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรมีความชัดเจน เนื้อหาหลักสูตรมีความทันสมัยสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน เนื้อหาหลักสูตรตรงกับความต้องการของตนเอง หลักสูตรที่ศึกษาเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปฏิบัติงานได้ตรงสาขา และค่าใช้จ่ายในการศึกษาตลอดหลักสูตร ได้แก่ ค่าหน่วยกิต ค่าธรรมเนียมในการศึกษา ฯลฯ มีความเหมาะสม

1.4.4 ด้านความคาดหวังด้านอาชีพ ได้แก่ มีศักยภาพในวิชาชีพเพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงาน เป็นที่ยอมรับของสถานประกอบการและองค์กรอื่น ๆ ความต้องการของตำแหน่งงานต่าง ๆ มีมากกว่าทางด้านสาขาอื่น เมื่อจบการศึกษาแล้วมีโอกาสหางานทำได้ง่าย มีความมั่นคงในการประกอบอาชีพ เป็นสาขาวิชาที่สามารถทำงานพิเศษ และมีรายได้จากการทำงานล่วงเวลาได้ และเป็นสาขาวิชาที่มีค่าตอบแทนสูง

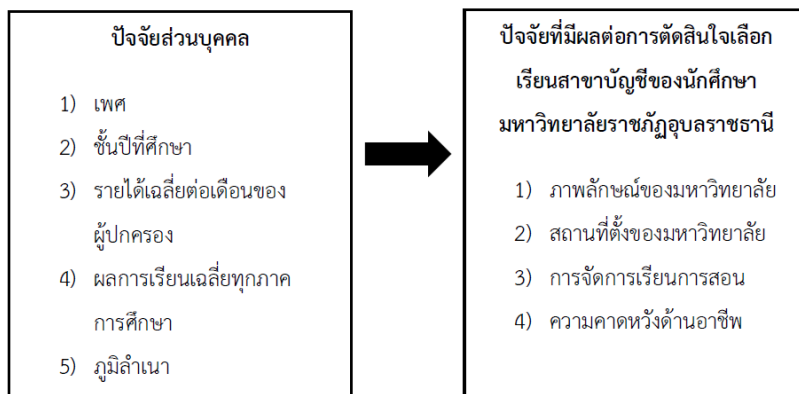
1.5 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ตั้งแต่วันที่ 18 กรกฎาคม 2561 – วันที่ 26 ตุลาคม 2561

1.6 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ ชั้นปีการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง ผลการเรียนเฉลี่ยทุกภาคการศึกษา และภูมิลำเนา

ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาชีพของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ซึ่งได้แก่ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย การจัดการเรียนการสอน ความคาดหวังด้านอาชีพ



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ชั้นปีการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง ผลการเรียนเฉลี่ยทุกภาคการศึกษา และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการประเมินระดับความสำคัญของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ซึ่งได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านความคาดหวังด้านอาชีพ ซึ่งแต่ละคำถามจะมีคำตอบเป็นตัวเลือก 5 ระดับ คือ ระดับความสำคัญของปัจจัย น้อยที่สุด/น้อย/ปานกลาง/มาก/มากที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นว่ามีความสำคัญมากที่สุด
- 4 หมายถึง เห็นว่ามีความสำคัญมาก
- 3 หมายถึง เห็นว่ามีความสำคัญปานกลาง
- 2 หมายถึง เห็นว่ามีความสำคัญน้อย
- 1 หมายถึง เห็นว่ามีความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาเรียนสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 17 งาน และศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาต่อ แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ และข้อมูลทั่วไปของสาขาวิชาการบัญชี

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 250 ชุด จากกลุ่ม ตัวอย่าง จำนวน 250 คน

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดยอาศัยการออกแบบสอบถามตามที่ได้กล่าวไว้ในเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จะ ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยอาศัยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งค่าสถิติที่ ทำมาใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

4.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของข้อมูลปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของ มหาวิทยาลัย ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านความคาดหวังด้านอาชีพ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสาขาวิชา การบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี และแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) ที่คำนวณได้โดย ใช้หลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51-2.50 หมายถึง ระดับ ความคิดเห็นน้อย ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51-3.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51-4.50 หมายถึง ระดับความ คิดเห็นมาก และ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51-5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

4.3 ทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันโดยใช้สถิติค่าที (t – test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายคือเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 92.8 ส่วนเพศชายคิด เป็นร้อยละ 7.2 เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.2 รองลงมาคือนักศึกษาชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 29.2 โดย ผู้ปกครองมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาคือผู้ปกครองที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.0 เป็นนักศึกษาที่มีผลการเรียนเฉลี่ยทุกภาคการศึกษาระหว่าง 2.50 – 3.00 มาก ที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือนักศึกษาที่มีผลการเรียนเฉลี่ยทุกภาคการศึกษาระหว่าง 3.01 – 3.50 คิดเป็นร้อยละ 29.2 และ เป็นนักศึกษาที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอื่นที่ไม่ใช่จังหวัดอุบลราชธานีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาคือนักศึกษาที่อาศัยอยู่นอก เขตเทศบาลนครอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 32.8

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มากที่สุดคือ สถานที่ตั้งอยู่ในย่านความเจริญและอยู่ใกล้แหล่งชุมชน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านนักศึกษาให้ความสำคัญกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสาขาวิชาการบัญชีทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับความสำคัญดังนี้ ด้านสถานที่ตั้ง เป็น อันดับ1 ค่าเฉลี่ยคือ 4.31 โดยสถานที่ตั้งอยู่ในย่านความเจริญและอยู่ใกล้แหล่งชุมชนอยู่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ด้านภาพลักษณ์ของ มหาวิทยาลัย เป็นอันดับ2 ค่าเฉลี่ยคือ 4.25 โดยการมีคณาจารย์เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ด้านการจัดการเรียน

การสอน เป็นอันดับ 3 ค่าเฉลี่ยคือ 4.24 โดยสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปฏิบัติงานได้ตรงสาขา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และ นักศึกษาให้ความสำคัญด้านความคาดหวังด้านอาชีพ เป็นอันดับสุดท้าย ค่าเฉลี่ยคือ 4.20 โดยความต้องการของตำแหน่งงานต่าง ๆ มีมากกว่าทางด้านสาขาอื่น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

3.1 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำแนกตามเพศ

3.1.1 ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ผลการเปรียบเทียบโดยรวม พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านมหาวิทยาลัยมีมาตรฐานทางการศึกษา ด้านความมีชื่อเสียงของสถาบันและด้านการมีคณาจารย์เป็นผู้มีความรู้ความสามารถมีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.1.2 ด้านสถานที่ตั้ง ผลการเปรียบเทียบโดยรวม พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านอาคารและสถานที่ของมหาวิทยาลัยกว้างขวาง และด้านสถานที่ตั้งมหาวิทยาลัยอยู่ในบริเวณที่การคมนาคมไปมาสะดวก และด้านอาคารสถานที่เพียงพอสำหรับนักศึกษาที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.1.3 ด้านการจัดการเรียนการสอน ผลการเปรียบเทียบโดยรวมมีความคิดเห็นแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านหลักการและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรมีความชัดเจน และด้านความสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปฏิบัติงานได้ตรงสาขา มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.1.4 ด้านความคาดหวังด้านอาชีพ ผลการเปรียบเทียบโดยรวม มีความคิดเห็นแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการมีศักยภาพในวิชาชีพเพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงาน ด้านความต้องการของตำแหน่งงานต่าง ๆ มีมากกว่าทางด้านสาขาอื่น และด้านมีความมั่นคงในการประกอบอาชีพมีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำแนกตามชั้นปีศึกษา

3.2.1 ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ผลการเปรียบเทียบโดยรวม มีความคิดเห็นแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านมหาวิทยาลัยมีมาตรฐานทางการศึกษา และด้านความมีชื่อเสียงของสถาบันแตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2.2 ด้านสถานที่ตั้ง ผลการเปรียบเทียบโดยรวม มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านอาคารและสถานที่ของมหาวิทยาลัยกว้างขวาง ด้านห้องเรียนมีความทันสมัยและเหมาะสมกับผู้เรียน และด้านอาคารสถานที่เพียงพอสำหรับนักศึกษาแตกต่างกัน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2.3 ด้านการจัดการเรียนการสอน ผลการเปรียบเทียบโดยรวมและรายด้าน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

3.2.4 ด้านความคาดหวังด้านอาชีพ ผลการเปรียบเทียบโดยรวม มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านการมีศักยภาพในวิชาชีพเพื่อเข้าสู่ตลาดแรงงาน และด้านการเป็นที่ยอมรับของสถานประกอบการและองค์กรอื่น ๆ แตกต่างกัน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง

3.3.1 ด้านภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย ผลการเปรียบเทียบโดยรวม มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านมหาวิทยาลัยมีมาตรฐานทางการศึกษาแตกต่างกัน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3.2 ด้านสถานที่ตั้ง ผลการเปรียบเทียบโดยรวมและรายด้าน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

3.3.3 ด้านการจัดการเรียนการสอน ผลการเปรียบเทียบโดยรวมและรายด้าน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

3.3.4 ด้านความคาดหวังด้านอาชีพ ผลการเปรียบเทียบโดยรวมและรายด้าน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

3.4 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำแนกตามผลการเรียนเฉลี่ยทุกภาคการศึกษา

3.4.1 ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ผลการเปรียบเทียบโดยรวม มีความคิดเห็นแตกต่าง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสำเร็จการศึกษาแล้วหางานทำได้ง่าย มหาวิทยาลัยมีมาตรฐานทางการศึกษาและความมีชื่อเสียงของสถาบันมีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.4.2 ด้านสถานที่ตั้ง ผลการเปรียบเทียบโดยรวมและรายด้าน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

3.4.3 ด้านการจัดการเรียนการสอน ผลการเปรียบเทียบโดยรวมและรายด้าน มีความคิดเห็นแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.4.4 ด้านความคาดหวังด้านอาชีพ ผลการเปรียบเทียบโดยรวม มีความคิดเห็นแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านสาขาวิชาที่สามารถทำงานพิเศษและมีรายได้จากการทำงานล่วงเวลาได้และด้านความมั่นคงในการประกอบอาชีพ มีความคิดเห็นแตกต่างกันทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.5 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำแนกตามภูมิลำเนา

3.5.1 ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ผลการเปรียบเทียบโดยรวมและรายด้าน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

3.5.2 ด้านสถานที่ตั้ง ผลการเปรียบเทียบโดยรวมและรายด้าน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

3.5.3 ด้านการจัดการเรียนการสอน ผลการเปรียบเทียบโดยรวมและรายด้าน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

3.5.4 ด้านความคาดหวังด้านอาชีพ ผลการเปรียบเทียบโดยรวมและรายด้าน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันทุกด้าน

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีมีความคิดเห็น ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีมากที่สุดคือ การมีคณาจารย์เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.45 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญชัย รุ่งวิริยะวงศ์ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยทองสุข รุ่น 24” พบว่า ภาพรวมด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอันดับที่ 1 คือ อาจารย์ผู้สอนมีวุฒิการศึกษา ตรงตามสาขาวิชา มีความรู้สูง อันดับที่ 2 คือ อาจารย์ส่วนใหญ่มีตำแหน่งทางวิชาการมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ อันดับที่ 3 คือ อาจารย์ที่ปรึกษาให้คำปรึกษาแนะนำใกล้ชิด และเป็นกันเอง และอันดับสุดท้าย คือ บุคลากรและเจ้าหน้าที่ให้บริการและรับฟังปัญหาของนักศึกษา ตามลำดับ

2. ด้านสถานที่ตั้ง ผลการวิจัยพบว่านักศึกษสาขาวิชาการบัญชีมีความคิดเห็น ด้านสถานที่ตั้ง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีมากที่สุดคือ สถานที่ตั้งอยู่ในย่านความเจริญและอยู่ใกล้แหล่งชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ย 4.48 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา ถมมา (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ศึกษาต่อหลังจบชั้นปวช.3 กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาการการบัญชี ห้อง AC 301-2 โรงเรียนพณิชยการเทคโนโลยีและบริหารธุรกิจ” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอันดับ 1 เป็นเพศหญิง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 93.33 และอันดับ 2 เป็นเพศชาย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 โดยภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถามอันดับ 1 นักศึกษาส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่เชียงใหม่ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 70 อันดับที่ 2 มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งอยู่ในย่านความเจริญและอยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

3. ด้านการจัดการเรียนการสอน ผลการวิจัยพบว่านักศึกษสาขาวิชาการบัญชีมีความคิดเห็น ด้านการจัดการเรียนการสอน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีมากที่สุดคือ การที่สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปฏิบัติงานได้ตรงสาขา โดยมีค่าเฉลี่ย 4.34 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุทุมพร ไฉนลาด และจงดี โตอิม (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาคณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล” พบว่า ปัจจัยแต่ละข้อมีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักศึกษาอยู่ในระดับสูงและปานกลาง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อมากที่สุด คือ ต้องการเพิ่มพูนความรู้ นำความรู้ไปประกอบอาชีพ รองลงมา คือ เป็นการสร้างโอกาสและความก้าวหน้าหลังสำเร็จการศึกษา

4. ด้านความคาดหวังด้านอาชีพ ผลการวิจัยพบว่านักศึกษสาขาวิชาการบัญชีมีความคิดเห็น ด้านความคาดหวังด้านอาชีพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีมากที่สุดคือ ความต้องการของตำแหน่งงานต่าง ๆ มีมากกว่าทางด้านสาขาอื่น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.27 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวพร ทองนุช และ รุ่งลักษณ์ รอดข้า (2558) พบว่า ด้านความคาดหวังด้านอาชีพ มีระดับความสำคัญมากเป็นอันดับ 1 ค่าเฉลี่ยคือ 4.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อของด้านนี้ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสาขาวิชาการการบัญชีสูงสุด คือ เป็นสาขาอาชีพหนึ่งที่สำคัญในกลุ่มประชาคมอาเซียน แสดงว่ามีความคาดหวังว่า เมื่อจบการศึกษาแล้วมีโอกาสหางานทำได้ง่าย มีโอกาสได้ประกอบอาชีพสูงทั้งประกอบอาชีพอิสระทางบัญชีเช่นสำนักงานรับทำบัญชี ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เป็นต้น และสามารถเข้าทำงานในหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งของเอกชนและรัฐบาลทั้งในประเทศและต่างประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสาขาวิชาการบัญชีต่ำสุดคือ เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานต่าง ๆ ในการรับเข้าทำงาน

สรุป

จากผลการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี พบว่า

1. นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 92.8 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 7.2 เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.2 รองลงมาเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 29.2 มีผลการเรียนเฉลี่ยทุกภาคการศึกษาระหว่าง 2.50 – 3.00 คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาอยู่ระหว่าง 3.01 – 3.50 คิดเป็นร้อยละ 29.2 เป็นนักศึกษาที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดอื่นที่ไม่ใช่จังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาอยู่นอกเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 32.8 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครองส่วนใหญ่ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาอยู่ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.0

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

2.1 ภาพรวมด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีสูงสุด คือ มีคณาจารย์เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีต่ำที่สุด คือ สำเร็จการศึกษาแล้วหางานทำได้ง่าย

2.2 ภาพรวมด้านสถานที่ตั้ง นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีสูงสุด คือ สถานที่ตั้งอยู่ในย่านความเจริญและอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีต่ำที่สุด คือ ห้องเรียนมีความทันสมัยและเหมาะสมกับผู้เรียน

2.3 ภาพรวมด้านการจัดการเรียนการสอน นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีสูงสุด คือ สามารถนำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติงานได้ตรงสาขา ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีต่ำที่สุด คือ เนื้อหาหลักสูตรตรงกับความต้องการของตนเอง

2.4 ภาพรวมด้านความคาดหวังด้านอาชีพ นักศึกษาสาขาวิชาการบัญชีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีสูงสุด คือ ความต้องการของตำแหน่งงานต่าง ๆ มีมากกว่าทางด้านสาขาอื่น ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีต่ำที่สุด คือ เมื่อจบการศึกษาแล้วมีโอกาสหางานทำได้ง่าย

3. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

3.1 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำแนกตามเพศ พบว่า ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านความคาดหวังด้านอาชีพ มีผลการเปรียบเทียบโดยรวมและมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา พบว่า ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย มีผลการเปรียบเทียบโดยรวมและมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านสถานที่ตั้ง ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านความคาดหวังด้านอาชีพ มีผลการเปรียบเทียบโดยรวมและมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.3 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ปกครอง พบว่า ด้านภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านความคาดหวังด้านอาชีพ มีผลการเปรียบเทียบโดยรวมและมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.4 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำแนกตามผลการเรียนเฉลี่ยทุกภาคการศึกษา พบว่า ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านความคาดหวังด้านอาชีพ มีผลการเปรียบเทียบโดยรวมและมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านสถานที่ตั้ง มีผลการเปรียบเทียบโดยรวมและมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3.5 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า ด้านภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านความคาดหวังด้านอาชีพ มีผลการเปรียบเทียบโดยรวมและมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย พบว่า ด้านสำเร็จการศึกษาแล้วหางานทำได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด สำหรับนักศึกษาที่เพิ่งสำเร็จการศึกษาอาจจะยังไม่มีเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน ทำให้ไม่สามารถหางานทำได้ และนักศึกษาบางส่วนมีการเลือกงานจึงทำให้โอกาสที่จะได้งานทำนั้นน้อย ดังนั้น มหาวิทยาลัยฯ ควรกระจายข้อมูลข่าวสารการรับสมัครงานในหน่วยงานต่าง ๆ และมีการจัดการอบรมเพื่อชี้แนะแนวทางในการไปสู่เป้าหมายการทำงานในอนาคต

1.2 ด้านสถานที่ตั้ง พบว่า ด้านห้องเรียนมีความทันสมัยและเหมาะสมกับผู้เรียน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น มหาวิทยาลัยฯ ควรมีการปรับเปลี่ยนหาเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใหม่ เพิ่มความเร็วของคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ที่ใช้เป็นสื่อการสอน เช่น โปรเจคเตอร์ และหน้าจอโปรเจคเตอร์ เป็นต้น และควรมีเครื่องปรับอากาศให้เพียงพอสำหรับทุก ๆ ห้องเรียน

1.3 ด้านการจัดการเรียนการสอน พบว่า ด้านอาคารสถานที่เพียงพอสำหรับนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น มหาวิทยาลัยฯ ควรมีการจัดการสถานที่จัดการเรียนการสอนให้เพียงพอต่อนักศึกษา

1.4 ด้านความคาดหวังด้านอาชีพ พบว่า ด้านเมื่อจบการศึกษาแล้วมีโอกาสหางานทำได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ที่สำเร็จการศึกษาด้านบัญชีเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันในการเข้าทำงานสูงขึ้น เกิดการว่างงาน และแย่งงานกันมากขึ้น ดังนั้น มหาวิทยาลัยฯ จึงควรเตรียมความพร้อมนักศึกษาเข้าสู่การทำงานและควรมีการจัดหาสถานที่ประกอบการไว้รองรับนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาแล้ว

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาสาขาวิชาการบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยต่าง ๆ

2.2 เพื่อให้มีการพัฒนาภาพโดยรวมของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นควรมีการศึกษาความคิดเห็นจากบุคคลอื่น ๆ ให้ครบถ้วน ได้แก่ นักศึกษา เจ้าหน้าที่ บุคลากร และประชาชนในพื้นที่ นำมาเป็นข้อมูลและแนวทางในการปรับปรุง ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ โดยได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก ดร.วลัยพร สุขปลั่ง อาจารย์ผู้สอน และอาจารย์สุจิตตรา หงษ์ยนต์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย ที่ได้กรุณาให้แนวคิดและองค์ความรู้ รวมทั้งช่วยตรวจสอบการทำวิจัยฉบับนี้ทุกขั้นตอน ตลอดจนการเอาใจใส่และการให้กำลังใจเสมอมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณและจารึกพระคุณนี้ไว้ในความทรงจำอย่างมิรู้ลืม เลื่อนว่า ความสำเร็จครั้งนี้เกิดขึ้นได้ด้วยความกรุณาจากท่านอาจารย์ รวมถึงผู้ที่มีพระคุณท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามผู้ทีกรุณาให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ อันเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข สละเวลามาแนะนำและให้ความรู้ในการทำวิจัยเพิ่มเติม ทำให้งานวิจัยครั้งนี้มีคุณค่าและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความช่วยเหลือและขอบพระคุณอย่างสูงจากใจจริง

ในส่วนของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณบดีและเจ้าหน้าที่ที่กรุณาให้ความเอื้อเฟื้อเข้าศึกษาวิจัย ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามและพี่ ๆ น้อง ๆ ในมหาวิทยาลัยฯ ที่เข้าใจและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้ข้อมูล ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณครูบาอาจารย์ ที่เคยประสาทวิชาความรู้ ตลอดถึงครอบครัว พ่อ แม่ พี่ น้องญาติๆ เพื่อน กัลยาณมิตรทั้งหลายที่คอยสนับสนุนช่วยเหลือและให้กำลังใจตลอดมา คุณค่าและประโยชน์ใด ๆ ที่อาจมีจากวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของครูบาอาจารย์ บิดามารดาที่ให้การเกื้อหนุนเลี้ยงดูให้การศึกษา กัลยาณมิตรและผู้มีพระคุณทุกท่านที่อยู่เบื้องหลังแห่งความสำเร็จในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- จันทร์เจ้า สุภทธรุ่งเจริญ และนพดล ยุทธสุขประเสริฐ. (2550). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ชนินทร์ เลิศประภากรณ์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโททางการบัญชี. สืบค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2561 จาก <http://digi.library.tu.ac.th/thesis/ac/0580/01title-illustration.pdf>
- งานรับเข้าศึกษาและทะเบียนนักศึกษา สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. จำนวนนักศึกษา รับเข้าประจำภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2561. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ณัชชา สุวรรณวงศ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา(ระบบโคเวตา)ประจำปีการศึกษา 2560. สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2561 จาก <https://www.rmuti.ac.th/news/attach/.pdf> (วันที่สืบค้น).

- ธารินี พัทธเจริญพงศ์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาหลักสูตร นานาชาติ ของนักศึกษา
ชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2561 จาก
<http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/862/Binder1.pdf>
- นภาพร ทองนุช และรุ่งลักษณ์ รอดข้า. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนสาขาบัญชีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา. สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2561 จาก <https://journalgrad.sru.ac.th/index.php/8thconference/article/view/895/836>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). เกณฑ์การแปลความหมาย. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2561 จาก <http://www.thaiall.com/blog/burin/4967>
- บุญชัย รุ่งวิริยะวงศ์. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยทอง
สุข รุ่น 24. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2561 จาก <http://www.thongsook.ac.th/main/admin/uploads/FacultyOfGrad>
- พิมพ์พร ธรรมวิหการคุณ. (2552). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกเรียนสาขาวิชาการบัญชีหลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2561 จาก <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/jindedu/article>
- รุ่งนภา ธมมา. (2553). ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานที่ศึกษาต่อ หลังจบชั้นปวช.3 กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาการบัญชี
ห้อง AC 301-2 โรงเรียนพ่ายเทคโนโลยีและบริหารธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 22 กรกฎาคม 2561 จาก
<http://www.payaptechno.ac.th/app/images/payap/qa/innovation/teacher/บัญชี/ปี2553/วิจัยชั้นเรียนศึกษาปัจจัยเรียนต่อ.pdf>
- สายชล บุญนวม. (2554). การศึกษาองค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจในการศึกษาต่อปริญญาโท สาขาการบัญชีของนักบัญชีใน
เขตกรุงเทพมหานคร ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี. สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2561 จาก
<http://www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/862/Binder1.pdf>
- สำนักงานส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. (2561). ประวัติความเป็นมาของคณะบริหารธุรกิจและการ
จัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. สืบค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2561 จาก <http://www.apr.ubru.ac.th>
- สุชาวดี กิ่งทอง. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัย
บูรพา. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ วันที่สืบค้น 20 กรกฎาคม 2561 จาก
<http://www2.gspa.buu.ac.th/library/is/mpa57/57930018.pdf>
- หทัยกาญจน์ สิทธิศักดิ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต ของ
นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2561 จาก
<http://bus.rmutp.ac.th/research/myfile/2017-01-28-999-58.pdf>
- อุทุมพร ไฉไลลาด และจงดี โตอัม. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา
คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2561 จาก <https://tcithaijo.org/index.php/JournalGradVRU/article/view/64525>

การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี

ฐาตา โคตมมงคล, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹
เกียรติศักดิ์ พระเนตร, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²
Email: Thachada_Khot@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี 2) เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนด้านโลจิสติกส์ของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ คือ เกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติการเกษตรที่ดี (GAP) จำนวน 107 รายในจังหวัดอุบลราชธานี จากสัมภาษณ์พบว่ารูปแบบของห่วงโซ่อุปทานของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี มี 3 รูปแบบ คือ รูปแบบที่ 1 เกษตรกรเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผักปลอดสารพิษเอง รูปแบบที่ 2 เกษตรกรเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายให้พ่อค้าคนกลาง และ รูปแบบที่ 3 เกษตรกรเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายให้กับห้างสรรพสินค้า จากการศึกษาต้นทุนโลจิสติกส์ทั้ง 3 วิธี พบว่า รูปแบบที่ 1 มีต้นทุนโลจิสติกส์เท่ากับ 2.17 บาทต่อกิโลกรัม รูปแบบที่ 2 มีต้นทุนโลจิสติกส์เท่ากับ 2.53 บาทต่อกิโลกรัม และรูปแบบที่ 3 มีต้นทุนโลจิสติกส์เท่ากับ 8.31 บาทต่อกิโลกรัม

คำสำคัญ: ผักปลอดสารพิษ ห่วงโซ่อุปทาน ต้นทุนโลจิสติกส์

ABSTRACT

The objective of this research was to aimed 1) To study safe vegetable supply chain in the Ubonratchathani province. 2) To analyze logistics costs in Ubonratchathani province. of interviews. The informations sample included 107 safty vegetable farmers who received GAP in Ubonratchathani province . The found type Supply chain of safe vegetables in Ubonratchathani province have 3 pattern . Type 1: Non-Toxic Organic Vegetable Growers: Manufacturer and Distributor. Type 2: Organic Vegetable Growers The third type of farmers are organic growers and producers. Department store or agency in the form of a contract and Type 3: Farmers are organic growers, producers and distributors. Department store or agency in the form of a contract. From the study of logistics costs, Form 1 had the logistics cost of 2.17 baht per kilogram. Form 2 had the logistics cost of 2.53 baht per kilogram and Form 3 has a logistics cost of 8.31 baht per kilogram. The most costly logistics activity was transportation cost, followed by transport cost.

Keywords: Vegetative Safety, Logistics Cost, Supply Chain

บทนำ

อาชีพเกษตรกรเป็นอาชีพหลักของคนไทยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้รูปแบบของการทำเกษตรกรรมเปลี่ยนไปจากอดีต จากการเพาะปลูกเพื่อรับประทานในครัวเรือนเป็นปลูกเพื่อจำหน่าย ทำให้เกษตรกรมีความจำเป็นต้องพึ่งพาสารเคมีเพื่อให้ผลผลิตที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเรียกว่า “เกษตรกรรมเคมี” (จิตติยา สุระนารกุล และคณะ, 2555) เกษตรกรรมเคมี คือ การเน้นการใช้สารอินทรีย์ซึ่งเป็นสารเคมีสังเคราะห์ เช่น ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง ยากำจัดวัชพืช จากรายงานในปี พ.ศ. 2559 (สำนักงานเศรษฐกิจเกษตร, 2559) พบว่า ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าวัตถุดิบตราขายทางการเกษตรมีปริมาณ 160,824 ตัน มูลค่า 20,618 ล้านบาท โดยปริมาณเพิ่มจากปี พ.ศ. 2558 คิดเป็นร้อยละ 7 ของปริมาณการนำเข้า และยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จากแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของการนำเข้าวัตถุดิบตราขายทางการเกษตรทำให้สามารถคาดการณ์ได้ว่าเกษตรกรนั้นนิยมใช้สารเคมีในการเพาะปลูกพืช ผัก ผลไม้ ในปริมาณที่เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี การใช้สารเคมีในการเพาะปลูกถึงแม้จะเป็นวิธีที่สะดวก หาซื้อได้ง่าย ได้ปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้น แต่ผลกระทบที่ตามมาคือ การเพิ่มขึ้นต้นทุนในการเพาะปลูกและที่สำคัญไปกว่านั้นคือ สารเคมีที่ปนเปื้อนและตกค้างที่อยู่ในผลผลิตทางการเกษตรจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพของเกษตรกรผู้ใช้สารเคมีและผู้บริโภคซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดโรคมะเร็งชนิดต่าง ๆ จากการสุ่มตัวอย่างของผักและผลไม้ของเครือข่ายเตือนภัยสารเคมีกำจัดศัตรูพืช (Thai-PAN) ในปี พ.ศ. 2559 พบว่าในตลาดค้าส่งจาก

¹ หลักสูตรสาขาการจัดการโลจิสติกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² หลักสูตรสาขาการจัดการโลจิสติกส์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

สารเคมีตกค้างในผักและผลไม้ที่เกินมาตรฐานถึงร้อยละ 54.2 ซึ่งปัญหาดังกล่าวหากไม่ได้รับการแก้ไขอาจทำให้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนในระยะยาวได้ ด้วยเหตุนี้รัฐบาลได้เห็นถึงปัญหาดังกล่าว จึงได้วางนโยบาย “อาหารปลอดภัย” โดยให้เกษตรกรผลิตอาหารที่ปลอดภัยซึ่งเป็นอาหารที่ไม่มีสารเคมี หรือมีสารเคมีตกค้างในอาหารที่ไม่เกินค่ามาตรฐานที่กำหนด รวมไปถึงขับเคลื่อนการตลาดเพื่อรองรับอาหารปลอดภัยที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นในอนาคต การทำเกษตรปลอดภัยก็เป็นทางเลือกหนึ่งของเกษตรกรซึ่งจะช่วยลดปัญหาเรื่องสารเคมีที่ตกค้างในผลผลิต โดยเฉพาะผักปลอดสารพิษที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบ GAP (Good Agriculture Practices) จากกรมวิชาการเกษตร หรือ เครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร (Q Mark) จากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งเป็นผักปลอดภัยที่ผู้บริโภคใส่ใจในเรื่องคุณภาพของผักปลอดสารพิษและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

จังหวัดอุบลราชธานีมีพื้นที่ใช้ประโยชน์ทางการเกษตรในปี พ.ศ. 2558 ประมาณ 5,364,731 ไร่ เนื้อที่เพาะปลูกพืชผักประมาณ 29,732 ไร่ และมีเนื้อที่เพาะปลูกผักปลอดสารพิษที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระบบ GAP ในปี พ.ศ. 2560 จำนวน 629 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 2.1 ของพื้นที่ปลูกพืชผักในจังหวัดอุบลราชธานี ถึงอย่างไรกระบวนการผลิตผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีนั้นก็ยังประสบปัญหาอยู่มาก เช่น กระบวนการผลิตผักปลอดสารจำเป็นต้องใช้เวลานาน อีกทั้งยังมีกระบวนการที่ซับซ้อน มีระยะเวลาในการเก็บรักษาที่สั้นซึ่งอาจส่งผลให้ผักปลอดสารพิษเกิดความเสียหาย บอบช้ำและเน่าเสียได้ ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตและคุณภาพของผักปลอดสารพิษ ซึ่งการจะเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในเรื่องของระบบการจัดการโซ่อุปทาน การจัดการด้านโลจิสติกส์และความรู้ในด้านเกษตรกรรม เพื่อที่จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพของการผลิตและโลจิสติกส์ได้อย่างถูกต้อง สามารถลดของเสียที่จะเกิดขึ้นรวมถึงการลดต้นทุนในกระบวนการผลิตผักปลอดสารพิษ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในเรื่องต้นทุน เวลา และความน่าเชื่อถือของผู้บริโภค

ดังนั้นผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาห่วงโซ่อุปทานและวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์จากกิจกรรมโลจิสติกส์ของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อทราบถึงต้นทุนทางโลจิสติกส์ผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี และเพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายพัฒนาระบบโลจิสติกส์เป็นของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีให้มีประสิทธิภาพ ลดต้นทุนทางโลจิสติกส์และพัฒนากการผลิตผักปลอดสารพิษตลอดห่วงโซ่อุปทานให้สามารถเติบโตและสร้างความมั่นคงทางอาหารที่มีความปลอดภัยจากสารพิษแบบยั่งยืนได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ภายใต้กิจกรรมโลจิสติกส์ของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ในการศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนโลจิสติกส์ของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี ประชากรในงานวิจัยนี้คือ กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตพืชผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP จากกรมวิชาการเกษตร จำนวน 146 ราย

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ในการศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนโลจิสติกส์ของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในวิจัย จะเป็นการสุ่มตัวอย่างจากเกษตรกรผู้ผลิตพืชผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP โดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) และค่าความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างมีค่าเท่ากับ 0.5

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (1)$$

เมื่อ	n	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ	ขนาดของประชากร
	e	คือ	ความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจะทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากเกษตรกรผู้ผลิตพืชผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Random) เพื่อนำมาสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไป

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อจะทำการเก็บข้อมูลต้นทุนโลจิสติกส์ของผักปลอดสารพิษ จะประกอบไปด้วย

2.1 การสังเกต (Observation) งานวิจัยนี้จะเป็นการสังเกตเพื่อติดตามศึกษาพฤติกรรมหรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นของการปลูกผักปลอดสารพิษของเกษตรกรตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ เพื่อให้เห็นการเชื่อมโยงและการไหลของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี

2.2 แบบสัมภาษณ์ (Interview Form) งานวิจัยนี้จะเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview Protocol) ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด เน้นสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ในการออกแบบสัมภาษณ์มีวัตถุประสงค์ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการผลิต ต้นทุน และกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้น เพื่อนำมาวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี

ในออกแบบสัมภาษณ์ซึ่งประเด็นคำถามต่าง ๆ ในงานวิจัยนี้ จะมีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือวัดโดยการวัดค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity -- หรือเรียกว่าหาค่า IOC) ที่ใช้ผู้เชี่ยวชาญที่รวมเป็นเลขที่ส่วนใหญ่จำนวน 3 คน ให้ความเห็นชอบในแต่ละข้อคำถามด้วยตัวเลือก 3 ตัวคือ แน่ใจว่าวัดได้ตามวัตถุประสงค์ แน่ใจว่าวัดไม่ได้ตามวัตถุประสงค์ และ ไม่แน่ใจ ด้วยการให้คะแนน +1 -1 และ 0 ตามลำดับ (ดูความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ IOC: Index of Item-Objective) และดำเนินการแก้ไขปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญที่เสนอมา

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในงานวิจัยนี้จะเป็นการเก็บข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผักปลอดสารพิษ โดยการอ้างอิงที่อยู่ของเกษตรกรที่ปลูกผักปลอดสารพิษที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ซึ่งจะเป็นการศึกษาและรวบรวมข้อมูลโดยมีวิธีการดังนี้

3.1 การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่มีการรวบรวมไว้แล้ว เช่น หนังสือทางวิชาการ เล่มวิจัย วิทยานิพนธ์ บทความวิชาการ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการผลิตผักปลอดสารพิษ

3.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการศึกษาด้วยการสำรวจจำนวนเกษตรกรผู้ผลิตผักปลอดสารพิษโดยการสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประมวลผลและทำการวิเคราะห์ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

3.2.1 ทำการศึกษาข้อมูล ในเบื้องต้นจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตผักปลอดสารพิษ

3.2.2 การสร้างแบบสัมภาษณ์โดยแบบสัมภาษณ์ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องของแบบสัมภาษณ์และปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

3.2.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่สมบูรณ์แล้วไปออกภาคสนาม ดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ผลิตผักปลอดสารในจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างผู้รวบรวมข้อมูลผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี ผู้ค้าและจำหน่ายผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ระบบห่วงโซ่อุปทานและการไหลของของผักปลอดสารพิษตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ และ ปลายน้ำ ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์จากเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดสารพิษและผู้เกี่ยวข้องกับการปลูกผักปลอดสารพิษภายใต้ห่วงโซ่อุปทานของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้ทราบถึงกิจกรรมที่เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทาน

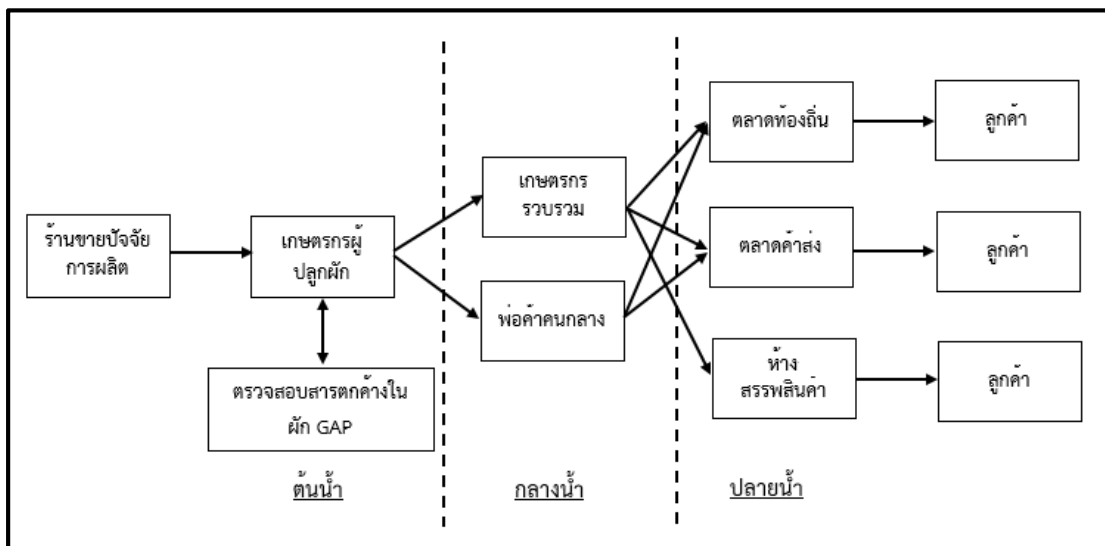
4.2 การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์เป็นการวิเคราะห์ต้นทุนจากกิจกรรมโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นภายใต้ห่วงโซ่อุปทานของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีการจำแนกกิจกรรมโลจิสติกส์ตามแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานห่วงโซ่อุปทาน (SCOR Model) เพื่อทำการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นภายใต้กระบวนการหลักของ SCOR Model (พัชรินทร์ สุภาพันธุ์ และ บุญจรรยาพรณ์ เอกะสิงห์, 2556) ซึ่งประกอบไปด้วย 5 กระบวนการหลักคือ การวางแผน (Plan) การจัดหาปัจจัยการผลิต (Source) การผลิต (Make) การขนส่ง (Delivery) และการส่งคืน (Return) โดยจะวิเคราะห์ด้วยวิธีต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity Based Cost: ABC) ซึ่งขั้นตอนการคำนวณต้นทุนด้านโลจิสติกส์ ด้วยวิธี ABC (สายฝน คงประเวศ และระพี ภาณุจนะ, 2555) ได้ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมการวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ด้วยวิธีต้นทุนฐานกิจกรรมได้กล่าวว่า วิธีต้นทุนฐานกิจกรรมเป็นวิธีหนึ่งที่หลาย ๆ งานวิจัยนำมาใช้ในการวิเคราะห์ต้นทุนโดยคำนวณแยกกิจกรรมตามเนื้องานที่ปฏิบัติงานจริงทำให้สามารถมองภาพรวมของสัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวประกอบไปด้วย ต้นทุนการบริการลูกค้า (Customer Service) ต้นทุนการดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า (Order Processing) ต้นทุนการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า (Demand Forecasting) ต้นทุนการบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management) ต้นทุนกิจกรรมการขนส่ง (Transportation) ต้นทุนการบริหารคลังสินค้า (Warehousing and Storage) ต้นทุนการจัดการสินค้าที่ถูกส่งกลับคืน (Reverse Logistics) ต้นทุนการจัดซื้อ (Purchasing) ต้นทุนการจัดเตรียมอะไหล่และชิ้นส่วนต่าง ๆ (Part and Service Support) ต้นทุนการเลือกที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า (Plant and Warehouse Site

Selection) ต้นทุนการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและสินค้า (Material Handling) ต้นทุนบรรจุภัณฑ์ (Packing) ต้นทุนการติดต่อสื่อสาร
ทางด้านโลจิสติกส์ (Logistics Communications)

จากกิจกรรมดังกล่าวเราสามารถนำมาคำนวณหาต้นทุนทางด้านโลจิสติกส์ของผักปลอดสารพิษโดยสูตรการคำนวณนั้น
ปรับปรุงจาก (บัณฑิตย์ เต็มสมบัติบวร, 2558) เพื่อคำนวณหาต้นทุนผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี

ผลการวิจัย

ห่วงโซ่อุปทานของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรผู้ปลูกผักปลอด
สารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP จำนวน 107 คน จากการสัมภาษณ์ทำให้สามารถทราบถึงห่วงโซ่
อุปทานผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี เริ่มจากกิจกรรมต้นน้ำ คือ เกษตรกรซึ่งเป็นผู้ผลิตผักปลอดสารพิษ จากนั้นผลผลิตผัก
ปลอดสารพิษจะถูกลำเลียงมายังกิจกรรมกลางน้ำ คือ การรวบรวมผลผลิต โดยมีพ่อค้าคนกลางหรือเกษตรกรเป็นผู้รวบรวม เมื่อ
รวบรวมแล้วผลผลิตจะถูกส่งกิจกรรมปลายน้ำ คือ แหล่งจำหน่าย ได้แก่ ตลาดในท้องถิ่น ตลาดค้าส่ง โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า
ซูเปอร์มาเก็ต ร้านอาหาร โรงแรม ฯลฯ ซึ่งแสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ห่วงโซ่อุปทานผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี
ที่มา (จากการสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง)

จากภาพที่ 1 เป็นห่วงโซ่อุปทานของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีซึ่งสามารถอธิบายกิจกรรมที่เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่
อุปทานดังนี้

กิจกรรมต้นน้ำ เป็นส่วนเกี่ยวข้องกับเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ เกษตรกรที่ปลูกผักปลอดสารพิษ
แบบรายเดี่ยว และ กลุ่มเกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษที่รวมกลุ่มกัน เกษตรกรทั้ง 2 กลุ่ม จะทำวางแผนการเพาะปลูกโดยเลือก
ช่วงเวลาที่เหมาะสมกับผักที่ปลูกและความต้องการของตลาด เมื่อวางแผนการเพาะปลูกแล้วหลังจากนั้นเกษตรกรจึงจัดหา
ปัจจัยในการผลิต เช่น เมล็ดพันธุ์ผัก ปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช อุปกรณ์ที่ใช้ในการเพาะปลูก เป็นต้น โดยปัจจัยที่ใช้ในการเพาะปลูกจะถูก
จัดเก็บไว้ในพื้นที่จัดสรรไว้ เมื่อถึงเวลาเพาะปลูกเกษตรกรจะทำการเพาะปลูกผักปลอดสารพิษตามที่วางแผนไว้ ซึ่งการเพาะปลูก
การบำรุง การเก็บเกี่ยวและการจัดการหลังเก็บเกี่ยว ต้องควบคุมให้อยู่ภายใต้มาตรฐาน GAP ที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด และเมื่อถึงเวลา
เก็บเกี่ยวเกษตรกรจะนำตัวอย่างผักปลอดสารพิษเพื่อตรวจสอบสารตกค้างก่อนการเก็บเกี่ยวจริงทุกครั้ง เพื่อให้มั่นใจว่าผักปลอดสารพิษไม่มี
สารเคมีตกค้างอยู่ซึ่งเก็บเกี่ยวผักปลอดสารพิษเพื่อจำหน่ายต่อไป

กิจกรรมกลางน้ำ เป็นส่วนเกี่ยวข้องกับผู้รวบรวมผลผลิต โดยผลผลิตที่เก็บเกี่ยวจะถูกนำมารวบรวมในที่จัดสรรไว้ใด ๆ เพื่อ
ทำความสะอาด คัดเกรด และบรรจุภัณฑ์ เพื่อบรรจุผักปลอดสารพิษจัดส่งไปยังช่องทางจำหน่ายต่อไป ซึ่งผู้รวบรวมผลผลิตสามารถ
แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ เกษตรกร และ พ่อค้าคนกลาง และในส่วนของเกษตรกรเป็นผู้รวบรวมสามารถแบ่งได้ 2 กลุ่ม คือ เกษตรกร
รายเดี่ยวเป็นผู้รวบรวม และ กลุ่มเกษตรกรที่รวมกลุ่มกันเป็นผู้รวบรวม ซึ่งในการรวบรวมของเกษตรกรรายเดี่ยวส่วนใหญ่จะเป็น
การรวบรวมเพื่อจำหน่ายเองซึ่งแหล่งจำหน่ายจะเป็นตลาดในท้องถิ่น เช่น ตลาดชุมชน ตลาดนัด ตลาดวาริน และตลาดวารินเจริญศรี

เป็นต้น ส่วนการรวบรวมผักปลอดสารพิษจากกลุ่มเกษตรกรที่รวมกลุ่มกัน เกษตรกรที่รวมกลุ่มกันส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของวิสาหกิจชุมชนที่มีการปลูกผักปลอดสารพิษแบบแปลงใหญ่ ซึ่งการรวมกลุ่มกันทำให้การบริหารจัดการในการเพาะปลูกผักปลอดสารพิษมีประสิทธิภาพและสามารถสร้างอำนาจต่อรองในการจำหน่ายผักปลอดสารพิษโดยเฉพาะการจำหน่ายผักปลอดสารพิษในโมเดิร์นเทรด เช่น แมคโคร ท็อปซูเปอร์มาเก็ต เป็นต้น ในส่วนของพ่อค้าคนกลางเป็นผู้รวบรวม โดยพ่อค้าคนกลางจะทำการไปสั่งซื้อผักปลอดสารพิษถึงไร่ของเกษตรกรเพื่อนำไปส่งยังตลาดค้าส่งต่อไป

กิจกรรมปลายน้ำ เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับช่องทางในการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ช่องทาง ได้แก่ ตลาดท้องถิ่น ตลาดค้าส่งและโมเดิร์นเทรด ในการจำหน่ายผักปลอดสารพิษของตลาดท้องถิ่นซึ่งเกษตรกรที่ปลูกผักปลอดสารพิษจะนำผักไปจำหน่ายในตลาดชุมชนท้องถิ่น ผักปลอดสารที่จำหน่ายในตลาดชุมชนซึ่งจะถูกวางขายเหมือนกับผักทั่วไปทำให้ราคาไม่แตกต่างกัน ช่องทางจำหน่ายต่อมาเป็นตลาดค้าส่งซึ่งจะมีทั้งเกษตรกรและพ่อค้าคนกลางจะนำผักปลอดสารพิษมาจำหน่ายซึ่งผักปลอดสารพิษที่จำหน่ายในตลาดค้าส่งส่วนใหญ่จะวางจำหน่ายเหมือนผักทั่วไปทำให้ราคาไม่แตกต่างเช่นเดียวกันกับตลาดท้องถิ่น ตลาดค้าส่งในจังหวัดอุบลราชธานี เช่น ตลาดวารินเจริญศรีและตลาดวารินเป็นต้น และช่องทางจำหน่ายสุดท้ายคือ โมเดิร์นเทรด เช่น ท็อปส์มาร์เก็ต (เซ็นทรัลอุบลราชธานี) ห้างแมคโครสาขาอุบลราชธานี ซึ่งช่องทางจำหน่ายโมเดิร์นเทรดเป็นช่องทางที่เพิ่มมูลค่าของผักปลอดสารพิษมากที่สุด แต่ในการนำผักปลอดสารพิษส่วนใหญ่ต้องเป็นรูปแบบของการรวมกลุ่มของเกษตรกรและเป็นลักษณะเกษตรแปลงใหญ่เพื่อให้สามารถผลิตผักปลอดสารพิษได้ตามแผนความต้องการของโมเดิร์นเทรดต่อไป

ในการวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ตามหลักแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานโซ่อุปทาน (SCOR Model) หากเราจะพิจารณาถึงรูปแบบของช่องทางการจำหน่ายผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมี 3 ช่องทาง ได้แก่ ตลาดท้องถิ่น ตลาดค้าส่ง และห้างสรรพสินค้า ดังนั้นในการวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ในงานวิจัยนี้จะทำการวิเคราะห์ตามรูปแบบของช่องทางการจำหน่ายผักปลอดสารพิษเป็นหลัก โดยสามารถแบ่งได้ 3 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรที่ผลิตผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีโดยเกษตรกรเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเองยังตลาดชุมชน ในตัวจังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดใกล้เคียง รวมไปถึงจำหน่ายให้กับโรงแรมหรือร้านอาหารเป็นต้น ซึ่งกิจกรรมที่เกิดขึ้น ภายใต้การดำเนินการตามแบบจำลอง SCOR Model ซึ่งสามารถจำแนกกิจกรรมโลจิสติกส์ได้ดัง ตารางที่ 1 และ ต้นทุนของกิจกรรมโลจิสติกส์ภายใต้แบบจำลอง SCOR Model ในตารางที่ 2 และ ตารางที่ 3

ตารางที่ 1 กิจกรรมโลจิสติกส์ที่ได้ดำเนินการภายใต้ตัวแบบ SCOR Model ในรูปแบบที่ 1

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	SCOR Model	กิจกรรมโลจิสติกส์
เกษตรกร	Source	การจัดหา
		เคลื่อนย้ายวัตถุดิบ
	Make	การบรรจุภัณฑ์เพื่อจำหน่าย
		การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบเพื่อผลิต
		คลังสินค้าและการจัดเก็บปัจจัยผลิต
	Delivery	การขนส่งผักเพื่อจำหน่าย
การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบเพื่อจำหน่าย		
ตลาดท้องถิ่นเพื่อจำหน่ายผลผลิต	Make	การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ

ตารางที่ 2 ต้นทุนกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ได้ดำเนินการภายใต้ตัวแบบ SCOR Model ในรูปแบบที่ 1

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	SCOR Model	กิจกรรมโลจิสติกส์	ต้นทุนโลจิสติกส์	SD
เกษตรกร	Source	- การจัดหา	0.0508	0.53
		- เคลื่อนย้ายวัตถุดิบ	0.2136	0.79
	Make	- การบรรจุภัณฑ์เพื่อจำหน่าย	0.3591	0.65
		- การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบเพื่อผลิต	0.1915	0.83
	Delivery	- คลังสินค้าและการจัดเก็บปัจจัยผลิต	0.1270	0.71
		- การขนส่งผักเพื่อจำหน่าย	0.8414	0.74
		- การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบเพื่อจำหน่าย	0.1095	0.86
ตลาดท้องถิ่น	Make	- การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ	0.2725	0.58

ตารางที่ 3 ต้นทุนโลจิสติกส์ภายใต้ตัวแบบ SCOR Model ในรูปแบบที่ 1

รายการ	ต้นทุน(บาท/กก.)
รวมต้นทุนการจัดหา	0.0508
รวมต้นทุนการเคลื่อนย้าย	0.7871
รวมต้นทุนการขนส่ง	0.8414
รวมต้นทุนคลังสินค้าและการจัดเก็บ	0.1270
รวมต้นทุนการบรรจุภัณฑ์	0.3591
รวมต้นทุนโลจิสติกส์	2.1654

รูปแบบที่ 2 เกษตรกรเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลาง เป็นกิจกรรมการผลิตผักปลอดสารพิษของเกษตรกร โดยกิจกรรมเริ่มจากเกษตรกรวางแผนที่จะผลิตผักปลอดสารพิษหลังจากวางแผนต่อมาก็จะเป็นส่วนในการจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เช่น เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย สารกำจัดศัตรูพืช ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้ต้องมีการจัดหาจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์วัสดุการเกษตร เมื่อมีการตกลงซื้อขายกันระหว่างร้านค้าและเกษตรกร วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะถูกลำเลียงขึ้นรถเพื่อบรรทุกขนส่งไปยังแปลงผักปลอดสารพิษของเกษตรกร และวัตถุดิบจะถูกลำเลียงไปไว้ในพื้นที่จัดเก็บที่จัดสรรไว้ หลังจากนั้นเกษตรกรก็จะผลิตผักปลอดสารพิษด้วยการเพาะปลูกเมื่อผลผลิตได้เวลาเก็บเกี่ยวเกษตรกรก็จะเก็บเกี่ยวซึ่งผลผลิตจะถูกลำเลียงไปในพื้นที่ที่ถูกจัดสรรไว้เพื่อรอพ่อค้าคนกลางมารับผลผลิตเพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป ซึ่งหากจะทำการวิเคราะห์รูปแบบกิจกรรมโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นภายใต้ตัวแบบ SCOR Model เราสามารถอธิบายได้ดังตารางที่ 4 และต้นทุนของกิจกรรมโลจิสติกส์ภายใต้แบบจำลอง SCOR Model ในตารางที่ 5 และ ตารางที่ 6

ตารางที่ 4 กิจกรรมโลจิสติกส์ที่ได้ดำเนินการภายใต้ตัวแบบ SCOR Model ในรูปแบบที่ 2

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	SCOR Model	กิจกรรมโลจิสติกส์
เกษตรกร	Source	การจัดหาวัตถุดิบผลิตผักปลอดสารพิษ
		เคลื่อนย้ายวัตถุดิบเพื่อจัดเก็บ
	Make	การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบเพื่อผลิตผัก
		คลังสินค้าและการจัดเก็บวัตถุดิบ
พ่อค้าคนกลาง	Source	การจัดหาผักปลอดสารพิษ
		การเคลื่อนย้ายผักปลอดสารพิษ
		การสื่อสารโลจิสติกส์
	Delivery	การขนส่ง

ตารางที่ 5 ต้นทุนกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ได้ดำเนินการภายใต้ตัวแบบ SCOR Model ในรูปแบบที่ 2

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	SCOR Model	กิจกรรมโลจิสติกส์	ต้นทุนโลจิสติกส์	SD
เกษตรกร	Source	การจัดหา	0.0254	0.73
		เคลื่อนย้ายวัตถุดิบ	0.3629	0.65
	Make	การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ	0.3334	0.84
		คลังสินค้าและการจัดเก็บ	0.0741	0.75
พ่อค้าคนกลาง	Source	จัดหาผักปลอดสารพิษ	0.0356	0.61
		การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ	0.2814	0.69
		การสื่อสารโลจิสติกส์	0.0705	0.62
	Delivery	การขนส่ง	1.3467	0.76

ตารางที่ 6 ต้นทุนโลจิสติกส์ภายใต้ตัวแบบ SCOR Model ในรูปแบบที่ 2

รายการ	ต้นทุน(บาท/กก.)
รวมต้นทุนการจัดหา	0.0610
รวมต้นทุนการเคลื่อนย้าย	0.9777
รวมต้นทุนการขนส่ง	1.3467
รวมต้นทุนคลังสินค้าและการจัดเก็บ	0.0741
รวมต้นทุนการสื่อสารโลจิสติกส์	0.0705
รวมต้นทุนโลจิสติกส์	2.5300

รูปแบบที่ 3 เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรที่ผลิตผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีโดยเกษตรกรเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายให้กับซูเปอร์มาร์เกต เช่น ห้างแมคโครสาขาอุบลราชธานี ห้างท็อปสาขาเซ็นทรัลอุบลราชธานี และในรูปแบบของ Contract Framing ที่ทำสัญญาไว้กับบริษัท โรงแรม หรือโรงพยาบาลเป็นต้น เป็นกิจกรรมการผลิตผักปลอดสารพิษของเกษตรกร ภายใต้การดำเนินกิจกรรมต่างๆ จะมีกิจกรรมโลจิสติกส์ดำเนินการอยู่ภายใต้ห่วงโซ่อุปทาน โดยกิจกรรมเริ่มจากเกษตรกรวางแผนที่จะผลิตผักปลอดสารพิษหลังจากวางแผนต่อมาก็จะเป็นส่วนในการจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเช่น เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย สารกำจัดศัตรูพืช ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้ต้องมีการจัดหาจากร้านจำหน่ายอุปกรณ์วัสดุการเกษตร เมื่อมีการตกลงซื้อขายกัน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะถูกลำเลียงขึ้นรถเพื่อบรรทุกขนส่งไปยังแปลงผักปลอดสารพิษของเกษตรกรและวัตถุดิบจะถูกลำเลียงไปไว้ในพื้นที่จัดเก็บที่จัดสรรไว้ หลังจากนั้นเกษตรกรก็จะผลิตผักปลอดสารพิษด้วยการเพาะปลูกเมื่อผลผลิตได้เวลาเก็บเกี่ยวเกษตรกรก็จะเก็บเกี่ยวซึ่งผลผลิตจะถูกลำเลียงไปในพื้นที่ที่ถูกจัดสรรไว้เพื่อทำการบรรจุใส่ลงในตะกร้าหรือถุงเพื่อที่จำหน่ายผลผลิตที่ได้ไปจำหน่ายให้กับห้างแมคโครหรือท็อปซูเปอร์มาร์เกตต่อไป ซึ่งหากจะทำการวิเคราะห์รูปแบบกิจกรรมโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นภายใต้ตัวแบบ SCOR Model เราสามารถอธิบายได้ดังตารางที่ 7 และต้นทุนของกิจกรรมโลจิสติกส์ภายใต้แบบจำลอง SCOR Model ในตารางที่ 8 และ ตารางที่ 9

ตารางที่ 7 กิจกรรมโลจิสติกส์ที่ได้ดำเนินการภายใต้ตัวแบบ SCOR Model ในรูปแบบที่ 3

มีส่วนได้ส่วนเสีย	SCOR Model	กิจกรรมโลจิสติกส์
เกษตรกร	Source	การจัดหา
		เคลื่อนย้ายวัตถุดิบเพื่อจัดเก็บ
	Make	การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบเพื่อผลิตผัก
		คลังสินค้าและการจัดเก็บ
		การบรรจุภัณฑ์ผักปลอดสารพิษ
	Delivery	การขนส่ง
		การขนส่งผักไปยัง
	Return	การเคลื่อนย้ายผักไปส่งโมเดิร์นเทรด
		การขนส่งย้อนกลับของผัก
ห้างซูเปอร์มาร์เกต	Source	การสื่อสารโลจิสติกส์
	Return	การสื่อสารโลจิสติกส์

ตารางที่ 8 ต้นทุนกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ได้ดำเนินการภายใต้ตัวแบบ SCOR Model ในรูปแบบที่ 3

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	SCOR Model	กิจกรรมโลจิสติกส์	ต้นทุนโลจิสติกส์เฉลี่ย	SD
เกษตรกร	Source	การจัดหา	0.0447	0.56
		เคลื่อนย้ายวัตถุดิบ	0.1665	0.71
	Delivery	การขนส่ง	0.9497	0.83
		การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ	0.1091	0.75
		การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ	0.3185	0.61
	Make	คลังสินค้าและการจัดเก็บ	0.1270	0.52
		การบรรจุ	0.3591	0.74
	Return	การขนส่งย้อนกลับ	5.5668	0.69
		การสื่อสารโลจิสติกส์	0.3313	0.43
ซูเปอร์มาร์เกต	Source	การสื่อสารโลจิสติกส์	0.0067	0.46
	Return	การสื่อสารโลจิสติกส์การ	0.3313	0.51

ตารางที่ 9 ต้นทุนโลจิสติกส์ภายใต้ตัวแบบ SCOR Model ในรูปแบบที่ 9

รายการ	ต้นทุน(บาท/กก.)
ต้นทุนการจัดหา	0.0447
ต้นทุนการเคลื่อนย้าย	0.5942
ต้นทุนการขนส่ง	6.5166
ต้นทุนการบรรจุภัณฑ์	0.3591
ต้นทุนคลังสินค้าและการจัดเก็บ	0.1270
รวมต้นทุนการสื่อสารโลจิสติกส์	0.6694
รวม	8.3109

สรุปผลและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักอยู่สองประเด็น คือ เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี และวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ภายใต้กิจกรรมโลจิสติกส์ของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งสามารถสรุปในแต่ละประเด็นได้ดังนี้

1. ห่วงโซ่อุปทานของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีประกอบไปด้วย **กิจกรรมต้นน้ำ** คือ เกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดสารพิษสามารถจำแนกได้ คือ เกษตรกรรายย่อยและกลุ่มเกษตรกรที่มีการรวมกลุ่ม แนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีควรสนับสนุนให้เกษตรกรที่มีการรวมกลุ่มกัน ซึ่งการรวมกลุ่มกันทำให้สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกด้วยกันทำให้เกษตรกรมีการพัฒนาวิธีการปลูกที่เหมาะสม รวมถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการเพาะปลูกที่กลุ่มเกษตรกรผ่านการอบรมมาแล้วทำการถ่ายทอดกันต่อ นอกจากความรู้แล้วการรวมกลุ่มของเกษตรกรก็ยังทำให้มีการปลูกผักในลักษณะเป็นแปลงใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลที่พยายามให้เกษตรกรรวมกลุ่มกันปลูกพืชเป็นแปลงใหญ่ทำให้เกิดการบริหารจัดการที่เป็นระบบมากขึ้น ทั้งยังมีอำนาจต่อรองในการจำหน่ายผลผลิตในตลาดอื่น ๆ รวมไปถึงการเข้ามาช่วยเหลือของหน่วยงานราชการที่ได้มอบหมายจากรัฐบาลที่จะช่วยผลักดันให้กลุ่มเกษตรกรสามารถประสบความสำเร็จและมีรายได้ที่ดียิ่งขึ้นได้ **กิจกรรมกลางน้ำ** เป็นส่วนของการรวบรวมผลผลิต ซึ่งจะมีกลุ่มที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมอยู่ 3 กลุ่ม คือ เกษตรกรรายเดียวเป็นผู้รวบรวม กลุ่มเกษตรกรเป็นผู้รวบรวม และ พ่อค้าคนกลางเป็นผู้รวบรวม การรวบรวมของกลุ่มเกษตรกรจะเป็นการรวบรวมผลผลิตที่ผลิตได้ภายในกลุ่มเพื่อรอการจำหน่ายไปยังตลาดซึ่งลักษณะตลาดจะกว้างกว่าเกษตรกรรายเดียวทำให้สามารถจำหน่ายได้ในตลาดที่ให้ราคาที่สูง ส่วนเกษตรกรรายย่อยเป็นผู้รวบรวมแล้วส่วนใหญ่จะนำไปจำหน่ายเองยังตลาดท้องถิ่นหรือมีกรจำหน่ายให้พ่อค้าคนกลาง **กิจกรรมปลายน้ำ** แหล่งจำหน่ายผักปลอดสารพิษให้กับลูกค้า ซึ่งในจังหวัดอุบลราชธานีแหล่งจำหน่ายอันได้แก่ ห้างแมคโครสาขาสวรรค์อุบลราชธานี โลตัสสาขาสวรรค์อุบลราชธานี ห้างบิ๊กซีไฮเปอร์มาร์เก็ตสาขาสวรรค์อุบลราชธานี ซึ่งแหล่งจำหน่ายนี้เป็นแหล่งจำหน่ายที่กลุ่มเกษตรกรที่ปลูกผักปลอดสารพิษจำหน่ายให้เป็นอย่างมาก โดยกลุ่มเกษตรกรจะมีการเซ็นสัญญาเพื่อจะผลิตรายให้ทางในราคาที่สูงกว่าตลาดท้องถิ่นประมาณร้อยละ 20-30 ซึ่งแหล่งจำหน่ายที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าเป็นตลาดที่มีความน่าเชื่อถือทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อมารับประทานเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะลูกค้ากลุ่มรักสุขภาพ นอกจากตลาดห้างสรรพสินค้าแล้ว ยังมีตลาดท้องถิ่นที่รองรับผลผลิตผักปลอดสารพิษอยู่ เช่น ตลาดเจริญศรี ตลาดวาริน ที่เป็นตลาดขายส่งของผักในจังหวัดอุบลราชธานี ตลาดท้องถิ่นส่วนใหญ่จะเป็นตลาดที่ส่งโดยพ่อค้าคนกลางและเกษตรกรรายย่อยรวมถึงกลุ่มเกษตรกรด้วย แต่ในการจำหน่ายในตลาดกลุ่มนี้จะให้ราคาที่ไม่ต่างจากผักที่มีสารเคมีปนเปื้อนซึ่งทำให้มูลค่าทางการตลาดของผักปลอดสารลดลง

2. ในการวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ตามหลักแบบจำลองอ้างอิงการดำเนินงานห่วงโซ่อุปทาน (SCOR Model) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ รูปแบบที่ 1 เกษตรกรเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายเองยังตลาดชุมชนโดยมีต้นทุนโลจิสติกส์ดังนี้ ต้นทุนการจัดหา 0.0508 บาท/กก. ต้นทุนการเคลื่อนย้าย 0.7871 บาท/กก. ต้นทุนการขนส่งเท่ากับ 0.8414 บาท/กก. ต้นทุนคลังสินค้าและการจัดเก็บ 0.1270 บาท/กก. และ ต้นทุนการบรรจุภัณฑ์เท่ากับ 0.3591 บาท/กก. รวมต้นทุนโลจิสติกส์ในการปลูกผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีเท่ากับ 2.1654 บาท/กก. รูปแบบที่ 2 เกษตรกรเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายให้พ่อค้าคนกลางโดยมีต้นทุนโลจิสติกส์ดังนี้ ต้นทุนการจัดหา 0.0610 บาท/กก. ต้นทุนการเคลื่อนย้าย 0.9777 บาท/กก. ต้นทุนการขนส่งเท่ากับ 1.3467 บาท/กก. และต้นทุนคลังสินค้าและการจัดเก็บ 0.0741 บาท/กก. ต้นทุนการสื่อสารโลจิสติกส์ เท่ากับ 0.0705 บาท/กก. รวมต้นทุนโลจิสติกส์ในการปลูกผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีเท่ากับ 2.5300 บาท/กก. รูปแบบที่ 3 กลุ่มเกษตรกรเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายให้โมเดิร์นเทรด โดยมีต้นทุนโลจิสติกส์ดังนี้ ต้นทุนการจัดหา 0.0447 บาท/กก. ต้นทุนการเคลื่อนย้าย 0.5942 บาท/กก. ต้นทุนการขนส่งเท่ากับ 6.5166 บาท/กก. ต้นทุนบรรจุภัณฑ์เท่ากับ 0.3591 บาท/กก. ต้นทุนคลังสินค้าและการจัดเก็บ 0.1270 บาท/กก. และต้นทุนการสื่อสารโลจิสติกส์ เท่ากับ 0.6694 บาท/กก. รวมต้นทุนโลจิสติกส์ในการปลูกผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีเท่ากับ 8.3109 บาท/กก.

จากการวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ทำให้ทราบถึงต้นทุนโลจิสติกส์ ซึ่งต้นทุนส่วนใหญ่เกิดจากกิจกรรมการขนส่งทั้ง 3 รูปแบบ ดังนั้นการลดต้นทุนการขนส่งจะทำให้สามารถลดต้นทุนโลจิสติกส์ลงได้ ซึ่งแนวทางในการลดต้นทุนการขนส่ง คือ มีการส่งเสริมให้เกษตรกรเข้าใจและเห็นถึงความสำคัญในการลดต้นทุนการขนส่ง เช่น หลักการบำรุงรักษารถยนต์ให้อยู่ในสภาพที่ดี การวางแผนการขนส่งหรือการจัดเส้นทางขนส่งที่เหมาะสม หรือ ลดการติดรถเที่ยวเปล่า ซึ่งจะส่งผลให้สามารถลดต้นทุนการขนส่งได้

ข้อเสนอแนะ

1. ในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานี ควรส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มกันปลูกในรูปแบบเกษตรแปลงใหญ่ ซึ่งการทำเกษตรแปลงใหญ่ทำให้สามารถจัดการและวางแผนการผลิตและโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นยังทำให้สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกด้วยกัน ทำให้เกษตรกรมีการพัฒนาวิธีการปลูกที่เหมาะสม รวมถึงเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการเพาะปลูก กลุ่มเกษตรกรผ่านการอบรมมาแล้วสามารถทำการถ่ายทอดกันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม สามารถขอการสนับสนุนด้านต่าง ๆ จากหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้

2. ผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานียังจำเป็นต้องมีการส่งเสริมด้านการตลาด โดยเฉพาะการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการเพิ่มราคาของผักปลอดสารพิษที่ต้องมีความแตกต่างจากผักทั่วไปเพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรให้หันมาปลูกผักปลอดสารพิษเพิ่มขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับความอนุเคราะห์ทุนวิจัยจากสำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี และขอขอบคุณเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดสารพิษในจังหวัดอุบลราชธานีที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลในการสัมภาษณ์ ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่อนุเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- จิตติยา สุระนรากุล และคณะ. (2555). การเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนของเกษตรกรที่ปลูกผักหวาน การใช้ปุ๋ยมูลกระบือ และปุ๋ยเคมี. *แก่นเกษตร*, 40(2),
- บัณฑิตย์ เต็มสมบัติบรร. (2558). *การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ในโซ่อุปทานหอมแดง*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัชรินทร์ สุภาพันธ์ และเบญจพรพรณ เอกะสิงห์. (2560). การจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยตัวแบบ SCOR ของผักสดที่ผ่านมาตรฐานการรับรองตามการผลิตทางการเกษตรที่ดีที่เหมาะสมในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารปริชาต*, 30(1), (มกราคม – มิถุนายน): 95-119.
- สายฝน คงประเวศ และระพี ภาณุจนะ. (2555). การทบทวนวรรณกรรมการวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ด้วยวิธีต้นทุนตามฐานกิจกรรม. *เอกสารสืบเนื่องการประชุมวิชาการช่วยงานวิศวกรรมอุตสาหกรรม* (17-19 ตุลาคม 2555) ชะอำ เพชรบุรี. หน้า 2168-2179.
- สำนักงานเศรษฐกิจเกษตร. (2559). *ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าวัตถุดิบทรายทางการเกษตร ปี 2554 -2559*. สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2559 จาก <http://oldweb.oae.go.th/economicdata/pesticides.html>

ความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์บ้านเมืองในยุคเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคหลอมรวมสื่อ The Survival of the Banmuang News in the Transition to Convergence

อรรณพ แสงภู, มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง¹

Email: tor.pai2515@gmail.com

บทคัดย่อ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ได้สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อการสื่อสารมวลชนอย่างมหาศาล รวมทั้งแนวปฏิบัติทางวิชาชีพ บทบาทและรูปแบบที่ได้รับผลกระทบจากวิวัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารแบบไร้สาย (Digital Technology) ซึ่งทราบกันดีว่ามีศักยภาพของการสื่อสารอย่างไร้ขีดจำกัด และยังสามารถเชื่อมโยงแบบบูรณาการสอดคล้องกับลักษณะการสื่อสารทุกรูปแบบได้อย่างอเนกประสงค์ ทำให้สื่อมวลชนในหลาย ๆ แขนงโดยเฉพาะสื่อมวลชนที่ทำในรูปแบบของหนังสือพิมพ์ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่องจึงทำให้หนังสือพิมพ์ขนาดเล็กที่มีสายป่านทางการเงินที่ไม่เพียงพอจำเป็นต้องปิดกิจการไปอย่างน่าเสียดายรวมถึงหนังสือพิมพ์บ้านเมืองที่เป็นหนังสือพิมพ์ขนาดเล็กก็ได้ปิดตัวลงตามกระแสในโลกของการหลอมรวมสื่อแต่ก็ยังคงทำหน้าที่สื่อมวลชนต่อไปแต่ดำเนินการในรูปแบบของการหลอมรวมสื่อคือ การเปิดเป็นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านที่ต้องการอ่านข่าวออนไลน์ของหนังสือพิมพ์บ้านเมืองต่อไป

คำสำคัญ: ความอยู่รอด หนังสือพิมพ์ การหลอมรวมสื่อ

ABSTRACT

The advancement of modern communication technology has created tremendous change in the mass media industry. Including professional guidelines. Roles and Forms Affected by the Evolution of the Wireless Technology (Digital Technology) It is known that there is the potential of unlimited communication. It can also integrate seamlessly with all communication styles. The media in many areas, especially the mass media in the form of small and large newspapers, have been impacted continuously, so the small newspapers with the financial line is not enough to shut down the business. Unfortunately, including the Banmuang News. As a small newspaper, it was shut down in the world of media consolidation but continues to serve the mass media, but operates in the form of media consolidation. The opening of an online newspaper to meet the needs of readers who want to read the news of the Banmuang News newspaper.

Keyword: The Survival, Newspaper, Convergence

บทนำ

หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งพิมพ์ที่เสนอข่าว การเคลื่อนไหวใหม่ ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีการกำหนดการออกที่แน่นอนตายตัว โดยส่วนใหญ่จะออกเป็นรายวัน นอกจากนี้แล้วยังมีหนังสือพิมพ์รายสามวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์ และรายเดือน หนังสือพิมพ์มักจะพิมพ์ลงในกระดาษสำหรับพิมพ์หนังสือพิมพ์โดยเฉพาะ ซึ่งมีราคาถูกเนื้อหาลึกของหนังสือพิมพ์คือข่าวสารบ้านเมืองและเหตุการณ์ปัจจุบันในด้านต่างๆ อาทิ ข่าว การเมือง ข่าวอาชญากรรม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวกีฬา และข่าวบันเทิง มีการใช้รูปภาพประกอบเนื้อหา ทำให้เนื้อหาชัดเจนมีน้ำหนักมากขึ้น นอกจากนี้ในหนังสือพิมพ์ก็ยังมีข้อมูลด้านอื่นๆอีก เช่น การพยากรณ์อากาศ การ์ตูนในรูปแบบต่างๆขึ้นอยู่กับนโยบายของสำนักพิมพ์นั้นๆ

ปัจจุบันสื่อทำให้บทบาทของหนังสือพิมพ์มีความเปลี่ยนแปลงเพราะด้วยเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้นเหมือนเป็นทางหนึ่งที่ผู้คนมักใช้ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ อย่างเช่นสื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต โดยเปรียบเป็นคู่แข่งของหนังสือพิมพ์เพราะประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารได้ทันที และรวดเร็วทันใจและที่สำคัญนั้นคอมพิวเตอร์แทบจะมีอยู่ทุกบ้าน การซื้อหนังสือพิมพ์มาอ่านบางคนจึงไม่ค่อยให้ความสำคัญหนังสือพิมพ์ในปัจจุบันจึงต้องมีการทำข่าวอย่างรวดเร็วเพื่อให้ประชาชนได้ทราบข่าวสารนั้นได้ทันทั้งที่และให้ข่าวที่มีคุณภาพน่าสนใจ ถึงแม้ว่าข่าวจะไม่ได้จัดอยู่ในสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตแต่คนไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าข่าวมีความจำเป็นไม่น้อยไปกว่าปัจจัยสี่

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

โครงสร้างสังคมก่อนที่จะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบหนังสือพิมพ์มาเป็นสิ่งพิมพ์ออนไลน์พบว่าส่วนมากแล้วผู้คนจะติดตามข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์เป็นส่วนใหญ่ซึ่งเป็นสื่อทรัพยากรที่หาได้ง่ายและรวดเร็วที่สุด แต่ก่อนนี้สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ ราคาค่อนข้างแพง เพราะประเทศไทยไม่ได้เป็นผู้ผลิตสินค้าเหล่านี้เองเป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ และอีกเหตุผลหนึ่งคือเป็นสื่อที่ต้องใช้ระบบการส่งสัญญาณพลังงานไปทางอากาศ ซึ่งหากเกิดพายุ ฝนตกกระบบการส่งสัญญาณอาจเกิดการล้มหรือขัดข้องได้ดังนั้นสื่อหนังสือพิมพ์จึงเป็นสื่อที่กุมข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนมากที่สุดเนื่องจากราคาถูกและมีความรวดเร็ว (จินจิรา ศิริเมตโต, 2556)

อุตสาหกรรมการผลิตหนังสือพิมพ์ ปัจจุบันในช่วงนี้หนังสือพิมพ์ต้องทำงานภายใต้ระบบทางวัฒนธรรมที่สังคมไทยเปิดรับการสื่อสารข้ามชาติหรือข้ามพรมแดนมากขึ้น นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ต้องขับเคลื่อนระหว่างหนังสือพิมพ์ด้วยกันแล้ว ยังต้องขับเคลื่อนกับอุตสาหกรรมสื่อมวลชนอื่น ๆ เช่นโทรทัศน์วิทยุ และอินเทอร์เน็ต ในการแข่งขันงบประมาณโฆษณาและผู้บริโภค หนังสือพิมพ์ที่ได้รับความนิยมจึงต้องสะท้อนความเป็นสากลมีความรอบคอบในการนำเสนอข่าวสารที่ลึกซึ้งมีความเป็นกลาง และเสนอข่าวแบบเจาะลึก น้ำหนักของการเติบโต ในระยะแรกของช่วงนี้ยังอยู่ที่หนังสือพิมพ์ระดับผู้นำ และหนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจ ถึงแม้ว่าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในปี พ.ศ. 2540 ที่ต่อเนื่องมาจนปัจจุบันเป็นผลให้หนังสือพิมพ์พิมพ์หลายฉบับปิดกิจการลงไปโดยเฉพาะอย่างยิ่ง หนังสือพิมพ์แนวธุรกิจที่อาศัยรายได้หลักจากโฆษณา แต่การที่หนังสือพิมพ์มีจำนวนลดน้อยลงทำให้หนังสือพิมพ์ที่ดำเนินการอยู่มีช่องทางการขยายจนกลายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ หนังสือพิมพ์ที่มีอยู่มักเป็นหนังสือพิมพ์ที่นำกิจการเข้าตลาดหลักทรัพย์ เกิดหนังสือพิมพ์ประชานิยม หรือเชิงปริมาณแนวใหม่ขึ้น อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทยได้เติบโตผ่านวิกฤตการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและกระแสวัฒนธรรมข้ามชาติสื่อใหม่ในยุคดิจิทัล จะเห็นได้ว่าพัฒนาการของหนังสือพิมพ์ไทยล้วนเกี่ยวข้องกับแนวอุดมการณ์ที่มีส่วนกำหนดสภาพภาพของหนังสือพิมพ์ในแต่ละยุคและหนังสือพิมพ์ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเนื้อหาและแนวนโยบายไปตามบริบทเหล่านั้นอย่างต่อเนื่องจากหนังสือพิมพ์ที่อยู่ในมือราชสำนักมาอยู่ในการดำเนินการของปัญญาชน สามัญชน และนักการเมือง หรือเจ้าของทุนและพัฒนาจนกลายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่ส่งผลให้เกิดการแข่งขันอย่างไม่เลิ

ในฐานะที่หนังสือพิมพ์เป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่ง สินค้าที่เป็นผลผลิตของหนังสือพิมพ์คือหนังสือพิมพ์ เพื่อให้สินค้าที่ผลิตออกมาสามารถเอาชนะคู่แข่งและดำรงอยู่ได้ในตลาดประเภทเดียวกันก็คือการสร้างความแตกต่างของหนังสือพิมพ์ซึ่งสามารถสร้างได้สองลักษณะคือความแตกต่างด้านเนื้อหาและความแตกต่างด้านรูปแบบ การจัดหน้าส่วนใหญ่แล้วหนังสือพิมพ์จะสามารถบอกความแตกต่างหรือลักษณะเด่นของตัวเองได้ด้วยการระบุกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายของหนังสือพิมพ์เป็นใครบ้างในยุคที่หนังสือพิมพ์กำลังเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงใหม่จากสื่อดิจิทัล ยอดขายที่เคยเป็นรายได้หลักเริ่มลดลงอย่างมีนัยสำคัญรายได้ทางเดียวที่หวังพึ่งได้จากยอดขายโฆษณาเมื่อต้องพึ่งโฆษณา อีสราภาพและคุณภาพของสื่อจึงเป็นเรื่องรองในขณะที่การหาโฆษณากลายมาเป็นเรื่องหลักหนังสือพิมพ์และสื่ออื่นๆ ทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นสื่อในประเทศไหนก็ตามกำลังอยู่ในภาวะวิกฤตเพราะเป็นช่วงที่ต้องเผชิญหน้ากับความอยู่รอด

จากการขยายตัวของสื่อใหม่ทำให้สื่อกระแสหลักในประเทศไทยโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ต้องเริ่มปรับตัวเข้าสู่ความเป็นดิจิทัลมากขึ้นจากที่มีการจัดทำเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อรองรับผู้อ่านในต่างประเทศหรือกลุ่มผู้อ่านใหม่โดยไม่ได้เน้นทางธุรกิจก็เริ่มหันมาปรับปรุงเนื้อหาและเปลี่ยนโครงสร้างของเว็บไซต์ให้รองรับรูปแบบธุรกิจใหม่เพื่อสร้างรายได้อย่างจริงจังกันมากขึ้น ขณะเดียวกันหนังสือพิมพ์บางแห่งเริ่มปรับตัวเข้าสู่กิจการสื่อโทรทัศน์หลังจากที่บางแห่งได้ปรับตัวเข้าสู่สื่อโทรทัศน์มาก่อนหน้านี้แล้วทำให้เจ้าของธุรกิจสื่อหลายแห่งเริ่มคิดถึงการใช้ทรัพยากรเข้าร่วมกันเพื่อนำเสนอไปในหลากหลายช่องทาง (สุธารัตน์ ดิษยวธรณะ, 2557)

หนังสือพิมพ์บ้านเมืองเป็นอีกค่ายหนึ่งที่ต้องยอมรับการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของเทคโนโลยีที่กำลังเข้ามามีบทบาทกับคนในสังคมโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ที่ปัจจุบันนี้มีการปรับตัวกันอย่างมากมายโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ยักษ์ใหญ่ในเมืองไทยก็มีการตื่นตัวเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการปรับตัวไปสู่ยุคดิจิทัลกันอย่างเต็มที่ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มสินค้าของตัวเองโดยหันเข้ามาเล่นในเรื่องของสื่อออนไลน์ วิทยุออนไลน์ โทรทัศน์ดาวเทียม ซึ่งสื่อเหล่านี้จะเป็นตัวช่วยให้ธุรกิจหนังสือพิมพ์อยู่รอด แต่หนังสือพิมพ์บ้านเมืองที่ถือกำเนิดมากกว่า 40 ปีก็กำลังเผชิญปัญหากับยุคดิจิทัล โดยเฉพาะการเพิ่มสินค้าของตนเอง ซึ่งในขณะนั้นหนังสือพิมพ์บ้านเมือง ได้ทำการเปิดเว็บไซต์ เป็นของตัวเองเมื่อ 10 กว่าปีก่อนซึ่งถือว่านานพอสมควรและในเรื่องของการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเสริมในการทำธุรกิจหนังสือพิมพ์ เว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมือง ได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องมีสมาชิกที่เข้าติดตามข่าวสารในเว็บไซต์เป็นจำนวนมาก

ยุคก่อนการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคหลอมรวมสื่อ

หนังสือพิมพ์บ้านเมืองถือกำเนิดมากกว่า 40 ปี นับว่าเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีสายป่านยาวพอสมควร ในยุคแรกของหนังสือพิมพ์บ้านเมือง มีหลักในการทำงานที่เหมือนกับหนังสือพิมพ์อื่นๆ คือ มีการวางนักข่าวไว้ตามสถานที่ราชการต่างๆ รวมทั้งองค์กรเอกชนที่มีผลประโยชน์กับประเทศชาติโดยนักข่าวในยุคนั้นยังไม่ได้มีการใช้เทคโนโลยีกันมากนักเนื่องจากเทคโนโลยียังไม่ทันสมัยเท่ากับสมัยปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคดิจิทัล การทำข่าวในสมัยนั้นเริ่มจากผู้สื่อข่าวหาข่าวแล้วดำเนินการส่งข่าวทางแฟกซ์เข้ามายังกองบรรณาธิการข่าว แล้วมีหัวหน้าข่าวแต่ละโต๊ะข่าวเป็นผู้คัดสรรเลือกข่าวเพื่อนำมาลงในหนังสือพิมพ์ รวมทั้งภาพข่าวที่จะลงก็ต้องไปล้างฟิล์ม แล้วจึงส่งมายังโต๊ะข่าว

เพื่อให้เลือกภาพข่าวซึ่งเป็นการทำงานที่ต้องทำให้ตรงเวลาและทันเวลา ผู้สื่อข่าวก็ต้องทำงานให้ทันเวลาและถ้าวันไหนไม่มีข่าว ผู้สื่อข่าวจะต้องหาข่าวโดยการสัมภาษณ์แหล่งข่าวเพื่อจะนำข่าวมารวมให้ทันก่อนที่จะปิดเล่มหนังสือพิมพ์

ข่าวของหนังสือพิมพ์บ้านเมืองในยุคที่ยังไม่มีเทคโนโลยี จะเป็นข่าวในเชิงวิเคราะห์ในเรื่องของข่าวชาวบ้าน วิถีชีวิตชาวบ้าน ซึ่งมีการตอบรับอย่างดีจากกลุ่มเป้าหมายถึงแม้ว่ากลุ่มเป้าหมายของเราจะไม่มากเหมือนกับหนังสือพิมพ์ยักษ์ใหญ่อย่างไทยรัฐ หรือ เดลินิวส์ ในยุคนี้ยังไม่มีการซื้อขายเพียงแต่มีการหาข่าวโดยที่เจาะประเด็นใครประเด็นมันเท่านั้น ถึงแม้ว่าจะเป็นข่าวเดียวกับ หนังสือพิมพ์อื่นแต่ประเด็นของหนังสือพิมพ์บ้านเมืองจะฉีกไปจากหนังสือพิมพ์อื่นๆทำให้หนังสือพิมพ์บ้านเมืองสามารถเลี้ยงตัวเองได้ โดยเฉพาะจากการหาโฆษณาที่มีเข้ามาอย่างต่อเนื่องจากนายทุนที่เป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์กับกลุ่มนักการเมืองที่เข้ามาบริหารงานใน หนังสือพิมพ์

ยุคเปลี่ยนผ่านสู่ยุคหลอมรวมสื่อ

การดำเนินการเข้าสู่ยุคเปลี่ยนผ่านนั้น ในยุคก่อนการเปลี่ยนผ่านทางหนังสือพิมพ์บ้านเมืองเริ่มเข้าสู่ยุคหลอมรวมสื่อ ทางผู้บริหารหนังสือพิมพ์บ้านเมืองได้มีการวางนโยบายให้หนังสือพิมพ์ทำเว็บไซต์เป็นของตัวเอง โดยได้เริ่มทำเว็บไซต์บ้านเมือง ในประมาณ ปี พ.ศ. 2550 ซึ่งเป็นการทำเว็บไซต์ตามหนังสือพิมพ์อื่น ๆ ที่มีการทำเว็บไซต์กันขึ้นมา ก่อน โดยมีการพัฒนากันมาเรื่อยๆ จนถึงปัจจุบัน ในยุคนี้ ทางหนังสือพิมพ์บ้านเมืองได้ปรับเปลี่ยนให้ผู้สื่อข่าวนั้นส่งข่าวผ่านมายังเว็บไซต์โดยใส่เข้ามาที่ Baking News ซึ่งเป็นกล่องข้อความข่าวของเว็บไซต์แล้วทางศูนย์ข้อมูลก็ดึงข่าวต่างๆไปใส่ในกรอบของข่าวนั้นๆ และในยุคนี้ทางหนังสือพิมพ์บ้านเมืองมีการซื้อข่าว จากสำนักข่าวรอยเตอร์และศูนย์ข่าวคือ News Center ซึ่งผู้สื่อข่าวสามารถเข้าไปหาข้อมูลข่าวเพื่อมาเติมได้ซึ่งหนังสือพิมพ์อื่นๆก็มีการ ซื้อข่าวเหมือนกัน เพื่อกันการตกกระแซงของข่าวในแต่ละที่สำคัญข่าวที่ส่งมายังเว็บไซต์นั้นผู้สื่อข่าวจะต้องเขียนมาให้ครบถ้วนสมบูรณ์ เพราะทางศูนย์ข้อมูลจะไม่มีการแก้ไขในส่วนเนื้อหาของข่าวแต่อย่างใด

เมื่อสื่อเก่าปะทะกับสื่อใหม่ในยุคดิจิทัล

สหประชาชาติใหม่มาถึงพร้อมกับการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีสารสนเทศทั่วโลก อันเป็นผลพวงของการเจริญเติบโต อย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมเทคโนโลยี การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ระบบดิจิทัลนำมาซึ่งการปะทะกันระหว่างสื่อเก่ากับสื่อใหม่ นวัตกรรมที่ ไม่หยุดนิ่งของอุปกรณ์ดิจิทัลและการครอบงำของสื่อใหม่ที่ขยายตัวขึ้นอย่างไม่หยุดยั้งทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์กลายเป็นสื่อ เก่าหรือที่เรียกว่าสื่อแอนะล็อกโดยปริยาย นักวิชาการจำนวนมากถึงกับตั้งข้อสังเกตว่าความสามารถในการตอบสนองต่อวิถีชีวิตยุคใหม่ ได้อย่างฉับไวและครบวงจรของสื่อดิจิทัลจะมาแทนที่ความสำคัญและยุคยุดิบทบาทของสื่อเก่าที่จะค่อยๆตายจากไปในอนาคตอันใกล้

หากจะวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวโดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Technological Determinism) อิทธิพลที่ก่อตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องและรุนแรงของระบบดิจิทัลอาจเป็นเสมือนภัยคุกคามต่อสื่อเก่าที่มาพร้อมกับสื่อใหม่ แต่ถ้ามองให้ลึกถึงบทบาทของสื่อในเชิงประวัติศาสตร์และสังคมแล้ว รูปแบบและการพัฒนาของสื่อใหม่นั้นล้วนตั้งอยู่บนพื้นฐานการ ทำงานของสื่อเก่าทั้งสิ้น ยิ่งเทคโนโลยีมีวิวัฒนาการไปไกลเท่าไร ความเชื่อมโยงกับที่มาหรือต้นตอของแนวคิดที่มีมาก่อนก็ยิ่งชัดเจน มากขึ้นเท่านั้น

สื่อดิจิทัลที่ได้รับความนิยมยุคใหม่ล้วนแล้วแต่ถูกออกแบบสร้างสรรค์และปรับปรุงจากบทบาทการทำงานของสื่อเก่า ยกตัวอย่างเช่น Kindle หนังสือดิจิทัลที่ถูกพัฒนามาจากหนังสือแบบเล่ม ซึ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้อ่านสามารถเก็บหนังสือหลายร้อย เล่มไว้ในเครื่องมือเดียวโดยไม่มีความจำเป็นต้องร่นวญกับการแบกหนังสือที่หลายๆเล่มอีกต่อไป

วิทยุดิจิทัลที่พัฒนามาจากวิทยุสื่อสารแบบเก่าก็ยังคงทำหน้าที่เดิม ถ้าไม่นับความแตกต่างของขนาดเมื่อเทียบกับ iPod กับ วิทยุแบบพกพาแบบเด็กแรกๆยุค 80 รวมไปถึงอีเมลล์ที่พัฒนามาจากการสื่อสารทางจดหมายที่กลายเป็นเรื่องตกยุคไปแล้วหลังความสะดวก รวดเร็วทันใจของการส่งอีเมลล์เข้ามาแทนที่

ข้อจำกัดของสื่อเก่าอย่างหนังสือ วิทยุและจดหมายได้ถูกปรับปรุงผ่านการยกระดับประสิทธิภาพทางเทคโนโลยีของสื่อใหม่ โดยอาศัยกลไกการทำงานทางสังคมแบบเดียวกับสื่อเก่า นอกจากการขยายศักยภาพสื่อใหม่บนฐานของสื่อเก่าแล้ว การรวบรวมสื่อ ก็ เป็นอีกแนวทางการพัฒนาทางเทคโนโลยีที่อาศัยการรวมสื่อมากกว่าสองประเภทไว้ในแพลตฟอร์มเดียว smartphone อย่าง iPhone เป็นการรวมโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต MP3 และกล้องเข้าด้วยกัน เช่นเดียวกับ BlackBerry ที่เป็นการรวมโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต กล้อง และโปรแกรมส่งข้อความแบบเรียลไทม์ไว้ในเครื่องมือเดียวกัน การรวมสื่อหลายประเภทเข้าไว้ด้วยกันในแพลตฟอร์มเดียวเอื้อให้คนรุ่น ใหม่สามารถใช้ประโยชน์จากโทรศัพท์มือถือมากกว่าที่เคยใช้ในอดีต เพราะเพียงแค่มือถือ BlackBerry หรือ iPhone ก็สามารถพูดคุยกับ ผู้อื่นด้วยบริการส่งข้อความด่วนออนไลน์โดยไม่ต้องเปลืองค่าโทรศัพท์

จะเห็นได้ว่า เทคโนโลยีของสื่อใหม่ที่รุดหน้าไปมากเหล่านี้เป็นการปรับปรุงและพัฒนาที่สืบเนื่องมาจากคุณลักษณะร่วมกับ ต้นแบบเก่ามากกว่าที่จะเป็นการปฏิวัติเชิงนวัตกรรมอย่างถอนรากถอนโคน การรังสรรค์สื่อใหม่โดยตั้งอยู่บนฐานการใช้งานของสื่อ รูปแบบเก่าเป็นการต่อยอดคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของสื่อเก่า เพราะอิทธิพลของสื่อเก่าที่มีต่อการเปลี่ยนผ่านของสังคมและวัฒนธรรม ก็เป็นตัวกระตุ้นการพัฒนาไปสู่สื่อใหม่ที่ต้องรับความเป็นไปของสังคมยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า

เมื่อเป็นเช่นนี้สื่อใหม่และสื่อเก่าจึงไม่ได้แตกตัวออกจากกันอย่างสิ้นเชิง ถึงแม้สื่อรูปแบบเก่าจะถูกลดความสำคัญลงไปเมื่อสื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น แต่โครงสร้างพื้นฐานของมันก็ยังมีความสำคัญในแง่ของประวัติศาสตร์ เนื่องจากสื่อดิจิทัลในปัจจุบันต่างก็ทำหน้าที่สืบเนื่องจากสื่อแอนะล็อกที่ถูกคิดค้นมาก่อน เช่นเดียวกับสถานะของสื่อแอนะล็อกแต่ละชนิดเหล่านั้นเมื่อถูกนำเสนอสู่สาธารณชนครั้งแรก

ประสิทธิภาพที่ครอบคลุมกว้างไกลกว่าของสื่อใหม่ อันเป็นผลพวงของการปรับปรุงและเติมเต็มขีดความสามารถในการใช้งานของสื่อเก่า ย่อมลดบทบาทความสำคัญเชิงเศรษฐกิจและสังคมวัฒนธรรมของสื่อเก่าลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อย่างไรก็ตาม สื่อใหม่ก็ไม่ได้นำมาซึ่งการสิ้นสุดของคุณค่าเชิงประวัติศาสตร์และมานุษยวิทยาของสื่อเก่า สื่อแอนะล็อกจะยังคงมีนัยสำคัญต่อวิวัฒนาการและกลไกการทำงานทางสังคมของสื่อดิจิทัล เทียบเท่ากับที่สื่อดิจิทัลในปัจจุบันจะมีต่อความรวดเร็วทางเทคโนโลยีของสื่อในอนาคต

ที่ผ่านมาหนังสือพิมพ์หลายฉบับพยายามดิ้นรนเพื่อความอยู่รอด โดยเปิดช่องทางการสื่อสารให้กว้างขวางขึ้น ทั้งหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ข่าวสั้นผ่านมือถือ วิทยุออนไลน์ การสร้างแอปพลิเคชัน และหาช่องทางการประมวลผลที่ดิจิทัล ขณะนี้แนวโน้มการเพิ่มบุคลากรเพื่อรองรับภาระงานเหล่านั้นกลับสวนทาง สื่อหลายค่ายไม่มีนโยบายเพิ่มพนักงาน เป็นสัญญาณบ่งบอกชัดเจนว่านักข่าวที่จะดำรงหน้าที่ของตนไว้ได้ จำเป็นต้องปรับทักษะการทำงานให้สามารถนำเสนอข่าวได้หลากหลายประเภท ซึ่งสื่อแต่ละประเภทย่อมมีลักษณะเฉพาะ ทั้งเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกันไป

ไม่เพียงความต้องการในด้านทักษะการนำเสนอข่าวผ่านสื่อต่างๆ ที่มีความหลากหลายมากขึ้น แต่นักข่าวในฐานะที่เคยมีบทบาทหลักในการเสนอข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชน กำลังต้องเผชิญกับความท้าทายจากสถานการณ์การสื่อสารบนโลกออนไลน์ ซึ่งผู้ใช้สามารถเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ในคราวเดียว นักข่าวภาคพลเมือง (Media Citizenship) เกิดขึ้นแทบจะทุกวินาที หลายเหตุการณ์ทั่วโลก ประชาชนทั่วไปที่มีสมาร์ตโฟนสามารถรายงานสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตรงหน้าได้อย่างละเอียดและรวดเร็วก่อนที่นักข่าวภาคสนามจะไปถึงเหตุการณ์เสียอีก

สถานการณ์เช่นนี้มีนัยที่ชัดเจนว่า นักข่าวไม่สามารถดำรงอยู่ด้วยการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแบบวันต่อวันได้อีกต่อไป สาธารณชนคาดหวังให้นักข่วนำเสนอ “ข่าวเชิงลึก” ที่สะท้อนเบื้องหลังได้อย่างถึงแก่น ขณะเดียวกันก็ต้องการการวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรอบด้าน ครอบคลุมทั้งมิติทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังมุ่งหวังให้สื่อแสดงบทบาทนำในการเปิดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จนนำไปสู่การหาทางออกในปัญหาต่างๆ ร่วมกันในสังคม (แผนยุทธศาสตร์สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย พ.ศ. 2556)

หนังสือพิมพ์บ้านเมืองจะอยู่อย่างไรเมื่อสื่ออื่นมีการหลอมรวมสื่อ

"Convergence Journalism" คือการหลอมรวมสื่อในงานวารสารศาสตร์ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ออนไลน์ และอื่นๆ หมายรวมถึงสื่อใหม่ เช่น Social media iPad มือถือ ฯลฯ ขณะเดียวกันคนเสื่อ (Interactive) ได้ทั้งกระบวนการรายงานข่าว อีกทั้ง Convergence Journalism ยังเป็นการสื่อสารสองทาง คือการสื่อสารระหว่างเครือข่ายผู้บริโภคกันเอง (แสดงความเห็น กดไลค์ แชร์ ดัดแปลงข้อมูล ล้อเลียน ฯลฯ) ดังนั้นนักข่าวรุ่นใหม่ต้องคอยมอนิเตอร์ Social Media"

สิ่งเหล่านี้จึงเป็นที่มาของนักข่าวพันธุ์ใหม่ในสงคราม Convergence Journalism ที่ต้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานซึ่งนักข่าวปัจจุบันต้องเรียนรู้และปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยี Social Media (โซเชียลมีเดีย) เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคหันมารับข่าวสารจากสื่อออนไลน์มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์เพราะสะดวกสบาย พกพาและทันเหตุการณ์ดังนั้นบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับยุคสมัยมากที่สุด (รติบดี สิทธิปัญญา, 2556)

ในยุคข้อมูลข่าวสาร สื่อใหม่ (New Media) ที่มีการหลอมรวมเทคโนโลยี อย่างเช่น สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคมหลากหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทในด้านการสื่อสาร จากคุณสมบัติดังกล่าวเป็นผลให้จำนวนผู้ใช้สื่อใหม่ในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการเป็นสื่อใหม่ที่ผู้ใช้มีเสรีภาพสูงในการกำหนดเนื้อหา และรูปแบบการใช้ประโยชน์ หากมีการนำไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสมอันก่อให้เกิดความเสียหายกระทบกระเทือนต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของรัฐ รวมทั้งความสงบสุขและศีลธรรมอันดีของประชาชน จึงน่าจะเป็นจุดเร่งให้เกิดกฎหมายใหม่สำหรับสื่อใหม่ในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยี และการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์

ลักษณะของการหลอมรวมสื่อ

การหลอมรวมสื่อหรือ Convergence นั้นจะเกิดขึ้นใน 4 ระดับคือ 1) การหลอมรวมบริการ (Convergence of Services) 2) การหลอมรวมของช่องทางการสื่อสารข้อมูล (Convergence of Transmission Channels) 3) การหลอมรวมของอุปกรณ์ลูกข่าย (Convergence of Terminals) 4) การหลอมรวมของผู้ให้บริการ (Convergence of Providers) ผ่านการควบรวมกิจการและการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ

ผู้บริหารหนังสือพิมพ์บ้านเมืองมองว่า การเข้ามาอย่างรวดเร็วของสื่อออนไลน์ ทั้ง เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ ส่งผลให้ยอดขายรายหนังสือพิมพ์บ้านเมืองลดลง ประกอบกับยุคสมัยเปลี่ยนไปช่องทางการรับสารของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นสพ.บ้านเมือง ได้มีการปรับตัวโดยจัดทำเว็บไซต์ www.banmuang.co.th เพื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอข่าวนอกเหนือจากหนังสือพิมพ์ โดยเน้นความรวดเร็ว สั้นๆ ได้ใจความเพื่อตึงใจผู้อ่านติดตาม นอกจากนี้ยังเพิ่มช่องทางการหารายได้ด้วยการขายโฆษณาออนไลน์ แต่เมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์แล้วรายได้จากการขายโฆษณาออนไลน์ยังน้อยกว่าการขายโฆษณาในหนังสือพิมพ์และยอดขายรายหนังสือพิมพ์อยู่มากจึงทำให้ไม่สามารถปรับตัวเป็นสื่อออนไลน์ได้เต็มรูปแบบ

ขณะที่บรรณาธิการข่าวและผู้สื่อข่าวมองคล้ายกันว่าหนังสือพิมพ์บ้านเมืองมีการปรับตัวน้อยมากเมื่อเทียบกับสื่ออื่นๆ แต่เนื่องจากมีเว็บไซต์ข่าวกระบวนการทำงานต้องเปลี่ยนไปอาศัยความเร็วแต่เนื้อหาต้องมีความชัดเจนและถูกต้อง

นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่าผู้สื่อข่าวบางคนมีความเห็นว่าแม้หนังสือพิมพ์บ้านเมืองจะมีการปรับตัวแต่ก็ไม่ได้ทำให้รูปแบบการทำงานเปลี่ยนไป เนื่องจากมีเพียงบางข่าวเท่านั้นที่อัปเดตขึ้นเว็บไซต์ ส่วนข่าวที่ต้องรายงานผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ก็ยังคงปิดในเวลาปกติ

ในยุคนี้นหนังสือพิมพ์บ้านเมืองที่ได้ชื่อว่าเป็นหนังสือพิมพ์ขนาดเล็ก จะมีผลกระทบอะไรบ้างจากการหลอมรวมสื่อ เนื่องจากการเป็นหนังสือพิมพ์ขนาดเล็ก มีทุนน้อยไม่สามารถต่อสู้กับกลุ่มหนังสือพิมพ์ใหญ่ได้ทางหนังสือพิมพ์บ้านเมืองเองก็ตระหนักถึงปัญหาที่จะเข้ามามี โดยเฉพาะจำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอต่อการทำงาน และเรื่องที่สำคัญ คือเงินเดือนของพนักงานไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ ทำให้ผู้สื่อข่าวในโต๊ะข่าวต่างๆ ได้ออกไปรับงานภายนอกเพื่อเป็นการหาเลี้ยงชีพตนเอง

เนื่องจากทางหนังสือพิมพ์บ้านเมืองจะต้องแข่งขันกับหนังสือพิมพ์อื่นๆ ในเรื่องของยอดขายและในเรื่องของเทคโนโลยี ทางหนังสือพิมพ์บ้านเมืองได้มีการปรับกลยุทธ์ในการหารายได้ของหนังสือพิมพ์โดยการเปิดหน้าขายตรงขึ้นมา เพื่อเป็นหน้าขายเศรษฐกิจที่สามารถหารายได้เข้ามายังบริษัทได้แต่ไม่ได้เน้นที่ยอดขายแต่นั่นที่อย่างไรจะให้บริษัทนั้นอยู่รอดในสถานะที่เศรษฐกิจตกต่ำ รวมทั้งมีกลยุทธ์ทางการตลาด ก่อนวันหอยออกมีการนำข้อมูลเกี่ยวกับหอยมาลงตีพิมพ์เพื่อเพิ่มยอดขายทำให้หนังสือพิมพ์บ้านเมืองมีกลุ่มเป้าหมายเพิ่มมากขึ้น ปัญหาอีกปัญหาที่บ้านเมืองต้องเผชิญคือ บุคลากรในการทำงานไม่เพียงพอ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง เป็นคล้ายๆ กับสถานศึกษาหรือโรงเรียนของนักเรียนใหม่ที่เข้ามาทำงาน เมื่อนักข่าวรุ่นใหม่เข้ามาทำงานแล้วผ่านการฝึกอย่างหนักจากหนังสือพิมพ์บ้านเมือง ก็โดนหนังสือพิมพ์หัวใหญ่นำมาซื้อตัวไปทำให้บุคลากรไม่เพียงพอ สาเหตุที่นักข่าวรุ่นใหม่ออกจากหนังสือพิมพ์บ้านเมือง ก็เพื่อที่จะไปโตในหนังสือพิมพ์ที่มีหัวใหญ่กว่าและมีเงินเดือนที่มากกว่า

ถ้าจะพูดถึงการทำงานข่าวของนักข่าวในหนังสือพิมพ์บ้านเมืองที่ในปัจจุบันนี้มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น โดยมีการใช้อุปกรณ์ในการทำข่าวที่ทันสมัยมากขึ้น มีการใช้กล้อง ดิจิตอล ที่สามารถถ่ายรูปและส่งภาพข่าวมายังศูนย์ข้อมูลในกองบรรณาธิการได้อย่างทันทีทั้งที่เหมือนกับนักข่าวในหนังสือพิมพ์อื่นๆ แต่สิ่งที่ทางหนังสือพิมพ์บ้านเมืองขาดก็คือการเพิ่มสินค้าของบริษัท หนังสือพิมพ์บ้านเมืองยังคงมีเพียงสองสินค้าคือหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์เท่านั้น เพราะนโยบายของผู้บริหารในขณะนี้ยังคงให้ทำสื่อที่เป็นหนังสือพิมพ์กับเว็บไซต์เท่านั้น ในเรื่องของวิทยุออนไลน์ ทีวีดิจิตอล ทางหนังสือพิมพ์บ้านเมืองยังไม่มียุทธศาสตร์ที่จะทำเพียงแต่ในตอนนี้ต้องการประคองให้สื่อหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ให้อยู่รอด โดยการขายโฆษณาของหนังสือพิมพ์ และเว็บไซต์สามารถหารายได้ให้กับบริษัทได้พอสมควรและรายได้ของหนังสือพิมพ์บ้านเมืองอีกทางหนึ่งคือ การรับพิมพ์งานให้กับหน่วยงานราชการต่างๆ ที่หนังสือพิมพ์มี Connection กันอยู่ ตรงจุดนี้ก็สามารถหารายได้ให้กับบริษัทได้เหมือนกันหนังสือพิมพ์บ้านเมืองต้องมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้งานเข้าถึงเทคโนโลยี และทำงานด้วยความรวดเร็ว โดยเฉพาะบรรณาธิการข่าวต้องมองประเด็นข่าวได้อย่างลึกและกว้างกว่าผู้สื่อข่าว โดยอาศัยประสบการณ์การทำงานผสมผสานกับการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ เพื่อความสะดวกในการทำงาน

จากการสัมภาษณ์คุณพลทิพย์ ฤกษ์พิบูลย์ หัวหน้ากองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์บ้านเมือง กล่าวว่า ตอนนี้ทางหนังสือพิมพ์บ้านเมืองยังไม่ได้มองไปถึงการเพิ่มเรื่องของโทรทัศน์หรือวิทยุเหมือนกับสื่ออื่นเพราะเรามองแล้วว่าไม่ใช่ตัวตนของบ้านเมืองและเรามีทุนน้อย แต่ถ้าเราจะทำให้เรื่องของโทรทัศน์ อาจจะทำในรูปแบบของการเป็น ชัฟฟลายเออร์ เพราะจากประสบการณ์ที่ผ่านมาได้มีการพูดคุยกับหนังสือพิมพ์ที่ทำโทรทัศน์ก็ได้รับคำตอบว่าขาดทุนแม้กระทั่งเดอะเนชั่นเองก็ตาม เราจะมีแผนพัฒนาเว็บไซต์ของบ้านเมืองให้พัฒนายิ่งขึ้นจะเพิ่ม E-Book ขึ้นมาแต่ก็ต้องดูทิศทางก่อนโดยการเปลี่ยนแปลงของเว็บไซต์เราจะเพิ่มบุคลากรมาเขียนข่าวเป็นการวิเคราะห์ข่าวไม่ใช่อ่านแต่ข่าวอย่างเดียวจะทำให้เว็บไซต์หนาสนใจมากยิ่งขึ้นหนังสือพิมพ์บ้านเมืองที่ไม่สามารถประสบความสำเร็จเป็นสื่อออนไลน์ได้อย่างเต็มรูปแบบเนื่องจากผู้บริหารไม่มีนโยบายการทำออนไลน์ที่ชัดเจนและไม่มีความรู้ในการบริหารงานสื่อ นอกจากนี้ยังขาดการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีรวมถึงการดูแลคุณภาพชีวิตของพนักงานตามความเหมาะสมเพื่อสร้างขวัญกำลังใจให้กับพนักงานจึงทำให้ไม่สามารถทำงานไปในทิศทางเดียวกันได้

หัวหน้ากองบรรณาธิการ กล่าวต่อไปว่าหนังสือพิมพ์บ้านเมืองยังคงสถานะเดิมคือทำหน้าที่หนังสือพิมพ์ต่อไป คาดว่า 3-5 ปี หนังสือพิมพ์ยังไม่ตายจากไปแต่หลังจากนั้นก็ไม่น่าอนอาจจะมีหนังสือพิมพ์บางฉบับหายไป บ้านเมืองเองหลังจากนั้นยอดพิมพ์อาจจะลดลง ถึงเวลานั้นค่อยมาว่ากันใหม่ อาจจะปรับเปลี่ยนรูปแบบของหนังสือพิมพ์ ข่าวน่า 1 อาจจะไม่มีแล้วข่าวพาดหัว แต่อาจจะนำบทวิเคราะห์ข่าวมาลงในหน้า 1 แทนดังนั้นในเรื่องของการหลอมรวมสื่อหนังสือพิมพ์บ้านเมืองยังไม่ได้ทำอะไรไปมากกว่านี้ขออยู่อย่างนี้แต่จะพยายามพัฒนาเว็บไซต์ให้มีหน้าเว็บไซต์ที่หลากหลายมากกว่านี้ เราจะสร้างทีมทำเว็บไซต์เพิ่มขึ้นมากหวังว่าเว็บไซต์ของเราจะพัฒนาไปได้ในอนาคต (สัมภาษณ์ วันที่ 15 ตุลาคม 2559)

สุภาพษ์ เทียนสี รองบรรณาธิการข่าวฝ่ายเศรษฐกิจ กล่าวว่า ความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์บ้านเมือง ในยุคหลอมรวมสื่อนั้น คิดว่าจะต้องขึ้นอยู่กับผู้บริหารว่ามีแนวทางอย่างไร ในส่วนตัวของผู้สื่อข่าวเองก็ทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าวและเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีไปพร้อมๆกัน ดังนั้นตอนนี้ผู้สื่อข่าวภาคสนามก็จะส่งข่าวผ่านเข้ามาที่เว็บไซต์ได้เลย โดยจะต้องเขียนข่าวมาให้สมบูรณ์ ในเรื่องของงานโทรทัศน์เราก็คือว่าเป็นเรื่องไกลตัวดังนั้นจะเพิ่มสื่อต่างๆ จะต้องรออนโยบายของผู้บริหารก่อนแต่ผู้สื่อข่าวก็ต้องมาพัฒนาในเว็บไซต์ของเราเองให้มากขึ้นอาจจะมีการเข้าไปร่วมทำร่วมออกแบบหน้าเว็บไซต์เช่นกันและที่สำคัญในขณะนี้หนังสือพิมพ์บ้านเมืองเองก็พยายามที่รักษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายเอาไว้โดยมีการทำวิจัยสำรวจความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายว่าต้องการจะให้หนังสือพิมพ์บ้านเมืองนำเสนอข่าวแบบใดที่จะสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ให้ได้มากที่สุดโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร (สัมภาษณ์ วันที่ 14 ตุลาคม 2559)

เทพชัย หย่อง กรรมการบริหารบริษัท เนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ในช่วงนี้เป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของสื่อมวลชนไทย ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์อื่นๆ ที่ตอนนี้ต้องคิดแล้วว่า จะทำอย่างไรให้หนังสือพิมพ์ของตัวเองอยู่รอด โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์หัวเล็กที่มีแนวโน้มจะต้องจากไป และในตอนนี้จะมีการทำโทรทัศน์ดิจิทัล ซึ่งมี 4 ยักษ์ใหญ่แห่งวงการหนังสือพิมพ์เข้าประมูล สิ่งนี้บ่งบอกว่าในอนาคตประเทศไทยจะมีโทรทัศน์มากขึ้น และ หนังสือพิมพ์เล็กๆ ที่ไม่มีทุนจะทำอย่างไร ก็ต้องมาดูกันว่าหนังสือพิมพ์ที่ผันตัวเองมาทำโทรทัศน์จะปรับตัวกันอย่างไร ทางเดอะเนชั่นเองโชคดีที่ทำงานด้านโทรทัศน์มาก่อนเลยมีประสบการณ์และประสบความสำเร็จ

กรรมการบริหารฯ กล่าวต่อไปว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐกับเดลินิวส์จะทำงานอย่างไรกับการทำงานด้านโทรทัศน์ อย่างเดลินิวส์ก็ได้ทำโทรทัศน์มาช่วงหนึ่งแต่ก็ไม่แน่นอนเพราะกลุ่มเป้าหมายไม่ชัดเจน การหลอมรวมสื่อในความคิดจะต้องเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใหม่เพราะการทำโทรทัศน์ต้องใช้ทรัพยากรเยอะมากจะทำอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ ผู้บริหารต้องลงมาลุยงานให้หนักมีการบริหารจัดการที่ชัดเจนโดยเฉพาะนักข่าวต้องมีการปรับตัวอย่างมากเนื่องจากเคยเขียนข่าวส่งหนังสือพิมพ์อย่างเดียวแต่ตอนนี้ต้องมาเขียนข่าวลงเว็บไซต์ เขียนข่าวส่งโทรทัศน์ ดังนั้นผู้สื่อข่าวจะต้องพยายามที่จะเรียนรู้ให้มากขึ้น (สัมภาษณ์ วันที่ 16 ตุลาคม 2559)

ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี หัวหน้าศูนย์กองบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ กล่าวว่า สำหรับการหลอมรวมสื่อของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐนั้น ตอนนี้ได้ตั้งบริษัทใหม่ขึ้นมา ชื่อว่า Tren Development VG ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำเว็บไซต์อย่างเดียวโดยเป็นแหล่งที่หารายได้ โดยเราเอาเนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ 50 เปอร์เซนต์ และหาเอง 50 เปอร์เซนต์ และตอนนี้ผลิตข่าวเอง ประมาณ 80 เปอร์เซนต์ โดยเรารับทีมงานใหม่จากภายนอกและผู้สื่อข่าวที่ต้องการย้ายมาทำงานในบริษัทใหม่ มีการบริหารเหมือนกับบริษัททั่วไป โดยในขณะนี้กำลังสร้างตึก 13 ชั้นในพื้นที่ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเพื่อรองรับ โทรทัศน์ดิจิทัล โดยใช้ชื่อบริษัทว่า Trver V Broadcasts ซึ่งเป็นอีกบริษัทหนึ่งที่ทางไทยรัฐทำมาเพื่อรองรับโทรทัศน์โดยเฉพาะ

นายชิตพงษ์ กิตตินราทร สถาบัน ChangeFusion กล่าวถึงยุคสื่อหลอมรวมว่า การหลอมรวมเป็นการสร้างโลกใบใหม่ที่น่าเอาสื่อต่างๆ มาอยู่ด้วยกัน ซึ่งการปฏิสัมพันธ์ของคนหรือการเรียนรู้ เช่นการเรียนรู้ระหว่างกัน การเรียนรู้สิ่งอื่นๆ ในโลกภายนอกนั้นเปลี่ยนไปแล้ว

“การเปลี่ยนไปอาจจะไม่ดี แต่ในความเป็นจริงอาจจะดีก็ได้ ก็ยังเป็นคำถามที่หลายคนยังสงสัยอยู่” นายชิตพงษ์ กล่าวถึงการเปลี่ยนไปของสื่อ และว่าในปัจจุบันการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมีเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากปัจจัยหลายอย่าง อาทิ ราคาของอุปกรณ์เครื่องมือสื่อสารแต่ละชนิด ไม่ว่าจะเป็นสมาร์ทโฟน หรือคอมพิวเตอร์มีราคาที่ถูกลง และการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทำได้ง่ายขึ้น เป็นต้นจากนั้น ได้นำเสนอแนวโน้มของสื่อที่เป็นข้อน่าสังเกตในการใช้สื่อใหม่ในยุคนี้ ได้แก่

1. โลกส่วนตัวแยกออกจากโลกเครือข่ายสังคมดั้งเดิม เช่น การเป็นข่าว การแสดงความรู้ การแสดงความคิดเห็น หรือการนำสิ่งต่างๆ รอบตัวมาเป็นประเด็นขบขัน การรณรงค์ที่ทำให้สังคมเกิดความเปลี่ยนแปลงศิลปะ ความโปร่งใส สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นโลกส่วนตัวที่แยกออกจากโลกเครือข่ายดั้งเดิมทั้งสิ้น
2. เครือข่ายสังคมร่วมกับเรื่องสาธารณะเป็นหนึ่งเดียว เครือข่ายสังคมได้หลอมรวมกับเรื่องของเครือข่ายสาธารณะ เรื่องข่าว เรื่องความรู้ เรื่องการรณรงค์ให้เป็นหนึ่งเดียวกันมากขึ้น
3. การเติบโตของ Social Media Campaign ซึ่งแคมเปญการรณรงค์ที่ใช้สื่อใหม่ที่เราเรียกว่า Social Media เป็นตัวนำในการรณรงค์ต่อสาธารณะที่ก่อให้เกิดกระแสในอินเทอร์เน็ตและประสบความสำเร็จในที่สุด

4. พื้นที่ใหม่ที่ขึ้นวัดกรรมสร้างพลัง การเกิดพื้นที่ใหม่ๆ ในการเปลี่ยนแปลง การเรียนรู้ ในการสร้างเรื่องใหม่ๆ ในสังคม เช่น เว็บไซต์ที่สามารถให้ทุกคนเรียนฟรี, เว็บไซต์คนสังคมร่วมรณรงค์ในเรื่องต่างๆ หรืออื่นๆที่เกิดขึ้นมาในอินเทอร์เน็ตและทำให้ผู้คนมีส่วนร่วมได้ เป็นต้น (นักวิชาการเชื้อยุดหลอมรวม ใช้เป็นได้ประโยชน์สร้างพลังร่วมมหาศาล, 2559)

“สื่อใหม่ในยุคปัจจุบัน ชีวิตกับอินเทอร์เน็ตหลอมรวมเข้าเป็นอย่างเดียวกัน เส้นแบ่งพื้นที่ส่วนตัวกับพื้นที่สาธารณะยากมาก ยิ่งขึ้น โซเชียลมีเดียสามารถใช้ได้หลากหลาย ใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น เช่น ดูข่าว ดูข้อมูลความรู้การสร้างเปลี่ยนแปลงได้ถ้าหากผสมผสานเป็น การเรียนหรือการให้ความรู้ การรวมตัวบางอย่างเพื่อแสดงพลัง”

ดังนั้น หนังสือพิมพ์บ้านเมืองก็ยังไม่มีการเพิ่มสื่อต่างๆ นอกจากสื่อที่มีอยู่เท่านั้น และในอนาคตอีก5ปีข้างหน้า ก็คงจะต้องมาดูกันใหม่ว่าหนังสือพิมพ์บ้านเมืองจะอยู่รอดหรือไม่หรือมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางอื่นอย่างไร โดยเฉพาะในเรื่องของการหลอมรวมสื่อที่ในหลาย ๆ สื่อหนังสือพิมพ์ได้พัฒนากันไปหมดแล้วและหนังสือพิมพ์บ้านเมืองจะยังคงอยู่หรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารต่อไปว่าจะหาแนวทางอย่างไรมาพัฒนาเพื่อให้หนังสือพิมพ์อยู่รอดเป็นปากกระบอกเสียงของประชาชนต่อไปและคาดหวังว่าหนังสือพิมพ์บ้านเมืองจะยังคงรักษาอุดมการณ์ในการทำงานเพื่อประชาชนต่อไป

ประวัติหนังสือพิมพ์บ้านเมือง

บ้านเมือง เป็นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย เสนอข่าวทั่วไป มีรูปปกคาบข่าวอยู่บนตัวหนังสือ บ้านเมือง สีแดงเป็นสัญลักษณ์

หนังสือพิมพ์บ้านเมือง ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2515 โดยมี บริษัท บ้านเมืองการพิมพ์ จำกัด ที่มาจากการรวมตัวกัน ของนักหนังสือพิมพ์ และนักธุรกิจกลุ่มหนึ่ง ซึ่งบริษัทฯ มีมติให้ วิจารณ์ ภุกพิบูลย์ เป็นผู้อำนวยการหนังสือพิมพ์ และ มานะ แพร่พันธุ์ อดีตบรรณาธิการหนังสือพิมพ์พิมพ์ไทย ซึ่งเป็นบุตรชายของ "ยาขอบ" (นักประพันธ์เรื่อง ผู้ชนะสิบทิศ) เป็นบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ส่วนตัวหนังสือพิมพ์ในยุคแรกนั้น พิมพ์สีขาวดำ ด้วยระบบออฟเซต ฉบับละ 16 หน้า ราคา 1.00 บาท

ในปัจจุบันนี้ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง ได้ปรับตัวลงไปแล้วคือในรูปแบบของหนังสือพิมพ์แต่ยังคงอยู่ในรูปของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ยังนำเสนอข่าวสารผ่านในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านและ ยังคงพัฒนารูปแบบ และเนื้อหาสาระอย่างต่อเนื่อง แบ่งออกเป็นสามส่วนคือ ข่าวทั่วไป ข่าวกีฬา และข่าวบันเทิง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการอ่านมากขึ้นโดยในปัจจุบันนี้ได้เว็บไซต์อย่างเป็นทางการคือ Banmuang.co.th. โดยมีผู้สนับสนุนคือมีโฆษณา ประมาณ 15 ตัวสินค้า มีนักข่าวประจำ 8 คน และนักข่าวภูมิภาคกระจายอยู่ใน30จังหวัดใหญ่ ๆ ทั่วประเทศ

ลักษณะเด่นในยุคที่ผ่านมา

หนังสือพิมพ์บ้านเมือง เป็นฉบับแรกที่เปิดรับโฆษณาย่อย ในชื่อ ตลาดบ้านเมือง เพื่อเป็นสื่อกลางในการซื้อขายสินค้า และบริการต่างๆ หรือประกาศรับสมัครงาน เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นฉบับแรกที่เปิดหน้ารวมสาระความรู้ การ์ตูน และเกมสำหรับเยาวชน ในชื่อ หน้านี้ของคุณหนู อีกด้วย

เกียรติยศ

พ.ศ. 2518 - รางวัลหนังสือพิมพ์ดีเด่นสำหรับเยาวชน จากสมาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย

พ.ศ. 2535 - รางวัลบรรณาธิการดีเด่น จากสมาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย

พ.ศ. 2540 - รางวัลภาพข่าวยอดเยี่ยมจากสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย

พ.ศ. 2544 - รางวัลชนะเลิศภาพข่าวสร้างสรรค์ยอดเยี่ยม โล่พระราชทาน ภปร ทองคำ จากสมาคมหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ร่วมกับมูลนิธิธนาคารกรุงเทพ

ปกเปลือกรายการ ชื่อเก้าอี้ ปืนหนึ่งกว่าหมื่นล้าน

พ.ศ. 2545 - รางวัลชนะเลิศภาพข่าวสร้างสรรค์ยอดเยี่ยม โล่พระราชทาน ภปร ทองคำ จากสมาคมหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

ทรงห่วงใยมหันตภัยร้าย ยาเสพติดทวีความรุนแรง

พ.ศ. 2546 - รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 1 พาดหัวข่าวสร้างสรรค์ยอดเยี่ยม โล่พระราชทาน ภปร ทองคำ จากสมาคมหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

ทรงเตือนนายกฯ คิดพอเพียง อย่าเห่อ – อย่าลอย

พ.ศ. 2548 - รางวัลองค์กรที่เผยแพร่ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอันเป็นประโยชน์ต่อสังคม จากกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

พ.ศ. 2548 -รางวัลองค์กรส่งเสริมกิจกรรมเยาวชนกับการอนุรักษ์พลังงาน จากกระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงพลังงาน

หนังสือพิมพ์บ้านเมืองเคยจัดงานประกาศผลและมอบรางวัลที่วัดกิตติเทพมหาราช ให้กับผู้แสดงผลงานทางสื่อโทรทัศน์จากการตัดสินของประชาชนที่ส่งจดหมายเข้ามา โดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 และสิ้นสุดในปี พ.ศ. 2525 (อรณพ แสงภู, 2557)



ภาพที่ 1 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์หนังสือพิมพ์บ้านเมือง

เนื่องจากหนังสือพิมพ์บ้านเมืองเป็นองค์กรสื่อที่บริหารจัดการในลักษณะของครอบครัว ประกอบกับเชื่อมโยงทางการเมือง ทำให้ขาดเอกภาพในการนำเสนอข่าว ในฐานะผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับพนักงานทุกฝ่ายโดยมีการประชุมใหญ่เดือนละครั้งเพื่อสอบถามปัญหาและร่วมกันหาทางแก้ไข

ในส่วนของการตอบสนองต้องจัดสรรให้มีความเป็นธรรมถึงแม้ว่าจะไม่สามารถให้ตามกฎหมายกำหนดได้แต่ผู้บริหารสามารถทำความเข้าใจกับพนักงานถึงความจำเป็นในการไม่ขึ้นค่าตอบแทน หรือต้องหาสิ่งรองรับเพื่อช่วยแบ่งเบาค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้กับผู้สื่อข่าวที่ต้องไปทำข่าวนอกสถานที่ รวมถึงการเอาใจใส่เรื่องคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของพนักงานเพื่อสร้างแรงจูงใจและเป็นกำลังใจในการทำงาน

ในส่วนของการบริหารการ ผู้สื่อข่าว และ พนักงานในกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์บ้านเมืองต้องมีการเตรียมพร้อมตัวเองอยู่ตลอดเวลาถึงแม้ว่า องค์กรจะไม่มีปรับตัวเป็นสื่อออนไลน์เต็มรูปแบบได้ แต่ในฐานะคนทำข่าวผู้สื่อข่าวต้องมีความรู้และเข้าถึงสื่อทุกรูปแบบได้ เพื่อนำมาต่อยอดการทำงาน นอกจากนี้การเรียนรู้เรื่องเทคโนโลยี ผู้ที่มีความรู้ต้องมีการถ่ายทอดให้กับคนอื่น ๆ โดยเฉพาะผู้สื่อข่าวอาวุโสเพื่อให้เข้าใจวิธีการทำงานลดช่องว่างความขัดแย้งระหว่างวัยที่อาจเกิดขึ้นด้วย

ดังนั้น หนังสือพิมพ์บ้านเมืองก็จะยังไม่มีมีการเพิ่มสื่อต่างๆ นอกจากสื่อที่มีอยู่เท่านั้น และในอนาคตอีก 5 ปีข้างหน้า ก็คงจะต้องมาดูกันใหม่ว่าหนังสือพิมพ์บ้านเมืองจะอยู่รอดหรือไม่หรือมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางอื่นอย่างไร โดยเฉพาะในเรื่องของการหลอมรวมสื่อที่ในหลายๆ สื่อหนังสือพิมพ์ได้พัฒนากันไปหมดแล้วและหนังสือพิมพ์บ้านเมืองจะยังคงอยู่หรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้บริหารต่อไปว่าจะหาแนวทางอย่างไรมาพัฒนาเพื่อให้หนังสือพิมพ์อยู่รอดเป็นปากกระบอกเสียงของประชาชนต่อไปและคาดหวังว่าหนังสือพิมพ์บ้านเมืองจะยังคงรักษาอุดมการณ์ในการทำงานเพื่อประชาชนต่อไป

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

เอกสารอ้างอิง

จันจิรา ศิริเมตโต (2556). การเปลี่ยนแปลงของหนังสือพิมพ์ ในยุคอินเทอร์เน็ต.สายวิชาการบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์.

กรุงเทพฯ: คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี หัวหน้าศูนย์กองบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2559)

เทพชัย หยอง กรรมการบริหารบริษัท เนชั่น มัลติมีเดียกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) (สัมภาษณ์ วันที่ 16 ตุลาคม 2559)

นักวิชาการซื้อสื่อยุคหลอมรวม ใช้เป็นได้ประโยชน์สร้างพลังร่วมมหาศาล. (2560, 23 กุมภาพันธ์). (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ วันที่ 23

กุมภาพันธ์ 2560 จาก <http://www.isranews.org/thaireform-news-mass-comm/item/29184-media07.html>.

พลทิพย์ ฤกษ์พิบูลย์ หัวหน้ากองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์บ้านเมือง (สัมภาษณ์ วันที่ 15 ตุลาคม 2559)

แผนยุทธศาสตร์สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย พ.ศ.2556. (2556).

รติบดี สิทธิปัญญา. (2556). วารสารศาสตร์กับการหลอมรวมสื่อ. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สุดารัตน์ ดิษยวรรณนะ. (2557). หลักและแนวคิดวารสารศาสตร์คอนเวอร์เจนซ์. กรุงเทพฯ: สถาบันปัญญาภิวัฒน์.

สุภพงษ์ เทียนสี รองบรรณาธิการข่าวฝ่ายเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง (สัมภาษณ์ วันที่ 14 ตุลาคม 2559)

อรรณพ แสงภู. (2557). การเขียนข่าวและรายงานข่าวหนังสือพิมพ์เบื้องต้น. ราชบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.

การสื่อความหมายเกี่ยวกับความจงรักภักดีในเรือยาวประเพณีขึ้นโขงชิงธง

Communication Loyalty in the traditional Flag-snatching Long Boat Racing

ภควัต รัตนราช, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม¹

Email: phakawat29@gmail.com

บทคัดย่อ

การแข่งขันเรือยาวประเพณีเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่อยู่ในรูปของ “ประเพณี” ที่มีการสื่อความหมายที่หลากหลาย โดยเฉพาะเรือยาวประเพณีขึ้นโขงชิงธง จังหวัดชุมพร ที่มีอุดมการณ์ด้านความจงรักภักดีซึ่งเป็นรากฐานของประเพณีที่สื่อความหมายผ่านรูปสัญลักษณ์ ประกอบด้วย 1) ถ้วยพระราชทาน เป็นรางวัลอันสูงสุดของชุมชนและฝีพายเรือ นำมาซึ่งความร่วมมือร่วมใจร่วมพลังกันของชุมชนในการแก้ปัญหาต่างๆ ตามรอยในหลวงที่ทรงแก้ไขปัญหามาทุกยุคในจังหวัดชุมพรได้อย่างยั่งยืนตลอดมา 2) คลองหัววัง-พนังตัก เป็นคลองที่มีคุณค่าในหลายด้าน การแข่งเรือยาวประเพณีจึงเป็นการแสดงความขอบคุณที่ได้ใช้ประโยชน์จากคลองแห่งนี้โดยเปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วม 3) การแข่งเรือ โดยเฉพาะเรือยาวประเพณีผู้นำชุมชนที่ควรเป็นแบบอย่างของความสามัคคีและการแสดงความจงรักภักดีให้กับชาวบ้าน 4) นิทรรศการเฉลิมพระเกียรติ เรือยาวประเพณีเปิดโอกาสให้ทุกเพศทุกวัยโดยเฉพาะเด็กและเยาวชนได้มีส่วนร่วมร่วมกับประเพณี ผ่านการจัดกิจกรรมและนิทรรศการอันเป็นพื้นที่แห่งการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่น 5) กิจกรรมอื่นๆ เช่น การจัดประกวดกองเชียร์ การประกวดวาดภาพ ระบายสี การประกวดภาพถ่าย ในหัวข้อที่เกี่ยวกับการแสดงออกถึงความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ตามแนวคิดที่ว่า “ด้วยพระบารมี ชุมพรวันนี้สุขร่มเย็น”

คำสำคัญ: การสื่อความหมาย เรือยาวประเพณี ความจงรักภักดี

ABSTRACT

The Traditional Long Boat Racing is one of media formats in form of “tradition” which communicate various meanings. In particular, the traditional Flag-snatching Long Boat Racing in Chumphon which has ideology of loyalty, root of tradition, that is conveyed through signs consist of 1) trophy, the highest award of the community and athletes that bring about collaboration in resolving any problems., 2) Khlong Huawang-Panangtak is valuable in many ways. The Traditional Long Boat Racing is a tribute to the canal. 3) Long Boat racing for community leadership who is a role model of harmony and loyalty to the villagers. 4) Exhibition in Honour of the king. Everyone, especially the youth, is involved with the tradition by organizing activities and exhibition which can pass on the knowledge to new generation., and 5) Other activities, for example, cheering section competition, drawing contest, photo contest on the topic of loyalty to the king.

Keywords: Communication, Traditional Long Boat, Loyalty

บทนำ

การแข่งขันเรือยาวประเพณีเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่อยู่ในรูปของ “ประเพณี” ประกอบด้วยรูปแบบของสื่อที่หลากหลายประกอบรวมกันเป็นประเพณีของชุมชน สื่อประเพณีเป็นวัฒนธรรมทั้งมวลที่คนในชุมชนได้สร้างสรรค์และส่งสมกันมาตั้งแต่อดีต เป็นเครื่องมือในการส่ง รับ และเก็บข่าวสารอันเป็นสัญลักษณ์และเอกลักษณ์ของสังคมที่ปรากฏอยู่ในรูปของคำพูด ข้อเขียน บทเพลง การละเล่น ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม รวมถึงวิถีชีวิต และยังเป็นภาชนะรองรับข่าวสาร (Recipient) และยานพาหนะ (Vehicle) ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และจากเวลาหนึ่งไปยังอีกเวลาหนึ่ง (दनัย ไชยโยธา, 2538)

การจัดแข่งขันเรือยาวประเพณีขึ้นโขงชิงธง จังหวัดชุมพร ในป็นับเป็นการจัดงานครั้งที่ 20 จัดขึ้น ณ คลองหัววัง-พนังตัก บริเวณหน้าโรงเรียนศรีราษฎร์ 2 ตำบลนาชะอัง อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์เพื่อเฉลิมพระเกียรติและสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ที่พระราชทานพระราชทรัพย์ผ่านมูลนิธิชัยพัฒนา ให้กรม

¹ ดร. สาขานิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ชลประทานดำเนินการขุดคลองหัววัง-พนังตัก และแก้ไขปัญหาคอขวดในจังหวัดชุมพรอย่างยั่งยืน และสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณของ สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ทรงสืบสานต่อยอดพระราชกรณียกิจและทรงส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมกีฬาไทย (องค์การบริหาร ส่วนจังหวัดชุมพร, 2561ก) ในบทความฉบับนี้ผู้เขียนจึงสนใจศึกษาความหมายของเรือยาวประเพณีขึ้นโขนชิงธง จังหวัดชุมพร ที่ปรากฏ ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ ทั้งสื่อที่เป็นวจนภาษา สื่ออวจนภาษา สื่อพิธีกรรม และสื่อวัตถุ (กาญจนา แก้วเทพ, 2557) โดยเฉพาะด้าน ความจงรักภักดีที่ปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัด

ความเป็นมาของเรือยาวประเพณีขึ้นโขนชิงธง

จุดเริ่มต้นของการจัดแข่งขันเรือยาวประเพณีขึ้นโขนชิงธง จังหวัดชุมพรนั้น สืบเนื่องจากจังหวัดชุมพรประสบภัยพายุไต้ฝุ่น เกย์พัตขึ้นฝั่งเมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน พ.ศ.2532 ทำให้เกิดน้ำท่วมครั้งใหญ่ในอำเภอเมืองชุมพร อำเภอปะทิว และอำเภอท่าแซะ สร้าง ความเสียหายแก่บ้านเรือน ทรัพย์สิน ไร่นา รวมทั้งชีวิตชาวชุมพรเป็นอย่างมาก เมื่อความทราบฝ่าละอองธุลีพระบาท พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ทรงหาแนวทางแก้ไขปัญหามาให้แก่อำเภอ โดยขุดคลองเพื่อระบายน้ำจากแม่น้ำท่า ตะเกา บริเวณบ้านหัววัง ตำบลบางลึก มาลงทะเลบริเวณอ่าวพนังตัก ตำบลนาชะอัง อำเภอเมืองชุมพร ระยะทางประมาณ 8,100 เมตร โดยเริ่มทำการขุดคลอง ตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 ต่อเนื่องกันมาหลายปี แต่ยังไม่แล้วเสร็จตามพระราชประสงค์ เนื่องจากติดปัญหาและ อุปสรรคต่างๆ ยังคงเหลือระยะทางประมาณ 1,460 เมตร (องค์การบริหารส่วนจังหวัดชุมพร, 2561ก)

จนกระทั่ง วันที่ 18-22 สิงหาคม พ.ศ.2540 เกิดพายุโซนร้อนสีดาพัดขึ้นฝั่งบริเวณเวียงตมตอนบน แต่อิทธิพลของพายุทำให้มีฝนตกหนักบริเวณจังหวัดชุมพร จนทำให้เกิดน้ำท่วมฉับพลันในจังหวัดชุมพร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตเมืองชุมพร ซึ่งมีระดับน้ำท่วม สูงที่สุดในประวัติศาสตร์ของจังหวัดชุมพร สร้างความเสียหายแก่ประชาชนทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ต่อมาในเดือนพฤศจิกายนปีเดียวกันได้ เกิดพายุลินดา ซึ่งเป็นพายุที่ก่อตัวในบริเวณเดียวกับพายุเกย์ มีการพยากรณ์ว่าจะมีความรุนแรงใกล้เคียงกัน และจะพัดขึ้นฝั่งบริเวณ จังหวัดชุมพร สร้างความตื่นตระหนกแก่ประชาชนชาวชุมพรเป็นอย่างยิ่ง พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถ บพิตร ทรงห่วงใยถึงความปลอดภัยของราษฎรชาวชุมพร จึงพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมให้จังหวัดชุมพรเร่งรัดการขุดคลองหัว วัง-พนังตัก โดยพระราชทานพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์ผ่านมูลนิธิชัยพัฒนาให้กรมชลประทานดำเนินการ กระทั่งสามารถขุดคลองหัว วัง-พนังตักแล้วเสร็จก่อนที่พายุจะพัดขึ้นฝั่ง ส่งผลให้คลองหัววัง-พนังตักสามารถรองรับน้ำและแก้ปัญหาน้ำท่วมให้กับประชาชนชาว จังหวัดชุมพรนับแต่บัดนั้น นับเป็นพระมหากรุณาธิคุณเป็นล้นพ้นอันหาที่สุดมิได้

ต่อมาวันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ.2541 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร และสมเด็จพระเทพ รัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินมาทรงเป็นประธานเปิด “โครงการพัฒนาพื้นที่หนองใหญ่ตามพระราชดำริ จังหวัดชุมพร” และทอดพระเนตรและติดตามงานการขุดคลองหัววัง-พนังตัก ขณะทรงงานบนสะพานอากาศ สมเด็จพระเทพ รัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงมีพระราชเสาวนีย์ว่า “น่าจะจัดแข่งเรือบริเวณนี้เพราะมีคันคลองเป็นขั้นๆ เหมือนอัฒจันทร์” ชาวจังหวัดชุมพรจึงได้จัดการแข่งขันเรือยาวประเพณีขึ้นโขนชิงธง เพื่อสนองพระราชเสาวนีย์ของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยาม บรมราชกุมารี ในโอกาสเฉลิมฉลองการเปิดใช้คลองหัววัง-พนังตักเป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ.2541 ณ คลองหัววัง-พนังตัก หมู่ที่ 9 ตำบลนาชะอัง อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร บริเวณหน้าโรงเรียนเมืองชุมพร (ปัจจุบันคือโรงเรียนศรียาภัย 2) ปัจจุบันแบ่งประเภท การแข่งขันออกเป็น 4 ประเภท ประกอบด้วย 1) เรือยาวประเภทไม่เกิน 8 ฝีพาย 2) เรือยาวประเภทไม่เกิน 16 ฝีพาย 3) เรือยาว ประเภทไม่เกิน 32 ฝีพาย และ 4) เรือยาวประเภทไม่เกิน 32 ฝีพาย (ผู้นำท้องถิ่น)



ภาพที่ 1 การแข่งขันเรือยาวประเพณีขึ้นโขนชิงธง
ที่มา (องค์การบริหารส่วนจังหวัดชุมพร, 2561ข)

การสื่อความหมายของเรือยาวประเพณีขึ้นโขงซึ่งเกี่ยวข้องกับความจริงรักกัคดี

การสื่อความหมายของเรือยาวประเพณีนั้น ผู้เขียนได้วิเคราะห์การสื่อความหมายด้านความจงรักภักดีซึ่งเป็นอุดมการณ์หลักของประเพณีที่มีความเด่นชัด และเป็นรากฐานของประเพณี แนวทางการวิเคราะห์การสื่อความหมายผู้เขียนใช้แนวทางด้านสัญศาสตร์ ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งที่เรียกว่า “ระบบสัญลักษณ์” โดยวิเคราะห์ “รูปสัญลักษณ์” ตามแนวคิดของ โรลันด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes) ที่ได้จัดแบ่งความหมายออกเป็น 2 ประเภท คือ ความหมายโดยอรรถ (Denotative Meaning) และความหมายโดยนัยประวัติ (Connotative Meaning) (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2545) โดยพิจารณาถึงองค์ประกอบของความจงรักภักดีใน 3 ประการ ประกอบด้วย 1) พฤติกรรมที่แสดงออก (Behavioral Aspect) 2) ความรู้สึก (Affective Aspect) และ 3) การรับรู้ (Cognitive Aspect) (Hoy and Rest, 1974; อ้างถึงใน Kotler, 2003) ประกอบด้วย

1. **ถ้วยพระราชทาน** ความภาคภูมิใจสูงสุดของชาวเรือ คือ การได้ครองถ้วยพระราชทานของพระมหากษัตริย์และพระบรมวงศานุวงศ์ ประกอบด้วย ถ้วยพระราชทานพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช บรมนาถบพิตร ถ้วยพระราชทานสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร ถ้วยพระราชทานพระบาทสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ถ้วยพระราชทานสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี เนื่องจากเป็นรางวัลอันสูงสุดของชุมชนและฝีพายเรือนอกจากความภาคภูมิใจจากการครองถ้วยพระราชทานแล้ว ถ้วยพระราชทานยังเป็นสัญลักษณ์ของความร่วมมือ ร่วมใจ ร่วมพลังกันของชุมชนในการร่วมกันซ่อมเรือ ร่วมกันพายเรือ อันนำมาซึ่งความสามัคคี รวมถึงร่วมกันแก้ปัญหาต่างๆ ตามรอยในหลวงที่ทรงแก้ไขปัญหาลูกหลานในจังหวัดชุมพรได้อย่างยั่งยืน

2. **คลองหัววัง-พนักตัก** ชาวจังหวัดชุมพรมักเรียกว่า “คลองในหลวง” มีคุณค่าในหลายด้าน เป็นคลองระบายน้ำเพื่อป้องกันปัญหาลูกหลานในเขตอำเภอเมืองชุมพรและพื้นที่ใกล้เคียง เป็นคลองเก็บน้ำเพื่อการเกษตรกรรมยามน้ำแล้ง เป็นแหล่งท่องเที่ยว ก่อเกิดการแข่งเรือยาวประเพณีที่มีรากฐานทางความคิดมาจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงมีพระราชเสาวนีย์ว่า “น่าจะจัดแข่งเรือบริเวณนี้เพราะมีคันคลองเป็นขั้นๆ เหมือนอัฒจันทร์” นับตั้งแต่บัดนั้นถึงปัจจุบันรวมแล้วกว่า 20 ปี ชาวจังหวัดชุมพรได้จัดแข่งเรือยาวประเพณีขึ้น โดยความร่วมมือของชุมชนและจังหวัดชุมพร จนกลายเป็นมรดกของชุมชนมาจนถึงปัจจุบัน เป็นการแสดงความขอบคุณที่ได้ใช้ประโยชน์จากคลองแห่งนี้โดยเปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วม

3. **การแข่งเรือ** เรือยาวประเพณีเป็นกีฬาไทยๆ ที่ทุกคนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ หากเป็นเพศชายที่มีความแข็งแรงก็จะมาพายเรือ เรือยาวต้องใช้ความสามัคคี เนื่องจากเรือยาว 32 ฝีพาย ต้องใช้จำนวนฝีพายมากถึง 40 ฝีพาย และต้องใช้ระยะเวลาในฝึกซ้อมที่ยาวนาน ฉะนั้นหากไม่มีความร่วมมือจากคนในชุมชนแล้ว เป็นการยากมากที่จะส่งเรือยาวเข้าร่วมประเพณีได้ การแข่งเรือเป็นการส่งเสริมให้ผู้นำในชุมชนได้รัก สามัคคี ร่วมมือร่วมใจผ่านการพายเรือที่เรียกว่า “ลงเรือลำเดียวกัน” เรือยาวประเภทไม่เกิน 32 ฝีพาย (ผู้นำท้องถิ่น) ได้กำหนดกติกาไว้ว่า เรือลำหนึ่งสามารถส่งรายชื่อฝีพายได้ไม่เกิน 40 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารท้องถิ่น สมาชิกสภาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน แพทย์ประจำตำบล สารวัตรกำนัน รวมกันไม่น้อยกว่า 12 คน ข้าราชการ ลูกจ้าง พนักงานจ้าง สมาชิกอปพร. ทชด. ขรบ. หรือประธานชุมชนในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น รวมกันได้ไม่เกิน 24 คน แต่ลงพายได้ไม่เกิน 20 คน จากกติกาดังกล่าวจึงแสดงออกถึงการให้ความสำคัญกับผู้นำชุมชนที่ควรเป็นแบบอย่างให้กับลูกบ้าน โดยเฉพาะการแข่งขันเรือยาวประเพณีในวันสำนึกในพระมหากษัตริย์คุณในหลวงของเรา ผู้นำชุมชนต้องเป็นแบบอย่างของความสามัคคีในการแสดงความจงรักภักดีต่อในหลวง

4. **นิทรรศการเฉลิมพระเกียรติ** เรือยาวประเพณีเป็นประเพณีที่ปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาจนเป็นที่ยอมรับของส่วนรวม เมื่อสิ่งใดได้ประพุดเข้าอยู่บ่อยๆ จนเป็นความเคยชินก็เกิดเป็น “นิสัยสังคม” (กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2552) เรือยาวประเพณีขึ้นโขงซึ่งจังหวัดชุมพรจัดต่อเนื่องมา 20 ปี ในทุกๆ ปี ได้จัดกิจกรรมต่างๆ ให้ชาวชุมพรทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะเด็กและเยาวชนได้มีส่วนร่วมกับประเพณี เพื่อแสดงออกถึงความรัก ความผูกพัน ความจงรักภักดีต่อในหลวง โดยกำหนดให้วันแข่งเรือยาวประเพณีเป็นวันสำนึกในพระมหากษัตริย์คุณในหลวงของเรา เป็นวันที่ชาวชุมพรได้มาพบปะ พูดคุย สังสรรค์ และพายเรือแข่งขันอย่างสนุกสนาน วันนีจึงเป็นวันการถ่ายทอดความรู้เรื่องราวเกี่ยวกับคลองหัววัง-พนักตักในคนรุ่นหลังได้สำนึกในพระมหากษัตริย์คุณจากรุ่นสู่รุ่นสืบทอดกันไป ผ่านการแสดงนิทรรศการ การบอกเล่าผ่านเสียงตามสาย การใช้สื่อกิจกรรมในการสื่อสารเรื่องความจงรักภักดี เนื่องจากพื้นที่ในประเพณีเป็นพื้นที่สาธารณะ (Public sphere) ที่ใครก็ได้สามารถเข้ามามีส่วนร่วม เรียนรู้ ศึกษา แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ในรูปแบบของการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Oral Communication) และเห็นหน้าค่าตาซึ่งกันและกัน (Face-to-Face Communication) (ภควัฒน์ รัตนราช, 2560)

5. **กิจกรรมอื่นๆ** นอกจากการแข่งขันเรือซึ่งเป็นหน้าที่ของเพศชายแล้ว หากเป็นเพศหญิงก็มีส่วนร่วมด้วยประเพณีได้โดยมาร่วมเป็นกองเชียร์ มีการจัดประกวดกองเชียร์เพื่อสร้างสีสัน สร้างการมีส่วนร่วม และสร้างความสนุกสนาน หากเป็นเด็กและเยาวชนก็ได้จัดกิจกรรมต่างๆ ให้แสดงความสามารถ เช่น การประกวดวาดภาพ ระบายสี ในหัวข้อ “มหัศจรรย์คลองในหลวง” และ “1,460 เมตร สายพระเนตร ทรงเมตตา สู่วิถีประชาชนในสายน้ำ” การประกวดถ่ายภาพ ในหัวข้อ “เที่ยวอย่างเท่ที่คลองหัววังชุมพร” และ “เรือยาวประเพณี คลองหัววัง ชุมพร” กิจกรรมที่เกิดขึ้นในประเพณีนั้นนอกจากเป็นเวทีในการแสดงความสามารถ ความสนุกสนานแล้ว จุดประสงค์ที่

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

สำคัญของทุกกิจกรรม คือ การแสดงออกถึงความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ตามแนวคิดที่ว่า “ด้วยพระบารมี ชุมพรวันนี้สุข
ร่มเย็น”

สรุป

การแข่งขันเรือยาวประเพณีขึ้นโขงชิงธง จังหวัดชุมพรเป็นการแสดงออกถึงความจงรักภักดีโดยใช้สื่อประเพณีเป็นตัวกลางการ
สื่อสารที่ประกอบด้วยกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วม โดยไม่จำกัดเพียงแต่เพศใดเพศหนึ่งหรือวัยใดวัยหนึ่ง แต่ได้จัดกิจกรรม
ให้ทุกเพศทุกวัยได้ร่วมแสดงออกและสร้างพื้นที่ให้ทุกคนร่วมสืบสานประเพณี โดยมีอุดมการณ์หลัก คือ เพื่อน้อมรำลึกในพระมหา
กรุณาธิคุณของในหลวง สื่อประเพณีจึงเป็นสื่อหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อชุมชน แสดงออกถึงอัตลักษณ์ของชุมชน แสดงออกถึงความงาม
ทั้งในด้านวัตถุ สีสัน การตกแต่งและประดับประดาสนามการแข่งขันให้สวยงาม แสดงออกถึงความงามจากเสียงพายเรือ เสียงกองเชียร์
ที่คอยกระตุ้นและให้กำลังใจฝีพายได้แสดงความสามารถในเชิงกีฬาผ่านพลังความสามัคคีของฝีพายทั้ง 32 คน และกองเชียร์ที่คอยหนุน
หลังอยู่อีกจำนวนมาก ก่อให้เกิดการสร้างจิตสำนึกร่วมกันหวงแหนประเพณี เพราะทุกคนรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ และเป็นหน้าที่ที่ต้อง
สืบทอดให้ดำรงอยู่ชั่วลูกชั่วหลาน

เอกสารอ้างอิง

- กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม. (2552). **พิธีกรรมและประเพณี**. กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2557). **ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา**. กรุงเทพฯ: เอดิสัน เพรส โปรดักส์.
- จังหวัดชุมพร. (2561). **ภูมิศาสตร์ของจังหวัดชุมพร**. สืบค้นจาก www.chumphon.go.th
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2545). **สัณนิเวศวิทยา, โครงสร้างนิยม, หลังโครงสร้างนิยม กับการศึกษา รัฐศาสตร์**. กรุงเทพฯ: วิชาษา.
- दनัย ไชยโยธา. (2538). **ลัทธิ ศาสนา และระบบความเชื่อ กับประเพณีนิยมในท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: โอเอส พริ้นติ้ง เฮาส์.
- ภควัด รัตนราช. (2560). **การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ในประเพณีการแข่งขันเรือยาวขึ้นโขงชิงธง**. รายงานการศึกษาศาสนาปริญาปรัชญา
ดุสิตบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดชุมพร. (2561ก). **คู่มือจัดการแข่งขันเรือยาวขึ้นโขงชิงธง ประจำปี 2561**. ชุมพร: มปส.
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดชุมพร. (2561ข). **ประกาศผลรางวัลการประกวดภาพถ่าย 2561**. สืบค้นจาก www.chppao.go.th
- Kotler, P. (2003). **Marketing Management**. 11th ed. Upper Saddle River. NJ: Prentice-hall.

ผลกระทบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

The Effects of Online Media on Learning Behaviors of Freshman Students
of the Management Science Faculty, Surindra Rajabhat University

พุดพิงษ์ รั้งจันทร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์¹

รัชดา ธนุศิลป์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์²

สมชาย ชัยสำอางค์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์³

Email: Phutthiphong@srur.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จำแนกตามหลักสูตร ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาชั้นปีที่ 1 ในปีการศึกษา 2558 สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ทั้ง 4 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ. 4 ปี) หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (บช.บ.4 ปี) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.4 ปี) และหลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ.4 ปี) จำนวน 313 คน ทั้งนี้ต้องมีรายชื่อปรากฏอยู่ในทะเบียนนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ และเป็นนักศึกษาที่เข้าศึกษาจริง ซึ่งได้มาโดยการเจาะจง ประกอบด้วย นักศึกษาชั้นปีที่ 1 หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ. 4 ปี) จำนวน 26 คน หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี) จำนวน 107 คน หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.4 ปี) จำนวน 155 คน และหลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ.4 ปี) จำนวน 25 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบค่า F

ผลการวิจัย พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ทุกคนเคยใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 61-90 นาที ใช้ผ่านมือถือ โดยใช้ในช่วงเวลา 21.01-24.00 น. และใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กมากที่สุด โดยรวมการใช้สื่อออนไลน์มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ อยู่ในระดับมาก และนักศึกษาแสดงพฤติกรรมการเรียนอยู่ในระดับมาก นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ที่กำลังศึกษาในหลักสูตรต่างกัน มีผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ทั้งด้านบวกและด้านลบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ที่กำลังศึกษาในหลักสูตรต่างกัน มีพฤติกรรมการเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: สื่อสังคมออนไลน์, ผลกระทบ, พฤติกรรมการเรียน

ABSTRACT

The objectives of this research was to study the Effect of Social Media Using Behavior on Learning Behavior of the Freshman Students of the Management Science Faculty, Surindra Rajabhat University. Consisting 26 students in major of Communication Arts, 107 students in major of Accounting, 155 students in major of Business Administration, and 25 students in major of Economics. The main instruments used in the research were questionnaires. Percentage, mean, standard deviation, and F-test (One-way Analysis) were used as the statistical tools of analysis.

The findings revealed that: All 1st year students of Management Sciences Faculty had experience in using social media. They accessed through mobile phones in the approximately 61-90 minutes each time between 9.01 – 12.00 pm. Facebook was the most popular social media site. Overall, Using social media has an impact on

¹ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

² หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

³ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

learning behavior among respondents were at high level. Furthermore, the findings on exhibit of learning behavior were at high level. The current 1st year students in different specialized subjects have been affected from social media both positive and negative differently with statistically significant of .05 level and those students with different specialized subjects also showed the learning behavior differently with statistically significant of .05.

Keywords: Social Media, the Effect, Learning Behavior

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้พัฒนาและก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทำให้คนในสังคมต้องปรับตัวเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การสื่อสารในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้ทุกเพศ ทุกวัย ต่างแสวงหาความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารและแสวงหาข้อมูลข่าวสารตามความสนใจของตนเองสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาท และมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเป็นอย่างมาก นับตั้งแต่วัยเด็กจนถึงวัยสูงอายุต่างพึ่งพาสื่อออนไลน์ในการติดต่อสื่อสาร เปิดรับข้อมูลข่าวสาร และการสืบค้นข้อมูลต่างๆ สังคมถูกเชื่อมโยงกันไว้ด้วยการสื่อออนไลน์อันเป็นสื่อที่ทันสมัยในโลกดิจิทัลที่เราคุ้นเคยกันอย่างอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต แอปพลิเคชันต่าง ๆ เหล่านี้ไม่ได้เข้ามามีบทบาทไม่เพียงแต่อำนวยความสะดวกในจังหวะการใช้ชีวิตและเพิ่มอัตราความเร็วในการสื่อสารให้กับเราเท่านั้น แต่ยังเข้ามามีบทบาทเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรมและแบบแผนในการดำรงชีวิต นอกจากนี้ยังเข้ามาเปลี่ยนมุมมองชีวิต วิถีคิด วิถีการมองโลก รวมทั้งค่านิยมทางสังคม และวัฒนธรรมของผู้ใช้อีกด้วย (ศูนย์สารสนเทศการวิจัย, 2557)

อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ถือว่าเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากในโลกออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มหลักในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เพราะสามารถเข้าถึงและรับรู้ ข้อมูลข่าวสารได้จากทุกมุมโลก จากการสำรวจการใช้และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า กลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี มีสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่ากลุ่มอื่น จากร้อยละ 54.80 ในปี 2555 เป็นร้อยละ 85.90 ในปี 2559 และคาดว่าจะการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นน่าจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559) จากการสำรวจการใช้และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในครัวเรือน พ.ศ.2559 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า กลุ่มวัยรุ่น อายุ 15-24 ปี ส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตหางานหรือสมัครงาน ผ่านระบบออนไลน์ และศึกษาเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 38.70 รองลงมาใช้เพื่อการสนทนาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 32.60 สถานที่ในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ตามสถานที่ต่างๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ/คอมพิวเตอร์พกพา เช่น คอมพิวเตอร์พกพา, แท็บเล็ต ร้อยละ 85.40 รองลงมาคือ ใช้ที่บ้านพัก/ที่พักอาศัย ร้อยละ 66.10 ใช้ที่สถานศึกษา ร้อยละ 27.60 กิจกรรมที่ใช้ส่วนใหญ่ คือ โซเชียลเน็ตเวิร์ค ร้อยละ 91.10 รองลงมาคือใช้ดาวน์โหลดรูปภาพ หนังสือ วิดีโอ เพลง เกมส์ เล่นเกมส์ ดูหนัง ฟังเพลง วิทยุ ร้อยละ 88.00 ใช้ในการอัปโหลดข้อมูล ข้อมูล รูปภาพ วิดีโอ เพลง ซอร์ฟแวร์เพื่อแบ่งปันบนเว็บไซต์ ร้อยละ 55.90 และติดตามข่าวสาร/อ่านหรือดาวน์โหลดหนังสือ ร้อยละ 46.50 ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ต พบว่าใช้อินเทอร์เน็ต 5.70 วัน ใน 1 สัปดาห์ ร้อยละ 79.80 อุกรณ์ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ร้อยละ 90.40 ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ร้อยละ 50.10 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559)

จากข้อมูลข้างต้นที่แสดงให้เห็นว่ากลุ่มวัยรุ่น และเยาวชนมีสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่ากลุ่มอื่น และคาดว่าจะการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มวัยรุ่นน่าจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากเยาวชน คือ กลุ่มที่เข้าถึงและมีความใกล้ชิดกับออนไลน์มากที่สุด ในสังคม เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี ดังนั้นจะเห็นว่า เด็กเล็กบางคนในวัยที่ยังอ่านหนังสือไม่ออกและเขียนหนังสือไม่ได้ แต่กลับสามารถเล่นแอปพลิเคชันในคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต หรือสมาร์ทโฟนได้อย่างคล่องแคล่วโดยไม่ต้องมีคนช่วยสอน เด็กที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีในโลกดิจิทัลสมัยใหม่ จึงมีมุมมองเกี่ยวกับโลก สังคม และวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากคนที่มีอายุมาก่อนดิจิทัล ด้วยสื่อใหม่เข้ามามีบทบาทในการมองโลกและการกำหนดแบบแผนพฤติกรรม ค่านิยม อัตลักษณ์ รวมทั้งการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวตนของเขากับผู้อื่นผ่านโลกดิจิทัล

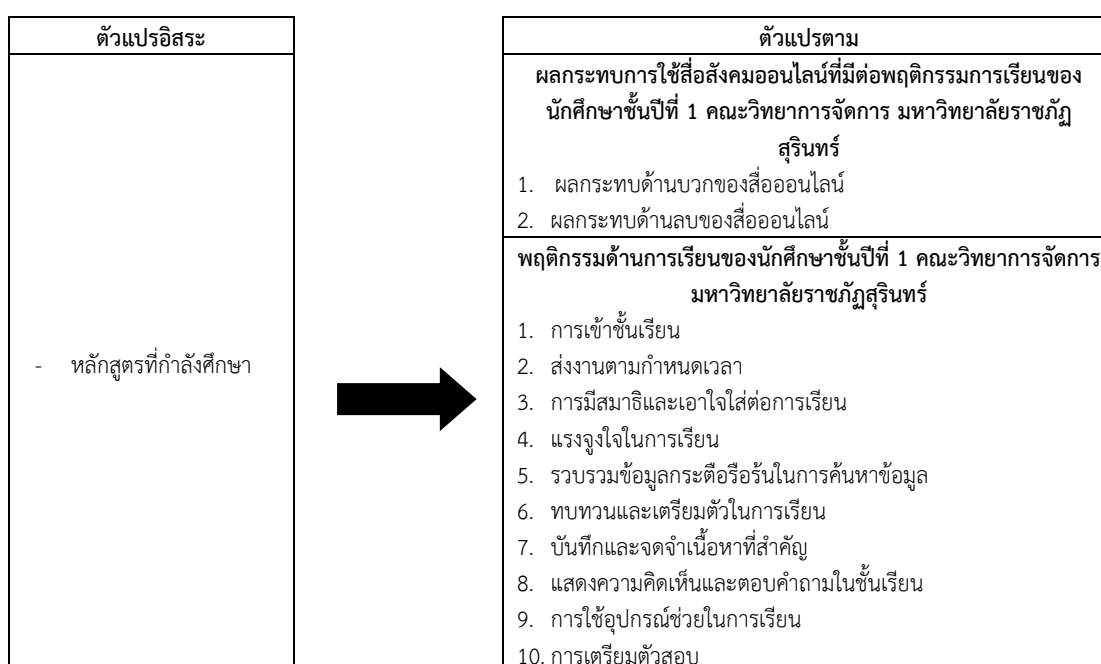
นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ โดยเฉพาะนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ถือว่าเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคมออนไลน์ และมีศักยภาพในการเข้าถึงข่าวสารสื่อออนไลน์ได้ทุกเวลา มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่นักศึกษาทุกคนจะต้องเข้าถึงข้อมูลข่าวสารออนไลน์ และใช้สื่อสังคมออนไลน์ประกอบการเรียนการศึกษาค้นคว้าประกอบการทำรายงาน และเป็นช่องทางในการติดต่อระหว่างเพื่อนและอาจารย์ผู้สอนทั้งในเรื่องการเรียนและการปรึกษาปัญหาส่วนตัวนอกจากนั้นแล้วสื่อออนไลน์ก็เป็นเสมือนดาบสองคมที่คนใช้ถ้าใช้ในทางที่ถูกก็จะก่อให้เกิดประโยชน์ หากผู้ที่ไม่มีความรู้เท่าทันก็อาจจะเกิดโทษ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในประเด็นปัญหาผลกระทบจากการใช้สื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมและการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ เพื่อนำผลการศึกษาวิจัยที่ได้ไปเป็นแนวทางในการออกแบบการเรียนการสอนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลกระทบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
2. เพื่อเปรียบเทียบผลกระทบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จำแนกตามหลักสูตร

กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดการวิจัยครั้งนี้ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยของภัททิรา กลิ่นเลขา (2561) งานวิจัยของอดิสรณ์ อันสงคราม (2556) งานวิจัยของดวงรัตน์ โกยกิจเจริญ และสมชาย ไชยคต (2558) งานวิจัยของเสาวภาคย์ แหลมเพชร (2559) และงานวิจัยของชนากิตติ์ ราชพิบูลย์ (2553) และการประยุกต์ใช้แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ (สุพะยอม นาจันทร์, 2551; Bloom, 1975) และแนวคิด The Learning and Study Strategies Inventory (LASSI) ของแคลร์ เวินสไตน์, เดวิด พอลเมอร์, แอนน์ สเคาท์) ดังรายละเอียดต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

1. ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาชั้นปีที่ 1 ในปีการศึกษา 2558 สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ทั้ง 4 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ. 4 ปี) หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (บช.บ.4 ปี) หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.4 ปี) และหลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ.4 ปี) จำนวน 313 คน ทั้งนี้ต้องมีรายชื่อปรากฏอยู่ในทะเบียนนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ และเป็นนักศึกษาที่เข้าศึกษาจริง ซึ่งได้มาโดยการเจาะจง ประกอบด้วย

1.1 หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ. 4 ปี)	จำนวน 26 คน
1.2 หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (บช.บ.4 ปี)	จำนวน 107 คน
1.3 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.4 ปี)	จำนวน 155 คน
1.4 หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ.4 ปี)	จำนวน 25 คน

2. ขั้นตอนการดำเนินงาน

- 2.1 รวบรวมศึกษาวิเคราะห์องค์ความรู้ เอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์
- 2.2 ร่างกรอบแนวการศึกษาและวางแผนการศึกษา
- 2.3 ประชุมออกแบบการศึกษาและจัดทำเครื่องมือในการศึกษา
- 2.4 ทดลองแบบสอบถามและปรับปรุงพัฒนา
- 2.5 ทำเครื่องมือในการศึกษาทั้งแบบสอบถาม
- 2.6 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งแบบสอบถาม
- 2.7 ประมวลผลการศึกษาวิเคราะห์และเขียนรายงาน
- 2.8 สรุปและจัดทำรายงานการศึกษา

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ หลักสูตรที่กำลังศึกษา

3.2 ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

3.2.1 ผลกระทบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการ

จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

3.2.1.1 ผลกระทบด้านบวกของสื่อสังคมออนไลน์

- เป็นช่องทางเรียนรู้ด้วยตัวเอง
- เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนในครอบครัว/เพื่อน
- เป็นช่องทางในการหารายได้
- แบ่งปันข้อมูลระหว่างกัน
- สะดวกสบายในการใช้ชีวิต

3.2.1.2 ผลกระทบด้านลบของสื่อสังคมออนไลน์

- บุคลิกภาพและจิตใจ
- ไม่มีสมาธิในการเรียน
- เกิดพฤติกรรมก้าวร้าว
- ขิงขาคต่อความรุนแรง
- หวาดกลัว
- ใช้ภาษาผิดไวยากรณ์
- ขาดปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้าง

3.2.3 พฤติกรรมการเรียน

- 3.2.3.1 การเข้าชั้นเรียน
- 3.2.3.2 ส่งงานตามกำหนดเวลา
- 3.2.3.3 การมีสมาธิและเอาใจใส่ต่อการเรียน
- 3.2.3.4 แรงจูงใจในการเรียน
- 3.2.3.5 รวบรวมข้อมูลกระตือรือร้นในการค้นหาข้อมูล
- 3.2.3.6 ทบทวนและเตรียมตัวในการเรียน
- 3.2.3.7 บันทึกและจดจำเนื้อหาที่สำคัญ
- 3.2.3.8 แสดงความคิดเห็นและตอบคำถามในชั้นเรียน
- 3.2.3.9 การใช้อุปกรณ์ช่วยในการเรียน
- 3.2.3.10 การเตรียมตัวสอบ

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ คือ หลักสูตรที่กำลังศึกษา

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเรียน

5. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง พร้อมทั้งให้คำปรึกษาแนะนำ จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลดังกล่าวไปปรับปรุงแบบสอบถามให้เหมาะสม แล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มนักศึกษาที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ในสังกัดคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ โดยปรากฏค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.88

6. การเก็บรวบรวมเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยให้ผู้ช่วยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปแจกนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2558 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ทั้ง 4 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ. 4 ปี) จำนวน 26 คน หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี) จำนวน 107 คน หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ. 4 ปี) จำนวน 155 คน และหลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ.4 ปี) จำนวน 25 คน

7. การประมวลผล

เมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล แล้วนำข้อมูลทั้งหมดไปลงรหัส โดยใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ในการประมวลผลและวิเคราะห์ค่าทางสถิติ

8. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อใช้อธิบาย บรรยาย และสรุปลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานเพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบค่าเอฟ และการทดสอบเป็นรายคู่ ตามวิธีของเชฟเฟ (Scheff' Method)

9. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามคืน ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

9.1 นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถาม แล้ววิเคราะห์โดยการแจกแจงค่าความถี่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

9.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้สูตร บุญชม ศรีสะอาด (2553 : 24) ดังนี้

$$\text{Percentage (\%)} = \frac{f}{N} \times 100$$

เมื่อ f แทน ความถี่หรือจำนวนข้อมูลที่ต้องการหาร้อยละ
N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

9.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตรของบุญชม ศรีสะอาด (2553 : 29) ดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทุกตัว
N แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

9.1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สูตรของบุญชม ศรีสะอาด (2553 : 46) ดังนี้

$$\text{S.D.} = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
X แทน คะแนนแต่ละตัว
N แทน จำนวนคนทั้งหมด

9.1.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลกระทบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษา
ชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จำแนกตามหลักสูตร โดยทดสอบค่าเอฟ (F-test) ใช้สถิติการวิเคราะห์
ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยใช้สูตรดังนี้

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว
MS_b แทน ผลรวมกำลังสองเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม
MS_w แทน ผลรวมกำลังสองเฉลี่ยภายในกลุ่ม

กรณีที่พบความแตกต่างกัน ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการแอลเอสดี (LSD) ซึ่งมีสูตรดังนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย.
2548 : 201)

$$LSD(\alpha) = t_{\alpha, r} \times S_d$$

$$\text{โดยที่ } S_d = \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}, n_i \neq n_j \quad \text{และ } r = n-k$$

เมื่อ LSD(α) แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญสำหรับการทดสอบประชากรกลุ่มที่ i และ j
MSE แทน ค่า Mean square error ที่ได้จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน
k แทน ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ
n แทน ค่าจำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
t_{α,r} แทน ค่าสถิติจากตารางมาตรฐาน t โดยใช้ค่าของ df = n-k

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 313 คน
จำแนกเป็นนักศึกษาเพศหญิง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 67.41 และเพศชาย จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 32.59 ส่วนใหญ่อายุ
17-18 ปี มากที่สุด จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 84.35 โดยมาจากหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ. 4 ปี) จำนวน 155 คน คิดเป็น
ร้อยละ 49.52 รองลงมา คือ หลักสูตรบัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี) จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 34.18 หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต
(นศ.บ. 4 ปี) จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.31 และหลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี) จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.99

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏสุรินทร์

นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ทุกคน จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00
เคยใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 61-90 นาที จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 48.56 รองลงมาคือ
ใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 31-60 นาที จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 30.67 91-120 นาที จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อย
ละ 8.95 น้อยกว่า 30 นาที จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.99 และมากกว่า 120 นาที จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.83 ใช้สื่อ
สังคมออนไลน์ผ่านมือถือมากที่สุด จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 92.33 รองลงมา คือ แท็บเล็ต จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ
3.83 โน้ตบุ๊ก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.56 อื่น ๆ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.96 และคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อย
ละ 0.32 ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 21.01-24.00 น. มากที่สุด จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 32.59 รองลงมา คือ ช่วงเวลา
18.01-21.00 น. จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 31.31 ช่วงเวลา 15.01-18.00 น. จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 16.61 ช่วงเวลา
12.01-15.00 น. จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.71 ช่วงเวลา 9.01-12.00 น. จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.43 ช่วงเวลา 6.01-
9.00 น. จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.83 ช่วงเวลา 24.01-3.00 น. จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.88 และช่วงเวลา 3.01-6.00 น.
จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 และนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ใช้สื่อสังคมออนไลน์
ประเภทเฟซบุ๊กมากที่สุด จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 72.84 รองลงมา คือ ไลน์ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 18.53 อินสตาแกรม
จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.99 และทวิตเตอร์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64

3. ผลกระทบจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลกระทบของสื่อออนไลน์ต่อพฤติกรรมของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ผลกระทบ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ผลกระทบด้านบวกของสื่อออนไลน์	3.60	0.37	มาก
เป็นช่องทางเรียนรู้ด้วยตัวเอง	3.64	0.87	มาก
เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนในครอบครัว/เพื่อน	3.50	0.90	ปานกลาง
เป็นช่องทางในการหารายได้	3.46	0.90	ปานกลาง
แบ่งปันข้อมูลระหว่างกัน	3.64	0.93	มาก
สะดวกสบายในการใช้ชีวิต	3.55	0.88	มาก
ช่วยให้เกิดการผ่อนคลาย ลดความเบื่อหน่าย ความสับสนในใจ	3.71	0.80	มาก
การกด “Like” และการคอมเมนต์เป็นการเสริมแรง	3.67	0.85	มาก
2. ผลกระทบด้านลบของสื่อออนไลน์	3.58	0.37	มาก
บุคลิกภาพไม่ดี	3.58	0.86	มาก
จิตใจสับสน ไม่มีสมาธิในการเรียน	3.65	0.85	มาก
เกิดพฤติกรรมก้าวร้าว หยาดคาย และระรานคนอื่นได้ง่ายขึ้น	3.67	0.94	มาก
ชินชาต่อความรุนแรง	3.42	0.86	ปานกลาง
เกิดความหวาดกลัว	3.42	0.87	ปานกลาง
ใช้ภาษาผิดไวยากรณ์	3.37	0.95	ปานกลาง
ขาดปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้าง	3.73	0.99	มาก
ความเชื่อมั่นในตนเองลดลง ต้องพึ่งพา/รับฟังความคิด (ข้อคอมเมนต์ของคนในโซเชียล)	3.68	1.05	มาก
ทำให้ทำงานหลายอย่าง แต่ทำงานไม่สำเร็จสักงาน	3.56	1.08	มาก
หยุดยั้งความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน	3.79	1.07	มาก
รวม	3.59	0.29	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า โดยรวมการใช้สื่อออนไลน์มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$; S.D. = 0.29) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การใช้สื่อออนไลน์มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ทั้งด้านบวกและด้านลบอยู่ในระดับมาก สามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ผลกระทบด้านบวกของสื่อออนไลน์ ($\bar{X} = 3.60$; S.D. = 0.37) และผลกระทบด้านลบของสื่อออนไลน์ ($\bar{X} = 3.58$; S.D. = 0.37)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีผลกระทบบวกอยู่ในระดับมาก จำนวน 5 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ สามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ช่วยให้เกิดการผ่อนคลาย ลดความเบื่อหน่าย ความสับสนในใจ ($\bar{X} = 3.71$; S.D. = 0.80) การกด “Like” และการคอมเมนต์เป็นการเสริมแรง ($\bar{X} = 3.67$; S.D. = 0.85) เป็นช่องทางเรียนรู้ด้วยตัวเอง ($\bar{X} = 3.64$; S.D. = 0.87) แบ่งปันข้อมูลระหว่างกัน ($\bar{X} = 3.64$; S.D. = 0.93) สะดวกสบายในการใช้ชีวิต ($\bar{X} = 3.55$; S.D. = 0.88) เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนในครอบครัว/เพื่อน ($\bar{X} = 3.50$; S.D. = 0.88) และเป็นช่องทางในการหารายได้ ($\bar{X} = 3.46$; S.D. = 0.90)

ผลกระทบลบอยู่ในระดับมาก จำนวน 7 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 3 ข้อ สามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ หยุดยั้งความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน ($\bar{X} = 3.79$; S.D. = 1.07) ขาดปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้าง ($\bar{X} = 3.73$; S.D. = 0.99) ความเชื่อมั่นในตนเองลดลง ต้องพึ่งพา/รับฟังความคิด (ข้อคอมเมนต์ของคนในโซเชียล) ($\bar{X} = 3.68$; S.D. = 1.05) เกิดพฤติกรรมก้าวร้าว หยาดคายและระรานคนอื่นได้ง่ายขึ้น ($\bar{X} = 3.67$; S.D. = 0.94) จิตใจสับสน ไม่มีสมาธิในการเรียน ($\bar{X} = 3.65$; S.D. = 0.85) บุคลิกภาพไม่ดี ($\bar{X} = 3.58$; S.D. = 0.86) ทำให้ทำงานหลายอย่าง แต่ทำงานไม่สำเร็จสักงาน ($\bar{X} = 3.56$; S.D. = 1.08) ชินชาต่อความรุนแรง ($\bar{X} = 3.42$; S.D. = 0.86) เกิดความหวาดกลัว ($\bar{X} = 3.42$; S.D. = 0.87) และใช้ภาษาผิดไวยากรณ์ ($\bar{X} = 3.37$; S.D. = 0.95)

4. พฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ด้วยสื่อออนไลน์

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ด้วยสื่อออนไลน์

พฤติกรรมการเรียน	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. การเข้าชั้นเรียน	3.56	0.95	มาก
2. ส่งงานตามกำหนดเวลา	3.61	0.93	มาก
3. มีสมาธิและเอาใจใส่ต่อการเรียน	3.65	0.91	มาก
4. มีแรงจูงใจในการเรียน	3.73	0.85	มาก
5. รวบรวมข้อมูล กระตือรือร้นในการค้นหาข้อมูล	3.73	0.87	มาก
6. ทบทวนและเตรียมตัวในการเรียน	3.64	0.82	มาก
7. บันทึกและจดจำเนื้อหาที่สำคัญ	3.53	0.90	มาก
8. แสดงความคิดเห็นและตอบคำถามในชั้นเรียน	3.64	0.97	มาก
9. การใช้อุปกรณ์ช่วยในการเรียน	3.52	0.88	มาก
10. การเตรียมตัวสอบ	3.56	0.88	มาก
รวม	3.62	0.29	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า โดยรวมนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ แสดงพฤติกรรมการเรียนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$; S.D. = 0.29) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แสดงพฤติกรรมการเรียนอยู่ในระดับมากทุกข้อ สามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีแรงจูงใจในการเรียน ($\bar{X} = 3.73$; S.D. = 0.85) รวบรวมข้อมูล กระตือรือร้นในการค้นหาข้อมูล ($\bar{X} = 3.73$; S.D. = 0.87) มีสมาธิและเอาใจใส่ต่อการเรียน ($\bar{X} = 3.65$; S.D. = 0.91) ทบทวนและเตรียมตัวในการเรียน ($\bar{X} = 3.64$; S.D. = 0.82) แสดงความคิดเห็นและตอบคำถามในชั้นเรียน ($\bar{X} = 3.64$; S.D. = 0.97) ส่งงานตามกำหนดเวลา ($\bar{X} = 3.61$; S.D. = 0.93) การเตรียมตัวสอบ ($\bar{X} = 3.56$; S.D. = 0.88) การเข้าชั้นเรียน ($\bar{X} = 3.56$; S.D. = 0.95) บันทึกและจดจำเนื้อหาที่สำคัญ ($\bar{X} = 3.53$; S.D. = 0.90) และการใช้อุปกรณ์ช่วยในการเรียน ($\bar{X} = 3.52$; S.D. = 0.88)

5. ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จำแนกตามหลักสูตรที่กำลังศึกษา

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จำแนกตามหลักสูตรที่กำลังศึกษา

ผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านบวก	ระหว่างกลุ่ม	1.384	3	.461	3.382	.019*
	ภายในกลุ่ม	42.154	309	.136		
	รวม	43.538	312			
ด้านลบ	ระหว่างกลุ่ม	1.764	3	.588	4.337	.005*
	ภายในกลุ่ม	41.902	309	.136		
	รวม	43.666	312			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ที่กำลังศึกษาในหลักสูตรต่างกัน มีผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ทั้งด้านบวกและด้านลบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อทำการวิเคราะห์รายคู่ พบว่า

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์รายคู่ผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ที่กำลังศึกษาในหลักสูตรต่างกัน

ตัวแปรอิสระ	(I) หลักสูตร	(J) หลักสูตร	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
ด้านบวก	นิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.4 ปี)	บัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี)	.15	.081	.068
		บริหารธุรกิจ (บธ.บ. 4 ปี)	.17(*)	.078	.026
		เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี)	.32(*)	.103	.002
	บัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี)	นิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.4 ปี)	-.15	.081	.068
		บริหารธุรกิจ (บธ.บ. 4 ปี)	.03	.046	.565
		เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี)	.18(*)	.082	.033
	บริหารธุรกิจ (บธ.บ. 4 ปี)	นิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.4 ปี)	-.17(*)	.078	.026
		บัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี)	-.03	.046	.565
		เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี)	.15	.080	.062
	เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี)	นิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.4 ปี)	-.32(*)	.103	.002
		บัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี)	-.18(*)	.082	.033
		บริหารธุรกิจ (บธ.บ. 4 ปี)	-.15	.080	.062
ด้านลบ	นิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.4 ปี)	บัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี)	-.07	.081	.407
		หลักสูตรบริหารธุรกิจ (บธ.บ. 4 ปี)	-.04	.078	.585
		เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี)	-.32(*)	.103	.002
	บัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี)	นิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.4ปี)	.07	.081	.407
		บริหารธุรกิจ (บธ.บ. 4 ปี)	.02	.046	.602
		เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี)	-.25(*)	.082	.002
	บริหารธุรกิจ (บธ.บ. 4 ปี)	นิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.4ปี)	.04	.078	.585
		บัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี)	-.02	.046	.602
		เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี)	-.27(*)	.079	.001
	เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี)	นิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.4 ปี)	.32(*)	.103	.002
		บัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี)	.25(*)	.082	.002
		บริหารธุรกิจ (บธ.บ. 4 ปี)	.27(*)	.079	.001

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.4 ปี) มีผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ด้านบวกแตกต่างจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรบริหารธุรกิจ (บธ.บ. 4 ปี) และหลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี) และนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี) มีผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ด้านบวกแตกต่างจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ด้านลบ พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.4 ปี) มีผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ด้านลบแตกต่างจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี), นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี) มีผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ด้านลบแตกต่างจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี) และนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรบริหารธุรกิจ (บธ.บ. 4 ปี) มีผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ด้านลบแตกต่างจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

6. ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมกรรมการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จำแนกตามหลักสูตรที่กำลังศึกษา

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมกรรมการเรียนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จำแนกตามหลักสูตรที่กำลังศึกษา

พฤติกรรมกรรมการเรียน		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
พฤติกรรมกรรมการเรียน โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.226	3	.409	5.049	.002
	ภายในกลุ่ม	25.014	309	.081		
	รวม	26.240	312			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ที่กำลังศึกษาในหลักสูตรต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 และเมื่อทำการวิเคราะห์รายคู่ พบว่า

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์รายคู่ผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ที่กำลังศึกษาในหลักสูตรต่างกัน

ตัวแปรอิสระ	(I) หลักสูตร	(J) หลักสูตร	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
พฤติกรรมกรรมการเรียน โดยรวม	นิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.4 ปี)	บัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี)	.03	.062	.643
		บริหารธุรกิจ (บธ.บ. 4 ปี)	.09	.060	.129
		เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี)	-.13	.080	.093
	บัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี)	นิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.4 ปี)	-.03	.062	.643
		บริหารธุรกิจ (บธ.บ. 4 ปี)	.06	.036	.079
		เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี)	-.16(*)	.063	.010
	บริหารธุรกิจ (บธ.บ. 4 ปี)	นิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.4 ปี)	-.09	.060	.129
		บัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี)	-.06	.036	.079
		เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี)	-.23(*)	.061	.000
	เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี)	นิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ.4 ปี)	.13	.080	.093
		บัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี)	.16(*)	.063	.010
		บริหารธุรกิจ (บธ.บ. 4 ปี)	.23(*)	.061	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรบัญชีบัณฑิต (บช.บ. 4 ปี) มีพฤติกรรมกรรมการเรียนแตกต่างจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี) และนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรบริหารธุรกิจ (บธ.บ. 4 ปี) มีพฤติกรรมกรรมการเรียนแตกต่างจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในหลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ. 4 ปี)

อภิปรายผล

1. นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ทุกคน เคยใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง 61-90 นาที ใช้สื่อสังคมออนไลน์ผ่านมือถือมากที่สุด และใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงเวลา 21.01-24.00 น. ทั้งนี้ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊ก ทั้งนี้เนื่องจากมือถือเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าใช้งานสังคมออนไลน์ที่มีราคาไม่แพง หาซื้อได้ง่าย สะดวกต่อการพกพา และใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา นอกจากนี้การใช้โดยเฉลี่ย 61-90 นาที ในช่วงเวลา 21.01-24.00 น. นั้น อาจเนื่องมาจากเป็นเวลาที่นักศึกษาเลิก

เรียน และเสร็จสิ้นจากภารกิจส่วนตัวแล้วจึงมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของเสาวภาคย์ แหลมเพ็ชร (2559) ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในจังหวัดนนทบุรี พบว่า นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนนทบุรีใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภท เฟซบุ๊ก มากเป็นอันดับหนึ่ง และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชนากิตติ ราชพิบูลย์ (2553) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวันมากที่สุด คือ 1-3 ชั่วโมง ในช่วงเวลากลางวัน (19.00-24.00 น.)

2. โดยรวมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$; S.D. = 0.29) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การใช้สื่อออนไลน์มีผลกระทบต่อพฤติกรรมเรียนรู้ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ทั้งด้านบวกและด้านลบอยู่ในระดับมาก สามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ ผลกระทบด้านบวกของสื่อออนไลน์ ($\bar{X} = 3.60$; S.D. = 0.37) และผลกระทบด้านลบของสื่อออนไลน์ ($\bar{X} = 3.58$; S.D. = 0.37) ทั้งนี้เนื่องจากสื่อออนไลน์เป็นสื่อเสรีที่มีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของผู้คนในปัจจุบันอย่างมากเพราะเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และการเรียนรู้ในโลกยุคปัจจุบัน สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับทุกสื่อ สามารถเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลเพื่อการสืบค้นขยายการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ รับ-ส่งข้อมูลข่าวสารได้อย่างไร้ขีดจำกัดบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการเรียนรู้ตลอดชีวิต สามารถบูรณาการขยายองค์ความรู้จากห้องเรียนไปยังทุกหนทุกแห่ง โดยอาศัยสื่อสังคมหรือเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นช่องทาง สื่อออนไลน์จึงเป็นสื่อที่มีคุณูปการยิ่งสำหรับการศึกษายุคนี้ สื่อออนไลน์อุดมไปด้วยเทคโนโลยีและการสื่อสารสมัยใหม่ที่เปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้และสามารถเรียนรู้เป็นรายบุคคลและเป็นกลุ่มได้อย่างมหาศาล เทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยให้เกิดการเรียนรู้โดยใช้ประสาทสัมผัสหลายอย่างในการสะท้อนความคิดเห็น รวมทั้งการร่วมมือกันในการเรียนรู้ก็ไม่มีการจำกัดเวลา สถานที่หรือโครงสร้างของรูปแบบการเรียนรู้ เทคโนโลยีเหล่านี้ยังสามารถช่วยกระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดกระบวนการค้นหาความรู้ ช่วยให้เรียนรู้สร้างความรู้ความเข้าใจใหม่ ๆ ขึ้น ไม่ได้เป็นเพียงการส่งต่อหรือถ่ายทอดความรู้หรือข้อมูลเท่านั้น และยังรวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ด้วย แต่อย่างไรก็ตามเมื่อสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันและการเรียนรู้อย่างมหาศาลและรวดเร็วเช่นนี้ย่อมเหมือนดาบสองคม โดยมีทั้งประโยชน์และโทษ เป็นช่องทางของผู้แสวงหาประโยชน์จากผู้แสวงหาการป้องกันและแก้ไข ปัญหาสังคมที่จะเกิดขึ้นได้ คือ การใช้เทคโนโลยีเหล่านี้อย่างมีจริยธรรม ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการจะต้องระมัดระวัง ไม่สร้างความเดือดร้อนต่อผู้อื่นและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม ผู้ให้บริการต้องสร้างความเข้มแข็งให้ตนเอง คือไม่ลุ่มหลงต่อกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งมากเกินไป ควรรู้จักแบ่งเวลาให้เหมาะสม ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชนากิตติ ราชพิบูลย์ (2553) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบข้อเสนอแนะว่าให้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณในการเล่น

3. นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ที่กำลังศึกษาในหลักสูตรต่างกัน มีผลกระทบของการใช้สื่อออนไลน์ทั้งด้านบวกและด้านลบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้โดยธรรมชาติของแต่ละหลักสูตรย่อมมีความแตกต่างกัน การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเรียนการสอนย่อมมีความจำเป็นและให้ความสำคัญแตกต่างกันไป บางหลักสูตรอาจต้องใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อหลักในการเรียนการสอน ดังนั้นจึงทำให้นักศึกษาที่เรียนหลักสูตรต่างกันได้รับผลกระทบแตกต่างกัน ทั้งนี้ผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของเสาวภาคย์ แหลมเพ็ชร (2559) ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนนทบุรี พบว่า นักเรียนที่มีแผนการเรียนแตกต่างกันได้รับผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุป

นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กมากที่สุด และโดยรวมการใช้สื่อออนไลน์มีผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบต่อพฤติกรรมเรียนรู้ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ อยู่ในระดับมาก รวมทั้งนักศึกษาแสดงพฤติกรรมเรียนรู้ในระดับมากเช่นกัน นอกจากนี้ พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ที่กำลังศึกษาในหลักสูตรต่างกันมีผลกระทบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านบวก ด้านลบ และมีพฤติกรรมเรียนรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

สื่อออนไลน์จึงเป็นสื่อที่มีทั้งประโยชน์และโทษ เป็นช่องทางของผู้แสวงหาประโยชน์จากผู้แสวงหาการป้องกันและแก้ไข ปัญหาสังคมที่จะเกิดขึ้นได้ คือ การใช้เทคโนโลยีเหล่านี้อย่างมีจริยธรรม ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการจะต้องระมัดระวัง ไม่สร้างความเดือดร้อนต่อผู้อื่นและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม ผู้ให้บริการต้องสร้างความเข้มแข็งให้ตนเอง คือไม่ลุ่มหลงต่อกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งมากเกินไป ควรรู้จักแบ่งเวลาให้เหมาะสม

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์ในการให้คำแนะนำอย่างดียิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศุภางค์ นันดา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ปณณรัตน์ พิงคานนท์ ที่ปรึกษาผู้ทรงเกียรติ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และขอขอบคุณนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ที่ใช้ในการวิจัยทุกคนที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม กระทั่งข้าพเจ้าได้ข้อมูลประกอบการจัดทำวิจัยฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- ชนากิตติ ราชพิบูลย์. (2553). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และผลกระทบต่อนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2548). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์สารสนเทศการวิจัย. (2557). สถิติคนไทยกับการใช้สื่อดิจิทัล. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2558 จาก: http://ridcnrct.blogspot.com/2014/08/blog-post_31.html
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). การสำรวจการมีและกรใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในครัวเรือน พ.ศ. 2559. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- เสาวภาคย์ แผลมเพ็ชร. (2559). พฤติกรรมและผลกระทบจากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดนนทบุรี. วารสารสุทธิปริทัศน์, 30(93), (มกราคม – มีนาคม).

การใช้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการสร้างคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของ ประเทศไทยที่สนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจ ASEAN

กฤษณ์ท แสนทวี, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ¹

Email: good0773@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การใช้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการส่งเสริมท่องเที่ยวของประเทศไทย 2) คุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย 3) อิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีต่อคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง ในจังหวัดชลบุรี ภูเก็ต สงขลา เชียงใหม่ นครราชสีมา กระบี่ สุราษฎร์ธานี ขอนแก่น ประจวบคีรีขันธ์ อุตรดิตถ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการวิจัย พบว่า ควรใช้การสื่อสาร ณ แหล่งท่องเที่ยว ร่วมกับควรใช้การโฆษณาในการขายในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยใน ร่วมกันพยากรณ์ได้ ร้อยละ 7.4 สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันบ่งชี้ว่าเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ควรใช้การสื่อสาร ณ แหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 76 โดยคุณค่า แบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวในประเทศไทยให้คุณภาพด้านการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ร้อยละ 71 และเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 9

คำสำคัญ: คุณค่าแบรนด์ แบรนด์ด้านการท่องเที่ยว การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ

ABSTRACT

This research aimed to study 1) the integrated marketing communications to promote the tourism of Thailand, 2) the brand equity of tourism in Thailand and 3) the influence of integrated marketing communication on the brand equity of tourism of Thailand, which support the ASEAN economic community. The research methodology, quantitative data were collected by questionnaire from Thai tourists in Chonburi, Phuket, Songkla, Chiang Mai, Nakhon Ratchasima, Krabi, Surat Thani, Khon Kaen, Prachuap khiri Khan and Udon Thani. The total of 400 samples were analyzed by descriptive statistics, One-way ANOVA, multiple regression analysis and confirmatory factor analysis. The results found that the communication should be used point of purchase communication and personal selling communication were together forecasts by 7.4 %. About confirmatory factor analysis that the tools of integrated marketing communication with the most influence should be used point of purchase communication by 76%. About brand equity in the tourism of Thailand, the most influential with Thailand tourism quality consistently by 71 % and integrated marketing communication tool is affecting tourism brand equity by 9%.

Keywords: Brand Equity, Destination Brand, Integrated Marketing Communication

บทนำ

การก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Association of Southeast Asian Nations: ASEAN) หรืออาเซียน ก่อตั้งขึ้นโดยปฏิญญากรุงเทพ (Bangkok Declaration) เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2510 โดยในปัจจุบันมีจำนวนประเทศสมาชิกทั้งหมด 10 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ บรูไนดารุสซาลาม เวียดนาม ลาว พม่า กัมพูชา และไทย ตลอดระยะเวลากว่า 40 ปี แห่งการก่อตั้ง อาเซียนได้เผชิญกับความเปลี่ยนแปลงของโลกและภูมิภาคอย่างต่อเนื่องจากจุดเริ่มต้นของการมุ่งเน้นในการสร้างความร่วมมือทางการเมืองและความมั่นคงร่วมกันในระยะแรกได้ปรับเปลี่ยนไปสู่ความร่วมมือในด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะเศรษฐกิจมากขึ้น ในปีพุทธศักราช 2558 ประเทศสมาชิกอาเซียนได้กำหนดและวางแผนเพื่อพัฒนาและยกระดับความร่วมมือระหว่างกันไปสู่ทิศทางที่ก้าวหน้าอีกระดับหนึ่งด้วยการจัดตั้งประชาคมอาเซียน (ASEAN Community: AC) ขึ้นเพื่อสนับสนุนการรวมตัวและ

¹ การสื่อสารเพื่อการจัดการนวัตกรรม วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความร่วมมือระหว่างกันอย่างรอบด้าน ประกอบด้วย 3 เสาหลัก ได้แก่ ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political-Security Community: APSC) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community: ASCC)

ทั้งนี้ จุดเริ่มต้นในปี พ.ศ. 2558 จึงเป็นการนำเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) โดยอาเซียนได้ตกลงที่จะเปิดเสรีด้านการค้าในสาขาสินค้าและบริการสำคัญ 11 สาขา เพื่อเป็นการนำร่องและส่งเสริมการ Outsourcing หรือการผลิตสินค้า โดยใช้วัตถุดิบและชิ้นส่วนที่ผลิตภายในอาเซียน ซึ่งเป็นไปตามแผนการดำเนินการเพื่อบูรณาการเป็น AEC และได้มอบหมายให้ประเทศต่าง ๆ ทำหน้าที่รับผิดชอบเป็นผู้ประสานงานหลัก (Country Coordinators) ดังนี้ 1) พม่า สาขาผลิตภัณฑ์เกษตร (Agro-Based Products) และสาขาประมง (Fisheries) 2) มาเลเซีย สาขาผลิตภัณฑ์ยาง (Rubber-Based Products) และสาขาสีทอ (Textiles and Apparels) 3) อินโดนีเซีย สาขายานยนต์ (Automotive) และสาขาผลิตภัณฑ์ไม้ (Wood-Based Products) 4) ฟิลิปปินส์ สาขาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronics) 5) สิงคโปร์ สาขาคณิตศาสตร์สารสนเทศ (e-ASEAN) และสาขาสุขภาพ (Healthcare) 6) ไทย สาขาการท่องเที่ยว (Tourism) และสาขาการบิน (Air Travel) และสร้างพันธมิตรระหว่างประเทศสมาชิกที่จะดำเนินการไปสู่เป้าหมายดังกล่าวร่วมกัน ประกอบด้วย 4 ส่วนหลัก ซึ่งอ้างอิงมาจากเป้าหมายการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียน ตามแถลงการณ์บาหลี ฉบับที่ 2 (Bali Concord II) ได้แก่ 1) การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว 2) การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน 3) การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และ 4) การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตาม เป้าหมายสำคัญของ AEC ไม่ใช่การแข่งขันกันแต่เป็นการส่งเสริมความร่วมมือซึ่งกันและกัน ทั้งในด้านการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในภูมิภาค การพัฒนาอย่างเท่าเทียมกัน และการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลกซึ่งจะช่วยเพิ่มอำนาจในการต่อรองของอาเซียน และจะช่วยส่งเสริมให้ทั้งภูมิภาคมีการเติบโตขึ้น

จากการที่ประเทศไทยได้รับมอบหมายให้จากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ให้ทำหน้าที่รับผิดชอบเป็นผู้ประสานงานหลัก สาขาการท่องเที่ยว (Tourism) และสาขาการบิน (Air Travel) ดังกล่าวนั้น ชี้ให้เห็นว่าประเทศไทยมีศักยภาพทางการท่องเที่ยว ในด้านต่าง ๆ ที่มีความพร้อมกว่าประเทศอื่นในประชาคม ทั้งนี้ จากรายงานการจัดอันดับของ Bloom Consulting (2015) เกี่ยวกับแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศในกลุ่มเอเชียที่สามารถสร้างมูลค่าจากการท่องเที่ยวได้สูงสุด 25 อันดับ ซึ่งที่ผ่านมาในปี 2014-2015 ประเทศไทยสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับตลาดทางการท่องเที่ยวได้สูงเป็นอันดับ 2 ของเอเชียรองจากฮ่องกง และเมื่อพิจารณาภาพรวมในระดับโลกประเทศไทยสามารถสร้างมูลค่าจากตลาดทางการท่องเที่ยวได้สูงเป็นอันดับ 6 ของโลก โดยฮ่องกงอยู่ในอันดับ 4 นอกจากนี้ หากพิจารณาถึงความเข้มแข็งในการสร้างตลาดด้านการท่องเที่ยว Bloom Consulting จัดให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนาตลาดด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับ A คือ Slightly Strong หรือค่อนข้างเข้มแข็ง ซึ่งรองจากระดับ AAA (เข้มแข็งมาก) AA (เข้มแข็ง) ส่วนประเทศฮ่องกงซึ่งมีอันดับในการสร้างมูลค่าจากการท่องเที่ยวที่สูงกว่าไทย แต่พบว่ากลับมีระดับของศักยภาพในการพัฒนาตลาดทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดีมาก (Very Good: BBB) เท่านั้น ถึงแม้การรายงานการจัดอันดับของ Bloom Consulting จะบ่งชี้ว่าในช่วงปี 2014-2014 การเติบโตของมูลค่าทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยจะเติบโตลดลง ในระดับ -1 ซึ่งอาจเป็นผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมืองที่ผันผวน และก่อให้เกิดความไม่มั่นใจต่อการเดินทางมาเที่ยวนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นส่วนน้อยเท่านั้น (Bloom Consulting, 2015)

อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากการคลี่คลายของสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองเมื่อกลางปี 2557 ส่งผลให้ในช่วงปลายปี ทำให้เกิดบรรยากาศการท่องเที่ยวภายในประเทศที่เอื้ออำนวยมากยิ่งขึ้น โดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้มีการทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง โดยมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ โดยกำหนดให้ปี 2557 ที่ผ่านมาเป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยว และกำหนดให้มีโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทย (Discover Thainess) ขึ้น ซึ่งช่วยให้ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทยสามารถกลับมาขยายตัวขึ้นอีกครั้ง โดยในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2557 ที่ผ่านมา ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้วิเคราะห์ถึงรายงานถึงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในเดือนธันวาคม 2557 ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 2,841,333 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.8 นับเป็นสัญญาณการเริ่มต้นที่ดีของการท่องเที่ยวไทย สำหรับทิศทางการท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2558 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 7.3 ล้านคน เติบโตประมาณร้อยละ 15.0 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2557 ซึ่งจะสามารถสร้างรายได้ในกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมูลค่าประมาณ 382,900 ล้านบาท หรือเติบโตประมาณ ร้อยละ 16.4 เมื่อเทียบกับที่หดตัวร้อยละ 4.0 ในปี 2557 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

จากข้อมูลของ Bloom Consulting และศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้นำเสนอถึงข้อมูลและแนวโน้มของสถานการณ์และศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีความเหนือกว่าประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งส่งผลให้การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ประเทศไทยได้รับผิดชอบเป็นผู้ประสานงานหลัก (Country Coordinators) ในด้านการท่องเที่ยวและการบิน ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าและการพัฒนา จึงทำให้แบรนด์ด้านการท่องเที่ยว (Destination Brand) ของประเทศไทยสามารถเป็นส่วนช่วยในการเพิ่มมูลค่าให้กับตลาดการท่องเที่ยวในประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถเป็นแบรนด์สนับสนุน (Endorsement Brand) ด้านการท่องเที่ยวให้กับประเทศ

อื่น ๆ ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้เป็นอย่างดี ซึ่ง Cai (2002) ได้กล่าวถึงแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวว่าเป็นการผสมผสานกลยุทธ์เกี่ยวข้องกับแบรนด์เพื่อที่จะสร้างความแตกต่างและความชัดเจนให้กับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จากภาพลักษณ์เชิงบวกของสินค้าและบริการจากแหล่งท่องเที่ยว และแบรนด์ของแหล่งท่องเที่ยวจะมีความเกี่ยวข้องสอดคล้องกับชื่อสถานที่ซึ่งแสดงถึงลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้วย โดยที่ Gnoth (2002) มองว่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากแบรนด์ของสินค้าทั่วไปอยู่บ้าง ตรงที่แบรนด์ด้านการท่องเที่ยวมีลักษณะที่ครอบคลุมธุรกิจที่เกี่ยวข้องของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้นทั้งหมด (Umbrella Brand) เนื่องจากอนุญาตให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องสามารถใช้คุณภาพและคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวได้ ในการสื่อสารการตลาดได้ ดังนั้นแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวจึงนับเป็นกระบวนการในการพัฒนาเอกลักษณ์และความเป็นหนึ่งเดียวของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวคู่แข่ง ซึ่งแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวมีเป้าหมายเพื่อรวบรวมทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยวหรือประเทศนั้น ๆ และนำเสนอภาพรวมเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นในที่สุด

แบรนด์ด้านการท่องเที่ยวจึงแสดงออกในรูปแบบของสินค้าและบริการซึ่งเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การเกษตรกรรม กิจกรรมทางกีฬา ศิลปะ เทคโนโลยี ผู้มีชื่อเสียง สิ่งดึงดูดใจ เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยว เพื่อต้องการให้นักท่องเที่ยวหรือกลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกและการรับรู้ในเชิงบวกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนักการตลาดจำเป็นต้องเข้าใจถึงความต้องการและความรู้สึกของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวในการแสวงหาสถานที่พักผ่อนหย่อนใจที่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างครอบคลุม แหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จนั้นจึงมักเป็นสถานที่อยู่ในหัวสมองและอยู่ในใจของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว (Uhrnholt, 2008) โดยเป้าหมายสำคัญของการแนวคิดเกี่ยวกับแบรนด์ด้านการท่องเที่ยว คือการสร้างคุณค่าของแบรนด์ (Brand Equity) ให้เกิดขึ้นจากคุณลักษณะหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่รวมกันเป็นองค์ประกอบของแบรนด์ เนื่องจากคุณค่าของแบรนด์จัดได้ว่าเป็นสินทรัพย์ (Asset) หรือเป็นทุนที่จะช่วยให้แบรนด์มีความแข็งแกร่ง ซึ่ง Aaker (1991) มองว่าคุณค่าของแบรนด์ เป็นผลรวมของสินทรัพย์ (A Set of Brand Assets) และความรับผิดชอบของแบรนด์ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะ 4 ประการ คือ 1) การตระหนักในชื่อของแบรนด์ (Name Awareness) 2) การรับรู้คุณภาพของสินค้า (Perceived Quality) เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสังเกตเห็นถึงคุณภาพโดยรวมของสินค้าหรือความเหนือชั้นกว่าของสินค้า 3) ความเชื่อมโยงผู้บริโภคนักท่องเที่ยวกับแบรนด์ (Brand Association) คือการเชื่อมโยงแบรนด์ให้เกิดการจดจำในกลุ่มผู้บริโภคหากเกิดความเชื่อมโยงอย่างแนบแน่นระหว่างผู้บริโภคนักท่องเที่ยวกับแบรนด์ขึ้นจะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการระลึกถึง (Retrieve) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแบรนด์ได้อีกครั้งหนึ่งไม่ว่าจะเป็นความแตกต่างจากแบรนด์อื่น ๆ การให้เหตุผลในการซื้อสินค้านั้นทั้งการสร้างความคุ้นเคยที่ดีขึ้นภายในจิตใจของผู้บริโภค ซึ่งช่วยทำให้ตราสินค้าขยายวงกว้างออกไป 4) ความภักดีในแบรนด์ (Brand Loyalty) เป็นการวัดพฤติกรรมการเข้าถึงแบรนด์สินค้าหรือการเลือกใช้สินค้าประเภทเดียวกันของผู้บริโภคแต่มีแบรนด์ที่แตกต่างกัน

โดยที่ผ่านมารีธีการ (Approach) หรือเครื่องมือ (Tools) ที่สามารถนำมาใช้ในการจัดการแบรนด์ (Brand management) เพื่อสร้างคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีในปัจจุบันรูปแบบหนึ่ง คือ การใช้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) ซึ่งจัดเป็นกระบวนการที่อาศัยหลักการและการปฏิบัติซึ่งสามารถช่วยให้องค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวและสร้างแบรนด์ได้ในขณะเดียวกัน มีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของการดำเนินงานในส่วนต่าง ๆ ขององค์กรธุรกิจ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ไปยังกลุ่มลูกค้า เนื่องจากสิ่งแรกที่องค์กรต้องคำนึงถึงคือการสร้างนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวให้กับแบรนด์ของตน ด้วยการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวและบุคคลให้เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการดำเนินการในลักษณะนี้จึงเป็นสิ่งที่มากกว่าผลกำไรและการบริการด้านการท่องเที่ยวแบบเดิม เนื่องจากสามารถประสบความสำเร็จได้ด้วยการบูรณาการข้อมูลแบรนด์ สื่อ และหนทางหรือวิธีการในการสื่อสารการตลาดเข้าด้วยกัน เพื่อช่วยสร้าง รักษา และพัฒนา ความสัมพันธ์ในแบรนด์ ซึ่งในการดำเนินงานด้านการตลาดนั้นจำเป็นต้องพิจารณาถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ (Stakeholder) รวมด้วย ไม่เพียงเฉพาะแต่กลุ่มนักท่องเที่ยวแต่รวมถึง ผู้ให้บริการ นักธุรกิจ แหล่งทุน เป็นต้น ซึ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้ อาจมีลักษณะเป็นบุคคลหรือเป็นกลุ่มบุคคลที่สามารถสร้างผลกระทบต่อการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวได้ในทางใดทางหนึ่งได้ ดังนั้น การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการจึงเป็นสิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Duncan, 2002) โดยเฉพาะเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ซึ่งเป็นการบูรณาการเครื่องมือการสื่อสารประเภทต่าง ๆ เข้าด้วยกันเพื่อสร้างเป้าหมายทางการสื่อสารในการสร้างคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึงตามวัตถุประสงค์และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ซึ่งในงานวิจัยของ ศิริวราพร คำอ่อง, ชัชชัย สุจริต และ รติ ธนารักษ์ (2554) พบว่า สภาพของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ มีการสื่อสารการตลาด 4 ช่องทาง ได้แก่ สื่อโฆษณา สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล โดยรูปแบบการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย 6 ส่วน ได้แก่ การสร้างอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ การใช้กลยุทธ์การสื่อสารผ่านเครื่องมือสื่อสารการตลาด การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การประมวลผลและส่งข้อมูลย้อนกลับ

จากศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทยของประเทศไทยที่มากกว่าประเทศอื่นในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยได้รับเป็นผู้นำรับผิดชอบและประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยว ประกอบกับมูลค่าของตลาดด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ยังถูกจัดอยู่ในอันดับต้น ๆ ของโลกและเอเชีย จึงส่งผลให้คุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถช่วยส่งเสริมหรือ

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

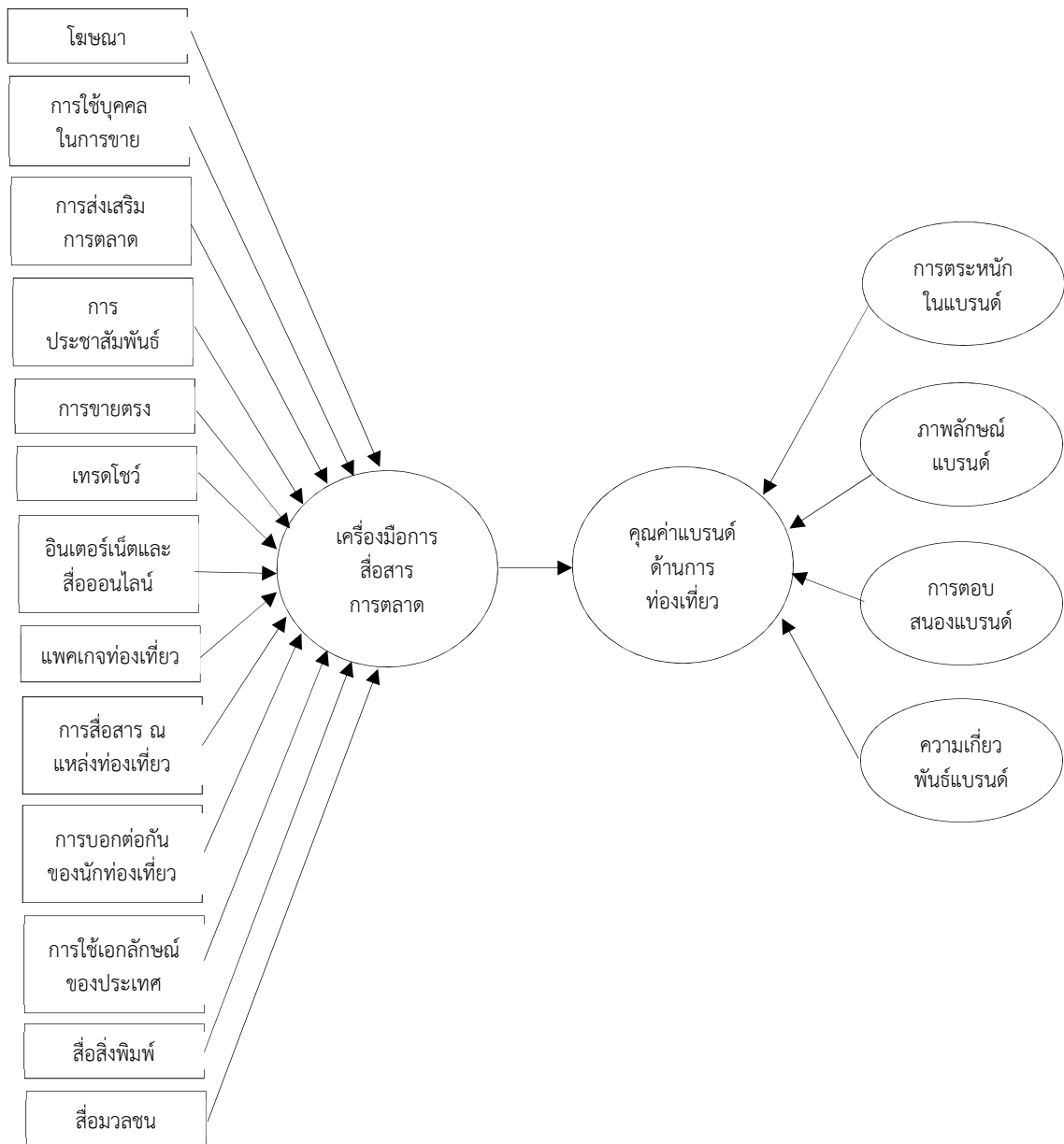
ผลิตภัณฑ์คุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศกลุ่มสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้เป็นอย่างดี ดังนั้น การผลักดันคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งจะส่งผลต่อการตระหนักในชื่อของแบรนด์ การรับรู้คุณภาพของสินค้า ความเชื่อมโยงผู้บริโภคกับแบรนด์ ความภักดีในแบรนด์ (Brand Loyalty) จะช่วยสนับสนุนแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวให้กับประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้เป็นอย่างดี โดยการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการจัดเป็นเครื่องมือหรือวิธีการหนึ่งที่สามารถสร้างคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเหมาะสมต่อการสร้างคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาการใช้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการส่งเสริมท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- 2) เพื่อศึกษาคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีต่อคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่จังหวัด 10 อันดับแรก ซึ่งเป็นจังหวัดที่นำลงทุนด้านธุรกิจท่องเที่ยวมากที่สุดของประเทศไทย ได้แก่ (1) ชลบุรี (2)ภูเก็ต (3) สงขลา (4) เชียงใหม่ (5) นครราชสีมา (6) กระบี่ (7) สุราษฎร์ธานี (8) ขอนแก่น (9) ประจวบคีรีขันธ์ (10) อุตรดิตถ์ จำนวน 400 ตัวอย่าง จากจำนวนประชากรนักท่องเที่ยว 54,652,216 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) โดยคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรการคำนวณของ Taro Yamane (1973) โดยกำหนดโควตา (Quota Sampling) กลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลตามพื้นที่จังหวัด จำนวน 10 จังหวัด จังหวัดละ 40 คน จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย รวมทั้งการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในการวิเคราะห์อิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการต่อการสร้างคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่สนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



ภาพที่ 1 แสดงแบบจำลองความสัมพันธ์ของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีต่อคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยว
ที่มา (ปรับปรุงจาก : Kotler, Keller, and Burton, 2009)

ผลการวิจัย

1) ลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.70 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.30 โดย กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 20 – 24 ปี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30 มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79.00

2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในเวลาประมาณ 1 ปี ที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุดคือ ประมาณ ปีละ 2-3 ครั้ง จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 และมีเหตุผลสำคัญที่ทำให้ท่านเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยมากที่สุด คือ พักผ่อนในวันหยุด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 ซึ่งส่วนใหญ่มีผู้ที่มีกรร่วมเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศด้วยมากที่สุดคือ เพื่อน

จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 โดยภูมิภาคที่ชื่นชอบเส้นทางท่องเที่ยวในประเทศบ่อยครั้งมากที่สุด คือ ภาคเหนือ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50

3) ความคิดเห็นต่อลักษณะการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของประเทศไทย

ความคิดเห็นต่อลักษณะการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของประเทศไทย อันดับที่ 1 คือ เหมาะกับการอยู่อาศัย อันดับที่ 2 คือ มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย อันดับที่ 3 คือ มีแหล่งช้อปปิ้งที่หลากหลาย

4) รูปแบบการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย

รูปแบบการท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย มากที่สุด คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เดินป่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ รองลงมา คือ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น พระราชวัง โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์

5) คุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน

คุณค่าด้านการท่องเที่ยวประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวควรแนะนำให้นักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย รองลงมา คือ การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวและแตกต่างจากประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน เท่ากันกับ การท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน

6) การใช้การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในการส่งเสริมท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

6.1) ความคิดเห็นต่อการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน

เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน มากที่สุด คือ ควรใช้การใช้เอกลักษณ์ของประเทศ ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน รองลงมา คือ ควรใช้การโฆษณาในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน

6.2) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

6.2.1) เพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยคุณค่าแบรนด์ เรื่อง คุณลักษณะของการท่องเที่ยวประเทศไทยและแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถดึงดูดใจได้อย่างรวดเร็ว และคุณค่าแบรนด์ เรื่อง การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวและแตกต่างจากประเทศอื่น ๆ แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.2.2) อายุของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า อายุแตกต่างกัน คุณค่าแบรนด์ เรื่อง ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในกลุ่มประเทศอาเซียน (P-value = 0.04) และคุณค่าแบรนด์ เรื่อง การท่องเที่ยวในประเทศไทยประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าการเดินทางท่องเที่ยวประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.2.3) สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนในทุกประเด็น ไม่แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.2.4) ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปีของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยคุณค่าแบรนด์ในประเด็น เรื่อง การท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถสร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.2.5) เหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า เหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยคุณค่าแบรนด์ในประเด็น เรื่อง การท่องเที่ยวในประเทศไทยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยว แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.2.6) เพศ แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า เพศของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน เรื่อง ควรใช้การโฆษณาในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.2.7) อายุ แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า อายุของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน ทุกประเด็น ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.2.8) สถานภาพสมรส แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า สถานภาพสมรสของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน ทุกประเด็น ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.2.9) ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปี แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนในภาพรวม แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปีของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน ทุกประเด็น แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6.2.10) เหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยว แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า เหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปีของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยการใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน ในประเด็น เรื่อง ควรใช้การบอกต่อกันของนักท่องเที่ยว ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนและในประเด็นเรื่องควรใช้สื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

7) อิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีต่อคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

7.1) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณอิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีต่อคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ควรใช้การสื่อสาร ณ แหล่งท่องเที่ยว ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน ร่วมกับควรใช้การชักชวนในการขาย ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน สามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ ร้อยละ 7.4

7.2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีต่อคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

โดยแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับพอใช้ได้ โดยเส้นอิทธิพลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รวมทั้งค่าการทดสอบความสอดคล้องส่วนใหญ่ยอมรับได้ กล่าวคือ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่า 890.63; df=362; p-value = 0.00; RMSEA=0.060; RMR=0.42; SRMR=0.052; GFI=0.88; CFI=0.98

ทั้งนี้ อิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีต่อคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เท่ากับ ร้อยละ 9 ($R^2=0.09$) โดยที่อิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ควรใช้การสื่อสาร ณ แหล่งท่องเที่ยว ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน ร้อยละ 76 ($R^2=0.76$) สำหรับคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวในประเทศไทยให้คุณภาพด้านการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ร้อยละ 71 ($R^2=0.71$)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมีความสอดคล้องกัน คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณอิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีต่อคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ควรใช้การสื่อสาร ณ แหล่งท่องเที่ยว ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน ร่วมกับควรใช้การใช้บุคคลในการขาย ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน สามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ ร้อยละ 7.4 โดยที่การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีต่อคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยที่อิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีต่อคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ร้อยละ 9 ($R^2=0.09$) ซึ่งมีอิทธิพลอยู่ระดับน้อย ส่วนอิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ควรใช้การสื่อสาร ณ แหล่งท่องเที่ยว ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประสานงานหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน ร้อยละ 76 ($R^2=0.76$) สำหรับคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวในประเทศไทยให้คุณภาพด้านการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ร้อยละ 71 ($R^2=0.71$) นั้น โดยบทบาทของการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคไทยแลนด์ 4.0 การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการในยุคไทยแลนด์ 4.0 จะกลายเป็นการสื่อสารสองทางระหว่างผู้ประกอบการ (ร้านค้า) และผู้บริโภค (ลูกค้า) ซึ่งเกิดขึ้นก่อนการขายระหว่างการใช้สินค้าและภายหลังการใช้สินค้าโดยหาวิธีการสื่อสารเข้าถึงลูกค้าผ่านสื่อมวลชนดั้งเดิมและ New Media ทำให้ลูกค้าสื่อสารกลับมายังแบรนด์ได้ด้วยจะเห็นได้ว่าการแข่งขันทางธุรกิจปัจจุบันเป็นการแข่งขันที่มีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นและการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth) ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้กลายมาเป็นแนวทางการสื่อสารแบบรวมกระจายข่าวสารความรู้สึกส่วนตนให้ผู้อื่นรับรู้ (Viral Marketing) ที่มีบทบาทต่อกลุ่มลูกค้ามากขึ้น การทำการสื่อสารการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถลดค่าใช้จ่ายจากการสื่อสารแบบดั้งเดิมลดลง ทำให้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของแต่ละแบรนด์มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้น นักสื่อสารการตลาดของแต่ละองค์กร ต่างก็มองหาเครื่องมือที่ดีที่สุดมีประสิทธิภาพในการสื่อสารแบรนด์ขององค์กรไปยังผู้บริโภคมากที่สุดผ่าน New Media ที่สามารถติดต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพอีกทั้งยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าโดยการสื่อสารการตลาดถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำธุรกิจเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ในการซื้อสินค้าและบริการรวมถึงการจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อแบรนด์และตัวองค์กร ซึ่งการสื่อสารการตลาดนั้นประกอบด้วย 6 กิจกรรม ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การใช้พนักงานขาย การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการสื่อสาร ณ จุดซื้อ (Kotler, อ้างถึงใน สุรเดช สุเมธาวิวัฒน์, 2559) การพัฒนาทางเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารมากเกินไปความต้องการประกอบกับชีวิตในสังคมที่ซับซ้อนมากขึ้นผู้บริโภคมีเวลาจำกัดในการรับข่าวสารที่มากมายทำให้เกิดความสับสนธุรกิจจึงต้องหาวิธีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มผู้บริโภค ดังนั้น การสื่อสารการตลาดจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นไปยังกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับการสร้างมูลค่าให้กับแบรนด์ในรูปแบบของการรับรู้ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงที่ดีตามมา การใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาเพื่อให้ธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าเกิดความรวดเร็วในการสื่อสารทางตรงซึ่งจะส่งผลให้สินค้าและบริการเป็นที่รู้จักมากขึ้นและถือว่าเป็นการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับหลาย จะเห็นได้ว่าในยุคไทยแลนด์ 4.0 กระบวนการสื่อสารถูกนำมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจได้หลากหลายรูปแบบ การเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่มีเข้าถึงลูกค้าผ่านเทคโนโลยีที่เข้าถึงง่ายอย่างสมาร์ตโฟนจะส่งผลของการส่งเสริมการตลาดตรงตามเป้าหมายที่ได้วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเลือกใช้กิจกรรมในการสื่อสารการตลาดที่เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคจะเป็นวิธีการสื่อสารที่สามารถชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะเป็นผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อ และก็จะกลายเป็นลูกค้าในที่สุด สาเหตุที่การสื่อสารที่เรียกว่า IMC มีศักยภาพในการสร้างความสนใจและสามารถโน้มน้าวให้มีลูกค้าอยู่ในมือได้นั้น เพราะการนำเอาการสื่อสารเชิงบูรณาการมาใช้นั้น เป็นการใช้องค์ประกอบของการสื่อสารหลากหลายรูปแบบการสื่อสารในรูปแบบดังกล่าวจึงอาจเป็นข้อจำกัดของนักการตลาดที่มีงบประมาณไม่มาก โดยที่การสื่อสาร ณ จุดขาย นั้น คือ องค์ประกอบในการสื่อสารการตลาด ประกอบด้วยการจัดแสดงสินค้า (Display) โปสเตอร์ สัญลักษณ์ป้ายโฆษณา (Banner) แผ่นป้ายติดที่ชั้นวางสินค้า (Shelf-Talker) บัตรวางที่เคาน์เตอร์และรูปแบบอื่น ๆ ที่ต้องการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในร้านค้า โดยเป็นการออกแบบมาเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิด การสื่อสาร ณ จุดขายถือได้ว่าเป็นกระบวนการสื่อสารตัวสุดท้ายก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้า และจากการศึกษา พบว่าผู้บริโภคมากกว่าสองในสามตัดสินใจซื้อสินค้าในพื้นที่ขายเป็นการตัดสินใจซื้อสินค้าโดยไม่ได้อำนาจแผนซื้อไว้ล่วงหน้า (Unplanned Buying Behavior) ดังนั้น การสื่อสาร ณ จุดขายจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะสร้างแรงจูงใจให้ข้อมูลหรือแม้กระทั่งสร้างความสนุกสนานแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายซึ่งเชื่อว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมของการซื้อของกลุ่มเป้าหมาย

สรุป

ควรใช้การสื่อสาร ณ แหล่งท่องเที่ยว ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน ร่วมกับควรใช้การใช้บุคคลในการขาย ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน

อิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีต่อคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เท่ากับ ร้อยละ 9 โดยที่อิทธิพลของเครื่องมือการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ควรใช้การสื่อสาร ณ แหล่งท่องเที่ยว ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน สำหรับคุณค่าแบรนด์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสนับสนุนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวในประเทศไทยให้คุณภาพด้านการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะ

- 1) หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวมีการใช้การสื่อสาร ณ แหล่งท่องเที่ยว ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยในฐานะผู้ประกอบการหลักด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน ร่วมกับควรใช้การใช้บุคคลในการขาย ในการสื่อสารการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- 2) หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสร้างความร่วมมือในการสร้างสรรค์และควบคุมการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มีคุณภาพด้านการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณจากเงินรายได้ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีงบประมาณ 2560 ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะผู้บริหารทุกท่าน ที่เปิดโอกาสทางวิชาการให้คณะอาจารย์ได้เพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ จากการปฏิบัติหน้าที่ในด้านการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำผลการวิจัยที่ค้นพบ ตลอดจนวิธีการ และองค์ความรู้ต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าในการดำเนินงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ และประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องและเป็นองค์ความรู้ของสังคมในวงกว้างต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ศรีวรภาพ คำอ่อง, ชัชชัย สุจริต และ รติ ธนารักษ์. (2554). รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอกลับแล จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ*, 1(1).
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). *ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติทยอยฟื้นตัว*. ออนไลน์ สืบค้นเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2558. จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/KEconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=33562>.
- สุรเดช สุเมธวิวัฒน์. (2559). การสื่อสารการตลาดในยุคไทยแลนด์ 4.0 เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์นมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 2(2).
- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Bloom Consulting. (2015). *Country Brand Ranking*. ออนไลน์ สืบค้นเมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2558. จาก http://www.bloomconsulting.com/pdf/rankings/Bloom_Consuming_Country_Brand_Ranking_Tourism.pdf
- Cai, L. A. (2002). Cooperative branding for rural destinations. *Annals of Tourism Research*, 29(3): 720–742.
- Duncan T. (2002). *IMC: Using Advertising & Promotion to Build Brands*. New York: McGrawHill.
- Gnoth, J. (2002). Leveraging export brands through a tourism destination brand. *Journal of Brand Management*, 9(4): 262–280.
- Kotler, P., Keller, K. L. and Burton, S. (2009). *Marketing Management*. Frenchs Forest, NSW: Pearson Prentice Hall.
- Uhrenholt, H. (2008). *Destination Branding of NYC Creating a Destination Brand Identity*. New York: Master Thesis Faculty of Business language.

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก
จังหวัดมหาสารคาม

Factors Affecting Competitive Efficiency of Retail Business
in Maha Sarakham

สุวรรณภูมิ โตล้ำล้ำ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม¹

ชุดิมา ปิยนาง, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม²

ปิยพร ชุนพิชัย, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม³

จิรายุ รัตนบวร, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม⁴

Email: Std58010912284@acc.msu.ac.th

บทคัดย่อ

ธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อประเทศ การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบจึงเป็นแนวคิดในการนำมาเป็นเครื่องมือในการประยุกต์ใช้และแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบและการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม และเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 182 ฉบับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขัน โดยรวม 2) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบด้านคู่แข่ง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขัน โดยรวม

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผลกระทบ ประสิทธิภาพการแข่งขัน ธุรกิจค้าปลีก

ABSTRACT

Retail business is really important for country's economy. The study of the factor effect, therefore, is the method that is used as a tool for dealing and solving problems to increase competitive efficiency. This research aimed to investigate factors that influenced competitive efficiency of retail business in Maha Sarakham and to examine the relationship among those factors that influenced competitive efficiency of retail business in Maha Sarakham. The instrument used in this research was questionnaire. Data were collected from 182 retail entrepreneurs or managers in Maha Sarakham. The statistical analyses included Multiple Correlation and Multiple Regression. The results showed that 1) the factor concerning technology is correlated to competitive efficiency and had positive factor effect for predicting competitive efficiency, and 2) factor concerning competitor is correlated to competitive efficiency and had positive factor effect for predicting competitive efficiency.

Keywords: Factors Affecting, Competitive Efficiency, Retail Business

¹ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

⁴ อาจารย์ ดร. ภาควิชาการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

บทนำ

การแข่งขันในปัจจุบันมีความรุนแรงที่เพิ่มมากขึ้นและความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ไม่หยุดนิ่งส่งผลให้การติดต่อสื่อสารและการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ในปัจจุบันทำได้สะดวกรวดเร็วขึ้น จนเกิดคำกล่าวที่ว่า โลกไร้พรมแดน (Globalization) และตรงกับคำพูดที่ว่า “ใครมีเทคโนโลยีมากกว่าผู้นั้นย่อมได้เปรียบในเรื่องของการแข่งขัน” เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในธุรกิจไม่ว่าจะเป็นเรื่องการตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์หรือหน้าที่หลักอื่นๆ ทางธุรกิจ เนื่องจากเทคโนโลยีนั้นจะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและกลายมาเป็นส่วนสำคัญและจำเป็นที่จะช่วยส่งเสริมให้การทำธุรกิจประสบความสำเร็จ เพราะการจะนำไปสู่การทำงานหรือการประกอบธุรกิจที่มีประสิทธิภาพในการแข่งขัน ปัจจัยภายนอกองค์การเป็นผลกระทบที่องค์การเองจะต้องรับมือและมีการปรับตัวให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยภายนอกได้รับการยอมรับว่าเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบกับองค์การ และเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่จะช่วยในการทำงานของนักบริหารมีประสิทธิภาพมากขึ้น จากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทั้งสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจโลก (Global Economic Environment) ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการขยายตัวของการแข่งขันและปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบทำให้้องค์การจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงาน ผู้บริหารหรือเจ้าของธุรกิจ ถือเป็นบุคคลที่มีความสำคัญยิ่งต่อองค์การ บทบาทของผู้บริหารในปัจจุบันไม่เพียงแต่เป็นผู้ที่คอยควบคุมและติดตามสถานการณ์ต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกบริษัท แต่จะต้องมีความตื่นตัวและพร้อมที่จะนำพาองค์การให้สามารถรองรับกับการเปลี่ยนแปลง โดยปัจจัยเหล่านี้จะเป็นเครื่องมือสำหรับการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และการเพิ่มประสิทธิภาพแก่ธุรกิจซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ (Economic) ด้านเทคโนโลยี (Technology) ด้านการแข่งขัน (Competitive) และด้านแรงกดดันของผู้บริโภค (Consumer Forces) (คณาจารย์สาขาวิชาการจัดการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2558) จึงกล่าวได้ว่าปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อการปฏิบัติงานและการเพิ่มประสิทธิภาพของงานโดยแต่ละหน่วยธุรกิจ องค์การต่าง ๆ มีความจำเป็นที่จะต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและการเจริญเติบโตในอนาคต จึงมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่างๆ เข้ามาช่วยในการแก้ไขปัญหาหรือช่วยในการปฏิบัติงานให้มีความสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น องค์การจึงมีการปรับตัวเพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน การประสานงาน การแข่งขัน และรองรับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น มีการสนับสนุนการปฏิบัติงานร่วมกันเป็นกลุ่ม (อนิสรา กองเกิด, 2552)

ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง กระบวนการ วิธีการ หรือการกระทำใด ๆ ที่นำไปสู่ผลสำเร็จ โดยใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อันได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติ แรงงาน เงินทุน และวิธีการดำเนินการหรือประกอบการ ที่มีคุณภาพสูงที่สุดในการดำเนินการได้อย่างเต็มศักยภาพ อย่างไรก็ตามการดำเนินการใด ๆ นั้นก็ขึ้นอยู่กับทรัพยากร ณ ขณะนั้นด้วยว่ามีคุณภาพและปริมาณเพียงใด หากมีคุณภาพมาก การจะใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพได้นั้นจะต้องใช้ในปริมาณน้อยจึงจะเรียกว่ามีประสิทธิภาพ ต่างกันกับทรัพยากรที่มีปริมาณมากแต่คุณภาพต่ำที่จะต้องเลือกวิธีการดัดแปลงทรัพยากรออกมาให้ได้มากที่สุดจึงจะเรียกว่ามีประสิทธิภาพ ซึ่งจะต้องมีดัชนีในการวัดผลประกอบการของกิจการหรือศักยภาพในการแข่งขันนั้นอาจจะอยู่ในรูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) ด้านคุณภาพ (Quality) (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2558) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน (Internal Process and Operations) และด้านการเงิน (Financial) ของ Chi (1999, อ้างอิงใน รจนา เทพคู่, 2550) เป็นต้น ซึ่งตัวดัชนีชี้วัดเหล่านี้จะบอกให้ทราบถึงประสิทธิภาพในการแข่งขันของกิจการได้เป็นอย่างดี ดังนั้นธุรกิจต้องมีการเลือกแนวทางในการบริหารงานที่เหมาะสมเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของกิจการโดยการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมของธุรกิจ

ธุรกิจค้าปลีก (Retail Business) คือ ร้านค้าขายปลีกขนาดใหญ่ซึ่งมีสินค้าหลากหลายประเภทแยกตามแผนก โดยไม่มีการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย (ห้างเป็นผู้นำสินค้ามาขายเอง) ร้านค้ามักขายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับ เสื้อผ้า เครื่องเรือน เครื่องใช้ในบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า รวมไปถึงสายผลิตภัณฑ์อื่นๆ อย่างเช่น ฮาร์ดแวร์ สุขภัณฑ์ เครื่องสำอาง เครื่องเพชรพลอย เครื่องเขียน ของเล่น อุปกรณ์กีฬา เป็นต้น ร้านค้าบางแห่ง อาจขายเฉพาะสินค้าลดราคา และมีพื้นที่ชำระเงินเป็นศูนย์กลาง ซึ่งโดยทั่วไปจะอยู่บริเวณด้านหน้าของห้าง ซึ่งจะไม่ มี ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ หรืออาหารสดขาย ร้านค้ามักเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มของร้านค้าย่อยที่อยู่ภายใต้บริษัทเดียวกันกับพื้นที่ใกล้เคียง (สมาคมห้างสรรพสินค้านานาชาติ, 2557) ร้านค้าเป็นหน่วยธุรกิจหรือห้างร้านที่เป็นแหล่งการจ้างงานและเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศโดยมูลค่าของธุรกิจค้าปลีกนั้นสูงเป็นอันดับ 2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ และมีการจ้างงานมากเป็นอันดับ 3 รองจากภาคเกษตรและภาคบริการ การค้าปลีกยังส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนโดยตรง ธุรกิจค้าปลีกจึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยรวม และเป็นตัวจักรในการพัฒนามาตรฐานการครองชีพและคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงและกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค ธุรกิจค้าปลีกจึงเป็นตัวกลางหรือเป็นองค์กรขับเคลื่อนเศรษฐกิจและเทคโนโลยีเพื่อที่จะนำประเทศไปสู่การจ้างงาน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2559) จากสภาพแวดล้อมของธุรกิจที่เปลี่ยนไปทำให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ที่อาศัยความได้เปรียบทางด้านวิทยาการความรู้ อำนาจการต่อรองธุรกิจที่ดีกว่า ตลอดจนการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้านความสะดวกสบายและความครบถ้วนของสินค้าส่งผลกระทบต่อผลผลิตของธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กและขนาดกลางอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ได้สร้างวัฒนธรรมทางด้านธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่ออำนวยความสะดวกสบายแก่ลูกค้าอย่างใกล้ชิด (Etzel, Walker & Stanton, 2007) ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมานานเพราะเป็นแหล่งการจ้างงานและเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ

โดยมูลค่าของธุรกิจค้าปลีกนั้นสูงเป็นอันดับ 2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross Domestic Product) กล่าวคือ มีมูลค่าสูงถึง 1.7 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 13 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross Domestic Product) ในปี พ.ศ. 2560 และสูงเป็นอันดับที่ 2 รองจากภาคอุตสาหกรรม (สำนักนโยบายการออมและการลงทุน, 2560)

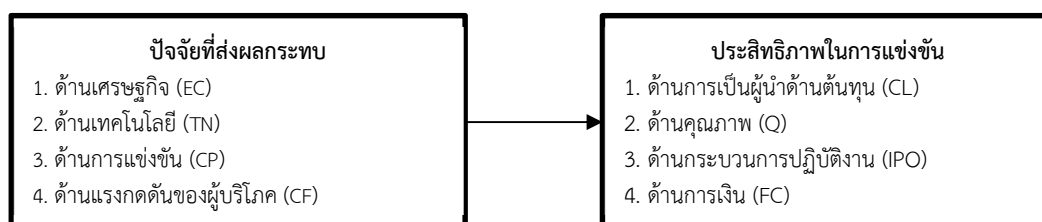
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกในเขตอำเภอเมืองและอำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคามและเพื่อทดสอบผลกระทบของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งจะทำการเก็บรวบรวมจากผู้ประกอบการหรือผู้จัดการ ธุรกิจค้าปลีก ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยจะสามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานด้านต่างๆ ของกิจการและยังสามารถช่วยในการดำเนินงานในระยะยาวเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันขององค์กรให้ยั่งยืนและมั่นคงในยุคโลกไร้พรมแดนและในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม โดยประยุกต์จากแนวคิดศักยภาพในการแข่งขันของ ภาณุรุจณ์ ดาแก้ว (2554) ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานในการวิจัย

H_1 : ปัจจัยที่ส่งผลกระทบด้านเศรษฐกิจมีผลกระทบเชิงบวกต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม

H_2 : ปัจจัยที่ส่งผลกระทบด้านเทคโนโลยีมีผลกระทบเชิงบวกต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม

H_3 : ปัจจัยที่ส่งผลกระทบด้านคู่แข่งมีผลกระทบเชิงบวกต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม

H_4 : ปัจจัยที่ส่งผลกระทบด้านแรงกดดันผู้บริโภคมีผลกระทบเชิงบวกต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกจังหวัดมหาสารคาม

ระเบียบวิธีวิจัย

1. กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนั้น ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ธุรกิจค้าปลีกในเขตอำเภอเมืองและอำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 1,200 ร้าน (กรมพัฒนาธุรกิจกระทรวงพาณิชย์ จังหวัดมหาสารคาม, 2561) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจค้าปลีกภายในเขตอำเภอเมืองและอำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 291 คน โดยเปิดตาราง Krejcie & Morgan และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างดังนี้ (เรณู เทพคู่, 2550) 1) จำแนกกลุ่มธุรกิจค้าปลีก ออกตามรูปแบบธุรกิจ 2) กำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้จัดการร้านค้าปลีกหรือผู้ที่ทำหน้าที่บริหารงานแทนเจ้าของธุรกิจ 3) ทำการสุ่มตัวอย่างตามข้อ 2 โดยวิธีการสุ่ม

ตัวอย่างแบบขั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดมหาสารคาม 2) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีกในจังหวัดมหาสารคาม 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบ 4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขัน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่แจกแบบสอบถาม จำนวน 291 ชุด ปรากฏว่าได้รับตอบกลับจำนวน 182 ชุด ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วน จำนวน 182 ชุด โดยมีอัตราการตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 62.54 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ลงพื้นที่เก็บรวบรวมแบบสอบถาม 291 ชุด ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar and Day (2001) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามอย่างน้อยอัตราร้อยละ 20 จึงเป็นที่ยอมรับได้ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล สิงหาคม – กันยายน 2561

2. ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try – Out) กับผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจค้าปลีกในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 30 คน ผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง โดยการหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discrimination Power) โดยใช้ เทคนิค Item- Total Correlation ซึ่งความน่าเชื่อถือของปัจจัยที่ส่งผลกระทบ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.288 – 0.720 และการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขัน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.385 – 0.732 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งความน่าเชื่อถือของปัจจัยที่ส่งผลกระทบ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.581 – 0.810 และการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.577 – 0.823

3. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

สมการ TCE = $\beta_0 + \beta_1EC + \beta_2TN + \beta_3CP + \beta_4CF$			
เมื่อ	TCE	แทน	การเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันโดยรวม
	EC	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านเศรษฐกิจ
	TN	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยี
	CP	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านคู่แข่ง
	CF	แทน	คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านแรงกดดันของผู้บริโภค

ผลการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่พบว่า ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 55.5) อายุ 36 - 45 ปี (ร้อยละ 29.7) รองลงมาคือ มากกว่า 45 ปี (ร้อยละ 28.6) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 45.6) รองลงมาคือ โสด (ร้อยละ 39.6) ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า (ร้อยละ 42.3) รองลงมาคือ อนุปริญญาตรี (ปวส.) (ร้อยละ 25.3) ตำแหน่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการ (ร้อยละ 61.5) ประสบการณ์การทำงาน 5 - 10 ปี (ร้อยละ 29.7) รองลงมาคือ ต่ำกว่า 5 ปี (ร้อยละ 26.3)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจค้าปลีก โดยส่วนใหญ่พบว่า รูปแบบธุรกิจส่วนใหญ่คือ เจ้าของคนเดียว (ร้อยละ 62.1) รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วน (ร้อยละ 21.4) เงินทุนปัจจุบัน น้อยกว่า 3 ล้านบาท (ร้อยละ 50) รองลงมาคือ 3 - 6 ล้านบาท (ร้อยละ 11.5) ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ น้อยกว่า 5 ปี (ร้อยละ 32.4) รองลงมาคือ มากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 24.2) จำนวนพนักงาน น้อยกว่า 10 คน (ร้อยละ 58.8) รองลงมาคือ 10 - 20 คน (ร้อยละ 18.1) ยอดขาย/รายได้สุทธิต่อปี น้อยกว่า 5 ล้านบาท (ร้อยละ 53.8) รองลงมาคือ 16 - 25 ล้านบาท (ร้อยละ 18.7)

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยรวมและเป็นรายด้านของธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านเศรษฐกิจ	3.86	0.78	มาก
2. ด้านเทคโนโลยี	3.77	0.87	มาก
3. ด้านคู่แข่ง	3.93	0.59	มาก
4. ด้านแรงกดดันของผู้บริโภค	3.67	0.64	มาก
โดยรวม	3.81	0.58	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับ มากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ด้านคู่แข่ง ($\bar{X}=3.93$) ด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X}=3.86$) และด้านเทคโนโลยี ($\bar{X}=3.77$)

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพทางการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้านของธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม

การเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขัน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน	3.74	0.75	มาก
2. ด้านคุณภาพ	4.11	0.60	มาก
3. ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน	3.80	0.71	มาก
4. ด้านการเงิน	4.04	0.70	มาก
โดยรวม	3.92	0.56	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขัน โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านคุณภาพ ($\bar{X}=4.11$) ด้านการเงิน ($\bar{X}=4.04$) และด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ($\bar{X}=3.80$)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม

ตัวแปร	TCE	EC	TN	CP	CF	VIF
$\bar{X}$	3.92	3.86	3.77	3.93	3.67	
S.D.	0.56	0.78	0.87	0.59	0.64	
TCE	-	0.563**	0.648**	0.677**	0.420**	
EC		-	0.700**	0.568**	0.437**	2.172
TN			-	0.599**	0.400**	2.230
CP				-	0.455**	1.781
CF					-	1.344

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.420 – 0.677 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบ มีค่าตั้งแต่ 1.344 - 2.230 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006)

ตารางที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบ	ประสิทธิภาพทางการแข่งขันโดยรวม		t	p -value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่	1.195	0.207	5.777	0.000***
ด้านเศรษฐกิจ (Economic)	0.051	0.052	0.975	0.331
ด้านเทคโนโลยี (Technology)	0.209	0.048	4.343	0.000***
ด้านคู่แข่ง (Competitive)	0.385	0.063	6.120	0.000***
ด้านแรงกดดันของผู้บริโภค (Consumer Forces)	0.064	0.050	1.266	0.207
F = 55.801 p = 0.000 AdjR2= 0.548				

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบด้านเศรษฐกิจไม่มีผลกระทบต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบด้านเทคโนโลยี (Technology) มีผลกระทบต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกจังหวัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบด้านคู่แข่งมีผลกระทบต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกจังหวัดมหาสารคามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบด้านแรงกดดันของผู้บริโภค (Consumer Forces) ไม่มีผลกระทบต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

อภิปรายผล

1. ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านคู่แข่งและด้านแรงกดดันของผู้บริโภคอยู่ในระดับมากเช่นกัน เนื่องจากเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและอยู่ในยุคโลกาภิวัตน์ ผู้บริโภคมีการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้หลากหลายช่องทาง สามารถสื่อสารข้ามเขต ภูมิภาคหรือทวีปได้อย่างรวดเร็ว คล่องตัว และสะดวกสบาย เช่น ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าที่อยู่อีกซีกโลกหนึ่งได้โดยไม่ต้องเดินทางไปยังสถานที่ขาย เนื่องจากสามารถเข้าถึงร้านค้าที่อยู่ภายในโลกอินเทอร์เน็ตและเห็นตัวสินค้าจริงโดยไม่ต้องเดินทางไปดูสินค้าได้เลย และยังทำให้ประหยัดเวลาและประหยัดต้นทุนในการเปิดสาขาใหม่ที่อยู่ต่างทวีปหรือต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีการใช้เทคโนโลยีในการวางแผน การบริหารงาน วิเคราะห์ และตัดสินใจในระดับมาก ซึ่งปัจจุบันธุรกิจค้าปลีกต่างๆ ให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อลดต้นทุนและลดข้อผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้น จึงทำให้ธุรกิจสามารถลดขั้นตอนในกระบวนการทำงานในด้านต่างๆ ลงได้ และยังช่วยลดต้นทุนในการดำเนินการได้รวมทั้งยังตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงตามความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ วุฒิชัย รัชตะประเสริฐ (2557) ได้กล่าวว่า การทำธุรกิจในปัจจุบันมีรูปแบบที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้นโดยมีอิทธิพลมาจากด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและการพัฒนาทางเทคโนโลยี ซึ่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็นกระบวนการผลิตที่จะทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทำให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์มากขึ้น ซึ่งการสื่อสารที่ไร้ขีดจำกัดทำให้เพิ่มการแข่งขันที่มากขึ้นกว่าในอดีตซึ่งส่งผลทั้งทางบวกและทางลบ ความต้องการของผู้บริโภคจึงเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยดังกล่าว ดังนั้นการนำกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์มาใช้จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่างที่จะทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพรพนนิภา จรอนันต์ (2560) ได้กล่าวว่า ควรใช้ข้อมูลการบริหารงานมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารจัดการในการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถแข่งขันและปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมสนับสนุนการตัดสินใจในการดำเนินงานและสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้แก่ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจอื่นๆ ที่สนใจนำไปใช้ในการพัฒนาดำเนินงานของธุรกิจในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดของ ดวงหทัย ใจภักดี และคณะ (2561) กล่าวว่าในภาคอุตสาหกรรมการผลิตได้มีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนกระบวนการทำงานที่จะทำให้เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทยเนื่องจากเทคโนโลยีช่วยสร้างโอกาสในการเรียนรู้และการเข้าถึงข้อมูลที่เป็นพื้นฐานสำคัญในความสำเร็จขององค์กร

ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านคุณภาพ ด้านการเงิน ด้านกระบวนการปฏิบัติงานและด้านการเป็นผู้นำ ด้านต้นทุนอยู่ในระดับมากเช่นกัน เนื่องจากปัจจุบันแนวคิดของผู้ประกอบการหรือผู้จัดการมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจมีการแข่งขันด้านต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ธุรกิจแต่ละธุรกิจจึงต้องแสวงหาการเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันด้านต่างๆ ของตนเอง โดยใช้ความรู้ในการบริหารจัดการมาประยุกต์เป็นแนวทางและทิศทางในการสร้างประสิทธิภาพทางการแข่งขัน สอดคล้องกับแนวคิดของธีรศักดิ์ กัญจนพงศ์ (2554) กล่าวว่า การแข่งขันที่รุนแรงจะเป็นสิ่งที่จะสะท้อนให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมที่มุ่งเน้นการแข่งขัน โดยธุรกิจอาจจะได้รับแรงกดดันอย่างมาก ดังนั้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ การปรับปรุงคุณภาพการดำเนินงาน คุณภาพผลิตภัณฑ์และการพัฒนารูปแบบการดำเนินงานจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ นอกจากนี้การวางแผนกลยุทธ์ที่มีเป้าหมายที่ชัดเจนจะทำให้สามารถแข่งขันได้ซึ่งกลยุทธ์การเป็นผู้นำต้นทุนจะเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการดำเนินงานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเช่นนี้ โดยธุรกิจอาจมุ่งเน้นการควบคุมการผลิตโดยใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบให้เกิดประโยชน์สูงสุด การผลิตสินค้าด้วยคุณสมบัติที่ลูกค้ายอมรับได้ที่ระดับต้นทุนต่ำ การนำเสนอราคาที่ดีกว่าคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรหมนิภา จรอนันต์ (2560) กล่าวว่าการค้าในธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูง ดังนั้นกระบวนการ การดำเนินงานในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริหารจัดการ การเรียนรู้ พัฒนา และด้านการเงินเป็นสิ่งสำคัญมาก การที่จะเสนอขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรงผู้ประกอบการหรือผู้จัดการต้องมีแนวคิดในการพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มให้ได้ การปรับปรุงทีมงานให้มีความรู้ความสามารถเพื่อบริการลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย สร้างให้พนักงานมีความสามัคคีและมีการปรับปรุงกิจการด้านการเรียนรู้และพัฒนา การส่งเสริมให้พนักงานมีความชำนาญเฉพาะด้านและมีการฝึกอบรมพัฒนาฝีมือมีความสำคัญมากที่จะทำให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้

2. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพทางการแข่งขันโดยรวม ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านคุณภาพ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านการเงิน เนื่องจาก ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการที่ต้องให้ความสำคัญกับการสร้างประสิทธิภาพเพื่อที่จะให้กิจการนั้นเกิดความได้เปรียบในธุรกิจและยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านต่างๆ ให้กับกิจการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Davenport, Thomas & Kirby (2017) ที่กล่าวถึงโลกในยุคอนาคตที่คนจะต้องมีการปรับตัวให้เท่าทันกับงานที่ใช้เครื่องจักรกลอัตโนมัติเข้ามามีส่วนสำคัญในการดำเนินงาน ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นแนวความคิดแบบอัตโนมัติที่ได้เอาแนวทางที่มนุษย์ทำอยู่เป็นต้นแบบแล้วนำการศึกษามาเครื่องจักรกลอัตโนมัตินั้นสามารถมาแทนหรือลดการทำงานของมนุษย์ตรงไหนได้บ้าง ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินงานที่มีมนุษย์เป็นส่วนสำคัญค่อยๆ มีการปรับเปลี่ยนไปจนถึงหมดความสำคัญอย่างสิ้นเชิง แต่การปรับเปลี่ยนนี้จะเกิดขึ้นได้กระบวนการดำเนินงานจะต้องไม่มีการเปลี่ยนแปลงและไม่มีความขัดแย้งกันเกิดขึ้นเลย ส่วนอีกแนวคิดนั้นคือแนวคิดแบบการเพิ่มขึ้น (Augmentation) จะเป็นแนวคิดในมุมมองกลับกันคือ จะเป็นมุมมองในการยึดสิ่งที่มนุษย์ทำในปัจจุบัน แล้วจะทำอย่างไรให้มนุษย์สามารถทำสิ่งนั้นได้อย่างมีการพัฒนาและยั่งยืนโดยการช่วยเหลือของเครื่องจักร ซึ่งแนวคิดนี้ยังกล่าวถึง การที่มนุษย์ไม่สามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้จึงใช้เทคโนโลยีเข้ามาแทนเพื่อให้มนุษย์มีเวลาไปทำในสิ่งที่ท้าทายกว่า พัฒนามากกว่า โดยที่จะไม่สามารถทำให้เกิดขึ้นได้เลยถ้าไม่มีเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุน ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ในระยะยาวกลยุทธ์ที่ดีที่สุดต่อธุรกิจและผู้บริโภคคือ การให้ความสำคัญกับเครื่องจักรกลที่เป็นเสมือนเพื่อนร่วมทีมที่ช่วยพาทีมไปสู่ความสำเร็จ โดยทั้งมนุษย์และเครื่องจักรกลอัตโนมัติต่างสามารถทำในสิ่งที่แตกต่างกันได้ ซึ่งหากธุรกิจสามารถเปลี่ยนมุมมองที่จะทดแทนหรือแย่งงานกันทำระหว่างมนุษย์และเครื่องจักรมาเป็นการทำงานร่วมกันได้ จะทำให้ธุรกิจพัฒนาได้อย่างรวดเร็วและเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อด้านคู่แข่ง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพทางการแข่งขันโดยรวม ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านคุณภาพ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านการเงิน เนื่องจากการที่กิจการได้มีการวางแผนหรือกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับ การปฏิบัติงานของผู้ประกอบการหรือผู้จัดการหรือผู้บริหารจะทำให้จากการเป็นคู่แข่งกันกลายมาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนจากคู่แข่งมาเป็นคู่ค้า ซึ่งในยุคปัจจุบันและอนาคตอันใกล้เทคโนโลยีจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะขับเคลื่อนทำให้มีการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นกิจการจำเป็นต้องจัดการวางแผนเทคโนโลยีให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุนทรารักษ์ สุทธิจันทร์ และ เมธา สุธีโรจน์ (2555) โดยผลการศึกษพบว่าการที่จะผลักดันให้องค์การมีประสิทธิภาพทางการแข่งขันนั้นจะต้องประกอบด้วยความรู้ความสามารถ ทักษะในการสร้างสรรค์ การเรียนรู้เพื่อที่จะพัฒนาศักยภาพ ซึ่งกระบวนการทั้งหมดจะทำให้เกิดการจัดการนวัตกรรมหรือการเรียนรู้ทั้งระดับบุคคลและองค์การที่จะส่งผลให้เกิดได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนได้ ซึ่งในอนาคตกระบวนการในการตัดสินใจเลือกโครงสร้างขององค์การที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอจะทำให้ผู้บริหารสามารถดำเนินภารกิจและบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ รวมทั้งการศึกษาข้อมูลทางการตลาดเกี่ยวกับคู่แข่งจะเป็นกุญแจสำคัญแห่งความสำเร็จของการเป็นผู้นำขับเคลื่อนตลาดให้ไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันและพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์การได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการ ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบตามองค์ประกอบทุกด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านคู่แข่ง และด้านแรงกดดันของผู้บริโภค เนื่องจากองค์ประกอบที่กล่าวมาข้างต้นนี้ จะนำมาซึ่งประสิทธิภาพของกิจการและเพิ่มประสิทธิผลในการแข่งขันได้ ซึ่งจะทำให้กิจการนั้นมีความได้เปรียบเพิ่มขึ้น

1.2 ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบด้านเศรษฐกิจ และตระหนักถึงประสิทธิภาพทางการแข่งขัน ด้านเทคโนโลยี และด้านคู่แข่ง เพื่อให้กิจการนั้นจะสามารถนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการและสามารถกำหนดกลยุทธ์ให้สามารถสร้างความได้เปรียบจากคู่แข่ง และยังวางแผนถึงผลประโยชน์ระยะยาวของกิจการ

1.3 ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบด้านเทคโนโลยี และประสิทธิภาพทางการแข่งขันเพื่อที่จะให้กิจการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น

1.4 ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบด้านคู่แข่ง และประสิทธิภาพทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพ ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านการเงิน เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ชี้ให้เห็นถึงการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ

1.5 ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบ ด้านแรงกดดันของผู้บริโภค และศักยภาพทางการแข่งขัน เพื่อให้กิจการหรือธุรกิจนำไปปรับใช้และกำหนดทิศทางของกิจการรวมถึงพัฒนาและวางแผนให้ผู้บริโภคเกิดความจงรักภักดีในธุรกิจ เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำหรือกลับมาซื้อใหม่ และยังรวมถึงการบอกต่อแบบปากต่อปาก

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบในด้านอื่นๆ เนื่องจากในยุคปัจจุบันนั้นเศรษฐกิจและปัจจัยต่างๆ นั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก เพื่อสามารถนำข้อมูลการวิจัยไปเปรียบเทียบและประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ควรเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการธุรกิจค้าปลีก เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก โดยนำผลการวิจัยที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจค้าปลีกต่อไป

2.3 ควรมีการศึกษาองค์ประกอบด้านอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันของกิจการค้าปลีก เพื่อนำมาปรับใช้ให้เข้ากับอนาคตที่มีการแข่งขันที่สูงและมีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอยู่ตลอดเวลา

2.4 ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีก ซึ่งจะทำให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของปัญหา และอุปสรรค เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงครั้งต่อไป

2.5 ควรมีการศึกษาวิจัยการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันในด้านอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อให้สามารถทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันที่ดียิ่งขึ้น และเพื่อนำแนวทางมาพัฒนากิจการให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยเล่มนี้สำเร็จลงได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก อาจารย์ ดร.จิรายุ รัตนบวร ที่ปรึกษาวิจัย ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องตลอดมาตั้งแต่ต้นจนแล้วเสร็จ คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณ ผู้บริหาร และคณาจารย์คณะการบัญชีและการจัดการ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนเจ้าของผลงาน ตำรา และเอกสารทางวิชาการทุกท่าน ที่คณะผู้วิจัยได้นำมาศึกษาก่อให้เกิดแนวคิดอันมีคุณค่าต่องานวิจัยฉบับนี้ ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่สำนักวิทยบริการมหาวิทยาลัยมหาสารคามทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการสืบค้นข้อมูล ตำรา และเอกสารทางวิชาการ ที่คณะผู้วิจัยได้นำมาศึกษาก่อให้เกิดแนวคิดอันมีคุณค่าต่องานวิจัยฉบับนี้ ขอขอบพระคุณ ผู้ประกอบการและผู้จัดการธุรกิจค้าปลีก จังหวัดมหาสารคาม ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ความอนุเคราะห์สละเวลารวบรวมข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัยฉบับนี้และช่วยเหลือในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ประสบความสำเร็จได้ด้วยดีตลอดมา

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจกระทรวงพาณิชย์ จังหวัดมหาสารคาม. (2561). *จำนวนห้างค้าปลีกในจังหวัดมหาสารคาม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2561 จาก <http://www.dbd.go.th/MahaSarakhm/main.php?filename=index>.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2559). **ฐานข้อมูลธุรกิจ**. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2561

จาก http://www.dbd.go.th/more_news.php?cid=.

คณาจารย์สาขาวิชาการจัดการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2558). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจ**. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ดวงหทัย ใจภักดี และคณะ. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย. **วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**, 10(1), (มกราคม-มีนาคม): 143-153.

ธีรศักดิ์ กัญจนพงศ์. (2554). **ผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและกลยุทธ์ด้านการแข่งขันต่อการรับนวัตกรรมเทคโนโลยีในองค์กรในประเทศไทย**. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

พรณนิภา จอรอนันต์. (2560). **ผลกระทบของการบริหารงานที่มุ่งเน้นธรรมาภิบาลที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ภาณุรุจน์ ดาแก้ว. (2554). ผลกระทบของกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีต่อประสิทธิภาพ การดำเนินงานของธุรกิจสินค้าเกษตรในประเทศไทย. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**, (ฉบับพิเศษ): 217-229.

รจนา เทพคู่. (2550). **ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมกับศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ในเขตจังหวัดมหาสารคาม**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

วุฒิ วัชรโถมประเสริฐ. (2557). ปัจจัยทางการแข่งขันกับสภาวะการณปัจจุบัน. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี**, 8(17), (กันยายน - ธันวาคม): 127-134.

สมาคมห้างสรรพสินค้านานาชาติ. (2557). **ธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2561

จาก <http://www.centralgroup.com/la-rinascente-milanhawon-the-gdss/?lang=th>.

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2558). **ศักยภาพทางการแข่งขัน**. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2561

จาก <https://www.facebook.com/NIAThailand/posts> .

สำนักนโยบายการออมและการลงทุน. (2560). **ฐานข้อมูลธุรกิจสถิติ**. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2561

จาก <http://www.fpo.go.th/main/Statistic-Database.aspx>.

สุนทรารักษ์ สุทธิจันทร์และเมธา สุธีโรจน์. (2555). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย. **วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม**, 2(2): 39-45.

อนิสรา กองเกิด. (2552). **การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ**. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2561

จาก <https://www.mindmeister.com/da/981790595>.

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). **Marketing Research**. 7th ed. New York: John Wiley & Sons.

Black, K. (2006). **Business Statistics for Contemporary Decision Making**. 4th ed. USA: John Wiley & Sons.

Davenport, T. H., & Kirby, J. (2017). **Only Humans need Apply: Winners and Losers in the Age of Smart Machines**. New York: Harper Business.

Etzel, M. J., Walker, B. J. & Stanton, W. J. (2007). **Marketing**. 14th ed. Boston: McGraw – Hill.

ภาวะการมีงานทำของบัณฑิต หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

The Study of Employment Status of Bachelor of Accountancy, Faculty of
Management Science, Suratthani Rajabhat University

จิราภรณ์ จันทรวงค์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี¹

Email: jjantarawong@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะการมีงานทำของบัณฑิตบัญชี หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ได้ไปใช้ประกอบการปรับปรุงหลักสูตร และวางแผนพัฒนานักศึกษาให้เป็นบัณฑิตที่มีศักยภาพในการแข่งขันยิ่งขึ้นต่อไปในการวางแผนการผลิตบัณฑิต ตลอดจนการจัดการเรียนการสอนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นบัณฑิตที่ทำงานแล้ว ประเภทของงานที่บัณฑิตทำมากที่สุด ได้แก่ พนักงานบริษัท / องค์กรธุรกิจเอกชน รองลงมาได้แก่ ข้าราชการ / เจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐ ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่บัณฑิตได้มากที่สุดมากที่สุด คือ เงินเดือนระหว่าง 8,000 - 11,999 บาท บัณฑิตส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่องานที่ทำและบัณฑิตที่ไม่พอใจมีเพียงส่วนน้อย สาเหตุของบัณฑิตที่ไม่พอใจต่องานมากที่สุดคือค่าตอบแทนต่ำ บัณฑิตส่วนใหญ่สามารถหางานทำได้ภายใน 1 - 6 เดือน โดยงานที่ทำนั้นตรงกับสาขาที่เรียนมา ความสามารถในการนำความรู้จากสาขาวิชาที่เรียนมาประยุกต์ใช้กับหน้าที่การงานที่ทำอยู่ระดับปานกลาง

สำหรับบัณฑิตที่ยังไม่มีงานทำ พบว่าสาเหตุที่ยังไม่มีงานทำมากที่สุด ได้แก่ ยังไม่ประสงค์จะทำงาน ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการหางานทำของบัณฑิตที่ยังไม่ได้ทำงาน พบว่าปัญหาที่มากที่สุด ได้แก่ สอบเข้าทำงานไม่ได้

ความคิดเห็นต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต ระดับความคิดเห็นที่มีต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต แบ่งออกเป็น 3 ด้าน 1) ด้านหลักสูตร มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 2) ด้านอาจารย์ ระดับความคิดเห็นต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 3) ด้านการจัดการเรียนการสอนมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: ภาวะการมีงานทำ การประกอบอาชีพ บัณฑิต หลักสูตรบัญชีบัณฑิต

ABSTRACT

The study of employment status of Bachelor of Accountancy Suratthani Rajabhat University to serve as a basic information that has to be used to improve the course and planning developing a student graduates with competitiveness. Production Planning Graduate As well as learning to be more effective. The samples used in this research. The researcher uses a specific sampling technique, Graduation of the academic year 2014 to receive a degree. Calculated by opening the tables of Craig and Morgan. A sample of 106 students was used to reduce the error. The sample was used as a tool to collect data and analyse data from the questionnaire with SPSS for Windows using descriptive statistics.

The results showed that the majority of graduate work, The types of jobs that graduates do much Including employees / private organizations, Income levels, most graduates have much Salary is between 8000-11999 baht Satisfaction with the work of the graduate work, Graduate cause most offensive is low remuneration, Most graduates get jobs within 1-6 months, The work done on the field of study, Knowledge of the field of study applied to career average.

There are no jobs for graduates. Because not do the job are not willing to work. The problem of finding jobs for graduates who have not worked much the work is not.

¹ อาจารย์ สาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Bachelor of Accountancy Course Reviews There are 3 aspects curriculum is the level of satisfaction was high, the professor is Satisfaction levels are at the highest level and the teaching is Satisfaction levels are at the highest level.

Keywords: Employment Status, Careers, Graduated Students, Bachelor of Accountancy

บทนำ

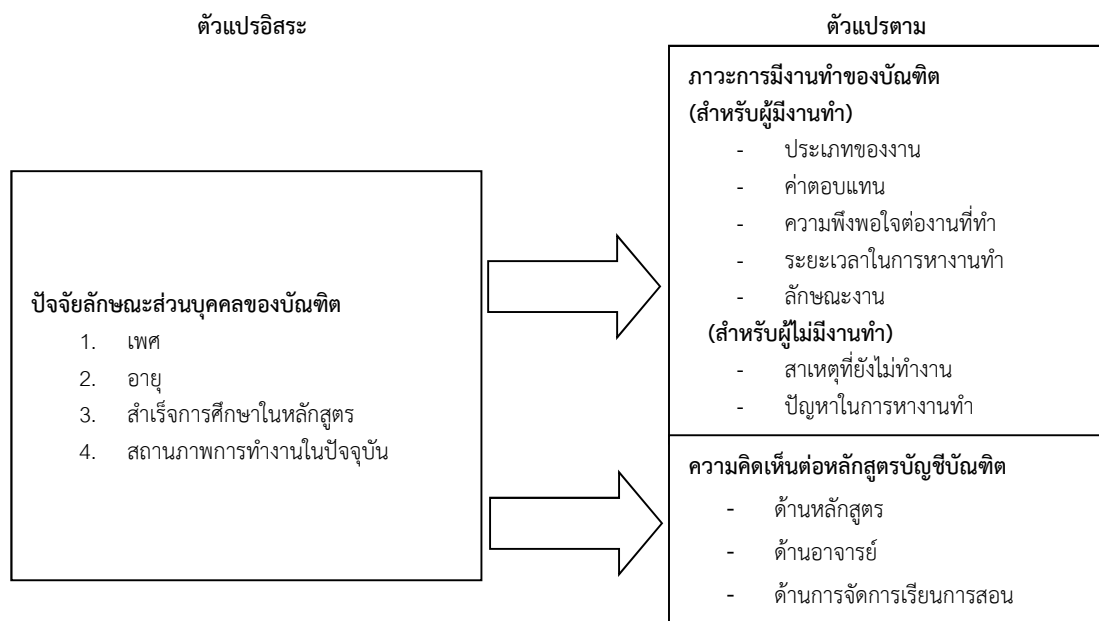
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) กล่าวถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี พลังงานและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบอย่างรุนแรงมากขึ้น ดังนั้นอุดมศึกษาไทย ในช่วงปี 2555 – 2559 ต้องมีการพัฒนาอย่างมากเพื่อเป็นแหล่งความรู้ที่ตอบสนองการแก้ไขปัญหาวิกฤติและการพัฒนาที่ยั่งยืน ของชาติและท้องถิ่น และส่งเสริมการพัฒนาประเทศให้สามารถแข่งขันกับประชาคมอาเซียนและประชาคมโลกโดยการให้ความสำคัญ กับการพัฒนาคนที่มีความรู้ศักยภาพตรงกับตลาดแรงงาน สามารถทำงานเพื่อดำรงชีพตนเองและเพื่อช่วยเหลือสังคม มีคุณธรรม มี ความรับผิดชอบ และมีความสุขทั้งด้านร่างกายและจิตใจ

สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ทำหน้าที่ผลิตบัณฑิตเพื่อให้มีความรู้ ความสามารถทางด้านบัญชีและทักษะทางวิชาชีพบัญชี เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานเอกชน และหน่วยงานอื่นที่ เกี่ยวข้อง โดยจะผลิตบัณฑิตให้มีทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ มีจรรยาบรรณ ศีลธรรมอันดีงามและทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ การ จัดทำวิจัยเรื่องภาวะการมีงานทำของบัณฑิต เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ได้ไปใช้ประกอบการปรับปรุงหลักสูตร และวางแผนพัฒนา นักศึกษาให้เป็นบัณฑิตที่มีศักยภาพในการแข่งขันยิ่งขึ้นต่อไป ในการวางแผนการผลิตบัณฑิต การตรวจประเมินประกันคุณภาพ การศึกษา ตลอดจนการจัดการเรียนการสอนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาภาวะการมีงานทำของบัณฑิต หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาปัญหาและสาเหตุที่บัณฑิตยังไม่มีการมีงานทำ หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อสอบถามความคิดเห็นต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต

กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ภาวะการมีงานทำของบัณฑิต หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี” มีการรวบรวมข้อมูลโดยการสอบถามบัณฑิต หลักสูตรบัญชีบัณฑิต ที่สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2557 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ผู้สำเร็จการศึกษาหลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ปีการศึกษา 2557 จำนวน 145 คน (ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี)

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้สำเร็จการศึกษาหลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ปีการศึกษา 2557 ที่มารับปริญญาบัตร คำนวณโดยเปิดตารางของเครจซ์และเมอร์แกนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 106 คน เพื่อลดความคลาดเคลื่อนจึงใช้ตัวอย่างจำนวน 120 คน ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยยึดแนวทางตามประเด็นคำถามจากแบบสำรวจข้อมูลบัณฑิต ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) เป็นหลัก ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการสร้างแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของบัณฑิต ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สำเร็จการศึกษาในหลักสูตรสถานภาพการทำงานปัจจุบัน ได้แก่ ทำงานแล้ว ยังไม่ได้ทำงาน หรือ กำลังศึกษาต่อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการสมัครงานและการทำงาน (สำหรับผู้มีงานทำแล้ว) ได้แก่ ประเภทของงานที่ทำ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความพึงพอใจต่องานที่ทำ สาเหตุของความไม่พอใจต่องานที่ทำ ระยะเวลาการได้งานทำหลังจากสำเร็จการศึกษา ลักษณะงานที่ทำตรงกับความรู้จากสาขาที่สำเร็จมา และการนำความรู้จากสาขาที่เรียนมาประยุกต์ใช้กับหน้าที่การทำงาน

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการสมัครและการทำงาน (สำหรับผู้ที่ยังไม่ได้ทำงาน) จะสอบถามเกี่ยวกับ สาเหตุที่ยังไม่ทำงาน ปัญหาในการหางานทำหลังสำเร็จการศึกษา

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต ด้านหลักสูตร ด้านอาจารย์และ ด้านการจัดการเรียนการสอน

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจและความคิดเห็นโดยรวม

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลตามกรอบแนวคิดและขอบเขตที่ได้กำหนดไว้ซึ่งการสร้างเครื่องมือมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะการมีงานทำของบัณฑิต หลักสูตรบัญชีบัณฑิตเพื่อนำทฤษฎีและแนวคิด มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามที่ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอกับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำไปปรับปรุงในส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์
4. ทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ตามที่ผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนะ
5. นำเครื่องมือไปทดลองใช้ก่อนนำไปใช้จริง (try out) กับบัณฑิตที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.941
6. จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนักวิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ไปเก็บข้อมูลกับผู้สำเร็จการศึกษาหลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ในปี 2557 ที่เข้าร่วมพิธีพระราชทานปริญญาบัตร

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบจำนวนแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้และตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล
2. ค่าคะแนนที่ให้ความคิดเห็นต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิตมีความหมายดังนี้

ความพึงพอใจมากที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 5
ความพึงพอใจมาก	ให้คะแนนเท่ากับ 4
ความพึงพอใจปานกลาง	ให้คะแนนเท่ากับ 3
ความพึงพอใจน้อย	ให้คะแนนเท่ากับ 2
ความพึงพอใจน้อยที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 1

3. นำคะแนนที่ได้มาทำการวิเคราะห์ค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อประมวลผลหาค่าสถิติพื้นฐานวิเคราะห์ข้อมูลภาวะการมีงานทำของบัณฑิต โดยวิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบกับหลักเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย กำหนดช่วงวัด ดังนี้ (บุญชุม ศรีสะอาด, 2554)

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

ค่าเฉลี่ย	4.21-5.00	หมายถึง	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41-4.20	หมายถึง	ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61-3.40	หมายถึง	ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81-2.60	หมายถึง	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.80	หมายถึง	ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รวบรวมได้จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลและการวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติพรรณนา (Descriptive Analysis) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายคุณลักษณะการมีงานทำของบัณฑิต

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยภาวะการมีงานทำของบัณฑิต หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี โดยมีบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2557 จำนวนทั้งหมด 145 คน

บัณฑิตตอบแบบสอบถามภาวะการมีงานทำของบัณฑิต จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 82.76 โดยสรุปผล ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	4	4.38
1.2 หญิง	116	96.20
รวม	120	100.00

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. ช่วงอายุ		
2.1 ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
2.2 20 - 24 ปี	93	77.50
2.3 25 - 29 ปี	20	16.70
2.4 30 - 34 ปี	6	5.00
2.5 35 - 40 ปี	1	0.80
รวม	120	100.00
3. สำเร็จการศึกษาในหลักสูตร		
3.1 ภาคปกติ ระดับปริญญาตรี 4 ปี	55	45.83
3.2 ภาคปกติ ระดับปริญญาตรี 4 ปีเทียบ	43	35.83
3.3 ภาคกศ.บท. ระดับปริญญาตรี 4 ปี	0	0.00
3.4 ภาคกศ.บท. ระดับปริญญาตรี 4 ปีเทียบ	22	18.34
รวม	120	100.00
4. สถานภาพการทำงานปัจจุบัน		
4.1 ทำงานแล้ว	110	91.70
4.2 ยังไม่ทำงาน	10	8.30
รวม	120	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า บัณฑิตตอบแบบสอบถามมีจำนวน 120 คน ประกอบด้วย เพศหญิง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 96.20 ที่เหลือเป็น เพศชาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.38 อายุของบัณฑิตตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ 20 - 24 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 77.50 รองลงมาได้แก่ อายุ 25 - 29 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 บัณฑิตตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษามากที่สุด ได้แก่ ภาคปกติ ระดับปริญญาตรี 4 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 45.83 รองลงมาได้แก่ ระดับปริญญาตรี 4 ปีเทียบ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 35.83 สถานภาพการมีงานทำผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ ทำงานแล้ว จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 91.70 รองลงมาได้แก่ ยังไม่ทำงาน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับบัณฑิตที่มีงานทำ

ตารางที่ 2 ข้อมูลการทำงาน

ข้อมูลการทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ประเภทงานที่ทำ		
1.1 ข้าราชการ / เจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐ	20	18.20
1.2 รัฐวิสาหกิจ	6	5.50
1.3 พนักงานบริษัท / องค์กรธุรกิจเอกชน	74	67.30
1.4 ดำเนินธุรกิจอิสระ / เจ้าของกิจการ	10	9.10
1.5 อื่น ๆ	0	0.00
รวม	110	100.00
2. ค่าตอบแทน/เงินเดือน		
2.1 ต่ำกว่า 8,000	0	0.00
2.2 8,000 - 11,999 บาท	53	48.20
2.3 12,000 - 14,999 บาท	37	33.60
2.4 15,000 - 19,999 บาท	12	10.90
2.5 20,000 - 24,999 บาท	2	1.80
2.6 25,000 - 29,999 บาท	0	0.00
2.7 30,000 บาทขึ้นไป	6	5.50
รวม	110	100.00

ข้อมูลการทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ความพึงพอใจต่องานที่ทำ		
3.1 พอใจ	100	90.90
3.2 ไม่พอใจ	10	9.10
รวม	110	100.00
4. สาเหตุของความไม่พอใจต่องานที่ทำ		
4.1 ระบบงานไม่ดี	2	20.00
4.2 ผู้ร่วมงานไม่ดี	0	0.00
4.3 ไม่ได้ใช้ความรู้ที่เรียนมา	1	10.00
4.4 ค่าตอบแทนต่ำ	5	50.00
4.5 ขาดความมั่นคง	1	10.00
4.6 ขาดความก้าวหน้า	1	10.00
4.7 อื่น ๆ	0	0.00
รวม	10	100.00
5. ระยะเวลาการได้งานทำหลังจากสำเร็จการศึกษาแล้ว		
5.1 ได้งานทันทีหลังจากสำเร็จการศึกษา	30	27.30
5.2 1 - 6 เดือน	43	39.10
5.3 6 - 12 เดือน	10	9.10
5.4 มากกว่า 1 ปี	16	14.50
5.5 ได้งานทำระหว่างศึกษา	11	10.00
รวม	110	100.00
6. ลักษณะงานที่ทำตรงกับความรู้จากสาขาที่สำเร็จมา		
6.1 ตรง	70	66.30
6.2 ไม่ตรง	40	33.70
รวม	110	100.00
7. ความสามารถนำความรู้จากสาขาวิชาที่เรียน มาประยุกต์ใช้กับหน้าที่การงานที่ทำอยู่ขณะนี้		
7.1 มากที่สุด	27	24.50
7.2 มาก	33	30.00
7.3 ปานกลาง	41	37.30
7.4 น้อย	9	8.20
7.5 น้อยที่สุด	0	0.00
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับผู้ที่มีงานทำแล้ว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ทำงานแล้วมีจำนวน 110 คน ประกอบด้วย ประเภทงานที่ทำของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ พนักงานบริษัท / องค์กรธุรกิจเอกชน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 67.30 รองลงมาได้แก่ ข้าราชการ / เจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 18.20 เงินเดือนที่ได้รับของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ เงินเดือนระหว่าง 8,000 - 11,999 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 48.20 รองลงมาคือ เงินเดือนระหว่าง 12,000 - 14,999 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 33.60 ความพึงพอใจต่องานที่ทำของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ พอใจ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 90.90 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่พอใจ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10 สาเหตุของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่พอใจต่องานจำนวน 10 คน สาเหตุที่ไม่พอใจมากที่สุด คือ ค่าตอบแทนต่ำ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ ระบบงานไม่ดี จำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 20 ระยะเวลาในการหางานทำ มากที่สุดคือ 1 - 6 เดือน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 39.10 รองลงมาคือ ได้งานทันทีหลังจากสำเร็จการศึกษา จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 27.30 ลักษณะงานที่ทำตรงกับสาขา จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 66.30 ไม่ตรงกับสาขา จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.70 ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถนำความรู้จากสาขาวิชาที่เรียนมาประยุกต์ใช้กับหน้าที่การงานที่ทำมากที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 รองลงมา คือ ระดับมาก จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับบัณฑิตที่ยังไม่มีงานทำ

ตารางที่ 3 สาเหตุ/ปัญหา ของการไม่มีงานทำ

สาเหตุ/ปัญหา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สาเหตุที่ยังไม่ทำงาน		
1.1 ยังไม่ประสงค์ทำงาน	6	60.00
1.2 รอฟังคำตอบจากหน่วยงาน	3	30.00
1.3 หางานทำไม่ได้	1	10.00
1.4 อื่น ๆ	0	0.00
รวม	10	100.00
2. ท่านมีปัญหาในการหางานทำหลังสำเร็จการศึกษาหรือไม่		
2.1 ไม่มีปัญหา	3	30.00
2.2 มีปัญหา	7	70.00
2.3 อื่น ๆ	0	0.00
รวม	10	100.00
3. กรณีมีปัญหาให้ระบุปัญหาดังต่อไปนี้		
3.1 ไม่ทราบแหล่งงาน	1	14.30
3.2 หางานที่ถูกใจไม่ได้	1	14.30
3.3 ต้องสอบการเข้างาน จึงไม่ยอมสมัคร	1	14.30
3.4 ขาดคนสนับสนุน	0	0.00
3.5 ขาดคนหรือเงินค่าประกัน	0	0.00
3.6 หน่วยงานไม่ต้องการ	0	0.00
3.7 เงินเดือนน้อย	1	14.30
3.8 สอบเข้าทำงานไม่ได้	3	42.90
3.9 อื่น ๆ	0	0.00
รวม	7	100.00

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับบัณฑิตที่ยังไม่มีงานทำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่มีงาน มีจำนวน 10 คน ประกอบด้วย สาเหตุที่ยังไม่มีงานทำมากที่สุด ได้แก่ ยังไม่ประสงค์จะทำงาน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาได้แก่ รอฟังคำตอบจากหน่วยงาน จำนวน 3 คน คิดเป็น ร้อยละ 30 ปัญหาในการหางานทำหลังสำเร็จการศึกษามากที่สุด ได้แก่ มีปัญหา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือไม่มีปัญหา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการหางานทำหลังสำเร็จการศึกษา มากที่สุด ได้แก่ สอบเข้าทำงานไม่ได้ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.90 รองลงมาคือ ไม่ทราบแหล่งงาน หางานถูกใจไม่ได้ ต้องสอบเข้างานจึงไม่ยอมสมัครงาน

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต แบ่งออกเป็น 3 ด้าน

1. ด้านหลักสูตร
2. ด้านอาจารย์
3. ด้านการจัดการเรียนการสอน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏตามตารางที่ 4 และมีเกณฑ์ในการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามมีความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต

ความเห็นที่มีต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านหลักสูตร	.54		
1. ปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรมีความเหมาะสม	4.20	.45	มาก
2. โครงสร้างหลักสูตรการบัญชีมีความเหมาะสม	4.18	.65	มาก
3. หลักสูตรการบัญชีมีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของสังคม	4.19	.60	มาก
ด้านอาจารย์	.77		
1. อาจารย์มีความรู้ความสามารถด้านบัญชี	4.65	.89	มากที่สุด
2. อาจารย์มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้เข้าใจง่าย	4.46	.79	มากที่สุด
3. อาจารย์มีความน่าเชื่อถือและมีบุคลิกภาพที่ดี	4.60	.67	มากที่สุด
4. อาจารย์ให้คำปรึกษาทั้งทางด้านวิชาการและการใช้ชีวิตแก่นักศึกษาเป็นอย่างดี	4.53	.54	มากที่สุด
ด้านการจัดการเรียนการสอน	.45		
1. หนังสือเรียนมีเนื้อหาที่ทันสมัยและเข้าใจง่าย	4.16	.54	มาก
2. มีการฝึกปฏิบัติด้านบัญชีและส่งเสริมให้ผู้เรียนนำความรู้ไปประยุกต์ใช้อย่างเพียงพอ	4.19	.47	มาก
3. บรรยากาศในชั้นเรียนมีความเหมาะสม	4.20	.40	มาก
4. เปิดโอกาสให้ผู้เรียนแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน	4.18	.98	มาก
5. มีการประเมินผลการเรียนการสอนที่เหมาะสม	4.20	.83	มาก
6. จัดกิจกรรมเสริมด้านคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูปอย่างเพียงพอ	4.18	.92	มาก
7. จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมอย่างเพียงพอ	4.15	.90	มาก
8. จัดกิจกรรมเสริมด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพอย่างเพียงพอ	4.31	.87	มากที่สุด
9. จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างเพียงพอ	4.20	.69	มาก
10. หลักสูตรให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมที่เป็นประโยชน์	4.17	.47	มาก
ภาพรวม	4.28	.64	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิตโดยรวม พบว่า มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านหลักสูตร โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.20$) โครงสร้างหลักสูตรการบัญชีมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.18$) หลักสูตรการบัญชีมีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของสังคม ($\bar{X} = 4.19$)

ด้านอาจารย์ โดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อาจารย์มีความรู้ความสามารถด้านบัญชี ($\bar{X} = 4.65$) อาจารย์มีความน่าเชื่อถือและมีบุคลิกภาพที่ดี ($\bar{X} = 4.60$) อาจารย์ให้คำปรึกษาทั้งทางด้านวิชาการและการใช้ชีวิตแก่นักศึกษาเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.53$) อาจารย์มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้เข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.46$)

ด้านการจัดการเรียนการสอน โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ และระดับมาก 9 ข้อ ระดับมากที่สุด คือ จัดกิจกรรมเสริมด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.31$) ระดับมาก คือ มีการประเมินผลการเรียนการสอนที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.20$) จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.20$) บรรยากาศในชั้นเรียนมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.20$) มีการฝึกปฏิบัติด้านบัญชีและส่งเสริมให้ผู้เรียนนำความรู้ไปประยุกต์ใช้อย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.19$) จัดกิจกรรมเสริมด้านคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูปอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.18$) เปิดโอกาสให้ผู้เรียนแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน ($\bar{X} = 4.18$) หลักสูตรให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ ($\bar{X} = 4.17$) หนังสือเรียนมีเนื้อหาที่ทันสมัยและเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.16$) จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.15$)

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจและความคิดเห็นโดยรวม

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจและความเห็นโดยรวม

ความพึงพอใจและความเห็นโดยรวม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ความพึงพอใจต่อภาพรวมของหลักสูตรบัญชีบัณฑิตหรือไม่		
1.1 พอใจ	120	100.00
1.2 ไม่พอใจ	0	0.00
รวม	120	100.00
2. หลักสูตรบัญชีบัณฑิตควรได้รับการปรับปรุงหรือไม่		
2.1 ควรปรับปรุง	46	38.30
2.2 ไม่ควรปรับปรุง	74	61.70
รวม	120	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ความพึงพอใจและความเห็นโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 120 คน ประกอบด้วย ความพึงพอใจต่อภาพรวมของหลักสูตรบัญชีบัณฑิต ผู้ตอบแบบสอบถามพอใจในหลักสูตร จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 100 การปรับปรุงหลักสูตรบัญชีบัณฑิตผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ควรปรับปรุงหลักสูตร จำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 61.70 ควรปรับปรุงหลักสูตร จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ

1. ควรเพิ่มทักษะด้านภาษาอังกฤษสำหรับงานบัญชี
2. ควรเพิ่มการปฏิบัติให้มากขึ้น
3. การใช้วิธีการสัมมนาการใช้เครื่องคิดเลข เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติงาน
4. ควรปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัย สามารถนำมาใช้ได้จริงในปัจจุบัน
5. ควรปรับปรุงในการสอนให้ใช้เครื่องคำนวณและเครื่องคอมพิวเตอร์
6. เน้นการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางบัญชี ที่บริษัทส่วนใหญ่ใช้กันเพราะถือเป็นประสบการณ์แก่นักศึกษา และใช้ในการ

พิจารณาคุณสมบัติในการสมัครงาน

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน และได้สรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับบัณฑิตที่มีงานทำ

จากบัณฑิตที่ตอบแบบสอบถาม พบว่าเป็นบัณฑิตที่ทำงานแล้ว คิดเป็นร้อยละ 91.70 ประเภทของงานที่บัณฑิตทำมากที่สุด ได้แก่ พนักงานบริษัท / องค์กรธุรกิจเอกชน คิดเป็นร้อยละ 67.30 รองลงมาได้แก่ ข้าราชการ / เจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 18.20 เงินเดือนที่ได้รับของบัณฑิตหรือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับรายได้ที่บัณฑิตได้มากที่สุดมากที่สุด คือ เงินเดือนระหว่าง 8,000 - 11,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.20 รองลงมาคือ เงินเดือนระหว่าง 12,000 - 14,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.60 ความพึงพอใจต่องานที่ทำของบัณฑิต ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่องานที่ทำโดยคิดเป็นร้อยละ 90.90 และมีบัณฑิตที่ไม่พอใจต่องานที่ทำ คิดเป็นร้อยละ 9.10 สาเหตุของบัณฑิตที่ไม่พอใจต่องาน มากที่สุด คือ ค่าตอบแทนต่ำ คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ ระบบงานไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 20 ระยะเวลาในการหางานทำ พบว่าบัณฑิตส่วนใหญ่ได้งานทำ ภายใน 1 - 6 เดือน คิดเป็นร้อยละ 39.10 รองลงมาคือ ได้งานทันทีหลังจากสำเร็จการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 27.30 งานที่ทำนั้นส่วนใหญ่ตรงกับสาขาที่เรียนมา คิดเป็นร้อยละ 66.30 ไม่ตรงกับสาขา คิดเป็นร้อยละ 33.70 ความสามารถในการนำความรู้จากสาขาวิชาที่เรียนมาประยุกต์ใช้กับหน้าที่การงานที่ทำอยู่ พบว่าบัณฑิตส่วนใหญ่ สามารถนำความรู้ที่เรียนมาประยุกต์ใช้กับหน้าที่การงานได้ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.30

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับบัณฑิตที่ยังไม่มีงานทำ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับบัณฑิตที่ยังไม่มีงานทำ พบว่า มีบัณฑิตที่ยังไม่มีงาน มีจำนวน 10 คน สาเหตุที่ทำให้บัณฑิตไม่มีงานทำมีรายละเอียดดังนี้ สาเหตุที่ยังไม่มีงานทำมากที่สุด ได้แก่ ยังไม่ประสงค์จะทำงาน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาได้แก่ รอฟังคำตอบจากหน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 30 การมีปัญหาในการหางานทำของบัณฑิตที่ยังไม่ได้ทำงาน ส่วนใหญ่จะมีปัญหา คิดเป็นร้อยละ 70 ไม่มีปัญหา คิดเป็นร้อยละ 30 ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการหางานทำของบัณฑิตที่ยังไม่ได้ทำงาน พบว่าปัญหาที่มากที่สุด ได้แก่ สอบเข้าทำงานไม่ได้ คิดเป็นร้อยละ 42.90 รองลงมาคือ ไม่ทราบแหล่งงาน หางานถูกใจไม่ได้ ต้องสอบเข้างานจึงไม่ยอมสมัครงาน

ความคิดเห็นต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต

ระดับความคิดเห็นที่มีต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต แบ่งออกเป็น 3 ด้าน

1) ด้านอาจารย์

ระดับความคิดเห็นต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต มีระดับความพึงพอใจอยู่ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านอาจารย์ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด อาจารย์มีความรู้ความสามารถด้านบัญชี ($\bar{X} = 4.65$) อาจารย์มีความน่าเชื่อถือและมีบุคลิกภาพที่ดี ($\bar{X} = 4.60$) อาจารย์ให้คำปรึกษาทั้งทางด้านวิชาการและการใช้ชีวิตแก่นักศึกษาเป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.53$) อาจารย์มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้เข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.46$)

2) ด้านหลักสูตร

ด้านหลักสูตร มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.20$) โครงสร้างหลักสูตรการบัญชีมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.18$) หลักสูตรการบัญชีมีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของสังคม ($\bar{X} = 4.19$)

3) ด้านการจัดการเรียนการสอน

ด้านการจัดการเรียนการสอน ระดับมากที่สุด คือ จัดกิจกรรมเสริมด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ อย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.31$) มีการประเมินผลการเรียนการสอนที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.20$) จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง อย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.20$) บรรยายภาคในชั้นเรียนมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.20$) มีการฝึกปฏิบัติด้านบัญชีและส่งเสริมให้ผู้เรียนนำความรู้ไปประยุกต์ใช้อย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.19$) จัดกิจกรรมเสริมด้านคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูปอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.18$) เปิดโอกาสให้ผู้เรียนแสดงความคิดเห็นในชั้นเรียน ($\bar{X} = 4.18$) หลักสูตรให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ ($\bar{X} = 4.17$) หนังสือเรียนมีเนื้อหาที่ทันสมัยและเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.16$) จัดกิจกรรมที่ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมอย่างเพียงพอ ($\bar{X} = 4.15$)

ความพึงพอใจและความเห็นโดยรวม

บัณฑิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 120 คน มีความพึงพอใจต่อภาพรวมของหลักสูตรบัญชีบัณฑิต คิดเป็นร้อยละ 100.00 การปรับปรุงหลักสูตรบัญชีบัณฑิตพบว่าบัณฑิตส่วนใหญ่ตอบ ไม่ควรปรับปรุงหลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 61.70 ที่เหลือ ได้แก่ ควรปรับปรุงหลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 38.30

อภิปรายผล

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ภาวะการมีงานทำ หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี มีบัณฑิตที่ทำงานแล้ว 91.7 % โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท / องค์กรธุรกิจเอกชน แสดงให้เห็นว่าคุณสมบัติของบัณฑิตสาขาวิชาการบัญชีมีความสอดคล้องกับความต้องการและเป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงาน บัณฑิตส่วนใหญ่จะใช้ระยะเวลาในการหางานทำประมาณ 1-6 เดือน จึงได้งานทำ แสดงให้เห็นว่าบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาหางานทำได้เร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกองแผนงานมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2554) และกองงานแผนมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ (2557) ที่กล่าวถึงภาวะการมีงานทำของบัณฑิตว่า บัณฑิตส่วนใหญ่มีงานทำและประกอบอาชีพพนักงานบริษัท / องค์กรธุรกิจเอกชน และสามารถหางานทำได้ภายในระยะเวลา 6 เดือน ในส่วนของคำตอบแทนของบัณฑิตอยู่ในอัตราปานกลาง คือระหว่าง 8,000 – 11,999 บาท และพบว่าส่วนใหญ่มีความพอใจในงานที่ทำ คิดเป็นร้อยละ 90.9 % บัณฑิตที่ไม่พอใจในงานที่ทำ พบว่าส่วนใหญ่มีสาเหตุจากค่าตอบแทนต่ำ ลักษณะงานที่ทำ ตรงกับความรู้ที่เรียนมาถึง 63.60 % โดยบัณฑิตสามารถนำความรู้จากที่เรียนมาใช้กับหน้าที่การทำงานในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกองแผนงาน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2554) เกี่ยวกับภาวะการมีงานทำว่าบัณฑิตส่วนใหญ่ทำงานตรงกับความรู้ที่เรียนมา

2. ปัญหาและสาเหตุของบัณฑิตยังไม่มีการทำงาน พบว่าส่วนใหญ่ยังไม่ประสงค์จะทำงาน โดยปัญหาที่เกิดขึ้นจากการหางานคือสอบเข้าทำงานไม่ได้ ในเรื่องของการศึกษาต่อพบว่าบัณฑิตที่ตอบแบบสอบถามไม่มีเรียนต่อ

3. ความคิดเห็นที่มีต่อหลักสูตรบัญชีบัณฑิต บัณฑิตที่ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจด้านอาจารย์มากที่สุด โดยอาจารย์ผู้สอนมีความรู้ความสามารถด้านบัญชี ด้านหลักสูตร มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือปรัชญาและวัตถุประสงค์ของหลักสูตรมีความเหมาะสม ด้านการจัดการเรียนการสอน ระดับมากที่สุด คือ จัดกิจกรรมเสริมด้านคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพอย่างเพียงพอ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยความตั้งใจและมุ่งมั่นในการพัฒนางานที่รับผิดชอบของผู้วิจัย ด้วยกำลังใจจากผู้อยู่รอบข้างใกล้ชิด จึงเป็นพลังให้เกิดความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้สำเร็จ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้เสียสละเวลาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของงานวิจัยอย่างเป็นประโยชน์ยิ่ง จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์และบรรลุผลได้ดังความตั้งใจ รวมถึงบัณฑิตหลักสูตรบัญชี ที่ให้รายละเอียดข้อมูลต่างๆ และผลของงานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับหลักสูตรบัญชีบัณฑิตเพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานที่ได้ไปใช้ประกอบการปรับปรุงหลักสูตร และวางแผนพัฒนานักศึกษาให้เป็นบัณฑิตที่มีศักยภาพในการแข่งขันยิ่งขึ้นต่อไปในการวางแผนการผลิตบัณฑิต ตลอดจนการจัดการเรียนการสอนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ขอขอบพระคุณ ครู อาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา รวมถึงผู้เขียนตำรา เอกสาร บทความต่างๆ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและนำมาอ้างอิงในงานวิจัยครั้งนี้ คุณค่าอันพึงมีจากงานวิจัยฉบับนี้ขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์

เอกสารอ้างอิง

- กองแผนงาน มหาวิทยาลัยนเรศวร. (2557). รายงานการวิเคราะห์ภาวะการมีงานทำของบัณฑิต ผู้สำเร็จการศึกษา รุ่นปีการศึกษา 2555 มหาวิทยาลัยนเรศวร. (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 30 กุมภาพันธ์ 2558 จาก www5.pha.nu.ac.th/Documents/Plan/Analy_report/Analysis_report55.pdf
- กองแผนงาน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2554). บทสรุปผู้บริหารเรื่องรายงานภาวะการมีงานทำของบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์รุ่นปีการศึกษา 2554. (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2558 จาก <http://www.planning.psu.ac.th/images/files/information/jobpsu/job2554.pdf>.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- สำนักงานส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. (2558). ผู้สำเร็จการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ปีการศึกษา 2557. สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561

ภาคผนวก

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
21 ธันวาคม พ.ศ. 2561



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ที่ ๑๘๓๔/๒๕๖๑

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ (Peer Review)

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๖ ประจำปี ๒๕๖๑

ตามที่ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี กำหนดจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๖ ประจำปี ๒๕๖๑ “นวัตกรรมการบริหารธุรกิจยุค ๔.๐” (Business Administration National Innovation Conference: BANIC 2018) ในวันศุกร์ที่ ๒๑ ธันวาคม ๒๕๖๑ ณ หอประชุมไพรพะยอม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้คณาจารย์ นักวิจัย/นักศึกษา ทั้งภาครัฐและเอกชนได้นำเสนอผลงานวิจัยและเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่สาธารณชน และเป็นเวทีทางด้านวิชาการในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความคิดเห็น ประสบการณ์ด้านการวิจัย ระหว่าง คณาจารย์ นักวิชาการ นักศึกษาและผู้สนใจรวมถึงเพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายนักวิจัยกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายในประเทศ นั้นในการนี้ เพื่อให้การดำเนินการจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๖ ประจำปี ๒๕๖๑ “นวัตกรรมการบริหารธุรกิจยุค ๔.๐” (Business Administration National Innovation Conference : BANIC 2018) เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จึงแต่งตั้งบุคคลที่มีรายชื่อต่อไปนี้ เป็นคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ (Peer Review) การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๖ ประจำปี ๒๕๖๑

๑. รองศาสตราจารย์ ดร.นลินี ทองประเสริฐ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อุมารวรรณ วาทกิจ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสินี โพธิ์ชาธาร	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สวียา ปราณาดิ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชมนาด มั่นสัมฤทธิ์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา จิงสุวดี	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำไพ ยงกุลวณิช	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันชัย ยงกุลวณิช	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัยรดา พรเจริญ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริภาพรรณ ลิ้มชัยเจริญ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๑๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมุขต์ สมชอบ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๑๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญช่วง ศรีธรรมาภรณ์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๑๔. อาจารย์ ดร.รัชดา กักตี่ยิ่ง	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๑๕. อาจารย์ ดร.สุมาลี เสงยวิจิตร	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

๑๖. อาจารย์ ดร.ธามินทร์ เครือโสม	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๑๗. อาจารย์ ดร.วิไลวรรณ โพนศิริ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๑๘. อาจารย์ ดร.มงคล เอกพันธ์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๑๙. อาจารย์ ดร.ชินวัตร เชื้อสระคู	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๒๐. อาจารย์ ดร.อุษณี จิตติมณี	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๒๑. อาจารย์ ดร.วลัยพร สุขปลั่ง	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๒๒. อาจารย์ ดร.อโณทัย หาระสาร	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๒๓. อาจารย์ ดร.นิภา ชุณหวิทย์กุล	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๒๔. อาจารย์ ดร.ประไพพิศ เลียบสือตระกูล	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๒๕. อาจารย์ ดร.อนันต์ สุนทราเมธากุล	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๒๖. อาจารย์ ดร.รัตนภรณ์ แซ่ลี	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๒๗. อาจารย์ ดร.ก้องเกียรติ สหายรักษ์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๒๘. อาจารย์ ดร.ปิยะนุช วรบุตร	ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
๒๙. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญชววรรณ วิงวอน	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๓๐. รองศาสตราจารย์ ดร.ธนสุวิทย์ ทับทิมรักษา	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๓๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหฬ้า ตรีเอกานุกูล	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๓๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี ขุนทองจันทร์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๓๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นุสรุภา เกิดประทุม	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๓๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ จันทินอก	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๓๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูริศร์ พงษ์เพียจันทร์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๓๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทธร ทวีจันทร์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๓๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิดา สัตโยภาส	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๓๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินันต์ สะสอง	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๓๙. อาจารย์ ดร.ภทธีร์ ฟรีสตัด	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๔๐. อาจารย์ ดร.ปัทมวรรณ จินดารักษ์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๔๑. อาจารย์ ดร.จุฬารัตน์ ชันแก้ว	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๔๒. อาจารย์ ดร.อัจฉรา ชนากลาง	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๔๓. อาจารย์ ดร.จิรัฐติกาฬ วุฒิพันธ์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๔๔. อาจารย์ ดร.ชุตินกร ปรงเกียรติ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๔๕. อาจารย์ ดร.ศศิธร กกฝ้าย	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๔๖. อาจารย์ ดร.นารี วงศ์เลิศคุณากร	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๔๗. อาจารย์ ดร.ดรณศักดิ์ ตติยะลาภะ	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
๔๘. อาจารย์ ดร.วริรัตน์ สัมพัทธ์พงศ์	ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ให้มีหน้าที่

๑. อ่านและประเมินผลงานทางวิชาการเพื่อนำเสนอในรูปแบบภาคบรรยายหรือภาคโปสเตอร์
๒. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

~ ๓ ~

สั่ง ณ วันที่ ๒๘ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๐



(รองศาสตราจารย์ธรรมรักษ์ ละอองนวล)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ที่ ๑๘๓๓/๒๕๖๑

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๖ ประจำปี ๒๕๖๑

ตามที่ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี กำหนดจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๖ ประจำปี ๒๕๖๑ “นวัตกรรมการบริหารธุรกิจยุค ๔.๐” (Business Administration National Innovation Conference: BANIC 2018) ในวันศุกร์ที่ ๒๑ ธันวาคม ๒๕๖๑ ณ หอประชุมไพฑูริยธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้คณาจารย์ นักวิจัย/นักศึกษา ทั้งภาครัฐและเอกชนได้นำเสนอผลงานวิจัยและเผยแพร่ผลงานวิจัยสู่สาธารณชน และเป็นเวทีทางด้านวิชาการในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความคิดเห็น ประสบการณ์ด้านการวิจัย ระหว่าง คณาจารย์ นักวิชาการ นักศึกษาและผู้สนใจ รวมถึงเพื่อเป็นการสร้างเครือข่ายนักวิจัยกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายในประเทศ นั้นในการนี้ เพื่อให้การดำเนินการจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๖ ประจำปี ๒๕๖๑ “นวัตกรรมการบริหารธุรกิจยุค ๔.๐” (Business Administration National Innovation Conference : BANIC 2018) เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี จึงแต่งตั้งบุคคลที่มีรายชื่อต่อไปนี้ เป็นคณะกรรมการจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๖ ประจำปี ๒๕๖๑

๑. คณะกรรมการอำนวยการ

๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์หทัยรัตน์	ควรรู้ดี	ประธานกรรมการ
๒.	รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยภินิฐ	โชติวนิช	รองประธานกรรมการ
๓.	รองศาสตราจารย์ ดร.นลินี	ทองประเสริฐ	กรรมการ
๔.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา	จึงสุวดี	กรรมการ
๕.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำไพ	ยงกุลวนิช	กรรมการ
๖.	อาจารย์พัชรวดี	กุลบุญญา	กรรมการ
๗.	อาจารย์พรชัย	วีระนันท์หาเวช	กรรมการ
๘.	อาจารย์ ดร.วลัยพร	สุขปลั่ง	กรรมการ
๙.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์นรินทร์	ยุวดีนิเวศ	กรรมการ
๑๐.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์มาลิณี	ศรีไมตรี	กรรมการ
๑๑.	อาจารย์ ดร.ประไพพิศ	เลียบสือตระกูล	กรรมการ
๑๒.	อาจารย์สุจิตตรา	หงส์ยนต์	กรรมการ
๑๓.	อาจารย์ภราดา	บุญรมย์	กรรมการ
๑๔.	อาจารย์ภิมภัก	ปรมัตถ์วโรจน์	กรรมการ
๑๕.	อาจารย์ศิริโรจน์	พลไชย	กรรมการ
๑๖.	รองศาสตราจารย์มณฑนา	สามารถ	กรรมการจากมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
๑๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันิดา	เพิ่มศิริ	กรรมการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

๑๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุมารรณ	วาทกิจ	กรรมการจากมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
๑๙. อาจารย์ ดร.พวงพรภัสสร	วิริยะ	กรรมการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
๒๐. อาจารย์ ดร.ภทริยา	พรหมราชู	กรรมการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
๒๑. อาจารย์ ดร.พัทธนันท์	เพชรเชิดชู	กรรมการจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
๒๒. อาจารย์ ดร.อนันต์	สุนทราเมธากุล	กรรมการและเลขานุการ
๒๓. นางสาวรัชสินี	กัมมัต	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

ให้มีหน้าที่ ควบคุมดูแลให้คำปรึกษาแนะนำสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการจัดงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย

๒. คณะกรรมการประสานงานบทความ

๑. อาจารย์ ดร.วลัยพร	สุขปลั่ง	ประธานกรรมการ
๒. นางสาวรัชสินี	กัมมัต	กรรมการและเลขานุการ
๓. นางสาวยุภา	จำปี	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. ประสานผู้ทรงคุณวุฒิในการอ่านและประเมินผลงานวิชาการ
๒. ประสานการรับและแจ้งผลการพิจารณาผลงานทางวิชาการ
๓. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๓. คณะกรรมการพิจารณาผู้อ่านบทความ(Peer Review)

๑. อาจารย์ ดร.วลัยพร	สุขปลั่ง	ประธานกรรมการ
๒. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยนันท์	โชติวนิช	กรรมการ
๓. นางสาวรัชสินี	กัมมัต	กรรมการและเลขานุการ
๔. นางสาวยุภา	จำปี	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. พิจารณาผู้อ่านบทความ(Peer Review)
๒. ประสานงานกับผู้ทรงคุณวุฒิและจ่ายค่าตอบแทนผู้ทรงคุณวุฒิ
๓. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๔. คณะกรรมการประจำห้องประชุมย่อย

๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำไพ	ยงกุลวณิช	ประธานกรรมการ
๒. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทววรรณ	วิงวอน	ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้องประชุมย่อย
๓. รองศาสตราจารย์ ดร.นลินี	ทองประเสริฐ	ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้องประชุมย่อย
๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา	จิ่งสุวดี	ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้องประชุมย่อย
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประนอม	คำผา	ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้องประชุมย่อย
๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัยรดา	พรเจริญ	ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้องประชุมย่อย
๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมุกต์	สมชอบ	ผู้ทรงคุณวุฒิประจำห้องประชุมย่อย
๘. อาจารย์สงศรี	ลีหิรัญญพงศ์	กรรมการ
๙. อาจารย์ชนิษฐา	คนกล้า	กรรมการ
๑๐. อาจารย์ ดร.ปิยนุช	วรบุตร	กรรมการและเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. ดำเนินรายการในห้องประชุมให้เป็นไปตามกำหนดการ
๒. จัดนันทนาการควบคุมเวลาและการดำเนินงานในแต่ละห้องประชุมย่อย
๓. แลกเปลี่ยนความรู้และเสนอแนะในผลงานทางวิชาการของผู้นำเสนอ
๔. จัดทำป้ายชื่อกรรมการแต่ละห้อง
๕. ดำเนินการเรื่องการเบิกจ่ายในส่วนของห้องประชุมย่อย
๖. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๕. คณะกรรมการฝ่ายบันทึกภาพ วิดีทัศน์

๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันชัย	ยงกุลวณิช	ประธานกรรมการ
๒. อาจารย์วิชุดา	สวัสดี สังข์ทองกลาง	กรรมการ
๓. อาจารย์ปณิสญา	อธิจิตตา	กรรมการ
๔. นายนนทวัฒน์	สิมตะมะ	กรรมการ
๕. นายพงษ์ศิริ	ลาฤทธิ	กรรมการ
๖. นางสาวกนกกาญจน์	คำมงคล	กรรมการ
๗. นายอุทัย	หวานใจ	กรรมการ
๘. อาจารย์ศิริโรจน์	พลไชย	กรรมการและเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. จัดทำสื่อสำหรับนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประชุมวิชาการ
๒. บันทึกภาพและวีดิทัศน์กิจกรรมที่เกี่ยวข้องช่วงเวลาก่อนและระหว่างการดำเนินการประชุม
๓. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๖. คณะกรรมการฝ่ายพิธีการและต้อนรับ

๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์นรินทร์	ยุวดีนิเวศ	ประธานกรรมการ
๒.	อาจารย์นวลปราง	ชั้นเงิน	กรรมการ
๓.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุรงค์	ศรีวังษ์วรรณะ	กรรมการ
๔.	อาจารย์ ดร.รัตนภรณ์	แช่ลี	กรรมการ
๕.	อาจารย์วิรินดา	สุทธิพรหม	กรรมการ
๖.	อาจารย์บุษยมาศ	ชื่นเย็น	กรรมการ
๗.	อาจารย์โชติภามาศ	พลศรี	กรรมการ
๘.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์อุมารินทร์	ราตรี	กรรมการและเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. จัดลำดับพิธีการกำหนดการเปิด – ปิดการประชุมทางวิชาการ
๒. ดำเนินรายการบนเวทีให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย
๓. จัดหาและเชิญของที่ระลึกเพื่อมอบแก่ผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการบรรยายพิเศษ
๔. จัดเตรียมนักศึกษาสำหรับการจัดกิจกรรมบนเวที
๕. ต้อนรับวิทยากรและผู้เข้าร่วมการประชุมทางวิชาการ
๖. จัดเตรียมนักศึกษาสำหรับการต้อนรับแขก VIP
๗. จัดเตรียมดอกไม้ติดหน้าอก
๘. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๗. ฝ่ายควบคุมกิจกรรมการเข้าฟังบรรยายของนักศึกษาและผู้เข้าร่วม

๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์มาลีณี	ศรีไมตรี	ประธานกรรมการ
๒.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิภาดา	เกษตรเอี่ยม	กรรมการ
๓.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริภาพรรณ	ลิ้มเกียรติ	กรรมการ
๔.	อาจารย์พัฒนศักดิ์	ปทุมวัน	กรรมการ
๕.	อาจารย์ดลฤดี	จันทร์แก้ว	กรรมการ
๖.	อาจารย์รวี	กลางประพันธ์	กรรมการ
๗.	อาจารย์วันวิสา	มากดี	กรรมการ
๘.	นายณนทวัฒน์	สิมตะมะ	กรรมการ
๙.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิลาวัณย์	อ่อนสีบุตร	กรรมการและเลขานุการ
๑๐.	นางสาวเบญจมาภรณ์	ถวิลไพร	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. จัดเตรียมนักศึกษาในการเช็คชื่อนักศึกษาที่เข้าฟังบรรยายภาคเช้า
๒. จัดหาและควบคุมนักศึกษาเข้าร่วมฟังการบรรยายในแต่ละห้องประชุมย่อย
๓. ควบคุมนักศึกษาในการฟังบรรยายให้อยู่ในบริเวณสถานที่ตลอดเวลา
๔. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๘. คณะกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์

๑. อาจารย์ ดร. นิภา	ชุดหมวกโขน	ประธานกรรมการ
๒. นางสาวรัชสีนี	กำแมด	กรรมการและเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร
๒. เชิญชวนอาจารย์ นักวิจัย นักศึกษาและผู้สนใจทั่วไปเข้าร่วมประชุมและนำเสนอผลงานทางวิชาการ
๓. เชิญสำนักข่าวท้องถิ่นมาร่วมงานและทำข่าว
๔. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๙. คณะกรรมการฝ่ายการเงินและบัญชี

๑. อาจารย์ ดร. ก้องเกียรติ	สหายรักษ์	ประธานกรรมการ
๒. นางสาวบัวสอน	คำงาม	กรรมการและเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. ประสานงานและเบิกจ่ายค่าใช้จ่าย
๒. จัดเก็บเอกสารการเบิกจ่ายของวิทยาการ/คณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ
๓. จัดทำใบเสร็จรับเงินให้กับผู้นำเสนอบทความ
๔. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๑๐. คณะกรรมการฝ่ายยานพาหนะและที่พัก

๑. อาจารย์ภราดา	บุญรมย์	ประธานกรรมการ
๒. อาจารย์ ดร. อโณทัย	หาระสาร	กรรมการ
๓. อาจารย์ดลฤดี	จันทร์แก้ว	กรรมการ
๔. อาจารย์มัลลิกา	บุตรทองทิพย์	กรรมการ
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อมรรัตน์	พรประเสริฐ	กรรมการและเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. ประสานการเดินทางและจองตัวเครื่องบินไป-กลับให้แก่ผู้ทรงคุณวุฒิ
๒. อำนวยความสะดวกและจองที่พักให้ผู้ทรงคุณวุฒิ
๓. จัดตารางรถรับ-ส่งผู้ทรงคุณวุฒิ
๔. ให้คำแนะนำในเรื่องการท่องเที่ยวและร้านอาหาร
๕. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๑๑. คณะกรรมการฝ่ายรับลงทะเบียน

๑.	อาจารย์สุจิตตรา	หงษ์ยนต์	ประธานกรรมการ
๒.	อาจารย์รัชนิกร	วรรณสถิตย์	กรรมการ
๓.	อาจารย์ฤติมา	มุ่งหมาย	กรรมการ
๔.	อาจารย์วิริญญา	สุทธิกุล	กรรมการ
๕.	อาจารย์อรพินท์	วงศ์ก่อ	กรรมการ
๖.	อาจารย์รติ	ท่าโพธิ์	กรรมการ
๗.	อาจารย์อัญญาณี	อดทน	กรรมการและเลขานุการ
๘.	นายนิธกร	บริพันธ์	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. รับลงทะเบียนในการประชุมวิชาการ
๒. แจกเอกสารประกอบการลงทะเบียนเข้าร่วมประชุมทางวิชาการ
๓. แจกและรวบรวมแบบสอบถามความพึงพอใจการจัดประชุมทางวิชาการ
๔. จัดทำป้ายชื่อวิทยากร ป้ายชื่อกรรมการในห้องประชุมกลุ่มย่อย ป้ายชื่อผู้นำเสนอผลงานวุฒิปัตร
๕. เตรียมเอกสารและจัดเอกสารประกอบการลงทะเบียนเข้าร่วมประชุมทางวิชาการ
๖. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๑๒. คณะกรรมการฝ่ายสถานที่ (หอประชุมไพรพะยอม)

๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิกุลต์	สมชอบ	ประธานกรรมการ
๒.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วรรณุช	กุอุทา	กรรมการ
๓.	อาจารย์ศุภกัญญา	เกษมสุข	กรรมการ
๔.	อาจารย์เจริญ	โสภา	กรรมการ
๕.	อาจารย์อโนชา	สุวรรณสาร	กรรมการ
๖.	อาจารย์กฤตยกมล	ธานีสงศ์	กรรมการ
๗.	อาจารย์ศุภเทพ	สติมัน	กรรมการ
๘.	นายประยูร	ล้อมไธสง	กรรมการ
๙.	นายอังคาร	ดอนใหญ่	กรรมการ
๑๐.	นายอุทัย	หวานใจ	กรรมการและเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. จัดเตรียมสถานที่จัดงานและดูแลความเรียบร้อย
๒. จัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อใช้ในการจัดแสดงโปสเตอร์จัดบทความโปสเตอร์ ๑-๒ หน้า
๓. ติดตั้ง ตรวจสอบและดูแลการใช้งานอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ในการนำเสนอผลงาน
๔. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๑๓. คณะกรรมการฝ่ายสถานที่ (อาคารเรียน ๑๕)

๑. อาจารย์ภิมภักวิมล	ปรมัตถ์วรโชติ	ประธานกรรมการ
๒. อาจารย์ฐิติพร	อุ้นใจ	กรรมการ
๓. นายเฉลิม	พูลเพิ่ม	กรรมการ
๔. นางบุญแดง	ศิลาอ่อน	กรรมการ
๕. อาจารย์เกรียงไกร	ดำรงสกุล	กรรมการและเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. จัดเตรียมสถานที่ห้องประชุมย่อย
๒. จัดเตรียมอุปกรณ์เพื่อใช้ในการนำเสนอ
๓. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๑๔. คณะกรรมการฝ่ายระบบสารสนเทศ

๑. อาจารย์ปราโมทย์	นามวงศ์	ประธานกรรมการ
๒. อาจารย์เกรียงศักดิ์	รักภักดี	กรรมการ
๓. อาจารย์ไมตรี	ริมทอง	กรรมการและเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. ดูแล ปรับปรุง ระบบข้อมูล บนเว็บไซต์ ให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา
๒. ลงข้อมูลบทความ E – journal บนเว็บไซต์
๓. ลงข้อมูลภาพ วีดิทัศน์ ของกิจกรรม บนเว็บไซต์
๔. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๑๕. คณะกรรมการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม

๑. อาจารย์ ดร.ประไพพิศ	เลียบสื่อตระกูล	ประธานกรรมการ
๒. อาจารย์ศิริมล	แสนสุข	กรรมการ
๓. นางสาวประไพ	ใจเพียร	กรรมการ
๔. นางสาวเบญจมาภรณ์	ถวิลไพร	กรรมการ
๕. นางสาวพิไลวรรณ	ดอนเตาเหล็ก	กรรมการ
๖. นางสาววาสนา	สิทธิผล	กรรมการ
๗. นางสาววิไลวรรณ	รัตนวรรณ	กรรมการ
๘. นางวิไล	สายแวว	กรรมการ
๙. นางพิสมัย	หลักรัตน์	กรรมการ
๑๐. นางอรศรี	ล้อมไธสง	กรรมการ
๑๑. นางสาวรัตติยา	พินนวล	กรรมการและเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. จัดเตรียมอาหารว่างและอาหารกลางวัน รวมทั้งชุดอาหารพิเศษสำหรับแขกผู้มีเกียรติช่วงเช้า
๒. จัดเตรียม และดูแลสถานที่รับประทานอาหารว่างและอาหารกลางวัน
๓. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๑๖. คณะกรรมการฝ่ายจัดทำรายงานที่สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์อดุลยเดช	ตันแก้ว	ประธานกรรมการ
๒.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์บัณฑิตภักดิ์	สุนบุญรัตน์	กรรมการ
๓.	อาจารย์ ดร.นิภา	ชุนทัญญูกุล	กรรมการ
๔.	อาจารย์ ดร.วลัยพร	สุขปลั่ง	กรรมการ
๕.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัยรดา	พรเจริญ	กรรมการและเลขานุการ
๖.	นางสาวรัชสินี	กำแมต	กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. จัดทำรายงานที่สืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (proceeding)
๒. จัดทำแบบประเมินและประมวลผลความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน
๓. ประเมินผลการดำเนินงานและจัดทำสรุปผลการดำเนินงานจัดประชุมวิชาการ
๔. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์
๕. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๑๗. คณะกรรมการฝ่ายจัดทริศึกษาดูงาน ไทย-สปป.ลาว (๒ วัน ๑ คืน)

๑.	อาจารย์พรชัย	วีระนนทาเวทย์	ประธานกรรมการ
๒.	นางสาวรัตติยา	พินนวล	กรรมการและเลขานุการ

ให้มีหน้าที่

๑. จัดเตรียมและประสานงานการจัดทริศึกษาดูงาน ไทย-สปป.ลาว (๒ วัน ๑ คืน)
๒. หน้าที่อื่น ๆ ที่ได้รับมอบหมาย

๑๘. แขกผู้มีเกียรตินั่งฟังการบรรยายภาคเช้า (ZONE VIP)

๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์หทัยรัตน์	ควรรู้ดี	ประธานกรรมการ
๒.	รองศาสตราจารย์ ดร.นลินี	ทองประเสริฐ	กรรมการ
๓.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา	จิ่งสุวดี	กรรมการ
๔.	อาจารย์พัชรวดี	กุลบุญญา	กรรมการ
๕.	อาจารย์พรชัย	วีระนนทาเวทย์	กรรมการ
๖.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา	พร้อมพรม	กรรมการ
๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วรรณณา	ปิยะรัตน์มานนท์	กรรมการ
๘.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์บัณฑิตภักดิ์	สุนบุญรัตน์	กรรมการ
๙.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประนอม	คำผา	กรรมการ

~ ๙ ~

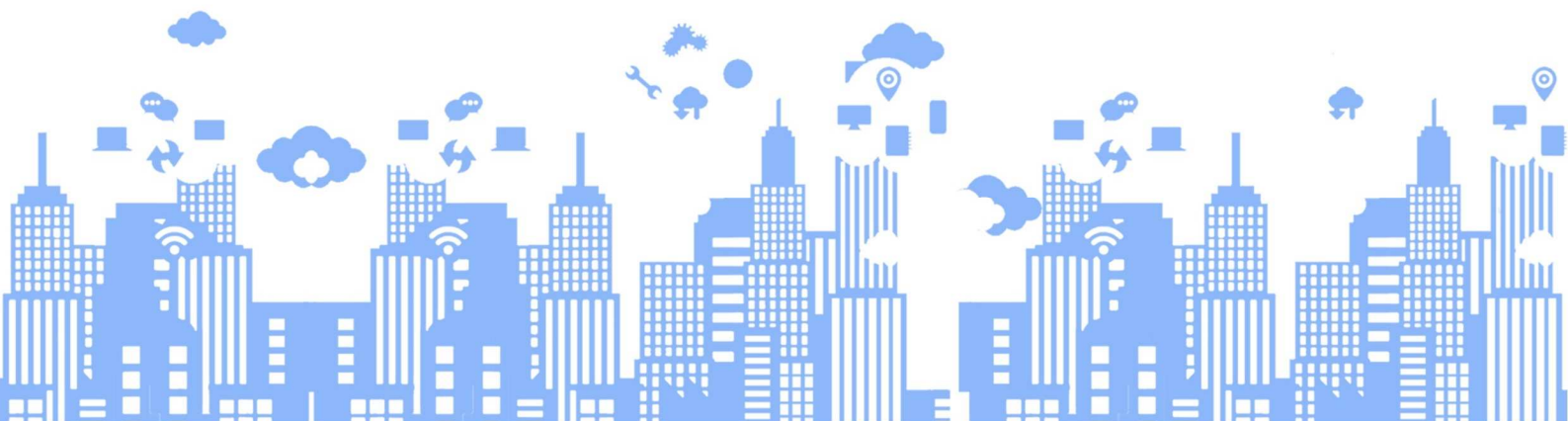
สั่ง ณ วันที่ ๒๘ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๖๑



(รองศาสตราจารย์ธรรมรักษ์ ละองนวล)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี



Business Administration National Innovation Conference



คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 2 ถนนราชธานี ตำบลไผ่เมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000

โทรศัพท์: 045-352-000 ต่อ 1300, แฟกซ์: 045-355-250 www.bba.ubru.ac.th Email: info.bba@ubru.ac.th



Business Administration National Innovation Conference



Business Administration National Innovation Conference