



การนำเสนอผลงานวิชาการภาคบรรยาย

(Oral Presentation)

การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 4

The 4th National Conference on Business Transformation

“Business Management in the Digital Transformation”

วันที่ 12 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564

ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่กับ
คุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย
The Relationships between Modern Internal Audit Risks and Audit
Quality of Cooperative Auditors Department in Thailand.

วิศรุต ภาใจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย¹
วัฒนา ยืนยง, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย²
ปานฉัตร อาการักษ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย³
Email: merunarubandee@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการระบุความเสี่ยง ด้านการประเมินความเสี่ยงด้านคุณภาพและปริมาณ ด้านการจัดลำดับและการตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยง ด้านการกำกับดูแล ความเสี่ยงกับคุณภาพการสอบบัญชี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย จำนวน 1,944 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามโดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านระบบ Google Form โดยส่งถึงผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วย E-mail จำนวน 362 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่าง ตัวแปรและการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการระบุความเสี่ยง ด้านการประเมินความเสี่ยงด้านคุณภาพ และปริมาณ ด้านการจัดลำดับและการตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยง ด้านการกำกับดูแลความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ คุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ คุณภาพการสอบบัญชี ผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย

ABSTRACT

The purpose of this research is to test the relationship between modern internal audit risks management, risk identification, quality and quantity risk assessment, priorities risks and implement risk responses, and audit quality. The data was collected from 1,944 auditors from the Cooperative Auditor Department of Thailand. The research instrument was a questionnaire. Data were collected from 362 respondents from google form system via e mail sending. The Data analyzed by using linear correlation between variables and multiple regression analysis.

The research results revealed that the relationship between modern internal audit risks management, risk identification, quality and quantity risk assessment, priorities risks and implement risk responses, and audit quality of the cooperative Auditor Department in Thailand are significantly at the level of 0.01.

Keywords: Modern Internal Audit Risks , Audit Quality, Cooperative Auditors Department in Thailand

¹ นักศึกษา หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี สำนักวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสำนักวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสำนักวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



บทนำ

ปัจจุบันการทุจริตคอร์รัปชันในหน่วยงานของสหกรณ์มีโอกาสดังขึ้นมากเรื่อยๆ สหกรณ์ตกเป็นเครื่องมือของนายทุนในการแสวงหากำไรจากสหกรณ์ เนื่องจากสหกรณ์ไม่มีการวางระบบที่รัดกุมมากพอในการตรวจสอบกิจการของสหกรณ์ ส่งผลทำให้การดำเนินงานของสหกรณ์สะดุดลง เนื่องจากสหกรณ์ขาดสภาพคล่องทางการเงินและความเชื่อมั่นในตัวของสหกรณ์ทำให้หน่วยงานภายนอกไม่กล้าที่จะลงทุนกับสหกรณ์ รวมถึงสมาชิกของสหกรณ์ก็จะเสียประโยชน์ของตนเองและทำให้สหกรณ์เกิดความสูญเสียและส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินของสหกรณ์ เกิดความไม่มั่นใจต่อตัวสมาชิก ส่งผลระยะยาวให้สหกรณ์ต้องปิดกิจการลง การทุจริตคอร์รัปชันในสายตาของกรรมการ ผู้จัดการและเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ส่วนใหญ่อาจมองเป็นเรื่องปกติไม่เป็นเรื่องใหญ่อะไร แต่ในความเป็นจริงแล้วนั้นปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของสหกรณ์มากยิ่งนัก เพราะส่วนใหญ่การทุจริตคอร์รัปชันจะเป็นการคอร์รัปชันในระบบการเงิน เพราะงบประมาณในการใช้จ่ายจะต้องถูกใช้โดยกรรมการและผู้จัดการสหกรณ์ จึงมีช่องว่างให้กับกรรมการและผู้จัดการที่จะคอร์รัปชันเพราะงบประมาณที่จะนำมาใช้จ่ายในสหกรณ์นั้นเป็นจำนวนที่มาก สหกรณ์ต้องยึดหลักการในการกำกับดูแลกิจการทางการเงินของสหกรณ์ โดยให้มีการกำกับดูแลทางการเงินในแนวทางเดียวกับสถาบันการเงิน และสถาบันการเงินเฉพาะกิจสำนักงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์จึงมีบทบาทในการตรวจสอบและให้คำปรึกษาการดำเนินงานของสหกรณ์เพื่อให้สหกรณ์ดำเนินงานตามกฎระเบียบข้อบังคับของสหกรณ์ที่สหกรณ์ได้วางไว้ และเป็นการรับรองการเงินทำให้งบการเงินและการดำเนินงานของสหกรณ์มีความน่าเชื่อถือทำให้สหกรณ์ดำเนินกิจการต่อไปได้ (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, https://www.cad.go.th/cadweb_org/ewt_news.php?nid=30847&filename=index)

จากกรณีกระแสข่าวการทุจริตในสหกรณ์หลายแห่งที่เกิดขึ้นในขณะนี้ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีหน้าที่ในการตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ กำหนดระบบบัญชีและมาตรฐานการสอบบัญชีให้คำปรึกษาและให้ความรู้ด้านการเงินการบัญชี โดยในการตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ นายทะเบียนสหกรณ์ได้มอบอำนาจให้กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ แต่งตั้งผู้สอบบัญชีและกำหนดระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเงินการบัญชี การตรวจสอบบัญชีสหกรณ์เพื่อให้ผู้สอบบัญชีแสดงความเห็นต่องบการเงินของสหกรณ์ ตามที่ระเบียบนายทะเบียนสหกรณ์กำหนด โดยกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ได้กำหนดวิธีปฏิบัติ เมื่อผู้สอบบัญชีตรวจพบเหตุการณ์ผิดปกติที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายประโยชน์ของสหกรณ์หรือสมาชิก หรือพบข้อบกพร่องทางการเงินการบัญชี ผู้สอบบัญชีจะต้องแจ้งให้สหกรณ์ทราบและแก้ไข พร้อมทั้งรายงานให้สำนักตรวจบัญชีสหกรณ์ทราบเพื่อดำเนินการตามอำนาจหน้าที่ต่อไป และกรมตรวจบัญชีสหกรณ์จะไม่เปิดเผยข้อมูลตามข้อสังเกตให้บุคคลอื่นทราบยกเว้นสหกรณ์และนายทะเบียนสหกรณ์ หากสิ้นปีบัญชีของสหกรณ์ ข้อสังเกตยังเป็นประเด็นที่มีสาระสำคัญที่มีผลกระทบต่องบการเงิน ผู้สอบบัญชีจะแสดงความเห็นและเพิ่มเติมข้อมูลไว้ในรายงานการสอบบัญชี เพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินและสมาชิกทราบ (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, https://www.cad.go.th/cadweb_org/ewt_news.php?nid=35132&filename=index)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ กับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการใช้พัฒนาคุณภาพของการตรวจสอบและการรับรองบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือให้กับผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทยในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการระบุความเสี่ยงกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย
2. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการประเมินความเสี่ยงด้านคุณภาพและปริมาณกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการจัดลำดับและการตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยงกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย
4. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการกำกับดูแลความเสี่ยงกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย

กรอบแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 1 การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่กับคุณภาพการสอบบัญชี

ทฤษฎี COSO ERM 2017

COSO Enterprise Risk Management 2017 ให้นิยามความเสี่ยง หมายถึง ความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อกระบวนการกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ความเสี่ยงในความหมายของ COSO เป็นเหตุการณ์ที่เป็นความไม่แน่นอน ซึ่งมีผลกระทบต่อวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ขององค์กร เช่น คู่แข่งรายใหม่ เทคโนโลยีล้ำสมัย สินค้าไม่ตรงความต้องการของลูกค้า ผู้บริหารทุจริต เป็นต้น (จุฬามณ สติธิพลวนิชกุล , 2561)

ความหมายของการบริหารความเสี่ยง การบริหารความเสี่ยงองค์กร (Enterprise Risk Management: ERM) เป็นกระบวนการที่กำหนดขึ้นโดยคณะกรรมการ ผู้บริหาร และบุคลากรของหน่วยงาน เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ของทั้งหน่วยงาน กระบวนการบริหารความเสี่ยงถูกออกแบบมา เพื่อใช้ระบุความเสี่ยงหรือเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตที่อาจมีผลกระทบต่อหน่วยงานและบริหารความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่หน่วยงานยอมรับได้ซึ่งจะช่วยให้มีความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลว่าหน่วยงานจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้ (จุฬามณ สติธิพลวนิชกุล , 2561)

คุณภาพการสอบบัญชี

ลัดดาวัลย์ ยอดบัว และกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์ (2560 : 5-6) ได้ให้ความหมายไว้ว่าคุณภาพการสอบบัญชี หมายถึง การประเมินคุณภาพของการรายงานผลการดำเนินงานที่แสดงไว้ในรายงานทางการเงินเป็นสาระสำคัญ ริดาร์ตัน ยงยศยั้ง (2560 : 5) การแสดงความเห็นในงบการเงินของผู้สอบบัญชีในรายงานการสอบบัญชีที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความเชื่อมั่นในส่วนของการถูกต้องและครบถ้วนในสาระสำคัญเพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจของผู้ใช้งบการเงิน

การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่

การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ (Modern Internal Audit Risks) หมายถึง ความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการตรวจสอบที่ทันกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ความเชี่ยวชาญในด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการตรวจสอบที่สอดคล้องกับที่ผู้สอบบัญชีกำหนดไว้เป็นแนวปฏิบัติเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่าความเสี่ยงในการตรวจสอบจะอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และการทำความเข้าใจโอกาสที่ผู้สอบบัญชีจะแสดงความเห็นที่ไม่เหมาะสมเพื่อหาวิธีการจัดการควบคุมโอกาสนั้นให้เหลือน้อยที่สุดหรืออยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (อุษณา ภัทรมนตรี, 2560 : 5)

การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการระบุความเสี่ยง

การระบุความเสี่ยง (Risk Identification) หมายถึง การกำหนดหรือการบ่งชี้ถึงความเสี่ยงที่ผู้สอบบัญชีจะต้องลดโอกาสที่จะไม่บรรลุวัตถุประสงค์ในการตรวจสอบ ได้แก่ ความเสี่ยงในวิชาชีพที่ผู้สอบบัญชีอาจถูกฟ้องร้องจากการปฏิบัติหน้าที่ความเสี่ยงในการควบคุมการตรวจสอบที่ผู้ตรวจสอบต้องระมัดระวังในการเลือกใช้วิธีการตรวจสอบหรือการตอบสนองความเสี่ยงที่เหมาะสมอย่างเพียงพอในการเก็บรวบรวมหลักฐานการสอบบัญชี (อุษณา ภัทรมนตรี, 2560 : 6)



งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ด้านการระบุความเสี่ยงและคุณภาพการสอบบัญชี

นวลจันทร์ ศรีสารคาม (2556 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ผลกระทบของประสิทธิภาพการวางแผนการสอบบัญชีที่มีต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย พบว่า ประสิทธิภาพการวางแผนการสอบบัญชีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชีโดยรวม

ดังนั้นจากเหตุผลที่กล่าวไว้ข้างต้นจึงตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ด้านการระบุความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย

การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการประเมินความเสี่ยงด้านคุณภาพและปริมาณ

การประเมินความเสี่ยงด้านคุณภาพและปริมาณ (Quantitative and Qualitative Risks Assessment) หมายถึง การวิเคราะห์ประมวลผลเหตุการณ์หรือสถานการณ์เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตรวจสอบตั้งแต่ขั้นตอนการประเมินความเสี่ยง การตอบสนองความเสี่ยงจนถึงการรายงานของผู้สอบบัญชี ด้านความเหมาะสม (คุณภาพ) และความเพียงพอ (ปริมาณ) ของเอกสารหลักฐานการสอบบัญชี ว่ามีความเหมาะสมอย่างเพียงพอที่จะสรุปผลการตรวจสอบได้ตามวัตถุประสงค์ของการตรวจสอบ (อุษณา ภัทรมนตรี, 2560 : 7)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ด้านการประเมินความเสี่ยงด้านคุณภาพและปริมาณและคุณภาพการสอบบัญชี

ธนาทิพย์ วัฒนสุขชาติ (2556 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะทางการสอบบัญชีกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย พบว่า สมรรถนะทางการสอบบัญชี ด้านเทคนิคการสอบบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชี

ดังนั้นจากเหตุผลที่กล่าวไว้ข้างต้นจึงตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ด้านการประเมินความเสี่ยงด้านคุณภาพและปริมาณมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย

การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการจัดลำดับและการตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยง

การจัดลำดับความเสี่ยงและการตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยง (Risks Response and Risks Planning) หมายถึง การระบุลำดับความสำคัญของความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยงที่จะต้องสอดคล้องตามที่กำหนดไว้ในแผนที่มีความเสี่ยงสูงสุดของการตรวจสอบ (อุษณา ภัทรมนตรี, 2560 : 10)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการจัดลำดับและการตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยงและคุณภาพการสอบบัญชี

ชนิษฐา แสงจันทร์ (2555 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลกระทบของการบริหารงานตรวจสอบภายในที่เป็นเลิศที่มีต่อคุณภาพรายงานการตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า การบริหารงานตรวจสอบภายในที่เป็นเลิศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพรายงานผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายในบริษัทจดทะเบียน

ดังนั้นจากเหตุผลที่กล่าวไว้ข้างต้นจึงตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ด้านการจัดลำดับและการตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย

การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการกำกับดูแลความเสี่ยง

การกำกับดูแลความเสี่ยง (Risk Monitoring) หมายถึง การติดตาม ประเมินผล แผนการบริหารความเสี่ยงให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่จัดไว้ในแผนแก้ไข เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าได้ ดำเนินการตามแผนแล้ว ซึ่งจะเป็นทั้งการประเมินคุณภาพ และติดตามความเหมาะสมของวิธีการจัดการความเสี่ยงที่ใช้อยู่ว่ามีตามความเหมาะสมมีคุณภาพ (อุษณา ภัทรมนตรี, 2560 : 15)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการกำกับดูแลความเสี่ยงและคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชี

วันรักษ์ โสภภาพ (2556 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมการสอบบัญชีกับคุณภาพการสอบบัญชีของสำนักงานสอบบัญชีในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารสำนักงานสอบบัญชีในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีคุณภาพการสอบบัญชีโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก

ดังนั้นจากเหตุผลที่กล่าวไว้ข้างต้นจึงตั้งสมมติฐานได้ดังนี้
สมมติฐานที่ 4 การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ด้านการกำกับดูแลความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย

ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยผ่านแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้พัฒนาเครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย จำนวน 1,944 คน (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, https://cadict.cad.go.th/main.php?filename=index_2019#2563)
3. ทดสอบความถูกต้องของเนื้อหาของแบบสอบถาม (Validity) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า ดัชนีความสอดคล้องของแต่ละข้อ (IOC: Index of Item Objective Congruence) ตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป และปรับแก้ไขข้อคำถามแล้วจึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try Out) โดยพิจารณาข้อคำถามเป็นรายข้อว่าแต่ละข้อครอบคลุมเนื้อหาที่มีความเหมาะสม ความถูกต้องและความสมบูรณ์ สอดคล้องกับเนื้อหา และหาความเชื่อมั่น (Reliability) ตามวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1990 : 202-204) โดยพิจารณาค่า (Reliability) ที่ไม่น้อยกว่า 0.70
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อกำหนดค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach)
5. เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านระบบ Google Form โดยส่งถึงผู้ตอบแบบสอบถามด้วย E-mail มีผู้ตอบกลับมาทั้งหมดจำนวน 362 คน

ผลการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตอบแบบสอบถามซึ่งได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมด 362 คน ผู้สอบบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 93.40) มีอายุมากกว่า 40 ปี (ร้อยละ 43.40) รองลงมา อายุระหว่าง 30-35 ปี (ร้อยละ 20.20) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 43.10) รองลงมาสถานภาพโสด (ร้อยละ 39.80) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 73.50) ประสบการณ์ทำงาน ระหว่าง 11-15 ปี (ร้อยละ 33.10) รองลงมา มากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 26.80) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท (ร้อยละ 36.50) รองลงมา 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 23.20) ตำแหน่งปัจจุบันนักวิชาการตรวจสอบบัญชี (ร้อยละ 40.10) รองลงมานักวิชาการตรวจสอบบัญชีปฏิบัติการ (ร้อยละ 24.60)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการระบุความเสี่ยง ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านคุณภาพและปริมาณ ด้านการจัดลำดับและการตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยง ด้านการกำกับดูแลความเสี่ยง กับคุณภาพการสอบบัญชีโดยรวมของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย

ตัวแปร	AUQ	RI	QQRA	RRRP	RM	VIF _s
$\bar{X}$	4.72	4.52	4.54	4.59	4.63	
S.D.	0.43	0.55	0.48	0.43	0.46	
AUQ		0.66**	0.78**	0.69**	0.77**	
RI			0.84**	0.90**	0.77**	5.81
QQRA				0.90**	0.87**	6.74
RRRP					0.87**	5.06
RM						5.34

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$)



จากตารางที่ 1 พบว่า การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่กับคุณภาพการสอบบัญชีมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 มี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการระบุความเสี่ยง ด้านการประเมินความเสี่ยงด้านคุณภาพและปริมาณ ด้านการจัดลำดับและการตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยง และด้านการกำกับดูแลความเสี่ยง ($r = 0.66, 0.78, 0.69$ และ 0.77 ตามลำดับ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ $0.84 - 0.90$

ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันหรือเกิดเป็น Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยค่า Variance Inflation Factor (VIF) ปรากฏว่าค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระ มีค่าตั้งแต่ $5.06 - 6.74$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2553)

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยสำหรับตัวแปรที่พยากรณ์การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่กับคุณภาพการสอบของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย

การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่	b	β	SE _b	t	Sig
ด้านการระบุความเสี่ยง	0.13	0.19	0.05	2.69	0.008***
ด้านการประเมินความเสี่ยงด้านคุณภาพและปริมาณ	0.43	0.56	0.06	7.05	0.000***
ด้านการจัดลำดับและการตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยง	0.39	0.45	0.08	4.47	0.000***
ด้านการกำกับดูแลความเสี่ยง	0.43	0.53	0.05	7.52	0.000***
SE _{est} = ± 0.220 F = 178.011*** Constant = 0.816 Adjusted R ² = 0.662					

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($p < 0.01$)

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่กับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย มีจำนวน 3 ตัวแปรที่ดีที่สุด คือ ด้านการประเมินความเสี่ยงด้านคุณภาพและปริมาณ ด้านการกำกับดูแลความเสี่ยง และด้านการจัดลำดับและการตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยง ความสัมพันธ์ (b) เท่ากับ 0.43 0.43 และ 0.39 ตามลำดับ ซึ่งมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ SE_{est} เท่ากับ ± 0.220 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ Adjusted R² เท่ากับ 0.662

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบสมมติฐานการวิจัย สรุปตามสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ยอมรับสมมติฐานการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการระบุความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย ($b = 0.13, p < 0.01$) นั่นคือการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ด้านการระบุความเสี่ยงมีอิทธิพลกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย หมายความว่า การกำหนดหรือการบ่งชี้ ถึงความเสี่ยง ที่ผู้สอบบัญชีจะต้องลดโอกาสที่จะไม่บรรลุวัตถุประสงค์ในการตรวจสอบ ได้แก่ ความเสี่ยงในวิชาชีพที่ผู้สอบบัญชีอาจถูกฟ้องร้องจากการปฏิบัติหน้าที่ความเสี่ยงในการควบคุมการตรวจสอบที่ผู้ตรวจสอบต้องระมัดระวังในการเลือกใช้วิธีการตรวจสอบหรือการตอบสนองความเสี่ยงที่เหมาะสมอย่างเพียงพอในการเก็บรวบรวมหลักฐานการสอบบัญชี

สมมติฐานที่ 2 : ยอมรับสมมติฐานการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการประเมินความเสี่ยงด้านคุณภาพและปริมาณมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย ($b = 0.43, p < 0.01$) นั่นคือการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการประเมินความเสี่ยงด้านคุณภาพและปริมาณมีอิทธิพลกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย หมายความว่า การวิเคราะห์ประมวลผลเหตุการณ์หรือสถานการณ์เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตรวจสอบตั้งแต่ขั้นตอนการประเมินความเสี่ยง การตอบสนองความเสี่ยงจนถึงการรายงานของผู้สอบบัญชี ด้านความเหมาะสม (คุณภาพ) และความเพียงพอ (ปริมาณ) ของเอกสารหลักฐานการสอบบัญชีว่ามีความเหมาะสมอย่างเพียงพอที่จะสรุปผลการตรวจสอบได้ตามวัตถุประสงค์ของการตรวจสอบ

สมมติฐานที่ 3 : ยอมรับสมมติฐานการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการจัดลำดับและการตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย ($b = 0.39, p < 0.01$) นั่นคือการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการจัดลำดับและการตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยงมีอิทธิพลกับคุณภาพการสอบบัญชี

ของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย หมายความว่า การระบุลำดับความสำคัญของความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยงที่จะต้องสอดคล้องตามที่กำหนดไว้ในแผนที่มียุทธศาสตร์สูงสุดของการตรวจสอบ

สมมติฐานที่ 4 : ยอมรับสมมติฐานการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการกำกับดูแลความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย ($b = 0.43, p < 0.01$) นั่นคือการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการกำกับดูแลความเสี่ยงมีอิทธิพลกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย หมายความว่า การติดตาม ประเมินผล แผนการบริหารความเสี่ยงให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่จัดไว้ในแผนแก้ไข เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าได้ ดำเนินการตามแผนแล้วซึ่งจะเป็นทั้งการประเมินคุณภาพและติดตามความเหมาะสมของวิธีการจัดการความเสี่ยงที่ใช้อยู่ว่ามีตามความเหมาะสมมีคุณภาพ

สรุปและอภิปรายผล

สรุป

ผลการทดสอบความสัมพันธ์พบว่า การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่กับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการระบุความเสี่ยง ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านคุณภาพและปริมาณ ด้านการจัดลำดับและการตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยง และด้านการกำกับดูแลความเสี่ยง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย ควรนำแนวทางไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพปรับปรุง และวางแผนงานสอบบัญชี เพื่อสร้างคุณภาพงานสอบบัญชีเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลทำให้ผู้สอบบัญชีมีความเชี่ยวชาญและชำนาญในวิชาชีพสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่กับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการระบุความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย กล่าวคือ ผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย ต้องระบุถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการทำงานของผู้บริหารเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการตรวจสอบและโอกาสที่จะไม่บรรลุวัตถุประสงค์ในการตรวจสอบ ได้แก่ ความเสี่ยงในวิชาชีพที่ผู้สอบบัญชีอาจถูกฟ้องร้องจากการปฏิบัติหน้าที่ ความเสี่ยงในการควบคุมการตรวจสอบที่ผู้ตรวจสอบต้องระมัดระวังในการเลือกใช้วิธีการตรวจสอบ หรือการตอบสนองความเสี่ยงที่เหมาะสม อย่างเพียงพอในการเก็บรวบรวมหลักฐานการสอบบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับ นวลจันทร์ ศรีสารคาม (2556) ได้ศึกษา ผลกระทบของประสิทธิภาพการวางแผนการสอบบัญชีที่มีต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย พบว่า ประสิทธิภาพการวางแผนการสอบบัญชีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชีโดยรวม ด้านความสมบูรณ์ ประสิทธิภาพการวางแผนการสอบบัญชีด้านการกำหนดระดับความมีสาระสำคัญ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชีโดยรวม

2. การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการประเมินความเสี่ยงด้านคุณภาพและปริมาณมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย กล่าวคือ การวิเคราะห์ประมวลผลเหตุการณ์หรือสถานการณ์เกี่ยวกับการปฏิบัติงานตรวจสอบตั้งแต่ขั้นตอนการประเมินความเสี่ยง การตอบสนองความเสี่ยงจนถึงการรายงานของผู้สอบบัญชี ด้านความเหมาะสม (คุณภาพ) และความเพียงพอ (ปริมาณ) ของเอกสารหลักฐานการสอบบัญชีว่ามีความเหมาะสมอย่างเพียงพอที่จะสรุปผลการตรวจสอบได้ตามวัตถุประสงค์ของการตรวจสอบ ซึ่งสอดคล้องกับ ธนาทิพย์ วัฒนสุชาติ (2556) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะทางการสอบบัญชีกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย พบว่า สมรรถนะทางการสอบบัญชี ด้านเทคนิคการสอบบัญชี ด้านความเหมาะสมและความเพียงพอ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านความสร้างสรรค์ และด้านความสมบูรณ์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชี

3. การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการจัดลำดับและการตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย กล่าวคือ การระบุลำดับความสำคัญของความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยงที่จะต้องสอดคล้องตามที่กำหนดไว้ในแผนที่มียุทธศาสตร์สูงสุดของการตรวจสอบ เพื่อลดโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ความเสียหาย (Reduce Likelihood) เป็นการจัดการปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเสียหาย โดยตรงโดยมุ่งลดโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์



ความเสียหาย เหมาะกับลักษณะงานที่ต้องปฏิบัติบ่อยครั้งหรือปฏิบัติเป็นประจำการลดขนาดผลกระทบของความเสียหาย (Reduce Impact) เป็นการจัดการความเสี่ยงโดยมุ่งลดขนาดความเสียหายที่เกิดขึ้นแล้ว เหมาะกับความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยภายนอกที่ควบคุมได้ยาก หน่วยงานผู้ประเมินอาจจะใช้วิธีการกระจายความเสี่ยงหรือไม่ให้เกิดการกระจุกตัวของความเสี่ยง (Diversification) ซึ่งสอดคล้องกับ ขนิษฐา แสงจันทร์ (2555) ได้ศึกษาผลกระทบของการบริหารงานตรวจสอบภายในที่เป็นเลิศที่มีต่อคุณภาพรายงานการตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายในบริษัทจดทะเบียนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีการบริหารงานตรวจสอบภายในที่เป็นเลิศโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการระบุความเสี่ยง ด้านการเสนอและอนุมัติแผนการตรวจสอบ ด้านการจัดการทรัพยากร ด้านนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติงาน ด้านการร่วมมือประสานงานและด้านการรายงานต่อคณะกรรมการตรวจสอบและฝ่ายจัดการระดับสูงและผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายในบริษัทจดทะเบียน

4. การบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการกำกับดูแลความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย กล่าวคือ การติดตาม ประเมินผล แผนการบริหารความเสี่ยงให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่จัดไว้ในแผนแก้ไข เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าได้ดำเนินการตามแผนแล้วซึ่งจะเป็นทั้งการประเมินคุณภาพและติดตามความเหมาะสมของวิธีการจัดการ ความเสี่ยงที่ใช้อยู่ว่ามีตามความเหมาะสมมีคุณภาพ เพื่อให้กลไกการบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สมบูรณ์ ควรจัดให้มีระบบการติดตามประเมินผลที่มีความต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอและเป็นวงจรการประเมินผลที่ทุกหน่วยงานภายในองค์กรรับทราบและสามารถดำเนินการเมื่อถึงรอบระยะเวลาการติดตามประเมินผลที่กำหนด กระบวนการและวิธีการการรายงานสถานะความเสี่ยงให้มีความชัดเจนรวมถึง ความถี่ของการติดตามประเมินผลและรูปแบบการรายงานตลอดจนวิธีการนำเสนอรายงานต่อผู้บริหาร นอกจากนี้ได้กำหนดให้มีรายงานในกรณีที่มีเหตุการณ์พิเศษเกิดขึ้น (Exception Reports) เช่น เหตุการณ์ที่ไม่เกิดขึ้นบ่อยแต่ผลกระทบสูงและมีนัยสำคัญซึ่งสอดคล้องกับ วันรัชช โสภภาพ (2556) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมการสอบบัญชีกับคุณภาพการสอบบัญชีของสำนักงานสอบบัญชีในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารสำนักงานสอบบัญชีในประเทศไทยมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีคุณภาพการสอบบัญชีโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความถูกต้อง ด้านความเที่ยงธรรม ด้านความชัดเจน ด้านความกะทัดรัด ด้านความสร้างสรรค์ ด้านความสมบูรณ์ และด้านความทันกาลจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า การควบคุมการสอบบัญชีด้านข้อกำหนดวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ด้านความรู้ ความชำนาญ ด้านการแบ่งงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบ ด้านการขอคำปรึกษาหารือ ด้านการติดตามการประเมินผล ด้านความรับผิดชอบของผู้นำต่อคุณภาพภายในสำนักงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชีโดยรวม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่กับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ควรนำการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ ด้านการระบุความเสี่ยง ด้านการประเมินความเสี่ยงด้านคุณภาพและปริมาณ ด้านการจัดลำดับและตอบสนองแผนป้องกันความเสี่ยง และด้านการกำกับดูแลความเสี่ยงไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการสอบบัญชีให้มีคุณภาพในการสอบบัญชีมากยิ่งขึ้น
2. ผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ควรให้ความสำคัญในการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ โดยมีการระบุความเสี่ยง การประเมินความเสี่ยง การจัดลำดับความเสี่ยงด้านคุณภาพและปริมาณ และการกำกับดูแลความเสี่ยง เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่รวดเร็วและทันต่อเวลาทำให้การทำงานสอบบัญชีมีคุณภาพและทำให้สหกรณ์มีความเชื่อมั่นในรายงานของผู้สอบบัญชี
3. ผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพโดยเฉพาะด้านความชัดเจน และความสามารถ เพื่อให้ได้รายงานการสอบบัญชีที่มีความชัดเจนและเหมาะสมกับผู้ใช้ข้อมูล
4. ผู้สอบกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ควรมีการจัดอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของผู้สอบบัญชีให้มีความทันต่อสถานการณ์ เทคโนโลยี สภาพแวดล้อมและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่กับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ในประเทศไทย ได้ศึกษาความสัมพันธ์ตามรายละเอียดที่ระบุไว้ในเนื้อหาแต่อย่างไรก็ตามควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นอื่น ๆ ดังต่อไปนี้

1. ควรศึกษาการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ในกลุ่มอื่น ๆ เช่น ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน หรือหน่วยงานทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างอื่นว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร ซึ่งอาจทำให้งานวิจัยมีประสิทธิผลและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตรงเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาตัวแปรคุณภาพการสอบบัญชีเป็นตัวแปรอื่น เพื่อให้ได้เนื้อหาที่ละเอียดมากยิ่งขึ้น เช่น ประสิทธิภาพการสอบบัญชี ความสามารถในการทำงาน การตรวจสอบบัญชีด้วยระบบคอมพิวเตอร์ คุณลักษณะทางวิชาชีพ กระดาษทำการอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น
3. ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข ความเสี่ยงที่จะไม่บรรลุวัตถุประสงค์ในการสอบบัญชี
4. ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติมควบคู่ไปกับการศึกษาเชิงปริมาณเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงภายในสมัยใหม่ เพื่อให้ได้รายละเอียดของปัจจัยที่ก่อให้เกิดคุณภาพการสอบบัญชีเพื่อให้นักศึกษามีเนื้อหาที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดีโดยได้รับความกรุณา ดูแลเอาใจใส่และช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัฒนา ยืนยง อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตร อากาภักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมที่ทานทั้งสองได้ให้คำแนะนำที่ดีเสมอมา รวมถึงสั่งสอนว่ากล่าวตักเตือน ให้ความรู้ ให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบ ติดตามงานและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ที่ทำให้บทความฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยได้มีความรู้ในเชิงวิชาการยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้ผู้วิจัยได้รับความรู้และประสบการณ์อย่างมากมาในการทำวิทยานิพนธ์ที่ถูกต้อง ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2562). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสอบบัญชี. สืบค้นเมื่อ 2 เมษายน 2563 จาก <http://www.cad.go.th/ewtadmin/ewt/evaluate/download/knowledge>.
- ชินขีธา แสงจันทร์. (2555). ผลกระทบของการบริหารงานตรวจสอบภายในที่เป็นเลิศที่มีต่อคุณภาพรายงานการตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จุฬามณ สิทธิผลวนิชกุล. (2561). แนวทางการบริหารความเสี่ยงองค์กร COSO Enterprise Risk Management 2017. วารสารวิชาชีพบัญชี 14 (42). สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2563 จาก <http://www.jap.tbs.tu.ac.th/files/Article/Jap42/Ful/JAP42Juthamon.pdf>
- ธนาทิพย์ วัฒนสุชาติ. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะทางการสอบบัญชีกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ธิดารัตน์ ยงยศยิ่ง. (2560). ผลกระทบของความครอบคลุมในการวางแผนการสอบบัญชีคุณภาพการสอบบัญชีที่มีต่อความยั่งยืนในการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา บัณฑิตมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2553). ชุดวิชา 21701 การวิจัยหลักสูตรและการเรียนการสอน หน่วยที่ 7 การศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและหน่วยที่ 10 สถิติวิเคราะห์เชิงปริมาณ: สถิติบรรยายและสถิติ พาราเมตริก หลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นวลจันทร์ ศรีสารคาม. (2556). ผลกระทบของประสิทธิภาพการวางแผนการสอบบัญชีที่มีต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับ



อนุญาตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.

วันรักษ์ โสภพร. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมการสอบบัญชีกับคุณภาพการสอบบัญชีของสำนักงานสอบบัญชีในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ลัดดาวัลย์ ยอดบัว และกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์. (2560). ความเป็นมืออาชีพของผู้สอบบัญชีต่อคุณภาพการสอบบัญชีของสำนักงานสอบบัญชี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อุษณา ภัทรมนตรี. (2560). การตรวจสอบภายในสมัยใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: จามจุรีโปรดักท์.

Cronbach, L.J. Essentials of psychological testing. 3rd ed. New York : Harper & Row, 1970.

ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี ของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

Relationship between Internal Control and Financial-Accounting Operation Efficiency of Colleges under Office the Vocational Education Commission.

เปมิกา เทพวงศ์ , มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย¹

ปานฉัตร อากาณ์ , มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย²

วัฒนา ยืนยง, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย³

Email: Prammika1993@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กลุ่มประชากร ได้แก่ หน่วยงานของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จำนวน 429 แห่ง ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 207 แห่ง ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรต้นคือการควบคุมภายใน ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ สภาพแวดล้อมการควบคุม การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุม ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร และการติดตามและประเมินผล ตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี ประกอบด้วย คุณภาพของงาน ปริมาณงาน เวลา และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัย ได้แก่ สถิติพื้นฐานเบื้องต้นโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า การควบคุมภายในมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ การประเมินความเสี่ยง กิจกรรมการควบคุม ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร และการติดตามและประเมินผล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

คำสำคัญ : การควบคุมภายใน การปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี

ABSTRACT

The aim of this study was to examine the relationship between internal control and financial-accounting operation efficiency of colleges under Office of the Vocational Education Commission. The population covered 429 organizational units in the colleges under Office of the Vocational Education Commission while 207 samples were selected from the population. Independent variables were internal control consisting of 5 aspects i.e. control environment, risk assessment, control activities, information and communication, and monitoring. Dependent variables were financial-accounting performance consisting of job quality, workload, time and operating expenses. The research instrument was a questionnaire investigating the relationship between internal control and financial-accounting operation efficiency of

¹ นักศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี สำนักวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์สำนักวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์สำนักวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



colleges under Office of Vocational Education Commission. The statistics for data analysis were percentage, mean and standard deviation while multiple correlation analysis and multiple regression analysis were used for hypothesis testing.

The results indicated that the Internal control was positively related to the financial-accounting performance of colleges under Office of Vocational Education Commission consisting of 4 aspects i.e. risk assessment, control activities, information and communication, and monitoring showed positive relationship towards financial-accounting operation efficiency of colleges under Office of Vocational Education Commission at the significance level of .001.

Keywords: internal control financial-accounting operation efficiency

บทนำ

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของยุคโลกาภิวัตน์ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ด้านการเงิน ด้านการตลาด รวมถึงด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วเช่นกัน ส่งผลต่อระบบการบริหารจัดการทั้งหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน ซึ่งต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อยุคสมัยปัจจุบัน รวมทั้งจัดหาเครื่องมือทางด้านการบริหารจัดการงานที่มีประสิทธิภาพเข้ามาช่วยในการบริหารงานมากขึ้น ระบบการควบคุมภายในนับเป็นเครื่องมือด้านการบริหารจัดการประเภทหนึ่งที่น่าสนใจในการบริหารงาน และเป็นกลไกพื้นฐานสำคัญของกระบวนการกำกับดูแลการดำเนินงานหรือกิจกรรมต่างๆภายในองค์กรเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ องค์กรส่วนใหญ่จะนำระบบการควบคุมภายใน มาใช้เป็นเครื่องมือที่สามารถช่วยป้องกันและรักษาทรัพย์สินขององค์กร โดยช่วยให้การใช้ทรัพยากรขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพทั้งยังช่วยในการปฏิบัติงานในขั้นตอนต่าง ๆ ให้เป็นไปอย่างถูกต้องเหมาะสม

การควบคุมภายใน เป็นกระบวนการในการปฏิบัติงานที่ผู้บริหารและบุคลากรในองค์กรร่วมกันกำหนดขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความเชื่อถือได้ที่เหมาะสมผลว่าการบริหารจัดการและการปฏิบัติงานจะเกิดผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน รวมถึงการดูแลรักษาทรัพย์สิน การป้องกันหรือลดความผิดพลาดที่เกิดจากความเสียหายหรือการทุจริตในองค์กร ดังนั้นองค์กรควรมีระบบการควบคุมภายในให้สอดคล้องกับนโยบายของระบบราชการไทย ไม่ว่าจะเป็นกระทรวง ทบวง กรม ควรจัดทำระบบการควบคุมภายในให้สอดคล้องและเหมาะสมสำหรับแต่ละองค์กร เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานสูงสุด โดยในปัจจุบันนี้มีแนวปฏิบัติของระบบการควบคุมภายในส่วนราชการได้กำหนดขึ้นโดยประยุกต์จากระบบการควบคุมภายในของ The Committee of Sponsoring Organizations of the Tread way Commission (COSO) ซึ่งเป็นระบบการควบคุมภายในที่ครอบคลุมถึงองค์ประกอบของการควบคุมภายใน และเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป ประกอบด้วย 1) สภาพแวดล้อมการควบคุม 2) การประเมินความเสี่ยง 3) กิจกรรมการควบคุม 4) สารสนเทศและการสื่อสาร 5) การติดตามและประเมินผล (สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน, 2554 : 7-19) การจัดให้มีระบบการควบคุมภายใน เป็นความรับผิดชอบของผู้บริหาร ผู้ตรวจสอบภายใน ผู้ตรวจสอบบัญชี คณะกรรมการตรวจสอบ คณะกรรมการบริหารที่ต้องร่วมมือกัน เพื่อให้ได้รับข้อมูลของการควบคุมภายในครบทุกด้าน และเพื่อให้มั่นใจได้ว่าการควบคุมภายในมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลทำให้เกิดความเชื่อมั่นได้ว่าองค์กรจะดำเนินงานต่อไปอย่างถูกต้องเป็นไปตามระเบียบ และช่วยในการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี เป็นงานที่ต้องปฏิบัติตามระเบียบ กฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้เกี่ยวข้อง จะต้องทำการศึกษาระเบียบวิธีการปฏิบัติงานและนำไปปฏิบัติให้ถูกต้อง เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร ตลอดจนมีการจัดการเกี่ยวกับการรับและจ่ายเงินอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานอาจแสดงค่าของประสิทธิภาพในลักษณะการเปรียบเทียบระหว่างค่าใช้จ่ายในการลงทุนกับผลกำไรที่ได้รับ ซึ่งถ้าผลกำไรมีสูงกว่าต้นทุนเท่าใดแสดงถึงประสิทธิภาพมากขึ้น ประสิทธิภาพอาจไม่แสดงประสิทธิภาพเชิงตัวเลข แต่แสดงด้วยการบันทึกถึงลักษณะการใช้เงิน วัสดุ คน และเวลา ในการปฏิบัติงานอย่างคุ้มค่า ประหยัด รวมถึงการใช้เทคนิควิธีการที่เหมาะสมสามารถนำไปสู่ผลลัพธ์อย่างรวดเร็ว ตรงประเด็น และมีคุณภาพ ซึ่งประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี ประกอบด้วย 1) ด้านคุณภาพของงาน 2) ด้านปริมาณงาน 3) ด้านเวลา 4) ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (กชกร เอ็นดูราษฎร์, 2547: 11) ซึ่งองค์กรทุกองค์กรจะต้องตระหนักและให้ความสำคัญต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่องค์กร และยังสามารถนำผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นไปปรับปรุงในการปฏิบัติงานให้มีความถูกต้องเชื่อถือได้ของรายงานทางการเงินในองค์กร ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาเป็นองค์กรของรัฐที่ต้องมีระบบการควบคุมภายในเป็นตัวช่วยและเป็นกลไกสำคัญในการบริหารงานทุกด้านให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงานราชการในประเทศไทย

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาเป็นหน่วยงานของรัฐที่ได้ดำเนินการในการผลิตและพัฒนากำลังคนเพื่อตอบสนองความต้องการกำลังคนในการพัฒนาประเทศ ได้สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการอาชีวศึกษา สร้างความนิยมในการเรียนวิชาชีพให้กับสังคม มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มปริมาณผู้เรียนมีกิจกรรมและการบริการสังคมในโครงการต่างๆ เพื่อให้สังคมได้รับรู้ถึงศักยภาพของผู้เรียนอาชีวศึกษา ทั้งยังเน้นเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วนให้เข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบและมีบทบาทในการจัดการอาชีวศึกษาร่วมกันมากขึ้น ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาต้องการจะพัฒนาด้านคุณภาพการเรียนให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาศักยภาพให้มีความรู้ความสามารถเพื่อออกไปรับใช้สังคมและสามารถประกอบอาชีพให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างมีคุณภาพ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษามีแหล่งเงินทุนจากงบประมาณแผ่นดิน และเงินรายได้ของสถานศึกษาจากการเก็บค่าหน่วยกิต ค่าธรรมเนียมค่าบำรุงการศึกษาต่าง ๆ ของนักศึกษา รายได้จากงานวิจัย บริการทางวิชาการค่าเช่าทรัพย์สินต่าง ๆ ผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องมีแผนการใช้เงินที่สะท้อนความต้องการใช้เงินเพื่อการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติงานประจำปีของสถาบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิด ประโยชน์สูงสุด (สำนักงานบัญชีและตรวจสอบภายใน กรมบัญชีกลาง, 2563, http://www2.cgd.go.th/uploadfile/doc/159_doc.doc). ซึ่งจากภาระหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาดังกล่าวควรต้องมีการบริหารจัดการระบบการควบคุมภายในที่ดี รัดกุม และรอบคอบ โดยเฉพาะการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีควมมีระบบการบันทึกข้อมูลทางบัญชีให้ถูกต้องตามระเบียบกระทรวงการคลัง โดยเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร เนื่องจากข้อมูลทางด้านการเงินและบัญชีเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารในองค์กรให้ความสำคัญ โดยผู้บริหารต้องใช้งบการเงินมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ฐานะทางการเงินขององค์กร และนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้งบการเงิน โดยเป็นข้อมูลที่สรุปมาจากวิธีการปฏิบัติงานทางด้านบัญชีโดยได้สรุปรายงานทางการเงินสำหรับผลการดำเนินงานขององค์กรแต่ปี ดังนั้น ผู้ที่ปฏิบัติงานในด้านการเงินและบัญชีจะต้องเป็นคนที่มีคุณสมบัติตามพระราชบัญญัติวิชาชีพบัญชี เพื่อจะได้จัดทำรายงานงบการเงินขององค์กรให้เป็นไปด้วยความถูกต้อง ตามเอกสารการบันทึกบัญชีอย่างครบถ้วน และเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี (สุภาพร แซ่ม้อย, 2555 : 73)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยทำการเก็บข้อมูลจากรองผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทรัพยากร หัวหน้างานการเงิน และหัวหน้างานบัญชี เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือให้กับวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

การทบทวนวรรณกรรม

การควบคุมภายในตามแนวคิดของ The Committee of Sponsoring Organizations of the Tread way Commission (COSO) เป็นกระบวนการที่ผู้บริหารและบุคลากรของหน่วยงานที่กำหนดให้มีขึ้นเพื่อให้มีความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลว่าการดำเนินงานจะบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ตามมาตรฐานการควบคุมภายในที่คณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดินกำหนด 5 ด้าน ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมการควบคุม

อุทุมพร ธรรมสนอง (2551 : 62) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินผลการควบคุมภายใน ทางบัญชีของเหมืองแม่เมาะ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย”โดยทำการประเมินการควบคุม 8 องค์ประกอบ ตามแนวทางการบริหารความเสี่ยงองค์กรโดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ปฏิบัติงานทุกคนในกองบัญชีและการเงินเหมืองแม่เมาะ และการสัมภาษณ์ผู้บริหารและนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย จากการศึกษา พบว่า การควบคุมภายในทางบัญชีของเหมืองแม่เมาะ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยมีความเพียงพอและเหมาะสมแล้ว โดยองค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อมภายในมีระดับการดำเนินการที่ดีพอใช้ โดยมีการจัดทำข้อกำหนดด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณของ กฟผ. เพื่อเป็นแนวทางที่พึงปฏิบัติ มีโครงสร้างองค์กรและสายการบังคับบัญชาที่เหมาะสมกับขนาดและลักษณะการดำเนินงานขององค์กร และจัดแบ่งหน้าที่แต่ละตำแหน่งงานอย่างชัดเจน รวมถึงมีการกำหนดระดับความรู้ความสามารถที่จำเป็นในการปฏิบัติงานแต่ละตำแหน่ง แต่ยังพบจุดอ่อนของการควบคุมภายในเรื่องของจำนวนบุคลากร ที่ยังไม่เพียงพอในการปฏิบัติงานซึ่งจำเป็นที่หน่วยงานจะต้องมีการสรรหาเพิ่มเติมให้มีความเพียงพอและเหมาะสม เพื่อควบคุมหรือลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในการดำเนินงานได้ ศิริมล แสนสุข (2555 : 74) ได้ศึกษา



ผลกระทบของสภาพแวดล้อมการควบคุมภายในที่มีต่อประสิทธิภาพการควบคุมภายในธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า 1) สภาพแวดล้อมการควบคุมโดยรวม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในด้านผลการปฏิบัติงานขององค์กร ด้านการบันทึกบัญชีและรายงานตามหน้าที่ ความรับผิดชอบ และด้านการบริหารทรัพยากร และกิตติศักดิ์ มะลัย (2557 : 80) ได้ศึกษา ผลกระทบของการควบคุมภายในเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า การควบคุมภายในเชิงกลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีโดยรวม ด้านคุณภาพของงานด้านความเชื่อถือได้ ด้านความครบถ้วน ด้านเวลา และด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

2. การประเมินความเสี่ยง

สุพรรณรัตน์ มาศรีรัตน์ (2552 : 65) ได้ศึกษา แนวทางการควบคุมภายในด้านบัญชีและการเงินขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล มีการควบคุมภายในทุกองค์ประกอบ การควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงินอยู่ในระดับมาก สมใจ พวงนิล (2554 : 70) ได้ศึกษา ผลกระทบของการควบคุมภายในทางการเงินบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการรายงานทางการเงินของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา พบว่า การควบคุมภายในทางการเงินบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก การควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยง มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการรายงานทางการเงินในระดับมากที่สุด และสุวินชา การพัชชี (2555) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ประสิทธิภาพระบบการควบคุมภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การประเมินความเสี่ยงที่หน่วยงานนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานส่งผลให้ผลการดำเนินงานประสบผลสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพของข้อมูลทางการเงินบัญชี แสดงให้เห็นว่าองค์กรนี้มีการประเมินความเสี่ยงทางด้านการจัดทำบัญชีที่เหมาะสม และกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง (2558 : 3) กล่าวว่าหน่วยงานของรัฐควรระบุวัตถุประสงค์การควบคุมภายในของการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ไว้อย่างชัดเจนและเพียงพอที่สามารถระบุและประเมินความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์และควรระบุความเสี่ยงที่มีผลการบรรลุวัตถุประสงค์ของการควบคุมภายในอย่างครอบคลุมทั้งหน่วยงาน และวิเคราะห์ความเสี่ยงเพื่อกำหนดวิธีการจัดการความเสี่ยงนั้นโดยพิจารณาโอกาสที่อาจเกิดการทุจริตเพื่อประกอบการประเมินความเสี่ยงที่มีผลการบรรลุวัตถุประสงค์และประเมินการเปลี่ยนแปลงที่อาจมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อระบบการควบคุมภายใน

3. กิจกรรมการควบคุม

รพีรัตน์ ลือขานิติโพธิ์ (2557 : 82) ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อคุณภาพการปฏิบัติงานบัญชีของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออก ผลการวิจัยพบว่า ผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการปฏิบัติงานบัญชีด้านกระบวนการปฏิบัติงาน ปิยะรักษ์ สิงทองทัศน์ (2557 : 91) ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการติดตามการปฏิบัติงานที่มีต่อประสิทธิภาพการควบคุมภายในของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายในธุรกิจ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีการติดตามการปฏิบัติงานโดยรวมมากที่สุด โดยด้านการติดตามประเมินผล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ด้านการรายงานทางการเงิน และด้านการปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎระเบียบ และนโยบาย และธนพัฒน์ ชันธุษณ์ (2560 : 63) ได้ศึกษาผลกระทบของการควบคุมภายในที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการและพนักงานราชการกรมการเงินทหารบก พบว่า การควบคุมภายในด้านกิจกรรมการควบคุม มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสะท้อนให้เห็นว่ายิ่งหน่วยงานมีการควบคุมภายในด้านการควบคุมที่ดี สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้ดี

4. สารสนเทศและการสื่อสาร

ละอองดาว ภูกิจหิน (2557 : 82) ได้ศึกษา ผลกระทบของการวางแผนการควบคุมภายในแบบบูรณาการที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า การควบคุมภายในด้านข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม ด้านคุณภาพการให้บริการ และด้านความยืดหยุ่น กัลณี ด้านทองกลาง (2560 : 59) ศึกษาผลกระทบของระบบการควบคุมภายในต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในระบบการควบคุมภายในส่งผลกระทบบ่อยต่อการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา สามารถอธิบายได้ว่า

หน่วยงานมีการจัดทำข้อมูลสารสนเทศที่ครบถ้วน ถูกต้อง และจัดทำอย่างเป็นปัจจุบันผู้บริหารสามารถนำข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานและตัดสินใจได้อย่างทันท่วงที สิริรัตน์ โสดา (2554 : 86) ได้ศึกษาผลกระทบของการควบคุมภายในที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า การควบคุมภายในด้านสารสนเทศและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ด้านคุณภาพของงาน และด้านระยะเวลาให้บริการ และธนพัฒน์ ชันกฤษณ์ (2560 : 63) ศึกษาผลกระทบของการควบคุมภายในที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการและพนักงานราชการกรมการเงินทหารบก พบว่า การควบคุมภายในด้านสารสนเทศและการสื่อสาร มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสะท้อนให้เห็นว่ายังหน่วยงานมีการควบคุมภายในด้านสารสนเทศและการสื่อสารที่ดี สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้ดีเช่นกัน

5. การติดตามและประเมินผล

บุรียะ สันปากอ (2553 : 87) ได้ศึกษาองค์ประกอบของมาตรฐานการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ การควบคุมภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปัตตานี เขต 1 พบว่า การติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานตามระบบการควบคุมภายในช่วยให้สถานศึกษามั่นใจได้ว่าระบบการควบคุมภายในที่มีอยู่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล กิตติพงษ์ โกษณะสมบัติ (2557 : 73) ศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผลการควบคุมภายในตามแนวคิด COSO:กรณีศึกษา หน่วยงานในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ผลการศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับที่ดี และเมื่อพิจารณารายละเอียดแสดงให้เห็นว่า หน่วยงานในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการมีการกำหนดให้มีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงาน รวมถึงปัญหาและอุปสรรคร่วมรายการให้ผู้บริหารรับทราบเพื่อให้สามารถใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจหรือปรับปรุงแก้ไขได้อย่างเหมาะสมและทันต่อปัจจุบัน และกัลณิ ตานทองกลาง (2560 : 59-60) ได้ศึกษาผลกระทบของระบบการควบคุมภายในต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ด้านการติดตามประเมินผลในระบบการควบคุมภายในส่งผลกระทบท่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้สามารถอธิบายได้ว่า หากหน่วยงานได้มีการติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและปรับปรุง แก้ไข ข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน โดยให้บุคลากรในหน่วยงานมีส่วนร่วมในการแก้ไขและปรับปรุงข้อบกพร่องพร้อมทั้งมีการรายงานผลให้ผู้บริหารได้รับทราบจะทำให้ผลการดำเนินงานของหน่วยงานมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ รายงานการเงินมีความน่าเชื่อถือ และสามารถปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับได้อย่างเหมาะสม ผู้วิจัยจึงมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของสถาบันการอาชีวศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในประเทศไทย

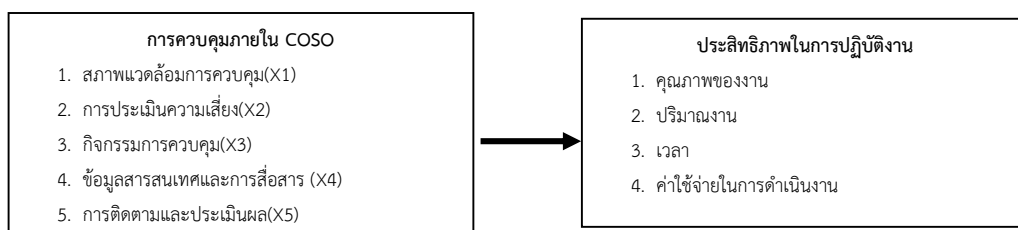
สมมติฐานที่ 2 การควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

สมมติฐานที่ 3 การควบคุมภายในด้านกิจกรรมการควบคุม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของสถาบันการอาชีวศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 4 การควบคุมภายในด้านข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของสถาบันการอาชีวศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 5 การควบคุมภายในด้านการติดตามประเมินผล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของสถาบันการอาชีวศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในประเทศไทย

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัย การทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้วิจัยได้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. วิธีวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยสำรวจความคิดเห็นของ รองผู้อำนวยการฝ่ายบริหารทรัพยากร หัวหน้างานการเงิน และหัวหน้างานบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จำนวน 207 คน จากแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้น และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์และวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ หน่วยงานของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จำนวน 429 แห่ง (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและกำลังคนอาชีวศึกษา (ศทอ.), 2563, <http://techno.vec.go.th/Default.aspx?tabid=659>)

ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิจากประชากรทั้งหมด 429 แห่ง โดยส่งแบบสอบถามไปยังหน่วยงานของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จำนวน 207 แห่ง หลังจากนั้นจึงใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จากรายชื่อในฐานข้อมูลบริการออนไลน์ของหน่วยงานของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลการควบคุมภายในโดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นจากแนวคิดและงานวิจัยในอดีต ซึ่งได้ผ่านการพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิและผ่านการตรวจสอบความเชื่อถือได้ประเภทวัดความสอดคล้องภายใน โดยตัวแปรในแบบสอบถามจะต้องมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbachs' alpha coefficient) อย่างน้อย 0.7 ซึ่งแสดงว่ามีความเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง (Hair et al., 2010) ทั้งนี้ผู้วิจัยให้คะแนนความเห็นในแต่ละคำถามโดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามรูปแบบของ Best, J.W. & Kahn, J. (2006)

4. ตัวแปรที่ศึกษา

4.1 การควบคุมภายใน ประยุกต์จากแนวคิดของ The Committee of Sponsoring Organizations of the Tread way Commission (COSO) (สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน, 2554 : 7-19) ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้ 1) สภาพแวดล้อมการควบคุม 2) การประเมินความเสี่ยง 3) กิจกรรมการควบคุม 4) ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร และ 5) การติดตามและประเมินผล

4.2 ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี ประยุกต์จากแนวคิด (กชกร เอ็นดูราชู, 2547: 11) ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) คุณภาพของงาน 2) ปริมาณงาน 3) เวลา และ 4) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าที่ใช้ทดสอบสมมติฐานของตัวแปร
p-value	แทน	ระดับนัยสำคัญ (Significance)
SE _{est}	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์
SE _b	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของตัวแปร
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ

B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนคงที่
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
X_1	แทน	สภาพแวดล้อมการควบคุม
X_2	แทน	การประเมินความเสี่ยง
X_3	แทน	กิจกรรมการควบคุม
X_4	แทน	ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร
X_5	แทน	การติดตามและประเมินผล
Y	แทน	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

การควบคุมภายใน	$\bar{X}$	S.D.	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	Y	VIF
สภาพแวดล้อมการควบคุม (X_1)	3.86	0.551	1						1.592
การประเมินความเสี่ยง (X_2)	4.57	0.393	.601**	1					2.271
กิจกรรมการควบคุม (X_3)	4.59	0.349	.335**	.570**	1				1.966
ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร (X_4)	4.58	0.324	.383**	.538**	.622**	1			1.927
การติดตามและประเมินผล (X_5)	4.56	0.311	.425**	.580**	.494**	.513**	1		1.689
ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี (Y)	4.43	0.28	.506**	.572**	.534**	.558**	.535**	1	

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 ก่อนการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ พบว่าไม่มีตัวแปรอิสระคู่ใดที่มีความสัมพันธ์กันสูงกว่า 0.70 ดังตารางที่ 1 นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ตรวจสอบค่า Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) พบว่าค่า Tolerance มีค่าไม่น้อยกว่า 0.1 หรือไม่เข้าใกล้ศูนย์และค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10 ทุกตัวแปร แสดงว่าไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ โดยมีค่าตั้งแต่ 1.592 – 2.271 (Black, K. 2006 : 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการควบคุมภายในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.335 – 0.643

2. ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ผลจากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ตามสมมติฐานและแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ตัวแปร	b	β	SE _b	t	Sig
(Constant)	1.412			5.825	0.000
สภาพแวดล้อมการควบคุม (X_1)	0.104	0.204	0.033	3.185	0.000***
การประเมินความเสี่ยง (X_2)	0.101	0.145	0.055	1.899	0.000***
กิจกรรมการควบคุม (X_3)	0.119	0.147	0.057	2.07	0.322
ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร (X_4)	0.184	0.213	0.061	3.018	0.000***
การติดตามและประเมินผล (X_5)	0.165	0.182	0.060	2.762	0.000***
SE _{est} = ±.20445 R = .694 R ² = .481 F = 37.312 Constant = 1.412					

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.001

จากตารางที่ 2 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ประกอบด้วย 4 ด้านได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม (X_1) ด้านการประเมินความเสี่ยง (X_2) ด้านข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร (X_4) และด้านการติดตามและประเมินผล (X_5) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ 1 2 4 และ 5 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ (b) เท่ากับ .101, .104, .165 และ .184 ตามลำดับ มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SEb) เท่ากับ ±.20445 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .694 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (R^2) เท่ากับ .481 แสดงว่าตัวแปรการควบคุมภายในมีความสามารถในการพยากรณ์ ได้ร้อยละ 48.10

เมื่อทราบค่าคงที่ (Constant) เท่ากับ 1.412 ทราบค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ ซึ่งอยู่ในรูปคะแนนดิบ (b) และทราบน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ ซึ่งอยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) จึงสามารถสร้างสมการถดถอยได้ ดังนี้

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ คือ $Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_4 x_4 + b_5 x_5$

แทนค่าได้ดังนี้ $Y = 1.412 + .104 x_1 + .101 x_2 + .184 x_4 + .165 x_5$

สมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ $Z = \beta_1 Z_1 + \beta_2 Z_2 + \beta_4 Z_4 + \beta_5 Z_5$

แทนค่าได้ดังนี้ $Z = .204 Z_1 + .145 Z_2 + .213 Z_4 + .182 Z_5$

เมื่อ Y และ Z = ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

Z_1, Z_2, Z_3, Z_4 คือ คะแนนมาตรฐานของตัวแปรอิสระ

สรุปและอภิปรายผล

สรุป

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 83.60 มีอายุระหว่าง 36-45 ปี ร้อยละ 59.90 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 74.90 เป็นผู้สำเร็จการศึกษาในสาขาวิชาการเงิน/บัญชีทั้งหมด มีตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นหัวหน้างานบัญชี ร้อยละ 44.0 มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 15 ปี ร้อยละ 68.10 ประสบการณ์ทำงานด้านการเงิน/บัญชี 11-15 ปี ร้อยละ 45.90 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่สถานศึกษาที่เป็นวิทยาลัยการอาชีพ ร้อยละ 32.40 ที่ตั้งของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 27.50 สถานศึกษามีบุคลากร จำนวน มากกว่า 60 คน ร้อยละ 79.20 มีจำนวนนักเรียน มากกว่า 2,000 คน ร้อยละ 49.80 ระยะเวลาที่เปิดสอนส่วนใหญ่มากกว่า 30 ปี ร้อยละ 69.10 งบประมาณที่ได้รับส่วนใหญ่ จำนวน 21-40 ล้านบาท ร้อยละ 34.80 และมีรายได้ของสถานศึกษามาจากงบประมาณแผ่นดินและเงินรายได้สถานศึกษา

สรุปผลการวิเคราะห์

ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ พบว่าไม่มีตัวแปรอิสระคู่ใดที่มีความสัมพันธ์กันสูงกว่า 0.70 โดยได้ตรวจสอบค่า Tolerance และ Variance Inflation Factor (VIF) พบว่าค่า Tolerance มีค่าไม่น้อยกว่า 0.1 หรือไม่เข้าใกล้ศูนย์และค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10 ทุกตัวแปร แสดงว่าไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ โดยมีค่าตั้งแต่ 1.592 – 2.271 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการควบคุมภายในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.335 – 0.643

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ พบว่า การควบคุมภายในมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ประกอบด้วยด้วยตัวแปร 4 ด้าน ได้แก่ สภาพแวดล้อมการควบคุม (X_1) การประเมินความเสี่ยง (X_2) ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร (X_3) และการติดตามและประเมินผล (X_4) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ 1 2 4 และ 5 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ (b) เท่ากับ .101, .104, .165 และ .184 ตามลำดับ มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SEB) เท่ากับ ± 20.445 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .694 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (R^2) เท่ากับ .481 แสดงว่าตัวแปรการควบคุมภายในมีความสามารถในการพยากรณ์ ได้ร้อยละ 48.10

อภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ประกอบด้วย 4 ด้านได้แก่ สภาพแวดล้อมการควบคุม การประเมินความเสี่ยง ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร และการติดตามและประเมินผล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

2.1 การควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เมื่อพิจารณาแต่ละรายการ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ การประเมินความเสี่ยงภายในที่อาจส่งผลต่อการปฏิบัติงานในหน่วยงานรองลงมา ได้แก่ การกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเสี่ยงหรือจัดลำดับความเสี่ยงไว้อย่างชัดเจน และการจัดลำดับความเสี่ยงโดยพิจารณาจากโอกาสที่จะเกิดและผลกระทบของความเสี่ยงนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ อุทุมพร ธรรมสนอง (2551: 62) ได้ศึกษาการประเมินผลการควบคุมภายใน ทางการบัญชีของเหมืองแม่เมาะ การไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทยโดยทำการประเมินการควบคุม 8 องค์ประกอบ ตามแนวทางการบริหารความเสี่ยงองค์กรโดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ปฏิบัติงานทุกคนในกองบัญชีและการเงินเหมืองแม่เมาะ และการสัมภาษณ์ผู้บริหาร พบว่า การควบคุมภายในทางการบัญชีของเหมืองแม่เมาะ การไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทยมีความเพียงพอและเหมาะสมแล้ว โดยองค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อมภายในมีระดับการดำเนินการที่ดีพอใช้โดยมีการจัดทำข้อกำหนดด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณของ กฟผ. เพื่อเป็นแนวทางที่พึงปฏิบัติ มีโครงสร้างองค์กรและสายการบังคับบัญชาที่เหมาะสมกับขนาดและลักษณะการดำเนินงานขององค์กร และจัดแบ่งหน้าที่แต่ละตำแหน่งงานอย่างชัดเจน ยังสอดคล้องกับ ศิริมล แสนสุข (2555 : 74) ศึกษาผลกระทบของสภาพแวดล้อมการควบคุมภายในที่มีต่อประสิทธิภาพการควบคุมภายในธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า 1) สภาพแวดล้อมการควบคุมโดยรวม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในด้านผลการปฏิบัติงานขององค์กรด้านการบันทึกบัญชีและรายงานตามหน้าที่ ความรับผิดชอบ และด้านการบริหารทรัพยากร ส่วนละอองดาว ภูกิจทิน (2557 : 82) ศึกษาผลกระทบของการวางแผนการควบคุมภายในแบบบูรณาการที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า สภาพแวดล้อมการควบคุมภายในแบบบูรณาการ ด้านการจัดการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม ด้านศักยภาพการแข่งขัน ด้านการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้านคุณภาพการให้บริการและด้านความยืดหยุ่น ยังสอดคล้องกับ นวพร ศรีสวาท (2557 : 64) ที่ศึกษาผลกระทบของคุณภาพการควบคุมภายในทางการเงินที่มีต่อประสิทธิภาพขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1) การควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพขององค์กรด้านคุณภาพของการปฏิบัติงานการเงินและบัญชี และยังสอดคล้องกับ กิตติศักดิ์ มะลัย (2557 : 80) ได้ศึกษาผลกระทบของการควบคุมภายในเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า การควบคุม



ภายในเชิงกลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีโดยรวม ด้านคุณภาพของงาน ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความครบถ้วน ด้านเวลา และด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

2.2 การควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน และบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สอดคล้องกับ ประเสริฐ ภายไพบ (2550 : 52) ศึกษาการควบคุมภายในของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านโป่งอิ้ง ตำบลห้วยสัก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่า การกำหนดวิธีการบริหารความเสี่ยง ควรพิจารณาจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก มีการวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดความเสี่ยงขึ้น ซึ่งวิธีการเหล่านี้จะช่วยให้หน่วยงานมีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รายงานการเงินมีความน่าเชื่อถือ พร้อมทั้งมีการปฏิบัติงานเป็นไปตามระเบียบ กฎและข้อบังคับ ยังสอดคล้องกับ ปาริชาติ อุณเรณ (2551 : 89) ที่ศึกษาการประเมินผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานระบบการควบคุมภายในด้านการเงิน การบัญชี และการพัสดุ ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 4 พบว่า โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 4 มีผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานระบบการควบคุมภายในด้านการเงิน การบัญชี และการพัสดุ อยู่ในระดับมาก โดยการควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยง พบว่า มีการปฏิบัติงานตามมาตรฐานระบบการควบคุมภายในการเงิน อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการบัญชีและการพัสดุวิธีการปฏิบัติงานตามมาตรฐานระบบการควบคุมภายในอยู่ในระดับมาก ส่วนสุพรรณรัตน์ มาศรีรัตน์ (2552 : 65) ได้ศึกษาแนวทางการควบคุมภายในด้านบัญชีและการเงินขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล มีการควบคุมภายในทุกองค์ประกอบ การควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงินอยู่ในระดับมาก ยังสอดคล้องกับ สมใจ พวงนิล (2554 : 70) ได้ศึกษา ผลกระทบของการควบคุมภายในทางการเงินที่มีต่อประสิทธิภาพการรายงานทางการเงินของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา พบว่า การควบคุมภายในทางการเงินโดยรวมอยู่ในระดับมาก การควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยง มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการรายงานทางการเงินในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับ สุวินชา การพัชรี (2555 : 57) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ประสิทธิภาพระบบการควบคุมภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การประเมินความเสี่ยงที่หน่วยงานนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานส่งผลให้ผลการดำเนินงานประสบผลสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพของข้อมูลทางการเงินบัญชี แสดงให้เห็นว่าองค์กรนี้มีการประเมินความเสี่ยงทางด้านการจัดทำบัญชีที่เหมาะสม

2.3 การควบคุมภายในด้านกิจกรรมการควบคุม ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงิน และบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารองค์กรไม่มีความเชี่ยวชาญ หรือไม่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ไม่มีการตระหนักถึงมาตรการป้องกันการดูแลทรัพย์สินไว้เป็นลายลักษณ์อักษร และไม่มีความปฏิบัติตามเกี่ยวกับมาตรการต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับอย่างชัดเจน ส่งผลให้ผู้ปฏิบัติงานขาดแนวปฏิบัติและวิธีการปฏิบัติงานในการทำงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย

2.4 การควบคุมภายในด้านข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สอดคล้องกับ ปาริชาติ อุณเรณ (2551 : 65) ศึกษาเรื่อง การประเมินผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานระบบการควบคุมภายในด้านการเงิน การบัญชีและการพัสดุของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 4 พบว่า ระบบการควบคุมภายในด้านการเงิน การบัญชีและการพัสดุของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 4 อยู่ในระดับมาก โดยมีการปฏิบัติตามระบบควบคุมภายในด้านสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่า การปฏิบัติงานด้านการเงินมีการปฏิบัติตามระบบควบคุมภายในอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการบัญชีและการพัสดุมีการปฏิบัติตามอยู่ในระดับมาก ยังสอดคล้องกับ ละอองดาว ภูกิจหิน (2557 : 82) ศึกษาผลกระทบของการวางแผนการควบคุมภายในแบบบูรณาการที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า การควบคุมภายในด้านข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม ด้านคุณภาพการให้บริการ และด้านความยืดหยุ่น ส่วนกลิ่น ด้านทองกลาง (2560 : 59) ได้ศึกษาผลกระทบของระบบการควบคุมภายในต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่า ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในระบบการควบคุมภายในส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา สามารถอธิบายได้ว่า หน่วยงานมีการจัดทำข้อมูลสารสนเทศที่ครบถ้วน ถูกต้อง และจัดทำอย่างเป็นปัจจุบันผู้บริหารสามารถนำข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานและตัดสินใจได้อย่างทันท่วงที ธนพัฒน์ ชื่นกฤษณ์ (2560 : 63) ได้ศึกษาผลกระทบของการควบคุมภายในที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการและพนักงานราชการกรมการเงินทหารบก พบว่า การควบคุมภายในด้านสารสนเทศและการสื่อสาร มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสะท้อนให้เห็นว่ายิ่งหน่วยมีการควบคุมภายในด้านสารสนเทศและการสื่อสารที่ดี สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้ดีเช่นกัน และยังสอดคล้องกับ จณัญญา ไหมนทีกุล (2561: 82) ได้ศึกษาการพัฒนาระบบควบคุมภายในด้านการเงินและบัญชีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่า ระดับการควบคุมภายในอยู่ในระดับดีที่สุด พบว่า การควบคุมภายในด้านสารสนเทศและการสื่อสาร มีระบบสารสนเทศเพื่อการติดต่อสื่อสารสำหรับการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร ซึ่งจากผลการศึกษาข้างต้นนั้นก็เป็นไปตามแนวคิดของ COSO ที่อธิบายไว้ว่าสารสนเทศเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการบริหารงานโดยเฉพาะในยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุคที่สามารถได้สารสนเทศที่รวดเร็วและถูกต้องจะสามารถช่วงชิงโอกาสได้ก่อนผู้อื่น

2.5 การควบคุมภายในด้านการติดตามและประเมินผล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีของวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สอดคล้องกับ ปาริชาติ อุณเรือน (2551 : 66) ได้ศึกษาเรื่อง การประเมินผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานระบบการควบคุมภายในด้านการเงิน การบัญชีและการพัสดุของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 4 พบว่า ระบบการควบคุมภายในด้านการเงิน การบัญชีและการพัสดุของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 4 อยู่ในระดับมาก โดยมีการปฏิบัติตามระบบควบคุมภายในด้านการติดตามและประเมินผลมีการปฏิบัติงานด้านการเงิน การบัญชีและการพัสดุมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ยังสอดคล้องกับ นุริยะ สันบกอก (2553 : 87) ได้ศึกษาองค์ประกอบของมาตรฐานการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์การควบคุมภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปัตตานี เขต 1 พบว่า การติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานตามระบบการควบคุมภายในช่วยให้สถานศึกษามั่นใจได้ว่าระบบการควบคุมภายในที่มีอยู่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล กัลณี ด้านทองหลาง (2560 : 59-60) ศึกษาผลกระทบของระบบการควบคุมภายในต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า การติดตามประเมินผลในระบบการควบคุมภายในส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา อธิบายได้ว่า หากหน่วยงานได้มีการติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและปรับปรุง แก้ไข ข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน โดยให้บุคลากรในหน่วยงานมีส่วนร่วมในการแก้ไขและปรับปรุง ข้อบกพร่อง พร้อมทั้งมีการรายงานผลให้ผู้บริหารได้รับทราบจะทำให้ผลการดำเนินงานของหน่วยงานมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ รายงานการเงินมีความน่าเชื่อถือ และสามารถปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับ จณัญญา ไหมนทีกุล (2561: 82-83) ได้ศึกษาการพัฒนาระบบควบคุมภายในด้านการเงินและบัญชีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ พบว่า มีระดับการควบคุมภายในอยู่ในระดับดีที่สุด โดยมีการติดตามการปฏิบัติตามข้อเสนอแนะของผู้ตรวจสอบภายใน มีการเปรียบเทียบระหว่างแผนงานกับผลการดำเนินงานและรายงานผลการตรวจสอบให้ผู้บริหารส่วนงานทราบอย่างต่อเนื่องและเป็นลายลักษณ์อักษร มีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการติดตามผลการดำเนินงานทั้งระหว่างปฏิบัติงาน และหลังจากงานเสร็จสิ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม การประเมินความเสี่ยง ข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร และการติดตามและประเมินผล เนื่องจากองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมายและส่งผลให้องค์กรประสบผลสำเร็จด้านการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ผู้บริหาร ควรกำหนดนโยบาย วิธีการ และวิธีการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย รวมถึง การกำหนดโครงสร้างหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจนเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรมีสำนึกที่ดีด้านจริยธรรม มีความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบ
3. ผู้บริหาร ควรกำหนดให้การควบคุมภายในของการปฏิบัติงานทางการเงินและบัญชีเป็นความรับผิดชอบร่วมกันของผู้บริหารและบุคลากรทุกระดับ โดยสนับสนุนให้มีการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การควบคุมภายในประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพสูงสุด
4. ผู้บริหาร ควรให้ความสำคัญกับการควบคุมภายในของการปฏิบัติงานทางการเงินและบัญชี ที่เหมาะสม ควรมีกระบวนการประเมินคุณภาพการปฏิบัติงานและประเมินประสิทธิผลของการควบคุมภายในอย่างเป็นระบบและมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการติดตามผลการดำเนินงานทั้งก่อนและหลังการปฏิบัติงาน



ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาแนวทางที่มีผลหรือมีความสัมพันธ์ต่อการควบคุมภายในของการปฏิบัติงานทางการเงินและบัญชี เพื่อนำมาพัฒนาเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพในการควบคุมภายในองค์กรได้ดียิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาความสัมพันธ์หรือผลกระทบในด้านอื่นที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชีสำหรับองค์กรอื่น ๆ เพื่อศึกษาสาเหตุที่ทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จในการควบคุมภายใน
3. ควรทำการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่วิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์กับองค์กรอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
4. ควรมีการศึกษาวิจัย โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบเชิงลึก เช่น การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่นำเชื่อถือ และชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กชกร เอ็นดูราษฎร์. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัท โกรเฮ่ สยาม จำกัด. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- กัลณิ์ ด้านทองกลาง. (2560). ผลกระทบของระบบการควบคุมภายในต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาค้นคว้าอิสระ. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 20 กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กิตติพงษ์ โกษณะสมบัติ. (2557). การประเมินผลระบบควบคุมภายในตามแนวคิด COSO กรณีศึกษาหน่วยงานในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- กิตติศักดิ์ มะลัย. (2557). ผลกระทบของการควบคุมภายในเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดทำบัญชีของวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาเอกชนในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญา บัณฑิตวิทยาลัย คณะการบัญชีและการจัดการ : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จณัญญา ไหมนทีกุล. (2561). การพัฒนาระบบควบคุมภายในด้านการเงินและบัญชีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วารสารสาระคาม : ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 ม.ค. - มิ.ย. 2561.
- ธนพัฒน์ ชันกฤษณ์ (2560). ผลกระทบของการควบคุมภายในที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการและพนักงานราชการกรมการเงินทหารบก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิตวิทยาลัยศรีปทุม.
- นวพร ศรีสาท. (2557). ผลกระทบของคุณภาพการควบคุมภายในทางการเงินที่มีต่อประสิทธิผลองค์กรขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. มหาสารคาม.
- นุริยะ สันบก. (2553). องค์ประกอบของมาตรฐานการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์การควบคุมภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปัตตานี เขต 1. สารนิพนธ์ ปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ประเสริฐ ภายไชย. (2551). การควบคุมภายในของกลุ่มอมมทรัพย์เพื่อการผลิตบ้านโป่งฮ้าง หมู่ที่ 2 และหมู่ที่ 17 ตำบลห้วยสัก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. การศึกษาอิสระ ปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป. เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ปรีชาดี อุ่นเรือน. (2551). การประเมินผลการปฏิบัติงานตามมาตรฐานระบบการควบคุมภายในด้านการเงิน การบัญชีและการพัสดุ ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงรายเขต 4 (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษามหาบัณฑิต). สาขาบริหารการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปิยะรักษ์ สิงทองทัศน์. (2557). ผลกระทบของการติดตามการปฏิบัติงานที่มีต่อประสิทธิภาพการควบคุมภายในของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- รพีรัตน์ ลือขานิติโพธิ์. (2557). ผลกระทบของทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อคุณภาพการปฏิบัติงานบัญชีของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ละอองดาว ภู่งหิน. (2557). ผลกระทบของการวางแผนการควบคุมภายในแบบบูรณาการที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศิริมล แสนสุข. (2555). ผลกระทบของสภาพแวดล้อมการควบคุมภายในที่มีต่อประสิทธิภาพการควบคุมภายในธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและกำลังคนอาชีวศึกษา (ศทอ.). (2563). ข้อมูลสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ภาครัฐ ปีการศึกษา .สืบค้นเมื่อ 2 เมษายน 2563. จาก <http://techno.vec.go.th/Default.aspx?tabid=659>.
- สมใจ พวงนิล. (2554). ผลกระทบของการควบคุมภายในทางการบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการรายงานทางการเงินของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน. (2554). แนวทางการจัดวางระบบการควบคุมภายใน และการประเมินผลการควบคุมภายใน. กรุงเทพฯ : บริษัท ซิสเต็มโฟร์ กราฟฟิกส์ จำกัด.
- สำนักงานบัญชีและตรวจสอบภายใน กรมบัญชีกลาง. (2563). แนวปฏิบัติระบบการควบคุมภายในภาครัฐ. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2563. จาก www.cgd.go.th.
- สิริรัตน์ โสตา. (2554). ผลกระทบของการควบคุมภายในที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บข.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุพรรณรัตน์ มาศรีรัตน์. (2552). แนวทางการควบคุมภายในด้านบัญชีและการเงินขององค์การบริหารส่วนตำบลในเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาโท สาขาวิชาการบัญชี. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุภาพร แซ่ม้อย. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อแนวปฏิบัติงานบัญชีของนักบัญชีไทย. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี, 10(3), 73-80.
- สุวิษา การพัชชี. (2555). การวิเคราะห์ประสิทธิภาพระบบการควบคุมภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการบัญชี. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อุทุมพร ธรรมสนอง. (2551). การประเมินผลการควบคุมภายในทางการบัญชีของเหมืองแม่เมาะการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการบัญชี. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Best, J.W. & Kahn, J. (2006). Research in Education. New Delhi: Prentice Hall of India Pvt. Ltd.
- Black, K. (2006). *Business Statistics for Contemporary Decision Making*. 4th ed. New York : John Wiley and Son.
- Hair, J. F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). USA: PEARSON Prentice Hall.



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตภาคเหนือตอนบน

Factors Influencing the Approval of Small and Medium Enterprise Loans of Credit Officers of Thai Commercial Banks in the Upper northern Region.

ภัทรารุณ โพธิ์แก้ว, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย¹

จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย²

ปานฉัตร อากรรักษ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย³

Email: Pong_pentor@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านข้อมูลงบการเงิน และปัจจัยด้านแผนงานธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อให้วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม SMEs ของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตภาคเหนือตอนบน โดยมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 270 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เชิงเส้นตรง และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เชิงเส้นตรง พบว่า ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านข้อมูลงบการเงิน และปัจจัยด้านแผนงานธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่าความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ หลักทรัพย์ค้ำประกัน งบแสดงฐานะการเงิน งบแสดงผลการดำเนินงาน งบกระแสเงินสด และการบริหารเงินทุนหมุนเวียน มีความสำคัญเชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการขยายการลงทุน มีความสำคัญเชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ส่งผลต่อการอนุมัติสินเชื่อ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ABSTRACT

The objective of this research was to study entrepreneurial factors, Factors of Financial Statement Information, and business plan factors influencing loans approval for SMEs of Thai commercial bank credit officers in the upper northern region. The sample consisted of 270 samples. The research instrument tool was a questionnaire. The statistics used to analyze the data were mean, standard deviation, linear correlation analysis and multiple regression analysis.

The analysis of the linear correlation showed that the factors of Financial Statement Information and business plan factors correlated with credit approvals of credit officers of Commercial banks with statistical significance. The multiple regression analysis showed that the credibility of the entrepreneur, collateral statement of financial position, operating performance statements, cash flow statement, and working capital management. Showed positive importance to loan approvals of credit officers of commercial bank statistical significance. The investment expansion showed positive importance to loan approvals of credit officers of Commercial bank with no statistical significance.

Keywords: Factors Affecting Loan Approval, Small and Medium Enterprises

¹ นักศึกษาหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต สำนักวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

² รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำสำนักวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำสำนักวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) หรือ SMEs เป็นวิสาหกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เนื่องจากมีความคล่องตัวในการปรับสภาพให้เข้ากับสถานการณ์ทั่วไปของประเทศ อีกทั้งยังเป็นวิสาหกิจที่ใช้เงินทุนในจำนวนที่ต่ำกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ เป็นตัวช่วยให้เกิดการกระจายรายได้จากกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจ ไปสู่กลุ่มคนต่าง ๆ ก่อให้เกิดการจ้างงาน ทำให้ประชาชนมีรายได้ ซึ่งเป็นตัวช่วยให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมดีขึ้น ก่อให้เกิดการพัฒนาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังเป็นจุดเริ่มต้นของวิสาหกิจขนาดใหญ่ การแสวงหาแหล่งเงินทุนเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานหรือขยายกิจการของวิสาหกิจนั้นเป็นสิ่งจำเป็นมาก สำหรับวิสาหกิจ SMEs และแหล่งเงินทุนที่สำคัญคือ ธนาคารพาณิชย์ไทย

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2553) ในปัจจุบัน วิสาหกิจ SMEs มีข้อจำกัดในการเข้าถึง แหล่งเงินทุนเมื่อเทียบกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ โดยมีอุปสรรคสำคัญในการเข้าถึงสินเชื่อเนื่องจากการขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน การไม่มีแผนวิสาหกิจที่ดี และขาดประวัติการชำระหนี้/เป็นกิจการใหม่ และเมื่อพิจารณาถึง ผู้ประกอบการกิจการขนาดเล็กมีความยากในการกู้เงินจากสถาบันการเงิน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองว่าการกู้เงินจากสถาบันการเงินมีเงื่อนไขที่เข้มงวดมากเกินไป ซึ่งเป็นปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ด้วยเหตุนี้ทางหน่วยงานภาครัฐและเอกชน จึงได้ให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนแหล่งเงินทุนให้กับวิสาหกิจ SMEs ขณะเดียวกัน ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ก็มีนโยบายให้ความสำคัญกับ วิสาหกิจ SMEs มากขึ้น เพื่อเป็นฐานสำหรับแหล่งเงินทุนที่จะนำมาใช้ในการดำเนินงานหรือขยายกิจการของวิสาหกิจนั้น ๆ สำหรับกลุ่มวิสาหกิจ SMEs นั้น เป็นผู้ที่มีหน้าที่จัดทำงบการเงินตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ.2543 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน และฐานะการเงิน ของกิจการ ซึ่งงบการเงินที่นำเสนอขึ้น จะต้องเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจในเชิงเศรษฐกิจ ช่วยให้ผู้ใช้งบการเงินเกิดความเชื่อมั่นในวิสาหกิจ เพื่อนำไปสู่การเข้าถึงแหล่งเงินทุน (วรรณชน ทองรักษ์.2554) ดังนั้นวิสาหกิจ SMEs ที่ต้องการเข้าถึงแหล่งเงินทุน จะต้องจัดทำงบการเงิน ที่มีข้อมูลทางบัญชีถูกต้อง ครบถ้วน มีความน่าเชื่อถือ จัดทำแผนวิสาหกิจ แผนการขยายการลงทุน เพื่อนำเสนอต่อธนาคารพาณิชย์ ต่าง ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการขอสินเชื่อ

จากความสำเร็จและมูลเหตุดังที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของวิสาหกิจ SMEs ของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตภาคเหนือตอนบนหรือไม่ อย่างไร โดยทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจาก เจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ ที่อนุมัติสินเชื่อให้กับวิสาหกิจ SMEs ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นแนวทาง และเป็นประโยชน์ในการขอสินเชื่อของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาด้านปัจจัยด้านผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านข้อมูลงบการเงิน และปัจจัยด้านแผนงานธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตภาคเหนือตอนบน

ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ (Credibility)

สาวตรี ศรีวิมลศิริ (2558) ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ขอบเขตที่ผู้บริโภครับรู้กล่าวอ้าง เกี่ยวกับตราสินค้าในโฆษณาอย่างซื่อสัตย์และน่าไว้วางใจ เกิดจากอิทธิพลของปัจจัยที่แตกต่างกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งความน่าเชื่อถือของบริษัท วิไล พึ่งผล (2561) พบว่าผู้ประกอบการที่ยอมรับในคุณค่าของผู้อื่น ปฏิบัติตน และการวางตัวให้มีความน่าเชื่อถือ ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น จะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างรายได้และชื่อเสียงของธุรกิจ มีปฏิสัมพันธ์สื่อสารระหว่างสังคม สามารถสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค และสามารถสร้างมิตรภาพสู่เครือข่ายทางธุรกิจได้

ดังนั้นจากหลักฐานเชิงประจักษ์ดังกล่าวข้างต้นจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์



หลักทรัพย์ค้ำประกัน (Collateral)

ฐิติพร ลวดทอง (2554) พบว่า ปัจจัยด้านหลักประกัน จะมีความสำคัญกับความเพียงพอด้านมูลค่าของ หลักประกัน ประเภทของหลักประกัน กรรมสิทธิ์ในหลักประกัน และการใช้ประโยชน์ของหลักประกันที่เกี่ยวข้องกับกิจการ กานต์พิชชา กองคนขวา (2561) พบว่า สถาบันการเงินจะมีการกำหนดสัดส่วนของหลักประกันแต่ละประเภทไว้อยู่แล้ว สถาบันการเงินจะพิจารณาหลักประกันที่มีมูลค่ามากกว่าการใช้บุคคลค้ำประกัน โดยผู้ขอสินเชื่อจะต้องเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สิน โดยทรัพย์สินเหล่านั้นจะต้องปลอดภาระหนี้หรือภาระผูกพัน (ค้ำประกัน) ใด ๆ และนำมาเป็นหลักประกันในการขอสินเชื่อ

ดังนั้นจากหลักฐานเชิงประจักษ์ดังกล่าวข้างต้นจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 : หลักทรัพย์ค้ำประกันมีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านข้อมูลงบการเงิน มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

งบแสดงฐานะการเงิน

ประกาศสภาวิชาชีพบัญชี ที่ 29/2561 งบแสดงฐานะการเงินต้องมีรายการที่แสดงจำนวนเงินของ เงินสด รายการเทียบเท่าเงินสด ลูกหนี้ สินค้าคงเหลือ สินทรัพย์ หนี้สิน เจ้าหนี้ ส่วนของเจ้าของ และส่วนทุน ธนาคารพาณิชย์ ใช้ข้อมูลทางการเงินในการบริหารสินเชื่อ ซึ่งสามารถให้ข้อมูลทางบัญชี การนำมาตราฐานการบัญชี การใช้ข้อมูลงบแสดงฐานะการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้บริการสินเชื่อของธนาคารเป็น ไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทวีชัย อรุณจิต (2554) พบว่า ประสิทธิภาพการใช้ข้อมูลทางการเงินในการบริหารสินเชื่อของธนาคาร ซึ่งสามารถให้ข้อมูลทางบัญชีการนำมาตราฐานการบัญชี การใช้ข้อมูลงบแสดงฐานะการเงิน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือใช้ข้อมูลทางการเงินในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าในการขอสินเชื่อก่อน ทำให้บริการ สินเชื่อของธนาคารเป็น ไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นจากหลักฐานเชิงประจักษ์ดังกล่าวข้างต้นจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 : งบแสดงฐานะการเงิน มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์

งบแสดงผลการดำเนินงาน

ภาสกร ปาละวัล (2560) งบแสดงผลการดำเนินงาน แสดงผลการดำเนินงานในวาระระยะเวลาหนึ่งว่า กิจการมีผลกำไรหรือขาดทุน แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานของกิจการ นอกจากนี้ยังบ่งชี้ว่าไรขาดทุนสำหรับ บริษัท มหาชนจำกัด ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะใช้ชื่อว่า งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ นที ศรีสุทธิ์ (2547) พบว่า การบริหารสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ สามารถนำข้อมูลทางการเงินไปใช้ในการวิเคราะห์ และการอนุมัติสินเชื่อ การติดตามผลการดำเนินงาน การติดตามหนี้และแก้ไขหนี้ ข้อมูลทางการเงินที่นำไปใช้ ได้แก่ งบดุล งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด หมายเหตุประกอบงบการเงิน ใบแจ้งยอดเงินฝากธนาคาร โดยจะพิจารณาจากงบกำไรขาดทุนเป็นอันดับแรก ถัด มาจะพิจารณาจากงบกระแสเงินสด

ดังนั้นจากหลักฐานเชิงประจักษ์ดังกล่าวข้างต้นจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 : งบแสดงผลการดำเนินงาน มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์

งบกระแสเงินสด

ทิพาภรณ์ เชียงทอง (2554) ให้ความหมายว่า งบกระแสเงินสดหมายถึงงบการเงินที่จัดทำขึ้นตามมาตรฐานบัญชีฉบับที่ 7 เรื่องงบกระแสเงินสด เพื่อแสดงการเปลี่ยนแปลงเงินสดของกิจการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยจะแสดงการได้มาและใช้ไปของเงินสด และรายการเทียบเท่าเงินสดของ 3 กิจกรรมหลัก ได้แก่กิจกรรมดำเนินงาน กิจกรรมลงทุน และกิจกรรมจัดหาเงิน วิภา วังศิริกุล (2552) พบว่า การจัดทำงบกระแสเงินสดจะแสดงให้เห็นว่ากำไรสุทธิ และเงินสดคงเหลือปลายงวด ไม่ใช่อัตนัยเดียวกัน เป็นการแสดงรายงานให้เห็นถึงความเคลื่อนไหวของเงินสดของกิจการตลอดทั้งปี ว่าเงินสดของกิจการได้มาและถูกใช้ไปด้วยสาเหตุใดจึงเป็นประโยชน์ต่อเจ้าหน้าที่ในการที่จะประเมินความสามารถในการจ่ายชำระหนี้และการอนุมัติเงินกู้หรือสินเชื่อในคราวต่อไป

ดังนั้นจากหลักฐานเชิงประจักษ์ดังกล่าวข้างต้นจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 5 : งบกระแสเงินสด มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยด้านแผนงานธุรกิจ มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์

การบริหารเงินทุนหมุนเวียน

ปริญญ์ กิจรุ่งโรจน์เจริญ (2558) ได้ให้ความเห็นไว้ว่า การที่ธุรกิจจะสามารถดำเนินการต่อไปได้นั้น จำเป็นจะต้องมีการบริหารจัดการการเงินทุนหมุนเวียนของกิจการให้มีประสิทธิภาพ กิจการต้องมีเงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอต่อการใช้จ่ายในการดำเนิน

ธุรกิจในแต่ละวัน รวมทั้งมีความสามารถในการจ่ายชำระหนี้สินที่มีภายในกำหนดระยะเวลา ซึ่งผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญกับการควบคุมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้กิจการมีสภาพคล่องทางการเงิน ทำให้กิจการมีความสามารถในการทำกำไรได้มากขึ้น และลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ สรุศักดิ์ อำนวยประวิทย์ (2559) พบว่า กลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการด้านแหล่งเงินทุน คือ ต้องจัดการระบบบริหารภายในองค์กรให้ เข้มแข็ง และโปร่งใส และต้องบริหารจัดการด้านระบบบัญชีที่ได้มาตรฐาน มีวัตถุประสงค์ทางการเงินที่ชัดเจน

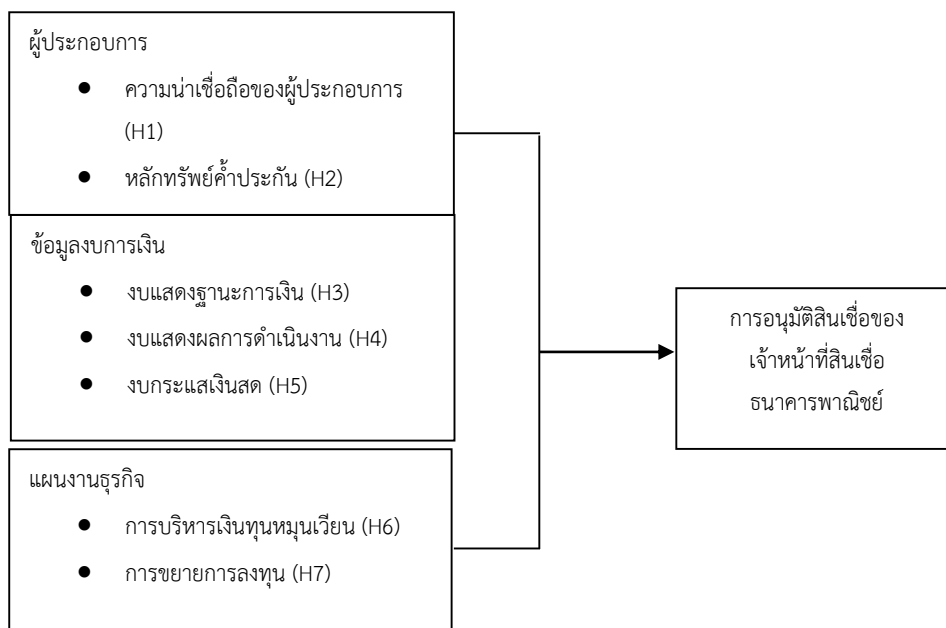
ดังนั้นจากหลักฐานเชิงประจักษ์ดังกล่าวข้างต้นจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 6 : การบริหารเงินทุนหมุนเวียน มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ การขยายการลงทุน

ปฐมพร ทรงสุโรจน์ (2559) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ มักจะเกิดปัญหาเรื่องการขาดสภาพคล่องทางการเงิน รองลงมาเป็นความต้องการขยายกิจการ ทำให้ต้องกู้ยืมเงิน ซึ่งในการขอสินเชื่อ จำเป็นต้องแจ้งวัตถุประสงค์ในการกู้เงินต่อเจ้าหน้าที่สินเชื่อเพื่อการดำเนินการทางการเงินให้เป็นไปอย่างถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการกู้เงินในการขยายการลงทุน การลงทุนในสินทรัพย์ถาวร และการเพิ่มสภาพคล่องโดยใช้เป็นเงินทุนสำรองหมุนเวียนภายในกิจการ เคียงเดือน พิจิตรชุมพล (2553) พบว่า สถาบันการเงินพิจารณา แผนการเงินของโครงการลงทุนมากที่สุด เพื่อที่จะประเมินความเป็นไปได้ทางการเงิน และพิจารณาถึงความคุ้มค่าของการลงทุน โดยเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่จะต้องจ่ายออกไปกับผลที่คาดว่าจะได้รับ กลับคืนมาจากการดำเนินโครงการ และจะไม่อนุมัติสินเชื่อให้กับ โครงการที่มีความเสี่ยงที่สูงเกินไป เพราะ โอกาสในการเติบโตอาจจะมีน้อย และอาจจะเป็นโครงการที่ไม่เป็นที่ยอมรับของตลาด

ดังนั้นจากหลักฐานเชิงประจักษ์ดังกล่าวข้างต้นจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 7 : การขยายการลงทุน มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์
กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตภาคเหนือตอนบน สำหรับการนำเสนอระเบียบวิธีการวิจัยหรือกระบวนการวิจัย ทางผู้วิจัยได้กำหนดกรอบและขอบเขตของระเบียบวิธีการวิจัย หรือกระบวนการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดย



ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสรุปผลการวิจัย ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 3) การเก็บรวบรวมข้อมูล 4) การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ เจ้าของที่สิ้นเชื้อ (หัวหน้าฝ่าย) ธนาคารพาณิชย์ ที่อนุมัติสินเชื่อให้กับ วิสาหกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือตอนบน 9 จังหวัด ประกอบด้วย 12 ธนาคารพาณิชย์ได้แก่ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย ธนาคารออมสิน ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ธนาคารธนชาต ธนาคารเกียรตินาคิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารกรุงไทย และธนาคารทหารไทย รวมทั้งสิ้นจำนวน 742 สาขา (ข้อมูลจากวิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2562)) กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าของที่สิ้นเชื้อ(หัวหน้าฝ่าย) ธนาคารพาณิชย์ที่อนุมัติสินเชื่อให้กับวิสาหกิจ SMEs ใน เขตภาคเหนือตอนบน 9 จังหวัด และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Stratified Random Sampling) โดยใช้สูตร คำนวณในการคำนวณหาขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 270 ตัวอย่าง

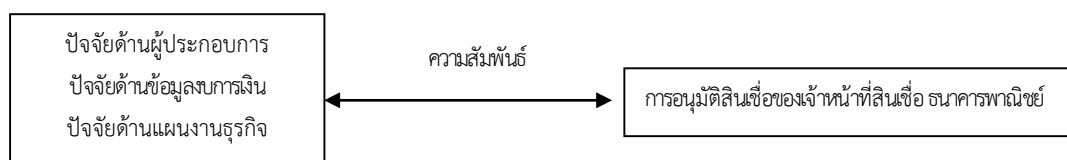
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่สถิติพื้นฐานเบื้องต้น โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบสมมติฐาน ได้แก่การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปร และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

การศึกษากิจการที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของเจ้าของที่สิ้นเชื้อธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตภาคเหนือตอนบน ผู้วิจัยได้จัดทำกรเก็บข้อมูลด้วย การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคลกับผู้จัดการสาขาของ ธนาคารพาณิชย์ทั้ง 12 ธนาคาร จำนวน 12 คน และใช้แบบสอบถามให้กับเจ้าของที่สิ้นเชื้อ ธนาคารพาณิชย์ อีก จำนวน 270 ตัวอย่าง ซึ่งวิธีการส่งแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบแล้ว ซึ่งเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ส่งทางจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ส่งทางไปรษณีย์ และส่งทางระบบสารสนเทศ (Google Form) โดยแนบ แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ และซองเปล่าติดแสตมป์เพื่อส่งแบบสอบถามคืนที่ตอบคำถามเสร็จ เรียบร้อยแล้ว นับวันเวลาในการรับกลับคืน รวมทั้งสิ้น 270 ชุด เมื่อได้รับแบบสอบถามตอบกลับ ทำการตรวจทานความ สมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ลงรหัสตัวเลข (Coding) และกำหนดแนวทาง การวิเคราะห์ สำหรับการวิจัยครั้งนี้ โดยจำแนกตามวิธีทางสถิติที่นำมาใช้ และทำการประมวลผลทางสถิติด้วย กรมสำเร็จรูป ได้แก่ สถิติพื้นฐานเบื้องต้นโดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเพื่อ สมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรและการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

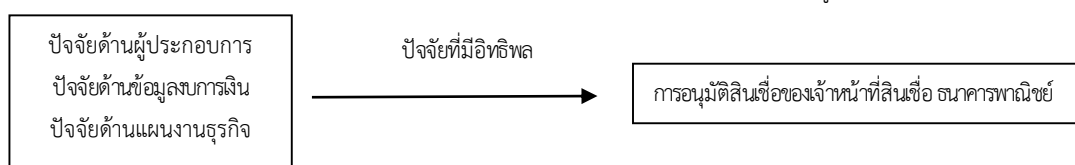
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเมื่อได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อทำการประมวลผลทั้งหมด โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลแบ่ง ออกเป็น

1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นแล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียงเพื่อให้การแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับความเป็นจริง

2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นคู่ที่อยู่ในกรอบแนวคิด เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เบื้องต้นของตัวแปร



และการวิเคราะห์การ ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square : OLS) เพื่อหาขนาด และทิศทางความสัมพันธ์ของปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ของเจ้าของที่สิ้นเชื้อธนาคารพาณิชย์จากกรอบแนวคิด ใช้ Regression Analysis เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล



ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตภาคเหนือตอนบน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านข้อมูลทางการเงิน และปัจจัยด้านแผนงานธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติ สินเชื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตภาคเหนือตอนบน ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 62.60 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.10 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.90 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 50.40 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานสินเชื่อ 11-15 ปีคิดเป็นร้อยละ 47.40

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	1	2	3	4	5	6	7	8	VIF
ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ	4.47	0.45	1								8.99
หลักทรัพย์ค้ำประกัน	4.47	0.44	.883**	1							4.89
งบแสดงฐานะการเงิน	4.48	0.45	.888**	.819**	1						9.72
งบแสดงผลการดำเนินงาน	4.44	0.50	.866**	.798**	.927**	1					9.09
งบกระแสเงินสด	4.45	0.46	.875**	.797**	.845**	.803**	1				6.44
การบริหารเงินทุนหมุนเวียน	4.50	0.43	.860**	.818**	.876**	.866**	.891**	1			7.43
การขยายการลงทุน	3.82	0.80	.608**	.526**	.655**	.698**	.576**	.603**	1		1.98
การอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์	4.43	0.46	.930**	.879**	.942**	.937**	.898**	.941**	.666**	1	

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p < .05$)

จากตารางที่ 1 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามพบว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 โดยมีค่า $r = .930$, p-value น้อยกว่า .05 หลักทรัพย์ค้ำประกันมีความสัมพันธ์กับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 โดยมีค่า $r = .879$, p-value น้อยกว่า .05 งบแสดงฐานะการเงินมีความสัมพันธ์กับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 โดยมีค่า $r = .942$, p-value น้อยกว่า .05 งบแสดงผลการดำเนินงานมีความสัมพันธ์กับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 โดยมีค่า $r = .937$, p-value น้อยกว่า .05 งบกระแสเงินสดมีความสัมพันธ์กับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 โดยมีค่า $r = .898$, p-value น้อยกว่า .05 การบริหารเงินทุนหมุนเวียนมีความสัมพันธ์กับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 โดยมีค่า $r = .941$, p-value น้อยกว่า .05 การขยายการลงทุนมีความสัมพันธ์กับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 โดยมีค่า $r = .666$, p-value น้อยกว่า .05

ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันหรือเกิดเป็น Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยได้ ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ปรากฏว่าค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของตัวแปรอิสระมีค่าเท่ากับ 8.99, 4.89, 9.72, 9.09, 6.44, 7.43 และ 1.98 ซึ่งค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน



ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบการถดถอยสำหรับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์

ปัจจัยตัวแปร	b	SEB	β	t	p
ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ	.152	.032	.149	4.737	.000**
หลักทรัพย์ค้ำประกัน	.120	.024	.114	4.922	.000**
งบแสดงฐานะการเงิน	.162	.033	.159	4.864	.000**
งบแสดงผลการดำเนินงาน	.218	.029	.237	7.494	.000**
งบกระแสเงินสด	.083	.027	.083	3.120	.002**
การบริหารเงินทุนหมุนเวียน	.304	.031	.285	9.942	.000**
การขยายการลงทุน	.015	.008	.026	1.766	.078

R Square = .971 Adjusted R Square = .970

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p < .05$)

จากตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบการถดถอยสำหรับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อ โดยการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า การขยายการลงทุน มีความสำคัญเชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อ ของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ มีความสำคัญเชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ค่า $\beta = .149$, $p < .05$ หลักทรัพย์ค้ำประกัน มีความสำคัญเชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ค่า $\beta = .114$, $p < .05$ งบแสดงฐานะการเงิน มีความสำคัญเชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ค่า $\beta = .159$, $p < .05$ งบแสดงผลการดำเนินงานมีความสำคัญเชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ค่า $\beta = .237$, $p < .05$ งบกระแสเงินสด มีความสำคัญเชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ค่า $\beta = .083$, $p < .05$ และ การบริหารเงินทุนหมุนเวียน มีความสำคัญเชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ค่า $\beta = .285$, $p < .05$

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ นั่นคือความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2: หลักทรัพย์ค้ำประกัน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ นั่นคือหลักทรัพย์ค้ำประกัน มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยด้านข้อมูลทางการเงิน

สมมติฐานที่ 3: งบแสดงฐานะการเงิน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ นั่นคืองบแสดงฐานะการเงิน มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 4: งบแสดงผลการดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ นั่นคืองบแสดงผลการดำเนินงาน มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 5: งบกระแสเงินสด มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ นั่นคือ งบกระแสเงินสด มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยด้านแผนงานธุรกิจ

สมมติฐานที่ 6: การบริหารเงินทุนหมุนเวียน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ นั่นคือการบริหารเงินทุนหมุนเวียน มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 7: การขยายการลงทุน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ นั่นคือการขยายการลงทุน มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตภาคเหนือตอนบน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านข้อมูลงบการเงิน และปัจจัยด้านแผนงานธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติ สินเชื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตภาคเหนือตอนบน ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ เจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ ที่อนุมัติสินเชื่อให้กับวิสาหกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือตอนบน 9 จังหวัด ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยครอบคลุมถึงสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ การนำผลวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 62.60 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.10 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 75.90 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 50.40 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานสินเชื่อ 11 – 15 ปีคิดเป็นร้อยละ 47.40

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรที่ศึกษาในเบื้องต้น

ระดับความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่สินเชื่อเกี่ยวกับการอนุมัติสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ มีดังนี้

ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การตรวจสอบประวัติการเงิน/การกู้ยืมเงินของผู้ประกอบการ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ การตรวจสอบประวัติและอุปนิสัยส่วนตัวของผู้ประกอบการ และการตรวจสอบประสบการณ์ในการประกอบกิจการที่ผ่านมาในอดีต

ด้านหลักทรัพย์ค้ำประกันในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การตรวจสอบสภาพคล่องของหลักประกันสินเชื่อ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ กรรมสิทธิ์ในการครอบครองหลักทรัพย์ค้ำประกันของผู้ประกอบการ และหลักประกันที่เสนอบุคคลค้ำประกัน

ด้านงบแสดงฐานะการเงินในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลงบแสดงฐานะการเงินของผู้ประกอบการอย่างเพียงพอ และมีการวิเคราะห์งบแสดงฐานะการเงินของผู้ประกอบการ อย่างเพียงพอ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มีการประเมินฐานะการเงินของผู้ประกอบการ และมีการวิเคราะห์งบแสดงฐานะการเงินของผู้ประกอบการอย่างเพียงพอ

ด้านงบแสดงผลการดำเนินงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการวิเคราะห์งบแสดงผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการอย่างเพียงพอ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มีการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อมูลงบแสดงผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการอย่างเพียงพอ และมีการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของกิจการของผู้ประกอบการ

ด้านงบกระแสเงินสดในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการประเมินเงินสดรับ และเงินสดจ่ายของกิจการของผู้ประกอบการ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ มีการวิเคราะห์งบกระแสเงินสดของผู้ประกอบการอย่างเพียงพอ และมีการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลงบกระแสเงินสดของผู้ประกอบการ อย่างเพียงพอ

ด้านการบริหารเงินทุนหมุนเวียนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พิจารณาแผนงานธุรกิจในด้านการบริหารเงินทุนหมุนเวียนของผู้ประกอบการ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ พิจารณาความ



เป็นไปได้ของแผนงานธุรกิจในการบริหารเงินทุนหมุนเวียนของผู้ประกอบการ และพิจารณาความสามารถในการบริหารเงินทุนหมุนเวียนของทีมผู้บริหารของกิจการของผู้ประกอบการ

การขยายการลงทุนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ วิเคราะห์สัดส่วนเงินทุนของผู้ประกอบการต่อการลงทุนในโครงการใหม่ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ วิเคราะห์แผนฉุกเฉิน ที่กิจการมีไว้เพื่อรองรับกับสถานการณ์ ที่ไม่ได้คาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าของกิจการของผู้ประกอบการ และวิเคราะห์แนวโน้มการแข่งขันทางการค้าของกิจการของผู้ประกอบการ

ด้านการอนุมัติสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ ธนาคารพาณิชย์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความเหมาะสมของปริมาณวงเงินสินเชื่อ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ได้แก่ ความเหมาะสมของระยะเวลาการชำระคืนสินเชื่อ และความเหมาะสมของเงื่อนไขในสัญญากู้ยืมเงิน

อภิปรายผล

ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ

1. ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า เจ้าหน้าที่สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการตรวจสอบประวัติการเงิน/การกู้ยืมเงินของผู้ประกอบการ การตรวจสอบประวัติและอุปนิสัยส่วนตัวของผู้ประกอบการ และการตรวจสอบประสบการณ์ในการประกอบกิจการที่ผ่านมาในอดีต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไล พิงผล (2561) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า ผู้ประกอบการที่ยอมรับในคุณค่าของผู้อื่น ปฏิบัติตน และการวางตัว ให้มีความน่าเชื่อถือ ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น ย่อมจะได้รับการตอบสนองเชิงบวก จะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างรายได้และชื่อเสียงของธุรกิจ มีปฏิสัมพันธ์สื่อสารระหว่างสังคม สามารถสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค และสามารถสร้างมิตรภาพสู่เครือข่ายทางธุรกิจได้

2. หลักทรัพย์ค้ำประกันในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า เจ้าหน้าที่สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการตรวจสอบสภาพคล่องของหลักประกันสินเชื่อ กรรมสิทธิ์ในการครอบครองหลักทรัพย์ค้ำประกันของผู้ประกอบการ และหลักประกันที่เสนอบุคคลค้ำประกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิติพร ลวดทอง (2554) พบว่า ปัจจัยด้านหลักประกัน จะให้ความสำคัญกับความเพียงพอด้านมูลค่าของ หลักประกัน ประเภทของหลักประกัน กรรมสิทธิ์ในหลักประกัน และการใช้ประโยชน์ของหลักประกันที่เกี่ยวข้องกับกิจการซึ่งเป็นการพิจารณาในแง่ของคุณภาพและสภาพคล่องของหลักประกัน เพื่อใช้ป้องกันความเสี่ยง ประเภทของหลักประกันนั้นอาจเป็น เงินฝาก อสังหาริมทรัพย์ พันธบัตร ใบหุ้น หรือการค้ำประกันโดยบุคคล

ปัจจัยด้านข้อมูลทางการเงิน

3. งบแสดงฐานะการเงินในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า เจ้าหน้าที่สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อมูลงบแสดงฐานะการเงินของผู้ประกอบการ อย่างเพียงพอ และมีการวิเคราะห์งบแสดงฐานะการเงินของผู้ประกอบการ อย่างเพียงพอ มีการประเมินฐานะการเงินของผู้ประกอบการ และมีการวิเคราะห์งบแสดงฐานะการเงินของผู้ประกอบการอย่างเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีชัย อรุณจิต (2554) พบว่า ประสิทธิภาพการใช้ข้อมูลทางการเงินในการบริหารสินเชื่อของธนาคาร ซึ่งสามารถให้ข้อมูลทางบัญชีนำมาตราฐานการบัญชี การใช้ข้อมูลงบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือใช้ข้อมูลทางการเงินในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าในการขอสินเชื่อก่อน ทำให้บริการ สินเชื่อของธนาคารเป็น ไปอย่างมีประสิทธิภาพ

4. งบแสดงผลการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า เจ้าหน้าที่สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์งบแสดงผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการอย่างเพียงพอ มีการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อมูลงบแสดงผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการอย่างเพียงพอ และมีการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของกิจการของผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นที ศรีสุทธิ์ (2547) พบว่า การบริหารสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ สามารถนำข้อมูลทางการเงินไปใช้ในขั้นตอนการวิเคราะห์สินเชื่อและการอนุมัติสินเชื่อ การรับชำระหนี้ และการติดตามผลการดำเนินงาน การติดตามหนี้และแก้ไขหนี้ ข้อมูลทางการเงินที่นำไปใช้ในการบริหารสินเชื่อ ได้แก่ งบดุล งบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด หมายเหตุประกอบงบการเงิน งบแจ้งยอดเงินฝากธนาคาร การพิจารณาข้อมูลในงบการเงินของคณะกรรมการพิจารณาสินเชื่อ จะพิจารณาถึงข้อมูลที่ปรากฏอยู่ในงบการเงินของกิจการ โดยจะพิจารณาจากงบกำไรขาดทุนเป็นอันดับแรก ถัดมาจะพิจารณาจากงบกระแสเงินสด

5. งบกระแสเงินสดในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า เจ้าหน้าที่สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการประเมินเงินสดรับ และเงินสดจ่าย ของกิจการของผู้ประกอบการ การวิเคราะห์งบกระแสเงินสดของ

ผู้ประกอบการอย่างเพียงพอ และมีการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อมูลงบกระแสเงินสดของผู้ประกอบการ อย่างเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภา วังศิริกุล (2552) พบว่า ในการจัดทำงบกระแสเงินสดของกิจการ จะแสดงให้เห็นว่ากำไรสุทธิ และเงินสดคงเหลือปลายงวด ไม่ใช่อะไรเหมือนกัน เกิดจากงบกระแสเงินสด เป็นการแสดงรายงานให้เห็นถึงความเคลื่อนไหวของเงินสดของกิจการตลอดทั้งปี ว่าเงินสดของกิจการได้มาและถูกใช้ไป ด้วยสาเหตุใด จึงเป็นประโยชน์ต่อเจ้าหนี้ ในการที่จะประเมินความสามารถในการจ่ายชำระหนี้ และการอนุมัติเงินทุนหรือสินเชื่อในคราวต่อไป

ปัจจัยด้านแผนงานธุรกิจ

6. การบริหารเงินทุนหมุนเวียนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด จากการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า เจ้าหนี้ที่สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการพิจารณาแผนงานธุรกิจในด้านการบริหารเงินทุนหมุนเวียนของผู้ประกอบการ พิจารณาความเป็นไปได้ของแผนงานธุรกิจในด้านการบริหารเงินทุนหมุนเวียนของผู้ประกอบการ และพิจารณาความสามารถในการบริหารเงินทุนหมุนเวียนของผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรศักดิ์ อำนวยประวิทย์ (2559) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการด้านแหล่งเงินทุนอย่างไร ด้านผู้ประกอบการ SMEs ให้ทัศนะที่คล้ายกัน คือ ต้องจัดการระบบบริหารภายในองค์กรให้เข้มแข็ง และโปร่งใส และต้องบริหารจัดการด้านระบบบัญชีที่ได้มาตรฐาน มีวัตถุประสงค์ทางการเงินที่มีการวางแผนระบบบริหารจัดการด้านการเงิน และจะต้องมีประสบการณ์ด้านการเงิน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของเจ้าหนี้ที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตภาคเหนือตอนบน ผู้ศึกษาเห็นว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องการค้นคว้าข้อมูล สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ได้ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการ พบว่าเจ้าหนี้ที่สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการตรวจสอบประวัติการเงิน/การกู้ยืมเงินของผู้ประกอบการ การตรวจสอบประวัติและอุปนิสัยส่วนตัวของผู้ประกอบการ และการตรวจสอบประสิทธิภาพในการประกอบการที่ผ่านมาในอดีต ดังนั้นผู้ประกอบการควรคำนึงถึงภาพลักษณ์ส่วนตัวของผู้ประกอบการ ความซื่อสัตย์ในการประกอบธุรกิจ ความมีวินัยทางการเงิน อยู่เสมอ
2. หลักทรัพย์ค้ำประกัน พบว่าเจ้าหนี้ที่สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการตรวจสอบสภาพคล่องของหลักทรัพย์ค้ำประกันสินเชื่อ กรรมสิทธิ์ในการครอบครองหลักทรัพย์ค้ำประกันของผู้ประกอบการและหลักทรัพย์ที่เสนอบุคคลค้ำประกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรวิเคราะห์ถึงความเหมาะสมของหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินสินเชื่อที่ทำการขออนุมัติและควรตระหนักถึงกรรมสิทธิ์ในการครอบครองหลักทรัพย์ค้ำประกันของผู้ประกอบการ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์สินเชื่อของเจ้าหนี้ที่สินเชื่อ
3. งบแสดงฐานะการเงิน พบว่าเจ้าหนี้ที่สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อมูลงบแสดงฐานะการเงิน มีการวิเคราะห์งบแสดงฐานะการเงินของผู้ประกอบการ และมีการประเมินฐานะการเงินของผู้ประกอบการ อย่างเพียงพอ ดังนั้นควรจัดทำงบแสดงฐานะการเงินของกิจการให้ถูกต้อง และครบถ้วน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์สินเชื่อของเจ้าหนี้ที่สินเชื่อ
4. งบแสดงผลการดำเนินงาน พบว่าเจ้าหนี้ที่สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์งบแสดงผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ มีการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อมูลงบแสดงผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ และมีการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของกิจการของผู้ประกอบการ ดังนั้นควรจัดทำงบแสดงผลการดำเนินงาน ของกิจการให้ถูกต้อง และครบถ้วน แสดงผลกำไรของกิจการให้ชัดเจน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์สินเชื่อของเจ้าหนี้ที่สินเชื่อ
5. งบกระแสเงินสด พบว่าเจ้าหนี้ที่สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการประเมินเงินสดรับ และเงินสดจ่ายของกิจการ มีการวิเคราะห์งบกระแสเงินสดของผู้ประกอบการ มีการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อมูลงบกระแสเงินสดของผู้ประกอบการ ดังนั้นควรจัดทำงบกระแสเงินสด ของกิจการให้ถูกต้อง และครบถ้วน แสดงรายละเอียดเงินสดรับ และเงินสดจ่าย รายการเทียบเท่าเงินสด ของ 3 กิจกรรมหลัก ได้แก่กิจกรรมดำเนินงาน กิจกรรมลงทุน และกิจกรรมจัดหาเงิน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์สินเชื่อของเจ้าหนี้ที่สินเชื่อ



6. การบริหารเงินทุนหมุนเวียน พบว่าเจ้าหน้าที่สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการพิจารณาแผนงานธุรกิจในการบริหารเงินทุนหมุนเวียน พิจารณาความเป็นไปได้ของแผนงานธุรกิจในการบริหารเงินทุนหมุนเวียน และพิจารณาความสามารถในการบริหารเงินทุนหมุนเวียนของที่มีผู้บริหารของกิจการของผู้ประกอบการ ดังนั้นควรจัดทำแผนงานธุรกิจในการบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่มีความรัดกุม เหมาะสมกับสถานะปัจจุบันที่จะก่อให้เกิดผลกำไรในอนาคตได้ และสามารถปฏิบัติได้จริง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์สินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นที่อาจมีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารพาณิชย์ไทย ที่นอกเหนือจากนี้

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอนุมัติสินเชื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของเจ้าหน้าที่ธนาคารพาณิชย์ไทยในเขตภาคเหนือตอนบนฉบับนี้ บรรลุผลสำเร็จได้จากบุคคลหลายท่านให้ความช่วยเหลือ และให้การสนับสนุนซึ่งข้าพเจ้าขอกล่าวถึง ณ ที่นี้ เพื่อเป็นการแสดงความรำลึกถึงด้วยความเคารพ ข้าราชการขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.จิรภา ศักดิ์กิตติมาลัย และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตร อากาธิ์ ที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนเสนอแนะแนวทางอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษานี้

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัว ที่ให้โอกาสในการศึกษา และคอยเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา รวมทั้งเพื่อนทุกคนสำหรับกำลังใจและความห่วงใยตลอดมา

เอกสารอ้างอิง

- กานต์พิชชา กองคนขวา. (2561). การศึกษาสภาพปัญหาการปล่อยสินเชื่อเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) : สถาบันการเงินในจังหวัดพะเยา.วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, ปีที่38 (เลขที่4) ,หน้าที่ 89-105.
- เคียงเดือน พิจิตรชุมพล. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้สินเชื่อของสถาบันการเงินที่มีต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs). (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- ฐิติพร ลวดทอง. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวิเคราะห์สินเชื่อของอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. (การค้นคว้าอิสระชั้นมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทวีชัย ธีรฉัตร. (2554). การใช้ข้อมูลทางการบัญชีในการบริหารสินเชื่อของธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี. (รายงานการวิจัย). วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ทิพาภรณ์ เชียงทอง. (2554). ความคิดเห็นของนักบัญชีที่มีต่อการใช้ข้อมูลในงบกระแสเงินสดและสัญญาณเตือนภัยจากงบกระแสเงินสด. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นที ศรีสุทธิ. (2547). ข้อมูลทางการเงินที่มีผลต่อการพิจารณาสินเชื่อธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของธนาคารออมสิน ภาค 7. (การค้นคว้าอิสระชั้นมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปฐมพร ทรงสุโรจน์. (2559). การศึกษาพฤติกรรมการกู้เงินของผู้ประกอบการ SMEs. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปริญญ์ กิจรุ่งโรจน์เจริญ. (2558). การบริหารเงินทุนหมุนเวียน.วารสารสารสนเทศ ปีที่14 ฉบับที่2 หน้าที่ 8-19
- ภาสกร ปาละวัล. (2560). วิเคราะห์งบการเงินเปรียบเทียบระหว่างบริษัท ศรีตรังแอโกรอินดัสทรี จำกัด (มหาชน)และบริษัท ไทยรับเบอร์ลาคีร์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน). (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
- วิภา วังศิริกุล. (2552). รูปแบบงบกระแสเงินสดวิธีทางอ้อม. Princess of Naradhiwas University Journal , ปีที่1 (ฉบับที่3) หน้าที่ 63-76
- วิไล พิงผล. (2561). คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ.วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, ปีที่ 12 (ฉบับที่ 2), หน้าที่ 303-318

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2562). รายชื่อสาขาของธนาคารในประเทศไทย.สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2562, จากมูลนิธินิติกรรม :

<https://th.wikipedia.org/wiki/รายชื่อสาขาของธนาคารในประเทศไทย>.

สาวิตรี ศรีวิมลศิริ. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อโฆษณาออนไลน์ ในเขตคลองเตย

และบางบอนในกรุงเทพมหานคร.(การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุรศักดิ์ อำนวยประวิทย์. (2559). กลยุทธ์การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร.

(ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

สภาวิชาชีพบัญชี. (2561). ประกาศสภาวิชาชีพบัญชี ที่ 29/2561 เรื่อง มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 1 (ปรับปรุง 2561).ประกาศ

ณ วันที่ 26 กันยายน พ.ศ. 2561



การพัฒนาลวดลายผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง บ้านเมืองงาม ตำบลท่าตอน

อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่

Development of Karen weaving pattern Baan Muang Ngam, Tha Ton Subdistrict,

Mae Ai District, Chiang Mai Province.

วิลาวัลย์ บุญประกอบ, สถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชน¹

วรินลักษณ์ ยูรี²

สุพิน แซ่ชา³

สุภาวดี สีแฮ⁴

Email: wilawan5129@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน วิธีการทอ แหล่งที่มาของเส้นด้าย ลักษณะของการจัดจำหน่าย และความคิดเห็นเกี่ยวกับผ้าทอกะเหรี่ยงในอนาคต และเพื่อพัฒนาลวดลายผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง บ้านเมืองงาม ตำบลท่าตอน อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ทอผ้ากะเหรี่ยง ชุมชนบ้านเมืองงาม ตำบลท่าตอน อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และบทสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติพื้นฐาน คือ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 60 ปี มีอาชีพเกษตรกร มีประสบการณ์ทอผ้ามากกว่า 10 ปี ข้อมูลเกี่ยวกับการทอผ้า ส่วนใหญ่ทอผ้าด้วยมือ มีแหล่งที่มาของเส้นด้ายคือซื้อ และเครื่องมือที่ใช้ในการทอผ้า คือ กี่เอน 2) ปัญหาเกี่ยวกับการทอผ้าในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ปัญหาด้านวัตถุดิบ (เส้นด้าย) รองลงมา ปัญหาด้านกระบวนการทอ ปัญหาด้านผู้ผลิต (ผู้ทอ) และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ 3) การพัฒนาลวดลายผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง มีการออกแบบลวดลายขึ้น 1 ลาย คือลายนกยูงในทุ่งเดซีม่วง 4) การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบผ้าทอ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านลวดลาย รองลงมา ด้านประโยชน์การใช้สอย ด้านสี และด้านผู้ออกแบบ

คำสำคัญ: การพัฒนา ปัญหาการทอผ้า ลวดลายผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง

ABSTRACT

This study aimed to study basic information, weaving method, yarn source, distribution characteristics and opinions about the future Karen weaving and to develop a weaving pattern for Baan Muang Karen shirt, Tha Ton Sub-district, Mae Ai District, Chiang Mai Province The target groups used in the study are 30 people weavers in the village of Ban Muang community, Tha Ton Sub-district, Mae Ai District, Chiang Mai Province. The tools used for data collection were questionnaires and interviews. For qualitative data analysis by content analysis and the statistics used in the analysis were mean, and standard deviation.

¹ ผศ.ดร. อาจารย์พิเศษ สถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชน

² เยาวชนนักพัฒนาผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง

³ เยาวชนนักพัฒนาผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง

⁴ เยาวชนนักพัฒนาผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง



วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ทอผ้ากะเหรี่ยง บ้านเมืองงาม ตำบลท่าตอน อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาความคิดเห็นของผู้ทอผ้ากะเหรี่ยง กรณีศึกษา กลุ่มผู้ทอผ้ากะเหรี่ยงบ้านเมืองงาม ตำบลท่าตอน อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้จะใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ชุด ในชุดแรก ประกอบด้วยข้อมูล 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน วิธีการทอ แหล่งที่มาของเส้นด้าย ลักษณะของการจัดจำหน่าย และความคิดเห็นเกี่ยวกับผ้าทอกะเหรี่ยงในอนาคต

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาเกี่ยวกับการทอผ้า โดยเป็นแบบสอบถามประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

สำหรับชุดที่ 2 ใช้แบบสอบถามในการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง โดยเป็นแบบสอบถามประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทอผ้า โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกโดยมีผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้สัมภาษณ์ คือ กลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยง บ้านเมืองงาม ตำบลท่าตอน อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ข้อมูลพื้นฐาน วิธีการทอ แหล่งที่มาของเส้นด้าย ลักษณะของการจัดจำหน่าย และความคิดเห็นเกี่ยวกับผ้าทอกะเหรี่ยงในอนาคต รวมถึงความรู้เกี่ยวกับการอบรมการพัฒนาตลาดใหม่ๆ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการเก็บรวบรวมค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์ หนังสือ เอกสารที่เผยแพร่จากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปวิเคราะห์ศึกษาเปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป กลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยง บ้านเมืองงาม ตำบลท่าตอน อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คนในชุมชนบ้านเมืองงามส่วนใหญ่ย้ายมาจากแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน รองลงมาคือเป็นคนในพื้นที่เกิดและโตที่บ้านเมืองงาม และย้ายมาจากอำเภออื่นในจังหวัดเชียงใหม่ การประกอบอาชีพหลักส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร และค้าขาย ผู้ทอผ้ากะเหรี่ยงส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่เริ่มหัดทอผ้าตั้งแต่อายุ 8-9 ขวบ บางคนเรียนรู้จากการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ บ้างก็เรียนรู้ด้วยตนเองจากการศึกษาตลาด และเริ่มหัดทอด้วยตนเอง ลองผิดลองถูกจนชำนาญ มีประสบการณ์ในการทอผ้ามากกว่า 10 ปีขึ้นไป จุดประสงค์ของการทอผ้าส่วนใหญ่ทอเพื่อใส่เอง ทอให้ลูกหลาน ทอใส่เองและจำหน่าย และทอเพื่อจำหน่าย และจะทอผ้าช่วงว่างจากการทำงานประจำ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ วิธีการทอ แหล่งที่มาของเส้นด้าย ลักษณะของการจัดจำหน่าย และความคิดเห็นเกี่ยวกับผ้าทอกะเหรี่ยงในอนาคต การทอผ้าใช้วิธีการทอด้วยมือ แหล่งที่มาของเส้นด้ายส่วนใหญ่จะซื้อเป็นโหล ที่ตลาดกาดหลวง เนื่องจากนานๆ จะได้เข้าไปในเมืองเลยซื้อทีละเยอะๆ ซึ่งราคาถูก และประหยัดกว่าการซื้อแบบทีละชนิด อายุการใช้งานของเส้นด้ายสามารถเก็บไว้ใช้ได้นาน และบางคนก็ซื้อที่ร้านค้าในหมู่บ้านแบบแบ่งขายอาจจะมีการแพงกว่าการเข้าไปซื้อเองในเมือง และซื้อและผลิตเองใช้เครื่องมือที่เก่า ลักษณะของการจัดจำหน่าย จะเป็นการรับสั่งทำแบบปรือเตอร์ตามที่ลูกค้าสั่งเข้ามา ในการรับสินค้าส่วนใหญ่ลูกค้าจะเข้ามารับเอง จะไม่มีการจัดส่งทางขนส่งหรือไปรษณีย์ นอกจากบางกรณีที่ไม่สามารถมารับเองได้ การจัดจำหน่ายไม่มีหน้าร้าน ผากญาติที่อยู่ในตัวเมืองให้ช่วยขาย ช่วยประชาสัมพันธ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นพ้องต้องกันว่า ในอนาคตผ้าทอกะเหรี่ยงจะไม่มีลูกหลานสืบทอด แม้แต่ในทุกวันนี้การใส่ชุดชนเผ่าก็น้อยลงจะใส่ก็ต่อเมื่อมีเทศกาลหรืองานจำเป็นต่างๆ ลูกหลานส่วนใหญ่หันไปทำงานในเมืองกันหมดไม่มีใครสนใจเรียน หรือฝึกทอ

จึงทำให้ในอนาคตผ้าทอกะเหรี่ยงอาจจะลดลง หรืออาจจะมีการพัฒนาเปลี่ยนเป็นแบบใหม่ ผ้าทอแบบดั้งเดิมอาจหาดูยากในอนาคต และผู้ทอผ้ากะเหรี่ยงส่วนใหญ่มีปัญหาเรื่องสุขภาพทำให้เกิดอาการปวดหลัง

ตอนที่ 3 ปัญหาเกี่ยวกับการทอผ้า

ปัญหาเกี่ยวกับการทอผ้าในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 2) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ปัญหาด้านวัตถุดิบ (เส้นด้าย) ($\bar{X}$ = 3.47) รองลงมา ได้แก่ ปัญหาด้านกระบวนการทอ ($\bar{X}$ = 3.10) ปัญหาด้านผู้ผลิต (ผู้ทอ) ($\bar{X}$ = 3.06) และปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}$ = 1.57) รายละเอียดดังนี้

1. ปัญหาด้านวัตถุดิบ พบว่าปัญหาด้านวัตถุดิบ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.47) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการหาแหล่งที่จัดซื้อเส้นด้าย ($\bar{X}$ = 3.70) รองลงมา ได้แก่ ปัญหาด้านราคา ($\bar{X}$ = 3.60) การเลือกคุณภาพของเส้นด้าย ($\bar{X}$ = 3.34) และอายุการใช้งานของเส้นด้าย ($\bar{X}$ = 3.23)

2. ปัญหาด้านกระบวนการทอ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.10) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ปัญหาการแก้ไขหากมีข้อผิดพลาดในการทอผ้ากะเหรี่ยง ($\bar{X}$ = 3.83) รองลงมาได้แก่ ระยะเวลาในการทอผ้ากะเหรี่ยง ($\bar{X}$ = 3.20) และการลงน้ำหนักไม่สม่ำเสมอ ($\bar{X}$ = 2.27)

3. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}$ = 1.57) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ปัญหาลวดลายไม่มีรูปแบบใหม่ ($\bar{X}$ = 1.87) รองลงมา ได้แก่ ลวดลายไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และคุณภาพของผ้าทอกะเหรี่ยง ($\bar{X}$ = 1.53) ลวดลายไม่มีความชัดเจน ($\bar{X}$ = 1.50) และสีของผ้าทอไม่มีลักษณะโดดเด่น ($\bar{X}$ = 1.40)

4. ปัญหาด้านผู้ผลิต (ผู้ทอ) อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.06) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผู้ทอไม่สามารถนั่งทอผ้าได้เป็นเวลานานเนื่องจากปัญหาสุขภาพ ($\bar{X}$ = 3.27) รองลงมาได้แก่ ผู้ทอทอผ้าไม่ได้หากขาดรูปแบบตัวอย่าง ($\bar{X}$ = 2.97) และผู้ทอออกแบบลวดลายที่แปลกใหม่ไม่ได้ ($\bar{X}$ = 2.93)

ตอนที่ 4 การพัฒนาลวดลายผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง

การพัฒนาลวดลายผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง ได้เริ่มพัฒนาจากการ นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องปัญหาจึงได้หาแนวทางในการแก้ปัญหา โดยการออกแบบลวดลายผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยงขึ้นมาใหม่ โดยศึกษาขั้นตอน เทคนิคการออกแบบต่างๆ จากผู้เชี่ยวชาญ คุณกาญจนา ลิ้มสธ กลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยง บ้านเมืองงาม เริ่มร่างรูปแบบลวดลายลงในผ้าตามที่ต้องการ ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญหาแนวทางแก้ไขข้อผิดพลาดในการออกแบบ และพัฒนาตามความเหมาะสมของลวดลาย ได้ตั้งชื่อลาย “นกยูงในทุ่งเดซีมวัง”

ขั้นตอนในการพัฒนาลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยง

ขั้นตอนที่ 1 นำผลการวิเคราะห์ปัญหามาร่วมกันหาแนวทางในการแก้ปัญหา โดยการออกแบบผ้าทอกะเหรี่ยงขึ้นมาใหม่ โดยศึกษาขั้นตอน เทคนิคการออกแบบต่างๆ จากผู้เชี่ยวชาญ คุณกาญจนา ลิ้มสธ ผู้ทอผ้ากะเหรี่ยง บ้านเมืองงาม ตำบลท่าตอน อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 1 ศึกษาเทคนิคการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 2 ร่างรูปแบบลวดลายลงในผ้า ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญหาแนวทางแก้ไขข้อผิดพลาดในการออกแบบ และพัฒนาตามความเหมาะสมของแบบเสื้อและลวดลาย มีการออกแบบเสื้อและลวดลายขึ้น 1 แบบ ดังนี้



ภาพที่ 2 การพัฒนาครั้งที่ 1

จากภาพการพัฒนาครั้งที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญไม่สามารถทอผ้าออกมาในลวดลายที่ต้องการได้ ผู้เชี่ยวชาญมีข้อเสนอแนะในการออกแบบ ให้ใช้วิธีการปักมาช่วยเพิ่มลวดลาย เพื่อให้ผ้ามีความนูนของลวดลายที่ปักเพื่อเพิ่มความสวยงามและให้มีมิติ จุดเด่นที่สะดุดตา โดยการร่างภาพที่ต้องการลงบนผ้าที่ทอเสร็จและตัดเย็บเข้าชุด



ลายเดิม

ลายใหม่

ภาพที่ 3 การพัฒนาครั้งที่ 2

จากภาพการพัฒนาครั้งที่ 2 จากการปักลายดอกลวดลายแรกดูเล็กและไม่มีจุดเด่น จึงปรับแก้ลวดลายจากดอกเล็กๆ ให้เป็นดอกใหญ่ ลวดลายดอกไม้ที่ได้ ได้จากการเลียนแบบดอกเดซี่และมีการปรับเปลี่ยนสีเกสรจากสีเหลืองเป็นสีม่วงเนื่องจากสีจะชนกับใบไม้

ตอนที่ 5 การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง

ตัวแปรที่จะใช้ในการศึกษาการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบ ด้านสี ด้านผู้พัฒนา



ภาพที่ 4 แบบเสื้อที่ใช้ประกอบการประเพณี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยงในภาพรวม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านลวดลาย	4.77	0.48	มากที่สุด
2. ด้านสี	4.49	0.69	มาก
3. ด้านประโยชน์การใช้สอย	4.69	0.51	มากที่สุด
4. ด้านผู้ออกแบบ	4.36	0.60	มาก
ภาพรวม	4.58	0.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า การประเมินจากผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง ในภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านลวดลาย ($\bar{X} = 4.77$) รองลงมา ได้แก่ ด้านประโยชน์การใช้สอย ($\bar{X} = 4.69$) ด้านสี ($\bar{X} = 4.49$) และด้านผู้ออกแบบ ($\bar{X} = 4.36$) รายละเอียด ดังนี้

1. ด้านลวดลาย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.77$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ลวดลาย มีความแปลกใหม่ ($\bar{X} = 4.90$) รองลงมา ได้แก่ ลวดลายมีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.80$) ลวดลายมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X} = 4.73$) และ ลวดลายมีความชัดเจน ($\bar{X} = 4.63$)

2. ด้านสี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการใช้สีไปในทิศทางเดียวกัน ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมา ได้แก่ มีการใช้สีที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.50$) และมีการใช้สีที่โดดเด่นสะดุดตา ($\bar{X} = 4.37$)

3. ด้านประโยชน์การใช้สอย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$) เมื่อพิจารณา แต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผ้าทอสามารถใช้งานได้อย่างคุ้มค่า ($\bar{X} = 4.83$) รองลงมา ได้แก่ ผ้าทอลายใหม่มีความเหมาะสมกับการใช้สอย ($\bar{X} = 4.77$) ผ้าทอสามารถนำไปผลิตต่อได้ ($\bar{X} = 4.67$) และผ้าทอลายใหม่สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ ($\bar{X} = 4.50$)

4. ด้านผู้ออกแบบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$) เมื่อพิจารณา แต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.67$) รองลงมา ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจในหลักการออกแบบผ้าทอ ($\bar{X} = 4.37$) ความละเอียดในการออกแบบ ($\bar{X} = 4.37$) ความใส่ใจในการออกแบบลวดลาย ($\bar{X} = 4.33$) และการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการออกแบบ ($\bar{X} = 4.07$)



สรุปและอภิปรายผล

อภิปรายผล

จากการศึกษา การพัฒนาตลาดผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง กลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยง บ้านเมืองงาม ตำบลท่าตอน อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. สมาชิกในกลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยงส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ที่มีอายุประมาณ 60 ปีขึ้นไป และผู้ทอผ้าส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นเกษตรกร มีประสบการณ์ด้านการทอผ้ากะเหรี่ยงมากกว่า 10 ปีขึ้นไป สอดคล้องกับวิภาวี สีลากุล และรุ่งนภา กิตติลาภ (2559) พบว่า ผู้ทอผ้าและทำผลิตภัณฑ์จากผ้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีประสบการณ์ในการทอผ้าส่วนใหญ่มากกว่า 10 ปี จุดประสงค์ของการทอผ้าส่วนใหญ่ทอเพื่อใส่เองในครอบครัว และช่วงเวลาที่ใช้ในการทอคือเวลาว่างจากการทำงานประจำ

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทอผ้ากะเหรี่ยง ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ในอนาคตจะไม่มีเด็กรุ่นใหม่มาสืบทอดการทอผ้ากะเหรี่ยง เนื่องจากบุตรหลานส่วนมากไปทำงานในเมือง เด็กที่อยู่บ้านก็ไม่ค่อยให้ความสนใจเนื่องจากการทำงานจำเป็นต้องใช้ความพยายาม ความอดทน ความตั้งใจในการทออย่างมาก ซึ่งคนที่ไม่มีใจรักในการทำก็จะทำให้เบื่อได้ง่าย สอดคล้องกับปรมิษฐ์ นารทะ (2563) พบว่า การเปลี่ยนให้คนรุ่นใหม่มาสืบทอดต้องใช้แรงบันดาลใจว่าจะนำภูมิปัญญาที่มีอยู่มาต่อยอดอย่างไร เช่น การนำผ้าไทยมาประยุกต์ในการตัดเย็บร่วมกับชุดกีฬาที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ รวมถึงเอกลักษณ์ของความเป็นไทยผ่านลายผ้าที่เอามาตกแต่งบนชุดกีฬา

3. การทอผ้ากะเหรี่ยงยังทำให้เกิดอาการปวดหลัง สอดคล้องกับณัฐพงษ์ ฤทธิ์น้ำคำ และกาญจนา นาถะพินธุ (2561) พบว่า กลุ่มอาชีพทอผ้าใหม่ส่วนใหญ่มีปัญหาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อมากที่สุดคือ บริเวณเอว เข่า ไหล่ ต้นขา และหลังส่วนบน ลักษณะการก้มคอขณะทำงานเป็นประจำมีความสัมพันธ์กับการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อบริเวณไหล่ซ้าย และไหล่ขวาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$) การเอี้ยวตัวขณะทำงานเป็นประจำมีความสัมพันธ์กับการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อบริเวณข้อศอกซ้าย และเอวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$)

4. การพัฒนาตลาดผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยงจากปัญหาการทอผ้ากะเหรี่ยงส่วนใหญ่ตลาดไม่มีรูปแบบใหม่ ตลาดไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จึงหาแนวทางในการแก้ปัญหา โดยศึกษาขั้นตอน เทคนิคการออกแบบต่างๆ จากผู้เชี่ยวชาญ คุณกาญจนา ลิธากลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยง บ้านเมืองงาม เริ่มร่างรูปแบบตลาดลงในในผ้าตามที่ต้องการ ปรึกษาศูนย์เชี่ยวชาญหาแนวทางแก้ไขข้อผิดพลาดในการออกแบบ และพัฒนาตามความเหมาะสมของตลาด ได้ตั้งชื่อลาย “นกยูงในทุ่งเดซีม่วง” และได้มีการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง ในภาพรวมอยู่ใน ระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านตลาดมีความแปลกใหม่ ตลาดมีความสวยงาม ตลาดมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และตลาดมีความชัดเจน สอดคล้องกับ ดุณฑ์ ชมชื่น และสมชาย ใจบาน (2558) ที่กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอกะเหรี่ยงที่รับการพัฒนาที่มีคุณค่าเหมาะสม เอกลักษณ์และโดดเด่น มีลักษณะที่ต่างไปจากเดิมทำให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาการพัฒนาตลาดผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง บ้านเมืองงาม ตำบลท่าตอน อำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่ คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. จากการพัฒนาตลาดใหม่ของผู้ทอเสื้อกะเหรี่ยง ทำให้ได้ตลาดใหม่ที่แปลกใหม่ สวยงาม มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และมีความชัดเจน เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสำหรับผู้สนใจในอาชีพการทอผ้าได้ และสามารถกำหนดราคาขายเพิ่มเติมได้ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชนในหมู่บ้านบ้านเมืองงามควรสนับสนุนให้มีศูนย์ฝึกอบรมเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดของผู้ทอมากขึ้น

2. การทอผ้าส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านวัตถุดิบ เส้นด้าย ดังนั้น ผู้นำชุมชนในหมู่บ้านเมืองงามควรมีการสนับสนุน และส่งเสริมให้มีการจำหน่ายเส้นด้ายผ้าฝ้ายในหมู่บ้านที่มีราคาถูก และให้ความรู้ในการนำวัตถุดิบมาพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่และทันสมัยขึ้น แต่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของผ้าทอกะเหรี่ยง

3. ปัญหาที่พบมากที่สุด คือ การไม่มีผู้สืบทอดการทอผ้า ดังนั้นผู้นำชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้มีการสืบทอดต่อไปในอนาคต ผู้ใหญ่ในชุมชนบ้านเมืองงามควรมีการจัดแหล่งเรียนรู้และปลูกฝังบุตรหลานหรือบุคคลที่มีความสนใจในการทอผ้าได้มีโอกาสเรียนรู้และได้ฝึกทำ ไม่ใช่แค่เฉพาะกลุ่มชนเผ่ากะเหรี่ยงเท่านั้น แต่เป็นการเปิดให้ความรู้กับทุกคนให้เล็งเห็นถึงความสำคัญ ความเป็นเอกลักษณ์ให้ยังคงอยู่สืบทอดต่อกันไป



ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาการพัฒนาตลาดผ้าทอเสื้อกะเหรี่ยง กลุ่มทอผ้ากะเหรี่ยง บ้านเมืองงามตำบลท่าตอน อำเภอเมืองงาม จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้เพื่อเป็นความรู้ในการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในครั้งต่อไป

ส่งเสริม พัฒนาช่องทางการเพิ่มมูลค่าของผ้าทอกะเหรี่ยง โดยการเพิ่มตลาด สีสันและรูปแบบของทรงเสื้อผ้าให้ทันสมัย แก่ผ้าทอ และเพื่อบุคคลต่างๆจะสามารถสวมใส่ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม และช่องทางในการจัดจำหน่ายที่กว้างมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ปรมินทร์ นาระทะ. (2562). เสวนาองค์ความรู้ (ร่าง) แผนแม่บทผ้าไทย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
สืบค้นเมื่อ วันที่ 12 กรกฎาคม 2563. จาก : <https://erp.mju.ac.th/articleDetail.aspx?qid=104>
- ณัฐพงษ์ ฤทธิ์น้ำคำ และกาญจนา นาคะพินธุ. (2561). ปัญหาสุขภาพจากการทำงานและการดูแลสุขภาพจากกลุ่มอาชีพทอผ้าไหม
อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ. วารสารวิจัย มช. (ฉบับบัณฑิตศึกษา) 7(3). หน้า 83-97.
- ตุนท์ ชมชื่น และสมชาย ใจบาน. (2558). การเสริมสร้างศักยภาพการผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชน “ผ้าทอกะเหรี่ยง” ตามแนวคิดเศรษฐกิจ
พอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์: กรณีชุมชนตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. วารสารการพัฒนาชุมชนและ
คุณภาพชีวิต 3(2). หน้า 203-214
- ฤชอร แสงไทย. (2544). อาชีพการทอผ้าที่เฒ่าของชนเผ่ากะเหรี่ยง บ้านพระบาทห้วยต้ม อำเภอเถิน จังหวัดลำพูน. วิทยานิพนธ์ศึกษา
ศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- วิภาวี สีลากุล และรุ่งนภา กิตติลาภ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ใน จังหวัดขอนแก่น.
วารสารวิชาการธรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. 16 (2). หน้า 15 - 34.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอยางชุมน้อย. (2560). ผ้าทอกระเหรี่ยง. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2563. จาก :
<https://district.cdd.go.th/khunyuam>
- แหล่งสารสนเทศท้องถิ่น. (2557). ความเป็นมาของผ้าทอกะเหรี่ยง. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2563. จาก :
<https://pratrokaren.blogspot.com/2014/12/blog-post.html>



การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวาย
บ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
Development of Rattan basket product
in Ban Luang, Chiang khong District, Chiang Rai Province

มนัญญ์ เทศอินทร์, สถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชน¹

ภาณุวัฒน์ กันทิ²

ลักขณา ธิชาญ³

สุพิชญา สายสมร⁴

Email: manot_rkk@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายของคนในชุมชน และเพื่อศึกษาพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายของคนในชุมชนบ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบอาชีพจักสานตะกร้าหวาย บ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์ ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้ค่าสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ประกอบอาชีพจักสานตะกร้าหวายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 56 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก (2) ข้อมูลด้านต้นทุนในการผลิตตะกร้าหวายพบว่า ตะกร้าหวายขนาดเล็กมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยเท่ากับ 32,588.11 บาทต่อปี ตะกร้าหวายขนาดกลางมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยเท่ากับ 60,433.62 บาทต่อปี และตะกร้าหวายขนาดใหญ่มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยเท่ากับ 31,829.26 บาทต่อปี (3) ข้อมูลด้านผลตอบแทนพบว่า ตะกร้าหวายขนาดเล็กมีกำไรเฉลี่ย 12,471.89 บาทต่อปี ตะกร้าหวายขนาดกลางมีกำไรเฉลี่ย 21,566.38 บาทต่อปี ตะกร้าหวายขนาดใหญ่มีกำไรเฉลี่ย 6,740.74 บาทต่อปี (4) ด้านการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวาย พบว่า ตะกร้าหวายแบบเดิมในชุมชนมีรูปทรงและลวดลายทั้งหมด 4 รูปทรง 7 ลวดลาย คณะผู้วิจัยได้พัฒนาตะกร้าหวายขนาดกลาง เนื่องจากมีผลตอบแทนและเป็นที่นิยมใช้มากที่สุด โดยพัฒนารูปทรงตะกร้าจากรูปทรงสี่เหลี่ยมให้เป็นรูปทรงรูปเรือที่มีความแปลกใหม่และจัดรูปแบบในการสานลวดลายใหม่ให้เกิดการยกย่องทำให้มีมิติมากขึ้นมีความน่าใช้และออกแบบหูจับตะกร้าให้มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : ต้นทุน ผลตอบแทน ผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวาย

ABSTRACT

This research has the objective to study the cost and return of wicker basket products of the people in the community. And to study and develop wicker basket products of people in Ban Luang community Chiang Khong District Chiang Rai the target groups used in this study are Professionals weaving rattan baskets, Ban Luang,

¹ อาจารย์ประจำ สถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชน

² เยาวชนนักพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวาย บ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

³ เยาวชนนักพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวาย บ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

⁴ เยาวชนนักพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวาย บ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

Chiang Khong district 15 people in Chiang Rai Province. Qualitative data using content analysis techniques And quantitative data analysis using statistical values. The statistics used for data analysis are mean, standard deviation.

The research found that (1) Professionals woven wicker baskets are mostly female. Most of them are aged 56 years or more. They are farmers as their main occupation. (2) The cost of wicker basket production was found that Small wicker baskets have an average production cost of 32,588.11 baht per year, medium wicker baskets have an average production cost of 60,433.62 baht per year, and large wicker baskets have an average production cost of 31,829.26 baht per year. (3) Information on returns found that Small wicker baskets have an average profit of 12,471.89 baht per year, medium wicker baskets have an average profit of 21,566.38 baht per year, large wicker baskets have an average profit of 6,740.74 baht per year. (4) For the development of wicker basket product holes, it was found that the traditional wicker baskets in the community had 4 shapes and 7 patterns. This is because it is the most popular. By developing a basket shape from a rectangular shape to a boat shape exotic and arrange the patterns to weave a new pattern to create a bulge and make it more dimensional it is more attractive to use and designed the basket handle to be more modern.

Keywords: Cost, Return, Wicker basket products

บทนำ

งานหัตถกรรมเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ที่สร้างขึ้นด้วยมือเป็นหลัก ใช้เป็นสิ่งของสนองความเชื่อถือทางด้านประเพณี ศาสนา เช่น เป็นเครื่องบูชา ใช้เพื่อความสวยงามสนองความสุขทางจิตใจและเป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพ เช่น การปั่น การแกะสลัก การจักสาน ซึ่งเกิดจากฝีมือช่างเพียงคนเดียวหรือมากกว่าหนึ่งคน โดยนำวัสดุที่มีอยู่ตามธรรมชาติมาประดิษฐ์เป็นเครื่องมือเครื่องใช้เพื่อประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน งานหัตถกรรมจะมีการพัฒนารูปแบบไปตามการพัฒนาฝีมือของช่างที่สั่งสมประสบการณ์ และสืบทอดความรู้ ความชำนาญ จากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ซึ่งต้องใช้ระยะเวลา และทักษะ ส่งผลให้งานหัตถกรรมมีความงามและมีคุณค่าทางศิลปะ

เครื่องจักสานถือเป็นงานหัตถกรรมอย่างหนึ่งที่มนุษย์ทำขึ้นเป็นเครื่องมือ เครื่องใช้ โดยใช้วัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น กรรมวิธีในการทำเครื่องจักสาน เริ่มจากการใช้วัสดุจากธรรมชาติที่มีลักษณะเป็นเถา เป็นเส้น มาสอดขัดกันเป็นแผ่นอย่างง่าย ๆ แล้วพัฒนาเป็นภาชนะหรือเครื่องใช้ กลุ่มประเทศในแถบเอเชียเป็นแหล่งผลิตเครื่องจักสานที่สำคัญของโลก ทั้งนี้เพราะภูมิภาคนี้อุดมสมบูรณ์ไปด้วยพืชพันธุ์ธัญญาหารและประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมแบบดั้งเดิม ยังมิได้พัฒนาเป็นอุตสาหกรรม การเกษตรที่ใช้เครื่องจักร โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ประเทศไทย ซึ่งประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรมและยังเป็นการเกษตรแบบดั้งเดิมที่ใช้เครื่องมือพื้นบ้าน นอกจากนี้การดำรงชีพของประชาชนในชนบท ยังดำรงชีวิตตามสภาพสังคมเกษตรกรรมที่ผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ขึ้นเองจากวัตถุดิบธรรมชาติในท้องถิ่น ได้แก่ การทำภาชนะดินเผาด้วยดินที่หาได้ในท้องถิ่น การทำเครื่องจักสานด้วย เถา ใบ และต้นไม้นานาชนิด เป็นต้น (ทรูปลูกปัญญา, 2560)

การทำเครื่องจักสานในประเทศไทยมีการทำสืบต่อกันมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์นักโบราณคดีได้พบหลักฐานสำคัญเกี่ยวกับการทำเครื่องจักสานในยุคหินใหม่ที่บริเวณถ้ำแห่งหนึ่งในเขตอำเภอศรีสวัสดิ์ จ.กาญจนบุรี ซึ่งทำด้วยไม้ไผ่เป็นลายขัดสองเส้น ประมาณว่ามีอายุราว 4,000 ปี เครื่องจักสานเป็นเครื่องมือของคนไทยที่ใช้กันทั่วไปแทบทุกครัวเรือนมาตั้งแต่สมัยโบราณ เครื่องจักสานนั้น นอกจากจะสานเป็นภาชนะต่างๆ แล้วยังสานเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันอีกมากมายหลายชนิด เครื่องจักสานยังเป็งานศิลปหัตถกรรม และหัตถกรรมที่บรรพชนไทยทำขึ้นตามสภาพสิ่งแวดล้อม ชนบประเพณีและวัฒนธรรม ดังนั้น เครื่องจักสานไทย ซึ่งเกิดจากความคิดสร้างสรรค์และภูมิปัญญาของคนไทยสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย จากอดีตสืบมาจนปัจจุบัน (ทรูปลูกปัญญา, 2560)

หวายเป็พันธุ์ไม้ที่ขึ้นอยู่เป็นกอมีใบเรียวยาวผิวเกลี้ยง (บ้านและสวน, 2562) และจัดอยู่ในตระกูลปาล์ม เป็นไม้เขตร้อน มีคุณสมบัติพิเศษคือ มีเนื้อเหนียวสามารถดัดงอตัวได้ยืดหยุ่นได้ดีกว่าวัสดุอื่นๆ ด้วยคุณสมบัติพิเศษนี้ทำให้หวายกลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่นิยมนำมาใช้เป็นเครื่องจักสาน เมื่อนำหวายมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ก็จะมีน้ำหนักเบาสามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย อีกทั้งยังมีราคาถูก (ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ, 2563)



ผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายบ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ถือเป็นส่วนหนึ่งของชาวจังหวัดเชียงรายที่แสดงถึงวิถีชีวิตพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ที่สืบทอดต่อกันมา โดยนำหวายซึ่งเป็นวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นและเป็นพืชเศรษฐกิจของชุมชน นำมาผลิตเป็นงานจักสานเพื่อใช้ประโยชน์ในการใช้สอย แต่ปัจจุบันงานจักสานเริ่มมีคนนิยมใช้สอยลดน้อยลง สาเหตุมาจากมีเทคโนโลยีใหม่ๆ เริ่มเข้ามามีบทบาทในการดำรงชีวิตของชาวบ้าน วิถีชีวิตของชาวบ้านก็เริ่มเปลี่ยนไปตามวัฒนธรรมทางสังคมแต่ก็มีคนบางกลุ่มที่ยังคงสนใจและเห็นคุณค่าของศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านประเภทงานจักสาน จึงมีการสืบทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นเพื่อใช้สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนและยังเป็นการปลูกฝังให้เด็กรุ่นใหม่รู้จักภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์

คณะผู้วิจัยได้กล่าวถึงคุณค่าของศิลปหัตถกรรมเครื่องจักสานที่เกิดขึ้นจากฝีมือคนไทยซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายของบ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ที่เกรงว่าจะสูญหายไป ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้มีความน่าใช้แต่ยังคงรูปแบบงานจักสานแบบเดิมในอดีตไว้ เพียงจะออกแบบรูปทรงและลวดลายใหม่ๆ เพิ่มเข้าไป เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์งานจักสานและทำให้คนสนใจที่จะกลับมาใช้ผลิตภัณฑ์จักสานหวายมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายของคนในชุมชนบ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายของคนในชุมชนบ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวาย บ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ จำนวน 15 คนได้แก่ นางเลี้ยว แก้วตา นางฉายพิน กงฝ่าย นายสงวน คำริน นางอัมพร ธิชาญ นางคำ แงใจดี นางสาวพรรณิ แงใจดี นางรัตนพร คำสมบัติ นางนฤพร สิงห์หะ นายจักรวาล ธิชาญ นางคำใส สฤยศ นางพิกุลทอง มาโชค นายเลื่อน แงใจดี นางบัวผัด นอบนบ นางบุผา ธรรมชัย และนางมอญ ชัยชาญ

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายบ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย มีเครื่องมือที่ใช้เก็บในการรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ลักษณะเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบอาชีพจักสานตะกร้าหวายทำให้ข้อมูลเกี่ยวกับชื่อ เพศ อายุ อาชีพ
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายที่ทำให้ทราบถึงต้นทุน วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงาน และค่าวัสดุอุปกรณ์
- ตอนที่ 3 ข้อมูลผลตอบแทนจากการผลิตตะกร้าหวาย
- ตอนที่ 4 ข้อมูลการประเมินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายที่ออกแบบขึ้นมา
- ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เพื่อให้แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สามารถวัดสิ่งที่ต้องการวัด และมีความแม่นยำในการวัด ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้ ร่างแบบสัมภาษณ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และแนวทางที่ได้ศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำแบบสัมภาษณ์กลับมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ

การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยนำแบบสัมภาษณ์ไปทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 15 ท่าน และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้ค่าสถิติ มาแจกแจงความถี่และวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



(Standard Deviation: S.D) เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เกณฑ์วัดไว้ 5 ระดับและแปลความหมายดังนี้ ดังนี้

ระดับ	ช่วงของค่าเฉลี่ย	ระดับคะแนน
มากที่สุด	00.5-51.4	5
มาก	50.4-51.3	4
ปานกลาง	50.3-51.2	3
น้อย	50.2-51.1	2
น้อยที่สุด	50.1-00.1	1

การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานตะกร้าหวาย

จากตะกร้าลายผืนเสื้อแบบเดิมที่มีลวดลายเรียบง่าย ไม่ค่อยโดดเด่นและเห็นลวดลายไม่ชัดเจน มาพัฒนาเป็นลายผืนเสื้อที่มีรูปแบบเหมือนรูป 3 มิติ มีขั้นตอนพัฒนาดังนี้

1. ศึกษาเกี่ยวกับลวดลายและรูปทรงของตะกร้าหวายของชุมชนบ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เพื่อที่จะนำมาพัฒนาให้เกิดรูปแบบใหม่
2. ได้มีการลงพื้นที่บ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เพื่อสำรวจลวดลายและรูปทรงของตะกร้าหวาย พบว่าในหมู่บ้านหลวงได้มีการถักลายทั้งหมด 7 ลาย 4 รูปทรง
3. ได้มีการรวบรวมลวดลายและรูปทรงของตะกร้าหวายจากผู้ประกอบการอาชีพจักสานตะกร้าหวายแล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำลายและรูปทรงมาพัฒนาให้เป็นรูปแบบใหม่

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สถานภาพข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการอาชีพจักสานตะกร้าหวาย
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ระหว่าง 56 ปีขึ้นไป รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 46 – 50 ปี และอายุระหว่าง 30 – 45 ปี ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรเป็นอาชีพหลัก และประกอบอาชีพจักสานตะกร้าหวายเป็นอาชีพเสริม ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่ทำตะกร้าหวายในช่วงเวลาว่างจากการทำงาน รองลงมาใช้เวลาในการทำตะกร้าตลอดทั้งวัน และผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่ทำตะกร้าเพื่อนำไปจำหน่ายและใช้เอง
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายที่ทำให้ทราบถึงต้นทุน วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงาน และค่าวัสดุอุปกรณ์
 - 2.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของทั่วไปของผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายซึ่งเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) เกี่ยวกับจำนวนร้อยละของวัตถุดิบหลักที่นำมาผลิตตะกร้าหวายพบว่าซื้อวัตถุดิบจากคนในชุมชนเนื่องจากมีหวายเป็นพืชเศรษฐกิจของชาวบ้าน จึงมีการซื้อขายกันเองในชุมชน ทำให้หวายมีราคาถูกกว่าการซื้อจากพ่อค้าคนกลาง
 - 2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านค่าแรงงานจากการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์พบว่า ค่าเฉลี่ยต้นทุนค่าแรงงานของผลิตภัณฑ์ตะกร้าขนาดเล็กต่อปี เท่ากับ 20,026.67 บาท ค่าเฉลี่ยต้นทุนค่าแรงงานของผลิตภัณฑ์ตะกร้าขนาดกลางต่อปี เท่ากับ 34,166.67 บาท และค่าเฉลี่ยต้นทุนค่าแรงงานของผลิตภัณฑ์ตะกร้าขนาดใหญ่ต่อปี เท่ากับ 17,290.00 บาท



2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทะกร้าห่วย แสดงตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตต่อปี

ค่าวัสดุ/อุปกรณ์	ค่าเฉลี่ยต้นทุนต่อปี		
	เล็ก	กลาง	ใหญ่
ลูกแม็ก	3,158.20	7,200.22	4,188.17
สีเคลือบเงา	1,365.42	2,231.83	1,234.62
น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95	105.14	215.25	111.72
รวม	4,628.76	9647.30	5,534.51

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต พบว่า

ค่าเฉลี่ยต้นทุนของลูกแม็กต่อปี ในทะกร้าขนาดเล็ก เท่ากับ 3,158.20 บาททะกร้าขนาดกลาง เท่ากับ 3,158.20 บาท และทะกร้าขนาดใหญ่ เท่ากับ 4,188.17 บาท

ค่าเฉลี่ยต้นทุนของสีเคลือบเงาต่อปี ในทะกร้าขนาดเล็ก เท่ากับ 1,365.42 บาททะกร้าขนาดกลาง เท่ากับ 2,231.83 บาท และทะกร้าขนาดใหญ่ เท่ากับ 1,234.62 บาท

ค่าเฉลี่ยต้นทุนของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95ต่อปี ในทะกร้าขนาดเล็ก เท่ากับ 105.14 บาททะกร้าขนาดกลาง เท่ากับ 215.25 บาท และทะกร้าขนาดใหญ่ เท่ากับ 111.72 บาท

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตต่อปี

ค่าวัสดุ/อุปกรณ์	ค่าเฉลี่ยต้นทุนต่อปี
ปื้ลม	1,117.11
คีมตัดห่วย (กรรไกรตัดแต่งกิ่ง)	43.19
มีดขุดห่วย	12.17
ค้อนตีตะปู (ขนาดเล็ก)	7.74
แปรงทาสี	43.33
หัวยิง (หัวยิงตะปูลม)	211.08
คีมปากจิ้งจก (หนีบตะปู)	12.35
เหล็กปลายแหลม	6.95
สายวัดตัว	16.67
รวม	1,470.59

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต พบว่า

ค่าเฉลี่ยต้นทุนของปื้ลมต่อปี เท่ากับ 1,117.11 บาท ค่าเฉลี่ยต้นทุนของคีมตัดห่วยต่อปี เท่ากับ 43.19 บาท ค่าเฉลี่ยต้นทุนของมีดขุดห่วยต่อปี เท่ากับ 12.17บาท ค่าเฉลี่ยต้นทุนของค้อนตีตะปูเล็กต่อปี เท่ากับ 7.74 บาท ค่าเฉลี่ยต้นทุนของแปรงทาสีต่อปี เท่ากับ 43.33บาท ค่าเฉลี่ยต้นทุนของหัวยิง (แม็กลม) ต่อปี เท่ากับ 211.08บาท ค่าเฉลี่ยต้นทุนของคีมปากจิ้งจกต่อปี เท่ากับ 12.35 บาท ค่าเฉลี่ยต้นทุนของเหล็กปลายแหลมต่อปี เท่ากับ 6.95 บาท ค่าเฉลี่ยต้นทุนของสายวัดตัวต่อปี เท่ากับ 16.67 บาท

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านผลตอบแทนจากการผลิตทะกร้าห่วย

ในส่วนนี้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านรายได้ในการจักสานทะกร้าห่วยพบว่า รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทะกร้าห่วยขนาดเล็กเฉลี่ย 45,060.00 บาทต่อปี กำไรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทะกร้าห่วยขนาดเล็ก เฉลี่ย 12,139.04 บาทต่อปี

ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงที่ใช้ในการผลิตตะกร้าหวายพบว่าต้นทุนวัตถุดิบทางตรงเฉลี่ย 7,422.38 บาทต่อปี ต้นทุนค่าแรงงานทางตรงในการผลิตตะกร้าหวายพบว่าต้นทุนค่าแรงงานทางตรงเฉลี่ย 20,026.67 บาทต่อปี

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายขนาดกลางเฉลี่ย 82,000.00 บาทต่อปี กำไรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายขนาดกลาง เฉลี่ย 20,577.60 บาทต่อปี ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงที่ใช้ในการผลิตตะกร้าหวายพบว่าต้นทุนวัตถุดิบทางตรงเฉลี่ย 15,935.33 บาท ต่อปี ต้นทุนค่าแรงงานทางตรงในการผลิตตะกร้าหวายพบว่าต้นทุนค่าแรงงานทางตรงเฉลี่ย 34,166.67 บาท ต่อปี

รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายขนาดใหญ่ เฉลี่ย 38,570.00 บาทต่อปี กำไรจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายขนาดใหญ่เฉลี่ย 6,484.42 บาทต่อปี ต้นทุนวัตถุดิบทางตรงที่ใช้ในการผลิตตะกร้าหวายพบว่าต้นทุนวัตถุดิบทางตรงเฉลี่ย 8,728.79 บาทต่อปี ต้นทุนค่าแรงงานทางตรงในการผลิตตะกร้าหวายพบว่าต้นทุนค่าแรงงานทางตรงเฉลี่ย 17,290.00 บาทต่อปี

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวาย

การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวาย ได้เริ่มจากศึกษาที่เกี่ยวกับลวดลายและรูปร่างเดิมของตะกร้าหวายว่ามีการกลายตะกร้าหวายทั้งหมด 7 ลาย มีรูปทรงทั้งหมด 4 รูปทรง ดังภาพ



ภาพที่ 1 รูปทรงเดิมทั้ง 4 รูปทรง



ภาพที่ 2 ลวดลายเดิม 7 ลาย

เมื่อได้ศึกษาลายเดิมง่าย ไม่ค่อยโดดเด่นและเห็นลวดลายไม่ค่อยชัดเจน จึงได้คัดเลือกลายผีเสื้อมาพัฒนาให้มีรูปแบบเหมือนรูป 3 มิติ จึงนำมาร่วมกันพัฒนาลวดลาย ร่วมกันได้แก่ นายภานุวัฒน์ กันทิ นางสาวลักขณา ธิชาญ และนางสาวสุพิชญา สายสมร และนายมนโชนย์ เทศอินทร์จึงเกิดลายใหม่ที่จะนำมาดัดแปลงลวดลายจากแบบเดิม โดยมีการจัดรูปแบบการสานลวดลายใหม่ให้เกิดการยกนูน จึงทำให้ได้ลายผีเสื้อมีความโดดเด่นและมีมิติมากขึ้นและด้านข้างของตะกร้าก็ได้พัฒนาจากลายดอกไม้ที่มีลวดลายเรียบง่าย สะอาดตา มาเป็นลายดอกดาวกระจายที่ดูมีมิติ เนื่องจากการจัดระเบียบช่องว่างในการสานและเพิ่มดอกไม้ดอกเล็กๆ เข้าไป ทำให้ได้ลายดอกดาวกระจายดูโดดเด่นและสะดุดตาและยังพัฒนารูปทรงตะกร้าจากรูปทรงสี่เหลี่ยมให้เป็นรูปทรงรูปเรือ และนอกจากนั้นยังมีการออกแบบหูจับตะกร้าให้มีความทันสมัยและน่าใช้มากขึ้น โดยตั้งชื่อว่า “ลายร่วมใจ”



ภาพที่ 3 ลวดลายของตะกร้าหวายหลังการพัฒนา

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายที่ออกแบบขึ้นมา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามการประเมินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าหวายที่ออกแบบขึ้นมา โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) พบว่า

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประโยชน์ใช้สอย โดยมีความพึงพอใจด้านประโยชน์ใช้สอยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ช่วยลดการใช้ถุงพลาสติกเพื่อลดโลกร้อน ($\bar{X} = 4.67$) รองลงมา ได้แก่ มีความแข็งแรงและทนทาน ($\bar{X} = 4.60$) และสุดท้าย ได้แก่ สะดวกในการหยิบใช้งาน ($\bar{X} = 4.47$)

5.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความงามทางศิลปะ โดยมีความพึงพอใจด้านความงามทางศิลปะอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ความประณีตในการจักสานลวดลาย ($\bar{X} = 4.80$) รองลงมาได้แก่ ออกแบบชิ้นงานได้สวยงามและทันสมัย ($\bar{X} = 4.67$)

5.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการออกแบบ โดยมีความพึงพอใจด้านการออกแบบอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ออกแบบรูปทรงใหม่และน่าใช้ ($\bar{X} = 4.67$) และ ออกแบบผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับการใช้งานและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 4.67$)

5.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจ โดยมีความพึงพอใจด้านคุณสมบัติทางวัสดุและเศรษฐกิจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายการพบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ วัสดุที่เลือกใช้มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมา ได้แก่ งานที่ออกแบบสามารถเพิ่มมูลค่าและเหมาะสมกับการผลิต ($\bar{X} = 4.47$)

อภิปรายผล

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษพบว่าตะกร้าหวายขนาดกลางให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าตะกร้าขนาดอื่นเพราะในการจำหน่ายตะกร้า จะจำหน่ายภายในหมู่บ้านซึ่งไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางจึงไม่เกิดค่าใช้จ่ายในการขาย ทำให้ได้ผลตอบแทนสูงและตะกร้าขนาดกลางมีขนาดที่พอดีเหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน เลือกที่จะพัฒนาตะกร้าขนาดกลางซึ่งขัดแย้งกับวิจัยของเกวลิน ถานะกองและคณะ (2562) และคณะที่ได้กล่าวไว้ว่าตะกร้าหวายที่ได้รับการพัฒนาลวดลายเป็นที่ต้องการของลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าต้องการตะกร้าหวายที่ขนาดใหญ่ มีลวดลายที่ชัดเจน

2. ด้านรูปทรงและลวดลาย ผู้ผลิตได้ประเมินให้คะแนนด้านความงามของรูปทรงและลวดลายมากที่สุด จากการพัฒนารูปทรงและลวดลายตะกร้าหวายให้เกิดรูปแบบใหม่ ผู้ผลิตให้ความสนใจเนื่องจากมีการออกแบบตะกร้าหวายที่มีรูปทรงเรือซึ่งเป็นรูปทรงที่แปลกใหม่ มีความน่าใช้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ายังไม่ค่อยมีใครริเริ่มผลิตตะกร้าหวายรูปแบบที่แปลกใหม่ สอดคล้องกับที่เจษฎา พัฒรานนท์ (2553) ได้กล่าวไว้ว่าชุมชนมีความรู้ความสามารถในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้นจากที่บางคนไม่เคยคิดที่จะสร้างรูปแบบใหม่ ๆ ให้กับผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นของตนเองหลังจากการเข้าร่วมกิจกรรมการดำเนินการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นที่สามารถพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นตามที่ตนต้องการ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตะกร้าหวายบ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงรายยังไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าคนในชุมชนไม่ค่อยรู้จักกระบวนการนำพาสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค ทำให้ตัวผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย จึงทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถทราบได้ว่าจะสั่งซื้อตะกร้าหวายได้จากช่องทางไหน ซึ่งสอดคล้องกับภูตินันท์ อคติพิมายกุล

(2555) ได้กล่าวไว้ว่าหน่วยเศรษฐกิจต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการนำพาสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม มีความสำคัญต่อกำไรของหน่วยธุรกิจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อการกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ทั้งหมด เช่น การตั้งราคา การโฆษณา เกรดสินค้า เป็นต้น

4. ด้านราคา ตะกร้าหอยบ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ยังไม่มีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาจูงใจผู้บริโภคให้สนใจที่จะสั่งซื้อตะกร้าหอยทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าคนในชุมชนยังไม่มีประสบการณ์การขายเช่นการตั้งราคาล่อใจผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2559) ได้กล่าวไว้ว่า การตั้งราคาเพื่อการส่งเสริมการตลาด (Promotion Pricing) เป็นกลยุทธ์ที่ผู้ค้าปลีกนิยมนำมาใช้ในการ ตั้งราคาสินค้า เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้ามากขึ้น มีวิธีการดังนี้ การตั้งราคาแบบล่อใจ เป็นการตั้งราคาสินค้าบางอย่างที่ผู้บริโภคต้องการ ให้มีราคาต่ำมากหรืออาจจะต่ำกว่าต้นทุน เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเข้ามาซื้อสินค้าในร้าน

5. ด้านคุณภาพ ตะกร้าหอยบ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ยังไม่สามารถควบคุมคุณภาพตะกร้าหอยให้มีมาตรฐานที่เท่ากันทุกชิ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าคนในชุมชนยังไม่สามารถควบคุมการคัดเลือกวัตถุดิบและควบคุมกระบวนการผลิตให้อยู่ในระดับเดียวกันได้ ซึ่งสอดคล้องกับเลิศชัย ระตะนะอาพร (2560) ได้กล่าวไว้ การควบคุมคุณภาพ กระบวนการตรวจสอบสินค้าในระหว่างการผลิตทุกขั้นตอนให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด โดยเป็นการกำกับตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ กระบวนการผลิต รวมทั้งคุณภาพของผลผลิตที่ได้รับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าหอยบ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. วัตถุดิบหลักที่นำมาผลิต คือ หอย ซึ่งไม่สามารถควบคุมคุณภาพได้ ยกตัวอย่างเช่น ซื้อหอยมา 10 เส้น หอยเกิดหักหรือถูกมอดกิน ทำให้ใช้งานหอยได้น้อยลง จึงทำให้ต้นทุนวัตถุดิบเพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการในชุมชนควรมีการตรวจสอบคุณภาพของหอยก่อนจำหน่ายและใช้งาน
2. หอยในชุมชนมีไม่เพียงพอ ดังนั้นผู้ประกอบการในชุมชนจึงต้องจัดหาหอยจากชุมชนอื่นที่มีคุณภาพใกล้เคียงที่สามารถนำมาผลิตเป็นตะกร้าหอยได้หรือขอความร่วมมือจากองค์การบริหารส่วนตำบลช่วยจัดสรรหาพันธุ์หอยชนิดอื่นที่มีความแข็งแรงทนทานให้คนในชุมชนนำมาปลูกเพื่อใช้ในการทำตะกร้าหอยในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

จากการศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตะกร้าหอยบ้านหลวง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะของการศึกษาในครั้งต่อไป ดังนี้

1. ศึกษาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้หลากหลาย โดยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านทางออนไลน์เช่น สร้างเพจบนเฟซบุ๊ก
2. ศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภคในการพัฒนารูปทรงและลวดลายให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

ภูตินันท์ อติพิทยากร (2555). การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2559). กลยุทธ์การตั้งราคา. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2563.

จาก : <https://bsc.dip.go.th/th/category>

เกวลิน ถานะกองและคณะ. (2562). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานตะกร้าหอยบ้านหนองแรด อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย. (รายงานการวิจัย). บัณฑิตวิทยาลัย สาขาการบัญชี. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

เจษฎา พัฒรานนท์. (2553). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานท้องถิ่นโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกรณีศึกษา กลุ่มจักสานใบกะพ้อ ตำบลทุ่งโพธิ์อำเภอจุฬาภรณ์จังหวัดนครศรีธรรมราช(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (คณะกรรมกรควบคุม)

ทรูปปลูกปัญญา. (2560). เครื่องจักสาน. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2563.

จาก : <https://www.truelookpanya.com/knowledge/content/59979>



ภูตินันท์ อติพิทยากร (2555). การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมราชา
เลิศชัย ระตะนอะพร. (2560). QC คืออะไร. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2563.

จาก : <https://sites.google.com/site/01206322b2461>

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ. (2563). งานศิลปหัตถกรรมประเภทจักสานหวายและเถาวัลย์แดง.

สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2563. จาก : <https://www.sacict.or.th>



กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จังหวัดเชียงราย The Competitive Advantage Strategy of SMEs Business in Thailand 4.0 Era of Chiang Rai Province.

ณภัทร ทิพย์ศรี¹

ภัทราพร สมเสมอ²

กรปภา จันทาพูน³

Email: Naphat6473@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดเชียงราย จำนวน 396 ราย เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเอฟ (F-Test/One – way ANOVAs) ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย มีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็วอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และต่ำสุดคือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง สำหรับผลการเปรียบเทียบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทของธุรกิจ รูปแบบของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินการ พบว่า ประเภทของธุรกิจ แตกต่างกันไป มีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในส่วนของรูปแบบของธุรกิจและระยะเวลาในการดำเนินการแตกต่างกันมีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันไม่แตกต่างกัน

โดยสรุป ผลการวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จังหวัดเชียงราย สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เพื่อสร้างกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ SMEs ให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ในอนาคต

คำสำคัญ: กลยุทธ์, ความได้เปรียบทางการแข่งขัน, ธุรกิจ SMEs, ไทยแลนด์ 4.0

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the competitive advantage strategy of SMEs business in Thailand 4.0 of Chiang Rai province. The sample were 396 SMEs entrepreneurs in Chiang Rai province. Tools used for researching were questionnaires. Statistics used in analyzing includes percentage, mean, standard deviation, F-Test/One-way ANOVAs. The results showed that in overall, the SMEs in Chiang Rai province had the strategy of competitive advantage in a high level in the following aspects respectively: Fast response, Cost leadership, Differentiation. For the results of comparing difference of the strategy of competitive advantage of SMEs in Thailand 4.0 era of Chiang Rai province, categorized by business model, business type, duration of operation, showed that those with different business model had the strategy of competitive advantage differently at a 0.05

¹ หลักสูตรการจัดการธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงราย

² หลักสูตรการจัดการธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงราย

³ หลักสูตรการจัดการธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาเชียงราย



level of statistical significance. And those with different duration of operation had the strategy of competitive advantage differently with no statistical significance.

In conclusion, the results of researching about the strategy of competitive advantage of SMEs in Thailand 4.0 of Chiang Rai can be applied as the way to improve and develop the strategy of competitive advantage for SMEs entrepreneurs to create the strategy of competitive advantage of SMEs for the organizations efficiently in the future.

Keywords: Strategy, Competitive advantage, SMEs Business, Thailand 4.0

บทนำ

“ไทยแลนด์ 4.0” เป็นโมเดลพัฒนาเศรษฐกิจที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” โดยมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น (สุวิทย์ เหมอินทรีย์, 2560) ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการเตรียมตัวให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับคู่แข่ง และก้าวต่อไปในยุคไทยแลนด์ 4.0 ได้ อาทิ การทำให้ธุรกิจให้แตกต่างจากธุรกิจอื่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการดำเนินงาน รูปแบบของผลิตภัณฑ์ การจำหน่ายสินค้าหรือบริการ เป็นต้น ผู้ประกอบการอาจมีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยธุรกิจ เพื่อเพิ่มจุดแข็งและคุณค่าให้กับธุรกิจ นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (วิทยากร เชียงกูล, 2557)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือสิ่งที่ทำให้องค์กรมีความแตกต่างหรือเหนือกว่าคู่แข่งซึ่งเป็นความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ หรือคู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวมาก่อนที่เลียนแบบความสามารถนั้นได้ ปัจจุบันกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นกุญแจสำคัญของธุรกิจกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา เพื่อความอยู่รอดในยุคไทยแลนด์ 4.0 และจำเป็นในการดำเนินธุรกิจในยุคที่มีการแข่งขัน ความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลให้ธุรกิจมีวิธีการดำเนินการที่หลากหลาย ทันสมัย รวมทั้งผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ และมีความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันประกอบไปด้วย กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง กลยุทธ์นวัตกรรม กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (เรวัตร์ ชาตวิริทธิ์ และคณะ, 2554) ซึ่งธุรกิจสามารถนำกลยุทธ์เหล่านี้ไปปฏิบัติเพื่อให้ธุรกิจของตนเกิดการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและการทำให้ธุรกิจมีสิ่งเหนือกว่าคู่แข่งในทุก ๆ ด้าน ยกตัวอย่างเช่น การที่ธุรกิจให้ลูกค้ากับผู้บริหารสูงกว่าคู่แข่งทั้งด้านราคาที่ดีกว่าหรือคุณภาพของสินค้าเหนือกว่า รวมถึงการสร้างแตกต่างในสินค้าและบริการให้มากขึ้น โดยการสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ให้เกิดขึ้นกับสินค้าและบริการนั้น ๆ เป็นต้น (สมยศ นาวิการ, 2555)

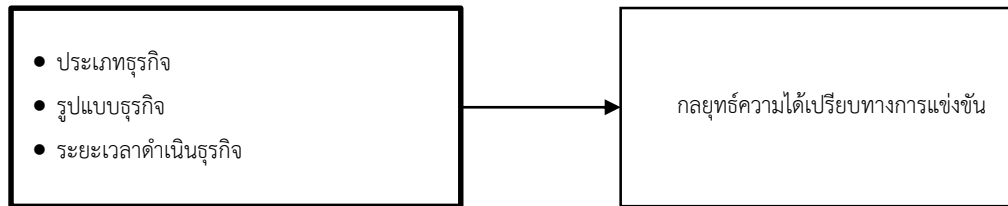
ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่า SMEs เป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญของเศรษฐกิจระดับประเทศ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างมูลค่าสร้างเงินตราต่าง ๆ เข้ามาในประเทศ ตลอดจนเป็นจุดเริ่มต้นของการประกอบธุรกิจและสร้างความเข้มแข็งให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ให้ขยายตัวมากขึ้น ทั้งนี้จังหวัดเชียงรายเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีธุรกิจ SMEs จำนวนมากและสามารถสร้างรายได้ให้ประชาชนในจังหวัด ทั้งเป็นจังหวัดที่น่าสนใจของการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่เปรียบเสมือนประตูการค้ากับเพื่อนบ้าน เป็นจังหวัดที่ทำการค้ากับประเทศพม่า ลาว และจีน จึงทำให้จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีผู้สนใจในการลงทุนมากขึ้น ดังนั้นธุรกิจเหล่านี้จำเป็นต้องแสวงหากลยุทธ์วิธีต่าง ๆ เพื่อมาใช้เป็นกลยุทธ์ทางการแข่งขันสำหรับการบริหารธุรกิจเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างมั่นคง (รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และสุรัชย์ อุดมอ่าง, 2554)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงศึกษากลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จังหวัดเชียงราย เพื่อทราบว่าธุรกิจ SMEs มีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นอย่างไร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ผลที่ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงวางแผนการพัฒนากลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทธุรกิจ รูปแบบธุรกิจ และระยะเวลาดำเนินธุรกิจ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บททวนวรรณกรรม

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs

ธุรกิจ SMEs (Small and Medium Enterprises: SMEs) หรือเรียกว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของ ดำเนินการโดยเจ้าของเองไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใดและไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจอื่น ๆ (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และ สุนี เลิศแสวงกิจ, 2553) ในขณะที่จตุพร สังขวรรณ (2553) ได้กล่าวว่า ธุรกิจ SMEs มีลักษณะอย่างน้อยที่สุด 2 ประการ จากทั้งหมด 4 ประการดังนี้

- 1) การบริหารงานเป็นอิสระ และเจ้าของเป็นผู้บริหารงานเอง
- 2) บุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลเพียงไม่กี่คนเป็นผู้จัดการเงินทุน และเป็นเจ้าของธุรกิจ
- 3) ในขอบเขตการทำงานดำเนินงานอยู่ในท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก พนักงานและเจ้าของอาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกันแต่ตลาดของสินค้าหรือบริการไม่จำเป็นต้องอาศัยอยู่ในท้องถิ่นนั้นก็ได้
- 4) ธุรกิจมีขนาดเล็กเมื่อเปรียบเทียบกับขนาดของธุรกิจขนาดใหญ่ที่สุดในกลุ่มธุรกิจประเภทเดียวกัน หลักเกณฑ์ที่ใช้วัดอาจจะเป็นจำนวนพนักงาน ยอดขาย หรือทรัพย์สิน

ลักษณะและขนาดของธุรกิจ SMEs ตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรม กำหนดโดยใช้จำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน และไม่ถือจำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ที่น้อยกว่า เป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มประเภทของกิจการได้ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556)

- 1) ธุรกิจการผลิต (Manufacturing Sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คนหรือสินทรัพย์ถาวร (ไม่รวมที่ดิน) ไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงาน ตั้งแต่ 51-200 คนหรือสินทรัพย์ถาวร (ไม่รวมที่ดิน) มากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง
- 2) ธุรกิจค้าส่ง (Wholesale Sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 25 คน หรือสินทรัพย์ถาวร (ไม่รวมที่ดิน) ไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 26-50 คน หรือสินทรัพย์ถาวร (ไม่รวมที่ดิน) มากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาทเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง
- 3) ธุรกิจค้าปลีก (Retail Sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 15 คน หรือสินทรัพย์ถาวร (ไม่รวมที่ดิน) ไม่เกิน 30 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงาน ตั้งแต่ 16-30 คน หรือสินทรัพย์ถาวร (ไม่รวมที่ดิน) มากกว่า 60 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง



4) ธุรกิจบริการ (Service Sector) ในจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวร (ไม่รวมที่ดิน) ไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 51-200 คน หรือสินทรัพย์ถาวร (ไม่รวมที่ดิน) มากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

ธุรกิจ SMEs มีบทบาทและความสำคัญต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในการพัฒนาและฟื้นฟูเศรษฐกิจ รวมทั้งส่งเสริมความก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจให้กับประเทศ ดังนั้น ธุรกิจ SMEs จึงมีบทบาทที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทย ดังนี้

1) เป็นวิสาหกิจที่ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้จากการส่งออกและการสร้างมูลค่าการผลิตร ซึ่งเป็นประโยชน์แก่เศรษฐกิจไทย

2) เป็นวิสาหกิจที่ก่อให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นวิสาหกิจที่ใช้การลงทุนน้อยและความเสี่ยงต่ำกว่าการลงทุนในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

3) เป็นแหล่งสำคัญในการสร้างและพัฒนาฝีมือทักษะแรงงานในการฝึกอาชีพด้านแรงงานประเภทต่างๆ

4) เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงกับกิจการขนาดใหญ่หรือธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น เป็นแหล่งรับซื้อวัตถุดิบ จากภาคเกษตรหรือป้อนชิ้นส่วน แก่โรงงานใหญ่ เป็นต้น

5) เป็นวิสาหกิจที่สร้างมูลค่าให้กับวัตถุดิบ เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรในประเทศเป็นหลัก

6) เป็นวิสาหกิจที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ เพราะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมครอบคลุมทุกประเภทธุรกิจการผลิต ธุรกิจการค้า และธุรกิจบริการ

7) เป็นวิสาหกิจที่ช่วยให้กิจการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจและป้องกันภาวะผูกขาดในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า SMEs เป็นธุรกิจที่ครอบคลุมกิจการ 3 กลุ่ม ได้แก่ กิจการผลิตสินค้า กิจการบริการ และ กิจการค้าส่งและค้าปลีก เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้จากผู้ประกอบการธุรกิจสู่ประชากรทำให้เกิดการจ้างงาน ก่อให้เกิดรายได้ อีกทั้งยังเป็นแหล่งการผลิตสินค้าและบริการใหม่ ออกสู่ตลาดทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและยังเป็นจุดเริ่มต้นของธุรกิจขนาดอีกด้วย (ไทยเอสเอ็มอีเซ็นเตอร์, 2563)

2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ Thailand 4.0

Thailand 4.0 เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายที่เปลี่ยนเศรษฐกิจแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ซึ่งกว่าจะมาเป็น Thailand 4.0 ก็ต้องผ่าน Thailand 1.0 Thailand 2.0 และ Thailand 3.0 มาก่อน (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2563)

Thailand 1.0 คือ ยุคเริ่มต้นของการปฏิวัติอุตสาหกรรม โดยมีการใช้พลังงานเครื่องจักรไอน้ำเข้ามาทดแทนการใช้แรงงานคน หรือสัตว์

Thailand 2.0 คือ ยุคของอุตสาหกรรมเบา เป็นยุคที่เปลี่ยนจากการใช้เครื่องจักรไอน้ำมาใช้พลังงานไฟฟ้า เปลี่ยนระบบการผลิตเป็นระบบโรงงาน เกิดการผลิต แบบ Mass Production สินค้ามีคุณภาพ ราคาไม่แพง

Thailand 3.0 คือ ยุคของคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทในโรงงาน มีสายการผลิตอัตโนมัติ มีการใช้หุ่นยนต์ในการผลิตแทนแรงงานมนุษย์มากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ต้นทุนการผลิตต่ำลง ซึ่งประเทศไทยกำลังอยู่ในยุคนี้ โดยเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามามีบทบาท ในช่วงแรก Thailand 3.0 เติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ปัจจุบันเติบโตเพียงเล็กน้อย ประเทศไทยจึงตกอยู่ในช่วงของรายได้ปานกลางมากกว่า 20 ปี ในขณะที่ทั่วโลกมีการแข่งขันที่สูงขึ้น จึงเป็นที่มาว่า ประเทศไทย ควรเปลี่ยนเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 เพื่อยกระดับรายได้และสามารถแข่งขัน กับประเทศอื่นได้

Thailand 4.0 คือ วิสัยทัศน์เชิงนโยบาย ที่เปลี่ยนเศรษฐกิจแบบเดิม ไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ตามโมเดล Thailand 4.0 คือ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ซึ่งโมเดลนี้จะประสบความสำเร็จได้ จะต้องเกิดจากความร่วมมือ ทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ตามแนวทาง สานพลังประชารัฐ ซึ่งเป็นการมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน ธนาคาร ประชาชน สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย ศูนย์ส่งเสริมผู้ประกอบการ SME และ Startup พร้อมทั้งโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสาร โทรคมนาคม เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลได้ทุกภาคส่วน และขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้น เมื่อประเทศไทยเข้าสู่ยุค 4.0 รูปแบบเศรษฐกิจจะเปลี่ยนไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมที่พึ่งพาความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ผู้ประกอบการ SMEs จึงหันมาให้ความสนใจในการทำธุรกิจในยุค 4.0 ให้มากขึ้น เพื่อพัฒนา

ตนเองและสร้างธุรกิจให้เติบโตภายใต้สถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงเน้นเรื่องการบริหารจัดการต้นทุน การเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยนำนวัตกรรมความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและประสบความสำเร็จ (อาศิรา ราชเวียง, 2560)

3. แนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นหัวใจของการวางแผนกลยุทธ์ คือความสามารถที่องค์กรดำเนินธุรกิจของตัวเองได้ดีกว่าองค์กรอื่น ซึ่งเป็นความสามารถในการดำเนินงานที่เป็นเลิศ ได้แก่ ขายสินค้าหรือบริการได้ดีกว่า หรือเรียกว่าขายสินค้าหรือบริการที่แตกต่าง ขายสินค้าที่ถูกกว่าจะต้องผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า และสามารถตอบสนองต่อลูกค้าได้เร็วกว่าคู่แข่ง (เรวัตร์ ชาตวิศิษฐ์ และคณะ, 2554) ในขณะที่ Porter (1990) ได้ให้ความหมายไว้ว่า กลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันว่า เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่ง องค์กรต้องสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง 3 ด้าน ประกอบด้วย กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์การเน้นตลาดเฉพาะส่วน ในขณะเดียวกัน ตรีทศ เหล่าศิริหงส์ทอง (2552) ได้กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือความสามารถขององค์กรในการแสวงหาเป้าหมาย คุณค่า และสร้างผลงานเหนือองค์กรอื่น ซึ่งประกอบด้วย ดังนี้

- 1) ด้านต้นทุน (Cost) หมายถึง ความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า และประหยัดที่สุดเพื่อบรรลุเป้าหมาย
- 2) ด้านคุณภาพ (Quality) หมายถึง การกำหนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
- 3) ด้านลูกค้า (Customer) หมายถึง การตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความพร้อมที่จะให้บริการลูกค้า เมื่อลูกค้าต้องการและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด
- 4) ด้านนวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ ๆ ตลอดจนแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการผลิตสินค้าและบริการ

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่ากลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จึงเป็นวิธีการที่สำคัญเพื่อให้สามารถเอาชนะคู่แข่งและอยู่รอดได้ องค์กรจะต้องสามารถสร้างสรรค์สิ่งที่มีคุณค่าให้กับลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง ประกอบด้วย กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์นวัตกรรม และกลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยศึกษากลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จังหวัดเชียงราย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย รวมทั้งสิ้นจำนวน 50,578 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) กำหนดจำนวนขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมด้วยการคำนวณสูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1970) มีค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5 % ได้จำนวนตัวอย่างจำนวน 396 ราย และใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดเชียงราย มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบ (Multiple Choice) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบ (Multiple Choice) ได้แก่ รูปแบบธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ ทุนจดทะเบียนเริ่มต้น อายุของกิจการ จำนวนพนักงานในกิจการ รายได้สุทธิของธุรกิจเฉลี่ยต่อปี 3) กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จังหวัดเชียงราย ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบ (Rating Scale) ได้แก่ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้าน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์นวัตกรรม และกลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และ 4) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จังหวัดเชียงราย ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open ended question) โดยก่อนการเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือไปทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือกับกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) โดยมีเกณฑ์ของค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.70 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557) ซึ่งผลการทดสอบ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มีค่าเท่ากับ 0.93 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ดังนั้น แบบสอบถามจากการวิจัยครั้งนี้จึงมีความเชื่อมั่น และสามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้จริง



สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเอฟ (F-test/One Way ANOVAs)

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จังหวัดเชียงราย สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.60 อายุ 30 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.50 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 63.60 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.20 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.70 ตำแหน่งงานเป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 80.60

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย พบว่า ธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 87.40 ประเภทธุรกิจเป็นธุรกิจบริการ คิดเป็นร้อยละ 38.10 ทุนจดทะเบียนเริ่มต้นน้อยกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 74.70 มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 5 - 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.40 จำนวนพนักงานน้อยกว่า 5 คน คิดเป็นร้อยละ 74.70 รายได้สุทธิของธุรกิจเฉลี่ยต่อปี คิดเป็นร้อยละ 62.10

3. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs ในยุคไทยแลนด์ 4.0 จังหวัดเชียงราย แสดงดังตารางที่ 1 - 5 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม

กลยุทธ์ความได้เปรียบทางแข่งขัน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับกลยุทธ์
1. กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	3.68	0.61	มาก
2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	3.53	0.92	มาก
3. กลยุทธ์นวัตกรรม	3.58	0.77	มาก
4. กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	3.97	0.60	มาก
รวม	3.69	0.61	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย มีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยส่วนใหญ่เป็นกลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมาคือ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ($\bar{X} = 3.68$) และต่ำสุดคือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ($\bar{X} = 3.53$)

ตารางที่ 2 แสดงผลรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน

ผู้นำด้านต้นทุน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับกลยุทธ์
1. ธุรกิจให้ความสำคัญในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด	4.11	0.75	มาก
2. ธุรกิจสามารถดำเนินงานผลิต ไม่มีของเสีย หรือเสียหายน้อยที่สุด	3.85	0.74	มาก
3. ธุรกิจสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และต้นทุนต่ำ	3.70	0.86	มาก
4. ธุรกิจนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีราคาต่ำกว่าคู่แข่ง	3.05	0.97	ปานกลาง
รวม	3.68	0.61	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย มีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านผู้นำด้านต้นทุน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็น ธุรกิจให้ความสำคัญในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมาคือ ธุรกิจสามารถดำเนินงานผลิต ไม่มีของเสีย หรือเสียหายน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.85$) และต่ำสุดคือ ธุรกิจนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีราคาต่ำกว่าคู่แข่ง ($\bar{X} = 3.05$)



ตารางที่ 3 แสดงผลรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

การสร้างความแตกต่าง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับกลยุทธ์
1. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่เสมอ	3.78	0.75	มาก
2. ธุรกิจสามารถสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนใคร	3.54	0.74	มาก
3. ธุรกิจสามารถพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทำให้คู่แข่งพัฒนาตามทันได้ยาก	3.70	0.86	มาก
รวม	3.53	0.92	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย มีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจให้ความสำคัญกับการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่เสมอ ($\bar{X} = 3.78$) รองลงมาคือ ธุรกิจสามารถพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทำให้คู่แข่งพัฒนาตามทันได้ยาก ($\bar{X} = 3.70$) และต่ำสุดคือ ธุรกิจสามารถสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนใคร ($\bar{X} = 3.54$)

ตารางที่ 4 แสดงผลรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรม

นวัตกรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับกลยุทธ์
1. ธุรกิจมีการศึกษาความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	3.82	0.87	มาก
2. ธุรกิจสามารถสร้างแบรนด์สินค้า เพื่อให้เกิดความจดจำแก่ผู้ซื้อ	3.50	1.05	มาก
3. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย เข้ามาใช้ในการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพอยู่เสมอ	3.55	0.96	มาก
4. ธุรกิจสามารถปรับปรุง พัฒนา และสร้างสรรค์สิ่งใหม่อยู่เสมอ	3.74	0.91	มาก
5. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการนำเสนอสินค้า หรือบริการรูปแบบใหม่ที่ไม่เหมือนใคร	3.47	0.97	มาก
	3.42	1.00	มาก
6. ธุรกิจมีการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการทำงานใหม่ที่ไม่เหมือนเดิม			
รวม	3.58	0.77	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย มีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจมีการศึกษาความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมาคือ ธุรกิจสามารถปรับปรุง พัฒนา และสร้างสรรค์สิ่งใหม่อยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.74$) และต่ำสุดคือ ธุรกิจมีการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการทำงานใหม่ที่ไม่เหมือนเดิม ($\bar{X} = 3.42$)



ตารางที่ 5 แสดงผลรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว

การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับกลยุทธ์
1. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ เพื่อออกสู่ตลาดก่อนคู่แข่งเสมอ	3.80	0.81	มาก
2. ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที	4.23	0.70	มาก
3. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการนำเสนอสินค้าหรือบริการออกสู่ตลาดก่อนคู่แข่งเสมอ	3.71	0.80	มาก
4. ธุรกิจให้ความสำคัญกับการพัฒนา ปรับปรุง ตามข้อเสนอของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว	4.12	0.76	มาก
รวม	3.97	0.60	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย มีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็น ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที ($\bar{X}=4.23$) รองลงมาคือ ธุรกิจให้ความสำคัญกับการพัฒนา ปรับปรุง ตามข้อเสนอของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว ($\bar{X}=4.12$) และต่ำสุดคือ ธุรกิจให้ความสำคัญกับการนำเสนอสินค้าหรือบริการออกสู่ตลาดก่อนคู่แข่งเสมอ ($\bar{X}=3.71$)

4. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จำแนกตาม ประเภทธุรกิจ รูปแบบการธุรกิจ และระยะเวลาดำเนินธุรกิจ แสดงดังตารางที่ 6-9 ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างของกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทธุรกิจ

กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	18.82	6.27	19.18	0.00*
	ภายในกลุ่ม	392	128.20	0.33		
รวม		395	147.02			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบความแตกต่างของกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทธุรกิจโดยรวม พบว่า ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ปรากฏผลดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงค่าเปรียบเทียบความแตกต่างของกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทธุรกิจ เป็นรายคู่

กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	$\bar{X}$	การผลิต	การบริการ	การค้าส่ง	การค้าปลีก
		3.64	3.94	3.60	3.69
การผลิต	3.64	-	0.30*	0.47	0.25*
การบริการ	3.94	-	-	0.34*	0.55*
การค้าส่ง	3.60	-	-	-	0.20
การค้าปลีก	3.39	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างระดับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามประเภทธุรกิจเป็นรายคู่ พบว่า ประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่ ธุรกิจการบริการ มีระดับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันมากกว่าประเภทการค้าปลีก การผลิต และการค้าส่ง

ตารางที่ 8 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างของกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย โดยรวม จำแนกตามรูปแบบธุรกิจ

กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	3.98	1.99	5.46	0.06
	ภายในกลุ่ม	393	143.04	0.36		
รวม		395	147.02			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามรูปแบบธุรกิจโดยรวม พบว่า รูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน มีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 9 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างของกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย โดยรวม จำแนกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจ

กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	0.89	0.30	0.80	0.06
	ภายในกลุ่ม	392	146.13	0.37		
รวม		395	140.54			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจ โดยรวม พบว่า ระยะเวลาดำเนินธุรกิจแตกต่างกันมีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมไม่แตกต่างกัน

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษากลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย ในยุคไทยแลนด์ 4.0 พบว่า ธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย มีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนี้ 1) กลยุทธ์ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน พบว่า ธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงรายมีกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจให้ความสำคัญในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด รองลงมาคือ ธุรกิจสามารถดำเนินงานผลิต ไม่มีของเสีย หรือเสียหายน้อยที่สุด และต่ำสุดคือ ธุรกิจนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีราคาต่ำกว่าคู่แข่งซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธีรนนท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และสุรัชย์ อุตมอ่าง (2554) ได้กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันถือเป็นสิ่งหนึ่งที่มีความจำเป็นในการดำเนินธุรกิจในยุคที่การแข่งขันมีความรุนแรง ดังนั้นการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถขีดความสามารถทางการแข่งขันได้โดยสามารถดำเนินงานในอนาคตชัดเจน สามารถดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายและสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องได้ เช่นเดียวกับ



เรวัตน์ ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ (2554) กล่าวว่า การนำเสนอขายสินค้าที่ถูกกว่า ด้วยการผลิตด้วยต้นทุนต่ำกว่า สามารถสร้างความได้เปรียบด้านต้นทุน โดยปกติต้นทุนต่ำจะเกิดขึ้นเมื่อตลาดใหญ่มากและสินค้าที่ผลิตจะต้องเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานเดียวกัน คือ การที่ต้นทุนของสินค้าเพียงอย่างเดียวหรือสองอย่างต่ำเท่านั้นไม่เพียงพอแต่จะต้องเป็นต้นทุนส่วนรวมขององค์การและของทุกผลิตภัณฑ์ต่ำด้วยและผลดีของต้นทุนต่ำ ก็คือ บริษัทมีกำไรสูงกว่ากำไรปกติและขณะเดียวกันป้องกันคู่แข่งไม่ให้ลดราคาลง ป้องกันลูกค้าและผู้ขายวัตถุดิบกดดันในด้านราคาเพราะต้นทุนต่ำอยู่แล้ว 2) กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง พบว่า ธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย มีกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าส่วนใหญ่ธุรกิจให้ความสำคัญกับการสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่เสมอ รองลงมาคือ ธุรกิจสามารถพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ทำให้คู่แข่งพัฒนาตามทันได้ยาก และต่ำสุดคือ ธุรกิจสามารถสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะไม่เหมือนใคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2554) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์หรือการบริการให้มีเอกลักษณ์ที่พิเศษ แตกต่างไปจากคู่แข่งรายอื่น ๆ ที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น การสร้างความแตกต่างในเรื่องรูปแบบของสินค้า ภาพลักษณ์ ตรายี่ห้อ เทคโนโลยีที่นำเข้ามาใช้ การให้บริการลูกค้า หรือเครือข่ายตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น ซึ่งการสร้างความแตกต่างนี้อาจเป็นการสร้างความแตกต่างเพียงด้านเดียว หรือหลายด้านก็ได้ จากความแตกต่างดังกล่าวจะส่งผลให้ลูกค้า เกิดความจงรักภักดีต่อบริษัทมากขึ้นและทำให้ลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาน้อยลง ส่งผลให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม พบว่า ธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย มีกลยุทธ์นวัตกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าส่วนใหญ่ธุรกิจมีการศึกษาความต้องการของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ธุรกิจสามารถปรับปรุง พัฒนา และสร้างสรรค์สิ่งใหม่อยู่เสมอ และต่ำสุดคือ ธุรกิจมีการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการทำงานใหม่ที่ไม่เหมือนเดิม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กาญจนา โกศัย (2555) ได้กล่าวว่า “นวัตกรรมทางธุรกิจ” คือ การทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยวิธีใหม่ ๆ การสร้างสรรค์ การพัฒนา ต่อยอด การเปลี่ยนแปลงทางความคิด การจัดการการผลิต กระบวนการระบบ โครงสร้างองค์กร รูปแบบธุรกิจเพื่อที่จะสร้างมูลค่าใหม่ ๆ สำหรับลูกค้าและผลตอบแทนทางการเงินให้กับธุรกิจโดยเป็นที่ยอมรับต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และ 4) กลยุทธ์ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว พบว่า ธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงรายมีกลยุทธ์นวัตกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที รองลงมาคือ ธุรกิจให้ความสำคัญกับการพัฒนา ปรับปรุง ตามข้อเสนอของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว และต่ำสุดคือ ธุรกิจให้ความสำคัญกับการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ เพื่อออกสู่ตลาดก่อนคู่แข่งเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Porter (1990) ได้กล่าวว่า การตอบสนองอย่างรวดเร็ว คือ การที่ธุรกิจมีความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในเรื่องการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ การปรับปรุงสินค้า หรือแม้กระทั่งการตัดสินใจในการบริหาร โดยจะทำให้เร็วกว่าคู่แข่ง หากธุรกิจมีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าช้ากว่าคู่แข่งจนอาจทำให้สูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดได้ เนื่องจากลูกค้าจะมีทางเลือกในการเลือกซื้อสินค้าและบริการอื่น ๆ กล่าวได้ว่ากลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นความสามารถขององค์กรใดองค์กรหนึ่งในการสร้างผลงานให้เหนือกว่าองค์กรอื่น ๆ จากการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง ในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรมและการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น ความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงขึ้นอยู่กับความสามารถที่เป็นเลิศ คือ การนำเสนอสินค้าและให้บริการที่ดีกว่า นำเสนอสิ่งที่แตกต่างกว่า ขายสินค้าที่ถูกกว่า และตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าได้รวดเร็วกว่าคู่แข่ง ดังนั้น ธุรกิจจึงจำเป็นต้องแสวงหากลยุทธ์ทางการแข่งขัน เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง (เรวัตน์ ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ, 2554)

สำหรับผลการเปรียบเทียบกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จำแนกตามประเภทธุรกิจ รูปแบบธุรกิจ และระยะเวลาดำเนินการธุรกิจ พบว่า รูปแบบธุรกิจ และระยะเวลาดำเนินการธุรกิจแตกต่างกัน มีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันไม่แตกต่างกัน สำหรับประเภทธุรกิจมีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพบว่า ธุรกิจการบริการมีกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันมากกว่าธุรกิจการผลิต ธุรกิจการค้าส่ง และธุรกิจการค้าปลีก อาจเนื่องมาจากธุรกิจการบริการ



ที่เกี่ยวกับกิจกรรมการบริการ สร้างการบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ทั้งนี้ การบริการที่เป็นเลิศเป็นความสามารถขององค์กรในการเลือกกระบวนการดำเนินงานที่บรรลุวัตถุประสงค์จนมีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าธุรกิจอื่น สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าและกลับมาใช้บริการอีก (อิติมา พลพวง และคณะ, 2560) ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่อำนวยความสะดวกสบายและสร้างความพอใจให้กับลูกค้าซึ่งนับว่าปัจจุบันต้องเผชิญกับสถานการณ์แห่งการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การแข่งขันสูง ความรับผิดชอบ ความจริงใจในการให้บริการ เน้นคุณภาพการบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้าได้ซึ่งนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจมากกว่า

ข้อเสนอแนะ

ผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ประกอบด้วยงานการเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง นวัตกรรม และด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว เพื่อสร้างกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ SMEs ให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ในอนาคตซึ่งนำไปสู่ศักยภาพทางการแข่งขันและความอยู่รอดอย่างมั่นคง สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอื่น ตลอดจนศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ และศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์โดยได้รับการอำนวยความสะดวกการทำวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย และได้รับความอนุเคราะห์การให้ข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเชียงราย ที่เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลเพื่อให้งานครั้งนี้บรรลุตามเป้าหมาย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2563). การปรับตัวของธุรกิจในยุค 4.0. สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2563 จาก <https://bsc.dip.go.th/th/category/marketing2/sm-adjustbusiness>
- กาญจนา โกศัย. (2555). การจัดการนวัตกรรมเพื่อการพัฒนา. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2560 จาก www.gotoknow.org.
- จตุพร สังขวรรณ. (2553). การเป็นผู้ประกอบการและการจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2553.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และสุนิ เลิศแสวงกิจ. (2553). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : วังอักษร.
- ไทยเอสเอ็มอีเซ็นเตอร์ (2563). ทำความรู้จักกับ SMEs กันเถอะ. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2563 จาก <http://www.thaismecenter.com/>
- อิติมา พลพวง และคณะ. (2560). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริการที่เป็นเลิศที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประเทศไทย. วารสารบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 9(2) : 27-38.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด(มหาชน).
- เรวัตร ชาตวิศิษฐ์ และคณะ. (2554). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: อินเฮาส์ โนว์เลจ.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และสุรัชย์ อุตมอ่าง. (2554). ธุรกิจขนาดย่อม-การจัดการ. วารสารวิทยาการจัดการ. ปีที่ 28(1) : 49-63.



วิทยากร เชียงกุล. (2557). การเปลี่ยนแปลงของ SMEs ในยุคไทยแลนด์ 4.0. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2562 จาก

www.thaيلivestream.com

สมยศ นาวิการ. (2555). การจัดการเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 11. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่เมืองเล็ก (Hinterland). สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2562 จาก <https://sme.go.th>.

อาศิรา ราชเวียง. (2560). อนาคตผู้ประกอบการในยุค 4.0. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยของกรณีในพระบรมราชูปถัมภ์. 80(2): 79-88.

Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*. 68(2) : 73–93.

Taro Yamane. (1970). *Statistic : an Introductory Analysis*. 2nd ed. New York : Harper & Row.



การจัดการห่วงโซ่อุปทานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ
ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

Supply Chain Management and Local Wisdom in Ban Mon Pottery
Career Group of Ban Kaeng, Mueang Nakhon Sawan District,
Nakhon Sawan Province

นราธิป ภักดีจันทร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์¹

ศิริพร อินโให้, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์²

Email: born_to_be_pae@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ และศึกษากระบวนการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญและบุคคลที่เกี่ยวข้อง จำนวน 19 คน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษา พบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง ตามองค์ประกอบของ SCOR Model ตั้งแต่ การวางแผน การจัดหา การจัดซื้อและการขนส่ง การผลิตและการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูป การจัดส่งสินค้าไปถึงลูกค้าและการรับคืนสินค้า และการจัดการห่วงโซ่อุปทานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างมีคุณค่าทั้งการวางแผน การจัดหา จัดซื้อ และการขนส่ง การผลิตและการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูป การจัดส่งสินค้าไปถึงลูกค้าและการรับคืนสินค้า จากการปฏิบัติซ้ำ ๆ กันจนเกิดเป็นความชำนาญ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ควรวางแผนระยะยาวเพื่อจัดหาแหล่งดินแห่งใหม่ เพื่อมาทดแทนดินจากบึงเขาดิน ซึ่งคาดว่าดินแห่งนี้จะไม่เพียงพอสำหรับการผลิตในช่วงระยะเวลา 10 ปีข้างหน้า

คำสำคัญ: การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ

ABSTRACT

This research has the objective to study the supply chain management characteristics of the Ban Mon pottery group. And study the process of applying local wisdom to supply chain management, Key informants were Ban Mon pottery makers and 19 related persons. Qualitative research was conducted. Use in-depth interviews and content analysis.

Study results, It was found that the supply chain management of Ban Mon Pottery Group from the origin to the destination. Based on the elements of the SCOR Model from planning, procurement, purchasing and shipping. Finished production and warehouse management Delivery of products to customers and returns, and supply chain management with local wisdom. The Ban Mon Pottery Group has inherited valuable local wisdom in planning, procurement, transportation, production and ready-made warehouse management. Delivery of products to customers and returns, from repeated practice until it became a mastery and recommendations for this research include a long-term plan to acquire new soil sources. To replace the soil from the marshes of Khao Din it is expected that this soil will not be sufficient for production over the next 10 years

Keywords: Supply Chain Management, Local wisdom, Ban Mon Pottery Group

¹ อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

² อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

บทนำ

เครื่องปั้นดินเผาเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านประเภทหนึ่ง มีความผูกพันกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ทำการสืบทอดทางภูมิปัญญาท้องถิ่นจากบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่นมาเป็นเวลานานหลายร้อยปีและสามารถพัฒนาเป็นธุรกิจชุมชนที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน ดังเครื่องปั้นดินเผาชุมชนบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เป็นภูมิปัญญาที่มีมรดกตกทอดมานานกว่า 200 ปี จากคำบอกเล่าของบรรพบุรุษ เมื่อก่อนตำบลนี้มีชื่อเรียกว่า “บ้านแก่ง” เนื่องจากคนในบริเวณนี้มีความสามารถในการต่อสู่มาก เลยได้รับการกล่าวขานว่าบ้านแก่ง และได้เปลี่ยนเป็น “บ้านแก่ง” เมื่อประมาณ ๖๐ ปีที่ผ่านมา หมู่บ้านมอญ เป็นหมู่บ้านที่เก่าแก่ ที่หลายคนเชื่อว่ามีความเชื่อสายเผ่าพันธุ์เดียวกับชาวมอญที่ได้รับอิทธิพลมาจากชาวจีนสมัยโบราณ ที่มีชื่อเสียงมานานด้านการสร้างเครื่องปั้นดินเผา จากการสัมภาษณ์ผู้มีชีวิตอยู่ และเป็นผู้อยู่ประจำหมู่บ้าน ให้ข้อมูลในทางเดียวกันว่า ชุมชนชาวมอญได้อพยพมาจากอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และได้มาพบแหล่งดินเหนียวที่มีคุณสมบัติเหมาะกับการปั้นโอ่งเป็นอย่างมาก เนื่องจากชาวบ้านที่อพยพมานี้มีความสามารถในการปั้นโอ่งเป็นอาชีพหลัก จึงได้ตั้งบ้านเรือนอาศัยอยู่ ณ บริเวณที่ตั้งหมู่บ้านมอญจนถึงปัจจุบัน และเป็นต้นตระกูลของชาวบ้านมอญก็ว่าได้ จากหลักฐานการใช้นามสกุล “ชาวบ้าน” ได้แก่ ตระกูลเลี้ยงสุข ช่างปั้น เรืองบุญ และแก้วสุทธิ (ชีวิทธิ์ บุญเกียรติ, 2559 และเจริญ ตันมหาพราน, 2558) โดยเกือบทุกครัวเรือนจะประกอบอาชีพปั้นเครื่องปั้นดินเผาขายเพื่อเลี้ยงชีพ ทำการสืบทอดเรียนรู้จากรุ่นสู่รุ่นจนกลายเป็นวัฒนธรรม และเป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านมอญ มีการบวนการผลิตที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและแรงงานจากคนในครัวเรือนเป็นหลัก มีวิธีการปั้นด้วยมือและใช้แทนหมุนมือ ทำการเผาด้วยวิธีพื้นบ้านที่สืบทอดกันมาจากรุ่นก่อนสู่รุ่นหลัง

การศึกษาห่วงโซ่อุปทานในหลายผลิตภัณฑ์ ได้สร้างความได้เปรียบให้กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้า ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ตลอดจนผู้บริโภค โดยหน่วยธุรกิจเหล่านี้ได้ประโยชน์จากการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เกิดขึ้นในหน่วยงานนั้นได้ถูกจัดแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ห่วงโซ่อุปทานภายในองค์กร เป็นการดำเนินงานที่ทำให้เกิดการประสานงานภายในองค์กร โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการรับวัตถุดิบ ขั้นตอนการผลิต ไปจนถึงขั้นตอนการบรรจุหีบห่อและจัดเก็บในคลังสินค้า และห่วงโซ่อุปทานภายนอกองค์กร เป็นการดำเนินงานที่ทำให้เกิดความร่วมมือกับสมาชิกในห่วงโซ่อุปทาน จะประกอบด้วยความร่วมมือ 2 ส่วนคือ ความร่วมมือกับผู้จัดหา วัตถุดิบ และความร่วมมือกับลูกค้า (Burt et al., 2003) ดังนั้นการจัดการห่วงโซ่อุปทานจึงเป็นความร่วมมือ การสนับสนุน การพัฒนาร่วมกับสมาชิกในห่วงโซ่อุปทานที่ทำให้ผู้ผลิตมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันที

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของความรู้ทางวัฒนธรรมที่อยู่กับตัวคนและมีการสั่งสม สืบทอดกันมาจากการวิถีการดำเนินชีวิต การปฏิบัติต่อ ๆ กันมาจนถึงการประกอบอาชีพของผู้คนและชุมชนจากบรรพบุรุษสู่รุ่นปัจจุบัน และการดำเนินการที่เกิดขึ้นจริงตลอดห่วงโซ่อุปทานของเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตั้งแต่การวางแผน การจัดซื้อ จัดหา และการขนส่งวัตถุดิบ การผลิตและการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูป การจัดการในการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า การส่งวัตถุดิบคืนกลับผู้ขายหรือผู้ส่งมอบ และรับสินค้าคืนจากลูกค้า ซึ่งเป็นตัวแบบเชิงปฏิบัติการห่วงโซ่อุปทาน (SCOR Model) กับผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการดำเนินงานซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและการอนุรักษ์ ถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญให้คงอยู่สืบไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ
2. เพื่อศึกษาศึกษากระบวนการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

ทบทวนวรรณกรรม

ความเป็นมาเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา เครื่องปั้นดินเผาเป็นศิลปวัตถุที่สามารถบ่งบอกถึงพัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงเทคโนโลยีของชนแต่ละเชื้อชาติของชนพื้นบ้านในแต่ละชุมชนท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (อุทัย ดวงบาล, 2551) ประเทศไทยมีแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตเครื่องปั้นดินเผา คือ ดินเหนียวที่มีความอุดมสมบูรณ์ จึงเกิดชุมชนที่ยึดการผลิตเครื่องปั้นดินเผาเป็นอาชีพหลักและเป็นอาชีพเสริมหลังจากการทำเกษตรตามฤดูกาลเสร็จสิ้น กลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ได้อพยพมาจากอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และได้มาพบแหล่งดินเหนียวที่มีคุณสมบัติในการปั้นโอ่งมากมีการสืบทอดภูมิปัญญาการสร้างเครื่องปั้นดินเผาจากบรรพบุรุษปัจจุบันชาวบ้านมอญยังคงยึดอาชีพในการทำเครื่องปั้นดินเผาหลายครอบครัว โดยมีการประยุกต์รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย และมีการพัฒนาสีสันทน ลวดลาย

สวยงามทันสมัย นำใช้ยิ่งขึ้นซึ่งมีการจัดสรรเงินจากหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ (เจริญ ตันมหาพราน, 2558)

แบบจำลองการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Operations : SCOR Model) เป็นแบบจำลองที่ใช้สำหรับประเมินผล การปฏิบัติงานห่วงโซ่อุปทาน ถูกพัฒนาขึ้นตั้งแต่ปี 1996 จากความร่วมมือระหว่าง Supply Chain Council (SCC) ซึ่งเป็นองค์กรอิสระกับ บริษัทอุตสาหกรรมต่างๆ มากกว่า 700 บริษัท เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนบริษัทหรือองค์กรที่สนใจในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน SCOR Model สามารถอธิบายลักษณะ และแสดงให้เห็นกิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมด ที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ช่วย แก้ปัญหาการขาดภาษามาตรฐานและกรอบการทำงานเดียวกัน โดยกำหนดกระบวนการทำงานให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน มีโครงสร้าง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการ มีการกำหนดตัวชี้วัด (Metric) ประสิทธิภาพ และเสนอวิธีการปฏิบัติงานที่ดีที่สุด (Best practice) ในแต่ละกระบวนการ เพื่อให้บริษัทหรือองค์กรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ (Supply-Chain Council, 2004) แบบจำลองการ จัดการห่วงโซ่อุปทาน ประกอบไปด้วย 5 กระบวนการหลัก ได้แก่ 1) Plan เกี่ยวข้องกับการวางแผนต่างๆ 2) Source เกี่ยวข้องกับการ จัดซื้อ จัดหา และการขนส่งวัตถุดิบ 3) Make เกี่ยวข้องกับการผลิตและการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูป 4) Delivery เกี่ยวข้องกับการ จัดการในการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า 5) Return เกี่ยวข้องกับส่งวัตถุดิบคืนกลับผู้ขายหรือผู้ส่งมอบ และรับสินค้าคืนจากลูกค้า

ดังนั้น การใช้ SCOR - Model จึงเป็นเครื่องมือทำให้องค์กรสามารถวิเคราะห์ปัญหา และปรับปรุงการดำเนินงานในห่วงโซ่ อุปทาน สามารถนำมากำหนดขั้นตอนการพัฒนาเป็น 4 ระดับ ดังนี้ ระดับที่ 1 วิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญทั้งภายในและภายนอกองค์ กร ประกอบไปด้วย 5 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 ความน่าเชื่อถือของห่วงโซ่อุปทานการจัดส่ง (supply chain delivery reliability) กลุ่มที่ 2 การ ตอบสนองของห่วงโซ่อุปทาน (supply chain responsiveness) กลุ่มที่ 3 ความยืดหยุ่นห่วงโซ่อุปทาน (supply chain flexibility) กลุ่มที่ 4 ต้นทุน ห่วงโซ่อุปทาน (supply chain costs) กลุ่มที่ 5 ความมีประสิทธิภาพของการจัดการสินทรัพย์ห่วงโซ่อุปทาน (supply chain asset management efficiency) ระดับที่ 2 การพิจารณาการกำหนดโครงสร้างของกระบวนการปฏิบัติงานในส่วนการวางแผน การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ การผลิต และการจัดส่งที่มีขอบข่ายการปฏิบัติงานทั้งใน ส่วนการปฏิบัติงานภายในและระหว่างองค์กรด้วยกัน ระดับที่ 3 เป็นการกำหนดรายละเอียดในแต่ละส่วนของกระบวนการภายในและระหว่างองค์กร ระดับที่ 4 การกำหนดแบบแผนการ ปฏิบัติงาน ในรูปแบบที่เหมาะสมกับกระบวนการที่ได้กำหนดไว้ในโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานขององค์กร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นองค์ความรู้ในเชิงกว้างและลึกหรือความรู้จาก ประสบการณ์ดั้งเดิมของคนในท้องถิ่น ที่เกิดจากความสามารถและศักยภาพที่มีอยู่กับการแก้ปัญหา การดำเนินวิถีชีวิตในท้องถิ่นของ มนุษย์ที่เรียนรู้และสืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษสู่รุ่นปัจจุบัน ดวงฤทัย อรรถแสง (2552 หน้า 23) อธิบายว่า การถ่ายทอดความรู้ของ ภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ การบอกวิชาความรู้ให้ผู้เรียนเข้าใจและนำไปปฏิบัติได้ ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นมักจะถ่ายทอด ความรู้ให้กับผู้เรียน หรือกลุ่มเป้าหมายไปโดยอัตโนมัติ ไม่ได้เรียนวิชาการสอนมาจากสถาบันใดๆ และจะใช้สามัญสำนึกแบบสังคมประเพณี คือการเรียนการ สอนที่เกิดจากการเลียนแบบและการจดจำสืบทอดกันมาในครอบครัวและวิธีการถ่ายทอด 2 รูปแบบ คือ 1) ใช้วิธีสาธิต คือ ทำให้ดูเป็น ตัวอย่าง อธิบายทุกขั้นตอนให้ผู้เรียนเข้าใจและผู้เรียนปฏิบัติตาม 2) ใช้วิธีการปฏิบัติจริง คือ ฟังคำบรรยาย อธิบาย การสาธิตแล้วนำไป ปฏิบัติจริง และปฏิบัติซ้ำ ๆ กันจนเกิดเป็น ความชำนาญ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การศึกษาของ ธัญธร ตินภพ ศิริลักษณ์ เมฆสังข์ และฉันทนา จันทร์บรรจง. (2559) พบว่า แนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตข้าวอินทรีย์ ได้มีการนำภูมิปัญญาความรู้ที่สั่งสมมาจากประสบการณ์ใน อดีตของคนรุ่นก่อน ถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลังโดยเฉพาะความรู้ในด้านการเกษตรซึ่งเป็นความรู้และประสบการณ์ที่ใช้ในการดำเนินชีวิต โดย ได้รับการถ่ายทอด สัมผัสกันมาผ่านกระบวนการพัฒนาให้สอดคล้องกับกาลสมัย พัทรินทร์ สุภาพันธุ์ และเบญจพรรณ เอกะสิงห์ (2560) ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยตัวแบบ SCOR ของผักสดที่ผ่านมาตรฐานการรับรองตามการผลิตทางการเกษตรที่เหมาะสม พบว่า ด้านการจัดการสุขลักษณะแปรรูปผัก การจัดการเครื่องมือและอุปกรณ์การเกษตร การจัดการปัจจัยการผลิตการปฏิบัติ การควบคุม การบันทึกและควบคุมเอกสาร ผลผลิตที่ปลอดภัยตามมาตรฐาน GAP มีแหล่งรับซื้อที่แน่นอน แม้ว่าพ่อค้าคนกลางรับซื้อผลผลิตเพื่อ จำหน่ายต่อไปยังตลาดปลายทาง (กรุงเทพฯ และเชียงใหม่) ไม่ได้คำนึงถึงมาตรฐานดังกล่าว อย่างไรก็ตามความปลอดภัยของผลผลิตที่ ไม่มีสารเคมีตกค้างและความสามารถทวนสอบย้อนกลับสู่การผลิตในแปลง นำมาซึ่งความได้เปรียบการแข่งขันทางการค้า



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการใช้วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (participant/key informant) 2 กลุ่ม รวม 19 คน ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ และการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเครื่องปั้นดินเผา ได้แก่ 1) ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ หมู่ที่ 1 ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 80 ราย (จากการสัมภาษณ์ เป้า เลี้ยงสุข, วันที่ 25 กรกฎาคม 2562) โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 15 คน

กลุ่มที่ 2 ผู้ให้ข้อมูลรอง เป็นผู้ที่มีบทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริมกลุ่มฯ ได้แก่ ประธานวิสาหกิจชุมชนเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ กำนันตำบลบ้านแก่ง และผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 1 ตำบลบ้านแก่ง ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านกลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความสำเร็จของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผา และนักวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการให้คำปรึกษา การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผู้ผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งหมด จำนวน 4 ราย

ทั้งนี้ จำนวนผู้ให้ข้อมูลเป็นไปตามเกณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิดของโหมสกี ที่ แมคมิลแลน (Macmillan, 1971) ที่มีข้อเสนอว่า หากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีจำนวน 17-21 คน จะเป็นระดับที่ให้การลดทอนของค่าความคลาดเคลื่อน (error) อยู่ที่ 0.50 - 0.48 และคงที่ที่ระดับ 0.02

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview form) โดยแนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยมีประเด็นหรือแนวทางในการสัมภาษณ์ ตามองค์ประกอบของ SCOR Model ได้แก่ 1) การวางแผน 2) การจัดหา การจัดซื้อและการขนส่ง 3) การผลิตและการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูป 4) การจัดส่งสินค้าไปถึงลูกค้า 5) การรับคืนสินค้า และประเด็นเกี่ยวกับการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาปรับใช้ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการผลิตเครื่องปั้นดินเผา

การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า (methodological triangulation) หรือที่ เดนซิน (Denzin, 1978, p.390) เรียกว่า การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าเป็นการใช้กระบวนการที่หลากหลาย (the multiple-method approach) ในการตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี และการตรวจสอบสามเส้าด้าน วิธีการรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลพื้นฐานที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลหลักมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (frequency) และข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ที่เป็นผู้อาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน อายุระหว่าง ระหว่าง 41-50 และ 51-60 เท่ากัน ระดับการศึกษามัธยมศึกษา มีประสบการณ์ผลิตเครื่องปั้นดินเผาประมาณ 31-40 ปี โดยในครัวเรือนจะมีสมาชิกที่ผลิตเครื่องปั้นดินเผาอยู่ระหว่าง 1-2 คน ทุกครัวเรือนจะประกอบอาชีพผลิตและจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาเป็นอาชีพหลัก เคยได้รับการฝึกอบรมที่เกี่ยวกับการจัดทำบัญชี/การตลาดเป็นส่วนใหญ่

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ จากการวิเคราะห์ลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญตามองค์ประกอบของ SCOR Model พบว่า การวางแผนกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญมีการวางแผนระยะสั้น ระยะเวลาดำเนินการไม่เกิน 10 ปี เริ่มจากการเตรียมดิน ซึ่งทางองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่งจะบริการจัดส่งโดยรถบรรทุกให้ถึงบ้าน ปีละ 1 ครั้ง และผู้ผลิตต้องวางแผนใช้เชื้อเพลิงที่เป็นไม้เผาใช้ในการเผาเครื่องปั้น ดินเผา โดยจะสั่งซื้อปริมาณมาก ๆ มากองไว้ ส่วนการวางแผนระยะยาว ในช่วงระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป ยังไม่มีการวางแผนการใช้ดิน เนื่องจากมีการคาดการณ์ว่าดินจากบึงเขาดินจะเริ่มหมดไปภายในช่วงระยะเวลา 10 ปีนี้

การจัดหา จัดซื้อ และการขนส่งโดยผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผามีการจัดหาดินเหนียวของท้องถิ่นจากบึงบ้านแก่ง ทำการสั่งซื้อปีละ 1 ครั้งในช่วงฤดูแล้ง ปริมาณที่สั่งซื้อต่อครั้ง ประมาณ 30-50 คันรถบรรทุกสิบล้อ อัตราการสูญเสียของวัตถุดิบที่เป็นดินและทราย จะไม่มีสูญเสีย การขนส่งวัตถุดิบผ่านการขนส่งทางบก โดยรถบรรทุกสิบล้อ ไม่มีการบันทึกเกี่ยวกับการจัดหา จัดซื้อ และการขนส่ง ส่วนทรายได้จากการทำทรายของจังหวัดนครสวรรค์ และการจัดหาเชื้อเพลิงจะใช้ไม้ไผ่เป็นเชื้อเพลิงสำหรับการเผาจะมีรถบรรทุกไม้ไผ่มาขายถึงหน้าร้าน

การผลิตและการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูป เริ่มจากการเตรียมดิน ต้องหมักดินแล้วพรมน้ำอย่างต่อเนื่อง ต่อมาจึงทำการนวดดิน มีวิธีการนวดดิน 2 แบบ คือ 1) ใช้เครื่องนวดดิน และ 2) ใช้มือนวดดิน แล้วจึงทำการขึ้นรูปให้เป็นภาชนะ ทำได้โดย 1) ขึ้นรูปโดยใช้แป้นหมุนไฟฟ้า และ 2) ขึ้นรูปโดยวิธีขดดินหรือภาษามอญเรียกว่า “วิธีนวดดิน” แสดงดังภาพที่ 1 และ 2 ตามลำดับ แล้วจึงนำภาชนะมาตากแห้งจนแห้งสนิทแล้วนำมาตากให้แห้งไว้ในร่มอีกประมาณ 3 วัน จึงนำเข้าเตาเผา ใช้ระยะเวลาการเผา 3 วัน 3 คืน แล้วจึงนำออกมาจำหน่ายได้ ส่วนวิธีการเก็บวัตถุดิบจะเก็บในที่ร่มและพื้นที่แห้ง (ในโกดัง) เก็บไว้ในอุณหภูมิปกติ อัตราการเสียของเครื่องปั้นดินเผาส่วนใหญ่ไม่มีปัญหา ปริมาณการผลิตได้ต่อเนื่อง ประมาณ 300-500 ชิ้น/เดือน การตรวจสอบคุณภาพจะดูรูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ว่าไม่แตกกร้าว ไม่บิ่นและไม่หักทุกครั้งเมื่อทำการจัดส่งผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 1 การขึ้นรูปโดยใช้แป้นหมุนไฟฟ้า
ที่มา : นราธิป ภักดีจันทร์, (2563), ถ่ายภาพ



ภาพที่ 2 การขึ้นรูปโดยวิธีขดดินหรือนวดดิน
ที่มา : นราธิป ภักดีจันทร์, (2563), ถ่ายภาพ

การจัดส่งสินค้าไปถึงลูกค้า ส่วนใหญ่จะมีลูกค้าประจำร้อยละ 60-90 และอยู่จังหวัดนครราชสีมาและกรุงเทพฯ เป็นส่วนใหญ่ จะนัดเวลาส่งสินค้าให้ลูกค้าหลังจากได้รับคำสั่งซื้อ 15-20 วัน/สัปดาห์ จัดส่งได้ตรงตามนัดหมาย และแจ้งลูกค้าล่วงหน้าก่อน 1 สัปดาห์ ขนส่งโดยรถบรรทุกสิบล้อหรือหกล้อ มีการออกใบเสร็จรับเงินไว้เป็นหลักฐาน

การรับคืนสินค้า ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาจะไม่รับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า เนื่องจากได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์และได้ตกลงกันแล้วเมื่อผลิตภัณฑ์ถึงมือของลูกค้า

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษากระบวนการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างมีคุณค่าทั้งการวางแผน การจัดหา จัดซื้อ และการขนส่ง การผลิตและการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูป การจัดส่งสินค้าไปถึงลูกค้าและการรับคืนสินค้า สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการวางแผนการผลิตโดยนำดินจากบึงเขาหิน ซึ่งเป็นแหล่งดินที่ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาได้ใช้มาตั้งแต่บรรพบุรุษจากรุ่นก่อนสู่รุ่นหลัง ส่วนเชื้อเพลิงที่ใช้ในการเผาเครื่องปั้นดินเผานั้น จะจัดหาไม้ไผ่จากในหมู่บ้านและจะมีพ่อค้าจากอำเภออื่นขนไม้ไผ่มาขายให้ถึงบ้าน จะวางแผนสั่งซื้อปริมาณมากๆ มากองไว้บริเวณแถวบ้านเหมือนกับผู้ผลิตรุ่นก่อนที่ได้ปฏิบัติกันมา ต่อมาจึงนำดินดังกล่าวมาปั้นเป็นภาชนะ พร้อมทั้งได้เรียนรู้การใช้วัตถุดิบจากผู้ผลิตรุ่นก่อนๆ และขนส่งโดยรถบรรทุกสิบล้อ

การผลิตเครื่องปั้นดินเผาจะนำวิธีการผลิตมาจากคนรุ่นก่อนถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลังทั้งหมด ตั้งแต่วิธีการหมักดิน นวดดินโดยใช้เครื่องนวดดินและใช้มือนวดดิน แล้วจึงขึ้นรูปโดยใช้แป้นหมุนไฟฟ้าแล้วใช้มือทั้งสองข้างรีดดินเพื่อขึ้นรูปเป็นภาชนะ หรือใช้วิธีนวดดินเพื่อปั้นรูป ซึ่งเป็นวิธีปั้นเครื่องปั้นดินเผาของคนมอญ พร้อมตกแต่งลวดลายโดยใช้วิธีการกลายที่ขอบด้านบนของภาชนะ ให้เกิดเป็นลายร่องและลายนูน การตกแต่งแบบแกะสลัก การขีดเขียนเป็นเส้นลาย การใช้สีทาผลิตภัณฑ์เป็นลวดลายดอกไม้ เรขาคณิตต่าง ๆ โดยขนาดของเครื่องปั้นดินเผาส่วนใหญ่จะผลิตขนาดใหญ่เป็นของใช้ในครัวเรือนเหมือนกับรุ่นก่อน แสดงดังภาพที่ 3 และภาพที่ 4



ภาพที่ 3 การตกแต่งแบบแกะสลัก

ที่มา : นราธิป ภักดีจันทร์, (2563), ถ่ายภาพ



ภาพที่ 4 การกลายที่ขอบบนภาชนะ

ที่มา : นราธิป ภักดีจันทร์, (2563), ถ่ายภาพ

ต่อมาจึงนำภาชนะที่ตกแต่งแล้วมาสู่กระบวนการเผา โดยนำไม้ไผ่มาเป็นเชื้อเพลิง ใช้ระยะเวลาการเผา 3 วัน 3 คืน ส่วนเตาเผาเครื่องปั้นดินเผามีสถาปัตยกรรมเป็นรูปทรงกลม ข้างบนมีลักษณะโค้งเหมือนโดม มีช่องสำหรับใส่ไฟ แสดงดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 เตาเผาเครื่องปั้นดินเผา

ที่มา : นราธิป ภักดีจันทร์, (2563), ถ่ายภาพ

แล้วจึงจัดส่งภาชนะเครื่องปั้นดินเผานี้ไปยังถึง ส่วนใหญ่จะมีพ่อค้าคนกลางที่เป็นลูกค้าประจำมารับผลิตภัณฑ์ ใช้วิธีการขนส่งด้วยรถบรรทุกทุกสัปดาห์ ส่วนการรับคืนสินค้านั้น เมื่อจำหน่ายออกจากร้านแล้วจะไม่รับคืนทุกกรณี เป็นแนวทางการปฏิบัติและวิธีการจัดการมาแต่รุ่นบรรพบุรุษ

สรุปและอภิปรายผล

สรุป

การดำเนินงานของกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญตามองค์ประกอบของ SCOR Model สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

กลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญมีการวางแผนระยะสั้น เริ่มจากการเตรียมดิน ซึ่งทางองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่งจะบริหารจัดการส่งโดยรถบรรทุกทุกสัปดาห์ให้ถึงบ้าน ปีละ 1 ครั้ง และผู้ผลิตต้องวางแผนใช้เชื้อเพลิงที่เป็นไม้ไผ่ใช้ในการเผาเครื่องปั้นดินเผา โดยการผลิตและการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูป เริ่มจากการเตรียมดิน ต้องหมักดินแล้วพรมน้ำอย่างต่อเนื่อง ต่อมาจึงทำการนวดดิน มีวิธีการนวดดิน 2 แบบ คือ 1) ใช้เครื่องนวดดิน และ 2) ใช้มือนวดดิน แล้วจึงทำการขึ้นรูปและตกแต่งลวดลาย เสร็จแล้วนำมาตากให้แห้งไว้ในร่มอีกประมาณ 3 วัน นำเข้าเตาเผา ใช้ระยะเวลาการเผา 3 วัน 3 คืน แล้วจึงนำออกมาจำหน่ายได้ อัตราการเสียหายของเครื่องปั้นดินเผาส่วนใหญ่ไม่มีปัญหา ปริมาณการผลิตได้ต่อเนื่อง ประมาณ 300-500 ชิ้น/เดือน การตรวจสอบคุณภาพจะดูรูปลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ว่าไม่แตกร้าว ไม่บิ่นและไม่หักทุกครั้งที่ทำการจัดส่งผลิตภัณฑ์ ส่วนการจัดส่งสินค้าไปถึงลูกค้าจะนัดเวลาส่งสินค้าให้ลูกค้าหลังจากได้รับคำสั่งซื้อ 15-20 วัน/สัปดาห์ จัดส่งได้ตรงตามนัดหมาย และแจ้งลูกค้าล่วงหน้าก่อน 1 สัปดาห์ขนส่งโดยรถบรรทุกทุกสัปดาห์หรือหกล้อ มีการออกไปเสริมรับเงินไว้เป็นหลักฐาน ซึ่งผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผามิได้รับเปลี่ยนหรือคืนสินค้าเนื่องจากได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์และได้ตกลงกันแล้วเมื่อผลิตภัณฑ์ถึงมือของลูกค้า

การจัดการห่วงโซ่อุปทานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ

ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างมีคุณค่าทั้งการวางแผน การจัดหา จัดซื้อ และการขนส่ง การผลิตและการจัดการคลังสินค้าสำเร็จรูป การจัดส่งสินค้าไปถึงลูกค้าและการรับคืนสินค้า สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการวางแผนการผลิตโดยนำดินจากบึงเขาติน ซึ่งเป็นแหล่งดินที่ผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาได้ใช้มาตั้งแต่บรรพบุรุษจากรุ่นก่อนสู่รุ่นหลัง ส่วนเชื้อเพลิงที่ใช้ในการเผาเครื่องปั้นดินเผานั้น จะจัดหาไม้ไผ่จากในหมู่บ้าน โดยการผลิตเครื่องปั้นดินเผาจะนำวิธีการผลิตมาจากคนรุ่นก่อนถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลังทั้งหมด ตั้งแต่วิธีการหมักดิน นวดดิน โดยใช้เครื่องนวดดินและใช้มือนวดดิน แล้วจึงขึ้นรูปโดยใช้แป้นหมุนไฟฟ้าแล้วใช้มือทั้งสองข้างรีดดินเพื่อขึ้นรูปเป็นภาชนะ หรือใช้วิธีนวดดินเพื่อขึ้นรูป ทำการตกแต่งลวดลายของเครื่องปั้นดินเผาโดยใช้วิธีการกลายที่ขอบด้านบนของภาชนะ ให้เกิดเป็นลายร่องและลายนูน การตกแต่งแบบแกะสลัก การขีดขีดเป็นเส้นลาย การใช้สีทาผลิตภัณฑ์เป็นลวดลายดอกไม้ เรขาคณิตต่าง ๆ โดยขนาดของเครื่องปั้นดินเผาส่วนใหญ่จะผลิตขนาดใหญ่เป็นของใช้ในครัวเรือนเหมือนกับรุ่นก่อน แล้วนำภาชนะดังกล่าวไปสู่กระบวนการเผา โดยนำไม้ไผ่มาเป็นเชื้อเพลิง ใช้ระยะเวลาการเผา 3 วัน 3 คืน ส่วนเตาเผาเครื่องปั้นดินเผามีรูปแบบก่อขึ้นเป็นรูปทรงกลม ข้างบนมีลักษณะโค้งเหมือนโดม มีช่องสำหรับใส่ไฟ ส่วนการจำหน่ายนั้น ส่วนใหญ่จะมีพ่อค้าคนกลางที่เป็นลูกค้าประจำมารับผลิตภัณฑ์ ใช้วิธีการขนส่งด้วยรถบรรทุกสิบล้อ และเมื่อจำหน่ายออกจากร้านแล้วจะไม่รับคืนทุกกรณี เป็นแนวทางการปฏิบัติและวิธีการจัดการมาแต่รุ่นบรรพบุรุษ

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์การจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญสินค้า สอดคล้องกับการศึกษาของ อ้นธรร ตินภพ ศิริลักษณ์ เมฆสังข์ และฉันทนา จันทร์บรรจง (2559) ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานโดยวิสาหกิจชุมชนผลิตข้าวอินทรีย์ในเขตภาคกลางของประเทศไทย พบว่า มีความเชื่อมโยงของกระบวนการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตข้าวตั้งแต่ต้นน้ำแสดงให้เห็นความเชื่อมโยงของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเกษตรกรผู้ผลิตข้าวต้องวางแผนการจัดการปัจจัยการผลิตเพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตและส่งไปแปรรูปยังโรงสีและสุดท้ายคือการส่งมอบให้กับลูกค้าจะเห็นได้ว่าทุกกระบวนการมีการวางแผนอย่างเชื่อมโยงและสัมพันธ์กัน และสอดคล้องกับ ธนาภรณ์ สมานทอง (2562) ได้ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานผ้าไหมทอมือในจังหวัดสุรินทร์เพื่อยกระดับให้เป็นสินค้า OTOP Premium พบว่า กลุ่มอาชีพมีการวางแผนการดำเนินการตามประสบการณ์การทำงานซึ่งไม่มีการจดบันทึกข้อมูล มีการผลิตวัตถุดิบเอง ผลิตเพื่อจำหน่าย โดยจะทำการผลิตอย่างต่อเนื่อง การขนส่งสินค้าไม่มีการบันทึกข้อมูลและจะเลือกวิธีการจัดส่งตามความต้องการของลูกค้า แต่มีประเด็นแตกต่างกันในการส่งคืนหรือการส่งสินค้ากลับ เนื่องจาก การถ่วงรูปสินค้าซึ่งเป็นผ้าไหมบางชิ้นเมื่อเทียบกับสินค้าจริงมีสีไม่ตรงตามที่ลูกค้าต้องการ

กระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ สอดคล้องกับการศึกษาของ ชนิศา มณีรัตน์รุ่งโรจน์ และขวัญกมล ดอนขวา (2561) โดยมีการวางแผนเพื่อการทำงานประจำวันจากประสบการณ์และกระบวนการผลิตจะใช้แรงงานคนเป็นหลักทำงานโดยการแบ่งงานตามประสบการณ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยระดับนโยบาย พบว่า กลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ ได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ คือ จากองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านแก่งในด้านปัจจัยการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ การจัดหาดินที่ใช้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาจากบึงเขาติน ซึ่งคาดว่าจะดินแห่งนี้จะไม่เพียงพอสำหรับการผลิตในช่วงระยะเวลา 10 ปีข้างหน้า ดังนั้น กลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญต้องการให้หน่วยงานภาครัฐช่วยวางแผนจัดหาแหล่งดินแห่งใหม่ เพื่อมาทดแทนดินจากบึงเขาติน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริม สนับสนุน สร้างขีดความสามารถให้กับกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญให้มีความยั่งยืนและเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เพื่อสามารถรองรับนักลงทุนหรือนักท่องเที่ยวที่สนใจธุรกิจชุมชนตามภูมิปัญญาท้องถิ่นได้เข้ามาศึกษาและแลกเปลี่ยนซื้อขายผลิตภัณฑ์กันได้กว้างขึ้น

ข้อเสนอแนะในการนำไปปฏิบัติ กลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญควรพัฒนาการจัดการห่วงโซ่อุปทานในกระบวนการของการตกแต่งภาชนะเครื่องปั้นดินเผาให้มีลวดลายที่แปลกใหม่ มีสีสันทันสมัย ไม่ควรผลิตในรูปแบบและลวดลายเดิม ๆ โดยการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งผลิตอื่นๆ หรือสอบถามจากลูกค้า และควรปรับขนาดภาชนะของกระถางจากที่เคยผลิตขนาดใหญ่เป็นขนาดเล็กบ้าง เพื่อรองรับลูกค้าที่ชื่นชอบการปลูกไม้ประดับขนาดเล็ก เช่น ไม้แคคตัส และไม้สำหรับปลูกในบ้านหรือสำนักงาน



ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในกลุ่มอาชีพเครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยได้ทราบถึงสภาพและปัญหาของการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มผู้ผลิต โดยการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มพ่อค้าคนกลางและลูกค้าคนสุดท้าย ซึ่งเป็นปลายน้ำของห่วงโซ่อุปทาน เพื่อศึกษาความเป็นไปของแต่ละกระบวนการให้เกิดองค์ความรู้และเกิดประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องในการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- เจริญ ตันมหารพารณ. (2558). **เครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ**. สืบค้นวันที่ 2 เมษายน 2563.
จาก <https://www.facebook.com/Charoen1948/posts/800433403339938/>
- ชีวลีทธิ์ บุญเกียรติ. (2559). **พิพิธภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ**. สืบค้นวันที่ 4 เมษายน 2563.
จาก <https://db.sac.or.th/museum/museum-detail/1390>.
- ชนิศา มณีรัตน์รุ่งโรจน์ และขวัญกมล ดอนขวา. (2561). การจัดการห่วงโซ่อุปทานของผ้าไหมในจังหวัดนครราชสีมา. **วารสารเทคโนโลยีสุรนารี**. 12(2), 85-107.
- ดวงฤทัย อรรถแสง. (2552) **กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าไหมมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติ**.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธนาภรณ์ สมานทอง. (2562). **การจัดการห่วงโซ่อุปทานผ้าไหมทอมือในจังหวัดสุรินทร์เพื่อยกระดับให้เป็นสินค้า OTOP PREMIUM**.
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ธันยธร ดิณภพ ศิริลักษณ์ เมฆสังข์ และฉันทนา จันทร์บรรจง. (2559). การจัดการห่วงโซ่อุปทานโดยวิสาหกิจชุมชนผลิตข้าวอินทรีย์ในเขตภาคกลางของประเทศไทย. **วารสารวิจัยและพัฒนาโลกลองกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**. 11 (3). 319-330.
- พัชรินทร์ สุภาพันธุ์ และเบญจพรรณ เอกะสิงห์ (2560) ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานด้วยตัวแบบ SCOR ของผักสดที่ผ่านมาตรฐานการรับรองตามการผลิตทางการเกษตรที่ดีที่เหมาะสมในจังหวัดเชียงใหม่. **วารสารปริชาต**. 30(1). 95-119.
- อุทัย ดวงบาล. (2551). ความคงอยู่ในอาชีพการทำเครื่องปั้นดินเผาในหมู่บ้านพนาลัย อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. **ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**.
- Burt, N.D., Dobler, D.W., Starling, S.L. (2003). *World Class Supply Management: The key to supply chain management*. 7th edition. McGraw-Hill
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act : A Theoretical to Sociocultural Method*. Chicago: Aldine Publishing.
- Supply-Chain Council. (2004). *Supply-Chain Operations Reference-Model : SCOR VERSION 6.1*, Supply-Chain Council : Pittsburgh.
- Macmillan, Thomas T. (1971). *The Delphi Technique*. Paper Presented at the annual meeting of the California Junior Colleges Associations Committee on Research and Development, Monterey, California. (May), 3-5.

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา Causal Factors Affecting the Customer Loyalty of Private Hospital in Phayao Province.

วรพร เป็กทอง, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย¹

กษิต ใจผาวัง, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย²

Email : 616806015@crru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาระดับคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา 2. ศึกษาระดับความไว้วางใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา 3. ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา 4. ศึกษาความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา 5. ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพการบริการ ระดับความไว้วางใจและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนระดับความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการปัจจัยความไว้วางใจและปัจจัยความพึงพอใจ ส่งผลต่อความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งปัจจัยทั้งสามสามารถส่งผลต่อความภักดีได้ร้อยละ 22.62 ($R^2 = 0.2262$) แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยพบว่าปัจจัยความพึงพอใจส่งผลต่อความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยคุณภาพการบริการและปัจจัยความไว้วางใจส่งผลต่อความภักดีอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความไว้วางใจ, ความพึงพอใจ, ความภักดี

ABSTRACT

This research aims to survey the service quality, trust, satisfaction and the loyalty of the customers toward the services of private hospital in Phayao province and find the causal effect between these factors. The data was collected from 400 people by questionnaires. The result found that the service quality, trust and satisfaction of customer were at the high level and there had a statistically significant effect on loyalty, with all three factors affecting loyalty 22.62% ($R^2 = 0.2262$). Additional, it was found that the satisfaction factor had a statistically significant effect on loyalty. On the other hands, the service quality and the trust factor, there was no statistically significant effect on loyalty.

Keywords: Service Quality, Trust, Satisfaction, Loyalty

บทนำ

จากการที่รัฐบาลได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุภาพนานาชาติ พ.ศ.2560 – 2569 เพื่อเสริมสร้างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจสุขภาพด้วยการมุ่งพัฒนาระบบบริการสุขภาพของประเทศไทยให้มีมาตรฐานระดับสากล (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2559) ประกอบกับสถานการณ์ที่ประชาชนให้ความสำคัญ

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



ในการดูแลสุขภาพร่างกายมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจบริการสุขภาพโดยเฉพาะโรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชนเกิดขึ้นอย่างมากมาย และมีการจัดเตรียมการบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานโดยการพัฒนาคุณภาพการให้บริการตามแนวทาง HA (Hospital Accreditation) หรือมาตรฐานสากล JCI (Joint Commission International) เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้รับการรักษาที่มีคุณภาพ สะดวกรวดเร็วและเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ปัจจุบันสถานพยาบาลทั่วประเทศมีจำนวนมากกว่า 38,500 แห่ง เป็นสถานพยาบาลของรัฐร้อยละ 34 และที่เหลือเป็นของเอกชน (กลุ่มงานเทคโนโลยีและสารสนเทศ กองบริหารการสาธารณสุข, 2561) แม้สถานพยาบาลของรัฐจะมีอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ยังไม่เพียงพอต่อการให้บริการกับประชาชนที่เจ็บป่วย โดยมีอัตราการครองเตียง (Bed Occupancy rate) ของโรงพยาบาลรัฐอยู่ในระดับสูงกว่าโรงพยาบาลเอกชน (พูลสุข นิลกิจศรานนท์, 2560: 2) ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนถึงความแออัดจากจำนวนผู้ป่วยในที่ใช้บริการของโรงพยาบาลรัฐ ในขณะที่ผู้ป่วยนอกก็เสียเวลาในการรอรับบริการค่อนข้างนาน ส่งผลให้ประชาชนบางกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มที่มีฐานะหรือมีกำลังทรัพย์หันมาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนเพิ่มขึ้น โดยยอมเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มสูงขึ้นเพื่อให้ได้รับการที่รวดเร็วตามความต้องการของตนเอง

การศึกษาในเรื่องความพึงพอใจต่อการบริการพยาบาลที่ผู้ป่วยคาดหวังและผู้ป่วยรับรู้ โดยใช้แนวคิดคุณภาพบริการของ Parasuraman, et al. (1985) มาปรับให้เข้ากับบริบททางการพยาบาล การส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสถานพยาบาลและบริการสาธารณสุข เพื่อสร้างความไว้วางใจแก่ผู้รับบริการในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาล (วัลภา ยัมปราโมทย์, 2559) ดังนั้น สถานพยาบาลต้องตระหนักถึงความพึงพอใจจากการให้บริการเพื่อเป็นเครื่องมือในการดึงดูดผู้รับบริการให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น จึงส่งผลให้โรงพยาบาลเอกชนมีการตื่นตัวในการพัฒนาระบบคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ

จังหวัดพะเยามีโรงพยาบาลรวมทั้งสิ้น 10 แห่ง ประกอบด้วยโรงพยาบาลของรัฐ 9 แห่ง และมีโรงพยาบาลเอกชนเพียง 1 แห่ง ที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา นอกจากนี้ยังมีโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล 95 แห่ง และมีจำนวนคลินิก 99 แห่ง (กลุ่มงานเทคโนโลยีสารสนเทศ กระทรวงสาธารณสุข, 2561) จากรายงานของกลุ่มงานบริหารทรัพยากรบุคคล สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพะเยา พบว่า อัตราส่วนแพทย์ต่อเตียงโรงพยาบาลพะเยามีอัตราส่วน 1:9 (ข้อมูล ณ วันที่ 1 มีนาคม 2562) ข้อมูลนี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการให้บริการยังไม่เพียงพอต่อความต้องการรับบริการ จึงอาจส่งผลให้ผู้ใช้บริการส่วนหนึ่งเริ่มหันมาใช้บริการที่โรงพยาบาลเอกชนมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของมัลลิกา สูงภัก (2558) นอกจากเหตุผลด้านความแออัดในการเข้ารับบริการดังกล่าวแล้ว คุณภาพการให้บริการ ความมั่นใจในการให้บริการและการรักษา รวมถึงความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา อาจเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ประชาชนที่ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนเกิดความภาคภูมิใจในการเข้าไปรับบริการจากโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาในข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา เพื่อศึกษาผลของอิทธิพลจากตัวแปรดังกล่าว และนำไปปรับใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาคุณภาพบริการ รวมถึงการวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา

ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยอันประกอบด้วย

การบริการ หมายถึง การแสดงออกทางการกระทำที่ฝ่ายหนึ่งนำเสนอให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการดังกล่าวอาจจะเกี่ยวข้องกับสินค้าที่สามารถจับต้องได้หรือไม่สามารถจับต้องได้เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จนนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดตามความคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวัง (วีระพงษ์ เณลิมจิระรัตน์, 2553; ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2552; ศุภลักษณ์ สุริยะ, 2556; Lovelock & Wright อ้างในศุภลักษณ์ สุริยะ, 2556; Kotler, 2010.)

เครื่องมือประเมินคุณภาพการบริการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เป็นการนำแนวคิดของ Parasuraman, et al. (1985) เรียกว่า “SERVQUAL” ประกอบด้วยปัจจัยในการประเมินคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) หมายถึง การมองเห็นได้ถึงลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ด้านอุปกรณ์และลักษณะของบุคลากร ได้แก่ สถานที่ อุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัย บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ต่างๆรวมถึงสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกได้ว่าได้รับความสะดวกสบายและมีการดูแลเอาใจใส่จากผู้ให้บริการ สิ่งเหล่านี้มีความสำคัญต่อความรู้สึกเพราะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้นๆได้ชัดเจน

2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการที่เชื่อถือได้และ ความสามารถในการให้บริการตรงตามมาตรฐานหรือสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า โดยสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการได้อย่างทันท่วงที

3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การมีความพร้อมที่จะให้บริการ มีความมุ่งมั่นและมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้ารวมถึงให้บริการที่รวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ สามารถให้คำแนะนำหรือข้อมูลที่เหมาะสม รับผิดชอบต่อการร้องเรียนของผู้รับบริการ มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับบริการ

4. ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ความสามารถที่ผู้ให้บริการแสดงออกถึงท่าที ทักษะความรู้ ความอนุเคราะห์จากพนักงานให้เกิดความไว้วางใจและความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ มีความเต็มใจในการให้ความช่วยเหลือ ปฏิบัติงานอย่างคล่องแคล่ว มีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่กระทำ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในการใช้บริการ

5. ความเอาใจใส่ลูกค้า (Empathy) หมายถึง การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ เป็นการดูแลเอาใจใส่อย่างอบอุ่นให้บริการอย่างตั้งใจ เข้าใจปัญหาหรือความต้องการของผู้รับบริการเพื่อตอบสนองสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ

ซึ่งคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลมีผลต่อการเลือกใช้บริการและความภักดีต่อโรงพยาบาลเอกชน (สมฤดี ธรรมสุริ, 2554; วัฒนะ เพชรสุวรรณ, 2555; โสรจจะราช เถระพันธ์, 2561; Aliman and Mohamad, 2013) นอกเหนือจากนี้ความไว้วางใจยังส่งผลต่อความภักดีเช่นกัน (ชมพูนุท บุษกรเรืองรัตน์, 2558; จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์และ อรณัญญ์ นครศรี, 2560; Ndubisi, 2007.)

ความไว้วางใจ คือ สภาพความเป็นจริงเมื่อคนจำนวนหนึ่งเกิดความเชื่อมั่น โดยเป็นผู้มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความเชื่อถือ (Reliability) และความซื่อสัตย์จริงใจ (Integrity) โดยมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดและขนานกับกรอบแนวคิดทางการตลาดที่ศึกษาเรื่องบุคลิกภาพและจิตวิทยา (Morgan & Hunt, 1994) ความไว้วางใจเกิดขึ้นจากความเชื่อมั่นระหว่างคู่ค้า ความสอดคล้องอำนาจ ความเที่ยงตรง ความรับผิดชอบ การให้ความช่วยเหลือ และความเมตตา ความไว้วางใจเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดลักษณะข้อผูกมัดเพื่อแสดงสัมพันธ์ภาพระหว่างลูกค้าและองค์กร ส่งผลต่อความสัมพันธ์ในระยะยาวที่ถูกสร้างขึ้น ความมั่นใจของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้นจะเป็นการประเมินและการยืนยันที่จะจ่ายเพื่อสินค้าและบริการ นอกจากนี้ Ndubisi (2007) ยังกล่าวว่าความไว้วางใจเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างความภักดีและความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างความไว้วางใจและความภักดีของลูกค้า

การวัดองค์ประกอบของความไว้วางใจ Morgan & Hunt (1994) กล่าวว่า ความไว้วางใจของผู้บริโภคสามารถประเมินได้จากความเชื่อมั่นของลูกค้า ซึ่งผู้ให้บริการแต่ละรายจะได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้าแตกต่างกัน และจะเกิดการประเมินได้เมื่อลูกค้าได้รับการบริการแล้วมีการเปรียบเทียบกับสัญญาที่ผู้ให้บริการกำหนดไว้ Sirdeshmukh, Singh & Sabol (2002) อธิบายว่า การวัดการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับความไว้วางใจจะมุ่งที่ความไว้วางใจที่เกี่ยวข้องกับตัวองค์กรและพนักงานของผู้ให้บริการ ซึ่งผู้บริโภคจะประเมินระดับการรับรู้เกี่ยวกับความซื่อสัตย์จริงใจและสมรรถนะขององค์กรกับพนักงานที่ให้บริการ สอดคล้องกับที่ Bourdeau (2005) ศึกษาพบว่าองค์ประกอบของความไว้วางใจจะเกี่ยวข้องกับความสามารถของผู้ให้บริการที่จะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า การเป็นที่พึ่งพาอาศัยได้ ความซื่อสัตย์จริงใจ ความมีสมรรถนะการให้บริการ การให้บริการอย่างตรงไปตรงมาและเป็นประโยชน์รวมทั้งความสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคตได้ โดยองค์ประกอบทั้งหมดนี้มีความสัมพันธ์กับความภักดีเชิงทัศนคติในด้านความเข้าใจ ความรู้สึก พฤติกรรมและการกระทำ ดังนั้นในการวัดองค์ประกอบของความไว้วางใจที่จะส่งผลต่อความภักดีในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดองค์ประกอบของปัจจัยด้านความไว้วางใจ ประกอบด้วย 1) ความสามารถและสมรรถนะ (Ability and Competency) 2) ความห่วงใย (Concern) และ 3) ความซื่อสัตย์ (Integrity) (Morgan & Hunt, 1994; Sirdeshmukh, Singh & Sabol, 2002; Bourdeau, 2005; ชมพูนุท บุษกรเรืองรัตน์, 2558; จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์และอรณัญญ์ นครศรี, 2560; โสรจจะราช เถระพันธ์, 2561; อรณัญญ์ นครศรี, 2561)

นอกจากคุณภาพการบริการและความไว้วางใจแล้ว ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการยังส่งผลต่อความภักดีที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชน (จุฬาลักษณ์ เทียนรุ่งรัมย์, 2559; อรรถไกร พันธุ์ภักดีและคณะ, 2561; Mortazavi, S., Kazemi, M., Shirazi, A.,



& Aziz-Abadi, A., 2009) และความพึงพอใจยังส่งผลต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการต่อการเข้ารับบริการด้วยเช่นกัน (Alrubaiee, L., & Alkaa'ida, F., 2011; Patawayati, Setiawan, and Rahayu, 2013) โดยความพึงพอใจของผู้บริโภคนั้นนิยามวัดจากส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ (จุฬาดาท ธานาตินทร์และสมอาจ วงษ์ชมทอง, 2559; จุฬาลักษณ์ เทียนรุ่งรัมย์, 2559; อรรถไกร พันธุ์กิติและคณะ, 2561; Alrubaiee, L., & Alkaa'ida, F., 2011; Mortazavi et. AL., 2009) ซึ่งประกอบด้วยส่วนประสมทางการตลาดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541 อ้างในสิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์, 2556)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการรวมทั้งความต้องการของมนุษย์ได้ โดยผู้ขายจะมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึงคุณค่า เพราะเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์

3. สถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สถานที่ให้บริการในส่วนเริ่มต้นโดยการเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจบริการนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ลูกค้าต้องไปรับบริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ ดังนั้นทำเลที่ตั้งจึงเป็นตัวกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะเข้ามาใช้บริการ และต้องพิจารณาถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งด้วย หากสามารถหาช่องทางเข้าถึงลูกค้าได้มากเท่าไร ผลกำไรก็จะเพิ่มสูงขึ้นมากเท่านั้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารทางข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อในการสร้างทัศนคติรวมถึงพฤติกรรมการซื้อ ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix's) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix) ประกอบด้วย การติดต่อสื่อสารโดยใช้พนักงานดำเนินการขาย (Personal Selling) รวมทั้งการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้บุคคล (Non Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประเภท ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสานกัน (Integrated Marketing Communication)

5. บุคลากร (Person) หรือพนักงาน (Employees) หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการผลิตและบริการ ซึ่งต้องผ่านการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) และการจูงใจพนักงานเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เหนือคู่แข่ง ดังนั้นเพื่อคุณภาพในการบริการ องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการอบรมพนักงาน มีการสนับสนุนที่จำเป็น ในการมอบหมายอำนาจและหน้าที่ความรับผิดชอบ เพื่อสร้างพนักงานให้มีความรู้ความสามารถ ความน่าเชื่อถือ มีทัศนคติที่ดี มีความรับผิดชอบ มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับลูกค้า มีความสามารถในการแก้ปัญหาต่างๆ รวมถึงมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) หมายถึง สิ่งที่สามารถแก่สาธารณชนเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า และช่วยสื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงภาพลักษณ์และคุณภาพของการบริการ เช่น ความรวดเร็วในการบริการ ความสะอาด หรือประโยชน์อื่นๆ ลักษณะทางกายภาพทำให้ลูกค้ามองเห็นภาพการให้บริการได้อย่างชัดเจน

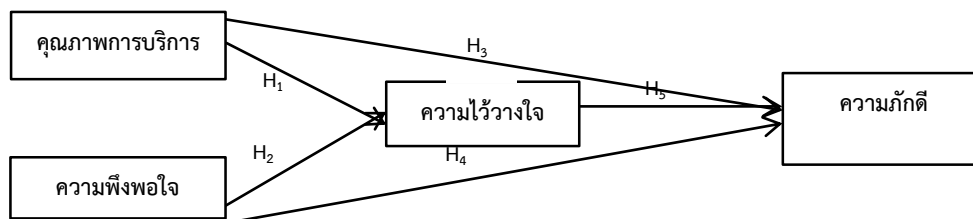
7. กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง กระบวนการในการให้บริการเพื่อส่งมอบบริการที่ได้อย่างมีคุณภาพและให้บริการได้อย่างประทับใจลูกค้าและรวดเร็ว การให้บริการถือเป็นกระบวนการหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญซึ่งต้องมีพนักงานที่มีคุณภาพหรือเครื่องมือที่ทันสมัย ก่อให้เกิดกระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพได้

ส่วนความภักดี นั้นหมายถึง ความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีความพึงพอใจอย่างสม่ำเสมอในการเข้ารับบริการนั้นๆ ที่มีพฤติกรรมยังคงใช้บริการต่อไปเป็นประจำอย่างต่อเนื่องรวมถึงมีการแนะนำผู้อื่นให้รู้จักได้มาใช้บริการ โดยผู้รับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อการบริการ ส่งผลต่อไปความสัมพันธ์ในระยะยาว โดยผู้รับบริการมีความพึงพอใจ มีการนึกถึง และไม่คิดจะเปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่น ซึ่งการที่ลูกค้าจะเกิดความภักดีนั้นต้องมีความสัมพันธ์ของปัจจัยหลากหลายปัจจัยที่จะส่งผลต่อความภักดี (Park, et al., 2017; Jalilvand, et al., 2014; Singh & Saini, 2016; Hur, et al., 2015; Sumaedi, et al., 2014)

องค์ประกอบของการวัดความภักดี โดยทั่วไปนั้นเริ่มจากการแบ่งลูกค้าเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ 1) ความภักดีด้านพฤติกรรม ซึ่งเป็นการแสดงออกทางการกระทำ ที่สามารถมองเห็นได้ เช่น การซื้อหรือใช้สินค้าและบริการซ้ำๆ การบอกต่อหรือการแนะนำผู้อื่น และ 2) ความภักดีด้านทัศนคติ คือการวัดความคิดและความรู้สึกผูกพันของลูกค้าต่อองค์กรซึ่งแสดงผลลัพธ์เป็นพฤติกรรม เช่น การกล่าวคำชมเชย และความตั้งใจที่จะซื้อซ้ำ (Ivanauskienė & Auruskevicienė, 2009) เป็นต้น เพราะลูกค้าจะมีกระบวนการคิดและตัดสินใจที่มีต่อสินค้านั้นแล้วถ่ายทอดเป็นพฤติกรรมเชิงบวก (Szczepanka & Gawron, 2011) งานวิจัยที่ผ่านมาให้ความสำคัญกับการ

วัดทั้งด้านทัศนคติและพฤติกรรม เพื่อวิเคราะห์ความภักดีของลูกค้าที่มีต่อองค์กร ในเวลาต่อมานักวิจัยได้นำเสนอการแบ่งกลุ่มความภักดีเพิ่มเติมอีกกลุ่มหนึ่ง คือ ความภักดีด้านผสม ซึ่งหมายถึงการ รวมความภักดีด้านพฤติกรรมและทัศนคติไว้ด้วยกัน ซึ่งสามารถลดช่องว่างของทั้งสองด้านแรก คือ ไม่ได้เน้นเฉพาะพฤติกรรมด้านใดด้านหนึ่ง เช่น ความถี่ในการซื้อหรือการใช้บริการซ้ำๆ แต่นำพฤติกรรมด้านทัศนคติเข้ามาเป็นปัจจัยร่วมในการศึกษาด้วย และในปัจจุบัน นักวิจัยทางการตลาดนิยมใช้มิติทั้งสองด้านรวมกันเพื่อเป็นตัวชี้วัดความภักดีซึ่งสามารถศึกษาความภักดี ได้ครอบคลุมมากขึ้น (Boora & Singh, 2011)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น จะพบว่าคุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ และความพึงพอใจจะมีอิทธิพลหรือส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ และนอกจากนี้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจ ยังส่งผลต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ และจะส่งผลต่อไปยังความภักดีของผู้ใช้บริการในลำดับสุดท้าย ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาโมเดลความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 โมเดลความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา ปีพ.ศ. 2562 จำนวน 19,000 คน (แผนกเวชระเบียน โรงพยาบาลพะเยาราม, 2562) คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ได้เท่ากับ 400 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 – เมษายน 2563 ด้วยตนเองและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลด้านคุณภาพการบริการ ความไว้วางใจ ความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

2. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา โดยใช้การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)

การตรวจสอบเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้ตรวจสอบความตรงของเนื้อหาและความสอดคล้องของแบบสอบถามการวิจัย ผ่านการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ โดยรวมเท่ากับ 0.73 และได้นำไปทดสอบเก็บกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ประชากรที่ศึกษา จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผลปรากฏว่ามีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม หรือค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.96

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้



1. ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 – 40 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท ใช้สิทธิประกันชีวิตในการเข้าใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ส่วนใหญ่มาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน 1-2 ครั้ง/ปี และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการต่อครั้ง 2,001 – 3,000 บาท โดยเหตุผลที่เลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนเนื่องจากความเชี่ยวชาญของแพทย์และบุคลากร

2. ผลการศึกษาระดับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา พบว่า ระดับความคิดเห็นในภาพรวมของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยาอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจ (Assurance) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.32, S.D = .62) รองลงมาคือปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) ($\bar{X}$ = 4.31, S.D = .55) และปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ($\bar{X}$ = 4.05, S.D = .63) ตามลำดับ ดังข้อมูลแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนต่อคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา

คุณภาพการบริการ	$\bar{X}$	S.D	การแปลผล
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.31	.55	มากที่สุด
2. ความเชื่อถือได้	4.02	.53	มาก
3. การตอบสนอง	4.05	.63	มาก
4. ความมั่นใจ	4.32	.62	มากที่สุด
5. ความเอาใจใส่	4.01	.75	มาก
รวม	4.14	.48	มาก

3. ผลการศึกษาระดับความไว้วางใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา พบว่า ในภาพรวมผู้ให้บริการมีระดับความไว้วางใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยาอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยความไว้วางใจด้านความสามารถและสมรรถนะ (Ability and Competency) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.31, S.D = .56) รองลงมาคือปัจจัยความไว้วางใจด้านความซื่อสัตย์ (Integrity) ($\bar{X}$ = 4.18, S.D = .67) และปัจจัยความไว้วางใจด้านความห่วงใย (Concern) ($\bar{X}$ = 4.07, S.D = .68) ตามลำดับ ดังข้อมูลแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นในภาพรวมของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนต่อความไว้วางใจในการใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา

ความไว้วางใจ	$\bar{X}$	S.D	การแปลผล
1. ความสามารถและสมรรถนะ	4.31	.56	มากที่สุด
2. ความห่วงใย	4.07	.68	มาก
3. ความซื่อสัตย์	4.18	.67	มาก
รวม	4.19	.57	มาก

4. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา พบว่า ในภาพรวมผู้ให้บริการมีระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยาอยู่ในระดับพึงพอใจมากโดยปัจจัยความพึงพอใจด้านบุคลากร (Person) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.16, S.D = .59) รองลงมาคือปัจจัยความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ($\bar{X}$ = 4.15, S.D = .56) และปัจจัยความพึงพอใจด้านช่องทางการตลาด (Place) ($\bar{X}$ = 4.14, S.D = .64) ตามลำดับ ดังข้อมูลแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับความพึงพอใจในภาพรวมของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา

ความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D	การแปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.15	.56	มาก
2. ด้านราคา	4.04	.58	มาก
3. ด้านช่องทางการตลาด	4.14	.64	มาก
4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.74	.64	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.16	.59	มาก
6. ด้านกายภาพ	4.13	.58	มาก
7. ด้านกระบวนการ	3.88	.65	มาก
รวม	4.03	.44	มาก

5. ผลการศึกษาระดับความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา พบว่า ในภาพรวมผู้ให้บริการมีระดับความภักดีต่อโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยาอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยความภักดีด้านทัศนคติของความภักดี (Attitude) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.30, S.D = .61) รองลงมาคือปัจจัยความภักดีด้านพฤติกรรมของความภักดี (Behavior) ($\bar{X}$ = 4.23, S.D = .60) ตามลำดับ ดังข้อมูลแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ระดับความภักดีในภาพรวมของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา

ความภักดี	$\bar{X}$	S.D	การแปลผล
1. ด้านพฤติกรรมของความภักดี	4.23	.60	มากที่สุด
2. ด้านทัศนคติของความภักดี	4.30	.61	มากที่สุด
รวม	4.27	.53	มากที่สุด

6. ผลการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ปัจจัยความไว้วางใจและปัจจัยความพึงพอใจ ส่งผลต่อความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p -value<0.001) ซึ่งปัจจัยทั้งสามส่งผลต่อความภักดีได้ร้อยละ 22.62 (R^2 = 0.2262) แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยพบว่าปัจจัยความพึงพอใจส่งผลต่อความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยคุณภาพการบริการและปัจจัยความไว้วางใจส่งผลต่อความภักดีอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของตัวแปรคุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดี พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการส่งผลต่อความภักดี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p -value <0.001) ซึ่งปัจจัยคุณภาพการบริการส่งผลต่อความภักดีได้ร้อยละ 13.54 (R^2 = 0.1354) และ ปัจจัยความพึงพอใจส่งผลต่อความภักดีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p -value <0.001) ซึ่งปัจจัยความพึงพอใจส่งผลต่อความภักดีร้อยละ 21.36 (R^2 = 0.2136) ดังข้อมูลแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของอิทธิพลทางตรงของตัวแปรปัจจัยคุณภาพการบริการและปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อปัจจัยความภักดี

ตัวแปรต้น	b	SE	Beta	t-value	p-value
คุณภาพการบริการ	0.414	.052	0.368	7.896	<0.001
ค่าคงที่	2.545	.219		11.605	.000
R = 0.368, R^2 = 0.1354, F = 62.350, p -value <0.001					
ความพึงพอใจ	0.559	.054	0.462	10.397	<0.001
ค่าคงที่	2.010	.218		9.209	.000
R = 0.462, R^2 = 0.2136, F = 108.099, p -value <0.001					



ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยคุณภาพการบริการ ปัจจัยความไว้วางใจและปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.001$) ซึ่งปัจจัยคุณภาพการบริการส่งผลต่อความไว้วางใจได้ร้อยละ 30.53 ($R^2 = 0.3053$) ปัจจัยความพึงพอใจส่งผลต่อความภักดีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.001$) ซึ่งปัจจัยความพึงพอใจส่งผลต่อความไว้วางใจได้ร้อยละ 25.46 ($R^2 = 0.2546$) และ ปัจจัยความไว้วางใจส่งผลต่อความภักดี พบว่า ปัจจัยความไว้วางใจส่งผลต่อความภักดีได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.001$) ซึ่งปัจจัยความไว้วางใจส่งผลต่อความภักดีได้ร้อยละ 10.30 ($R^2 = 0.103$) ดังข้อมูลแสดงในตารางที่ 6

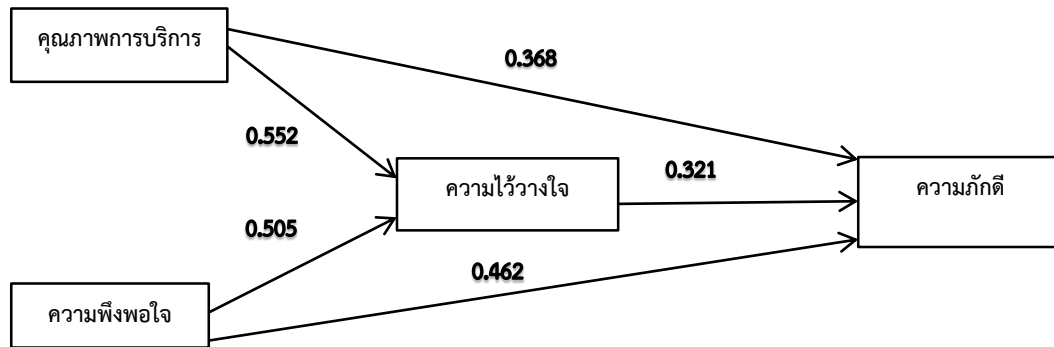
ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ

ตัวแปรต้น	b	SE	Beta	t-value	p-value
คุณภาพการบริการ- ความไว้วางใจ	0.662	.050	0.552	13.223	<0.001
ค่าคงที่	1.437	.209		6.871	.000
R = .552, $R^2 = 0.3053$, F = 174.858, p-value <0.001					
ความพึงพอใจ – ความไว้วางใจ	0.650	.226	0.505	11.659	<0.001
ค่าคงที่	1.565	.056		6.922	.000
R = .505, $R^2 = 0.2546$, F = 135.934, p-value <0.001					
ความไว้วางใจ – ความภักดี	0.559	0.45	0.462	6.772	<0.001
ค่าคงที่	3.001	.188		15.929	.000
R = 0.321, $R^2 = 0.103$, F = 45.855, p-value <0.001					

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ปัจจัยความไว้วางใจและปัจจัยความพึงพอใจ ส่งผลต่อความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.001$) ซึ่งปัจจัยทั้งสามส่งผลต่อความภักดี ได้ร้อยละ 22.62 ($R^2 = 0.2262$) แต่เมื่อพิจารณารายปัจจัยพบว่าปัจจัยความพึงพอใจส่งผลต่อความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยคุณภาพการบริการและปัจจัยความไว้วางใจส่งผลต่อความภักดีอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังข้อมูลแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา

ตัวแปรต้น	b	SE	Beta	t-value	p-value
คุณภาพการบริการ	.445	.074	.368	6.013	0.297
ความไว้วางใจ	.074	.071	.066	1.043	0.068
ความพึงพอใจ	.093	.051	.099	1.831	0.000
ค่าคงที่	1.771	.238		7.447	0.000
R = .476, $R^2 = 0.2262$, F = 38.579, p-value <0.001					



ภาพที่ 2 อิทธิพลของปัจจัยคุณภาพบริการ ปัจจัยความพึงพอใจ และปัจจัยความไว้วางใจ ที่ส่งผลต่อปัจจัยความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่าผู้ใช้บริการได้ประเมินคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยาอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมฤติ ธรรมสุริ (2554) และโสรัจจะราช เถระพันธ์ (2561) โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจ เนื่องจากผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพ สามารถเข้าถึงบริการได้รวดเร็วและทันทั่วทั้ง มีการเอาใจใส่และดูแลผู้ใช้บริการ ย่อมเกิดความไว้วางใจ นำเชื่อถือ และเกิดความเชื่อมั่นในมาตรฐานการรักษา สร้างความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชน

ความไว้วางใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยาอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยความไว้วางใจด้านความสามารถและสมรรถนะ สอดคล้องกับที่ Bourdeau (2005) และอรณัญญ์ นครศรี (2561) ศึกษาพบว่าองค์ประกอบของความไว้วางใจจะเกี่ยวข้องกับความสามารถหรือสมรรถนะของผู้ให้บริการที่จะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ดังนั้นเมื่อผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่ดี โดยบุคลากรทางการแพทย์มีมาตรฐานด้านวิชาชีพ คุณภาพของยาหรืออุปกรณ์ทางการแพทย์ เทคโนโลยีในการแพทย์ทันสมัย ย่อมทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจและส่งผลต่อความภักดีในที่สุด

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยาอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฬาลักษณ์ เทียนรุ่งรัมย์ (2559) และจุฬาดา ธนาบดีนทร์และสมอาจ วงษ์มทอง (2559) เนื่องจากการที่โรงพยาบาลเอกชนมีความพร้อมในเรื่องบุคลากรทางการแพทย์ที่มีมาตรฐานวิชาชีพ ให้บริการได้ถูกต้องแม่นยำ มีการบริการที่หลากหลายและขั้นตอนในการบริการมีความรวดเร็วไม่รอนาน ประกอบกับการที่โรงพยาบาลเอกชนนั้นมีชื่อเสียงมายาวนาน ย่อมทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ เกิดทัศนคติในทางที่ดีและส่งผลต่อความภักดีในที่สุด

ความภักดีของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยาอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยความภักดีด้านทัศนคติของความภักดี สอดคล้องกับการศึกษาของ Jalilvand, et al., 2014; Singh & Saini, 2016; และโสรัจจะราช เถระพันธ์ (2561) เนื่องจากผู้รับบริการมีความไว้วางใจในความเชี่ยวชาญของบุคลากรที่ให้บริการ โดยมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย ทำให้มีชื่อเสียงด้านคุณภาพการบริการ จึงทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ ยังคงใช้บริการเป็นประจำและต่อเนื่อง ไม่คิดจะเปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่น รวมถึงเกิดทัศนคติที่ดีต่อโรงพยาบาลเอกชนส่งผลต่อความสัมพันธ์ในระยะยาว

ปัจจัยคุณภาพการบริการส่งผลทางตรงต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยาอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับทฤษฎีของ Parasuraman, et al. (1988), Park, et al. (2017) และงานวิจัยของโสรัจจะราช เถระพันธ์ (2561) ที่พบว่าคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้คุณภาพการบริการที่ดี เช่น บุคลากรทางการแพทย์มีความพร้อม เป็นมืออาชีพ มีความเชี่ยวชาญในการวินิจฉัยโรคและให้การรักษาได้อย่างถูกต้องปลอดภัย มีการให้บริการ



ด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ที่ทันสมัยน่าเชื่อถือ พนักงานที่ให้บริการมีความพร้อมในการตอบสนองได้ทันที เอาใจใส่ผู้ใช้บริการ เข้าใจความต้องการ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกมั่นใจในมาตรฐานการรักษาที่โรงพยาบาลเอกชน ส่งผลให้เกิดความไว้วางใจในการมาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน จึงสรุปได้ว่า เมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการที่เพิ่มมากขึ้นแล้วก็จะส่งผลทำให้เกิดความไว้วางใจที่สูงขึ้นตามไปด้วย

ปัจจัยความพึงพอใจส่งผลทางตรงต่อความไว้วางใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยาอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Alrubaiee, L., & Alkaa'ida, F. (2011), Mortazavi, et al. (2009) และอรธไกร พันธุ์รักดีและคณะ (2561) ที่พบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของผู้รับบริการมีต่อโรงพยาบาลเอกชน จึงอาจกล่าวได้ว่าเมื่อผู้ใช้บริการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการหรือมากกว่าที่คาดหวังไว้ เมื่อได้รับบริการแล้วจึงเกิดทัศนคติเชิงบวก รู้สึกพึงพอใจในการให้บริการที่ดี เนื่องจากโรงพยาบาลมีความพร้อมในเรื่องบุคลากรทางการแพทย์ที่มีมาตรฐานวิชาชีพ ให้บริการได้ถูกต้องแม่นยำ ขั้นตอนในการบริการมีความรวดเร็วไม่รอนาน ประกอบกับการที่โรงพยาบาลเอกชนนั้นมีชื่อเสียงยาวนาน รวมไปถึงสถานที่ตั้งของโรงพยาบาลอยู่ในแหล่งชุมชน เดินทางสะดวก ย่อมทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจในการมาใช้บริการ ดังนั้นเมื่อผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดบริการที่โรงพยาบาลเอกชนได้ส่งมอบให้เพิ่มมากขึ้นแล้วก็จะส่งผลทำให้เกิดความไว้วางใจที่สูงขึ้นตามไปด้วย

ปัจจัยคุณภาพการบริการส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยาอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Aliman & Mohamad (2013), สมฤดี ธรรมสุริย (2554), วัฒนะ เพชรสุวรรณ (2555) ซึ่งผลการศึกษาต่างพบว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพย่อมสร้างความน่าเชื่อถือ สามารถเข้าถึงบริการได้รวดเร็วและทันทั่วถึง รวมถึงมีการเอาใจใส่และดูแลให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจต่อการบริการของโรงพยาบาลเอกชน สร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชน ดังนั้นการที่ความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนได้รับอิทธิพลจากคุณภาพบริการ โรงพยาบาลเอกชนควรให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการเพราะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าโรงพยาบาลเอกชนได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้ยังสะท้อนให้เห็นว่าสัมพันธ์ระหว่างโรงพยาบาลเอกชนกับผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจ จะเกิดความไว้วางใจและใช้บริการซ้ำจนเกิดเป็นความภักดี (จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ และอรณัญญ์ นครศรี, 2560) ซึ่งความภักดีจะเป็นส่วนที่ช่วยให้โรงพยาบาลเอกชนได้รับผลกำไรจากการรักษาลูกค้าเดิมและส่งผลให้โรงพยาบาลเอกชนสามารถดำเนินธุรกิจในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ปัจจัยความไว้วางใจส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับผลการศึกษาของชมพูท พุชกรเรืองรัตน์ (2558), จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์และอรณัญญ์ นครศรี (2560) และโสรัจจะราช เถระพันธ์ (2561) ที่พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนคือปัจจัยความไว้วางใจ จากผลการวิจัยนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความไว้วางใจในด้านความสามารถและสมรรถนะ ในหัวข้อบุคลากรทางการแพทย์มีมาตรฐานวิชาชีพมากที่สุด ดังนั้นที่โรงพยาบาลเอกชนควรมีกลยุทธ์ในการบริหารด้านบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีแพทย์เฉพาะทาง เช่น โรคหัวใจ ระบบประสาทและสมอง กระดูกและข้อ เป็นต้น เพราะจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจในการที่ ได้รับ เกิดเป็นความรู้สึกพึงพอใจและส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนทำให้กลับมาใช้บริการเป็นประจำและต่อเนื่อง

ปัจจัยความพึงพอใจส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับผลการศึกษาของจุฬาลักษณ์ เทียนรุ่งรัมย์ (2559) และผลการศึกษาของจุฬาดา ธนาบดีนทร์และสมอาจ วงษ์ชมทอง (2559) ที่พบว่าความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงต่อความจงรักภักดีของผู้รับบริการ อาจกล่าวได้ว่าเมื่อผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการให้บริการที่ดี เนื่องจากโรงพยาบาลมีความพร้อมในเรื่องบุคลากรทางการแพทย์ที่มีมาตรฐานวิชาชีพ ให้บริการได้ถูกต้องแม่นยำ ขั้นตอนในการบริการมีความรวดเร็ว เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการมีความทันสมัยทันสมัย และความมีชื่อเสียงด้านคุณภาพการบริการ

ของโรงพยาบาล จึงทำให้ผู้รับบริการยังคงใช้บริการเป็นประจำและอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเกิดทัศนคติที่ดีต่อโรงพยาบาลเอกชน ส่งผลให้เกิดความภักดีในที่สุด

และจากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการและปัจจัยความไว้วางใจส่งผลต่อความภักดีอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ในโมเดลความสัมพันธ์ในภาพรวมนั้น เมื่อพิจารณาอิทธิพลที่ปัจจัยคุณภาพการบริการส่งผลต่อปัจจัยความภักดี โดยไม่นำปัจจัยอื่นเข้ามาร่วมพิจารณาจะส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับปัจจัยความไว้วางใจ แต่เมื่อนำปัจจัยด้านอื่นๆมาวิเคราะห์ร่วมกันทั้ง 3 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยคุณภาพการบริการ ปัจจัยความพึงพอใจ และปัจจัยความไว้วางใจ ทำให้การส่งผลต่อความภักดีของปัจจัยคุณภาพการบริการและปัจจัยความไว้วางใจเปลี่ยนแปลงไป แสดงให้เห็นว่า หากพิจารณาแต่เพียงปัจจัยเดียว ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ หรือ ปัจจัยความไว้วางใจ จะส่งผลต่อความภักดีอย่างมีนัยสำคัญ แต่หากนำปัจจัยด้านอื่นๆ มาประกอบการพิจารณา ก็จะทำให้การส่งผลนั้นอาจเปลี่ยนแปลงไป แต่ถึงอย่างไรปัจจัยทั้งสองก็ยังส่งผลต่อปัจจัยความภักดีอยู่เหมือนเดิมแต่ระดับการส่งผลอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามามีส่วนในการส่งผลต่อปัจจัยความภักดีต่อของผู้ใช้บริการที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดพะเยามากที่สุด รองลงมา เป็นปัจจัยคุณภาพการบริการและปัจจัยความไว้วางใจ ดังนั้นผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนควร

1. วางแผนกลยุทธ์และนโยบายเกี่ยวกับการบริหารจัดการในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาด เช่น มีการจัดซื้อประชาสัมพันธ์ไปยังบุคคลและสถานที่ทั่วไปให้ครอบคลุมมากขึ้น
2. มีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มช่องทางที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้รับบริการ
3. มีการจัดกิจกรรมต่างๆในการให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสุขภาพและโรคภัยต่างๆ
4. มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในระบบฐานข้อมูลผู้ป่วยเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้ป่วยในแต่ละราย ซึ่งจะเป็นผลดีในการจัดกิจกรรมการบริการให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการ
5. มีการจัดโปรโมชั่นให้ส่วนลดกับผู้ใช้บริการที่สมัครสมาชิก เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกไว้วางใจเมื่อเข้ารับบริการโรงพยาบาลเอกชน
6. มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพการบริการด้วยการสร้างความแตกต่างการให้บริการ เช่น การจัดสถานที่ในการให้บริการที่ สะดวกสบาย มีความทันสมัยและมีความแตกต่าง เพื่อให้ผู้ที่มาใช้บริการมีความประทับใจ
7. จัดเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัย
8. มุ่งเน้นพนักงานให้บริการด้วยความเอาใจใส่ดูแลผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี
9. พัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากรให้มีความรู้ความเชี่ยวชาญเพื่อลดความผิดพลาดในการรักษาและแสดงออกถึงความเป็นมืออาชีพ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยระเบียบวิธีการวิจัยอื่นๆ เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์ เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลประกอบการวิจัยอย่างครอบคลุมมากขึ้น ในประเด็นที่แบบสอบถามไม่สามารถเข้าถึงได้ ตลอดจนการเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการร้องเรียนของลูกค้าและความจงรักภักดีของลูกค้า เพื่อให้ข้อมูลของงานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2559). ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (MEDICAL HUB) (พ.ศ.2560 - 2569). สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2562 จาก <https://hss.moph.go.th/fileupload/2560-102.pdf>
- กลุ่มงานบริหารทรัพยากรบุคคล สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพะเยา. (2562). สถานบริการสาธารณสุขภาครัฐ จังหวัดพะเยา ปี 2562. สืบค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2562 จาก http://www.pyomoph.go.th/sub_group.php?id_group=4
- กลุ่มงานเทคโนโลยีและสารสนเทศ กองบริหารการสาธารณสุข. (2561). ข้อมูลพื้นฐานโรงพยาบาลในสังกัดสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข ณ กรกฎาคม 2560. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2562 จาก <https://phdb.moph.go.th/main/index/download/377>
- จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ และ อรณัฐ นครศรี. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าต่อ โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ, 4(2), 39-50.
- จุฬารัตน์ ธานีสินทร์ และ สมอาจ วงษ์ชมทอง. (2559). รูปแบบความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการ คุณค่าตราสินค้าและความพึงพอใจต่อความจงรักภักดีของผู้ป่วยที่มารับบริการหน่วยบริการรูปแบบพิเศษ โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร, 11(1), 16-27.
- จุฬาลักษณ์ เทียนรุ่งรัมย์. (2559). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการการแพทย์แผนไทยในภาคตะวันออกของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชมพูท พุทธเรืองรัตน์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้รับบริการโรงพยาบาลธนบุรี. วารสารพยาบาล, 64(2), 26-31.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- พลสุข นิลกิจศรานนท์. (2562). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี2562-64 : ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน. วิจัยกรุงศรี. สืบค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2562 จาก https://www.krungsri.com/bank/getmedia/42e5f42d-4465-4304-9260e3c2539460/IO_Private_Hospital_190218_TH_EX.aspx
- มัลลิกา สุปภ. (2558). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์: หลักฐานเชิงประจักษ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วัฒนะ เพชรสุวรรณ. (2555). มิตินภาพบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนที่ได้รับการรับรองระบบคุณภาพ HA และ JCI ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- วัลภา ยิ้มปราโมทย์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ป่วยนอกที่มีต่อโรงพยาบาลเอกชนกรณีศึกษาโรงพยาบาลในเครือพระราม 2. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2553). คุณภาพในงานบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี.
- สมฤดี ธรรมสุริ. (2554). ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์. (2556). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- โสรัจจะราช เถระพันธ์. (2561). คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ศุภลักษณ์ สุริยะ. (2556). แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน
กรณีศึกษา: โรงแรมบูติก กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อรณัฐ นครศรี. (2561). บุพปัจจัยของความภักดีของผู้รับบริการต่อโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. 297-318.
- อรรถไกร พันธุ์ภักดีและคณะ. (2561). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความรู้สึกไว้วางใจจากการได้รับบริการสุขภาพของผู้รับบริการ
โรงพยาบาลเอกชน เขตภาคเหนือตอนล่าง 1. วารสารการบริหารและการจัดการ, 8(2), 73-92.
- Aliman, N. K., & Mohamad, W. N. (2013). Perceptions of service quality and behavioral intentions: A mediation effect
of patient satisfaction in the private health care in Malaysia. *International Journal of Marketing Studies*,
5(2), 15-29.
- Alrubaiee, L., & Alkaa'ida, F. (2011). The mediating effect of patient satisfaction in the patients' perceptions of
healthcare quality-patient trust relationship. *International Journal of Marketing Studies*, 3(1), 103.
- Bourdeau, L. B. (2005). A new examination of service loyalty: Identification of the antecedents and outcomes
of additional loyalty framework. Doctoral Thesis, Florida University, Gainesville, Florida.
- Boora, K. K., & Singh, H. (2011). Customer loyalty and its antecedents: A conceptual framework. *Asia Pacific Journal
of Research in Business Management*, 2(1), 151-164.
- Deepak Sirdeshmukh, Jagdip Singh and Barry Sabol. (2002). Consumer Trust, Value, and Loyalty in Relational
Exchanges. *Journal of Marketing*, 66(1), 15-37.
- Hur, W.-M., Kang, S., & Kim, M. (2015). The moderating role of Hofstede's cultural dimensions in the customer-brand
relationship in China and India. *Cross Cultural Management*, 22(3), 487-508.
- Ivanauskienė, N., & Aurskevičienė, V. (2009). Loyalty programs challenges in retail banking industry. *Economics &
Management*, 14(1), 407-412.
- Jalilvand, M., Wu, C., Schmid, J., & Zwick, T. (2014). Quantitative imaging of numerically realistic human head model
using microwave tomography. *Electronics Letters*, 50(4), 255- 256.
- Kotler, P. (2010). *Marketing management*. (The Millennium ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Morgan, R.M., & Hunt, S.D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*,
58(3), 20-38.
- Mortazavi, S., Kazemi, M., Shirazi, A., & Aziz-Abadi, A. (2009). The relationships between patient satisfaction and
loyalty in the private hospital industry. *Iranian Journal of Public Health*, 38(3), 60-69.
- Oly Ndubisi, N. (2007). Relationship marketing and customer loyalty. *Marketing Intelligence & Planning*, 25(1),
98-106.
- Parasuraman, et al. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research.
The Journal of Marketing, 41-50.
- Parasuraman, et al. (1988). Communication and control process in delivery of service quality. *Journal of Marketing*,
52 (April).
- Park, et al. (2017). Corporate social responsibility as a determinant of consumer loyalty: An examination of
ethical standard, satisfaction, and trust. *Journal of Business Research*, 76(Supplement C), 8-13.



Patawayati, Setiawan, and Rahayu. (2013). Patient Satisfaction, Trust and Commitment: Mediator of Service Quality and Its Impact on Loyalty (An Empirical Study in Southeast Sulawesi Public Hospitals). **IOSR Journal of Business and Management**, 7(6), 1-14.

Singh, J., & Saini, S. (2016). Relationship between consumer acquisition efforts and consumer loyalty. **Kelaniya Journal of Management**, 5(1).

Sumaedi, S., Bakti, G., M., y., I., Rakhmawati, T., J., Astrini, N., Widiyanti, T., & Yarmen, M. (2014). The empirical study on patient loyalty: The role of trust, perceived value, and satisfaction (a case study from bekasi, indonesia). **Clinical Governance: An International Journal**, 19(3), 269-283.

Szczepanka, K., & Gawron, P. P. (2011). Changes in approach to customer loyalty. **Contemporary Economics**, 5(1), 60-69.

Taro Yamane. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rdEd. New York. Harper and Row Publications.

Vanauskiene, N., & Auruskevicien, V. (2009). Loyalty programs challenges in retail banking industry. **Economics & Management**, 14, 407-412

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สบู่รังไหม-ใบหม่อน
กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี

Product and packaging development of mulberry cocoon soap of Nong Bo
Sub-District Community Enterprise, Muang District, Ubon Ratchathani Province.

หทัยรัตน์ ควรรัฐดี, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹
ปิยณัฐ โชติวนิช, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²
นวลปราง ชันเงิน, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี³
อนันต์ สุนทราเมธากุล, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁴
ชนิษฐา ศิลาโชติ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁵
E-mail : piyakanit.c@ubru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี และการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี การวิจัยศึกษาวิจัยเป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วมระหว่างทีมนักวิจัยและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี จำนวน 14 คน ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ร่วมกับนักพัฒนาผลิตภัณฑ์สบู่ 2 คน ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองบ่อ จำนวน 5 คน การให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น นำเสนอข้อมูล แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสร้างการเรียนรู้ร่วมกันผ่านเวทีเสวนา การใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOW'S Matrix

ผลการวิจัยพบว่าศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี จากภูมิปัญญาเดิมในการเลี้ยงไหม ปลูกหม่อน และทอผ้าไหม รวมถึงการแปรรูปผ้า ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบ่อต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับศักยภาพเดิมที่มีในราคาที่ยั่งยืนได้สะดวก ไม่แพงมากนัก และซื้อได้บ่อยครั้ง รวมถึงความต้องการช่องทางการตลาดออนไลน์ที่เข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างมากขึ้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ต่อยอดเชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญา รังไหม กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี ได้ผลิตภัณฑ์สบู่ “รังไหม-ใบหม่อน” เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่น่าสนใจที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและจังหวัดอุบล คือ “ลายจกดาว” นำมาเป็นโลโก้ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกลิ่นสบู่จะเป็นกลิ่นดอกบัว ซึ่งมีกลิ่นหอมอ่อนและเป็นกลิ่นแทนจังหวัดอุบลราชธานีเมืองดอกบัว บรรจุภัณฑ์แบ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ปกป้องผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ รังไหม ใบหม่อน

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

³ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁴ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁵ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี



ABSTRACT

This research aimed to study the potential of Nong Bo Sub-District Community Enterprise, Muang District, Ubon Ratchathani Province. And product and packaging development, Nong Bo Subdistrict Community Enterprise, Muang District, Ubon Ratchathani Province This research was a participatory research between a team of researchers and 14 members of Nong Bo Sub-District Community Enterprise, Muang District, Ubon Ratchathani Province. Key informants used in this research Together with 2 soap product developers and representatives of related agencies, namely Nong Bo Subdistrict Administrative Organization, total 5 people. Community participation in expressing opinions, presenting information, exchanging opinions and create learning together through a forum Using a semi-structured interview with in-depth interviews, focus group, SWOT Analysis and TOW'S Matrix.

The research results showed that the potential of the community enterprise of Nong Bo Sub-district, Muang District, Ubon Ratchathani Province. From the old wisdom in silk farming, growing mulberry and weaving silk, including fabric processing. Resulting in a product which has a relatively high price Ban Nong Bo Community Enterprise Group wants to develop new products that are consistent with the existing potential at a price that is convenient to buy, inexpensive and can be bought often. Including the need for online marketing channels that reach more broad consumers. Product and packaging development builds on creativity from cocoon wisdom. Case Study of Community Enterprise of Nong Bo Subdistrict, Mueang District, Ubon Ratchathani Province Get a soap product "Cocoon-Mulberry" is a new product that brings the unique pattern of local and Ubon province, "Lai Jok Dao", used as the logo of the product. Including the scent of soap is the scent of lotus flowers. Which has a light fragrance and represents the province of Ubon Ratchathani, the city of lotus Packaging is divided into product protection packaging and product information packaging.

Keywords : Product and Packaging Development, Cocoon, Mulberry

บทนำ

ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี (พ.ศ. 2560 – 2564) ประเด็นยุทธศาสตร์ 4 การพัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัยที่ดีและเหมาะสมภายใต้บริบทของการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (Good university and appropriated in context of university for local development to sustainability: G4) กลยุทธ์ที่ 13 สนับสนุน และส่งเสริมให้มีการบริการวิชาการเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นเชิงรุก โดยกำหนดชุมชนหรือหมู่บ้านเป้าหมายในการให้บริการวิชาการอย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ความสอดคล้องกับ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริการวิชาการโดยเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างคณะฯ ชุมชนท้องถิ่น และเครือข่าย กลยุทธ์ที่ 3.1.5 จัดกิจกรรมบริการวิชาการแก่สังคมตามแผน (งานยุทธศาสตร์และประเมินองค์กร, 2562)

จากการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านมา มีการศึกษาปัญหาและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อค้นหาแนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (กรณีการ สายเทพ และพิชญา เพิ่มไทย, 2560) โดยเน้นการใช้วัตถุดิบในชุมชนเป็นหลัก (พรพิมล คักดา และบวร เครือรัตน์, 2561) ผ่านเสวนาการสร้างการเรียนรู้ร่วมกันของนักวิจัยและกลุ่มเป้าหมาย (อัจฉรา มลิวงศ์ และขจรศักดิ์ วงศ์วิราช, 2554) และพัฒนาบรรจุภัณฑ์สวยงามแสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชน (สุภัทณี เปี่ยมสุวรรณกิจ และสุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ, 2562) และจัดจำหน่ายผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์ (ปิยณัฐ ไซตวินิช, ธวัชมิตร เครือโสม, นิภา ชุนทัญญูกุล และมาลินี ศรีโมตรี, 2560; นริสรา ลอยฟ้า, เสาวลักษณ์ รักขอบ และปาริชาติ รื่นพงษ์พันธ์, 2563) เพื่อขยายฐานของผู้บริโภคให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

การพัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัยที่ดีและเหมาะสมภายใต้บริบทของการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ในการสนับสนุน และส่งเสริมให้มีการบริการวิชาการเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นเชิงรุก โดยกำหนดชุมชนหรือหมู่บ้านเป้าหมายในการให้บริการวิชาการอย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยในปัจจุบันพบว่าปัญหาสำคัญที่พบในผลิตภัณฑ์ชุมชนของประเทศไทยคือ คุณภาพ มาตรฐาน รูปลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ ที่ทำให้ผลิตภัณฑ์จำนวนมาก ยังไม่สามารถเข้าสู่ช่องทางการตลาดในปัจจุบันได้ การพัฒนาที่สำคัญ และจำเป็นต้องเกิดขึ้นในผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ การพัฒนาในเชิงสร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี และนวัตกรรมที่จะเพิ่มมูลค่าและ

สร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ด้วยคุณภาพและมาตรฐาน ที่ยังคงคุณค่าอัตลักษณ์เชิงภูมิปัญญา เสน่ห์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น และประโยชน์ใช้สอยด้วยรูปลักษณ์ที่ทันสมัยแบบสากล

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการมีภารกิจด้านการบริการวิชาการด้านการบริหารธุรกิจบนพื้นฐานความต้องการของชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งเป็นภารกิจที่คณะฯ ประกอบด้วยบุคลากรและนักศึกษาร่วมกับเครือข่ายทางวิชาการในจังหวัดอุบลราชธานีได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นได้รับการพัฒนาและยกระดับ จึงได้ทำการศึกษาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี และการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต้องจัดการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นอันจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและท้องถิ่นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยศึกษาวิจัยเป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) ระหว่างทีมนักวิจัยและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี จำนวน 14 คน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ร่วมกับนักพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2 คน ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองบ่อ จำนวน 5 คน โดยใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ในรูปแบบ การให้บุคคลต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ นักวิจัยทำการทบทวนข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ (Reviews Triangulation) และการเปรียบเทียบและตรวจสอบความแน่นอนของข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้นำมาเปรียบเทียบ (Data Triangulation) (สุภางค์ จันทวานิช. 2554) โดยการให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นนำเสนอข้อมูล แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสร้างการเรียนรู้ร่วมกันผ่านเวทีเสวนา การใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi - Structure Interview) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สัมภาษณ์ทั่วไปของกลุ่ม และบริบทของกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับสภาพปัญหาเดิมของชุมชน/กลุ่มเป้าหมายการพัฒนา (ก่อนดำเนินโครงการ) ศักยภาพ/ต้นทุนเดิมของชุมชน/กลุ่มเป้าหมาย (ก่อนดำเนินโครงการ) ความต้องการของชุมชน/กลุ่มเป้าหมายในการพัฒนา การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เป็นการหาคำตอบแบบสนทนากลุ่มการรวมกลุ่มในการสนทนา โดยมีการใช้วิธีการอยู่ 2 แบบ คือ ใช้วิธีไม่ได้้นัดหมาย เป็นการเข้าไปร่วมของผู้วิจัยในการสนทนากลุ่มและทำกิจกรรม และมีการนัดหมาย ซึ่งเป็นการรวมจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาวิจัย โดยเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และหาบทสรุปร่วมกัน และวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOW'S Matrix การสังเกต การสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกันของทีมนักวิจัยและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี โดยใช้การบันทึก ภาพวิดีโอระหว่างการจัดการสาธิต การบันทึกภาพนิ่งบันทึกการ และการบันทึกเทปการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในประเด็นภายใต้กระบวนการในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ (1) ศึกษาบริบทกลุ่มและตัวผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม (2) วิเคราะห์หาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการพัฒนา (3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (4) พัฒนาตัวผลิตภัณฑ์เพื่อหาต้นแบบของการพัฒนา (5) ศึกษาแนวทางการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ (6) ศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (7) สรุปผลการศึกษาและเผยแพร่ผลการศึกษา แล้วดำเนินการจัดกลุ่มเรียบเรียงข้อมูล จัดลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการสังเคราะห์ตามเนื้อหาที่ต้องการศึกษาสรุปประเด็นสำคัญเพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ต่อยอดเชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาครั้งนี้ใช้เครื่องมือคือ SWOT Analysis ประกอบด้วย การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม และการวิเคราะห์ TOWS Matrix (Thompson et al., 2007) หลักการสำคัญของการสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์แวดล้อมต่างๆ ของธุรกิจ โดยสภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ แบ่งเป็น จุดแข็งและจุดอ่อน สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ แบ่งเป็น โอกาสและภัยคุกคาม สำหรับการหาอุปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ มีเป้าหมายในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมในสถานการณ์ต่างๆ โดยสามารถแบ่งความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ ได้ 4 ประเภท คือ ยุทธศาสตร์เชิงรุก (SO Strategy) ยุทธศาสตร์



เชิงป้องกัน (ST Strategy) ยุทธศาสตร์เชิงแก้ไข (WO Strategy) และยุทธศาสตร์เชิงรับ (WT Strategy) สอดคล้อง กับการศึกษาของ โสพิศ พงศ์รัตน์ (2560) เรื่อง การจัดการเชิง กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ปลาสามในพื้นที่จังหวัดยะลา ใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ด้วย SWOT Analysis และ วิเคราะห์การกำหนดกลยุทธ์โดย TOW Matrix และการศึกษาของสุภัทณี เปี่ยมสุวรรณกิจ และ สุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ (2562) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ด้วย การใช้ SWOT Analysis พบว่า จุดแข็ง (S) คือ ประสานกลุ่มและคณะกรรมการเข้มแข็ง ใฝ่เรียนรู้ มีวัตถุดิบจำนวนมาก หาง่าย วัตถุดิบมีราคาถูก มีเครือข่ายวัตถุดิบ มีผลไม้ที่มีชื่อเสียงระดับประเทศคือ สับปะรดนางแล และสับปะรดภูแล จุดอ่อน (W) คือ กลุ่มมา ขาดความรู้ขาดเทคโนโลยีการแปรรูป ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ กำลัง การผลิตและทุน มีน้อย เครื่องมืออุปกรณ์ไม่พร้อม และบรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูดใจ ไม่มีเอกลักษณ์ ไม่ได้มาตรฐาน โอกาส (O) คือ มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทางธรรมชาติ เชิงนิเวศและเชิงศิลปวัฒนธรรม ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เพิ่มขึ้น มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น สามารถทำความร่วมมือเชิงวิชาการกับมหาวิทยาลัยในท้องถิ่นได้ เยาวชนในชุมชนเริ่มทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ อุปสรรค (T) คือ ผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทกล้วยและสับปะรดในจังหวัดเชียงรายมีหลายยี่ห้อ และได้รับความนิยมมากกว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปุ๋ยอินทรีย์นางแลใน กระบวนการเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐาน มผช. ยุ่งยาก จึงให้ที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป นอกจากนี้ยังเป็นไป ในแนวทางเดียวกันกับการศึกษาของ 1TOITULA NARKSAKUL, 2CHAMNI JAIPRADITHAM (2018) ที่ศึกษาการจัดการและการ พัฒนากลยุทธ์การตลาดของผลิตภัณฑ์ OTOP ในธุรกิจ SMEs เพื่อการแข่งขันในตลาดอาเซียนของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร ประเทศไทย ได้ใช้การวิเคราะห์ SWOT ถูกนำมาใช้ในสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจ SMEs ใช้เทคนิค TOWS matrix ในการ ดำเนินการของการวางแผนธุรกิจเชิงกลยุทธ์ทางการตลาดถูกนำมาใช้ในข้อมูลที่กำหนดตัวชี้วัดกับความสำเร็จของการดำเนินการ ผล การศึกษาพบว่า จุดแข็ง (S) คือ มีรสชาติของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้อร่อย กลุ่มผู้ผลิตมีความรู้ความเข้าใจกระบวนการผลิต มีช่องทางการ จำหน่ายสินค้ามากมาย มีลูกค้าประจำ มีสภาพคล่องทางการเงินสูง วัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิต ได้แก่ คุณภาพดีและสะอาด จุดอ่อน (W) คือ ไม่มีแผนการตลาดที่ชัดเจน ไม่มีการพัฒนาตราสินค้าบรรจุภัณฑ์และสาธารณะ ไม่พัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการที่ เป็นนวัตกรรมใหม่ ไม่มีทักษะในการใช้งานและความคิดสร้างสรรค์ ระบบการจัดการและการวิเคราะห์ทางการเงินไม่มีคุณภาพระบบ ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน โอกาส (O) คือ ค่านิยมของผู้บริโภค เป็นจุดสำคัญของผลิตภัณฑ์ รัฐบาลเน้นสินค้าโอท็อปและการพัฒนาผู้ประกอบการ ภาคการท่องเที่ยวมีแนวโน้มขยายตัว สถานการณ์การลดราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ใช้ในการพัฒนา กระบวนการผลิตและการกระจาย ภัยคุกคาม (T) คือ กลุ่มผู้ผลิตมีลักษณะเดียวกัน ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะส่งผลให้การแข่งขัน ในตลาดที่สูงขึ้น การเข้าถึงหน่วยงานสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยี เศรษฐกิจไทยชะลอตัว สำหรับผลวิเคราะห์การกำหนดกลยุทธ์โดย TOW Matrix คือ ยุทธศาสตร์เชิงรุก (SO Strategy) คือ เข้าร่วมกิจกรรมการแสดงสินค้า การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และการ ค้นหาเครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขายในและต่างประเทศ ยุทธศาสตร์เชิงป้องกัน (ST Strategy) คือ ศึกษาพฤติกรรมความ ต้องการซื้อของผู้บริโภค และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความแตกต่างจากผู้บริโภค ยุทธศาสตร์เชิงแก้ไข (WO Strategy) คือ การสร้าง เครือข่ายกับสถาบันการศึกษา การพัฒนาการจัดการความรู้และการวางแผนการตลาด และพัฒนาโลโก้และบรรจุภัณฑ์ และยุทธศาสตร์ เชิงรับ (WT Strategy) คือ พัฒนาเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ใหม่

ผลการวิจัย

1. ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี

สภาพปัญหาเดิมของชุมชน/กลุ่มเป้าหมายการพัฒนา (ก่อนดำเนินโครงการ) แม้บ้านตำบลหนองบ่อผลิตภัณฑ์หลักคือการ ทอผ้าไหม นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์จากผ้า เช่น กระเป๋าใส่ธนบัตรผ้าไหมลายจกดาว ต้มหูจากผ้า ผ้าขาวม้า เป็นต้น ซึ่งช่องทางการขาย หลักคือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบ่อ และการรับเชิญจากหน่วยงานออกร้านในนอกพื้นที่ เช่น จังหวัด เมืองทอง เป็นต้น ปัญหา คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีราคาแพง การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคขึ้นกับรายได้และงบประมาณ ทำให้การขายผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นต้องตรงกับ ผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางไปจนถึงสูง ประธานกลุ่มประสบปัญหาด้านการดูแลผู้เจ็บป่วยในครอบครัว ทำให้ไม่สามารถเดินทางไปออก ร้านในนอกพื้นที่ เช่น จังหวัด เมืองทอง เป็นต้น อีกทั้งยังขาดความรู้และทักษะการตลาดออนไลน์ที่จะสื่อสารและเป็นช่องทางการขาย ไปยังกลุ่มลูกค้าในวงกว้าง

ศักยภาพ/ต้นทุนเดิมของ ชุมชน/กลุ่มเป้าหมาย (ก่อนดำเนินโครงการ) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบ่อ เป็นการรวมกลุ่มเพื่อทอผ้าไหม สมาชิกส่วนหนึ่งปลูกหม่อนในที่ดินของตนเอง โดยรับพันธุ์ไหมจากศูนย์หม่อนไหม แล้วนำมาเลี้ยงที่กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนทอผ้าตำบลหนองบ่อ และที่บ้านของสมาชิก ใบหม่อนที่ใช้ในแต่ละที่เก็บจากที่ปลูกในครัวเรือน หากช่วงใดมีใบหม่อนไม่เพียงพอสามารถซื้อในชุมชนได้ เมื่อเก็บเกี่ยวรังไหมจะนำไปทอเป็นผ้าไหม ซึ่งสายที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นตามงานประเพณีแหงหยวกปราสาทผึ้งเพื่อทำบุญอุทิศส่วนกุศลแก่บรรพบุรุษ กลายเป็นลายบนผืนผ้าไหม คือ ลายปราสาทผึ้ง และลายจกดาว ซึ่งเป็นลายขึ้นหมีหัวจกดาว เอกลักษณ์เมืองอุบล ส่วนใหญ่ทอและขายเป็นผ้าผืน โดยช่องทางการจัดจำหน่ายหลักคือ ศูนย์ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนทอผ้าตำบลหนองบ่อ นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์จากผ้า เช่น กระเป๋าสีสนับัตรผ้าไหมลายจกดาว ตุ่มหูจากผ้า ผ้าขาวม้า เป็นความต้องการของชุมชน/กลุ่มเป้าหมาย ในการพัฒนา

1. ภูมิปัญญาเดิมในการเลี้ยงไหม ปลูกหม่อน และทอผ้าไหม รวมถึงการแปรรูปผ้า ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบ่อต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับศักยภาพเดิมที่มีในราคาที่สามารถขายได้สะดวก ไม่แพงมากนัก และซื้อได้บ่อยครั้ง

2. ช่องทางการตลาดออนไลน์ที่เข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOW'S Matrix ยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น

SWOT Analysis	
จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
S1: แม่บ้านมีความชำนาญในการผลิตผ้าไหม ตั้งแต่ขั้นตอนการเลี้ยงไหมจนถึงการทอผ้าไหม S2: แม่บ้านมีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหม เช่น กระเป๋าสีสนับัตรผ้าไหมลายจกดาว ตุ่มหูจากผ้า ผ้าขาวม้า S3: มีการปลูกหม่อนเพื่อเลี้ยงไหมในชุมชน ช่วยลดต้นทุนการซื้อใบหม่อนนอกพื้นที่ S4: ลายที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นตามงานประเพณีแหงหยวกปราสาทผึ้งเพื่อทำบุญอุทิศส่วนกุศลแก่บรรพบุรุษ กลายเป็นลายบนผืนผ้าไหม คือ ลายปราสาทผึ้ง และลายจกดาว ซึ่งเป็นลายขึ้นหมีหัวจกดาว เอกลักษณ์เมืองอุบล ส่วนใหญ่ทอและขายเป็นผ้าผืน	W1: ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมีราคาแพง W2: สมาชิกกลุ่มที่เคยนำสินค้าไปออกร้าน ไม่สามารถเดินทางไปออกร้าน เพื่อนำสินค้าไปขายนอกพื้นที่ เช่น จังหวัดเมืองทอง เป็นต้น W3: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขาดความรู้และทักษะการตลาดออนไลน์ที่จะสื่อสารและเป็นช่องทางการขายไปยังกลุ่มลูกค้าในวงกว้าง
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
O1: ลูกค้าที่มาเยี่ยมชมวัดวิถีชุมชนบ้านหนองบ่อมากขึ้น ลูกค้ามีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน และของที่ระลึกประจำถิ่น O2: ความต้องการของลูกค้าต้องการสิ่งใหม่ในผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประจำวัน ที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ O3: เทคโนโลยีด้านการสื่อสารสังคมออนไลน์ทำให้ต้นทุนน้อยลงในการสื่อสารในวงกว้าง	T1: ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ลูกค้าผ้าไหมมีโอกาสนในการใช้เครื่องแต่งกายผ้าไหมจำกัดเฉพาะในโอกาสพิเศษ จำนวนขึ้นที่ซื้อแต่ละครั้งมักมีจำนวนน้อย T2: นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมวัดวิถีชุมชนบ้านหนองบ่อส่วนหนึ่งมีรายได้ปานกลาง ทำให้ไม่มีกำลังในการซื้อผ้าไหมเป็นของฝากหรือของที่ระลึก

TOW'S MATRIX

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงรับ (WO)
S1 S2 S3 O1 O2 การที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหนองบ่อมีการเลี้ยงไหมและขอใบรับรองมาตรฐานการผลิตไหมใหม่ กับการที่มีลูกค้ามาเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชนบ้านหนองบ่อมากขึ้น ลูกค้ามีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน และของที่ระลึกประจำถิ่น จึงควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มาจากรังไหมที่ผลิตขึ้นให้เป็นของที่ระลึกชนิดใหม่ และใช้วัตถุดิบธรรมชาติจากใบหม่อนที่มีการปลูกหม่อนในที่ดินของตนเอง เป็นที่มาของผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้า “รังไหม-ใบหม่อน” ซึ่งระยะเริ่มต้นปีแรกพัฒนาผลิตภัณฑ์สบู่ โดยในระยะต่อไปหากมีโอกาสต่อเนื่องจะทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์บำรุงผิวตัวต่างๆ เช่น สบู่เหลว โลชั่น แชมพู ครีมนวดผม ในตราสินค้า “รังไหม-ใบหม่อน”	W2 W3 O3 การที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถเดินทางไปออกงานได้เหมือนปีที่ผ่านมา อีกทั้งขาดความรู้ในการใช้การตลาดออนไลน์ ในขณะที่การตลาดออนไลน์มีต้นทุนไม่มากนักในการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์และเป็นช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ออนไลน์ จึงหาผู้ที่อยู่ในชุมชนและสามารถจัดการตลาดออนไลน์ให้กับผลิตภัณฑ์สบู่ “รังไหม-ใบหม่อน” โดยการขนส่งต้นทุนไม่สูงมากนัก เนื่องจากสบู่มีน้ำหนักเบา
กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WT)
S4 T2 ผลิตภัณฑ์สบู่ “รังไหม-ใบหม่อน” เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำเอาลายที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและจังหวัดอุบล คือ “ลายจกดาว” นำมาเป็นโลโก้ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกลิ่นสบูจะเป็นกลิ่นดอกบัว ซึ่งมีกลิ่นหอมอ่อนและเป็นกลิ่นแทนจังหวัดอุบลราชธานีเมืองดอกบัว เพื่อตอบรับนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมวิถีชีวิตชุมชนบ้านหนองบ่อส่วนหนึ่งมีรายได้ปานกลาง มีกำลังซื้อน้อย ทำให้ไม่มีกำลังในการซื้อผ้าไหมเป็นของฝากหรือของที่ระลึก	W1 T1 T2 การที่จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์เดิมคือผ้าไหมมีราคาแพง เมื่อเทียบกับผู้บริโภคที่ซื้อผ้าไหมจำนวนชิ้นน้อย จากการที่โอกาสในการใส่ผ้าไหมค่อนข้างจำกัดเฉพาะในโอกาสพิเศษ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นผลิตภัณฑ์สบู่ “รังไหม-ใบหม่อน” โดยสบู่มีราคาก่อนละ 70 บาท ทำให้ในงบประมาณเดิมสามารถซื้อในจำนวนชิ้นที่มากขึ้น หรือลูกค้าที่มีรายได้ปานกลางสามารถซื้อไปใช้เอง หรือซื้อฝากก็มีความเหมาะสมในด้านราคา

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ต่อยอดเชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญารังไหม กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. สันทนาการกลุ่มเพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และให้คำปรึกษาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบ่อ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี



ภาพที่ 1 การสนทนากับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบ่อ

2. ประชุมทีมผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสบู่ ศึกษาดูงานโรงงานผลิตสบู่ และทดลองทำสบู่ต้นแบบ



ภาพที่ 2 การประชุมทีมผู้เชี่ยวชาญ

ภาพที่ 3 ศึกษาดูงานโรงงานผลิตสบู่

ภาพที่ 4 ทดลองทำสบู่ต้นแบบ

3. การอบรมเชิงปฏิบัติการ เรียนรู้ และให้คำปรึกษาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สบู่ “รังไหม-ไบโหม่อน” ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบ่อ อำเภอมะนัง จังหวัดอุบลราชธานี



ภาพที่ 5 การอบรมเชิงปฏิบัติการ เรียนรู้ และให้คำปรึกษาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สบู่

4. สนทนากลุ่มเพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์และบรรจุผลิตภัณฑ์สบู่ “รังไหม-ไบโหม่อน” ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบ่อ อำเภอมะนัง จังหวัดอุบลราชธานี



ภาพที่ 6 สนทนากลุ่มเพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์และบรรจุผลิตภัณฑ์สบู่

5. ลงนาม MOU กับนายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบ่อสนับสนุนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สบู่ “รังไหม-ไบโหม่อน” ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบ่อ อำเภอมะนัง จังหวัดอุบลราชธานี



ภาพที่ 7 การลงนาม MOU กับนายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบ่อ

6. รูปแบบสินค้าและกระบวนการผลิต

6.1 วัตถุดิบในการผลิตสบู่ “รังไหม-ใบหม่อน” ประกอบด้วย กลีเซอริน รังไหม สารสกัดใบหม่อน น้ำผึ้งแท้ น้ำหอมกลิ่นดอกบัว แผ่นทองคำสำหรับเครื่องสำอาง

วิธีทำ เริ่มจากนำกลีเซอรินใส่ในภาชนะทนไฟ ตั้งไฟอ่อน จนกลีเซอรินละลายเป็นขอเหลวใส ใส่รังไหมลงไป รอจนรังไหมชุ่ม ใส่แผ่นทองคำลงไปจนน้ำสบู่จนหมด ยกออกจากเตา เติมสารสกัดใบหม่อน น้ำผึ้งแท้ และน้ำหอมกลิ่นดอกบัว เทสบู่ลงในพิมพ์ทิ้งไว้จนสบู่แข็งตัว แกะออกจากพิมพ์ ใช้คัตเตอร์ตัดขอบตกแต่งก้อนสบู่ให้สวยงาม ซึ่งน้ำหนักต้องไม่ต่ำกว่า 65 กรัม ท่อฟิล์มยืด โดยยืดฟิล์มออกเล็กน้อยเพื่อให้การห่อหุ้มตึงใส และนำบรรจุกล่องกระดาษ

6.2 แรงงาน จากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบ่อ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 14คน

7. การออกแบบอัตลักษณ์ภายใต้ตราผลิตภัณฑ์ “รังไหม-ใบหม่อน”



ภาพที่ 8 ตราผลิตภัณฑ์

8. การออกแบบบรรจุภัณฑ์สบู่ “รังไหม-ใบหม่อน”

(1) บรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์เป็นฟิล์มใสเพื่อกันความชื้น ทำให้สบู่มีความคงทนต่อสภาพอากาศ ส่วนบรรจุภัณฑ์ให้ข้อมูลรุ่นที่ 1 เป็นการพิมพ์ข้อมูลเกี่ยวกับสบู่ “รังไหม-ใบหม่อน” คาดกับตัวสบู่ ซึ่งต่อมาเพิ่มการให้รายละเอียดด้วยแผ่นพับพิมพ์ข้อมูลร้อยเชือกป่าน ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปรับร้อยด้วยใยไหมแทนเชือก เนื่องจากให้ความคงทนมากกว่า



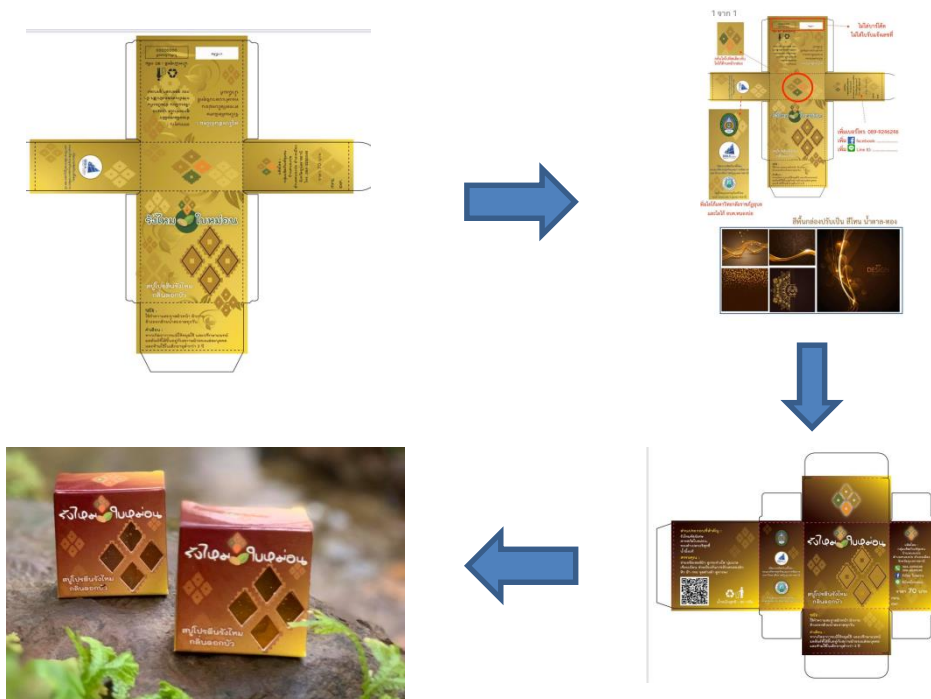
ภาพที่ 9 บรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์เป็นฟิล์มใสเพื่อกันความชื้น

(2) บรรจุภัณฑ์สำหรับใช้เป็นของฝาก ของขวัญ หรือของที่ระลึกจากแม่บ้านตำบลหนองบ่อ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี



ภาพที่ 10 บรรจุภัณฑ์สำหรับใช้เป็นของฝาก ของขวัญ หรือของที่ระลึก

(3) บรรจุภัณฑ์สปู “รังไหม-ใบหม่อน” รุ่นที่ 2 หลังจากใช้บรรจุภัณฑ์รุ่นแรกที่เป็นการพิมพ์กระดาษแล้วนำไปตัด พบปัญหาการแกะกระดาษคาดสปูที่ไม่ตรง กาวที่ติดบางอันหลุดออก จึงได้พัฒนาเป็นรุ่นที่ 2 ดังรูป



ภาพที่ 11 บรรจุภัณฑ์สปู “รังไหม-ใบหม่อน” รุ่นที่ 2

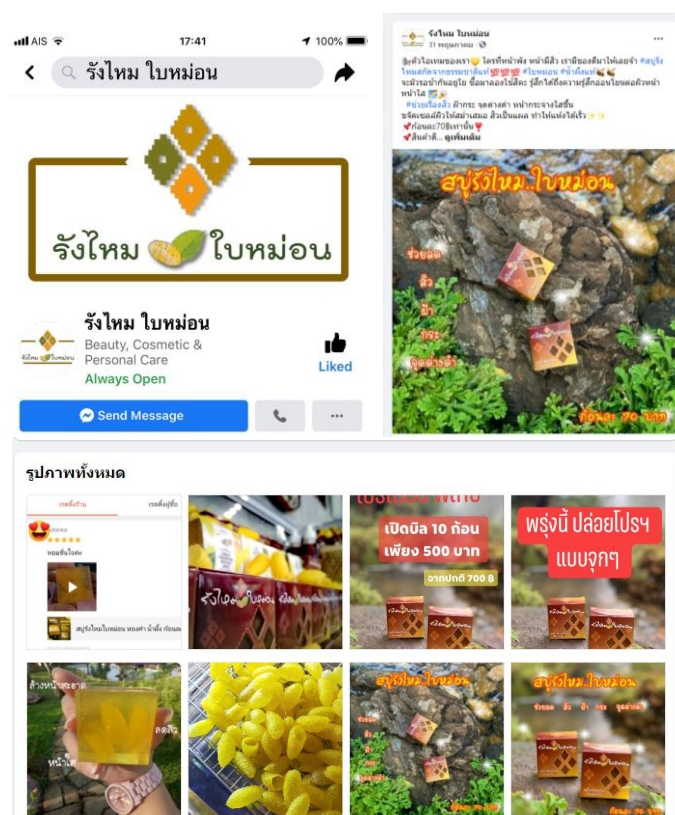
9. การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สบู่ “รังไหม-ใบหม่อน”

(1) การจัดบูธแสดงสินค้าใน (กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ) และนอกสถานที่ (อุปกรณ์สามารถเคลื่อนย้ายได้) พร้อมให้ผู้บริโภคทดลองใช้สบู่



ภาพที่ 12 การจัดบูธแสดงสินค้า

(2) ช่องทางการตลาดออนไลน์ การตั้งราคาค้าส่งและค้าปลีก



ภาพที่ 13 ช่องทางการตลาดออนไลน์

สรุปผลการวิจัย

ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี จากภูมิปัญญาเดิมในการเลี้ยงไหม ปลูกหม่อน และทอผ้าไหม รวมถึงการแปรรูปผ้า ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ซึ่งมีราคาค่อนข้างสูง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองบ่อต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับศักยภาพเดิมที่มีในราคาที่ซื้อขายได้สะดวก ไม่แพงมากนัก และซื้อได้บ่อยครั้ง รวมถึงความต้องการช่องทางการตลาดออนไลน์ที่เข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้างมากขึ้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ต่อยอดเชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาดั้งเดิม กรณีศึกษาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี ได้ผลิตภัณฑ์สปู “รังไหม-ใบหม่อน” เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำเอาลายที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและจังหวัดอุบล คือ “ลายจกดาว” นำมาเป็นโลโก้ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกลิ่นสปูจะเป็นกลิ่นดอกบัว ซึ่งมีกลิ่นหอมอ่อนและเป็นกลิ่นแทนจังหวัดอุบลราชธานีเมืองดอกบัว เพื่อตอบรับนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมวิถีชีวิต ส่วนผสมที่มีสารสกัดจากใบหม่อน ซึ่งเป็นพืชที่มีการปลูกในครัวเรือนเพื่อให้ใบหม่อนมาเลี้ยงหนอนไหม ส่วนน้ำผึ้งและทองคำแผ่นช่วยเสริมคุณลักษณะของสปูรังไหมให้สามารถแข่งขันในตลาดสปูรังไหมอื่นๆ ได้ บรรจุภัณฑ์แบ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ปกป้องผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์

อภิปรายผลการวิจัย

ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ อ.เมือง จ.อุบลราชธานี ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่คือสปูรังไหม-ใบหม่อน ซึ่งใช้วัตถุดิบบางส่วนในท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพรพิมล ศักดา และบรรพ เครือรัตน์ (2561) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้จากวัสดุธรรมชาติที่ใช้วัตถุดิบในชุมชนเป็นหลัก ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าถือสตรี รองเท้า หมวก ที่คั่นหนังสือ และบรรจุภัณฑ์สปา สปูรังไหม-ใบหม่อนมีตราสินค้าจากอัตลักษณ์ท้องถิ่น ในราคาขายที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่าย นอกเหนือจากการขายผ้าไหมที่กลุ่มได้ผลิตขึ้น โดยการผลิตสปูมีกระบวนการผลิตที่รวมกันโดยใช้สถานที่กลางของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลหนองบ่อ ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ กรรณิการ์ สายเทพ และพิชญา เพิ่มไทย (2560) ที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์เพื่อการส่งออก ซึ่งมีการรวมกันเป็นเครือข่าย จัดการพบปะกันเป็นระยะ กำหนดมาตรฐานสินค้าและควบคุมระบบการผลิต มีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อภายในหมู่บ้านเพื่อนำไปขายต่อ การให้ความรู้ด้านการผลิตสปูกับแม่บ้านชุมชนตำบลหนองบ่อเพื่อให้ผลิตสปูเป็นไปตามมาตรฐาน สอดคล้องกับการศึกษาของอัจฉรา มลิวงค์ และขจรศักดิ์ วงศ์วิราช (2554) ได้จัดเวทีเสวนาการสร้างการเรียนรู้ร่วมกันของนักวิจัยและกลุ่มเป้าหมายโดยเน้นการเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสปูรังไหม-ใบหม่อนให้มีเอกลักษณ์และดึงดูดใจผู้บริโภค สอดคล้องกับการศึกษาของ สุภัทธนี เปี้ยวสุวรรณกิจ และสุทธิพร เปี้ยวสุวรรณกิจ (2562) ซึ่งได้พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้โดยมีบรรจุภัณฑ์สวยงามแสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนและระบุวันเดือนปีที่ผลิตและวันหมดอายุ ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่น่าสนใจจากนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปมากขึ้น การพัฒนาช่องทางออนไลน์เพื่อการสื่อสารและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดแสดงสินค้าในรูปแบบการออกบูธในงานแสดงสินค้าต่างๆ อันสอดคล้องกับการศึกษาของปิยกนิษฐ์ โชติวนิช, ธวัชมิตร เครือโสม, นิภา ชุมพลวิทยกุล และมาลีณี ศรีโมตรี (2560) ซึ่งได้ศึกษาการพัฒนาช่องทางการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หนึ่งข้าวอัจฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิงนวัตกรรม ที่เน้นการทำการตลาดออนไลน์และการจัดกิจกรรมการแสดงผลงานและกิจกรรมผ่านช่องทางเฟสบุ๊กเพื่อสื่อสารและจัดจำหน่ายสินค้า และการศึกษาของนริสรา ลอยฟ้า, เสาวลักษณ์ รักขอบ และปาริชาติ รื่นพงษ์พันธ์ (2563) ในการพัฒนารูปแบบการค้าออนไลน์โดยนำเสนอในรูปแบบ e-catalog ตะกร้าสินค้า การชำระเงินและการจัดส่งสินค้า กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการติดต่อผู้จัดจำหน่ายในแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. การศึกษาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรเริ่มจากการวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปูรังไหม-ใบหม่อน ซึ่งผลิตจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน อัตลักษณ์ของชุมชน ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนสามารถผลิตและจำหน่ายเสริมจากผลิตภัณฑ์เดิมคือผ้าไหมและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าไหม



2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรคำนึงถึงการสร้างตราผลิตภัณฑ์ที่สามารถสื่อเรื่องราวของชุมชน จากลายจากดาวสู่โลก ทำให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจมีความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชน นำไปสู่การบอกเล่าสื่อสารไปยังผู้บริโภคทั้งการขายทางตรงและการขายออนไลน์ได้สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ในตลาดได้

3. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ควรคำนึงถึงต้นทุนที่เป็นไปได้และคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะการบอกเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ ความเป็นมาของชุมชน อัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์สู่รังไหม-ใบหม่อนว่ามีคุณสมบัติด้านผิวพรรณและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์สู่รังไหม-ใบหม่อน แต่จากการวิเคราะห์ยังสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นได้อีก ได้แก่ สกรับรังไหม แคมพู โลชั่น โดยมีวัตถุดิบหลักเป็นรังไหมและใบหม่อนอันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นอื่น สามารถนำเอารว SWOT Analysis และ TOW'S Matrix ไปใช้วิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชนท้องถิ่นอื่น อันนำไปสู่การเพิ่มรายได้ให้แก่สมาชิกในชุมชนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรรณิการ์ สายเทพ และพิชญา เพิ่มไทย. (2560). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่. 10(2), 1-11.

งานยุทธศาสตร์และประเมินองค์กร. (2562). กรอบทิศทางและยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี (พ.ศ. 2560-2564).

ฝ่ายยุทธศาสตร์ แผน และประกันคุณภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

นริศรา ลอยฟ้า, เสาวลักษณ์ รักชอบ และปาริชาติ รื่นพงษ์พันธ์ (2563). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาด

ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษ. รายงานการวิจัยสำนักงาน

คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

ปิยนัญญ์ โชติวนิช, ธวัชมิตร เครือโสม, นิภา ชุณหวิญญกุล และมาลี ศรีไมตรี. (2560). การพัฒนาช่องทางการผลิตและ

การตลาดผลิตภัณฑ์หัตถ์ข้าวอัญริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิง นวัตกรรม. วารสาร มทร.อีสาน ฉบับ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 4(2), 1-15.

พรพิมล ศักดา และบวร เครือรัตน์. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้จากวัสดุธรรมชาติของกลุ่มอาชีพ

บ้านสุขเกษม ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

รัตนโกสินทร์.

สุกัญญา เปี่ยมสุวรรณกิจ และสุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ. (2562). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวตำบลบางแล

อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. การประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 2 “มนุษยศาสตร์

และสังคมศาสตร์ นวัตกรรมสร้างสรรค์สังคม”, 5-6 สิงหาคม 2562 หอประชุมเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา. 1059-1068.

สุภางค์ จันทวานิช. (2554). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 19. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

โสพิศ พงศ์รัตน์. (2560). การจัดการเชิงกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ปลาสาม ในพื้นที่จังหวัดยะลา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต .

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, ยะลา.

อัจฉรา มลิวงศ์ และขจรศักดิ์ วงศ์วิราช. (2554). การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

นวดแผนไทย บ้านแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง. การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น “การพัฒนาอนาคต

ชนบทไทย: ฐานรากที่มั่นคงเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน” 27-29 มกราคม 2554. 300-304.

Narksakul, T. and Jaipradidtham, C. (2018). **MARKETING STRATEGY MANAGEMENT AND DEVELOPMENT OF OTOP PRODUCTS SMES BUSINESS: TO COMPETE IN THE ASEAN OF THE COMMUNITY ENTERPRISES IN CHUMPHON PROVINCE, THAILAND.** International Journal of Management and Applied Science, 4(9), 108-115. Thomson, A. A., Strickland, A. J. & Gamble, J. E. (2007). **Crafting and Executing Strategy- Concepts and Cases**, (15th Edition), USA: McGrawHill/Irwin.



การจำแนกข้อความความคิดเห็นสำหรับการพยากรณ์ความสนใจสินค้าและบริการของผู้ใช้งาน บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้วยเทคนิคเหมืองข้อความ

Opinion Classification for Forecasting the Interests of Users on Social Networks using Text Mining Techniques.

ศุภเทพ สติมัน, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹

ปิยนุช วรบุตร, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²

รติ ท่าโพธิ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี³

ไมตรี ริมทอง, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁴

สัณชัย ยงกุลวนิช, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁵

อำไพ ยงกุลวนิช, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁶

ภาณุพงศ์ บุญธรรม, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁷

Email: supathep.s@ubru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและหาประสิทธิภาพของวิธีการในการจำแนกข้อความความคิดเห็นสำหรับการพยากรณ์ความสนใจสินค้าและบริการของผู้ใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ด้วยเทคนิคเหมืองข้อความ ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลความสนใจสินค้าและบริการ จำนวน 9,562 ข้อความ จัดอยู่ในข้อมูล 5 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจการท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร สินค้าด้านเทคโนโลยี และอื่นๆ ในการศึกษาครั้งนี้ได้นำเทคนิคการประมวลผลภาษาธรรมชาติ และทำการจำแนกประเภทของข้อความโดยใช้วิธีการจำแนกข้อความ 4 อัลกอริทึม ได้แก่ 1) ซัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน 2) ต้นไม้ตัดสินใจ 3) นาอ็พเบย์ และ 4) เคเนียร์เรสเนเบอร์ ผลการทดลองพบว่า อัลกอริทึมซัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีนมีความถูกต้อง ค่าความแม่นยำ และค่าความระลึกในการจำแนกประเภทข้อความสูงสุดคือร้อยละ 75.55 75.89 และ 75.56 ตามลำดับ

คำสำคัญ: เหมืองข้อความ เครือข่ายสังคมออนไลน์ การพยากรณ์

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

³ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁴ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁵ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁶ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁷ หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ABSTRACT

This research aims to find the effectiveness of a method for classifying opinion messages of users on social networks using text mining techniques. The data collected were all made by the user in a total of 9,562 messages. The categorization process divided the data into 5 groups: tourism, hotels, restaurants, technology, and other. This study had two main steps: 1) transforming of opinions data by natural language processing techniques, and 2) classifying data by classification technique. The four classification algorithms were used in this experiment including Support Vector Machine, Decision Tree, Naïve-Bayes, and k-Nearest Neighbor. 10-fold cross-validation was applied to segment the data into training and testing sets. Moreover, accuracy, precision, and recall were used as the criteria for selecting the most effective model. It was concluded that the Support Vector Machine technique produced the greatest accuracy in categorizing the messages with an accuracy score of 75.55 %, precision of 75.89%, and recall of 75.56 %.

Keywords: text mining social network prediction.

บทนำ

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดขนาดใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีชายแดนติดต่อกับประเทศลาว จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจุดการค้าการส่งออกสินค้า และนำเข้าสินค้าระหว่างประเทศไทยและประเทศลาว นอกจากนี้ยังเป็นจุดสำคัญของธุรกิจการค้าชายแดน ที่ดึงดูดกลุ่มลูกค้าผู้บริโภค ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เข้ามาจับจ่ายซื้อของตามตลาดชายแดนไทยลาว โดยเฉพาะตลาดชายแดนไทยลาวช่องเม็ก อ.สิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี มีผู้บริโภค มาซื้อสินค้าที่เป็นจำนวนมาก ประมาณ 4,000 คนต่อวัน ส่งผลให้ธุรกิจการค้าตลาดชายแดนไทยลาวมีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก นอกจากการส่งออกแล้วยังเป็นเรื่องการท่องเที่ยว โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติหลังไหลท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก สร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจอย่างสูงทั้งการค้าขายปลีก และการส่งออก (พิกัด สมชอบ, 2561) ซึ่งนักท่องเที่ยวบางส่วนที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีได้แสดงความคิดเห็นบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เกี่ยวกับสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็น สถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร หรือสินค้าต่าง ๆ อยู่เป็นจำนวนมาก ในการศึกษาครั้งนี้ได้นำข้อความความคิดเห็นจากทวิตเตอร์ (Twitter) มาเป็นกรณีศึกษา ซึ่งทวิตเตอร์เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมเครือข่ายหนึ่ง ทวิตเตอร์เป็นสื่อสังคมออนไลน์ (social Media) ที่ให้บริการสำหรับส่งข่าวสารและติดต่อสื่อสารประเภทข้อความสั้น (short Message) ถูกพัฒนาขึ้นเมื่อเดือนมีนาคม ปี ค.ศ. 2006 โดย Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone, Evan William และเริ่มเปิดให้บริการเมื่อเดือนกรกฎาคม ปี ค.ศ. 2012 ผู้ใช้งานสามารถพิมพ์ข้อความสั้นเกี่ยวกับเรื่องราวในชีวิตประจำวันหรือในสิ่งที่ตนเองสนใจ รวมทั้งสามารถแชร์ส่งต่อข้อความ หรือการรีทวีตข้อความทำให้เกิดการแพร่กระจายข้อความนั้นไปยังผู้ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว (วีระพล วงษ์ประเสริฐ และคณะ, 2562; รติกร สูงสมสกุล และณัฐชา วัฒนประภา, 2562) ปัจจุบันการใช้งานทวิตเตอร์สามารถใช้งานได้บนอุปกรณ์ที่หลากหลาย อาทิ คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน ทำให้มีข้อความจำนวนมากเกิดขึ้นจากการใช้งาน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้หากนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของข้อมูลอาจนำไปใช้ประโยชน์ได้ โดยเฉพาะการนำข้อมูลมาใช้ในการตัดสินใจทางธุรกิจ ยกตัวอย่างเช่น การจัดกลุ่มลูกค้าที่มีสนใจในสินค้าประเภทต่างๆ หากทราบหรือสามารถคาดการณ์ความสนใจของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ จะทำให้เจ้าของธุรกิจสามารถจัดหาสินค้า นำเสนอโปรโมชั่น หรือทำการส่งเสริมการขายได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ (ไกรศักดิ์ เกษร, 2558) แต่เนื่องจากข้อความที่เกิดขึ้นมีจำนวนมากขึ้นในแต่ละวัน และมีรูปแบบที่เกิดขึ้นหลากหลาย ข้อความภาษาไทยบางข้อความความหมายกำกวม คำซ้ำ คำที่ไม่มีความหมายต่อการนำไปใช้ ดังนั้นในการจำแนกข้อความความคิดเห็นที่เป็นข้อความภาษาไทยจึงจำเป็นต้องใช้วิธีการที่เหมาะสม อีกทั้งข้อความความคิดเห็นต่างๆ เหล่านี้เป็นข้อมูลที่ไม่มีโครงสร้างจะต้องปรับรูปแบบเพื่อให้คอมพิวเตอร์สามารถนำไปประมวลผลได้โดยในงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาและนำวิธีการประมวลผลภาษาธรรมชาติ (natural language processing: NLP) ซึ่งการประมวลผลภาษาธรรมชาติ ประกอบด้วย การตัดคำ (word segmentation) การกำจัดคำหยุด (stop-word removal) การสกัดคุณลักษณะ (feature extraction) การสร้างดัชนี (indexing) การเลือกคุณลักษณะ (feature selection) และการแบ่งประเภทของข้อความออกเป็นหมวดหมู่ (classification) (วันฉัตร อินทรผล และวฤชาย รมสายหยุด, 2560; กานดา แผ้ววัฒนากุล และปราโมทย์ ลีอนาม, 2556) จากนั้นจึงนำขั้นตอนวิธีในการจำแนกข้อมูล (classification algorithm) มาทำการจำแนกข้อความความคิดเห็นว่าจัดอยู่ในกลุ่มใด

จากความสำคัญที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการศึกษาและหาประสิทธิภาพของวิธีการในการจำแนกประเภทของข้อความสำหรับการพยากรณ์ความสนใจสินค้าและบริการของผู้ใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยกลุ่มสินค้าและบริการที่

ทำการศึกษา ประกอบด้วยการท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และสินค้าทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนธุรกิจตามกระแสความนิยมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาและหาประสิทธิภาพของวิธีการในการจำแนกประเภทข้อความความคิดเห็นสำหรับการพยากรณ์ความสนใจสินค้าและบริการของผู้ใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ในจังหวัดอุบลราชธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

ข้อความบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ทำการศึกษาเป็นข้อความภาษาไทยที่ทำการเก็บรวบรวมจากเว็บไซต์ทวิตเตอร์ (www.twitter.com) และเป็นข้อความของผู้ใช้งานที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 5 ประเภท ได้แก่

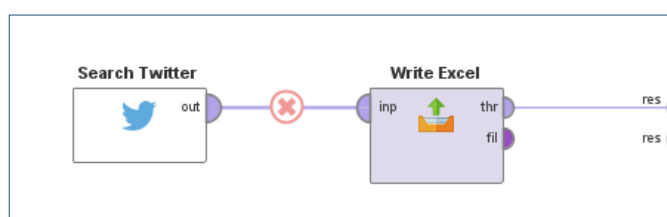
1. การท่องเที่ยว ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เชิงวัฒนธรรม
2. โรงแรม ที่พัก ได้แก่ โรงแรม ที่พัก รีสอร์ท โฮสเทล อพาร์ทเมนต์
3. ร้านอาหาร ได้แก่ ร้านอาหารไทย ฟินบ้าน ฟาสต์ฟู้ด ร้านอาหารต่างชาติ
4. สินค้าเทคโนโลยี ได้แก่ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับกล้อง เครือข่าย อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ ฮาร์ดแวร์ และสมาร์ทโฟน
5. ประเภทอื่น ๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และวิเคราะห์ปัญหาในการดำเนินงาน รวมถึงศึกษากระบวนการในการจำแนกประเภทข้อความความคิดเห็นสำหรับการพยากรณ์ความสนใจสินค้าและบริการของผู้ใช้งานบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อประกอบการตัดสินใจให้กับผู้ประกอบการ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ทำการศึกษาข้อมูลความสนใจสินค้าและบริการของผู้ใช้งาน จากเว็บไซต์ทวิตเตอร์ โดยใช้ Twitter Streaming API ร่วมกับโปรแกรม RapidMiner โดยได้เก็บตัวอย่างข้อมูลที่เป็นข้อความ 5 ประเภท คือ 1) การท่องเที่ยว 2) โรงแรม ที่พัก 3) ร้านอาหาร 4) สินค้าเทคโนโลยี และ 5) ประเภทอื่น ๆ ซึ่งข้อมูลที่เก็บมานั้นจะใช้การสอบถาม (query) จากคำที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั้ง 4 ประเภทแรก เช่น โขงเจียม ที่พักอุบล จากนั้นจึงนำข้อความมาจัดกลุ่มอีกครั้งโดยผู้เชี่ยวชาญ และหากพบว่าข้อความไหนไม่สามารถจัดอยู่ใน 4 ประเภทดังกล่าวได้จึงจะถูกนำมาอยู่ในประเภทอื่น ๆ ต่อไป



ภาพที่ 1 ตัวอย่างการใช้โปรแกรม RapidMiner กับ Twitter API ในการเก็บข้อมูล

2. การวิเคราะห์และออกแบบขั้นตอนการทำงาน

ทำการวิเคราะห์และออกแบบขั้นตอนการทำงาน โดยอ้างอิงจากทฤษฎีของเหมืองข้อความ (text mining) การประมวลผลภาษาธรรมชาติ (natural language processing) การจำแนกประเภทข้อมูล (classification) การประเมินประสิทธิภาพความถูกต้อง (accuracy

3. การเตรียมข้อมูลในการประมวลผล

เนื่องจากข้อมูลที่เราใช้ในการประมวลผลอยู่ในรูปของข้อความ (text data) ดังนั้นในการนำข้อมูลไปประมวลผล จะต้องมีการเตรียมข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปแบบที่เหมาะสม ซึ่งช่วยลดระยะเวลาในการ โดยในขั้นตอนการเตรียมข้อมูล ได้นำเทคนิคการประมวลผลภาษาธรรมชาติมาใช้ คือ การตัดคำ (word segmentation) การกำจัดคำหยุด (stop-word removal) การสกัดคำคุณลักษณะ (feature extraction) การเลือกคำคุณลักษณะ (feature selection) และการสร้างดัชนีคำ (indexing) โดยได้เลือกใช้โปรแกรมเล็กซ์โต (Thai Lexeme Tokenizer : LexTo) ร่วมกับฐานข้อมูลพจนานุกรม LEXITRON ซึ่งพัฒนาโดยศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) โดยจะตัดคำแบบวิธีเทียบคำที่ยาวที่สุดที่พบในพจนานุกรม (Longest Matching) เมื่อมีการส่งข้อความที่ต้องการตัดคำภาษาไทย โปรแกรมจะทำการอ่านคำทั้งหมดจากพจนานุกรมมาเก็บไว้ที่ตัวโปรแกรมก่อน หลังจากนั้นจะเริ่มนำคำในพจนานุกรมมาเทียบกับข้อความที่ส่งเข้ามาและตัดคำ หลังจากที่ได้โปรแกรมเล็กซ์โตตัดคำแล้ว จะมีข้อมูลที่ใช้ในการกำกับคำที่ตัดออกมาว่า คำนั้นมีสถานะเป็นอย่างไร โดยจะมีสถานะ 5 สถานะ คือ สถานะรู้จัก สถานะกำกวม สถานะไม่รู้จักคำนั้น ดังภาพที่ 2 จากนั้นจึงนำชุดข้อมูลไปผ่านการเลือกคุณลักษณะด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถี่ (ความถี่ = 2) และปรับข้อมูลรูปแบบไฟล์ .arff ดังภาพที่ 3

ข้อความ	การตัดคำ
มาเที่ยวอุบลคราวนี้จะไปผาแต้มจากสนามบินไปยัง	มา เที่ยว อุบล คราวนี้ จะ ไป ผา แต้ม
เป็นตาอีกโรงแรมราคาน่ารัก ใครมาอุบลแนะนำเลย	จาก สนามบิน ไป ยังไง
	เป็น ตา อีก โรงแรม ราคา น่ารัก ใคร มา อุบล
	แนะนำ เลย

ภาพที่ 2 ตัวอย่างการตัดคำจากข้อความ

```
@attribute 7255 numeric
@attribute 7256 numeric
@attribute 7257 numeric
@attribute 7258 {other,tourism,it,restaurant,hotel}

@data
{0 1,6 1,32 1,33 1,286 1,407 1,715 1,935 1,1915 1,2722 1,5906
1,7258 other}
{0 1,41 1,60 1,66 1,82 1,155 1,429 1,629 1,704 1,777 1,1122
1,2211 1,7258 hotel}
{0 1,41 1,151 1,225 1,346 1,1106 1,1131 1,4619 1,5593 1,5714
1,5765 1,6299 1,7258 hotel}
{0 1,12 1,217 1,382 1,5210 1,7258 hotel}
{0 1,1 2,438 1,673 1,989 1,1130 1,4608 1,7258 hotel}
```

ภาพที่ 3 ข้อมูลปรับในรูปแบบไฟล์ .arff

4. การทดสอบและประเมินประสิทธิภาพการจำแนกประเภทข้อความ

งานวิจัยนี้ทำการทดสอบและประเมินประสิทธิภาพของอัลกอริทึมจำแนกประเภทข้อความ 4 วิธีการ ได้แก่ ซัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน (Support Vector Machine: SVM) ต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree: DT) นาอีฟเบย์ (Naïve-Bayes) และเคเนียร์เรสเนนเบอร์ (k-Nearest Neighbors: k-NN) โดยการวัดประสิทธิภาพจะพิจารณาจากค่าความถูกต้อง (accuracy) ค่าความแม่นยำ (precision) และค่าความระลึก (recall) ดังสมการที่ 1 – 3 ทำการทดสอบแบบ 10 – fold cross validation

ค่าความถูกต้อง (accuracy)

$$Accuracy = \frac{TP + TN}{TP + TN + FP + FN} \quad (1)$$

ค่าความแม่นยำ (precision)

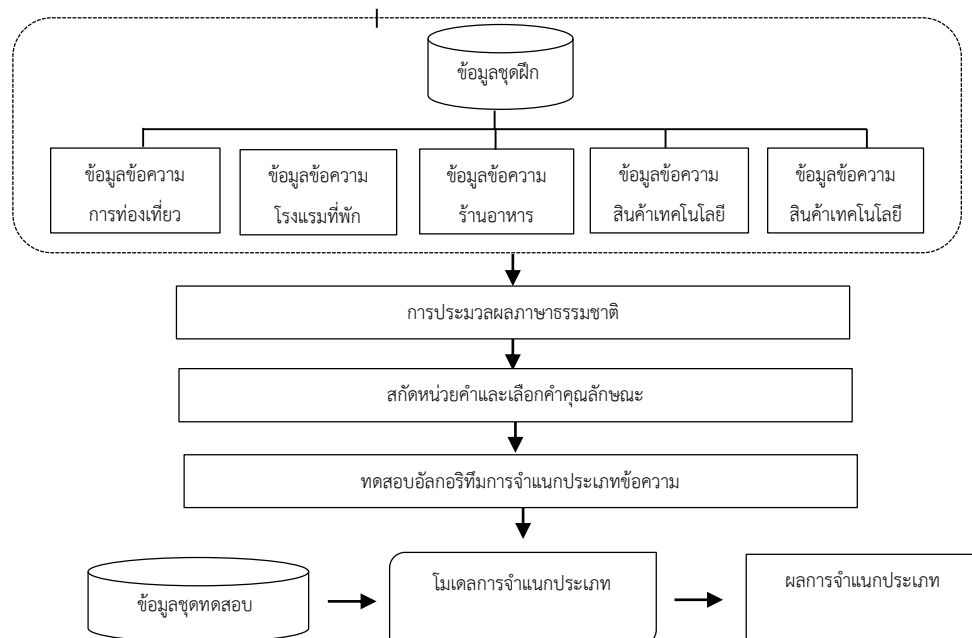
$$Precision = \frac{TP}{TP + FP} \quad (2)$$

ค่าความระลึก (recall)

$$Recall = \frac{TP}{TP + FN} \quad (3)$$

โดย TP = True Positive, TN = True Negative

FN = False Negative, และ FP = False Positive



ภาพที่ 4 กระบวนการการทำเหมืองข้อความเครือข่ายสังคมออนไลน์

บททวนวรรณกรรม

เหมืองข้อความ

เหมืองข้อความ (text mining) หมายถึง กระบวนการค้นหาคำความรู้ในฐานข้อมูลเอกสาร (knowledge discovery in document databases) ซึ่งเป็นศาสตร์หนึ่งที่แยกย่อยมาจากการทำเหมืองข้อมูล (data mining) เป็นกระบวนการที่กระทำกับข้อมูลที่มีจำนวนมากมหาศาล ด้วยวิธีการสกัดสารสนเทศ (information extraction) โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์แบบอัตโนมัติ การทำเหมืองข้อความ เป็นกระบวนการในการสกัดข้อมูล (extract data) หรืออาจจะเรียกว่า การค้นหาคำความรู้ในฐานข้อมูลเอกสารเป็นเทคนิคเพื่อค้นหา รูปแบบ (pattern) จากข้อความจำนวนมากโดยอัตโนมัติ โดยใช้ขั้นตอนวิธีจากวิชาสถิติ การเรียนรู้ของเครื่อง และการรู้จำแบบ โดยมีหลักการประมวลเอกสาร (document processing) หลักการประมวลผลข้อความ (text processing) และหลักการประมวลผล ภาษาธรรมชาติ (natural language processing) เพื่อให้ได้สารสนเทศ (useful textual information) โดยข้อมูลมีลักษณะเป็นข้อความ (text data) ซึ่งการทำเหมืองข้อความเป็นกระบวนการที่แยกย่อยมาจากการทำเหมืองข้อมูล เนื่องจากข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบกึ่งโครงสร้าง (semi structured data) และไม่มีโครงสร้าง (unstructured data) มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีจำนวนมาก ซึ่งการทำเหมือง ข้อมูลสามารถวิเคราะห์ได้เฉพาะข้อมูลที่มีโครงสร้าง ดังนั้นการทำเหมืองข้อความจึงมีความสำคัญและมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น การทำเหมืองข้อความเพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ความรู้ สามารถทำได้หลายรูปแบบ ดังนี้ (Feldman & Sanger, 2007; สายชล สีนสมบูรณ์ทอง, 2558)

1. การสรุปเอกสารข้อความ (document summarization) เป็นการลดความซับซ้อนและลดขนาดของเอกสารข้อความ โดยการเลือกเฉพาะสาระที่สำคัญของเอกสารไว้ ตัดเนื้อหาที่ไม่สำคัญออกไป โดยความหมายของเอกสารข้อความยังคงเดิม
2. การจำแนกประเภทเอกสารข้อความ (document classification) เป็นการจำแนกกลุ่มเอกสารข้อความตามประเภท ที่ได้กำหนดไว้แล้ว โดยการใช้ชุดข้อมูลตัวอย่างของเอกสารข้อความเพื่อใช้ในการฝึกฝน (training set) และเพื่อใช้ในการทดสอบ (test Set) อัลกอริทึมในการแบ่งประเภทเอกสาร ได้แก่ Supervised Learning Neural Networks และ C4.5 Decision Tree

3. การแบ่งกลุ่มเอกสารข้อความ (document clustering) เป็นการจัดแบ่งเอกสารข้อความออกเป็นกลุ่ม โดยใช้การวัดความคล้ายคลึงและความแตกต่างของคุณลักษณะของเอกสารข้อความ ซึ่งจะไม่มีข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในการฝึกฝนหรือการทดสอบ ข้อมูลเอกสารจะถูกแปลงให้เป็นชุดข้อมูลตัวเลขโดยวิธีการ DfXIDF (Vector Space Model) อัลกอริทึมในการแบ่งกลุ่มเอกสาร ได้แก่ K-Mean Unsupervised Learning Neural Networks และ Hierarchical Clustering

การประมวลผลภาษาธรรมชาติ

วิธีการประมวลผลภาษาธรรมชาติ (natural language processing: NLP) ประกอบด้วย การตัดคำ (word segmentation) การกำจัดคำหยุด (stop-word removal) การสกัดคุณลักษณะ (feature extraction) การสร้างดัชนี (indexing) การเลือกคุณลักษณะ (feature selection) และการแบ่งประเภทของข้อความออกเป็นหมวดหมู่ (classification)

การจำแนกประเภทข้อมูล

การจำแนกประเภทข้อมูล (classification) เป็นการจัดหมวดหมู่การเรียนรู้แบบมีผู้สอน (supervised learning) สามารถแบ่งขั้นตอนวิธีการจัดหมวดหมู่ได้เป็น 2 ขั้นตอนคือ การนำข้อมูลตัวอย่างมาเรียนรู้เพื่อโมเดลต้นแบบ และการนำโมเดลต้นแบบไปใช้แยกหมวดหมู่ของข้อมูลที่สนใจ ในงานวิจัยนี้ได้นำอัลกอริทึมจำแนกประเภทข้อมูลมาใช้ในการจัดประเภทข้อความ 4 อัลกอริทึม ได้แก่ (ปริญา สวงนัสต์ย์, 2558; สายชล ลิ้นสมบุญทอง, 2558)

1. ซัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน (Support Vector Machine) เป็นอัลกอริทึมที่มีหลักการคือ การหาระนาบการตัดสินใจในการแบ่งข้อมูลออกเป็นสองส่วน โดยใช้สมการเส้นตรงเพื่อแบ่งเขตข้อมูล 2 กลุ่มออกจากกัน โดยจะพยายามสร้างเส้นแบ่งตรงกึ่งกลางระหว่างกลุ่มให้มีระยะห่างระหว่างขอบเขตของทั้งสองกลุ่มมากที่สุด

2. ต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) เป็นวิธีการจำแนกกลุ่มที่รวบรวมโหนดการตัดสินใจ แล้วเชื่อมต่อด้วยกิ่งก้านต่าง ๆ ขยายออกจากโหนดราก ไปจนถึงจุดสิ้นสุดที่โหนดของใบ

3. นาอิวเบย์ (Naive-Bayes) การจำแนกข้อมูลด้วยวิธีการเบย์เซียนจะเป็นการสร้างตัวจำแนกข้อมูลด้วยการประยุกต์ใช้ค่าทางสถิติที่ซึ่งจะสามารถบ่งบอกถึงความเป็นของข้อมูลหนึ่งที่จะอยู่ในหมวดหมู่ของข้อมูลหนึ่ง วิธีการจำแนกข้อมูลนี้จะทำการประยุกต์ใช้ทฤษฎีของเบย์ (Bayes' theorem) ที่ซึ่งจะช่วยให้สามารถจำแนกข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำสูง

4. เคเนียร์เรสเนเบอร์ (k-Nearest Neighbor) เป็นอัลกอริทึมที่มีรูปแบบการเรียนรู้จากตัวอย่าง (instance based learning) มีการทำงาน 3 ขั้นตอน โดยเริ่มจากกำหนดค่า k ซึ่งเป็นจำนวนตัวอย่างที่ใกล้เคียงที่สุด k ตัว จากนั้นกำหนดวิธีการวัดความใกล้เคียงหรือความเหมือนโดยทั่วไปใช้การวัดระยะทางระหว่างตัวอย่าง และนับจำนวนตัวอย่างที่ใกล้เคียงที่สุดจำนวน k ตัว หากตัวอย่างประเภทใดมีจำนวนมากที่สุดจำนวน k ตัว ให้กำหนดประเภทตัวอย่างที่ต้องการทราบนั้นเป็นประเภทเดียวกับประเภทที่มีมากที่สุดนั้น

ผลการวิจัย

ชุดข้อมูล

จากผู้ใช้งานเว็บไซต์ทวิตเตอร์ โดยคัดเลือกมาเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความสนใจของผู้ใช้งานในด้านสินค้าและบริการ 5 ประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยว (tourism) โรงแรมที่พัก (hotel) ร้านอาหาร (restaurant) และสินค้าทางด้านเทคโนโลยี (technology) และข้อความประเภทอื่น ๆ (other) ที่ไม่เกี่ยวกับประเภทดังกล่าวนำมาทำการทดลองด้วย รายละเอียดแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ชุดข้อมูล

ประเภท	จำนวนข้อความ	จำนวนแอทริบิวต์	
		ชุดข้อมูลเดิม	ชุดข้อมูลใหม่*
การท่องเที่ยว	1,484	14,207	7,259
โรงแรมที่พัก	3,082		
ร้านอาหาร	880		
สินค้าทางด้านเทคโนโลยี	1,617		
อื่นๆ	2,499		
รวม	9,562		

*ข้อมูลที่ได้จากการเลือกคุณลักษณะข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถี่ (ความถี่ = 2)



ตารางที่ 1 แสดงชุดข้อมูลผ่านการเลือกคุณลักษณะด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถี่ (ความถี่ = 2) รายละเอียดของชุดข้อมูลของข้อความประเภท การท่องเที่ยว มีจำนวน 1,484 ข้อความ โรงแรมที่พัก 3,082 ข้อความ ร้านอาหาร 880 ข้อความ สินค้าทางด้านเทคโนโลยี 1,617 ข้อความ และอื่น ๆ 2,499 ข้อความ รวมจำนวนข้อความทั้งหมด 9,562 ข้อความ ส่วนจำนวนแอทริบิวต์หรือมิติข้อมูลมีจำนวน 14,207 แอทริบิวต์ เมื่อนำมาเข้าสู่กระบวนการเตรียมข้อมูลทำให้ลดจำนวนแอทริบิวต์ลงเหลือ 7,259 แอทริบิวต์ และข้อมูลนี้จะถูกนำไปใช้ในการจำแนกประเภทข้อความต่อไป

การทดสอบประสิทธิภาพการจำแนกประเภทข้อมูล

วิธีการในการจำแนกประเภทข้อความที่นำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ ประกอบไปด้วยซัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน (Polynomial, degree 2) ต้นไม้ตัดสินใจ นาอ์ฟเบย์ และเคเนียร์เรสเนเบอร์ (k=1) ผลการจำแนกประเภทข้อความ แสดงดังตารางที่ 2 และตารางที่ 3

ตารางที่ 2 ผลการจำแนกประเภทข้อมูล

วิธีการ	การท่องเที่ยว		โรงแรมที่พัก		ร้านอาหาร		สินค้าทางด้านเทคโนโลยี		อื่นๆ	
	true	false	true	false	true	false	true	false	true	false
ซัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน	1,102	382	2,736	346	694	186	1,292	325	1,400	1,099
ต้นไม้ตัดสินใจ	1,050	434	2,879	203	692	188	1,292	325	1,095	1,404
นาอ์ฟเบย์	923	561	1,627	1455	491	389	1,140	477	967	1,532
เคเนียร์เรสเนเบอร์	318	1,166	3,011	71	401	479	853	764	828	1,671

ตารางที่ 3 ประสิทธิภาพของการจำแนกประเภทข้อมูล

วิธีการ	ประเภท	TP rate	FP rate	precision	recall	accuracy
ซัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน	การท่องเที่ยว	74.26	25.74	54.73	74.26	75.55
	โรงแรมที่พัก	88.77	11.23	79.22	88.77	
	ร้านอาหาร	78.86	21.14	79.70	78.86	
	สินค้าทางด้านเทคโนโลยี	79.90	20.10	77.37	79.90	
	อื่น ๆ	56.02	43.98	88.40	56.02	
	เฉลี่ย	75.56	24.44	75.89	75.56	
ต้นไม้ตัดสินใจ	การท่องเที่ยว	70.75	29.25	51.31	70.75	73.29
	โรงแรมที่พัก	93.41	6.59	73.84	93.41	
	ร้านอาหาร	78.64	21.36	74.58	78.64	
	สินค้าทางด้านเทคโนโลยี	79.90	20.10	69.27	79.90	
	อื่น ๆ	43.82	56.18	86.64	43.82	
	เฉลี่ย	73.30	26.70	71.13	73.30	
นาอ์ฟเบย์	การท่องเที่ยว	62.20	37.80	50.27	62.20	53.84
	โรงแรมที่พัก	52.79	47.21	67.59	52.79	
	ร้านอาหาร	55.80	44.20	35.81	55.80	

วิธีการ	ประเภท	TP rate	FP rate	precision	recall	accuracy
เคเนียร์เรสเนเบอร์	สินค้าทางด้านเทคโนโลยี	70.50	29.50	62.81	70.50	53.26
	อื่น ๆ	38.70	66.87	45.34	38.70	
	เฉลี่ย	56.00	45.12	52.36	56.00	
	การท่องเที่ยว	21.43	78.57	50.27	21.43	
	โรงแรมที่พัก	97.70	2.30	67.59	97.70	
เคเนียร์เรสเนเบอร์	ร้านอาหาร	45.57	54.43	35.81	45.57	53.26
	สินค้าทางด้านเทคโนโลยี	52.75	47.25	62.81	52.75	
	อื่น ๆ	33.13	66.87	45.34	33.13	
	เฉลี่ย	50.12	49.88	52.36	50.12	

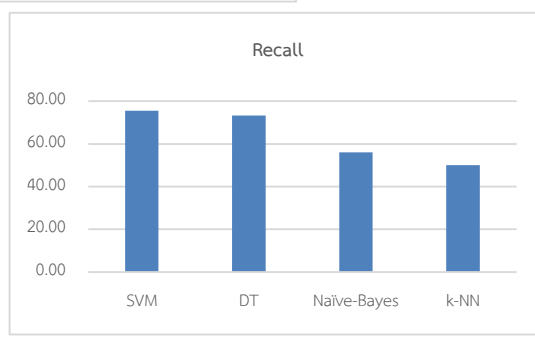
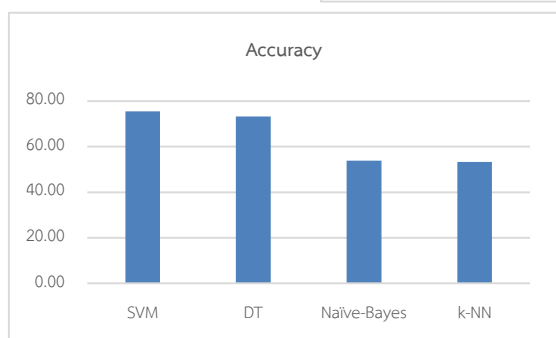
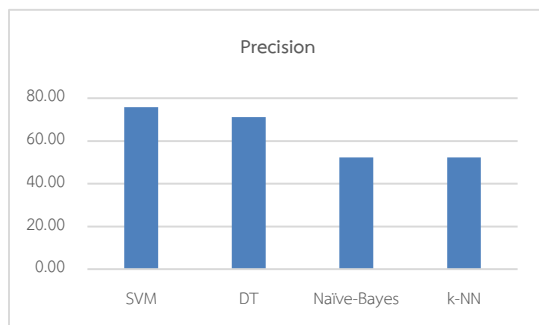
ตารางที่ 3 แสดงประสิทธิภาพของการจำแนกประเภทข้อมูล ค่า TP rate ของการจำแนกประเภทข้อมูลด้วยวิธีการชัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน มีค่าเท่ากับ 75.56% ต้นไม้ตัดสินใจ มีค่าเท่ากับ 73.30% นาอ็ฟเบย์ มีค่าเท่ากับ 56.00% และเคเนียร์เรสเนเบอร์ มีค่าเท่ากับ 50.12%

ค่า FP rate ของการจำแนกประเภทข้อมูลด้วยวิธีการชัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน มีค่าเท่ากับ 24.44% ต้นไม้ตัดสินใจ มีค่าเท่ากับ 26.70% นาอ็ฟเบย์ มีค่าเท่ากับ 45.12% และเคเนียร์เรสเนเบอร์ มีค่าเท่ากับ 49.88%

ค่าความแม่นยำ (precision) ของการจำแนกประเภทข้อมูลด้วยวิธีการชัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน มีค่าเท่ากับ 75.89% ต้นไม้ตัดสินใจ มีค่าเท่ากับ 71.13% นาอ็ฟเบย์ มีค่าเท่ากับ 52.36% และเคเนียร์เรสเนเบอร์ มีค่าเท่ากับ 52.36%

ค่าความระลึก (recall) ของการจำแนกประเภทข้อมูลด้วยวิธีการชัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน มีค่าเท่ากับ 75.56% ต้นไม้ตัดสินใจ มีค่าเท่ากับ 73.30% นาอ็ฟเบย์ มีค่าเท่ากับ 56.00% และเคเนียร์เรสเนเบอร์ มีค่าเท่ากับ 50.12%

ค่าความถูกต้อง (accuracy) ของการจำแนกประเภทข้อมูลด้วยวิธีการชัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน มีค่าเท่ากับ 75.55% ต้นไม้ตัดสินใจ มีค่าเท่ากับ 73.29% นาอ็ฟเบย์ มีค่าเท่ากับ 53.84% และเคเนียร์เรสเนเบอร์ มีค่าเท่ากับ 53.26%



ภาพที่ 5 กราฟเปรียบเทียบค่าความถูกต้อง ค่าความแม่นยำ ค่าความระลึกของการจำแนกประเภทข้อมูล



ภาพที่ 5 พบว่าซัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีนให้ค่าความถูกต้อง ค่าความแม่นยำ ค่าความระลึก สูงสุด รองลงมาได้แก่ ต้นไม้ตัดสินใจ นาอ็พเบย์ และเคเนียร์เรส ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

สรุป

จากผลการดำเนินการวิจัยในการทดสอบและวัดประสิทธิภาพการทำงานของอัลกอริทึมเพื่อจำแนกประเภทข้อความ โดยเลือกข้อความในกลุ่มของข้อความภาษาไทย ที่นำมาจากเว็บไซต์ทวิตเตอร์ และในการทดสอบได้เลือกอัลกอริทึมที่นิยมนำมาใช้ในการจำแนกประเภทข้อความ จำนวน 4 วิธี ได้แก่ ซัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน ต้นไม้ตัดสินใจ นาอ็พเบย์ และเคเนียร์เรส ข้อมูลที่นำมาจำแนกประเภท ทั้งหมด 9,562 ข้อความ จำนวนแอทริบิวต์ทั้งหมด 14,207 แอทริบิวต์ หลังจากผ่านกระบวนการจัดเตรียมข้อมูลแล้ว ได้ จำนวนแอทริบิวต์จำนวน 7,259 แอทริบิวต์ และนำมาจำแนกประเภทข้อความตามความสนใจของผู้ใช้งานออกเป็น 4 ประเภท คือ ห้องเที่ยว โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และสินค้าเทคโนโลยี ผลการทดสอบและประเมินประสิทธิภาพอัลกอริทึม มีดังต่อไปนี้

ในการทดสอบคุณภาพได้นำข้อความกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาเป็นข้อมูลชุดฝึกฝนและทดสอบ จำนวน 9,562 ข้อความ ในการทดสอบใช้ 10-Fold cross validation ซึ่งในการนำข้อมูลชุดฝึกฝนให้ระบบทำการเรียนรู้ โดยมีข้อมูลข้อความทั้งหมด 5 ประเภท ข้อความแต่ละประเภทมีจำนวนดังนี้ การท่องเที่ยว จำนวน 1484 ข้อความ โรงแรมที่พัก จำนวน 3,082 ข้อความ ร้านอาหาร จำนวน 880 ข้อความ สินค้าเทคโนโลยี 1,617 จำนวน และอื่น ๆ จำนวน 2,499 ข้อความ ผลการทดสอบ แสดงให้เห็นว่าวิธีการซัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน เป็นอัลกอริทึมที่มีประสิทธิภาพในด้านความถูกต้องในการจำแนกประเภทมากที่สุด รองลงมาคืออัลกอริทึมต้นไม้ตัดสินใจ นาอ็พเบย์ และเคเนียร์เรส ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการทดลองจะเห็นว่าวิธีการในการจำแนกประเภทข้อความที่ให้ประสิทธิภาพมากที่สุดคือซัพพอร์ตเวกเตอร์แมชชีน สามารถนำผลที่ได้ไปในการพยากรณ์ หรือแนะนำสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้กับลูกค้าได้ นอกจากนี้ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ความคิดเห็นอื่น ๆ ที่เป็นทัศนคติเชิงบวกเชิงลบ หรือเพื่อสำรวจและแก้ปัญหา ตัวอย่างเช่น การทำเหมืองข้อความสำหรับการแก้ปัญหาข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการบริการลูกค้าของบริษัทการสื่อสารของ วันฉนวนวรรณ อินทผล และวฤชา ร่มสายหยุด (2560) การวิเคราะห์ความรู้สึกผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินของบริษัทในประเทศสหรัฐอเมริกา ของนันท์ สุธิเลิศ (2560)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปพัฒนาเป็นแอปพลิเคชันเพื่อในการพยากรณ์ หรือการให้คำแนะนำสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้กับลูกค้าได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อความในสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มขึ้นมาก รวมถึงรูปแบบไวยากรณ์หรือภาษาที่ใช้กันเฉพาะกลุ่ม คำศัพท์ใหม่เกิดขึ้นอาจต้องนำข้อความเหล่านั้นมาทำการเรียนรู้อีกครั้งเพื่อให้เกิดความแม่นยำในการนำไปใช้งาน
2. ข้อมูลตัวอย่างยังมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับข้อมูลจริงที่นำมา รวมถึงประเภทความสนใจของลูกค้าอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ดังนั้นการเรียนรู้ของระบบอาจต้องมีการเรียนรู้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากคณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

เอกสารอ้างอิง

กานดา แผ้วพัฒนากุล และปราโมทย์ สื่อนาม. (2556). การวิเคราะห์เหมืองความคิดเห็นบนเครือข่ายสังคมออนไลน์. วารสารการจัดการสมัยใหม่, 11(2), 11-20.



- ไกรศักดิ์ เกษร. (2558). การใช้สารสนเทศจากเครือข่ายสังคมเพื่อตรวจหาความสนใจของนักท่องเที่ยว. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- นันท์ก ศุทธิเลิศ. (2560). การวิเคราะห์ความรู้สึกผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินของบริษัทในประเทศสหรัฐอเมริกา. งานนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปริญญ์ สงวนสัตย์. (2558). การเรียนรู้ของเครื่อง. นนทบุรี: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- ปริญญ์ สงวนสัตย์. (2562). Artificial intelligence with machine learning: AI สร้างได้ด้วยแมชชีนเลิร์นนิง. นนทบุรี: โอดีซี พรีเมียร์.
- พิมกต์ สมชอบ. (2561). การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของจังหวัดอุบลราชธานี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 9(2) 79-91.
- รติกร สูงสมสกุล และณัฐชา วัฒนประภา. (2562). การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์บนทวิตเตอร์เชิงลบ. การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2 (2013-2021). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- วีระพล วงษ์ประเสริฐ ธีวรัตน์เจียรประดิษฐ์ สุพัตรา โคบุตร. (2562). ทวิตเตอร์ (Twitter) กับทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยของเยาวชนไทย ที่สยามสแควร์. วารสารรัชภาคย์, 14(32), 141-154.
- วันฉัตรอินทรผล และวฤณีย์ ร่มสายหยุด. (2560). การทำเหมืองข้อความสำหรับการแก้ปัญหาข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการบริการลูกค้าที่บริษัทการสื่อสาร. วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม, 4(2), 127-131.
- สายชล สันสมบูรณ์ทอง. (2558). การทำเหมืองข้อมูล. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักส์.
- Feldman, R., & Sanger, J. (2007). The text mining handbook: advanced approaches in analyzing unstructured data. Cambridge: Cambridge university press.



การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงเพื่ออนุรักษ์ผลิตภัณฑ์
เครื่องจักสานจากไม้ไผ่ บ้านโนนมะเขือ ตำบลกาบิน อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี
The Multimedia Development of Bamboo Weaving Products by Applying
Augmented Reality Technology.

ไมตรี ริมทอง, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี¹

สันทชัย ยงกุลวณิช, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี²

อำไพ ยงกุลวณิช, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี³

ชลาลัย เจริญสุข, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁴

ปภัสนร ทะวงษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁵

ยุพารัตน์ ชินฮาด, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี⁶

Email: maitree.r@ubru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงเพื่ออนุรักษ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจากไม้ไผ่ บ้านโนนมะเขือ ตำบลกาบิน อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงเพื่ออนุรักษ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจากไม้ไผ่ บ้านโนนมะเขือ ตำบลกาบิน อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี และ 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่สนใจเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) สื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง 2) แบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง ได้แก่ โปรแกรม Adobe Photoshop ใช้สำหรับตกแต่งภาพ Markers และภาพกราฟิก โปรแกรม BlippAR ใช้สำหรับสร้างสื่อในโลกแห่งความจริงเสมือน โปรแกรม Adobe Flash ใช้สำหรับสร้างการ์ตูนแอนิเมชัน และโปรแกรม Sony Vegas ใช้สำหรับการตัดต่อวิดีโอ

ผลที่ได้จากการวิจัยมีดังนี้ 1) ได้สื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลงานศิลปหัตถกรรมเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ บ้านโนนมะเขือ ตำบลกาบิน อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี 2) ผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.20, S.D. = 0.68)

คำสำคัญ: เทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจากไม้ไผ่

¹ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

² คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

³ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁴ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁵ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁶ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ABSTRACT

The objective of this research is 1) to produce media of bamboo weaving products, Baan Non Makhuea, Kabin Sub-district, Kud Khao Pun District, Ubon Ratchathani Province by applying augmented reality technology 2) to evaluate the performance of learning media of bamboo weaving products by applying augmented reality technology. The population and target sample group for this study are 30 samples. The instrument used in this study is a survey questionnaire ineffectiveness of developed learning media. Statistical technique analysis used is Mean and Standard Deviation values. The media development software includes Photoshop for editing markers, and images, BlippAR for real-world media creation, Adobe Flash for cartoon animation, and Sony Vegas for video editing.

The result of the study presents 1) Developed media of bamboo weaving products by applying augmented reality technology, and 2) The effectiveness of developed media of bamboo weaving products by applying augmented reality technology is significantly high ($\bar{X}$ = 4.20, S.D. = 0.68).

Keywords: Augmented Reality, bamboo weaving products

บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญกับการดำรงชีวิตของมนุษย์มาก ความก้าวหน้าของ เทคโนโลยีทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม ด้านความบันเทิง ด้านธุรกิจ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเทคโนโลยีทางด้านกราฟิกและมัลติมีเดียได้มีการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาเนื่องจากความสามารถในการประมวลผลภาพด้วยคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพสูงมากขึ้น จึงถูกนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ได้หลากหลาย เช่น สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการอนุรักษ์ศิลปหัตถกรรม สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว สื่อโฆษณาบนแผ่นพับ เป็นต้น (ปิยะมาศ แก้วเจริญ และวริศรา อธิธัญญ์, 2559; รุ่งรัตน์ สุขแสง และคณะ, 2557) เทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง (Augmented Reality Technology) หรือเรียกอีกอย่างว่า AR ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ผสมผสานโลกความเป็นจริงและโลกเสริมเสมือนจริงเข้าด้วยกันผ่านซอฟต์แวร์ หรือแอปพลิเคชันโดยรับข้อมูลผ่านเว็บแคม กล้องมือถือ คอมพิวเตอร์ รวมถึงอุปกรณ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง แสดงผลผ่านหน้าจอภาพเสริมเสมือนจริงที่เกิดขึ้นจะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานได้ทันทีทั้งในลักษณะภาพ 3 มิติ ภาพเคลื่อนไหว และเสียงประกอบ กระบวนการของเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงทำให้ภาพถ่ายธรรมดากลายเป็นภาพที่น่าสนใจและยังนำมาช่วยในงานด้านต่าง ๆ ให้มีความโดดเด่นน่าสนใจมากยิ่งขึ้นอีกด้วย (ปรีพัฒน์ พิศุทธิ์พงศ์ และมนัสวี แก่นอาพรพันธ์, 2555; พนิดา ตันศิริ, 2554)

กลุ่มศิลปหัตถกรรมเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ บ้านโนนมะเขือ หมู่ที่ 5 ตำบลกาบิน อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี จัดตั้งกลุ่มครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ. 2557 โดยได้รับเงินทุนสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อส่งเสริมและสืบทอดภูมิปัญญา อันมีค่าของบรรพบุรุษให้คงอยู่ในชุมชนอย่างยั่งยืน เริ่มแรกมีสมาชิกทั้งหมด 25 คน แต่ในปัจจุบันกลุ่มศิลปหัตถกรรมเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ บ้านโนนมะเขือ มีเพียงผู้สูงอายุ 6-7 คน ที่ยังรวมกลุ่มกันทำเนื่องจากสมาชิกที่เคยทำก่อนหน้านี้ได้ย้ายไปทำงานต่างถิ่นกันหมด ทำให้งานหัตถกรรมเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ มีโอกาสที่จะสูญหายไปพร้อมกับกาลเวลาและอายุขัยของคนรุ่นก่อนมากขึ้น จึงนับเป็นเรื่องที่น่าเสียดายอย่างยิ่งที่ภูมิปัญญาชาวบ้านเหล่านี้จะถูกกลืนและสูญหายไปกับกาลเวลาและอายุขัยของคนรุ่นก่อนมากขึ้น

ดังนั้น คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญของปัญหาข้างต้น ว่าควรอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นงานหัตถกรรมเครื่องจักสานจากไม้ไผ่เหล่านี้เอาไว้ จึงได้พัฒนาสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง เพื่ออนุรักษ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจากไม้ไผ่ บ้านโนนมะเขือ ตำบลกาบิน อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งสามารถนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่ออนุรักษ์ และรักษามรดกทางภูมิปัญญาของ บรรพบุรุษให้ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงเพื่ออนุรักษ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจากไม้ไผ่ บ้านโนนมะเขือ ตำบลกาบิน อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงเพื่ออนุรักษ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจากไม้ไผ่ บ้านโนนมะเขือ ตำบลกาบิน อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี



วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เป็นผู้ที่สนใจเครื่องจักรสานจากไม้ไผ่ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ส้อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง และแบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพของส้อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง โดยได้ทำการหาประสิทธิภาพโดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยแบบสอบถามแต่ละข้อมีค่า 0.5 ขึ้นไป

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ประเมินความเหมาะสมของส้อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงจากแบบสอบถามประเมินประสิทธิภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์ระดับความเหมาะสมโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 30 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert) เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ย มีดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	4.50 - 5.00	หมายความว่า	ระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	3.50 - 4.49	หมายความว่า	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	2.50 - 3.49	หมายความว่า	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.50 - 2.49	หมายความว่า	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ	1.00 - 1.49	หมายความว่า	ระดับน้อยที่สุด

4. เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา

เครื่องมือหลักที่ใช้ในการพัฒนาส้อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง ได้แก่ โปรแกรม Adobe Photoshop โปรแกรม BlippAR โปรแกรม Adobe Flash และโปรแกรม Sony Vegas

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. เก็บรวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานจากไม้ไผ่ ณ บ้านโนนมะเขือ ตำบลกบิน อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี

2. เข้าใจปัญหา เนื่องจากในปัจจุบันงานศิลปหัตถกรรมเครื่องจักรสานจากไม้ไผ่ไม่เป็นที่สนใจ ของคนรุ่นใหม่ จึงทำให้งานหัตถกรรมเครื่องจักรสานจากไม้ไผ่มีโอกาสที่จะสูญหายไปพร้อมกับกาลเวลาและอายุขัยของคนรุ่นก่อนมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้มีแนวคิดในการพัฒนาส้อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงเป็นการอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานจากไม้ไผ่ เพื่อให้งานศิลปหัตถกรรมเครื่องจักรสานจากไม้ไผ่ได้คงอยู่ต่อไป

3. ศึกษาความเป็นไปได้ เนื่องจากการใช้สื่อการพัฒนาส้อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง นี้จะช่วยให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงข้อมูล และศึกษาวิธีการทำเครื่องจักรสานจากไม้ไผ่ได้ง่ายขึ้น

4. วิเคราะห์ระบบงาน โดยได้รวบรวมข้อมูลวิดีโอและข้อมูลความเป็นมาของเครื่องจักรสานเพื่อเตรียมข้อมูลในการนำไปออกแบบส้อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง

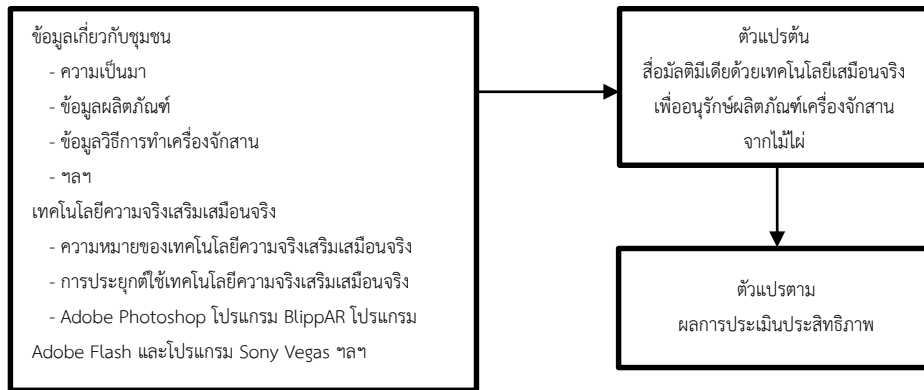
5. ออกแบบระบบงาน หลังจากที่ได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลของเครื่องจักรสานจากไม้ไผ่ จากกลุ่มศิลปหัตถกรรมเครื่องจักรสานจากไม้ไผ่บ้านโนนมะเขือแล้ว จะนำข้อมูลที่ได้อบรมมา จัดทำสตอรี่บอร์ดโดยสร้างภาพให้เห็นเป็นลำดับขั้นตอนตามเนื้อเรื่องที่ต้องการ และออกแบบส้อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง โดยใช้แอปพลิเคชัน BlippAR ในการดึงข้อมูลและแสดงข้อมูลผ่านทางสมาร์ตโฟน

6. การพัฒนาและสร้างสื่อเสริมเสมือนจริง จะใช้โปรแกรมต่าง ๆ อาทิ Adobe Flash, Adobe Photoshop, Adobe Audition, Sony Vegas ในการสร้างสื่อเสริมเสมือนจริง โดยลักษณะของสื่อจะมีการนำเสนอผ่านทางโบรชัวร์ และสามารถนำสมาร์ตโฟนสแกนรูปภาพผ่านแอปพลิเคชัน BlippAR ซึ่งภายในโบรชัวร์นั้นประกอบไปด้วยข้อมูลรูปภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานจากไม้ไผ่ เมื่อใช้สมาร์ตโฟนสแกนไปที่รูปภาพนั้นจะปรากฏวิดีโอแสดงความเป็นมา และวิธีการทำผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน เช่น กระติบข้าว กระตัง หวด คุ้ไม้ไผ่ ตะกร้าไม้ไผ่ พวงกุญแจกระตัง พวงกุญแจช่อง พวงกุญแจไซ กระปุกไม้ไผ่ และชะลอม

7. ทดสอบและปรับปรุง ก่อนที่จะนำสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาแล้วไปใช้จริงนั้นจะต้องมีการทดสอบความถูกต้องของว่ามีเนื้อหา และการทำงานของสื่อมัลติมีเดีย เช่น การสแกนนั้นสามารถเชื่อมโยงกันได้หรือไม่ ถ้าเกิดมีข้อผิดพลาดหรือไม่สมบูรณ์ก็จะนำไปแก้ไข ปรับปรุงให้เกิดความถูกต้องสมบูรณ์ ก่อนที่จะนำไปใช้งานจริง

กรอบแนวคิด

การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ข้อมูลเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ วิธีการทำเครื่องจักสาน ความเป็นมาของชุมชน เทคโนโลยีความจริงเสริม ตลอดจนเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา โดยมีกรอบ แนวคิดงานวิจัยดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีดังต่อไปนี้

เครื่องจักสาน

เครื่องจักสาน คือ เครื่องใช้ที่ทำด้วยไม้ไผ่หรือหวาย จากฝีมือความคิด ภูมิปัญญาของชาวบ้านมีลักษณะรูปร่างแตกต่างกันไปตามแต่ละท้องถิ่นทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิประเทศ วัสดุอุปกรณ์ดินนิยม และอาชีพของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ คำว่า “จักสาน” คำว่า จัก คือ การทำให้เป็นแฉก เป็นหยักๆ ด้วยฟันเลื่อย หรืออีกวิธีการหนึ่ง การที่ชาวบ้านใช้คมมีดผ่าไม้ไผ่แล้วทำให้เป็นเส้นบาง ๆ วิธีการอย่างนี้ก็เรียกว่า จัก เช่นกัน ส่วนไม้ไผ่ หรือ หวาย ที่จักออกมาเป็นเส้นบาง ๆ นั้นเรียกว่า ดอก ถึงตอนนี้การที่ชาวบ้านนำดอกมาขัดกันจนเกิด ลวดลายที่ต้องการ เรียกว่า สาน ต่อจากนั้นแล้วก็จะเป็นการสร้างสรรค์ให้เกิดรูปร่างต่าง ๆ จนท้ายที่สุดเป็นภาชนะสามารถนำไปใช้ สอยได้ตามต้องการ

เทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง

เทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง (Augmented Reality: AR) เป็นรูปแบบของสภาพแวดล้อมเสมือน (Virtual environments: VE) หรือความจริงเสมือน (Virtual Reality: VR) โดยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงจะช่วยให้ผู้ใช้เห็นโลกแห่งความจริงกับวัตถุเสมือนซ้อนทับอยู่บนหรือผสมกับโลกแห่งความจริง (Azuma R., 1997) ซึ่งผู้ใช้สามารถมองเห็นโลกแห่งความจริงโดยเติมด้วยวัตถุเสมือนจริง โดยการ ออกแบบระบบเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงจะต้องคำนึงคุณสมบัติ 3 อย่าง ได้แก่ 1) การรวมกันระหว่างโลกความจริงและโลกเสมือน 2) การติดต่อสื่อสารในช่วงเวลาจริง และ 3) รองรับการใช้งานรูปแบบสามมิติ

ประเภทของเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงสามารถแบ่งประเภทตามส่วนวิเคราะห์ภาพ ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (Silva R. et al., 2003; พนิดา ตันศิริ, 2554)

1. การวิเคราะห์ภาพโดยอาศัย Marker (Marker based AR)

2. การวิเคราะห์ภาพใช้ลักษณะต่างๆ ที่อยู่ในภาพมาวิเคราะห์ (Marker-less based AR) องค์ประกอบหลักของเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง ประกอบด้วย

2.1 ภาพมาร์กเกอร์ (Marker)

2.2 กล้องวิดีโอ กล้องเว็บแคม กล้องโทรศัพท์สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรืออุปกรณ์ตรวจจับ (Sensor) อื่น ๆ

2.3 ส่วนแสดงผล อาจเป็นจอคอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต หรือจอภาพอื่นๆ

2.4 ซอฟต์แวร์หรือส่วนประมวลผลเพื่อสร้างภาพหรือวัตถุแบบสามมิติ

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสมือน

ปัจจุบันมีการการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสมือนในงานด้านต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ยกตัวอย่างเช่น (อนุชา พวงผกา และสุวิทย์ วงษ์บุญมาก, 2560)

1. การประยุกต์ใช้ในทางอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมผลิตรถยนต์โดยบริษัท BMW ได้ใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงมาช่วยในการผลิต โดยให้ผู้ใช้ได้เรียนรู้การทำงานด้วยการใส่แว่นตาที่จะมีคำแนะนำและจำลองการทำงาน
2. การประยุกต์ใช้ในการแพทย์ เพื่อการศึกษาเรียนรู้กายวิภาคเสมือนจริง การสำรวจโครงสร้างทั้งหมดในร่างกายมนุษย์
3. การประยุกต์ใช้ในการโฆษณาและการค้า อาทิ โฆษณาที่ปรากฏอยู่รอบสนามฟุตบอลในการแข่งขัน ภาพแสดงสัญลักษณ์สโมสรบนพื้นสนามขนาดใหญ่ แสดงตัวอย่างการออกแบบจัดวางสินค้าเฟอร์นิเจอร์ การโฆษณาขายนาฬิกา
4. การประยุกต์ใช้ในด้านทหารในการจำลองสถานการณ์การรบภาคสนาม หรือตัวอาคารต่าง ๆ

ผลการวิจัย

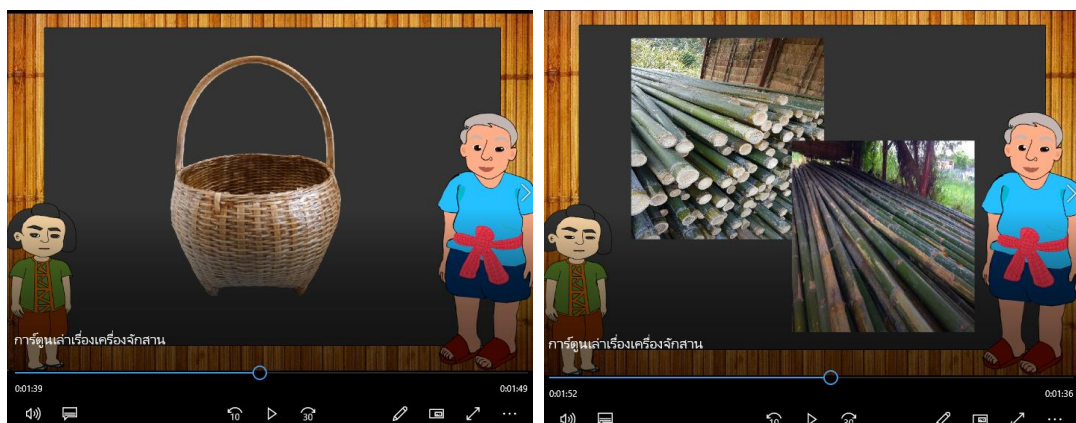
หลังจากคณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องจักสานจากไม้ไผ่แล้ว ได้ทำการออกแบบและพัฒนาสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริงแล้ว ผลมีดังต่อไปนี้

ผลการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง

สื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริงที่ทำการพัฒนาประกอบไปด้วยข้อมูลผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจากไม้ไผ่ 2 หมวด ได้แก่

1. หมวดสิ่งของเครื่องใช้ครัวเรือน 5 ชนิด
2. หมวดของชำร่วย 5 ชนิด

ขั้นตอนการทำงานของสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริง เริ่มจากนำโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟนมาสแกนที่ภาพทริกเกอร์ (Trigger) จากนั้นโปรแกรม HP Reveal จะทำการประมวลผลภาพมาร์กเกอร์ (Marker) แล้วแสดงผลออกมาในรูปแบบของวิดีโอ ซึ่งผู้ที่สนใจสามารถศึกษาและเรียนรู้ขั้นตอนการทำเครื่องจักสานผ่านทางโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟนได้ ทำให้วิธีการทำเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ยังคงมีให้เห็นอยู่ในโลกออนไลน์ ทำให้ผู้ที่สนใจสามารถศึกษา ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการทำเครื่องจักสานจากไม้ไผ่จากสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสมือนจริงที่พัฒนาในรูปแบบการแสดงผลที่เหมือนจริงมากขึ้น และน่าสนใจมากขึ้น

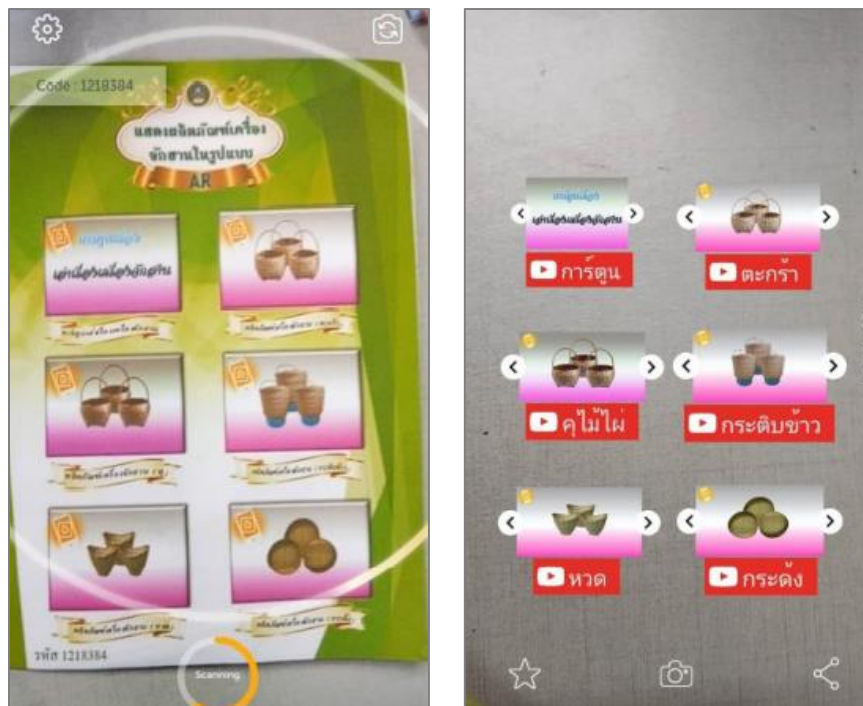


ภาพที่ 2 ภาพการดูเล่าเรื่องเครื่องจักสาน



ภาพที่ 3 ภาพโบรชัวร์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจากไม้ไผ่

ภาพที่ 3 แสดงตัวอย่างโบรชัวร์ ซึ่งประกอบไปด้วยรูปภาพและชื่อของผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน หากต้องการดูรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบวิดีโอ ให้ใช้โทรศัพท์มือถือส่องหน้าจอภาพที่เป็นจุดมาร์กเกอร์ วิดีโอจะแสดงขึ้นมาบนหน้าจอ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 หน้าจอตัวอย่างการแสดงผลเครื่องจักสาน



ผลประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง

ผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง กลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้ที่สนใจเครื่องจักรสานจากไม้ไผ่ เครื่องมือทางการวิจัยคือแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด โดยเลือกใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เป็นการสุ่มที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจผู้วิจัยว่าต้องการสุ่มใครบ้างแล้วกำหนดลงไป การสุ่มแบบเจาะจงผู้วิจัยมีความสนใจที่ต้องการเก็บข้อมูลจากคนกลุ่มนี้เท่านั้น (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) ผลการประเมินประสิทธิภาพการทำงานของสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการทำงานได้ตรงตามความต้องการ (Function Requirement Test)

2. ด้านการทำงานของสื่อ (Function Test)

ผลการประเมิน มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	17	57
หญิง	23	77
รวม	30	100

ตารางที่ 2 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ 15 - 25 ปี	0	0
อายุ 26 - 35 ปี	5	17
อายุ 36 - 45 ปี	5	17
อายุ 46 - 55 ปี	10	33
มากกว่า 56 ปี	10	33
รวม	30	100

ตารางที่ 3 ด้านการทำงานได้ตรงตามความต้องการ (Function Requirement Test)

รายการประเมิน	($\bar{X}$)	(S.D.)	ระดับ
1. ข้อมูลที่นำเสนอผลงาน	4.11	0.64	มาก
2. ข้อมูลที่นำเสนอการสานเครื่องจักรสาน	4.20	0.63	มาก
3. ข้อมูลการนำเสนอด้านเสียง	4.15	0.67	มาก
4. ความสามารถของงานการนำเสนอผลลัพธ์ของข้อมูลที่ต้องการ	4.13	0.71	มาก
5. ภาพรวมของงาน	4.19	0.68	มาก
รวม	4.15	0.66	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ประสิทธิภาพด้านการทำงานได้ตรงตามความต้องการ (Function Requirement Test) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$)



เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ข้อมูลที่นำเสนอผลงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ($\bar{X}$ = 4.20) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความสามารถของระบบในการนำเสนอผลลัพธ์ของข้อมูลที่ต้องการ ($\bar{X}$ = 4.19) อยู่ในระดับมาก ข้อมูลการนำเสนอวิดีโอ ($\bar{X}$ = 4.15) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ด้านการทำงานของชิ้นงาน (Function Test)

รายการประเมิน	($\bar{X}$)	(S.D.)	แปลผล
1. ความถูกต้องในการแสดงผล	4.31	0.63	มาก
2. ความสวยงามเหมาะสมของผลงาน	4.25	0.65	มาก
3. ความเหมาะสมการแสดงตัวอักษรของงาน	4.22	0.66	มาก
4. ความรวดเร็วในการแสดงผลข้อมูล	4.18	0.68	มาก
5. ความถูกต้องของงานในภาพรวม	4.23	0.72	มาก
รวม	4.24	0.67	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ประสิทธิภาพด้านการทำงานของระบบ (Function Test) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.24)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ความถูกต้องในการแสดงผล ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.31) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความสวยงามเหมาะสมของผลงาน ($\bar{X}$ = 4.25) อยู่ในระดับมาก และความถูกต้องในการทำงานของระบบในภาพรวม ($\bar{X}$ = 4.23) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

จากผลการประเมินประสิทธิภาพ จะเห็นว่า ประสิทธิภาพด้านการทำงานได้ตรงตามความต้องการ (Function Requirement Test) ประสิทธิภาพด้านการทำงานของระบบ (Function Test) มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ ($\bar{X}$ = 4.20, S.D. = 0.68) อยู่ในระดับมาก

สรุปและอภิปรายผล

สรุป

การพัฒนาสื่อการเรียนรู้มัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงเพื่ออนุรักษ์เครื่องจักสานจากไม้ไผ่ บ้านโนนมะเขือ ผ่านเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คือ ได้สื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงที่เก็บรวบรวมงานศิลปหัตถกรรมเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ อาทิ ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ วิธีการทำเครื่องจักสาน ความเป็นมาของชุมชน ซึ่งมีการนำเสนอผ่านเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงที่ประกอบด้วยวิดีโอการดูเล่นเรื่องราวต่าง ๆ และผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง อยู่ในระดับมาก สามารถนำไปใช้งานจริงได้ และยังเป็นการอนุรักษ์เครื่องจักสาน รวมถึงเป็นแหล่งเรียนรู้ให้บุคคลทั่วไปได้ศึกษาถึงขั้นตอนการทำเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ของชุมชนอีกด้วย

อภิปรายผล

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ และได้จัดทำการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง เพื่ออนุรักษ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจากไม้ไผ่บ้านโนนมะเขือ และได้จัดทำ วิดีโอการดูเล่นเรื่องเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ ทำคลิปวิดีโอขั้นตอนการทำเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ 10 ชนิด โดยแบ่งออกเป็น 2 หมวด 1) หมวดสิ่งของเครื่องใช้ครัวเรือน 5 ชนิด 2) หมวดของชำร่วย 5 ชนิด และมีข้อความบรรยายประกอบในวิดีโอแสดงขั้นตอนการทำเครื่องจักสาน ทำให้ผู้ใช้งานเข้าใจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากรูปแบบสื่อที่ทำการพัฒนาเป็นเล่าเรื่องแบบใช้การดูเล่นจึงทำให้น่าสนใจและน่าติดตามมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ปัญจรัตน์ ทับเปีย, 2555) ที่ได้ทำการพัฒนาชุดสื่อผสมแบบโลกเสมือนผสมผสานโลกจริง งานวิจัยเรื่องบทเรียน Augmented Reality Code เรื่องคำศัพท์ภาษาจีนพื้นฐาน (พรทิพย์ ปรีวาฑิต, 2557) และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อผลิตสื่อการเรียนรู้ความปลอดภัยของระบบสารสนเทศ (ศุภเทพ สติมัน และคณะ, 2562) นอกจากนี้สื่อที่ทำการพัฒนามีการใช้งานโดยสแกนผ่านโทรศัพท์ที่สามารถนำไปใช้ที่ไหนก็ได้ ส่งผลให้ง่ายและสะดวกเมื่อนำไปใช้งาน หรือใช้ในการประชาสัมพันธ์เช่นเดียวกับงานวิจัยของปิยะมาศ แก้วเจริญ และวริศรา ธีรธัญปิยสุกร (2559) และวงเดือน พลอยงาม และศุภพัชร์ จารุเศรษฐ์ (2561) ที่ได้ทำวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริงในรูปแบบสื่อแผ่นพับ



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรมีการแนะนำวิธีการใช้งานให้กับผู้ที่สนใจก่อนเนื่องจากบางคนอาจยังไม่มี ความเชี่ยวชาญในการใช้เทคโนโลยี
2. สามารถการนำไปใช้งานสามารถนำเอาโบรชัวร์ไปจัดวางยังสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ได้อีกทางหนึ่ง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. พัฒนาการทุนจาก 2 มิติ เป็น 3 มิติ ทำให้ตัวละครมีการเคลื่อนไหวที่เป็นธรรมชาติและน่าสนใจมากขึ้น
2. สามารถนำไปพัฒนาต่อได้กับสินค้า หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทำให้ไม่ต้องสแกนในโบรชัวร์แต่สามารถสแกนที่ผลิตภัณฑ์แทน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณชุมชนกลุ่มศิลปหัตถกรรมเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ บ้านโนนมะเขือ ตำบลกาบิน อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี ที่ให้ข้อมูลสำหรับการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียด้วยเทคโนโลยีเสริมเสมือนจริง

เอกสารอ้างอิง

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ทีปัญจรัตน์

บุญชม ศรีสะอาด. (2556). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ปวิวัฒน์ พิธิษฐพงศ์ และมนัสวี แก่นอาพรพันธ์. (2555). โปรแกรมเสริมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานเทคโนโลยีเสริม

เสมือนจริง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ปิยะมาศ แก้วเจริญ และวริศรา ธีรธัญปิยสุภ. (2559). รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาเทคโนโลยีเสมือนจริงในสื่อแผนพับเรื่อง

เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.

ปัญจรัตน์ หับเปีย. (2555). การพัฒนาชุดสื่อผสมแบบโลกเสมือนผลงานโลกจริง เรื่องโครงสร้างและการทำงานของหัวใจสำหรับ

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์ศึกษา. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัย

นเรศวร.

พนิดา ดันศิริ. (2554). โลกเสมือนผลงานโลกจริง Augmented Reality. *Executive Journal*, 28(2), 169-175.

พรทิพย์ ปรีวาฑิต. (2557). ผลการใช้บทเรียน Augmented Reality Code เรื่องคำศัพท์ภาษาจีนพื้นฐานสำหรับนักเรียน

ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนเทศบาล 2 วัดตานีนรสโมสร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์;

รุ่งรัตน์ สุขแสง ปยะธิดา ภัญญา และประสพสุข ฤทธิเดช. (2557). รายงานการวิจัยเรื่อง การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นงาน

หัตถกรรมพื้นบ้าน กรณีเครื่องจักสานจากไม้ไผ่ลายขีด บ้านหนองห้าง ตำบลหนองหวาง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัด

กาฬสินธุ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

วงเดือน พลอยงาม และศุภพัชร์ จารุเศรษฐ. (2561). สื่อโฆษณาบนแผนพับเสมือน 3 มิติ ผ่านทางสมาร์ตโฟนสำหรับจัดแสดงใน

นิทรรศการ

ท่องเที่ยว. *Journal of Information Science and Technology*, 8(2), 37-45.

ศุภเทพ สติมัน ปิยนุช วรรณกร ภาณุพงศ์ บุญรัมย์ กษมา ดอกดวง และชานนท์ จังกาจิตต์. (2562). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริง

เสริมเพื่อผลิตสื่อการเรียนรู้ ความปลอดภัยของระบบสารสนเทศ. *วารสารเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัย*

ราชภัฏอุบลราชธานี, 9(1), 121-132.

อนุชา พวงผกา และสุวิทย์ วงษ์บุญมาก. (2560) เทคโนโลยีเสมือนจริงในงานห้องสมุด. วารสารพิทกุล คณะมนุษยศาสตร์และ

สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, 5(1), 1-18.

Azuma, R. T. (1997). A survey of augmented reality. *Presence: Teleoperators & Virtual Environments*, 6(4), 355-385.

Silva, R., Oliveira, J. C., & Giraldi, G. A. (2003). Introduction to augmented reality. *National laboratory for scientific computation*, 1-11.



ศึกษาแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพมัคคุเทศก์

To Study of the Ways to Create Value Added in the Occupation of Tour Guides.

ฉันทัช วรรณถนอม, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา¹

พูนทรัพย์ เศษศรี, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา²

นพรัตน์ กาวิโล, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา³

Email: chantouch.wa@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพมัคคุเทศก์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะของการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพมัคคุเทศก์ และเพื่อศึกษาวิธีการในการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพมัคคุเทศก์ในแต่ละลักษณะ เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้แบบสัมภาษณ์จากมัคคุเทศก์อาวุโสที่เคยดำรงตำแหน่ง หรือกำลังดำรงตำแหน่งในสมาคม มัคคุเทศก์เคยได้รับรางวัล และมัคคุเทศก์ที่เป็นนักวิชาการที่เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 30 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้วิธีการเลือกแบบมีจุดมุ่งหมาย หรือการเลือกแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) อภิปรายผลและนำเสนอโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50 เป็นเพศชาย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 51-60 ปี และ 41-50 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30 เท่ากัน มีสถานภาพโสด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ทางด้านประสบการณ์ในการนำเที่ยวส่วนใหญ่จะมีประสบการณ์การนำเที่ยวตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 ด้านลักษณะการประกอบอาชีพมัคคุเทศก์พบว่า ส่วนใหญ่ทำเป็นอาชีพหลัก จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7

การศึกษาแนวทางวิธีในการสร้างมูลค่าเพิ่มพบว่า การดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด การใส่ใจรายละเอียด ตามความต้องการของลูกค้าและบริการดูแลให้มากกว่าที่ลูกค้าต้องการ เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญและเป็นการสร้างมูลค่าในวิชาชีพมัคคุเทศก์มากที่สุด จำนวน 16 ความคิดเห็น คิดเป็นร้อยละ 40

นอกจากนี้ในช่วงว่างเว้นจากงานนำเที่ยว มัคคุเทศก์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าควรมีการพัฒนาตนเองให้พร้อมสำหรับงานนำเที่ยวอยู่เสมอด้วยการศึกษาเรียนรู้จากผู้มีความรู้ประสบการณ์ การเรียนรู้จากโลกออนไลน์และฝึกใช้เทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์ต่ออาชีพมัคคุเทศก์ โดยวิธีที่จะทำให้บริษัทนำเที่ยวว่าจ้างมัคคุเทศก์หรือทำให้นักท่องเที่ยวจดจำ ถือเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่วิชาชีพมัคคุเทศก์นั้น ส่วนใหญ่เห็นว่าควรทำงานให้มีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ไม่ว่าจะเป็นบุคลิกภาพ ทักษะลีลาในการพากย์ทัวร์ ความรับผิดชอบ สามารถสร้างรอยยิ้มความสนุกสนานควบคู่กับการได้อรรถาธิบายความรู้ระหว่างการเดินทาง และหรือมีการบริการที่เป็นเลิศ จำนวน 18 ความคิดเห็น คิดเป็นร้อยละ 45

คำสำคัญ: แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่ม, วิชาชีพมัคคุเทศก์

¹ อาจารย์หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² อาจารย์หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

³ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ABSTRACT

To study of the ways to create value added in the occupation of tour guide. The objective of the research is to study the characteristics of value added in tour guide and the method of value added in each type of the tour guide. This research is a qualitative data. The data is kept from sample groups by interviewing senior guides who used to hold a position in this association or a person who is working there, the Tour guide who received award and recognized as an academic guide in the Tourism Industry for 30 people. All the information received from the in-depth interview by choosing the purpose or a purposive sampling. The result is presented by using descriptive statistics.

The result of this study found that the sample groups are female for 15 people representing 50% and 15 male representing 50%. Mostly in age between 51-60 years old and 41-50 years old for 9 people representing 30% equally and they are single. The amount of 18 people representing 60% and they are mostly professional experience in the tour guide over 20 years. The amount of 7 people representing 56.6%. Mainly work as Guides for 11 people representing 36.7%.

It can be stated that the ways to create value added of tour guide by taking a very good care, advice closely, pay attention to details, exceed customer expectation and improve customer service are very important and these performance create value added in tour guide from 16 people representing 40%.

During the free time of conducting tours, most of the guides have the opinions of self-improvement which should be promptly for conducting tours by learning from persons who have toured experience, online studying and practicing by using the technology wisely. All of these methods assist guides being hired by the agencies or being memorized by Tourists that is consequently considered to be value added in Tour Guide. Most of the people see that the performance should have a unique in whatever personality, skills of tour conducting, responsibility, sense of humor, creating smile, entertaining together with gaining knowledge while traveling and excellent service for 18 people representing 45%.

Keywords: To study of the ways to create value added, tour guide.

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมหลักที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตเศรษฐกิจของประเทศ จะเห็นได้ว่าในหลายครั้งที่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยมีปัญหา เกิดการชะงักงันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมักจะเข้ามามีส่วนช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวและกลับมาสร้างความเติบโตและสร้างรายได้เข้าประเทศอย่างมากเสมอมา สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวไทย ปี 2561 จากข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (12 มีนาคม 2562) พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในไทย จำนวน 38.277 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 7.54 โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากชาวจีน จำนวน 10.54 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 3.86 มีรายได้รวมทั้งสิ้น มูลค่า 2.00 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 9.43 มีสัดส่วนต่อ GDP ของประเทศ ร้อยละ 18.8

ในเดือนมกราคม 2562 การท่องเที่ยวของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ได้รายงานภาวะเศรษฐกิจการคลังประจำเดือนมกราคม 2562 และเปิดเผยตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงเดือนมกราคม 2562 พบว่ามีจำนวน 3.72 ล้านคน เติบโตร้อยละ 4.9 จากการขยายตัวต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นสำคัญ ที่ขยายตัวสูงร้อยละ 10.3 ซึ่งนับเป็น การขยายตัวสูงสุดในรอบ 7 เดือน ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจากประเทศอื่นๆ ก็ยังคงขยายตัวได้เป็นอย่างดีเช่นเดียวกัน อาทิ นักท่องเที่ยวจากอินเดียขยายตัวร้อยละ 24.9 และนักท่องเที่ยวจากไต้หวันขยายตัวร้อยละ 31.0 ต่อปี ส่งผลให้ในเดือนมกราคม 2562 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อยู่ที่ 1.95 แสนล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 2.4 จากการขยายตัวได้ดีของรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นสำคัญ

จากการขยายตัวต่างๆ ดังกล่าว เป็นสิ่งที่ภาคธุรกิจควรถือโอกาสคิดหาวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่วิชาชีพของตน ทั้งนี้ นอกเหนือจากการพาแขกเข้าร้านเพื่อหวังค่านายหน้าและขาย Option Tour ต่าง ๆ ที่มีคู่แข่งทั่วปักษ์แล้ว ภาคธุรกิจควรหาวิธีเพิ่มมูลค่าในตัวเองด้วยวิธีการอื่น ๆ ด้วย เช่น การแต่งกายด้วยชุดประจำชาติไทย โดยใช้ผ้าพื้นผิวนำเที่ยวเมืองเอกเช่นเดียวกับภาคธุรกิจในประเทศแถบอาเซียนในหลายประเทศ ซึ่งอาจทำให้เป็นที่สนใจของลูกค้าและต่อยอดไปถึงเรื่องอื่นๆ ได้อีกมาก หรือการปรับตัวเป็นนักขายสินค้าต่างๆ ตามความถนัด นำเสนอขายสินค้าของฝากแก่นักท่องเที่ยว การรับทำหน้าที่เป็นนักกิจกรรม พิธีกร อาจารย์พิเศษ นักประชาสัมพันธ์ แสดงความสามารถส่วนตัวที่ตนถนัด เช่น ร้องเพลง เล่นเกมส์ มายากล หัดเล่าเรื่องอิงมุขตลกขบขัน ระหว่างการพูดคุย รวมถึงการรับซื้อสินค้าจากต่างประเทศที่เป็นที่นิยมมาขายต่อ การฝึกอื่นเป็นความรู้เพิ่มเติมไม่ว่าจะเป็นวิชานวด



หัตถ์ดูลายมือโหวงแอ้งไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว หากมีคฤหัสถ์รู้จักสร้างและเพิ่มศักยภาพของตนให้ได้หลายหลาก ก็จะเป็นผลดีต่อวิชาชีพของตน และจะส่งผลต่อความประทับใจของนักท่องเที่ยวตามมา

ทั้งนี้มคฺเทศก์ที่มีวิชาวรอบตัว มีความสามารถรอบด้าน ทำงานเข้ากับนักท่องเที่ยวได้อย่างราบรื่นไม่มีอุปสรรคก็มักจะมียานต่อเนื่องไม่ขาดสาย เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวอาจบอกต่อปากต่อปาก และแสดงความประสงค์ขอให้มคฺเทศก์ที่เคยไปเที่ยวด้วยแล้วมีความประทับใจใจให้ไปเป็นมคฺเทศก์อีกเมื่อมีโอกาส สิ่งเสนอแนะทั้งหมดเป็นเพียงข้อแนะนำที่เหล่ามคฺเทศก์ควรช่วยกันนำไปคิดพัฒนาต่อยอดวิชาชีพของตน และควรมองไปข้างหน้า เพราะโลกใบนี้หมุนเวียนไปไม่หยุดนิ่ง ยุค 4.0 นี้กำลังจะก้าวผ่านแทนที่ด้วยยุค 5.0 นอกจากภาษา ศิลการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ที่มีคฤหัสถ์ปฏิบัติกันเป็นกิจวัตรแล้ว การนำเอานวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อให้บริการวิชาชีพมคฺเทศก์ และสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับงานมคฺเทศก์มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นจึงเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะทำให้วิชาชีพนี้เกิดการพัฒนา เติบโตก้าวหน้า พร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงเพื่อความได้เปรียบอยู่เสมอ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะของการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพมคฺเทศก์
2. เพื่อศึกษาวิธีการในการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพมคฺเทศก์ในแต่ละลักษณะ

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับมูลค่าเพิ่ม (Value Added)

การสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ. (2564). (สืบค้นจาก http://joinandcoins.blogspot.com/2011/09/blog-post_7561.html)

อาจแบ่งออกได้หลักๆ 5 ด้านคือ

1) สร้างที่ตัวสินค้า คำว่าถูกกว่า คงจะเข้าใจได้ 100 % สำหรับกิจการในยุคใหม่ ยกเว้นสินค้าที่อาศัยปริมาณการขายจำนวนมาก และไม่ต้องอาศัยแรงผลักดันในการขายมากนัก แต่การเพิ่มมูลค่าที่ตัวสินค้า ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าคุณค่าทั้งประโยชน์ทางการใช้สอย และประโยชน์ทางอารมณ์ หรืออื่นใด ย่อมทำให้ผลกำไรของธุรกิจเพิ่มขึ้นมากกว่าการแข่งขันกันทางด้านราคาอย่างเอาเป็นเอาตายในยุคปัจจุบัน

2) สร้างที่ระบบการตลาด เพราะระบบการตลาดที่ทันสมัย โดนใจคนรุ่นใหม่ การทำให้พวกเขาได้รู้ข้อมูล เข้าถึงสินค้าหรือบริการได้สะดวก รวดเร็ว รวมถึงการสร้างกระแสของค่านิยมที่รุนแรงย่อมสร้างขีดการเจริญเติบโตของธุรกิจได้สูงสุด

3) การสร้างที่ระบบสนับสนุน การให้บริการที่ดีเยี่ยม การทำให้ลูกค้ามีความรู้สึก หรือมีความเชื่อว่า เขาจะไม่ต้องเผชิญกับปัญหาของการใช้สินค้า หรือบริการที่จะติดตามมาในภายหลัง หรือถ้าเจอก็จะมีคำตอบ และบริการที่ดี

4) การสร้างที่ภาพลักษณ์ หรือการช่วยเหลือสังคม ตรงนี้เป็นกระแสของโลก ที่มองว่าผู้ประกอบการย่อมมีผลกำไรสูงสุดอยู่แล้ว การที่ผู้ประกอบการรายใดยอมคืนกำไรบางส่วนมาเพื่อช่วยเหลือกับสังคม ก็น่าจะได้รับการยกย่องสรรเสริญ น่าจะให้การสนับสนุนต่อไป

5) การสร้างที่ตัวพนักงาน การพัฒนาบุคลากร การเอาใจใส่ในความเป็นอยู่ของพนักงาน การให้ผลตอบแทนหรือสวัสดิการที่ดีแน่นอน ตัวแทนของบริษัท ตัวแทนของธุรกิจ ที่คนภายนอกมองเห็นคือพนักงาน การที่ธุรกิจใดหันมาเอาใจใส่กับพนักงานของตัวเอง ย่อมทำให้บุคคลภายนอกประเมินต่อได้ว่า ขนาดคนของเขา ๆ ยังดูแลได้ดีขนาดนี้ แสดงว่า สินค้าหรือบริการที่เขาทำออกมาขายให้กับเราก็น่าจะได้รับการดูแลอย่างดีไม่แพ้กัน

พลชัย เพชรพลอด. (2561). ได้ กล่าวถึง 5 วิธีเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยเรื่องเล่า ช่วยกระตุ้นต่อมอยากซื้อของลูกค้าไว้ว่า บางครั้งของที่ดูธรรมดา กลับมีคุณค่า เมื่อมีการเล่าเรื่องเบื้องหลัง การขายของจึงควรต้องมีเรื่องเล่า (Storytelling) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า หรือบริการแต่เรื่องเล่านั้นต้องไม่ “โกหก” ปกติของการขายสินค้า หรือบริการ ราคาของสินค้าหรือบริการของเรามากยิ่งกว่าความเป็นจริง ซึ่งได้มาจาก ต้นทุนวัตถุดิบ + ค่าแรง + ค่าใช้ที่ต่อการผลิต ผลลัพธ์ที่ได้ = ราคาขาย นี่คือนสูตรปกติของการตั้งราคา แต่มีราคาอีกประเภทหนึ่ง ตั้งมาจาก “มูลค่าเพิ่ม” มูลค่าเพิ่ม คือ การทำให้ราคาถูกเพิ่มสูงขึ้นจากปกติ โดยที่เป็นผลมาจากปัจจัยต่างๆ ที่นักการตลาดพยายามใส่เข้าไป แล้วโดนใจลูกค้า มูลค่าเพิ่มแบบง่ายๆ ที่เรามักพบเห็น มาจากการทำให้บรรจุภัณฑ์ (Package) ดูดีมีชาติตระกูลจนทำให้สินค้าข้างในที่ราคาธรรมดา กลายเป็นของเลอค่าราคาแพง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ก็เป็นอีกหนทาง ที่นำพาให้สินค้าของ

เราดูว่ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นได้ ซึ่งสาระสำคัญของการทำให้มีมูลค่าเพิ่ม ไม่มีอะไรซับซ้อน “ของเดิมแต่ขายได้แพงกว่า” ดังนั้น ราคาที่ตั้งมาจากมูลค่าเพิ่ม จึงเป็นราคาที่ตั้งโดยอิงกับความเชื่อของลูกค้า ที่เชื่อว่าสินค้าของเราดูดีมีคุณค่าคู่ควรกับราคาดังกล่าว

การสร้างมูลค่าเพิ่ม จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ไม่น่าเชื่อว่าจะได้ผลดีเยี่ยม นอกเหนือจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์อันเลิศเลิศ หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ นั่นคือ “เรื่องเล่า” การเล่าถึงที่มาที่ไปของสินค้าชิ้นนั้น เล่าให้เห็นว่าสินค้าชิ้นนั้น “ไม่ธรรมดา” ประมาณว่า สิ่งที่เราเห็น ไม่ใช่สิ่งที่เป็นอย่างจริง เพราะมีสิ่งเลอค่าแอบซ่อนอยู่ อะไรควรนำมาเป็นเรื่องเล่า เพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าได้บ้าง ไม่มีสูตรตายตัว แล้วแต่ว่าสินค้านั้นไปเกี่ยวข้องกับอะไรที่น่าสนใจ และน่าสนใจมากพอที่จะก่อให้เกิดเป็นเรื่องเล่าประจำสินค้านั้นได้ ยกตัวอย่างบางส่วนของเรื่องเล่าที่สามารถกระตุ้นต่อมลูกค้าได้ เช่น แหล่งวัตถุดิบ – เรื่องเล่าแนวนั้น จะให้ความสำคัญกับที่มาของวัตถุดิบที่นำมาทำเป็นสินค้านั้น ว่าเป็นวัตถุดิบชนิด หรือวัตถุดิบหายาก หรือวัตถุดิบจากแหล่งที่มีชื่อเสียง ตัวอย่างเรื่องเล่าแนวนั้น เช่น “กล้วยเตี้ยของเรา ใช้เนื้อวัชชนิด ที่เลี้ยงในฟาร์มปิดจากฮอกไกโด แหล่งที่ได้ชื่อว่าเป็นครัวของญี่ปุ่น” ทำให้ลูกค้ารู้สึกได้ว่าไม่ได้ใช้เนื้อวัชที่เลี้ยงแล้วปล่อยกินหญ้าตามริมถนน ราคาจึงคู่ควรกับความแพง เรื่องเล่าในกระบวนการผลิต – เรื่องเล่าแนวนั้น ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่า สิ่งที่กำลังสัมผัสอยู่นั้น กว่าจะได้มาไม่หมู ต้องผ่านร้อนผ่านหนาว ผ่านขั้นตอนมาแบบสาหัสสากรรจ์ ตัวอย่างเรื่องเล่าแนวนั้น เช่น “หนังที่เรานำมาใช้ทำเก้าอี้ตัวนี้ เริ่มต้นเมื่อมาถึงโรงงาน เราต้องหาตามด ซึ่งเป็นจุดเล็กๆ บนแผ่นหนัง ที่เราถือว่าเป็นตำหนิ ถ้าเจอตามดแผ่นหนังชิ้นนั้นใช้ไม่ได้ เมื่อปัดขัดขึ้นรูปเสร็จ ก็ต้องมาหาตามดรอบที่สอง เมื่อเย็บเสร็จเป็นเก้าอี้ จะมีการหาตามดในขั้นตอนสุดท้าย ก่อนส่งให้แผนกตรวจสอบคุณภาพก่อนส่งมอบ ตรวจสอบเป็นลำดับสุดท้าย” ฟังแล้ว...มันจะยากอะไรปานนั้น เรื่องเล่าเกี่ยวกับผู้ผลิต หรือผู้ออกแบบ – เรื่องเล่าแนวนั้น ให้ความสำคัญกับคนทำ แต่ต้องเป็นคนทำที่มีชื่อเสียง จะได้ผลดีมาก เพราะถ้าคนทำยังโนเนม พูดไป ต้องมาอธิบายว่าใครอีก เสียเวลาเปล่า ตัวอย่างเรื่องเล่าแนวนั้น เช่น “แหวนวงนี้ คนออกแบบ คือ ศิลปินที่ชนะการประกวดนิกออกแบบเครื่องประดับรุ่นเยาว์ ที่ตอนนี้ค่าตัวสูงมาก หลายบริษัทจองซื้อตัว แต่เขาเลือกทำงานกับเรา เพราะแนวคิดตรงกัน อีกอย่าง คนที่เป็นคนขึ้นรูปตัวแหวน เป็นช่างทองโบราณที่เหลือเพียงไม่กี่คนในประเทศไทย” บอกเป็นนัยว่าค่าตัวคนทำแพง ความเชื่อ – เรื่องเล่าแนวนั้น นำเอาศรัทธาและความเชื่อมาเป็นจุดขาย เดิมทีกินหอย หรือสอแวอันน่าเชื่อว่าจะมีกินหอยก็ได้ ตัวอย่างเรื่องเล่าแนวนั้น เช่น “กาไลหอยอันนี้ พระลามาจากทิเบตท่านปลูกเสกให้ หลายคนที่เขาไปใส่ บอกว่าโชคดีแบบไม่เคยคาดคิดมาก่อน แรกก็ซื้อไปใส่แบบสวยงามไม่ได้คิดอะไร แต่กลับถูกหอยบ่อยมาก” ยิ่งถ้ามาแนวถูกหอย บอกได้เลยว่าคงถูกจริตคนไทยมาก ส่วนเรื่องเล่าอิงประวัติศาสตร์ – เรื่องเล่าแนวนั้น นำเอาเรื่องราวทางประวัติศาสตร์มาอิง ทำให้สินค้าดูมีมูลค่าในสายตาคนที่ชอบประวัติศาสตร์ ตัวอย่างเรื่องเล่าแนวนั้น เช่น “ขนมของเรานั้น ย่าของยายทวด สืบทอดตำรับมาจากเพื่อนของย่าของยายทวด ที่เขามีเชื้อสายของท้าวทองกีบม้า ในสมัยอยุธยา ดังนั้น เป็นสูตรโบราณดั้งเดิม ไม่ใช่มาปรับเป็นแนวเบเกอรี่เหมือนร้านทั่วไปสมัยนี้” แค่นี้ลำดับญาติก็ยุ่งงมากพอแล้ว คนชอบประวัติศาสตร์ก็จะตื่นเต้นกับแนวนั้น แต่อย่าลืมเด็ดขาดว่าเรื่องเล่าต้องไม่ใช่เรื่องแต่ง ที่โกหกทั้งเรื่อง แต่เป็นเรื่องเดิมแต่ทำให้มีสีสันๆ แทรกบ้างเพื่อความน่าสนใจ

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยบุษ แก้วกลี และภัสสร์กัญญ์ เหตุทอง (2563). ได้ศึกษาปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษของมัคคุเทศก์ในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยผลการศึกษาพบว่ามัคคุเทศก์ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านทักษะการเขียนภาษาอังกฤษมากที่สุด ซึ่งได้แก่การเขียนจดหมายธุรกิจและการเขียนบันทึกข้อความ การเขียนข้อความเพื่อให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว และการเขียนอีเมล นอกจากนี้ยังพบว่ามัคคุเทศก์ส่วนใหญ่มีปัญหาทักษะการฟังภาษาอังกฤษซึ่งได้แก่การฟังสำเนียงภาษาอังกฤษที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีปัญหาในการฟังภาษาอังกฤษสำเนียงอินเดียมากที่สุด จากการสัมภาษณ์พบว่าเจ้าของบริษัทนำเที่ยวต้องการให้มัคคุเทศก์มีความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับบริการปฏิบัติงานของตนเอง

จันทิมา ชูวานนท์, ธนวรรณ กำคำ, มลิวลย์ สุขประเสริฐ, อรุณ ร้อยแก้ว และเพ็ญพิสุทธิ์ ศิริ (2562). ได้ศึกษาเจตคติของนักท่องเที่ยวต่อจรรยาบรรณมัคคุเทศก์อาสาสมัครในชุมชนภูเก็ตและวัดกัลยาณ โดยมีการวัดอุปสรรคเพื่อศึกษาเจตคติของนักท่องเที่ยวต่อจรรยาบรรณมัคคุเทศก์อาสาสมัครในชุมชนภูเก็ตและวัดกัลยาณ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมีเจตคติระดับมากต่อจรรยาบรรณมัคคุเทศก์อาสาสมัครในชุมชนภูเก็ตและวัดกัลยาณในทุกประเด็นดังนี้ แต่งกายเหมาะสมเรียบร้อย ($\bar{X} = 4.49$) ตรงต่อเวลาในการปฏิบัติหน้าที่ ($\bar{X} = 4.44$) เต็มใจให้การช่วยเหลือและบริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.43$) ห่วงใยในความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.43$) ปฏิบัติต่อผู้คนทุก วัยวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมด้วยความเคารพ ($\bar{X} = 4.38$) สามารถปรับตัวอดทนและไวต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.34$) เชื่อถือได้ซื่อสัตย์และมีไหวพริบ ($\bar{X} = 4.28$) มีทักษะการสื่อสารดี ทำทางและเสียงพูดชัดเจน ($\bar{X} = 4.22$) เตรียมตัวล่วงหน้าและมีความรู้ดีเยี่ยม ($\bar{X} = 4.13$) สามารถใช้ภาษาอังกฤษในงาน ($\bar{X} = 3.88$)



ส่วนความคิดเห็นของนักศึกษาต่อโครงการมีคฤศก์อสาสมัครพบวักนักศึกษพอใจมากกับการเข้าร่วมโครงการนี้ด้วยเห็นประโยชน์ และต้องการให้มีโครงการนี้ต่อเนื่องต่อไป แนวทางในการพัฒนาคือจัดฝึกอบรมให้นักศึกษามีความรู้ ทักษะภาษาอังกฤษ ทักษะสื่อสาร และจรรยาบรรณมีคฤศก์อย่างเข้มขันก่อนการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งจะเพิ่มประสิทธิภาพของมีคฤศก์ผู้มีบทบาทสำคัญต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว และส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยด้วย

ญาณวุฒิ เศวตติกุล, ไกรวิน วัฒนะรัตน์, ธิมาพร ัญญเฉลิมและ ยุคลวัชร ภักดีจักรวิฑูร์ (2559). ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ประกอบการในธุรกิจนำเที่ยวและมีคฤศก์ของไทยเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ประกอบการในธุรกิจนำเที่ยว และมีคฤศก์ของไทย และ 2) ศึกษา โครงสร้างที่สำคัญของคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ประกอบการในธุรกิจนำเที่ยว และมีคฤศก์ของไทยเพื่อรองรับการเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ประกอบการในธุรกิจนำเที่ยวและมีคฤศก์ของไทย เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ด้วยวิธีการวิเคราะห์สัคักปัจจัย (Factor Analysis) ผู้วิจัยสามารถสรุปรายละเอียดของแต่ละกลุ่ม โดยแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) คุณลักษณะด้านความซื่อสัตย์ เชื่อใจ และอดทน 2) คุณลักษณะด้านการมีวินัย รับผิดชอบ และตรงต่อเวลา 3) คุณลักษณะด้านความรู้และทักษะพื้นฐานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและภาษาต่างประเทศ 4) คุณลักษณะด้านการมีความรักในวิชาชีพ และ 5) คุณลักษณะด้านการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเพื่อบริการนักท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยคือได้ศึกษาคุณลักษณะของการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพมีคฤศก์ และเพื่อ ศึกษาวิธีการในการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพมีคฤศก์ในแต่ละลักษณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัย โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. ระเบียบวิธีการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจากมีคฤศก์อาวุโสที่เคยดำรงตำแหน่ง หรือกำลังดำรง ตำแหน่งในสมาคม มีคฤศก์ที่เคยได้รับรางวัล และมีคฤศก์ที่เป็นนักวิชาการที่เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเนื่องจากเป็น กลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกและสอดคล้องกับความมุ่งหวังในการวิจัย ตลอดจนเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีชื่อเสียงที่เป็นที่ยอมรับใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและยอมรับจากนักท่องเที่ยว โดยจะเป็นกลุ่มที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 30 คน เก็บรวบรวม ข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้วิธีการเลือกแบบมีจุดมุ่งหมายหรือการเลือกแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

2. เครื่องมือและการตรวจสอบที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ โดยศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพมีคฤศก์ สร้างแบบสัมภาษณ์ โดยผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบคุณภาพของ เครื่องมือวิจัยโดยการหาค่าความเชื่อมั่น(Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้(Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะ ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา จำนวน 10 คน ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสัมภาษณ์ที่ตอบแล้วบันทึกข้อมูลลงใน คอมพิวเตอร์

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ และหาค่าสถิติ โดยการนำเสนอผลของการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการนำเที่ยว และลักษณะการประกอบอาชีพมีคฤศก์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้จะนำข้อมูลที่ได้มาแจกแจงความถี่ (Frequency Table) และ ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์แนวทางและวิธีการในการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพมีคฤศก์ วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มระหว่างงานนำ เที่ยว การสร้างความประทับใจในแนวทางที่สร้างสรรค์ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มที่สร้างความแตกต่างจากมีคฤศก์คนอื่น โดยใช้สถิติเชิง พรรณนา

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์การพัฒนาตนเองในช่วงเวลาว่างเว้นจากงานนำเที่ยวของมีคฤศก์ และวิเคราะห์รูปแบบแนวปฏิบัติที่จะ ทำให้บริษัทนำเที่ยวผู้ว่าจ้างหรือนักท่องเที่ยวดำเนินงานว่าจ้างหรือเรียกใช้บริการจากมีคฤศก์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

การศึกษาแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพมัคคุเทศก์ มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาลักษณะของการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพมัคคุเทศก์ และเพื่อศึกษาวิธีการในการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพมัคคุเทศก์ในแต่ละลักษณะผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จากมัคคุเทศก์อาวุโสที่เคยดำรงตำแหน่ง หรือกำลังดำรงตำแหน่งในสมาคม มัคคุเทศก์เคยได้รับรางวัล และมัคคุเทศก์ที่เป็นนักวิชาการที่เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 30 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50 เป็นเพศชาย จำนวน 15 คน คิดเป็น ร้อยละ 50 เท่ากัน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 51-60 ปี และ 41-50 ปี จำนวน 9 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 30 เท่ากัน มีสถานภาพโสด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ทางด้านประสบการณ์ในการนำเที่ยวส่วนใหญ่จะมีประสบการณ์การนำเที่ยวตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 ทางด้านลักษณะการประกอบอาชีพมัคคุเทศก์พบว่า ส่วนใหญ่ทำเป็นอาชีพหลัก จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7

จากข้อมูลการให้สัมภาษณ์มัคคุเทศก์อาวุโสที่เคยดำรงตำแหน่ง หรือกำลังดำรงตำแหน่งในสมาคม มัคคุเทศก์เคยได้รับรางวัล และมัคคุเทศก์ที่เป็นนักวิชาการที่เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 30 คน พบว่าแนวทางที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มที่สร้างความแตกต่างจากมัคคุเทศก์คนอื่น มีมัคคุเทศก์ให้ความคิดเห็นประเด็นนี้มากที่สุด จำนวน 16 ความคิดเห็น คิดเป็นร้อยละ 40 คือเรื่องการดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด การใส่ใจรายละเอียด ตามความต้องการของลูกค้าให้มากกว่าที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงการจัดรายการละเอียดส่วนตัวของลูกค้า ความชอบ ไม่ชอบ และไม่ลืมเอาใจใส่ในทุก ๆ ด้าน เช่น ความปลอดภัย อาหาร สารทุกข์สุขดิบ ดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิดให้ดีที่สุด ช่วยเหลือทุกอย่างที่ทำได้ แม้กระทั่งให้ความรู้ในสิ่งที่ลูกค้าสนใจเป็นพิเศษตลอดถึงให้คำแนะนำเป็นที่ปรึกษาส่วนตัวในทุกเรื่องระหว่างการเดินทาง

นอกจากนี้ในช่วงว่างเว้นจากงานนำเที่ยว มัคคุเทศก์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าควรมีการพัฒนาตนเองให้พร้อมสำหรับงานนำเที่ยวอยู่เสมอด้วยการศึกษาเรียนรู้จากผู้มีความรู้ประสบการณ์ การเรียนรู้จากโลกออนไลน์และฝึกใช้เทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์ต่ออาชีพมัคคุเทศก์ โดยควรศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในทุกๆ ครั้งเมื่อมีโอกาส ไม่ว่าจะเป็นด้านวิชาการ นันทนาการ ความรู้รอบตัว ด้านภาษาและคำศัพท์ใหม่ๆ ศึกษาเรื่องประวัติศาสตร์อยู่เสมอและควรอาสาช่วยงานต่างๆ เข้าร่วมประชุมสัมมนาพัฒนาทักษะวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว หมั่นศึกษาฝึกศิลปะการพูดให้เป็นที่น่าสนใจ ศึกษาหาแนวทางและข้อมูลเพิ่มเติมทั้งในและต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นจากในหนังสือ ตามบล็อกข้อความ หรือแม้แต่ชาวบ้านปราชญ์ท้องถิ่น ตามสถานที่ท่องเที่ยว โดยทั้งนี้วิธีการที่จะทำให้บริษัทนำเที่ยวว่าจ้างมัคคุเทศก์หรือทำให้พนักงานท่องเที่ยวจดจำ ถือเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่วิชาชีพมัคคุเทศก์นั้น ส่วนใหญ่เห็นว่าควรทำงานให้มีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ไม่ว่าจะเป็นบุคลิกภาพ ทักษะลีลาในการพากย์ทัวร์ ความรับผิดชอบ สามารถสร้างรอยยิ้มความสนุกสนานควบคู่กับการได้นำเสนอสาระความรู้ระหว่างการเดินทาง และหรือมีการบริการที่เป็นเลิศ จำนวน 18 ความคิดเห็น คิดเป็นร้อยละ 45



ภาพที่ 1 มัคคุเทศก์ที่สามารถสร้างมูลค่าให้กับตัวเองได้จากการทำหน้าที่อย่างตั้งใจไม่ละเลยรายละเอียดที่สำคัญ

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพบัญชี มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาลักษณะของการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพบัญชี และเพื่อศึกษาวิธีการในการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพบัญชี ในส่วนของลักษณะงานที่ปฏิบัติเป็นกิจวัตรที่ทำแล้วสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพบัญชีได้มากเป็นลำดับแรกคือการดูแลเอาใจใส่ ให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด การใส่ใจรายละเอียด ตามความต้องการของลูกค้าให้มากกว่าที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงการจดจำรายละเอียดส่วนตัวของลูกค้า ดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิดให้ดีที่สุด ช่วยเหลือทุกอย่างเท่าที่ทำได้ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ จันทิมา ชูวานนท์, ธัญวรรณ คำคำ, มลิวลย์ สุขประเสริฐ, อรุณ ร้อยแก้ว และเพ็ญพิสุทธิ์ ศรี. (2562). ที่ได้ศึกษาเจตคติของนักท่องเที่ยวต่อจรรยาบรรณ บัญชี อาสาสมัครในชุมชนภูเก๊ตและวัดกัลยาณ ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีเจตคติระดับมากต่อจรรยาบรรณบัญชีอาสาสมัครในชุมชนภูเก๊ตและวัดกัลยาณในทุกประเด็นได้แก่แต่งกายเหมาะสมเรียบร้อย ($\bar{X} = 4.49$) ตรงต่อเวลาในการปฏิบัติหน้าที่ ($\bar{X} = 4.44$) เต็มใจให้การช่วยเหลือและบริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.43$) ห่วงใยในความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.43$)

ในส่วนของการปฏิบัติที่เป็นข้อแนะนำอื่นๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพบัญชีที่จะทำให้บริษัทเห็นว่าจ้างบัญชีหรือที่จะทำให้นักท่องเที่ยวจดจำนั้น ส่วนใหญ่เห็นว่าควรทำงานให้มีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ไม่ว่าจะเป็นบุคลิกภาพ ทักษะลีลาในการพาทัวร์เรื่องเล่าที่โดนใจ สนุกสนาน มีความรับผิดชอบ สามารถสร้างรอยยิ้มความสนุกสนานควบคู่กับการได้เนื้อหาสาระความรู้ระหว่างการเดินทาง และหรือมีการบริการที่เป็นเลิศ จำนวน 18 ความคิดเห็น คิดเป็นร้อยละ 45 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญาณวุฒิ เสวตติกุล, ไกรวิน วัฒนะรัตน์, อิมภาพ ธัญญเฉลิมและ ยุคลวัชร ภักดีจักรวิทย์. (2559). ที่ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ประกอบการในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ของไทยเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ประกอบการในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ของไทยเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนประการหนึ่งคือเรื่อง มัคคุเทศก์ควรต้องมีคุณลักษณะด้านการมีวินัย รับผิดชอบ และตรงต่อเวลา และสอดคล้องกับ พลชัย เพชรปลอด. (2561). ที่ได้ กล่าวถึง 5 วิธีเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยเรื่องเล่า ช่วยกระตุ้นต่อมอยากซื้อของลูกค้า โดยกล่าวถึง การสร้างมูลค่าเพิ่ม จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม วิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มที่ไม่น่าเชื่อว่าได้ผลดีเยี่ยม นอกเหนือจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อันเลอเลิศ หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ นั่นคือ “เรื่องเล่า” อะไรควรมาเป็นเรื่องราว เพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้าได้บ้าง ไม่มีสูตรตายตัวแล้วแต่ว่าสินค้านั้นไปเกี่ยวข้องกับอะไรที่น่าสนใจ และน่าสนใจมากพอที่จะก่อให้เกิดเป็นเรื่องราวประจักษ์สินค้านั้นได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ปิยนุช แก้วกลี และระภัศร์กัย เหตุทอง. (2563). ที่ได้ศึกษาปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษของมัคคุเทศก์ในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ที่ผลการศึกษาพบว่าเจ้าของบริษัทนำเที่ยวต้องการให้มัคคุเทศก์มีความรู้สามารถเล่าเรื่องเกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับบริการปฏิบัติงานของตนเอง



ภาพที่ 2 มัคคุเทศก์ที่ดีสามารถสร้างมูลค่าได้โดยผ่านจากการแต่งกายที่ดี มีเรื่องเล่าที่สามารถสร้างบรรยากาศแห่งความรู้ควบคู่กับการสร้างความสนุกสนาน



ภาพที่ 3 มัคคุเทศก์คอยตอบคำถามคุณลูกค้าท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอุ่นใจและคุ้มค่ากับการได้มาด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพมัคคุเทศก์พบว่า แนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มในวิชาชีพมัคคุเทศก์ส่วนใหญ่ให้ผู้ให้ข้อมูลจะเห็นไปในแนวทางเดียวกันคือให้ความสำคัญต่อการทำให้นักท่องเที่ยวได้รับการอำนวยความสะดวกสบาย ได้รับการบริการ ความเอาใจใส่ที่ดีมากกว่าประเด็นอื่น ดังนั้นมัคคุเทศก์รุ่นใหม่ หรือมัคคุเทศก์ที่กำลังจะเข้าสู่วิชาชีพนี้ ควรให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกๆ เนื่องจากมัคคุเทศก์รุ่นพี่ที่มีประสบการณ์ปฏิบัติงานสำเร็จมาแล้ว ไม่ควรสร้างมูลค่าเพิ่มโดยคำนึงถึงการสร้างรายได้เสริมจากการพาแขกเข้าร้านขายของที่ระลึก ขายโปรแกรมทัวร์เสริมเพื่อหวังค่านายหน้าเป็นประการสำคัญ เพราะสุดท้ายก็มักเกิดปัญหาอื่นตามมาอย่างที่เห็นเป็นข่าวคราวอยู่บ่อยครั้ง

และเนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นกลุ่มมัคคุเทศก์อาวุโสที่เคยดำรงตำแหน่ง หรือกำลังดำรงตำแหน่งในสมาคม มัคคุเทศก์เคยได้รับรางวัล และมัคคุเทศก์ที่เป็นนักวิชาการที่เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้ผลวิจัยที่ได้อาจไม่ครอบคลุมแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มของมัคคุเทศก์อีกหลายกลุ่ม ดังนั้นการวิจัยในหัวข้อลักษณะนี้ครั้งถัดไปควรมีกกลุ่มมัคคุเทศก์ที่ให้ข้อมูลในกลุ่มลักษณะต่างๆ เพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2560-2564. (2561). สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2561 จาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=66&filename=index.

จันทิมา ชูวานนท์, ธัญวรรณ คำคำ, มลิวัดย์ สุขประเสริฐ, อรุณ ร้อยแก้ว และเพ็ญพิสุทธิ์ ศิริ. (2562). เจตคติของนักท่องเที่ยวต่อจรรยาบรรณ มัคคุเทศก์อาสาสมัครในชุมชนภูฏานและวัดกัลยาณ. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี : กรุงเทพฯ.

ญาณวุฒิ เศวตธิตกุล, ไกรวิน วัฒนะรัตน์, ธิมาพร ธัญญเฉลิมและ ยุคลวัชร ภักดีจักรวิทย์. (2559). คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ประกอบการในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ของไทยเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปิยนุช แก้วกลี และภัสสร์กัย เหตุทอง. (2563). ปัญหาการใช้ภาษาอังกฤษของมัคคุเทศก์ในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ผู้จัดการออนไลน์. สมาคมมัคคุเทศก์ฯเร่งรัฐจัดสวัสดิการ ผลักดันการพัฒนาคุณภาพเถื่อน. (2561) สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2561 จาก <https://mgronline.com/business/detail/9490000078087>.



พีรเชษฐ์ ศรีพล้ง. การสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2564 จาก

http://joinandcoins.blogspot.com/2011/09/blog-post_7561.html

พลชัย เพชรปลอด. (2561). 5 วิธีเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยเรื่องเล่าช่วยกระตุ้นต่อมอยากซื้อของลูกค้า. เส้นทางเศรษฐีออนไลน์.

สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2564 จาก https://www.sentangsedtee.com/career-channel/article_96344.

รัมภาภัก ฤกษ์วีระวัฒนา. (2559). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับโอกาสการมาเที่ยวช้อปปิ้งของนักท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำ ในเขต
ตลิ่งชัน กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สุพาตา สิริฤทธา. (2557). แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของแหล่งท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของจังหวัดสิงห์บุรี ประเทศไทย
ของการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ขนมเปี๊ยะ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. ยกระดับมัคคุเทศก์. (2561). สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2561 จาก

<http://www.thansettakij.com/content/246883>.



การรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินที่ให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศ เกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสาร

Perception of Thai Passenger using the Services of Domestic Flight Routes towards Protection of Passengers Rights.

สุจิตรา ริมดูลิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา¹

ฉันทัช วรรณถนอม, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา²

Email: sujitar.su@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินที่ให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสาร การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเส้นทางบินภายในประเทศไทย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม

ผลการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ใช้บริการของสายการบินที่ให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป และส่วนใหญ่ใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (FD) มากที่สุด

ผู้โดยสารส่วนใหญ่รับรู้ในเรื่องขอบเขตของผู้โดยสารที่ได้รับความคุ้มครองอยู่ในระดับมาก คือ รับรู้ว่าผู้โดยสารต้องมา Check in ภายในเวลาที่สายการบินระบุ หรือหากไม่ระบุให้ถือว่าไม่น้อยกว่า 45 นาที และรับรู้ว่าผู้โดยสารที่ได้รับการคุ้มครองคือผู้โดยสารที่จองเที่ยวบินนั้นและได้ชำระเงินแล้ว

ส่วนในกรณีหากสายการบินทำการบินล่าช้าขึ้น ผู้โดยสารส่วนใหญ่รับรู้ในระดับปานกลาง คือ กรณีหากสายการบินทำการบินล่าช้าเกินกว่า 2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง สายการบินจะต้องปฏิบัติ ดังนี้ สายการบินต้องจัดอาหารและเครื่องดื่ม โทรศัพท์ โทรสาร จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) รวมถึงการได้รับค่าโดยสารคืนหากไม่ประสงค์เดินทาง

ข้อเสนอแนะ ควรให้สายการบินแจ้งการคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสารตามช่องทางบนเว็บไซต์ของสายการบินและ mobile application เพื่อให้ผู้โดยสารรับทราบก่อนการซื้อบัตรโดยสาร เนื้อหาสาระที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้โดยสารควรมีอยู่ในถามตอบของเว็บไซต์สายการบิน รวมถึงการแจ้งช่องทางการทำเรื่องร้องเรียน แจ้งปัญหายังกรมการการบินเพื่อเป็นการตรวจสอบข้อเท็จจริงและดำเนินการต่อไปได้

คำสำคัญ: สิทธิของผู้โดยสาร, เส้นทางบินภายในประเทศ, เที่ยวบินล่าช้า

¹ อาจารย์หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² อาจารย์หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา



ABSTRACT

The objective was to study perception of Thai passenger using the services of domestic flight routes towards protection of passenger rights. The study was a quantitative research by using questionnaire with 400 samples of Thai passengers.

The results showed as follows:

Most of respondents were female at the age of 30-39 years with the education in Bachelor degree, having the occupation as private company employees. Most of passenger used Thai Air Asia (FD) service.

Perception of Thai passenger using the services of domestic flight routes towards protection of passenger rights is high level: to check-in within the time specified by the airline or if not specified, it shall be considered no less than 45 minutes. The moderate level of perception in case the airline is delayed for more than 2 hours but not more than 3 hours, the airline has to arrange food and beverages, telephone, fax, electronic mail (e-mail) and refund if passenger do not wish to fly.

Suggestion: The airline should clearly information of protection of passenger rights on airline website and mobile application in order that passenger can read before buying a ticket. The content about protection of passenger rights should be available in the Q&A of airline website. Including passenger may complaint about an alleged infringement of the protection of passenger rights to the Department of Civil Aviation in order to investigate the facts and proceed further.

Keywords: Passenger Rights, Domestic Flight Routes, Flight Delay

บทนำ

การขนส่งทางอากาศ นับว่าเป็นรูปแบบการเดินทางที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากขึ้นกว่าในอดีต สืบเนื่องมาจากวิวัฒนาการทางด้านการคมนาคมและด้านเทคโนโลยี ทำให้เกิดการแข่งขันของธุรกิจการขนส่งทุกรูปแบบ รวมถึงการขนส่งทางอากาศ ธุรกิจบริการขนส่งทางอากาศหรือสายการบินต่างๆ เริ่มปรับตัวและพัฒนาการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักเดินทางระหว่างประเทศและภายในประเทศ ทำให้นักเดินทางหรือประชาชนสามารถเลือกใช้บริการการขนส่งได้หลายรูปแบบตามความต้องการของตนเองให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นการเลือกรูปแบบการเดินทางให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตที่เร่งรีบขึ้น จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ธุรกิจการขนส่งทางอากาศได้ปรับกลยุทธ์การตลาดโดยการเจาะกลุ่มการเดินทางภายในประเทศมากขึ้น และตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง นอกจากนี้ยังทำให้เกิดสายการบินต้นทุนต่ำเพิ่มขึ้น ทำให้เป็นทางเลือกหนึ่งในการเดินทางภายในประเทศ

ประเทศไทยมีผู้ให้บริการขนส่งทางอากาศ สายการบินภายในประเทศ ได้แก่ สายการบินไทย นกแอร์ ไทยแอร์เอเชีย บางกอกแอร์เวย์ ไทยไลอ้อนแอร์ ไทยสมิล์ และไทยเกอร์แอร์ จากที่กล่าวมาทำให้การเดินทางภายในประเทศไทยด้วยรูปแบบการเดินทางทางอากาศ จึงเป็นที่นิยมมากขึ้น เพราะสะดวกสบาย ประหยัดเวลา และมีค่าใช้จ่ายที่ถูกลง รวมถึงการทำรายการส่งเสริมการขายของสายการบินต่างๆ จึงทำให้ใครๆ ก็บินได้

หากผู้โดยสารมีการรับรู้ในเรื่องการคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินของไทยในเส้นทางบินประจำภายในประเทศ จะสามารถลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นในการบริการได้ ทั้งนี้ผู้ให้บริการสายการบินภายในประเทศต่างๆ ย่อมตระหนักถึงคุณภาพการบริการและมีระบบการบริหารจัดการแก้ปัญหาให้ทันทั่วทั้งหากเกิดปัญหาในด้านความเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้โดยสารของตน ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสายการบินได้ ดังนั้นการศึกษารับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินที่ให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสาร จักเป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการสายการบินกำหนดแนวทางในการส่งเสริมการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินที่ให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสารต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

ศึกษาระดับการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการของสายการบินที่ให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสาร

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2540: 40-41) ได้กล่าวถึง การรับรู้ (Perception) คือ กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรร การจัดระเบียบ และการตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมายของโลก (Belch and Belch. 1990) หรืออาจหมายถึง กระบวนการของความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อโลกที่เขาอาศัยอยู่ จากความหมายนี้ การรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความจำเป็น และอารมณ์เช่นเดียวกับลักษณะภายนอกของสิ่งกระตุ้นการรับรู้ การรับรู้จะแสดงถึงความรู้สึจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้เห็น ได้กลิ่น ได้ยิน ได้รสชาติ และได้รู้สึก ซึ่งแต่ละธุรกิจจะสื่อให้ผู้บริโภครับรู้ต่ออาศัยการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้

ในขณะที่ ฉัตรพร เสมอใจ (2550: 66) ได้กล่าวว่า การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลแปลความจากสิ่งสัมผัส โดยผ่านประสาทสัมผัสต่างๆ และตีความเป็นข้อมูลตามความสามารถและประสบการณ์แต่ละบุคคล ซึ่งการรับรู้คือกระบวนการที่ผู้บริโภคเลือก จัดการ และแปลความปัจจัยนำเข้าในการสร้างภาพที่มีความหมายของโลกสัมผัสสิ่งใดๆ ผ่านประสาทสัมผัสต่างๆ คือ ตา หู จมูก ลิ้น และกายสัมผัส และความรู้สึทางจิตใจทำการสรุปและตีความหมายของสิ่งที่สัมผัสนั้นๆ เพื่อที่จะสร้างภาพในสมองให้เป็นภาพที่มีความหมายหรือมีความสอดคล้องกับความทรงจำเดิมและส่งผลให้เกิดการกระทำที่ตอบสนองต่อการรับรู้ที่เกิดขึ้นเหล่านั้น โดยการรับรู้จะขึ้นอยู่กับพื้นฐานความคิด ความรู้สึก และสภาพแวดล้อมของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะไม่สามารถเปิดรับข้อมูลทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้หรือเปิดรับข้อมูลเท่าที่ศักยภาพในการรับรู้ของแต่ละคนจะทำได้เท่านั้น

2. ประกาศกระทรวงคมนาคม เรื่อง การคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินของไทยในเส้นทางบินประจำภายในประเทศ พ.ศ. 2553

มาตรการเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินของไทยในเส้นทางบินประจำภายในประเทศไว้ในเงื่อนไขประกอบใบอนุญาตของผู้ประกอบกิจการค้าขายในการเดินอากาศแบบประจำของไทยทุกราย ทั้งที่ได้รับใบอนุญาตในปัจจุบันและในอนาคต เพื่อให้ผู้ประกอบการยึดถือและปฏิบัติตาม โดยมีขอบเขตดังนี้

ผู้โดยสารที่เดินทางในเส้นทางบินประจำภายในประเทศ ซึ่งได้สำรองที่นั่งสำหรับเที่ยวบินนั้นและได้ชำระค่าบัตรโดยสารแล้ว ผู้โดยสารได้มาแสดงตนเพื่อการขึ้นเครื่อง (Check In) ภายในเวลาที่สายการบินระบุไว้หากสายการบินไม่ได้ระบุเวลาไว้ให้ถือว่าไม่น้อยกว่า 45 นาที ก่อนเวลาที่ระบุไว้ในตารางการบินที่ประกาศ

กรณีเที่ยวบินล่าช้าเกินกว่า 2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง สายการบินต้องจัดอาหารและเครื่องดื่มให้แก่ผู้โดยสารตามความเหมาะสมกับระยะเวลาที่รอขึ้นเครื่องบินโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย จัดอุปกรณ์ให้แก่ผู้โดยสารเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารด้วยวิธีการใด ๆ เช่น โทรศัพท์ โทรสาร จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) เป็นต้น เมื่อผู้โดยสารไม่ประสงค์เดินทางต่อไปให้สายการบินคืนเงินค่าโดยสารและค่าธรรมเนียมอื่นใดที่เรียกเก็บเต็มตามจำนวน

กรณีล่าช้าเกินกว่า 3 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 5 ชั่วโมง สายการบินต้องจัดอาหารและเครื่องดื่มให้แก่ผู้โดยสารตามความเหมาะสม จัดอุปกรณ์ให้แก่ผู้โดยสารเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร เสนอให้ผู้โดยสารเลือกระหว่างรับเงินค่าโดยสารและค่าธรรมเนียมอื่นใดที่ถูกเรียกเก็บคืนเต็มตามจำนวนที่ชำระ เปลี่ยนแปลงเที่ยวบินเพื่อไปยังจุดหมายปลายทางที่ระบุไว้ในบัตรโดยสารหรือไปยังจุดหมายปลายทางอื่นที่ใกล้เคียงกับจุดหมายปลายทางเดิมโดยเร็วที่สุดภายในวันเดียวกันวันถัดไป หรือวันอื่นตามความสมัครใจของผู้โดยสาร หรือ เดินทางโดยการขนส่งทางอื่นที่เหมาะสมเพื่อไปยังจุดหมายปลายทางที่ระบุไว้ในบัตรโดยสาร หรือจุดหมายปลายทางอื่นที่ใกล้เคียงกับจุดหมายปลายทางเดิมตามความประสงค์ของผู้โดยสารโดยเร็วที่สุด โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมไม่ว่าในกรณีใดๆ

กรณีล่าช้าเกินกว่า 5 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 6 ชั่วโมง สายการบินต้องปฏิบัติต่อผู้โดยสารเช่นเดียวกับกรณีล่าช้าเกินกว่า 3 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 5 ชั่วโมง และชำระค่าชดเชยเป็นเงินสดจำนวน 600 บาท ให้แก่ผู้โดยสารทันทีก่อนที่ผู้โดยสารจะออกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรรณภัทร กันแก้ว (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารกับการบริการสายการบิน : กรณีศึกษาสายการบินที่ให้บริการบริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านความปลอดภัย ตารางบินที่มีให้เลือกหลายเที่ยวบิน ที่นั่งที่กว้างขวางสะดวกสบาย



ราคาที่เหมาะสมกับเส้นทางบิน การส่งมอบสัมภาระที่รวดเร็ว ความสะดวกในการจองตั๋วโดยสาร ความสุภาพเรียบร้อย และความเป็นมืออาชีพของพนักงานในการแก้ไขปัญหา

พัชรพล เชาวพงษ์ (2559) ศึกษาวิจัยในหัวข้อ การศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อบัตรโดยสารสายการบินเจ็ท แอร์เวย์ส ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านการโฆษณา ด้านการใช้เครือข่ายสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อบัตรโดยสารเครื่องบินของสายการบินเจ็ท แอร์เวย์ส แต่ปัจจัยการสื่อสารการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการขายโดยบุคคล และด้านการส่งเสริมการขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อบัตรโดยสารเครื่องบินของสายการบินเจ็ท แอร์เวย์ส

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ใช้บริการสายการบินในเส้นทางประจำภายในประเทศ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ แบ่งแบบสอบถามเป็น 2 ส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ใช้มาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับการรับรู้เรื่อง การคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินของไทยในเส้นทางบินประจำภายในประเทศ

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ผู้วิจัยมีการทดสอบความตรง (Validity) และความเที่ยง (Reliability) ของเครื่องมือในการวิจัยดังนี้

3.1. การทดสอบความตรง (Validity) นำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิและมีความเชี่ยวชาญเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความตรงของเครื่องมือ เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ในงานวิจัยนี้ โดยการเลือกเฉพาะคำถามที่มีความตรงแล้วไปทำการทดสอบก่อนเก็บข้อมูลจริงเป็นการหาค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

3.2. การทดสอบความเที่ยง (Reliability) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีใช้กลุ่มตัวอย่างจริง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary) ดังนี้

4.1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าจากทฤษฎี หนังสือ บทความ แนวความคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสืบค้นจากเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อประกอบการทำวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลได้ซึ่งนำมาสร้างแบบสอบถาม

4.2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้วางแผนการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาตามความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการชาวไทยที่เดินทางโดยเครื่องบินของสายการบินของไทยในเส้นทางภายในประเทศ จำนวน 400 คน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติมาใช้เพื่อคำนวณหาค่าสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% กำหนดให้ความแตกต่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สำหรับค่าเฉลี่ย (Means) การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้อธิบายข้อมูลที่มีลักษณะ Interval Scale คือ ระดับการรับรู้เรื่อง การคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินของไทยในเส้นทางบินประจำภายในประเทศ



ผลการวิจัย ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	128	32.0
หญิง	272	68.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	7	1.8
20-29 ปี	120	30.0
30-39 ปี	156	39.0
40-49 ปี	90	22.5
50-59 ปี	18	4.5
60 ปีขึ้นไป	9	2.3
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	19	4.8
ปริญญาตรี	270	67.5
ปริญญาโท	96	24.0
ปริญญาเอก	15	3.8
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	62	15.5
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	85	21.3
พนักงานบริษัทเอกชน	138	34.5
อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว	115	28.7

ตามตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการของสายการบินที่ให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสาร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย คือ เพศหญิง จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68 และเป็นเพศชายจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 อายุ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็น ร้อยละ 39 รองลงมา อายุอยู่ระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30 อายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 อายุระหว่าง 50 – 59 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 อายุระหว่าง 60 ปีขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมา มีระดับปริญญาโท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 การศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และการศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมา มีอาชีพอิสระหรือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 ประกอบอาชีพรับราชการหรือพนักงานของรัฐ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5



ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละ สายการบินที่ให้บริการในเส้นทางบินภายในประเทศไทยที่ผู้โดยสารใช้บริการ

สายการบินภายในประเทศที่ท่านใช้บริการเป็นประจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สายการบินไทย (TG)	73	18.3
สายการบินไทยแอร์เอเชีย (FD)	191	47.8
สายการบินนกแอร์ (DD)	65	16.3
สายการบินบางกอกแอร์เวย์ (PG)	20	5.0
สายการบินไทยไลอ้อนแอร์ (SL)	36	9.0
สายการบินไทยสมายล์ (WE)	14	3.5
สายการบินโอเรียนไทย (OX)	0	0.0
สายการบินกานต์แอร์ (K8)	0	0.0
สายการบินไทเกอร์แอร์ (TR)	1	0.3

ตามตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์จำนวนและร้อยละพฤติกรรม การใช้บริการสายการบินในเส้นทางบินภายในประเทศไทย ผลการศึกษา พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่ใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย (FD) จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมา คือ สายการบินไทย (TG) จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 สายการบินนกแอร์ (DD) จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 สายการบินไทยไลอ้อนแอร์ (SL) จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 สายการบินบางกอกแอร์เวย์ (PG) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 สายการบินไทยสมายล์ (WE) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และสายการบินไทเกอร์แอร์ (TR) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้เรื่องการคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสารใช้บริการของสายการบินที่ให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสาร ด้านขอบเขตของผู้โดยสารที่ได้รับความคุ้มครอง

ขอบเขตของผู้โดยสารที่ได้รับความคุ้มครอง	ระดับการรับรู้		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
- ผู้โดยสารที่ได้รับการคุ้มครอง คือ ผู้โดยสารที่จองเที่ยวบินนั้นและได้ชำระเงินแล้ว	3.97	1.05	มาก
- ผู้โดยสารที่มา Check in ภายในเวลาที่สายการบินระบุหรือหากไม่ระบุให้ถือว่าไม่น้อยกว่า 45 นาที	4.05	0.96	มาก

ตามตารางที่ 3 ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่อง การคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสารที่ให้บริการของสายการบินที่ให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศ ในด้านขอบเขตของผู้โดยสารที่ได้รับการคุ้มครอง ผลการศึกษา พบว่า ผู้โดยสารมีระดับความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่องขอบเขตของผู้โดยสารที่ได้รับความคุ้มครอง ในหัวข้อ ผู้โดยสารที่มา Check in ภายในเวลาที่สายการบินระบุ หรือหากไม่ระบุให้ถือว่าไม่น้อยกว่า 45 นาที และ ผู้โดยสารที่ได้รับการคุ้มครองคือผู้โดยสารที่จองเที่ยวบินนั้นและได้ชำระเงินแล้ว โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 และ 3.97 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้เรื่อง การคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสารที่ใช้บริการของสายการบินที่ให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศ กรณีเที่ยวบินล่าช้า ผู้โดยสารจะได้รับการปฏิบัติจากสายการบิน

กรณีเที่ยวบินล่าช้า ผู้โดยสารจะได้รับการปฏิบัติจากสายการบิน	ระดับการรับรู้		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
กรณีล่าช้าเกินกว่า 2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง			
- สายการบินต้องจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม โทรศัพท์ โทรสาร และ e-mail	3.35	1.28	ปานกลาง
- ได้รับค่าโดยสารคืน หากไม่ประสงค์เดินทาง	3.09	1.35	ปานกลาง
กรณีล่าช้าเกินกว่า 3 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 5 ชั่วโมง			
- สายการบินต้องจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม โทรศัพท์ โทรสาร และ e-mail	3.44	1.33	มาก
- ได้รับค่าโดยสารคืน หรือเปลี่ยนเที่ยวบิน หรือเดินทางโดยการขนส่งทางอื่น	3.37	1.36	ปานกลาง
กรณีล่าช้าเกินกว่า 5 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 6 ชั่วโมง			
- สายการบินต้องจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม โทรศัพท์ โทรสาร และ e-mail	3.47	1.37	มาก
- ได้รับค่าโดยสารคืน หรือเปลี่ยนเที่ยวบิน หรือเดินทางโดยการขนส่งทางอื่น และได้รับเงินชดเชยเป็นเงินสด 600 บาท เว้นแต่สายการบินพิสูจน์ได้ว่าเที่ยวบินล่าช้าด้วยเหตุสุดวิสัย	3.28	1.39	ปานกลาง
กรณีล่าช้าเกินกว่า 6 ชั่วโมง			
- สายการบินต้องปฏิบัติต่อผู้โดยสารเช่นเดียวกับมาตรการในเรื่องการยกเลิกเที่ยวบิน	3.45	1.43	มาก

ตามตารางที่ 4 ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง กรณีหากสายการบินทำการบินล่าช้าเกินกว่า 2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง สายการบินจะต้องปฏิบัติ ดังนี้ สายการบินต้องจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม โทรศัพท์ โทรสาร และ e-mail และได้รับค่าโดยสารคืน หากไม่ประสงค์เดินทาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.39 และ 3.09 ตามลำดับ กรณีล่าช้าเกินกว่า 3 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 5 ชั่วโมง ผู้โดยสารมีระดับการรับรู้ในระดับมากในหัวข้อสายการบินต้องจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม โทรศัพท์ โทรสาร และ e-mail 3.44 ส่วนหัวข้อ ผู้โดยสารจะได้รับค่าโดยสารคืน หรือเปลี่ยนเที่ยวบิน หรือเดินทางโดยการขนส่งทางอื่น ผู้โดยสารมีระดับการรับรู้ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ 3.37) สำหรับกรณีล่าช้าเกินกว่า 5 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 6 ชั่วโมง หัวข้อที่ผู้โดยสารมีระดับความรู้ความเข้าใจมากที่สุด คือ สายการบินต้องจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม โทรศัพท์ โทรสาร และ e-mail ค่าเฉลี่ย 3.47 นอกจากนี้ผู้โดยสารมีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลางในหัวข้อการได้รับค่าโดยสารคืน หรือเปลี่ยนเที่ยวบิน หรือเดินทางโดยการขนส่งทางอื่น ค่าเฉลี่ย 3.28 ตามลำดับ นอกจากนี้ กรณีล่าช้าเกินกว่า 6 ชั่วโมง ผู้โดยสารมีระดับการรับรู้ในระดับมากในหัวข้อ สายการบินต้องปฏิบัติต่อผู้โดยสารเช่นเดียวกับมาตรการในเรื่องการยกเลิกเที่ยวบิน ค่าเฉลี่ย 3.45

สรุปและอภิปรายผล

ผู้ให้บริการสายการบินในเส้นทางประจำภายในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 30-39 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ผู้โดยสารมีระดับการรับรู้ในระดับมาก ในเรื่องขอบเขตของผู้โดยสารที่ได้รับความคุ้มครอง ในหัวข้อผู้โดยสารที่มา Check in ภายในเวลาที่สายการบินระบุ หรือหากไม่ระบุให้ถือว่าไม่น้อยกว่า 45 นาที และ ผู้โดยสารที่ได้รับการคุ้มครองคือผู้โดยสารที่จองเที่ยวบินนั้นและได้ชำระเงินแล้ว ผู้โดยสารมีระดับการรับรู้ในระดับปานกลาง กรณีหากสายการบินทำการบินล่าช้าเกินกว่า 2 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 3 ชั่วโมง สายการบินจะต้องปฏิบัติ ดังนี้ สายการบินต้องจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม โทรศัพท์ โทรสาร และ e-mail และ ได้รับค่าโดยสารคืน หากไม่ประสงค์เดินทาง และในกรณีล่าช้าเกินกว่า 3 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 5 ชั่วโมง ผู้โดยสารมีระดับการรับรู้ระดับมาก ในหัวข้อสายการบินต้องจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม โทรศัพท์ โทรสาร และ e-mail ส่วนผู้โดยสารจะได้รับค่าโดยสารคืน หรือเปลี่ยนเที่ยวบิน หรือเดินทางโดยการขนส่งทางอื่น สำหรับกรณีล่าช้าเกินกว่า



5 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 6 ชั่วโมง หัวข้อที่ผู้โดยสารมีระดับการรับรู้มาก คือ สายการบินต้องจัดอาหารและเครื่องดื่ม โทรศัพท์ โทรสาร และ e-mail นอกจากนี้ผู้โดยสารมีการรับรู้ในระดับปานกลางเรื่องการได้รับค่าโดยสารคืน หรือเปลี่ยนเที่ยวบิน หรือเดินทางโดยการขนส่งทางอื่น ตามลำดับ นอกจากนี้ กรณีล่าช้าเกินกว่า 6 ชั่วโมง ผู้โดยสารมีระดับการรับรู้ในระดับมาก คือ สายการบินต้องปฏิบัติตามผู้โดยสารเช่นเดียวกับมาตรการในเรื่องการยกเลิกเที่ยวบิน ซึ่งใกล้เคียงกับพัชรพล เชาวพงษ์ (2559) กล่าวว่าปัจจัยการสื่อสารการตลาดด้านการโฆษณา ด้านการใช้เครือข่ายสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อบัตรโดยสารเครื่องบินของสายการบินเจ็ทแอร์เวย์ส เช่นเดียวกับ Stopka (2014) ได้เสนอว่าผู้โดยสารมีต้องการใช้ **mobile application** เพื่อต้องการทราบความเคลื่อนไหวของการขนส่งสาธารณะแบบ **door to door** แต่กระนั้นก็ตาม กรรณภัทร กันแก้ว (2555) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สายการบินโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยทางด้านความปลอดภัย ตารางบินที่มีให้เลือก ที่นั่งที่กว้างขวาง สะดวกสบาย ราคาที่เหมาะสมกับเส้นทางบิน การส่งมอบสัมภาระที่รวดเร็ว ความสะดวกในการจองตั๋วโดยสาร ความสุภาพเรียบร้อย และความเป็นมืออาชีพของพนักงานในการแก้ไขปัญหา ทั้งนี้เพื่อการดำเนินธุรกิจสายการบินที่มองโดยรอบของการบริการควรจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินของไทยในเส้นทางบินประจำภายในประเทศ และหากมีการร้องเรียน สามารถร้องเรียนมายังกรมการบินพลเรือนเพื่อเป็นการตรวจสอบข้อเท็จจริงและดำเนินการต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับนันต์ไชย ศักดิ์เดชยนต์ (2553) ได้เสนอแนะให้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่ดูแลตามประกาศกระทรวงคมนาคม เรื่องสิทธิของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินของไทยในเส้นทางบินประจำภายในประเทศ เช่น ในประเทศสหราชอาณาจักรได้มีการจัดตั้งสภาผู้โดยสารขนส่งทางอากาศ ภายใต้การกำกับดูแลโดยองค์กรการบินพลเรือนแห่งสหราชอาณาจักร หรือในประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการว่าด้วยการคุ้มครองผู้โดยสารเครื่องบิน ดังที่ Steer Davies Gleave (2010) ได้กล่าวว่าประสิทธิภาพของการเรียกร้องที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการสายการบินอาจขึ้นอยู่กับนโยบายของหน่วยงานทางการบินพลเรือนของประเทศ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ให้บริการสายการบินที่ประกอบธุรกิจให้บริการการบินในเส้นทางบินภายในประเทศ ควรแจ้งรายละเอียดการคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสารตามช่องทางบนเว็บไซต์ของสายการบินและ **mobile application** เพื่อให้ผู้โดยสารรับทราบก่อนการซื้อบัตรโดยสาร ส่วนเนื้อหาสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้โดยสารควรจัดให้มีอยู่ในหน้าการถามตอบของเว็บไซต์สายการบิน รวมถึงการแจ้งช่องทางการทำเรื่องร้องเรียน แจ้งปัญหายังกรมการบินพลเรือนเพื่อเป็นการตรวจสอบข้อเท็จจริงและดำเนินการต่อไปได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

นักศึกษาหรือหน่วยงานวิจัยที่มีความสนใจในด้านการบริการ สายการบิน คุณภาพการให้บริการ การร้องเรียนปัญหาจากผู้โดยสารในด้านสิทธิของผู้โดยสาร จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นแนวทางการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสารในเส้นทางระหว่างประเทศที่เป็นเส้นทางบินเข้าออกประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- กรรณภัทร กันแก้ว. (2555). ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารกับการบริการสายการบิน : กรณีศึกษาสายการบินที่ให้บริการบริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย.
- ฉัตรพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท วี.พี. (1991) จำกัด.
- ฉันทซ์ วรรณณอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ. ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- นิชานันท์ ลีลาอัมพรสิน. (2558). ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยสารสายการบินเส้นทางกรุงเทพฯ - โตเกียว. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- ธนพร เรืองพนิชกุล. (2557). ความคิดเห็นของผู้โดยสารคนไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี. ปีที่ 8 ฉบับที่ 15 เดือนมกราคม – เมษายน
- นิตา ชัชกุล. (2551). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น จำกัด.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี: หจก. เฟิร์นข้าหลวง พรินต์แอนด์พับลิช ชิง.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8.



- กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรพล เชาวพงษ์. (2559). การศึกษาปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อบัตรโดยสารสายการบินเจ็ท แอร์เวย์ส. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม.
- มิณญา โอปลอด. (2558). พฤติกรรมการใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 23 ฉบับที่ 42 พฤษภาคม-สิงหาคม.
- รวิวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2558). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรีนติ้ง เฮ้าส์.
- วลัยพร ธีวตระกูลไพบูลย์. (2553). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2540). การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท A.N. การพิมพ์.
- (2550). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- อนันต์ไชย ศักดิ์เดชยนต์. (2553). การคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสารเครื่องบิน: ศึกษากรณีในประเทศไทย. นิตยสารกฎหมายมหาชน สาขากฎหมายธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- U. Stopka. (2014). Identification of User Requirements for Mobile Applications to Support Door-to-Door Mobility in Public Transport. in Proceedings of the 16th International Conference on Human-Computer Interaction (HCI).
- Steer Davies Gleave. (2010). Evaluation of Regulation 261/2004: Main Report, February 2010. London, European Commission. DM28 5/70.



การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยววัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร A STUDY OF THE BEHAVIOR OF TOURISTS TRAVELING TO WAT TRIMITR WITTHAYARAM WORAWIHARN.

วีระ วีระโสภณ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา¹

บัว ศรีศข, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา²

Email: weera.we@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมายังวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร 3) เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร 4) เพื่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อวัดไตรมิตรวิทยาราม 5) เพื่อเสนอแนวทางการจัดการของวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการประมวลผล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่าการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังวัดไตรมิตร จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ เดินทางมาจากภูมิภาคในกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนมากที่สุด โดยโดยสารรถประจำทางมายังวัดเป็นยานพาหนะที่ใช้เดินทางมากที่สุด และส่วนมากจะมากับพวกกลุ่มเพื่อนเพื่อมาทำบุญและท่องเที่ยว โดยใช้เวลาอยู่ในวัดประมาณไม่เกิน 1 ชั่วโมง

คำสำคัญ: วัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร, พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ, นักท่องเที่ยว

ABSTRACT

A study of the behavior of tourists traveling to Wat Trimitr Witthayaram Worawiharn. This research aims to 1) To study general information of tourists. Arrive at Wat Trimitr Witthayaram Worawiharn 2) To study the behavior of tourists traveling to Wat Trimitr Witthayaram Worawiharn. 3) To study tourists' satisfaction in Wat Trimitr Witthayaram Worawiharn. 4) To study the composition and environment of Wat Trimitr Witthayaram Worawiharn. 5) to propose the management of Wat Trimitr Witthayaram Worawiharn to promote tourism. 400 samples were collected from the sample. The collected data were processed using descriptive and inferential statistics. The results are found that most of the tourists are from Bangkok who mainly took a bus with their friend in order to make a merits and travel. They spent around 1 hour in the temple.

Keywords: Wat Trimitr Witthayaram Worawiharn, Tourist behavior, Satisfaction, domestic tourism, tourist

¹ อาจารย์หลักสูตร ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

² อาจารย์หลักสูตร ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทนำ

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลกไปแล้ว เป็นที่ยอมรับกันว่าเกือบจะทุกประเทศในโลกนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ เจริญเติบโตจนกลายมาเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว และในหลายประเทศ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอยู่ในระดับที่ 1-3 ของ 10 อันดับแรกในอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศนั้น ๆ อีกด้วยข้อเท็จจริงดังกล่าวนี้สอดคล้องกับความเจริญเติบโตของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ซึ่งในรอบทศวรรษที่ผ่านมา รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่ในลำดับ 1 หรือ 2 มาโดยตลอด เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากการส่งออกอื่น ๆ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศในลำดับต้นๆ ก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจหลายประการ ท่ามกลางเศรษฐกิจโลกที่ซบเซา ภาคการท่องเที่ยวถือเป็นภาคเดียวที่ยังมีแนวโน้มดีขึ้นต่อเนื่อง จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขยายตัว ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง ธันวาคม ปีที่แล้ว โดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจีนและมาเลเซีย ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2560 มีจำนวน 35,381,210 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.77 ของปี 2559 รวมรายได้ ของปี 2560 เท่ากับ 1,824,042.35 ล้านบาท ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.66 ถือว่าเป็นการส่งสัญญาณการเริ่มต้นที่ดีของการท่องเที่ยวไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา <http://www.mots.go.th>, access online 20/03/2018)

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อสราญใจ การบริหารงานธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่วน Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางจากอีกจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง เพื่อไปหาสราญใจหรือเพื่อความรู้ทางวัฒนธรรมแล้วกลับมา ณ จุดเริ่มต้น คำว่า “การท่องเที่ยว” จึงเป็นคำที่มีความหมายกว้าง มิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสุขสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทาง ภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ในปัจจุบันการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง ความหมายของการท่องเที่ยวนั้นอาจสรุปได้ในเงื่อนไข 3 ประการ คือ ประการแรก ต้องเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว ประการที่สอง ต้องเดินทางไปด้วยความสมัครใจ และ ประการสุดท้ายเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใด ๆ ก็ได้ ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ (ฉันทข วรรณธอม, 2552) ซึ่งปัจจัยของการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง สิ่งที่สามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือนจะต้องเป็นพื้นที่ที่มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในแหล่งท่องเที่ยวจะมีจุดที่เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว จุดหนึ่งหรือหลายจุดก็ได้ ถ้ามีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหลายจุด แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะมีนักท่องเที่ยวและสนใจนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกันมาก

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติให้มา (Natural Attraction Factors) คือ ความงามตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปเที่ยวในพื้นที่นั้น เช่น หาดทรายที่สวยงาม สภาพป่า และชีวิตสัตว์ป่า เป็นต้น

1.2 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Historical and Cultural Attraction Factors) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแล้วสามารถดึงดูดใจให้มนุษย์ไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สิ่งก่อสร้างที่เป็นสถาปัตยกรรม ได้แก่ วัด วัง เมืองโบราณ เป็นต้น วิถีชีวิตจากการกระทำของคน เช่น ตลาดน้ำ ก็เป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์ทำให้เกิดขึ้นมา รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่คนเราสร้างขึ้นมา เช่น การแข่งกีฬา การแสดง การจัดเทศกาล เช่น งานเทศกาลอาหาร งานเทศกาลผลไม้ เป็นต้น

2 สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่รองรับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายที่สำคัญมากที่สุดคือ เรื่องที่พักแรมไม่ว่าจะเป็นที่พักในรูปแบบโรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสต์เฮาส์ สิ่งสำคัญอันดับรองลงมา คือ การบริโภคจึงต้องมีร้านอาหารบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนข่าวสารข้อมูลเพื่อการเดินทางไว้บริการนักท่องเที่ยว

3 การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง การไปถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ คือ ต้องมีการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นอย่างสะดวกปัจจัยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความพึงพอใจหรือความต้องการที่จะได้รับการไปท่องเที่ยว โดยที่บางคนต้องการไปท่องเที่ยวธรรมชาติอย่างเดียวแต่บางคนอาจจะต้องการความสะดวกสบายในเรื่องของที่พักร้านอาหาร เป็นต้น



การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และการตลาด การท่องเที่ยว (Tourism Market of Tourist) แต่ละองค์ประกอบย่อมมีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุและผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อยและความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั่นเอง (อรนุช ศิลปนิพนธ์, 2547)

จากทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเภท นักท่องเที่ยวสามารถเลือกท่องเที่ยวได้ตามความสนใจและสำหรับวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหารซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ประเภท ศาสนสถาน ถือได้ว่าเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจไปเยี่ยมชม เพราะสามารถเข้าถึงแหล่งได้ง่ายและความเก่าแก่และโบราณอย่างมากอีกแห่ง โดยมีชื่อเสียงโด่งดังเป็นที่รู้จักของชาวไทยอย่างมาก วัดไตรมิตรวิทยาราม ตั้งอยู่ที่ถนนมิตรภาพไทย-จีน แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ เป็นวัดโบราณอยู่ในที่ลุ่มพระอารามเป็นเรือนไม้ มีชื่อเดิมว่า “วัดสามจีน” เข้าใจกันว่า ชาวจีน 3 คนร่วมกันสร้างพระอารามเพื่อเป็นวิหารทานการบุญ

ในปีพุทธศักราช 2477 พระมหากัม สุวรรณชาติ ผู้รักษาการในหน้าที่เจ้าอาวาสเป็นผู้ริเริ่มปรับปรุงวัด ต่อมาในปีพุทธศักราช 2480 ได้รับอนุมัติจากมหาเถรสมาคมให้ปรับปรุงสภาพวัดให้ดีขึ้น ปีพุทธศักราช 2482 พ่อค้าประชาชน คณะครูและนักเรียน ได้ร่วมกันปฏิสังขรณ์และเปลี่ยนนามใหม่ เป็นชื่อ วัดไตรมิตรวิทยาราม ซึ่งมีความหมายว่า เพื่อน 3 คนร่วมกันสร้างวัดนี้ ประกอบกับวัดเป็นที่ตั้งโรงเรียนปริยัติธรรมและโรงเรียนไตรมิตรวิทยาลัยของรัฐบาลอยู่ภายในบริเวณของวัด

สิ่งสำคัญของวัด คือ พระพุทธมหาสุวรรณปฏิมากร (หลวงพ่อทองคำ) เป็นพระพุทธรูปทองคำที่ใหญ่ที่สุดและได้รับการบันทึกในหนังสือบันทึกสถิติโลกกินเนสส์ พระพุทธรูปทองคำองค์นี้มีหน้าตักกว้าง 3.01 เมตร สูง 3.91 เมตร องค์พระสามารถถอดได้ 9 องค์ จากฐานองค์พระขึ้นไปเนื้อทองบริสุทธิ์ 40% พระพักตร์มีเนื้อทอง 80% ส่วนพระเศวตมีน้ำหนัก 45 กิโลกรัม เป็นเนื้อทองบริสุทธิ์ 99.99%

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความตั้งใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร จังหวัดกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษานักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมอย่างไรในการมาท่องเที่ยว วัดไตรมิตรให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหารอีกและศึกษาว่าปัจจัยด้านใดที่นักท่องเที่ยวเห็นควรในการปรับปรุงหรือพัฒนาเพิ่มขึ้น เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวของวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร ให้เป็นที่นิยมแพร่หลายไปในวงกว้างขึ้นอีก รวมทั้งเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังวัดไตรมิตร

การทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการศึกษา ผลงานแนวคิดทฤษฎีที่หลากหลาย ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวที่จัดแบ่งตามสากล คือ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) และกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศ (Inbound Tourism) โดยศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร จังหวัดกรุงเทพมหานครการท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้นแหล่งท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการหรือ 3As (Davidson, 1995 : 4) ได้แก่

1.1 สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Sites) และเหตุการณ์ (Event) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติสร้าง หรือมนุษย์สร้างขึ้นแต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว

1.2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Comfort) ความสะดวกสบายทำให้นักท่องเที่ยว หรือคนเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็วปลอดภัยและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐานในการผลิต

(Infrastructure) เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา จึงจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้สิ่งก่อสร้างอื่นๆ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก โรงพยาบาล ฯลฯ ตลอดจนระบบการกำจัดของเสียก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องพัฒนาควบคู่กันไปกับแหล่งท่องเที่ยว

1.3. การเข้าถึง (Accessibility) การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบขนส่ง (Transportation) ซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง (Route) พาหนะ (The Vehicle) สถานี(station)และผู้ประกอบการ (Investor) การขนส่งมีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคนและสิ่งของ ไปยังจุดหมายปลายทางโดยผ่านเส้นทางหรือท่าลำเลียง

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่สิ่งมีชีวิตกระทำและบุคคลอื่นสามารถสังเกตได้หรือใช้เครื่องมือวัดได้ นอกจากนี้ พฤติกรรมไม่ได้มีความหมายเฉพาะแต่การแสดงออกทางด้านร่างกายภายนอกอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงกิจกรรมภายในอันได้แก่ความรู้สึก อารมณ์ (โสภณ ชูพิกุลชัย.2521:1)

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการกระทำนั้นจะเป็นการกระทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และไม่ว่าคนอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ได้ก็ตาม การพูด การเดิน การกระพริบตา การได้อิน การเข้าใจ การรู้สึกโกรธและการคิดต่างก็เป็น พฤติกรรมทั้งนั้น (ชัยพร วิชชาวุธ.2523:1)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ พฤติกรรมการเดินทาง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว การพักผ่อนและอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้คือ 1.วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว 2.พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว 3.ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว 4.สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว 5.ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 6.ลักษณะของการพักผ่อน 7.ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 8.ลักษณะของการใช้จ่ายเงิน

สรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำของนักท่องเที่ยวที่ทำการกิจกรรมต่าง ๆ หรือแสดงท่าทางความต้องการออกมาหรือเป็นการกระทำที่แสดงออกมาเพื่อนำไปสู่การเดินทาง รูปแบบการเดินทาง และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตัวนักท่องเที่ยวมีความต้องการและปรารถนาจะระหว่างการเดินทางนั้น โดยที่บุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็นได้หรืออาจจะสังเกตจากการใช้เครื่องมือวัดก็ได้ นอกจากนี้พฤติกรรมไม่ได้มีความหมายเฉพาะแต่การแสดงออกทางด้านร่างกายภายนอกเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมภายในอันได้แก่ความรู้สึกอีกด้วย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

3. แนวคิดแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างไปจากแรงจูงใจในวิชาจิตวิทยา หรือแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเป็นแนวคิดที่เป็นแบบถูกผสมระหว่างแนวคิดทางจิตวิทยา (Psychological) ผสมกับแนวคิดทางด้านสังคมวิทยา แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจึงหมายถึง เครื่องอ้าย ทั้งหมดของพลังทางวัฒนธรรมและพลังทางชีววิทยา ซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว

แรงจูงใจคือพลังผลักดันให้คนมีพฤติกรรมและยังกำหนดทิศทางและเป้าหมาย ของพฤติกรรมนั้น ด้วยคนที่มีแรงจูงใจสูงจะ ใ้ความพยายามในการกระทำไปสู่เป้าหมายโดยไม่ลดละแต่คนที่มีความแรงจูงใจต่ำจะไม่แสดงพฤติกรรมหรือไม่ก็ล้มเลิกการกระทำก่อนบรรลุเป้าหมาย

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (tourism motivation) หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ได้สรุปรูปแบบของสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวจากลักษณะของสิ่งกระตุ้นตามโดยแบ่งประเภทของสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท

- 3.1. สิ่งกระตุ้นทางด้านร่างกาย อันได้แก่ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ อาจจะเป็นวัตถุประสงค์ทางสุขภาพ เพื่อการศึกษา ความสบายใจและความพึงพอใจ
- 3.2. สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรมเป็นลักษณะความต้องการที่เรียนรู้พบเห็นวัฒนธรรมที่แตกต่างของสถานที่ต่าง ๆ เพื่อค้นหาความเป็นมาแบบของการดำรงชีวิต คนตรี ศิลปะพื้นบ้าน การเดินร่ำ เป็นต้น
- 3.3. สิ่งกระตุ้นระหว่างบุคคล ความต้องการที่จะพบปะผู้อื่นในสังคม การเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อน ค้นหาประสบการณ์ใหม่และแตกต่างจากประสบการณ์ที่เคยมีการเดินทางจากถิ่นที่อยู่เดิม
- 3.4. สิ่งกระตุ้นทางสถานภาพและชื่อเสียง หมายถึง การเดินทางเพื่อดำเนินต่อของกิจกรรมต่าง ๆ เช่น งานอดิเรก การศึกษา เพื่อการพัฒนาตนเองสร้างการยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ

4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

จากการทบทวนวรรณกรรมความหมายและแนวคิดความพึงพอใจสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเกิดขึ้นเมื่อได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหมายและอาจประเมินได้ว่า



ความรู้สึกหรือทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบความพึงพอใจเป็นพฤติกรรมของมนุษย์เป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่เมื่อได้รับสิ่งที่ต้องการหรือความผิดหวังซึ่งเกิดจากการรับรู้กับความคาดหวังซึ่งมีผลลัพธ์ของสิ่งที่ต้องการ

5. ข้อมูลทั่วไปของวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร

ที่ตั้งวัดไตรมิตรวิทยารามเป็นพระอารามหลวงชั้นโท ชนิดวรวิหาร ตั้งอยู่เลขที่ 661 ทางทิศตะวันตกของสถานีรถไฟหัวลำโพง ถนนเจริญกรุง แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร 10100 ตราประจำวัด คือ ภาพเทวดา 3 องค์ นั่งประชุมกันบนบัลลังก์เมฆ พื้นหลังสีดา ด้านนอกขอบทอง ด้านบนมีพุทธสุภาสิตประจำวัดคือ " อติโรจติ ปณฺญา ยสมมสมพุทฺธสาโก " แปลว่า "สาวกของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ย่อมเจริญรุ่งเรืองด้วยปัญญา" ประวัติและนามวัดวัดไตรมิตรวิทยารามโดยสังเขป เป็นวัดโบราณสร้างเมื่อสมัยใดไม่ปรากฏหลักฐาน เดิมมีชื่อว่า วัดสามจีนใต้ มีคำเล่ากันว่าวัดสามจีน เดิมมีอยู่สามวัด คือ วัดสามจีนอยู่ในคลองบางอ้อด้านตรงข้ามกับเทวศรัทธาหนึ่ง วัดสามจีนเหนือ บางท่านก็ว่าอยู่ที่บางขุนพรหม บางทีก็ว่าอยู่ที่จังหวัดนนทบุรี สำหรับวัดที่อยู่บางขุนพรหมคือ วัดสังเวชวิศยาราม ส่วนที่อยู่จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ วัดโชติการาม อำเภอเมืองนนทบุรี และวัดสามจีนใต้ ได้แก่ วัดไตรมิตรวิทยาราม เหตุที่เรียกว่าวัดสามจีน ก็เนื่องด้วยเหตุว่ามีชาวจีน ๓ คนได้ช่วยกันก่อสร้างขึ้นมาจึงได้นามว่า “วัดสามจีน”

พระพุทธรูปมหาสุวรรณปฏิมากร ประวัติหลวงพ่อทองคำประวัติที่แน่ชัดของพระพุทธรูปมหาสุวรรณปฏิมากรสืบทราบย้อนไปได้เพียงว่าประดิษฐานอยู่ที่วัดพระยาไกร กรุงเทพมหานคร มาตั้งแต่รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 (ครองราชย์ พ.ศ.2367 – 2394) โดยไม่ปรากฏหลักฐานว่าสร้างขึ้นเมื่อใดและที่ไหน แต่จากลักษณะทางศิลปะขององค์พระซึ่งเป็นพระพุทธรูปศิลปะสุโขทัยหมวดใหญ่ อันเป็นรูปแบบพระพุทธรูปที่งดงามสมบูรณ์ที่สุดในศิลปะสุโขทัย ซึ่งเกิดขึ้น ณ กรุงสุโขทัยในสมัยที่เป็นราชธานีเมื่อพุทธศตวรรษที่ 19 ทำให้สันนิษฐานได้ว่าพระพุทธรูปมหาสุวรรณปฏิมากรน่าจะสร้างขึ้นที่กรุงสุโขทัยในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งเป็นช่วงที่กรุงสุโขทัยมีความมั่งคั่งร่ำรวยและพระพุทธศาสนาเจริญรุ่งเรือง ดังปรากฏข้อความในศิลาจารึกของพ่อขุนรามคำแหงมหาราชว่า "กลางเมืองสุโขทัยนี้มีพิหาร มีพระพุทธรูปทอง มีพระอัฐารส มีพระพุทธรูป มีพระพุทธรูปอันใหญ่ มีพระพุทธรูปอันราม" และด้วยความใหญ่โตขององค์พระที่สร้างด้วยทองคำล้ำค่า ก็ทำให้สันนิษฐานได้ว่าพระมหากษัตริย์แห่งกรุงสุโขทัยน่าจะเป็นผู้โปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระพุทธรูปองค์นี้ขึ้นพระพุทธรูปมหาสุวรรณปฏิมากรเป็นพระพุทธรูปทองคำขนาดหน้าตักกว้าง 6 ศอก 5 นิ้ว (313 เซนติเมตร) สูง 7 ศอก 1 ศอก 9 นิ้ว (398 เซนติเมตร) หนักประมาณ 5-5 ตัน อิริยาบถปางมารวิชัย กล่าวคือ ประทับขัดสมาธิราบ พระหัตถ์ซ้ายวางหงายบนพระเพลา พระหัตถ์ขวาวางที่พระขานู นิ้วพระหัตถ์ชี้ลงพื้นธรณี ลักษณะพุทธศิลป์เป็นแบบพระพุทธรูปสุโขทัยหมวดใหญ่ ซึ่งถือว่างดงามที่สุดในศิลปะไทย ลักษณะเด่นของพระพุทธรูปหมวดนี้คือ วงพระพักตร์เป็นรูปไข่ขอบพระเกศาเป็นรูปก้นหอยเวียนขวาหรือทักษิณาวรรต พระเกตุมาลา (รัศมี) เป็นรูปเปลวเพลิง พระขนงโค้งงอตาม โค้งบรรจบกันที่ตักพระนาสิก พระนาสิกโด่งปลายพระนาสิกค่อนข้างงุ้ม พระโอษฐ์เรียวงาม คุกปลายแยมพระสรวล ครองจีวรห่มเฉียง พาดสังฆาฏิบนพระอังสาซ้าย ขายสังฆาฏิยาวจรดพระนาภี ปลายแฉกเป็นรูปเขี้ยวตะขาบ ประทับบนฐานหน้ากระดาน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการสุ่มตัวอย่างการวิจัย

การสุ่มตัวอย่าง คณะผู้วิจัยได้ทำการแจกสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ซึ่งจำนวนที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างตามตารางกำหนดขนาดตัวอย่างของ Toro Yamane ที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.05 และคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1. การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแนวแบบสอบถามได้รับการชี้แนะจากอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย และสร้างให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยรวมถึงแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรม

ตอนที่ 1 แบบสอบถามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ภูมิภาคที่เดินทางมา ยานพาหนะที่ใช้เดินทาง ผู้ร่วมเดินทางมาเพราะอะไร จำนวนครั้งที่มา และใช้เวลานานแค่ไหน รวมทั้งสิ้น 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ลักษณะของคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) ตามแบบของ ลิเคิร์ท ซึ่งเป็นมาตรฐานในอันดับ (Ordinal Scale) โดยมีให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุดตามลำดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้



ระดับคำตอบที่เลือก

ระดับคะแนน	มากที่สุด	คะแนน
ระดับคะแนน	มาก	4
ระดับคะแนน	ปานกลาง	3
ระดับคะแนน	น้อย	2
ระดับคะแนน	น้อยที่สุด	1

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยพร้อมกำหนดเกณฑ์ การแปลความหมายแต่ละระดับ ตามช่วงคะแนนเฉลี่ยดังนี้

ระดับคะแนนคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว		คะแนนเฉลี่ย
ระดับคะแนน	มากที่สุด	4.50-5.50
ระดับคะแนน	มาก	3.50-4.50
ระดับคะแนน	ปานกลาง	2.50-3.50
ระดับคะแนน	น้อย	1.50-2.50
ระดับคะแนน	น้อยที่สุด	1.00-1.49

สรุปและอภิปรายผล

สรุป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร ได้แก่ นักท่องเที่ยวมาจาก จังหวัดใด ยานพาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยววัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหารกับคนกลุ่มใดบ่อยที่สุด จุดประสงค์ในการเดินทางมา วัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร ใช้เวลาภายในวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหารเท่าไร โดยแสดงจำนวนค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percent) จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหารได้ทำการศึกษา ข้อคำถามต่างๆ รวม 6 ข้อ ซึ่งได้ผลสรุปมาดังนี้



ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว		จำนวน(คน)	ร้อยละ
ภูมิภาค	กทม	242	60.5
	กลาง	48	12.0
	เหนือ	30	7.5
	ใต้	33	8.3
	ตะวันออก	10	2.5
	ตะวันออกเฉียงเหนือ	37	9.3
รวม		400	100
ยานพาหนะ	รถส่วนตัว	97	24.3
	รถประจำทาง	182	45.5
	แท็กซี่	79	19.8
	ตุ๊กตุ๊ก	3	0.8
	รถตู้	12	3.0
	อื่นๆ	27	6.8
รวม		400	100
ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	21	5.3
	ครอบครัว	92	23.0
	คู่รัก	79	19.8
	เพื่อน	208	52.0
รวม		400	100
มาเพราะ	ท่องเที่ยว	159	39.8
	ศึกษาประวัติฯ	70	17.5
	ทำบุญ	165	41.3
	อื่นๆ	6	1.5
รวม		400	100
จำนวนครั้งที่มา	ครั้งแรก	125	31.3
	2-3ครั้ง	196	49.0
	มากกว่า4	79	19.0
รวม		400	100
ใช้เวลาในวัด	ไม่เกิน 1 ชั่วโมง	304	76.0
	1 ชั่วโมง	74	18.5
	2 ชั่วโมง	15	3.8
	มากกว่า 3 ชั่วโมง	7	1.8
รวม		400	100

จากตารางที่ 1 เมื่อได้ทำการจำแนกพบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาจากเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวน 242 คน (ร้อยละ60.5) เขตภาคกลาง จำนวน 48 คน (ร้อยละ12.0)เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 37 คน (ร้อยละ 9.3) เขตภาคใต้ จำนวน 33 คน (ร้อยละ8.3) เขตภาคเหนือ จำนวน 30 คน (ร้อยละ7.5) และเขตภาคตะวันออก จำนวน 10 คน (ร้อยละ 2.5)ตามลำดับ เมื่อได้ทำการจำแนกตามยานพาหนะที่ใช้เดินทางมากที่สุด ได้แก่ รถประจำทาง มีจำนวน 182 คน (ร้อยละ 45.5) รองลงมาคือรถส่วนตัว จำนวน 97 คน (ร้อยละ24.3) แท็กซี่ จำนวน 79 คน (ร้อยละ19.8) อื่นๆ จำนวน 27 คน(ร้อยละ 6.8) รถตู้ จำนวน 12 คน (ร้อยละ 3.0) และรถตุ๊กตุ๊ก จำนวน 3 คน (ร้อยละ 0.8) ตามลำดับ ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่นิยมเดินทางมากับเพื่อน จำนวน 208 คน (ร้อยละ 52.0)ครอบครัวหรือญาติ จำนวน 92 คน (ร้อยละ 23.0) คู่รัก จำนวน 79 คน (ร้อยละ 19.8) และเดินทางคนเดียว จำนวน 21 คน (ร้อยละ 5.3) ซึ่งจำแนกจากจุดประสงค์ในการเดินทางมากที่สุด คือ ทำบุญ 165 คน (ร้อยละ 41.3) รองลงมา ได้แก่ ท่องเที่ยว จำนวน 159 คน (ร้อยละ 39.8) ศึกษาประวัติ จำนวน 70 คน (ร้อยละ 17.5) อื่นๆจำนวน 6 คน (ร้อยละ 1.5) ตามลำดับ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมายังวัด ซึ่งจำนวนครั้งที่เดินทางมากที่สุด คือ เคยมาแล้ว 2-3 ครั้ง จำนวน 196 คน (ร้อยละ49.0) รองลงมา ได้แก่ เดินทางมาครั้งแรก จำนวน 125 คน (ร้อยละ 31.3) และเดินทางมากกว่า 4 ครั้ง จำนวน 79 คน (ร้อยละ 19.8) และส่วนใหญ่ใช้เวลาภายในวัด ไม่ถึง 1 ชั่วโมง จำนวน 304 คน (ร้อยละ76.0) ใช้เวลา 2 ชั่วโมง จำนวน 15 คน (ร้อยละ3.8) และมากกว่า 3 ชั่วโมง จำนวน 7 คน (ร้อยละ 1.8)ตาม ลำดับ

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังวัดไตรมิตรวิทยาราม สรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

เห็นได้ชัดว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมายังวัดไตรมิตรวิทยารามฯ ส่วนมากนั้นจะเป็นเพศหญิง อาจเนื่องมาจากเป็นวัดที่สามารถเดินทางมาได้อย่างสะดวกสบายสามารถขึ้น MRT หรือรถประจำทางมาได้เลย ซึ่ง วัดอยู่ใกล้กับชุมชนเยาวราชและตลาดสำเพ็งทำให้เมื่อมายังวัดแล้วสามารถเดินทางไปซื้อของหรือรับประทานอาหารได้สะดวก

ช่วงอายุนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมายังวัดไตรมิตรวิทยารามฯ ส่วนมากนั้นจะเป็น 19 – 29 ปีซึ่งเป็นทั้งนักศึกษาและพนักงานเอกชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวไหว้พระทำบุญในวันหยุดหรือช่วง ใกล้เคียงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ รวมถึงเดินทางมาเพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาและวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน เยาวราช

สถานภาพท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นโสดมากกว่าสมรสแล้วเพราะส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มี อายุช่วง 19 – 30 ปี เป็นนักเรียน นักศึกษาหรือพนักงานบริษัท

การศึกษาส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาปริญญาตรี ซึ่งนักศึกษาจะใช้เวลาวางในช่วงวันหยุดหรือ ช่วงหลังเลิกเรียนช่วงเที่ยงหรือบ่ายนัดเพื่อนมาทำบุญไหว้พระหรือนัดกันมาศึกษาสถานที่ต่าง ๆ ภายใน วัดรวมถึงสถานที่ต่าง ๆใกล้เคียงบริเวณวัด

อาชีพนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คืออายุช่วง 19 – 30 ปี ซึ่งช่วงอายุดังกล่าวเป็นนักเรียนนักศึกษา ทำให้มีนักเรียนนักศึกษาเดินทางมาจำนวนมาก

ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่รายได้ไม่เกิน 10,000 บาทเพราะส่วนใหญ่แล้วยังเป็นนักเรียน นักศึกษาอยู่ และส่วนใหญ่เป็นคนไทยในการสุ่มเลือกทำแบบสัมภาษณ์ แต่วัดมีนักท่องเที่ยวเดินทางมา จำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นคนจีน เกาหลี ญี่ปุ่น

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นจะอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ซึ่งสถานที่ตั้งของวัดในอยู่ ใกล้ทั้งเขตธนบุรีที่มีผู้คนอาศัยอยู่มาก รวมไปถึงเขตชุมชนเยาวราชและสถานที่ใกล้เคียงมีชื่อเสียงโด่งดังทำให้ผู้คนที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลเดินทางมาวัดเป็นจำนวนมากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยรถประจำทางเพราะมีความสะดวกสบาย ไม่ต้องพบกับปัญหาจราจรติดขัดเนื่องจากถนนบางเส้นเป็นช่องทางรถประจำทาง และไม่ต้องขับรถเองให้เสียค่าใช้จ่ายสิ้นเปลือง รถประจำทางที่วิ่งผ่านวัดไตรมิตรมีมากจำนวนหลายสายจากหลายสถานที่ เช่น สาย 1, 7, 4, 25, 40, 53, 73, 73ก, 177 และ 529

ส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวนิยมมากับเพื่อนซึ่งจะมาจากเพื่อนที่กำลังเรียนด้วยกันหรือเพื่อนร่วมงานเพราะส่วนใหญ่ที่เดินทางมานั้นมีอายุในช่วง 19 – 30 ปี

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาทำบุญมากที่สุด เพราะเนื่องด้วยภายในวัดมีพระที่สำคัญต่างๆ หลากองค์ ซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของชาวไทยจำนวนมาก

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมายังวัดนี้แล้ว 2-3ครั้ง แต่เนื่องด้วยความเลื่อมใสใน พระพุทธศาสนา รวมถึงความเลื่อมใสในวัดแล้วยังมีสิ่งดึงดูดใจสำคัญหลายอย่างทำให้นักท่องเที่ยว เดินทางกลับมาอีกครั้ง



นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาภายในวัดไม่เกิน 1 ชั่วโมง ซึ่งเนื่องด้วยจากภายในวัดมี จำนวนนักท่องเที่ยวที่มากไม่ว่าจะเป็น คนจีน เกาหลี ญี่ปุ่น รวมถึงนักท่องเที่ยวไทยทำให้สถานที่บาง สถานที่รองรับนักท่องเที่ยวไม่เพียงพออีกทั้งสภาพอากาศของเมืองไทย เป็นเมืองร้อน ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ไม่สามารถทนอากาศร้อนนานๆ ได้จึงเดินทางกลับก่อน

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

ด้านสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าสิ่งดึงดูดใจมากที่สุดคือความสวยงาม ทั้งในเรื่อง ปฏิกิริยาหรือสถาปัตยกรรม ของวัดเองรวมถึงส่วนที่สำคัญที่สุดของวัดคือ พระพุทธรูปทองคำที่ใหญ่ที่สุดและได้รับการบันทึก ในหนังสือบันทึกสถิติโลกกินเนสส์ พระพุทธรูปทองคำองค์นี้มีหน้าตักกว้าง 3.01 เมตร สูง 3.91 เมตร องค์พระสามารถถอดได้ 9 องค์ จากฐานองค์พระขึ้นไปเนื้อทองบริสุทธิ์ 40% พระพักตร์มีเนื้อทอง 80% ส่วนพระเศรณีน้ำหนัก 45 กิโลกรัม เป็นเนื้อทองบริสุทธิ์ 99.99%

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าสภาพแวดล้อม มีความร่มรื่น สะอาด เหมาะสมกับสถานที่ตั้ง ทำให้วัดมีบรรยากาศที่หน้าเข้ามาท่องเที่ยวและทำบุญ

ด้านกิจกรรม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าการทำบุญไหว้พระที่วัดเป็นสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด เพราะนักท่องเที่ยวนิยม เดินทางมาเคารพสักการะพระพุทธรูปทองคำมากที่สุด

ด้านการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับแรงดึงดูดใจจากเว็บไซต์ของการ เที่ยวเที่ยว หรือทางเว็บไซต์หลัก หลักของวัดเองซึ่งมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของทางวัดอยู่ ตลอดเวลารวมถึงการจัดงานหรือกิจกรรมที่สำคัญต่างๆ มีการ ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ทำให้มี คนรู้จักผ่านเว็บไซต์จำนวนมาก

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องของ พิพิธภัณฑสถานที่มีเนื้อหาสาระ ที่ให้นักท่องเที่ยวทราบถึงประวัติความเป็นมาของวัดพระพุทธรูปสำคัญ ของวัดรวมถึงข้อมูลประวัติความเป็นมาของชุมชนในย่านนั้นๆ ด้วย ซึ่งภายในชั้นล่างสุด เป็นพื้นที่จัด รถคันที่ 2 เป็นพื้นที่ศูนย์ประวัติศาสตร์เยาวราช "ความรุ่งเรืองบนถนนสายทองคำ" จัดแสดง นิทรรศการในหัวข้อ 1. เติบโตใหญ่ได้ร่วมพระบารมี 2. กำเนิดชุมชนจีนแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ (พ.ศ. 2325 – 2394) 3. เส้นทางสู่ยุคทอง (พ.ศ.2394 – 2500) 4. ดำเนินชีวิต 5. พระบารมีปกเกล้า 6. เยาวราชวันนี้ ชั้นที่ 3 นิทรรศการหลวงพ่ทองคำ "จากพุทธศิลป์สู่โซไซตี้ สู่พุทธสมัยปัจจุบัน" จัดแสดงในหัวข้อ 1. บทนำ ศิลปินบอกเล่าเรื่องราวโดยสรุปเกี่ยวกับองค์พระพุทธรูปทองคำ และ การ อัญเชิญ มาประดิษฐานในพระมหามณฑป 2. กำเนิดพระพุทธรูปและพัฒนาการสู่พระพุทธรูปทองคำ 3. การสร้างพระพุทธรูป มหาสุวรรณปฏิมากร 4. พุทธศิลป์สู่โซไซตี้ในองค์พระพุทธรูปทองคำ 5. การพอกปูนทับ และลงรักปิดทอง 6. อัญเชิญมา ประดิษฐานที่วัดพระยาไกร 7. พ.ศ.2498 อัญเชิญมา ประดิษฐาน ณ วัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหาร 8. พ.ศ. 2498 พระพุทธรูป ทองคำปรากฏ 9. เนื้อทองคำ 42 10. พ.ศ.2551 อัญเชิญมาประดิษฐานในพระมหามณฑปชั้นที่ 4 พระพุทธรูปทองคำ "พระพุทธรูปทองคำ ที่ใหญ่ที่สุดในโลก" จัดแสดงในหัวข้อ 1. ปุชนิยวัตถุที่มีมูลค่ามากที่สุดในโลก 2. 52 ปี ความทรงจำแห่งวิหาร หลังเดิม 3. พระมหามณฑปหลังใหม่ ยิ่งใหญ่สมพระบารมี

ด้านสถานที่ตั้งและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ สาธารณูปโภคเพราะ ในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอต่อ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาวัดเป็นจำนวนมาก

ด้านราคาสินค้าและบริการนักเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านการบริการ ดอกไม้ ูป เทียน การให้บริการดอกไม้ ูป เทียนภายในวัดมีการจัดสถานที่ไว้มีความเหมาะสม และตั้งไว้ใน สถานที่มีคนสามารถเข้าไปบูชาได้ง่ายและมีจำนวนเพียงพอ กับ นักท่องเที่ยวทุกคนรวมถึงราคาของ ดอกไม้ ูป เทียน มีราคาไม่สูงมาก

ด้านราคาสินค้าและบริการ นักเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านการบริการ คือ แผ่นป้ายสัญลักษณ์ให้ความรู้เพราะ ความมีป้ายให้ความรู้สิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำบอกให้ นักท่องเที่ยวทราบหรือข้อมูลเนื้อหาสาระสำคัญต่างๆ ของแต่ละสถานที่ต่างๆ ของวัดด้วย

ด้านการคมนาคม นักเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ อยู่ใกล้กลางเมือง สามารถ เดินทางมาได้สะดวกในหลายเส้นทาง ไม่ว่าจะเป็นรถประจำทาง MRT วินมอเตอร์ไซด์ ตุ๊กตุ๊ก ขับริมมา เอง รวมทั้งสถานที่ตั้งอยู่ใกล้สถานที่สำคัญของชุมชนเชื้อสายจีนหลาย แห่งและแหล่งซื้อของราคาถูก จำนวนมากมายหลายสถานที่

ด้านการคมนาคม นักเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือการเดินทาง ซึ่งการเดินทาง มายังวัดมีความสะดวกสบายก็จริง แต่ในเรื่องของระยะเวลาในการเดินทางเนื่องจากสิ่งสำคัญเนื่องด้วยมี การก่อสร้างถนนในหลายพื้นที่ ทำให้มีการจราจรที่ติดขัด และอีกทั้ง ยังเป็นสถานที่ที่ใกล้เคียงย่าน ชุมชนที่สำคัญทำให้มีการจราจรที่ติดขัดหรือสภาพคล่องตัวของรถน้อยกว่าที่อื่น

ด้านการบริการนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจมากที่สุด คือ เรื่องเวลาในการให้บริการคือเปิด ตั้งแต่ 08:00 – 17:00 เว้นวันจันทร์ปิด 21:00 ทำให้มีเวลาให้การท่องเที่ยวและทำบุญภายในวัด เหมาะสมและเพียงพอ

ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจน้อยมากที่สุดคือสถานที่จอดรถ เพราะมี นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เดินมาด้วยครอบครัว เพื่อนญาติพี่น้อง หรือมาแบบคณะของนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งในสถานที่จอดรถภายในวัดมีไม่พอ ทำให้ต้องหาที่จอดรถในสถานที่ ต่างๆ ที่ใกล้เคียงรวมถึงบริเวณรอบๆ กำแพงวัด

ด้านความปลอดภัยนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจมากที่สุดในเรื่องของการเดินทาง เพราะ ส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยรถประจำทาง ทำให้มีความสะดวกและปลอดภัยมากกว่าการขับรถมาเอง

ด้านความปลอดภัยนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ สถานที่จอดรถ เพราะ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากแล้วทำให้ที่จอดรถภายในวัดมีไม่เพียงพอ ทำให้นักท่องเที่ยวจอด รถไว้บริเวณใกล้เคียงซึ่งแต่ละสถานที่มีความเสี่ยงสูงในการทำผิดกฎหมายทำให้โดนปรับ หรือมี นายหน้าเก็บค่าดูแลซึ่งไม่ควรรวมถึงการโจรกรรมสิ่งของภายในรถหากจอดไว้ในที่ลับตาคน

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ซึ่งสถานที่ตั้งของวัดในอยู่ใกล้ทั้งเขตธนบุรีที่มีผู้คนอาศัยอยู่มาก รวมไปถึงเขตชุมชนเยาวราชและสถานที่ใกล้เคียงมีชื่อเสียงโด่งดังทำให้ผู้คนที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑลเดินทางมาวัดเป็นจำนวนมาก

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยรถประจำทางเพราะสะดวกสบาย ไม่ต้องทนกับปัญหารถติดเนื่องจากถนนบางเส้นเป็นบัสเลน และไม่ต้องขับรถเองให้เมื่อย และรถประจำทางที่ผ่านวัดไตรมิตรวิทยารามมีมากมายหลายสายจากหลายสถานที่ เช่น สาย 1, 7, 4, 25, 40, 53, 73, 73ก, 177 และ 529

ส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวนิยมมากกับเพื่อนซึ่งจะมาจากเพื่อนที่กำลังเรียนหรือเพื่อนร่วมงานเพราะส่วนใหญ่ที่เดินทางมานั้นมีอายุในช่วง 19 – 30 ปี

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาทำบุญมากที่สุด เพราะเนื่องด้วยภายในวัดมีพระที่สำคัญต่าง ๆ หลายองค์ ซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของชาวไทยจำนวนมาก

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยเดินทางมายังวัดนี้แล้ว 2 – 3 ครั้ง แต่เนื่องด้วยความเลื่อมใสในพระพุทธศาสนา รวมถึงความเลื่อมใสในวัดแล้วยังมีสิ่งดึงดูดใจสำคัญหลายอย่างทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาอีกครั้ง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้เวลาภายในวัดไม่เกิน 1 ชั่วโมง ซึ่งเนื่องด้วยจากภายในวัดมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากไม่ว่าจะเป็นคนจีน เกาหลี ญี่ปุ่น รวมถึงนักท่องเที่ยวไทยทำให้สถานที่บางสถานรองรับนักท่องเที่ยวไม่เพียงพออีกทั้งสภาพอากาศของเมืองไทยเป็นเมืองร้อน ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ไม่สามารถทนอากาศร้อนนาน ๆ ได้กลับก่อน

ส่วนที่ 5 แนวทางการจัดการของวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

จากผลของการวิจัยที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาจากภายในภูมิภาคกรุงเทพมหานครเป็นหลักซึ่งจะใช้บริการโดยสารรถประจำทางมายังวัดเป็นยานพาหนะที่ใช้เดินทางมากที่สุด และส่วนมากจะมากับพวกกลุ่มเพื่อนเพื่อเดินทางมาทำบุญและท่องเที่ยวไปในคราวเดียวกัน โดยใช้เวลาอยู่ในวัดประมาณไม่เกิน 1 ชั่วโมงก็จะเดินทางกลับ ดังนั้นแนวทางในการจัดการของวัดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรมีการทำประชาสัมพันธ์ลงยังสื่อต่างๆ และต้องมีการปรับให้มีข้อมูลที่ทันสมัยเป็นระยะๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวหรือประชาชนที่มีความต้องการที่จะเดินทางมาเที่ยวและทำบุญที่วัดสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ซึ่งในปัจจุบันสื่อที่สำคัญและเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็วก็คือสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์อย่างเป็นทางการของวัด เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม ไลน์ทวิตเตอร์ เป็นต้น เพื่อให้สื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้ได้บรรจุข้อมูลที่เป็นจริงและถูกต้องของวัดลงไป เช่น ประวัติความเป็นมาของวัด ผู้บริหารวัด เวลาเปิด – ปิด การเดินทาง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาพบว่า การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังวัดไตรมิตรวิทยารามวรวิหารขอแนะนำวิธีการเดินทางโดยทางรถยนต์ส่วนตัว / จากถนนพระราม 4 มุ่งหน้ามาทางถนนเจริญกรุง เมื่อผ่านแยกหัวลำโพง จะข้ามคลองผดุงกรุงเกษม ผ่านแยกไมตรีจิตต์ เลี้ยวซ้าย จะเห็นวัดไตรมิตรอยู่ทางขวามือ สามารถจอดรถได้ที่วัดไตรมิตรวิทยาราม วรวิหาร แต่ที่จอดรถมักหาค่อนข้างยากแนะนำมาารถโดยสารดีกว่า



เอกสารอ้างอิง

ขวัญจิตร โชติช่วง.(2549).ความสนใจและทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวที่มีผลต่อแนวโน้ม พฤติกรรมในการท่องเที่ยวภาคเหนือและ

ภาคใต้ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จรัสพันธ์ สิทธิเจริญ. (2551). พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย.วิทยานิพนธ์

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ฉันท ช วรรณถนอม. (2552). **หลักการมีคฤเทศก์** (พิมพ์ครั้งที่3),นนทบุรี : หจก.เฟิร์นข้าหลวง ฟริน แอนด์พับลิชชิง

ชัชวาล นิธิพิพัฒโกศล. (2547). **วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต**. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.เชียงราย. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2552). **การตลาดบริการ**. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

สรไกร เต็มถาวร. (2548). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี**. สารนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สงเดือน สอนเจริญ. (2548). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย บริเวณอ.เชียงแสน**

จ.เชียงราย.สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์. (2558). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

วลัยพร รัตระกูลไพบูลย์ (2553). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. ปทุมธานี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.



การมีส่วนร่วมของชุมชนและทุนทางสังคมต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหนองอ้อ
ตำบลป่าซาง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย
Community Participation and Social Capital towards Community Based Tourism,
Ban Nong Aor, Pa Sang Sub-district, Mae Chan District, Chiang Rai Province.

ภูวนารถ ศรีทอง¹

มนสิชา ชวคำ²

อรรณณ บุญพัฒน์³

สุรัชณี ยลระศาสตร์⁴

นครเศ อุดชะยา⁵

ศรินพรรณ ชุ่มอินทจักร⁶

E-Mail: phuwanat.sri@crru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษา การมีส่วนร่วมของชุมชนและทุนทางสังคมต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหนองอ้อ ตำบลป่าซาง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาการมีส่วนร่วมและทุนทางสังคมวัฒนธรรมของหมู่บ้านและ 2) แนวทางการมีส่วนร่วมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านหนองอ้อ ตำบลป่าซาง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ สังเกตและสนทนากลุ่ม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและชุมชน จำนวนทั้งสิ้น 25 คน มีขั้นตอนการวิจัยคือ ผ่านการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ลงพื้นที่ภาคสนามและวิจัยเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า บ้านหนองอ้อนั้นมีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยเฉพาะประเพณีการทอดกฐินที่ทางชุมชนมีการจัดทำขึ้นทุกปี เป็นงาน “ปันฝ้าย ถักทอ กรอ เย็บ เก็บ เป็นบุญ จุลกฐิน” ที่ถือว่าเป็นงานบุญใหญ่ของหมู่บ้านที่สืบทอดกันมา สำหรับทุนทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ประกอบด้วย การประกอบอาชีพของชุมชนซึ่งเป็นกลุ่มอาชีพส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนได้แก่ กลุ่มจักสาน, กลุ่มทอผ้า, กลุ่มปลูกดอกคำฝอย, กลุ่มเลี้ยงไก่พื้นเมือง และกลุ่มเกษตรอินทรีย์ อีกทั้งมีการจัดทำแผนพัฒนาหมู่บ้านทุกปีโดยประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการทำงานของชุมชน ประกอบกับชุมชนบ้านหนองอ้อเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง สามารถนำทุนทางสังคมที่มีอยู่ซึ่งได้แก่ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรมมาฟื้นฟู พัฒนา โดยให้คนในชุมชนเป็นผู้ถ่ายทอดแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาเยือนได้เรียนรู้และเข้าใจสามารถนำทุนทางสังคมที่มีอยู่มาอนุรักษ์ ฟื้นฟู พัฒนา ต่อยอดและนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างเหมาะสมจะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนได้อย่างเหมาะสมต่อไป

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วมของชุมชน, ทุนทางสังคม, การท่องเที่ยวโดยชุมชน

¹ อาจารย์ประจำ สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

² อาจารย์ประจำ สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์ สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

⁴ อาจารย์ประจำ สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

⁵ อาจารย์ประจำ สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

⁶ อาจารย์ ดร. ประจักษ์ สำนักวิชาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



ABSTRACT

This research aimed to study the Community Participation and Social Capital towards Community Based Tourism, Ban Nong Aor, Pa Sang Sub-district, Mae Chan District, Chiang Rai Province. The objective are 1) to study participation and social and cultural capital of the village and 2) the guideline for participation in tourism management by Ban Nong Or community, Pa Sang Sub-district, Mae Chan District, Chiang Rai Province. It employed qualitative methodology involving structured Interview, participant observation and focus groups to collect information and data from relevant parties in both the represent of local government and the community and stakeholders of 25 key informants were researched through participatory observation, fieldwork and related literatures. The study found that Ban Nong Ao has a multicultural capital. In particular, the sacred ceremony that the community has created every year is the Chulakathin event. The activity is collected cotton to "Spin, Weaving, Sew, Keep" for which is considered to be a great merit event of the village that has been passed down. Thus, the intellectual and cultural capital, consisting of community occupation which a career is promoting community economy including basketry, weaving group, safflower planting group, chicken breeding group and organic farming. There is a village development plan every year where people in the community take part in the work of the community. Therefore, Ban Nong Ao community is a strong community of social capital involving the way of life, wisdom, art and culture can be revived by extending the presentation. and allow people in the community to convey to tourists or visitors to learn and understand. Lastly, the existing social capital can be used for conservation, restoration, development, extension and utilization of appropriate community-based tourism management will further improve the quality of life of the people in the community.

Keywords: Community participation, Social capital, Community Based tourism

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาการมีส่วนร่วมและทุนทางสังคมวัฒนธรรมของหมู่บ้านหนองอ้อ ตำบลป่าซาง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย
2. เสนอแนะแนวทางการมีส่วนร่วมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านหนองอ้อ ตำบลป่าซาง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มีขั้นตอนและวิธีการในการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ตัวแทนภาครัฐที่เป็นทางการและชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านหนองอ้อ ตำบลป่าซาง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงรายโดยไม่จำกัดเพศ อายุ และการศึกษา ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์ และแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม (Stratified Sampling) ดังนี้

1. ตัวแทนภาครัฐ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน / ผู้นำของชุมชน/ และปราชญ์ชุมชน จำนวน 5 คน
2. คณะกรรมการหมู่บ้าน บ้านหนองอ้อ ตำบลป่าซาง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย จำนวน 5 คน
3. ชาวบ้านที่ตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ ชุมชนบ้านหนองอ้อ ตำบลป่าซาง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ในฐานะเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 15 คน

เครื่องมือที่ใช้วิจัย

ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) เกี่ยวกับ สภาพทั่วไปของชุมชน วิถีชีวิต วัฒนธรรมและ ประเพณี ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นจุดเด่นของชุมชน ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มกิจกรรม ราษฎรชาวบ้าน กลุ่มองค์กรต่างๆ การมีส่วนร่วมของชาวบ้าน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีการกำหนด ประเด็นการศึกษาไว้ล่วงหน้า

วิธีการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

1. เครื่องมือที่เป็นแบบสัมภาษณ์ คำถามโดยยึดวัตถุประสงค์ของการศึกษาเป็นแนวทางการจัดทำคำถาม
2. นำแบบสัมภาษณ์เข้าสู่การประชุมคณะผู้วิจัย เพื่อปรับปรุงข้อคำถามและเตรียมจัดทำแบบสัมภาษณ์ตรวจสอบ หาค่า IOC โดยผู้เชี่ยวชาญ

3. นำแบบสัมภาษณ์ไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง สำหรับการศึกษาในครั้งนี้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยใช้วิธีการ ดังนี้

- การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยคณะผู้วิจัยทำการสำรวจสภาพทั่วไปของบ้านหนองอ้อ วิถีชีวิต ของชุมชน พฤติกรรมการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน และการแสดงบทบาทของผู้นำในชุมชน รวมทั้งเข้าไปมีส่วนร่วมใน กิจกรรม ต่างๆ ของชุมชน เช่น การประชุมของชาวบ้าน การประชุมของผู้นำของกลุ่มต่างๆ การร่วมทำกิจกรรมต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น

- การสัมภาษณ์ (Interview) การสัมภาษณ์โดยการเข้าพบกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักอย่าง ใกล้ชิด โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเป็น ทางการ (Structural Interview) ใช้แนวคำถามมีเนื้อหาที่ ครอบคลุม ทิศทางสังคมในชุมชน บทบาทของทิศทางสังคมในการจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกต จะถูกนำมาตรวจสอบ ความครบถ้วนและความถูกต้องของ ข้อมูล จัดหมวดหมู่ของข้อมูลตามวัตถุประสงค์การศึกษา สรุป และนำเสนอผลการศึกษาเชิงพรรณนาวิเคราะห์ ในแต่ละประเด็นตาม วัตถุประสงค์การศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัย

ระยะเวลา 8 เดือน

บททวนวรรณกรรม

ชุมชนบ้านหนองอ้อ ตำบลปลาซาง อำเภอมะจัน จังหวัดเชียงราย เป็นชุมชนที่มีขนาดเล็กที่มีประวัติมายาวนานและมี ประเพณี วัฒนธรรมที่สืบทอดกันมากระทั่งปัจจุบันยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีแบบดั้งเดิม ชาวบ้านมีวิถี ชีวิตที่เรียบง่าย พอเพียง อยู่อาศัยกันแบบเครือญาติ ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและมีกลุ่มอาชีพต่างๆ อาทิ กลุ่มจักสาน กลุ่มทอผ้า กลุ่มเยาวชน กลุ่มเกษตรกรปลูกผักไร้สารพิษ และกลุ่มปลูกดอกคำฝอย เป็นชุมชนที่ได้รับรางวัลหมู่บ้านดีเด่นเกี่ยวกับการจัดการขยะ คนชุมชนอยู่ด้วยกันด้วยความสามัคคี มีผู้นำชุมชน เป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆให้ประสบความสำเร็จ ผู้ศึกษาวิจัยได้ ทำการศึกษาถึงทุนทางสังคมที่ได้นำคุณค่าทางสังคมที่ตามคำอธิบายของ (ประเวศ วะสี, 2542: 27) ที่กล่าวว่า ทุนทางสังคม มิใช่เรื่องใหม่ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยหากแต่เป็นคุณค่าเดิมที่สังคมไทย มีอยู่สังคมไทย มีคุณค่าที่เป็นทุนทางสังคมของตนเองมานานแล้ว และมีอยู่อย่างมากมาย เช่น

1) ระบบคุณค่า อุดมการณ์ ความเชื่อ ที่วางอยู่บนพื้นฐานของความเคารพนับถือต่อธรรมชาติ หรือกำหนดตนเองเป็น ส่วนหนึ่งของธรรมชาติ อันมีรากฐานมาจากพุทธศาสนา

2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกระบวนการเรียนรู้ที่ชุมชนสรรค์สร้างและสั่งสมมาเพื่อการดำรงชีพ เช่น ภูมิปัญญาด้าน เกษตรกรรม การแพทย์พื้นบ้าน การอยู่อาศัย เป็นต้น ซึ่งเป็นความรู้ที่ไม่ หยุดนิ่ง (Living Knowledge) และใช้ญาณวิทยา (Epistemology) ที่แตกต่างจากการแสวงหาความรู้แบบตะวันตก เป็นองค์ความรู้ที่กลั่นกรองจากประสบการณ์ที่ละเอียดลึกซึ้งและ แน่นแน่นกับธรรมชาติอย่างแยกไม่ออก

3) ระบบความสัมพันธ์ของคนในชุมชนที่มีลักษณะของระบบครอบครัวเครือญาติมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน โครงสร้าง ความสัมพันธ์ทางสังคมในแนวนอนเอื้อให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ในยามตกทุกข์ได้ยาก เช่น ระบบการเอามื้อเอาร่างกันในทุกภาค



4) กฎ จาริต ประเพณี อันเป็นลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น ที่หล่อหลอมจากประสบการณ์ของคนรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง เป็นสำนึกร่วมของคนในชุมชนที่มุ่งสร้างระบบขึ้นมาเพื่อควบคุมชุมชนให้ดำเนินชีวิตไปตามระบบคุณค่า

5) ระบบบรรณสิทธิ์และการจัดการร่วมกัน เช่น สิทธิชุมชนในการจัดการทรัพยากรอันเป็นสิทธิการใช้และดูแลรักษาสิ่งที่เป็นทรัพย์สินรวมของชุมชน และสาธารณะประโยชน์

6) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม อันเป็นที่มาของภูมิปัญญา วิถีคิดที่แตกต่างกันไปตาม ระบบนิเวศ เงื่อนไขที่สำคัญทางเศรษฐกิจ และการเมือง

7) ผู้นำทางปัญญาของชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้านที่มีภูมิปัญญาในการดำรงชีพด้านต่าง ๆ อันได้แก่ ผู้อาวุโส พระ หมอ พันบ้าน ผู้นำเกษตรกร เป็นต้น.

“ทุนทางสังคม” มีความหมายที่กว้างในการกำหนดความหมายของทุนทางสังคม มีนักวิชาการหลายท่านพยายามกำหนดความหมายให้เกิดความชัดเจนและครอบคลุมในแง่มุมต่างๆ ตั้งแต่คุณภาพของคนในสังคม สุขอนามัยดี การศึกษาดี และมีสมรรถภาพในการผลิต นอกจากนี้แล้วทุนทางสังคมยังหมายถึงสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้ 1) ความสัมพันธ์ที่ดีของครอบครัว เครือญาติ กับผู้อื่นในชุมชน เช่น แรงงานคืนถิ่นต้องอาศัยครอบครัวและเครือญาติในการดำรงชีวิต 2) ความรู้ที่เกิดจากการเรียนรู้จากครอบครัวและชุมชนสามารถปรับและเป็นส่วนสนับสนุนในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมสมัยใหม่ได้ 3) ความรู้พื้นบ้านเกี่ยวกับสุขภาพ เช่น สมุนไพรหมอพื้นบ้าน 4) การรวมกลุ่มเป็นองค์กรประชาชนในชุมชน 5) การมีความสุขจากความสงบและสันโดษ 6) การมีเศรษฐกิจที่หมุนเวียนอยู่ในชุมชน เช่น จ้างคนในชุมชน บริโภคทรัพยากรในชุมชน (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2541:6)

นักวิชาการชาวต่างชาติได้ให้ความหมายของทุนทางสังคมไว้ว่า ทุนทางสังคมว่า เป็นส่วนที่เอื้อประโยชน์ต่อทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในประเด็นความสัมพันธ์กันทางสังคมที่อยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจกันและกันที่ส่งผลให้เกิดความสะดวกต่อการดำเนินการทำงานด้านเศรษฐกิจ (R. Putnam, 1993:9) ยังมีผู้อธิบายอีกว่าทุนทางสังคมว่า เป็นชุดของความสัมพันธ์ระหว่างคนเป็นความสัมพันธ์ที่มีผลมาจากความตั้งใจบนพื้นฐานของความคาดหวังในสิ่งที่ต้องใช้ร่วมกันเป็นชุดของการมีค่านิยมร่วมกันและการมีสำนึกของความไว้วางใจระหว่างกัน สิ่งเหล่านี้ถือเป็นโครงสร้างของความสัมพันธ์ระหว่างคนสองคนหรือมากกว่าที่ได้แสดงออกมาและส่งผลต่อกิจกรรมที่ได้กระทำในมิติดังกล่าวทำให้เห็นได้ว่าทุนทางสังคมนั้น เป็นโครงสร้างทางสังคมที่เกิดขึ้นกับปัจเจกบุคคลในองค์กร และทางตรงข้ามในที่ที่มีทุนทางสังคมอ่อนแอก็จะปรากฏความขัดแย้งกันในค่านิยมและการขาดซึ่งความไว้วางใจระหว่างกัน (J.s Coleman, 1998:95) ประโยชน์ของทุนทางสังคมได้มีนักวิชาการชาวไทยและชาวต่างชาติได้กล่าวถึงและให้ความหมายไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้ ประโยชน์ของทุนทางสังคมมี 3 ประการ ประกอบด้วย ประการแรกการที่ตัวแสดงมีทุนทางสังคมย่อมจะเอื้อประโยชน์ต่อการเข้าถึงทรัพยากรและสารสนเทศที่กว้างขวางโดยให้ทุนต่ำ ประการที่สอง อำนาจเป็นอิทธิพลที่เกิดจากการมีทุนทางสังคม ดังเรื่องกลุ่มอาวุโสที่บางคนย่อมมีอำนาจเหนือกว่าคนอื่น เนื่องจากพวกเขาได้สร้างบุญคุณแก่คนอื่น ดังนั้นผู้อาวุโสจึงสามารถใช้ความเชื่อศรัทธาที่มีอยู่ออกแนวทางปฏิบัติ ประโยชน์ของอำนาจทำให้มีการร่วมมือที่กว้างจากภายนอก และอำนาจก็เอื้ออำนวยต่อความสำเร็จของงานด้วย และประการสุดท้ายคือ ความเป็นปึกแผ่นการมีบรรทัดฐานทางสังคมและความศรัทธาที่เข้มแข็ง จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมระดับสูงส่งเสริมและสนับสนุนอย่างดีต่อกฎท้องถิ่นและขนบธรรมเนียม และยังลดการควบคุมแบบเป็นทางการได้ (S. Adler, Paul and Kwon, Seok-Woo, 17-40: 2002)

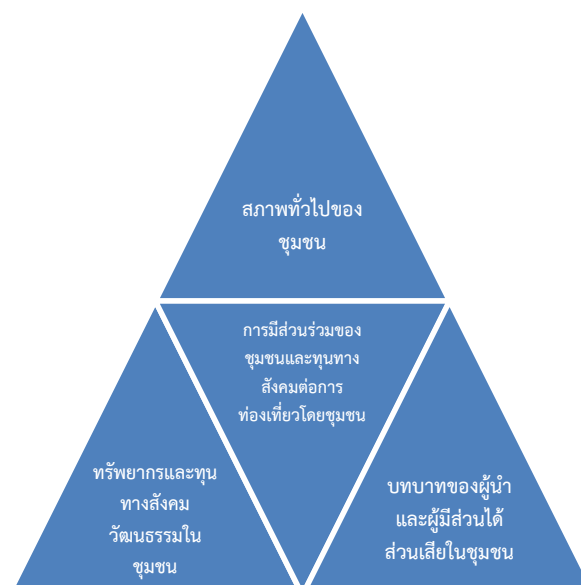
แนวคิดการมีส่วนร่วมได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายและอธิบายไว้ อาทิเช่น ปาริชาติ วลัยเสถียร (2548) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนาตั้งแต่ต้นจนสิ้นกระบวนการ ได้แก่ การวิจัย (ศึกษาชุมชน) การวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินงาน การบริหารจัดการ การติดตามและประเมินผล ตลอดจนการจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น และวันชัย วัฒนศัพท์ (2551) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับคำว่า “การมีส่วนร่วม” (participation) หมายถึงให้ข้อมูลแก่ประชาชน รับฟังความคิดเห็น มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา พัฒนาข้อตกลงร่วมกัน ในขณะเดียวกัน พัทธี สิโรต (2546) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมว่า คือ กระบวนการซึ่งประชาชน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มีโอกาสแสดงทัศนะ แลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็น เพื่อแสวงหาทางเลือก และการตัดสินใจต่างๆ เกี่ยวกับโครงการที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับร่วมกัน ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจึงควรเข้าร่วมในกระบวนการนี้ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งถึงการติดตามและประเมินผล เพื่อให้เกิดความเข้าใจและการรับรู้ - เรียนรู้ การปรับเปลี่ยนโครงการร่วมกัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงทุนทางสังคมกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาบ้านเกาะพิทักษ์ ตำบลบางน้ำจืด อำเภอลำลูกเกด จังหวัดชุมพร (ชลดา บุญอยู่, 2556) พบว่า ชุมชนบ้านเกาะพิทักษ์มีสภาพทุนทางสังคมที่ประกอบไปด้วย

1) ทุนมนุษย์ ได้แก่ ผู้นำที่เป็นทางการ คือผู้ใหญ่บ้าน ผู้ใหญ่บ้านเป็นบุคคลที่มีความเป็นผู้นำ มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ ในหลายด้าน มีจิตสาธารณะ และเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญของชุมชนบ้านเกาะพิทักษ์ 2) ทุนสถาบันองค์กร คือ กลุ่มองค์กรที่มีความสำคัญกับชุมชน ได้แก่ กลุ่มแปรรูปอาหารทะเล กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากร และกลุ่มประมงพื้นบ้าน กลุ่มองค์กรเหล่านี้เป็นกลุ่มที่ชาวบ้าน ร่วมกันจัดตั้งขึ้นมา และช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชน 3) ทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม ได้แก่ ภูมิปัญญาการ ประกอบอาชีพ คือ การทำลอบปลาหมึก ภูมิปัญญาด้านการถนอมอาหาร คือ การทำปลาเค็มฝึงทราย ประเพณีที่มีความสำคัญ คือ ประเพณีสวดหาต เป็นประเพณีท้องถิ่นของชาวบ้านบนเกาะพิทักษ์ เป็นการ ไหว้ขอขมาพ่อขุนทะเล แม่นางเชิงกระ และอีกประเพณีที่มีความโดดเด่น คือ ประเพณีวิ่งแหวกทะเล ค่านิยมความเชื่อของชุมชนเกาะพิทักษ์ คือ พ่อตาเกาะพิทักษ์ ชาวบ้านบนเกาะพิทักษ์มีความเชื่อในเรื่องสิ่ง ศักดิ์สิทธิ์ 4) ทุนทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรทางทะเล ปะการัง หอยมือเสือ และสัตว์น้ำทะเล ทุนทางสังคมทั้ง 4 ด้านมีความสัมพันธ์กัน และมีความสำคัญต่อชุมชนบ้านเกาะพิทักษ์ ในลักษณะที่ ส่งเสริม กันและกันในการพัฒนา และการสร้างรายได้ให้กับชุมชนบ้านเกาะพิทักษ์ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านเกาะพิทักษ์นั้น อาศัยการมีส่วนร่วมของทุกคนในชุมชน ดังนี้ 1) ทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยในทุกวันที่ 29 ของทุกเดือนจะมีการประชุมของ หมู่บ้าน 2) ทุกคนในชุมชนร่วมกันดำเนินกิจกรรมและปฏิบัติตามแผนการที่ได้วางไว้ 3) ชาวบ้านในชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ร่วมกัน 4) หลังจากการดำเนิน กิจกรรมก็จะมีติดตามและประเมินผล โดยที่ทุกกิจกรรมจะต้องทำบัญชีรายรับ รายจ่าย และมีการ ประชุมเสนอแนะความคิด เห็นรวมถึงปัญหาในการดำเนินกิจกรรม

ดังนั้นสรุปได้ว่า แนวคิดการมีส่วนร่วมเป็นการประสานงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมาบูรณาการร่วมกัน เพื่อช่วยแก้ไขปัญหา ต่างๆ ร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ การปลูกจิตสำนึกของการทำงานร่วมกันแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกันบน พื้นฐานของความเข้าใจ การเป็นเครือข่าย สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนต้องเริ่มต้นมาจากการทำงานที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน เพื่อให้บรรลุตาม วัตถุประสงค์ร่วมกัน รูปแบบบูรณาการทุนทางสังคมกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน เป็นการบูรณาการ จัดการความรู้สู่ชุมชนขององค์กร ทำให้ชุมชนพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน เป็นลักษณะของการดึงทุนทางสังคมการประกอบอาชีพ ทางเกษตร ภาวะผู้นำของผู้นำชุมชน การจัดการความรู้เกี่ยวกับการบริหารกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต การถ่ายทอดประสบการณ์ การบริหารขยายเป็นเครือข่าย ความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่ที่น่าสนใจในทางปฏิบัติได้มีความหลากหลายปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่อตอบสนองเป้าหมายหรือความต้องการของชุมชนได้ การดึงทุนทางสังคมควบคู่ไปกับการแลกเปลี่ยน ประสพการณ์เสริมบทบาทผู้นำในองค์กรชุมชนให้มีความเข้มแข็งตามแบบของผู้นำเป็นที่ยอมรับและไว้วางใจของประชาชน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาและเก็บข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการมีส่วนร่วมของชุมชนและทุนทางสังคมต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านหนองอ้อ ตำบลป่าซาง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย พบว่า

1. ชุมชนมีรากฐานทางวัฒนธรรมที่ยึดโยงกับพุทธศาสนาและความเชื่อทางจิตวิญญาณ โดยมีกิจกรรม และพิธีกรรมของชุมชน มีศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและเปี่ยมด้วยคุณค่า (value) ในตัวเองและถือว่าเป็นรากฐานสำคัญของชีวิตครอบครัวและชุมชนในพื้นที่ซึ่งทางชุมชน บ้านหนองอ้อนั้นมีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยเฉพาะประเพณีการทอดกฐินที่ทางชุมชนมีการจัดทำขึ้นทุกปี เป็นงาน “ปันผ้าย ถักทอ กรอ เย็บ เก็บเป็นบุญ จุลกฐิน” ที่ถือว่าเป็นงานบุญใหญ่ของหมู่บ้านที่สืบต่อกันมา สำหรับทุนทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ประกอบด้วย การประกอบอาชีพของชุมชนซึ่งเป็นกลุ่มอาชีพส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนได้แก่ กลุ่มจักสาน, กลุ่มทอผ้า, กลุ่มปลูกดอกคำฝอย กลุ่มเลี้ยงไก่พื้นเมือง และกลุ่มเกษตรอินทรีย์ โดยมีการจัดทำแผนพัฒนาหมู่บ้านทุกปี เพื่อดำเนินงานและขอสนับสนุนงบประมาณจากท้องถิ่นและหน่วยงานราชการ

2. ส่วนของทรัพยากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน ได้แก่ ที่สวนและที่นา ที่สามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์ของหนองน้ำอย่างสวยงาม และหนองน้ำตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของหมู่บ้าน ในอดีต มีต้นอ้อขึ้นรอบหนองน้ำ จึงเรียกนามหมู่บ้านว่า “หนองอ้อ” นอกจากนี้แล้วชุมชนบ้านหนองอ้อยังมีทุนทางทรัพยากรมนุษย์/ปราชญ์ชุมชน โดยปัจจุบันมีพระครูวิสาขบุญสถิตเจ้าคณะอำเภอค้อหลวงและเจ้าอาวาสวัดหนองอ้อ เป็นศูนย์กลางทางจิตใจของชุมชน และมีนายสิงห์คำ ยอดมูลี เป็นประธานชมรมโหราศาสตร์หมอมือ เป็นคณะกรรมการขับเคลื่อนด้านกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับผู้นำชุมชน การปกครองได้แก่ นายอาคม ศรีจันทร์ ผู้ใหญ่บ้าน และคณะกรรมการการบริหารจัดการชุมชนด้านต่างๆ ทำให้ชุมชนหนองอ้อมีรากฐานและทุนทางทรัพยากรมนุษย์ที่เข้มแข็ง

3. การมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ยังไม่มีการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากไม่ได้รับการส่งเสริม และการสนับสนุนในการอบรมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน อย่างไรก็ตามควรมีการเชื่อมต่อกับเครือข่ายท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงเพื่อพัฒนาและแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สรุปและอภิปรายผล

หมู่บ้านหนองอ้อ ตำบลป่าซาง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย นั้นเป็นหมู่บ้านที่มีการพัฒนาหมู่บ้านที่มีการบริหารจัดการชุมชนโดยร่วมแรงร่วมใจกันของประชาชน มีความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ก่อให้เกิดพลังความคิดสร้างสรรค์ สร้างสิ่งใหม่ๆ อีกทั้งยังมีการจัดระเบียบในสังคมส่วนรวมของหมู่บ้าน การงานและกิจกรรมของชุมชน ไม่ให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน เพื่อให้ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์จากทรัพยากรชุมชน อย่างทั่วถึงทุกครัวเรือน รวมทั้งรักษาผลประโยชน์ของชุมชนและอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ให้คงอยู่คู่ชุมชนอย่างเข้มแข็ง สอดคล้องกับงานวิจัยของสุปราณี จันทรวงศ์ และคณะ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาทุนทางสังคมเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็งว่า ชุมชนเข้มแข็งนั้นจะต้องประกอบด้วยการพัฒนา 3 ด้าน คือ ผู้นำทางสังคม ภูมิคุ้มกันให้ชุมชนและระบบการเรียนรู้ของชุมชนตามลำดับ และ ไมตรี อินทรีย์ยะ (2560) สรุปว่า การสร้างทุนทางสังคมในชุมชนจะต้องมีการสะสมทุนก่อนคนในชุมชนต้องมีมิตรภาพที่ดีต่อกันเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มมีการติดต่อสัมพันธ์อันญาติมิตร และชุมชนจะได้รับประโยชน์จากความร่วมมือจากสมาชิกทุกคน ผู้ศึกษาวิจัยพบว่า ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการทำงานของชุมชน ประกอบกับชุมชนบ้านหนองอ้อเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง สามารถนำทุนทางสังคมที่มีอยู่ซึ่งได้แก่ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรมมาฟื้นฟู พัฒนา โดยต่อยอดการนำเสนอและให้คนในชุมชนเป็นผู้ถ่ายทอดแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาเยือนได้เรียนรู้และเข้าใจ ดังนั้น ผู้ศึกษาวิจัย เห็นว่า บทบาทของทุนทางสังคมและภูมิปัญญาบ้านหนองอ้อ เป็นสิ่งที่เปรียบเสมือนสาธารณสมบัติ ที่ส่งผลให้ท้องถิ่นอยู่เย็นเป็นสุข และถ้าสามารถนำทุนทางสังคมที่มีอยู่มาอนุรักษ์ ฟื้นฟูพัฒนา ต่อยอดและนำมาใช้ประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างเหมาะสมแล้วก็จะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ศึกษาถึงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของชุมชน ที่ส่งผลต่อทุนทางสังคมในบริบทอื่นๆ ต่อการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อที่จะได้นำผลการศึกษาเปรียบเทียบนี้มาประยุกต์ใช้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนบ้านหนองอ้อ โดยเพิ่มแนวทางการศึกษาแนวทางการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมต่อกระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดความยั่งยืนอย่างเหมาะสม



2. การศึกษาถึงการสร้างรูปแบบเครือข่ายชุมชนท้องถิ่นกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และกระจายผลประโยชน์ที่จะเกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงนำมาเป็นโครงข่ายทรัพยากรชุมชนการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

- ชลดา บุญอยู่. (2556). **ทุนทางสังคมกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาบ้านเกาะพิทักษ์ ตำบลบางน้ำจืด อำเภอลี้หลวง จังหวัดชุมพร**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2541). **ชุมชนเข้มแข็งทุนทางสังคมไทย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนเพื่อสังคม.
- ปาริชาติ วลัยเสถียรและคณะ. (2548). **กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา**. กรุงเทพฯ : โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส.).
- ประพันธ์ นิกระโทก.(2557). **ทุนทางสังคมกับการจัดการความรู้สู่องค์กรชุมชนพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ประเวศ วะสี. (2542). **เศรษฐกิจพอเพียงและประชาสังคมแนวทางพริกพือเศรษฐกิจสังคม**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.
- ไมตรี อินนเตรียะ. (2560). **ทุนทางสังคม**. วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560 : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- วันชัย วัฒนศัพท์. (2544). **คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจของชุมชน**. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า.
- สุปราณี จันทร์ส่งและคณะ. (2559). **การพัฒนาทุนทางสังคมเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง**. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ปีที่ 35 ฉบับที่ 2 มีนาคม – เมษายน พ.ศ. 2559 : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- J. Coleman (1988). **Social Capital in the Creation of Human Capital**, American Journal of Sociology, Vol. 94. (January) : 95-120.
- S. Adler, Paul and Kwon, Seok-Woo,(2002) . **Social Capital: Prospects for a New Concept**, Academy of Management Review. Vol. 27. (January) : 17-40.
- W.W. Powell and L. Smith-Doerr. (1994). **Network and Economic Life**. In The Handbook of Economic Sociology N.J. Smelser and R. Swedberg eds, Princeton: Princeton University Press.



การพัฒนาการจักสานตะกร้าทางมะพร้าว

บ้านสันกอตาล อำเภอฟาน จังหวัดเชียงราย

Product processing, Basket weaving, Coconut grove in

Ban San Ko Tan , Phan District, Chiang Rai Province.

กัญญา ถุกจิตต์, สถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชน¹

จุฬารัตน์ จอมเมืองกาศ²

ณัฐริกา พิงช้า³

ณัฐสุตา อะโนระ⁴

Email: gunya0920@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว และเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว บ้านสันกอตาล อำเภอฟาน จังหวัดเชียงราย กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ผลิต ผู้ประกอบอาชีพการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว บ้านสันกอตาล อำเภอฟาน จังหวัดเชียงราย จำนวน 25 ครัวเรือน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ระหว่าง 61-70 ปี ประกอบอาชีพ เป็นอาชีพเสริม มีการศึกษาระดับประถมศึกษาตอนต้น วัตถุประสงค์ที่นำมาผลิตมาจากพ่อค้าคนกลาง ส่วนใหญ่ผู้ผลิตจัดทำขายส่ง และเป็นผู้กำหนดราคาเอง (2) ข้อมูลการวิเคราะห์เกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3) ข้อมูลการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย และ (4) พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จึงได้รูปแบบใหม่ที่มีสีสันเพิ่มขึ้นมา มีความงดงาม มีจุดเด่นมากขึ้น ของบ้านสันกอตาล ร่วมกันทำให้ได้รูปแบบใหม่ที่จะนำมาเพิ่มเติมรูปแบบในแบบเดิมโดยมีการเพิ่มปอทอสีที่มีหลายสีสันทัน เข้าไปในรูปแบบของตะกร้าให้ดูสวยงามเป็นเอกลักษณ์

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตะกร้าทางมะพร้าว

ABSTRACT

The purpose of this research was to study opinions on the operating factors of coconut noodle basket weaving. To study the problems and obstacles of the product, basket weaving of coconut leaves And to develop products for basket weaving of coconut leaves, Ban Sankotam, Phan District, Chiang Rai Province The target group used in this study was 25 households of producers, practitioners, product development, coconut leaf basket weaving, Ban San Kot Tan, Phan

¹ อาจารย์ประจำ สถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชน

² เยาวชนนักพัฒนาการจักสานตะกร้าทางมะพร้าว บ้านสันกอตาล อำเภอฟาน จังหวัดเชียงราย

³ เยาวชนนักพัฒนาการจักสานตะกร้าทางมะพร้าว บ้านสันกอตาล อำเภอฟาน จังหวัดเชียงราย

⁴ เยาวชนนักพัฒนาการจักสานตะกร้าทางมะพร้าว บ้านสันกอตาล อำเภอฟาน จังหวัดเชียงราย

District, Chiang Rai Province. The research tool was a questionnaire. The statistics used to analyze the data are mean, standard deviation.

The research results showed that (1) general information of the respondents. Most of them are female, aged between 61-70 years, working as an additional occupation. Have an early primary education The main ingredients that are produced are from the middleman. For the most part, manufacturers, distributors, distribute, and set prices themselves. (2) analytical information about product action factor, coconut basket basket weaving. The overall level was at high level. In general, it is at a small level and (4) has developed a new product design that has more colors, more beauty and more strengths. Of Ban Sangotal Together, this creates a new design that will be added to the original pattern by adding colorful woven jute mats into the form of the basket to make it look unique.

Keywords : Product development, Basket of coconut leaves

บทนำ

งานจักสานหรืองานแปรรูปผลิตภัณฑ์ เป็นงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านของไทยที่มีมาช้านานและผลิตกันทุกภาคของประเทศ ไทย ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้วัสดุที่ได้ในท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบในการผลิต เช่น ก้านมะพร้าว ไม้ไผ่ หวาย ฯลฯ เมื่อนำมาผลิตเป็นเครื่องมือ ใช้ในชีวิตประจำวัน โดยสนองความต้องการประโยชน์ใช้สอยพื้นฐานเป็นสำคัญ จึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น และมีความสัมพันธ์ อย่างใกล้ชิดกับวิถีของคนไทยจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีการสร้างสรรค์ และ สืบทอดต่อเนื่องกันมาแต่อดีต นับตั้งแต่การออกแบบลวดลาย รูปทรง โครงสร้าง ตลอดจนการเลือกใช้วัสดุพื้นบ้านได้อย่างเหมาะสมตามคตินิยมท้องถิ่นนั้นๆ ทำให้ งานจักสานพื้นบ้านของไทยมีเอกลักษณ์ เฉพาะงานแตกต่างกันไป (ยุพา ทรัพย์อุไรรัตน์, 2556)

การแปรรูปผลิตภัณฑ์การจักสานบ้านสันกอตาล อำเภอมะปรางค์ จังหวัดเชียงรายถือเป็นส่วนหนึ่งของชาวจังหวัดเชียงรายที่ แสดงถึงวิถีชีวิตพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ที่สืบทอดต่อกันมาโดยการนำเอาวัสดุจากท้องถิ่นมาทำเป็นเป็นงานจักสาน เพื่อการดำรงวิถีชีวิต แต่ปัจจุบันงานจักสานบางอย่างของจังหวัดเชียงรายเริ่มมีการสูญหายและไม่ได้นำมาใช้งาน เนื่องจากเริ่มมีวัฒนธรรมใหม่ๆเข้ามา เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน (ภูมิปัญญาท้องถิ่น, 2560) วิถีชีวิตชาวบ้านก็เริ่มเปลี่ยนไปชาวบ้านจึงจำเป็นต้อง เปลี่ยนแปลงไปตามวัฒนธรรมทางสังคม แต่มีบางกลุ่มที่ยังคงเห็นคุณค่าของศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านประเภทงานจักสานที่ต้องการจะ อนุรักษ์และต้องการ สร้างเพื่อเป็นรายได้แก่ครอบครัวและชุมชน และยังต้องการเผยแพร่วัฒนธรรมของตนเองให้เป็นที่ยอมรับ ของนักท่องเที่ยวและยังรวมถึงเป็นงานที่มีการส่งออกกระจายรายได้ไปยังพื้นที่ต่างๆตามแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

คณะผู้วิจัยได้กล่าวถึงความสำคัญและคุณค่าของศิลปหัตถกรรมเครื่องจักสานที่เกิดขึ้นจากน้ำพักน้ำแรงและฝีมือของ ชาวบ้านเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นอีกทั้งยังเกรงว่าจะสูญหายไปตามกาลเวลาโดยเฉพาะการแปรรูปผลิตภัณฑ์การจักสาน ตะกร้าทางมะพร้าวที่เป็นในรูปแบบต่างๆ ที่ยังคงไม่ได้รับการพัฒนา โดยชาวบ้าน บ้านสันกอตาล อำเภอมะปรางค์ จังหวัดเชียงราย และผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนารูปแบบการแปรรูปผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว (นารี ศรีวรสาร, (2556) ความงามของ ลวดลาย วัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาทำการออกแบบและประยุกต์พัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว ให้เกิดเป็น ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเป็นการดำรงไว้ซึ่งรูปแบบของงานจักสานรวมทั้งยังช่วยส่งเสริมให้มีการสืบสานศิลปหัตถกรรมอันประณีต และสวยงามที่แสดงถึงวัฒนธรรมอันดีมานี้ไว้และมุ่งเน้นประยุกต์รูปแบบการแปรรูปผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว บ้านสันกอตาล อำเภอมะปรางค์จังหวัดเชียงราย ให้เป็นแนวทางเพื่อขยายตลาดและเพิ่มทางเลือกใหม่ของผู้บริโภค (รัชณี เจริญ, 2558)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว
3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าวบ้านสันกอตาล อำเภอมะปรางค์ จังหวัดเชียงราย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ศึกษาได้ใช้ประชาชนในบ้านสันกอตาล ตำบลสันติสุข อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย จำนวน 25 คน จากประชาชนบ้านสันกอตาล ตำบลสันติสุข อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นสมาชิก กลุ่มจักรสานตะกร้าทางมะพร้าว ได้แก่ (1) นางบัวผัด อินสอน (2) นางกันยา ตากองแก้ว (3) นางทองลา อุปละ (4) นางพุทธชาติ ผักนิล (5) นางสาวบัวคำ วันงาม (6) นางวาสนา เวียงนิล (7) นายคนอง ตาบุญ (8) นางบุญญา วรรณคำ (9) นางจันทร์ดี ผักนิล (10) นายธีรพงษ์ วันงาม (11) นางชนแก้ว หมั่นอินทะ (12) นางสุภาภรณ์ ทิศทอง (13) นางบัวเขียว วันงาม (14) น.ส.ถวัลย์ มงคลแดง (15) นางเกสร เวียงนิล (16) นางสาว แสงทอง (17) นายวรินทร์ จุ่มธิ (18) นางกุล ชัยพนัด (19) นางเมตตา เงินแก้ว (20) นางพิมพ์ อุดกันทา (21) นางบุญศรี จันทร์นวล (22) นางวัลภา ชัดอุโมงค์ (23) นางโหล มณีภาส (24) นางนาถ วรรณคำ และ (25)นางพองจันทร์ แสนทอง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว บ้านสันกอตาล อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย มีเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการจักสานตะกร้าทางมะพร้าว

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินการผลิตของธุรกิจการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว

ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว

ตอนที่ 4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้จาก 2 แหล่งข้อมูล คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์การพัฒนาการจักสานตะกร้าทางมะพร้าว บ้านสันกอตาล อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ที่พัฒนาการจักสาน เป็นอาชีพเสริม ซึ่งมีทั้งหมด 25 คนเรือน ตลอดจนสังเกตกระบวนการและขั้นตอนการพัฒนาการจักสาน เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการผลิต ต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนที่ได้รับ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจักสานตะกร้าทางมะพร้าว หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์เอกสารรายงาน บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากข้อมูลออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไปของการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าวทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ กรณีเชิงคุณภาพได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา และในส่วนที่เป็นข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วยค่าเฉลี่ย ร้อยละ และสังเกตกระบวนการผลิตเพื่อนำมาจำแนกต้นทุนตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินการผลิตของธุรกิจการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว

ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคจากการผลิตการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว รวมทั้งข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว ได้จากการเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามและสัมภาษณ์ผู้ผลิตการจักสานตะกร้าทางมะพร้าว

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่และวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เป็นการหาค่าระดับ ทำการวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียงเพื่อให้การแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับความเป็นจริง ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เกณฑ์วัดไว้ 5 ระดับและแปลความหมายดังนี้ ดังนี้

ระดับ	ช่วงของค่าเฉลี่ย	ระดับคะแนน
มากที่สุด	4.51 - 5.00	5
มาก	3.51 - 4.50	4
ปานกลาง	2.51 - 3.50	3
น้อย	1.51 - 2.50	2
น้อยที่สุด	1.00 - 1.50	1

ตอนที่ 4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว
ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบของตะกร้าทางมะพร้าว เพื่อที่จะนำมาพัฒนา ได้มีการรวบรวมรูปแบบของตะกร้าทางมะพร้าวจากผู้ประกอบการอาชีพจักสานตะกร้าทางมะพร้าวแล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำรูปแบบของตะกร้าทางมะพร้าวเดิมมาพัฒนาให้เป็นรูปแบบใหม่

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สถานภาพข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการอาชีพการจักสานตะกร้าทางมะพร้าว

ผลการข้อมูลทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 61 – 70 ปี รองลงมา คือ มี อายุระหว่าง 71 – 80 ปี และอายุระหว่าง 51 – 60 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพผลิตจักสานตะกร้าทางมะพร้าวเป็นอาชีพเสริม ส่วนใหญ่ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาตอนต้นรองลงมาคือ ประถมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่ซื้อวัตถุดิบหลักมาจากพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 100.00 การจำหน่ายผลิตภัณฑ์จำหน่ายเป็นราคาส่ง คิดเป็นร้อยละ 100 และกำหนดราคาขายเอง ร้อยละ 100

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว ดังตารางข้างล่าง

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าวในภาพรวม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการตั้งราคา	4.06	0.96	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.84	0.65	มาก
ด้านการส่งเสริมการขาย	3.62	0.57	มาก
ภาพรวม	3.84	0.73	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการตั้งราคา ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมา ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.84$) และ ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 3.62$) มีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

(1) ด้านการตั้งราคา รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการระบุราคาไว้ชัดเจน ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมา ได้แก่ มีการตั้งราคาตามขนาด ($\bar{X} = 4.20$) มีการตั้งราคาโดยยึดต้นทุนเป็นเกณฑ์ ($\bar{X} = 3.92$) และมีการตั้งราคาตามความเหมาะสมของความสะดวกของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.95$)

(2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ($\bar{X} = 4.80$) รองลงมา ได้แก่ สถานที่การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการติดต่อ ($\bar{X} = 4.40$) และมีการขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 2.32$)

(3) ด้านการส่งเสริมการขาย รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการลดราคาผลิตภัณฑ์เมื่อซื้อในปริมาณมาก ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาได้แก่ การจัดแสดงผลิตภัณฑ์ตามงาน OTOP ต่างๆ ($\bar{X} = 3.04$)

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว รวมทั้งข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ดังตารางข้างล่าง

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัญหาและอุปสรรคผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว ในภาพรวม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการผลิต	1.85	0.37	น้อย
ด้านผลิตภัณฑ์	1.36	0.35	น้อยที่สุด
ด้านต้นทุนและค่าใช้จ่าย	1.82	0.35	น้อย
ภาพรวม	1.67	0.35	น้อย

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัญหาและอุปสรรคผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.67$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านผลิต ($\bar{X} = 1.85$) รองลงมา ได้แก่ ด้านต้นทุนและค่าใช้จ่าย ($\bar{X} = 1.82$) และด้านการผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 1.36$) มีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

(1) ด้านการผลิต รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ คุณภาพวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ ($\bar{X} = 4.76$) รองลงมาคือ วัตถุดิบไม่ได้คุณภาพ ($\bar{X} = .20$) ไม่มีความแน่นอนในการผลิต ($\bar{X} = 1.16$) วัตถุดิบหายาก ($\bar{X} = 1.12$) และความรู้ความสามารถในการผลิตน้อย ($\bar{X} = 1.04$)

(2) ด้านผลิตภัณฑ์ รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของตลาดไม่แน่นอน ($\bar{X} = 2.08$) รองลงมา ได้แก่ การแข่งขันทางด้านราคา ($\bar{X} = 1.32$) รูปแบบที่ผลิตยังไม่เป็นที่ต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 1.28$) การกตรราคาจากพ่อค้าคนกลาง และผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือว่าจะไม่เกิดเชื้อรา ($\bar{X} = 1.08$)

(3) ด้านต้นทุนและค่าใช้จ่าย รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ค่าแรงงานในการจ้างคนงานจักสานสูง ($\bar{X} = 3.24$) รองลงมา ได้แก่ วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้มีราคาสูง ($\bar{X} = 1.20$) และไม่มีเงินทุนซื้อวัตถุดิบ ($\bar{X} = 1.04$)

4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว ได้เริ่มจากศึกษาที่เกี่ยวกับขนาดของตะกร้าทางมะพร้าว ของตะกร้าทางมะพร้าวว่ามีกรทำตะกร้าทางมะพร้าวมี 2 รูปแบบ



ภาพที่ 1 รูปแบบตะกร้าทางมะพร้าวในรูปวงรีและวงกลม

การจักสานตะกร้าด้วยทางมะพร้าว มีขั้นตอนการพัฒนาดังนี้

(1) เลือกก้านมะพร้าวเหลือง ๆ ไม่อ่อนไม่แก่เกินไป จะทำให้ได้ตะกร้าที่แข็งแรง มีสีสวย ถ้าเป็นก้านที่แก่เกินไป จะทำให้สีคล้ำ หรืออ่อนเกินไปจะออกสีเขียวอ่อนและไม่แข็งแรง มะพร้าวน้ำหอมจะมีก้านที่สั้นกว่ามะพร้าวใหญ่หรือมะพร้าวที่ใช้ทำขนมและแกง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชิ้นงานว่าต้องการตะกร้าใบใหญ่หรือใบเล็ก

(2) นำก้านมะพร้าวมาเหลาใบออก ใช้มีดขูดให้เกลี้ยง จากนั้นนำไปตากแดดให้แห้งเพราะจะทำให้สานตะกร้าได้แน่น ไม่หลวม และช่วยป้องกันไม่ให้ขึ้นราได้ง่าย

(3) เหลาไม้ไผ่ให้เป็นเส้นแบน ๆ ความหนาแล้วแต่ความต้องการ เพื่อใช้ขัดเป็นวงสำหรับทำโครงตะกร้าต้องการให้เป็นรูปทรงใดอยู่ที่ขั้นตอนนี้ ตะกร้า 1 ใบ ใช้โครงไม้ไผ่ 5 อัน ประกอบเป็นส่วน ก้นตะกร้า 2 อัน ตัวตะกร้า 1 อัน (ส่วนกลาง) และปากตะกร้า 2 อัน

(4) นำก้านมะพร้าวที่เหลาและตากแดดเรียบร้อยแล้วมาสานไขว้กันไปมา ให้มีความถี่ ห่าง แล้วแต่ความต้องการ โดยเริ่มสานกับโครงไม้ไผ่ส่วนที่เป็นตัวตะกร้า ใช้ปอทอเสื่อที่ร้อยเข็มแล้วมัดให้ก้านมะพร้าวกับโครงไม้ไผ่ติดกัน ขั้นตอนนี้ต้องพยายามจัดก้านมะพร้าวให้เรียงเสมอกันและมัดด้วยปอทอเสื่อให้แน่นหนา

(5) เมื่อสานส่วนตัวตะกร้าจนรอบแล้ว จึงสานก้นตะกร้าโดยใช้โครงไม้ไผ่ประกบ 2 วง และมัดด้วยลวดและหวายเทียม



ภาพที่ 2 การรูปแบบและขั้นตอนการตะกร้าทางมะพร้าว

(6) จากนั้นนำโครงไม้ไผ่อีก 2 อัน ประกบตรงส่วนปากตะกร้า ใช้ลวดและหวายเทียมมัดเช่นกันขั้นตอนนี้จะตกแต่งปากตะกร้าด้วยการสานหวายเทียม

(7) รวบก้านมะพร้าวส่วนที่เหลือทั้งสองข้างไว้ด้วยกัน แล้วนำก้านมะพร้าวทั้งสองข้างมัดเชื่อมต่อกันด้วยหวายเทียม เพื่อเป็นหู ตะกร้า ตัดก้านมะพร้าวที่ยาวเกินไปออกและตกแต่งให้เรียบร้อย และได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งได้รูปแบบใหม่ที่มีสีสันเพิ่มขึ้นมา มีความงดงาม มีจุดเด่นมากขึ้น ของบ้านสันกอตาล ร่วมกัน ระหว่างผู้วิจัย ได้แก่ (1) นางสาวจุฬารัตน์ จอมเมืองภาค (2) นางสาวณัฐริกา พิงช้า (3) นางสาวณัฐสุตา อะโนระ (4) วิทยากร นางบัวผัด อินสอนและ (5) นางกันยา ตาก่องแก้ว และ (6) นางกันยา ถูกจิตต์ จึงทำให้ได้รูปแบบใหม่ที่จะนำมาเพิ่มเติมรูปแบบในแบบเดิมโดยมีการเพิ่มปอทอเสื่อที่มีหลายสีเส้นเข้าไปใน รูปแบบของตะกร้าให้ดูสวยงามเป็นเอกลักษณ์



รูปแบบเดิม



รูปแบบใหม่

ภาพที่ 3 การเปรียบเทียบรูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่



สรุปและอภิปรายผล

อภิปรายผล

1. จากการวิเคราะห์ปัจจัยการดำเนินการผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าวพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการตั้งราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย สอดคล้องกับจันสม ทาดี (2560) กล่าวว่า การตั้งราคาเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากส่วนประสมอื่นๆโดยตรง คือ การตั้งราคาจะเกี่ยวข้องโดยตรงกับรายรับของธุรกิจ ขณะที่ส่วนประสมทางการตลาดอื่นๆ จะเกี่ยวข้องกับรายจ่ายของกิจการเป็นหลัก พื้นฐานทางธุรกิจที่สำคัญที่เป็นปัจจัยหลัก อันจะส่งผลกระทบโดยตรงต่อการตั้งราคา คือ ต้นทุนของธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลต่อเนื่องถึงอัตรากำไรของกิจการ และการตั้งราคาจะมีผลโดยตรงตามหลักเศรษฐศาสตร์ในการกำหนดจุดสมดุลระหว่างอุปสงค์ และอุปทาน ดังนั้นคำถามพื้นฐานที่ตัดสินใจยากที่สุดของธุรกิจคือ จะตั้งราคาสินค้าเท่าไรจึงจะพอดี และ ก่อให้เกิดกำไรสูงสุด

2. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว ได้แก่ วัตถุดิบไม่ได้คุณภาพและความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของตลาดไม่แน่นอน ทำให้วัตถุดิบมีส่วนสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หากวัตถุดิบไม่ได้คุณภาพอาจทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้ไม่มีคุณภาพและความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของตลาดก็ยิ่งลดลงตามไปด้วย ดังนั้น จึงต้องมีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพ โดยกำหนดให้มีการจัดการต่างๆ สอดคล้องกับ วิมาลา อินทรุกษา (2560) และ สุดาตวง เรืองรุจิระ (2558) กล่าวว่า ชาวบ้านในท้องถิ่นกับการจักสาน มีการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ รวมทั้งปรับปรุงพัฒนากระบวนการผลิตการจักสาน มีจุดเด่นมีเอกลักษณ์ ซึ่งต้องอาศัยความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ของสมาชิกทุกคน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำเสนอผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว บ้านสันกอตาล อำเภอบ้าน จังหวัดเชียงราย คณะผู้วิจัยข้อเสนอแนะดังนี้

1. รูปทรงผลิตภัณฑ์ ควรมีการพัฒนาให้มีรูปทรงที่หลากหลาย ทั้งขนาดให้เหมาะสมกับการใช้สอยในด้านต่างๆ ที่เหมาะสมต่อผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจงานวิจัยควรมีการศึกษารูปทรงแต่ละประเภทและพัฒนาให้รูปทรงแต่ละประเภทมีความเหมาะสมต่อการใช้งาน

2. วัตถุดิบหลักที่นำมาพัฒนาจักสาน คือ ก้านมะพร้าว ซึ่งปัจจุบันหายากขึ้นและคนในชุมชนไม่ค่อยมีใครนิยมปลูกกัน ทำให้ต้นทุนวัตถุดิบเพิ่มขึ้นและหายาก ดังนั้น ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจงานวิจัย ควรมีการเสาะหาแหล่งวัตถุดิบและมีการส่งเสริมให้มีการปลูกต้นมะพร้าว เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว เพื่อช่วยลดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบหลักและลดต้นทุนวัตถุดิบ

ข้อเสนอแนะของการวิจัยในครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว บ้านสันกอตาล อำเภอบ้าน จังหวัดเชียงราย คณะผู้วิจัยข้อเสนอแนะของการศึกษาในครั้งต่อไป ดังนี้

1. ศึกษาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว ให้มีรูปทรงที่หลากหลายตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและเน้นประโยชน์ในการใช้สอยเพื่อให้ผู้บริโภคมีแนวทางประกอบการตัดสินใจในการเลือกผลิตภัณฑ์มากขึ้นและเพิ่มช่องทางการขายโอกาสในทางการตลาดมากขึ้น

2. ศึกษาความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้นของผู้ผลิตการพัฒนาผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว

เอกสารอ้างอิง

จันสม ทาดี. (2560). การออกแบบผลิตภัณฑ์การจักสานตะกร้าทางมะพร้าว วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานทางมะพร้าว บ้านสันกอตาล

ตำบลสันติสุข อำเภอบ้าน จังหวัดเชียงราย. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2563.

จาก: http://cddata.cdd.go.th/cddkm/prov/km1_viewlist.php?action=view&div=37&kid=2203

นารี ศรีวรสาร. (2556). ภูมิปัญญาท้องถิ่นการจักสานตะกร้าด้วยทางมะพร้าว. สืบค้นเมื่อ

วันที่ 1 มิถุนายน 2563. จาก: <http://nunsriworasarn3.blogspot.com/2013/03/local-wisdom-2-local-wisdom-popular.html>

ภูมิปัญญาท้องถิ่น . (2560) . ตะกร้าทางมะพร้าว. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2563.

จาก: <https://sites.google.com/site/phimnaphakumpha37/is-takra-thang-maphraw>

ยุพา ทรัพย์อุไรรัตน์. (2556) . ศึกษาการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2563.

จาก: http://www.tnrr.in.th/?page=result_search&record_id=228306

รัชณี เจริญ. (2558). ความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ . สืบค้นเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2563.

จาก : http://www3.rdi.ku.ac.th/exhibition/52/03-foods/ratchanee/food_00.html

วิมลภา อินทรภูษา. (2560) . สัมมนาชี้พุ่มชนจังหวัดอุบลราชธานี-กรมการพัฒนาชุมชนการ

จักสานตะกร้าทางมะพร้าว. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2563.

จาก: http://cddata.cdd.go.th/cddkm/prov/km2_viewlist.php?action=view&div=101&kid=32396

สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2558). หัตถกรรมท้องถิ่น. สืบค้นเมื่อวันที่ 16 มิถุนายน 2563.

จาก : https://www.baanjommyut.com/library_2/extension-3/evolution_of_thai_art/16.html



การศึกษาสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

The study of the causes of dropout student in the Faculty of

Management Science Nakhon Sawan Rajabhat University.

หิรัญ ศรีพินทุสร¹

ธนิดา อินภิชัย²

พิกุล แก้วแดง³

ดาริน จันทอร่าม⁴

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ และ 2. เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาภาคปกติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ที่ออกกลางคัน จำนวน 250 คน โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ Taro Yamane และผู้บริหารคณะวิทยาการจัดการ อาจารย์ที่ปรึกษา เจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียน จำนวน 20 คน สำหรับการสนทนากลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ผลการวิจัย พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 19 – 25 ปี มีวุฒิการศึกษาสูงสุดเดิมระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่จบจากโรงเรียนมัธยมศึกษาแผนการเรียนที่เคยเรียนในสถานศึกษาเดิมเป็นสายศิลป์ สาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ทั้ง 5 ด้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านหลักสูตร รองลงมาเท่ากัน ได้แก่ สาเหตุด้านครอบครัวและด้านสถานศึกษา ตามด้วยสาเหตุด้านนักศึกษา ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ สาเหตุด้านครู อาจารย์ ปัจจัยที่ส่งผลให้นักเรียนออกกลางคัน ส่วนใหญ่เห็นว่าสาเหตุมาจากความสามารถในการเรียนรู้ของนักเรียนมีผลการเรียนไม่ดี ครูไม่มีเวลาให้คำปรึกษา ไม่ติดตามนักเรียน และไม่รู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคล ครอบครัวยากจนต้องออกมาช่วยทำงาน สำหรับแนวทางการลดปัญหการออกกลางคัน คือ การที่ครูและผู้บริหารให้คำปรึกษาและการดูแลอย่างใกล้ชิด มีระบบดูแลนักเรียน การอบรมพัฒนาครูที่ปรึกษาและกิจกรรมเสริมหลักสูตรการเรียน ควรช่วยเหลือในการจัดหางานพิเศษเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับนักศึกษา และควรเร่งรัดให้นักศึกษาสามารถดำเนินการขอกองทุนเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา

คำสำคัญ สาเหตุการออกกลางคัน, นักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

¹ นักวิชาการคอมพิวเตอร์ วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

² นักวิชาการศึกษา บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

³ นักวิชาการศึกษา บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

⁴ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ABSTRACT

The purposes of this research were 1. To study the causes of the dropout students in the Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University and 2. To find out the solutions of dropout students in the Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University. Quantitative data was selected from 250 students who were dropout students in the Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University, and qualitative data was collected from 20 key informants. The research instruments were a questionnaire and interviews. The statistics were used the frequency, percentage, means and standard deviation.

The results of the study was revealed as the following: Most are women between 19-25 years of age, the highest educational background, grade 6 or equivalent. Most of them graduated from high school. The study planned that was previously studied in the school was in the art field. The causes of the dropout students in the Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University were found to be moderate. When considering each aspect, it was found that the most significant aspect was the curriculum as followed by family and school in the evaluation, And the students, the least significant aspect is the teacher. The causes of dropout students were the instruction, no students' follow-up, and not knowing each student individually. Furthermore, most teachers revealed the ensuing causes for the dropout, i.e., student inability to learn originating from intelligent deficiency economics and social readiness; poor family resulted who need to work. The suggestion guideline for reducing the dropout problems were teacher and parents should care and support their students. The development processes were teaching and consulting skills. An advice center was established and took care of helping learners individually, there is an install payment. The school should be assisted in the provision of jobs to boost the revenue for the students. Speed ways up that students can get educational loans for their education.

Keywords : causes of dropout, students in the Faculty of Management Science

บทนำ

การจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษาให้มีประสิทธิภาพนั้น อาจารย์ผู้สอนจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับธรรมชาติของการจัดการศึกษา หรือการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา ซึ่งมี ลักษณะเฉพาะและแตกต่างจากการจัดการเรียนการสอน ในระดับอื่น ซึ่งประเด็นสำคัญที่อาจารย์ผู้สอนต้องเข้าใจในเบื้องต้น ได้แก่ จุดมุ่งหมายของการอุดมศึกษา ธรรมชาติของผู้เรียนในระดับอุดมศึกษา และหลักสูตรระดับอุดมศึกษา เพื่อให้สามารถเชื่อมโยงเข้าไปสู่การจัดการเรียนการสอน ในระดับนี้ได้มีประสิทธิภาพ ดังนั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน ได้แก่ 1) คุณลักษณะของผู้เรียน สิ่งที่ต้องพิจารณาทางด้านคุณลักษณะของผู้เรียน ได้แก่ ความแตกต่างระหว่าง บุคลิกของผู้เรียน ประสบการณ์การเรียนรู้ในอดีต และความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับเนื้อหาวิชาที่กำลังจะเรียน 2) บริบทในการเรียนรู้ ได้แก่ การบริหารจัดการ หลักสูตรและรายวิชารวมทั้งลักษณะและประเภทของหลักสูตร และ 3) ลักษณะและวิธีการของอาจารย์ผู้สอน ได้แก่ บุคลิกภาพ คุณลักษณะประสบการณ์และคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน รูปแบบและวิธีการสอน และวิธีการบริหารจัดการรายวิชา (เรณูมาศ มาอุ่น, 2559, หน้า 169-171)

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ดำเนินการในรูปแบบสาขาวิชา โดยแบ่งออกเป็น 7 สาขาวิชา กับ 1 สำนักงานคณบดี ซึ่งสาขาวิชาทั้งหมดประกอบด้วย สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการจัดการ สาขาวิชาการบัญชี สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชานิติศาสตร์และสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม จัดการศึกษาในระดับปริญญาตรีและเป็นองค์กรแห่งความเป็นเลิศทางด้านจัดการเชิงบูรณาการที่ตอบสนองความต้องการและพัฒนาท้องถิ่น แต่ปัจจุบันประสบปัญหานักศึกษาออกกลางคัน จากข้อมูลของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน จำนวน 4 ปี การศึกษาย้อนหลัง (พ.ศ. 2558-2561) พบว่า คณะวิทยาการจัดการมีนักศึกษาออกกลางคัน ภาคปกติ รวมทั้งหมด 651 คน ซึ่งการออกกลางคัน จำนวนดังกล่าวนี้จัดได้ว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการจัดการศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา จึงสนใจศึกษาหาสาเหตุพร้อมแนวทางแก้ไขปัญหการออก



กลางคั่นของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ทั้งนี้ เพื่อให้จำนวนการออกกลางคั่นของนักศึกษาลดลง และสามารถนำไปบริหารจัดการศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ที่เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสาเหตุการออกกลางคั่นของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
2. เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหการออกกลางคั่นของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาสาเหตุการออกกลางคั่นของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหการออกกลางคั่นของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ขอบเขตด้านประชากร

ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาภาคปกติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ที่ออกกลางคั่น ระหว่างปีการศึกษา 2558 – 2561 จำนวน 651 คน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาภาคปกติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ที่ออกกลางคั่น จำนวน 250 คน โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างตามวิธีของ Taro Yamane และผู้บริหารคณะวิทยาการจัดการ อาจารย์ที่ปรึกษา เจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียน จำนวน 20 คน สำหรับการสนทนากลุ่ม

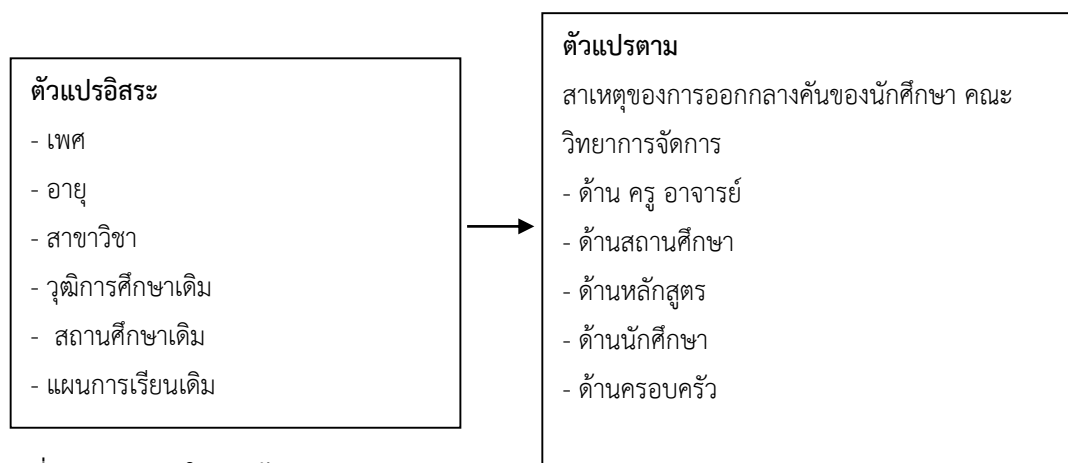
ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาสาเหตุการออกกลางคั่นของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 7 สาขาวิชา

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระหว่างเดือนตุลาคม 2562 ถึงเดือนกันยายน 2563

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นักศึกษาภาคปกติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ที่ออกกลางคั่น ระหว่างปีการศึกษา 2558 – 2561 จำนวน 651 คน (ข้อมูลจากสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน, ออนไลน์.) และผู้บริหาร คณะวิทยาการจัดการ อาจารย์ที่ปรึกษา เจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียน จำนวน 20 คน

2) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้สำหรับการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการออกกลางคืน สำหรับกำหนดขนาดตัวอย่าง จะใช้วิธีการกำหนดขนาดของตัวอย่างของ Taro Yamane โดยยอมรับความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 คณะผู้วิจัยได้ตั้งเป้าในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 ตัวอย่าง ซึ่งจะทำให้ผลการศึกษาที่มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการศึกษาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์โดยวิธีการสนทนากลุ่ม (Interview) ที่สร้างขึ้นโดยการค้นคว้าจากหนังสือและเอกสารต่างๆ รวมถึงการศึกษาทั้งการสร้างแบบสอบถามอย่างละเอียดซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามที่เป็นคำถามปลายปิด (close-ended questions) และคำถามปลายเปิด (open-ended questions)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาที่ออกกลางคืน จำนวน 250 ชุด และการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ของผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ผู้บริหารคณะวิทยาการจัดการ อาจารย์ที่ปรึกษา เจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียน จำนวน 20 คน

1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ในการศึกษารวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาใช้เทคนิคในการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งคณะผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยกำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถามจากแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ สิ่งพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลระดับชุมชนเพื่อให้ได้แนวคิดทฤษฎีที่สามารถนำไปใช้ในการวางแผนทางในการศึกษาพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการอภิปรายอ้างอิง

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การศึกษาสาเหตุการออกกลางคืนของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม และได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถนำมาประมวลผลได้จำนวน 250 ฉบับ หรือคิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามที่ส่งสำรวจทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการศึกษาดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สาขาวิชา วุฒิการศึกษา และแผนการเรียน

ข้อมูลสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย สถานะเพศ อายุ สาขาวิชา วุฒิการศึกษาเดิม สถานศึกษาเดิม ประเภทแผนการเรียน วิเคราะห์โดยการหาจำนวนและร้อยละ ในแต่ละข้อ นำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยายดังต่อไปนี้ รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 250)		
ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	104	41.60
หญิง	146	58.40
2. อายุ		
ต่ำกว่า 19 ปี	6	2.40
19 – 23 ปี	201	80.40
24 ปีขึ้นไป	43	17.20
3. สาขาวิชา		
การบริหารทรัพยากรมนุษย์ฯ	24	9.60
การตลาด	47	18.80
คอมพิวเตอร์ธุรกิจ	33	13.20
การบัญชี	57	22.80



ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เศรษฐศาสตร์	5	2.00
นิเทศศาสตร์	45	18.00
การท่องเที่ยวและการโรงแรม	39	15.60
4. วุฒิสถูตเดิมก่อนเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยฯ		
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า	184	73.60
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	37	14.80
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	23	9.20
อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	6	2.40
5. สถานศึกษาเดิม		
วิทยาลัยเทคนิค	59	23.60
วิทยาลัยอาชีวศึกษา	30	12.00
โรงเรียนมัธยมศึกษา	155	62.00
อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	6	2.40
6. ประเภทแผนการเรียนที่เคยเรียนฯ		
สายวิทย์	46	18.40
สายศิลป์	100	40.00
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว/การโรงแรม	10	4.00
พาณิชยกรรม/บริหารธุรกิจ	78	31.20
เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	5	2.00
คหกรรม	5	2.00
อื่น ๆ	6	2.40

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 58.40 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 19-25 ปี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 80.40 เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี จำนวน 57 คิดเป็นร้อยละ 22.80 มีวุฒิการศึกษาสูงสุดเดิมระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า จำนวน 184 คน และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแผนการเรียนที่เคยเรียนในสถานศึกษาเดิมเป็นสายศิลป์ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

ตารางที่ 2 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยภาพรวม

สาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์	ระดับสาเหตุการออกกลางคัน		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านครู อาจารย์	3.23	0.938	ปานกลาง
2. ด้านสถานศึกษา	3.28	0.909	ปานกลาง
3. ด้านหลักสูตร	3.32	0.904	ปานกลาง
4. ด้านนักศึกษา	3.24	0.868	ปานกลาง
5. ด้านครอบครัว	3.28	0.910	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย (n=250)	3.27	0.906	ปานกลาง

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเรื่อง การศึกษาสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจากสภาพ

ปัญหาและสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ รวมทั้งหมด 5 ด้าน โดยภาพรวมแล้วมีสาเหตุการออกกลางคันอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.27 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.906

ตารางที่ 3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ด้านครู อาจารย์

ที่	สาเหตุการออกกลางคัน	ระดับปัญหาที่ส่งผลกระทบ					x̄	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ด้านครู อาจารย์									
1.1	ความรู้ ความสามารถทางด้านวิชาการของผู้สอนไม่เพียงพอ	8.40 (21)	24.80 (62)	34.40 (86)	31.60 (79)	0.80 (2)	3.08	0.964	ปานกลาง
1.2	ผู้สอนใช้วิธีการจัดการเรียนการสอนไม่เหมาะสม	12.80 (32)	34.00 (85)	39.20 (98)	13.20 (33)	0.80 (2)	3.44	0.905	มาก
1.3	ผู้สอนใช้ภาษาไม่สุภาพ	8.80 (22)	23.20 (58)	32.80 (82)	34.80 (87)	0.40 (1)	3.05	0.974	ปานกลาง
1.4	ผู้สอนมีอคติกับนักศึกษา	9.20 (23)	44.40 (111)	27.60 (69)	17.60 (44)	1.20 (3)	3.42	0.925	มาก
1.5	ผู้สอนขาดความสัมพันธ์และการเอาใจใส่นักศึกษา	9.60 (24)	22.80 (57)	32.80 (82)	34.80 (87)	0.00 (0)	3.07	0.979	ปานกลาง
1.6	ผู้สอนมาสอนไม่สม่ำเสมอ/สอนไม่เต็มเวลา/มาสอนไม่ตรงเวลา	6.00 (15)	26.00 (65)	35.20 (88)	32.00 (80)	0.80 (2)	3.04	0.924	ปานกลาง
1.7	อาจารย์ที่ปรึกษาไม่ดูแลเอาใจใส่ ขาดข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับนักศึกษา ที่ปรึกษา	12.00 (30)	38.40 (96)	35.20 (88)	14.00 (35)	0.40 (1)	3.48	0.892	มาก
รวม (n=250)							3.23	0.938	ปานกลาง

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเรื่อง การศึกษาสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจากสภาพปัญหาและสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ด้านครู อาจารย์ โดยภาพรวมแล้วมีสาเหตุการออกกลางคันอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.23 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.938

ตารางที่ 4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุ การออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ด้านสถานศึกษา

ที่	สาเหตุการออกกลางคัน	ระดับปัญหาที่ส่งผลกระทบ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
2.ด้านสถานศึกษา									
2.1	สถานศึกษาอยู่ไกลไม่สะดวกในการเดินทางมาเรียน	12.80 (32)	13.20 (33)	44.00 (110)	29.20 (73)	0.80 (2)	3.08	0.983	ปานกลาง
2.2	แหล่งศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม เช่น ตำรา หนังสือ คอมพิวเตอร์สืบค้นไม่เพียงพอ	11.20 (28)	38.80 (97)	34.40 (86)	14.80 (37)	0.80 (2)	3.44	0.905	มาก
2.3	สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกห้องเรียนไม่เหมาะสม	6.80 (17)	36.00 (90)	36.80 (92)	19.60 (49)	0.80 (2)	3.28	0.885	ปานกลาง



2.4	การให้บริการของเจ้าหน้าที่ไม่เหมาะสม	4.40 (11)	34.00 (85)	34.40 (86)	26.00 (65)	1.20 (3)	3.14	0.898	ปานกลาง
2.5	การจัดระบบ ดูแลช่วยเหลือผู้เรียนไม่มีประสิทธิภาพ	8.00 (20)	40.80 (102)	36.40 (91)	14.40 (36)	0.40 (1)	3.42	0.847	มาก
2.6	วิธีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนไม่น่าสนใจ	12.00 (30)	34.80 (87)	38.80 (97)	14.40 (36)	0.00 (0)	3.44	0.882	มาก
2.7	ความไม่เหมาะสมของอาคารเรียน/อาคารปฏิบัติการ	12.00 (30)	19.20 (48)	42.00 (105)	26.40 (66)	0.4 (1)	3.16	0.964	ปานกลาง
รวม (n=250)							3.28	0.909	ปานกลาง

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเรื่อง การศึกษาสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน คน 250 โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจากสภาพปัญหาและสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ด้านสถานศึกษา โดยภาพรวมแล้วมีสาเหตุการออกกลางคันอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย .328 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 09.09

ตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ด้านหลักสูตร

ที่	สาเหตุการออกกลางคัน	ระดับปัญหาที่ส่งผลกระทบ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			ความพึงพอใจ
3.ด้านหลักสูตร									
3.1	เนื้อหาวิชาที่เรียนยากเกินไป	12.00 (30)	27.20 (68)	34.00 (85)	26.40 (66)	0.40 (1)	3.24	0.989	ปานกลาง
3.2	เนื้อหาวิชาที่เรียนนำมาใช้ประโยชน์ได้น้อย	9.20 (23)	32.00 (80)	32.40 (81)	25.60 (64)	0.80 (2)	3.23	0.962	ปานกลาง
3.3	เมื่อมาเรียนแล้วเห็นว่าหลักสูตรหรือสาขาวิชาไม่ตรงกับความต้องการ	8.40 (21)	37.20 (93)	42.40 (106)	11.20 (28)	0.80 (2)	3.41	0.828	มาก
3.4	สาขาวิชาที่เรียนไม่เป็นที่นิยม	5.20 (13)	44.40 (111)	38.80 (97)	10.40 (26)	1.20 (3)	3.42	0.794	มาก
3.5	เนื้อหาสาระของรายวิชาในหลักสูตรไม่เหมาะสม	10.80 (27)	24.40 (61)	40.00 (100)	24.40 (61)	0.40 (1)	3.21	0.947	ปานกลาง
3.6	จำนวนหน่วยกิตในโครงสร้างหลักสูตรไม่เหมาะสม	8.80 (22)	27.60 (69)	43.20 (108)	18.40 (46)	2.00 (5)	3.23	0.918	ปานกลาง
3.7	หลักสูตร หรือ สาขาวิชาไม่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน	14.00 (35)	37.60 (94)	36.00 (90)	12.00 (30)	0.40 (1)	3.53	0.893	มาก
รวม (n=250)							3.32	0.904	ปานกลาง

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเรื่อง การศึกษาสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน คน 250 โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจากสภาพปัญหาและสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ด้านหลักสูตร โดยภาพรวมแล้วมีสาเหตุการออกกลางคันอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย .332 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 09.04



ตารางที่ 6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ด้านนักศึกษา

ที่	สาเหตุการออกกลางคัน	ระดับปัญหาที่ส่งผลกระทบ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
4.ด้านนักศึกษา										
4.1	ขาดเรียนบ่อยจนหมดสิทธิ์สอบ/ขาดการเข้าร่วมกิจกรรม	8.80 (22)	34.00 (85)	50.40 (126)	5.20 (13)	1.60 (4)	3.43	0.790	มาก	
4.2	ไม่มีเพื่อนที่สามารถปรึกษาได้	11.20 (28)	3.20 (80)	47.20 (118)	8.00 (20)	1.60 (4)	3.43	0.853	มาก	
4.3	มีปัญหาการทะเลาะวิวาท ติดการพนัน/ยาเสพติด/สูสาว	9.20 (23)	27.60 (69)	44.40 (111)	17.60 (44)	1.20 (3)	3.26	0.896	ปานกลาง	
4.4	ผลการเรียนไม่น่าพึงพอใจ หรือต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด	6.80 (17)	40.00 (100)	45.20 (113)	7.60 (19)	0.40 (1)	3.45	0.750	มาก	
4.5	สุขภาพไม่เอื้ออำนวยต่อการเรียน	4.00 (10)	23.20 (58)	43.20 (108)	27.20 (68)	2.40 (6)	2.99	0.873	ปานกลาง	
4.6	ลาออกไปศึกษาต่อสถาบันอื่น	8.80 (22)	23.20 (58)	37.60 (94)	28.00 (70)	2.40 (6)	3.08	0.978	ปานกลาง	
4.7	เลือกเรียนสาขาวิชาที่ไม่ตรงกับ ความมุ่งหมาย ความสามารถ ความสนใจ	6.00 (15)	27.60 (69)	35.20 (88)	28.40 (71)	2.80 (7)	3.04	0.956	ปานกลาง	
รวม (n=250)							3.24	0.868	ปานกลาง	

ตารางที่ 6 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเรื่อง การศึกษาสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 250 คน โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจากสภาพปัญหาและสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ด้านนักศึกษา โดยภาพรวมแล้วมีสาเหตุการออกกลางคันอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.24 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.868



ตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ด้านครอบครัว

ที่	สาเหตุการออกกลางคัน	ระดับปัญหาที่ส่งผลกระทบ					$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
5.ด้านครอบครัว									
5.1	ย้ายภูมิลำเนา	12.00 (30)	18.80 (47)	46.00 (115)	22.40 (56)	0.80 (2)	3.18	0.945	ปานกลาง
5.2	พ่อ แม่ ผู้ปกครองไม่สนับสนุนการศึกษาเล่าเรียน	11.60 (29)	14.00 (35)	45.20 (113)	28.40 (71)	0.80 (2)	3.07	0.958	ปานกลาง
5.3	สภาพของครอบครัวมีปัญหา แยกแยกหย่าร้าง	11.60 (29)	16.00 (40)	44.80 (112)	26.40 (66)	1.20 (3)	3.10	0.964	ปานกลาง
5.4	ครอบครัวมีฐานะยากจน ต้องช่วยหารายได้	13.60 (34)	38.40 (96)	40.00 (100)	8.00 (2)	0.00 (0)	3.58	0.824	มาก
5.5	มีสมาชิกในครอบครัวหลายคนที่ต้องรับผิดชอบ	12.00 (30)	38.80 (97)	39.20 (98)	9.60 (24)	0.4 (1)	3.52	0.842	มาก
5.6	พ่อ แม่ ผู้ปกครองประกอบอาชีพไม่เป็นหลักแหล่ง	12.00 (30)	37.20 (93)	37.6 (94)	13.20 (33)	0.00 (0)	3.48	0.870	มาก
5.7	ความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวค่อนข้างแย่	12.00 (30)	25.60 (64)	37.60 (94)	24.80 (62)	0.00 (0)	3.06	0.967	ปานกลาง
รวม (n=250)							3.28	0.910	ปานกลาง

ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเรื่อง การศึกษาสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน คน 250 โดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจากสภาพปัญหาและสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ด้านครอบครัว โดยภาพรวมแล้ว สาเหตุการออกกลางคันอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย .328 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 09.10

สรุปผลและอภิปรายผล

สรุปผล

จากการศึกษาสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเพื่ออธิบายคุณลักษณะและภาพรวมของตัวอย่างที่นำมาศึกษา รวมถึงวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอแนวทางการศึกษา ข้อมูลทั่วไปของการศึกษาสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 58.40 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 19-25 ปี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 80.40 เป็นนักศึกษาสาขาวิชาการบัญชี จำนวน 57 คิดเป็นร้อยละ 22.80 มีวุฒิการศึกษาสูงสุดเดิมระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า จำนวน 184 คน และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแผนการเรียนที่เคยเรียนในสถานศึกษาเดิมเป็นสายศิลป์ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และผลการศึกษาสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ รวมทั้งหมด 5 ด้าน โดยภาพรวมแล้วมีสาเหตุการออกกลางคันอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.27 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.906 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สาเหตุการออกกลางคันโดยส่วนใหญ่คือด้านหลักสูตร อยู่ในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.904 รองลงมาเท่ากัน คือ เป็นสาเหตุด้านครอบครัวและด้านสถานศึกษา มีสาเหตุการออกกลางคันอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.910 และ 0.909

และสาเหตุด้านนักศึกษา มีสาเหตุการออกกลางคันอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.868 และอันดับสุดท้าย สาเหตุด้านครู อาจารย์ มีสาเหตุการออกกลางคันอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.938 ตามลำดับ สรุปได้ดังนี้

อภิปรายผล

สาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

1. ด้านครู อาจารย์ พบว่า สาเหตุด้านอาจารย์ที่ปรึกษาไม่ดูแลเอาใจใส่ ขาดข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับนักศึกษาที่ปรึกษา ผู้สอนใช้วิธีการจัดการเรียนการสอนไม่เหมาะสม และผู้สอนมีอคติกับนักศึกษา ทั้งนี้เนื่องจาก อาจารย์มีภาระงานอื่นมากเกินไป และยังต้องเข้าประชุมและร่วมจัดกิจกรรมของคณะ และมหาวิทยาลัย ทำให้ขาดการดูแลเอาใจใส่นักศึกษา สอดคล้องกับการศึกษาของเอกบุตร อยู่สุข (2549, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง สาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยการอาชีพพทุทมนธพล สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ผลการศึกษา พบว่า ครู อาจารย์มีภาระงานมากเกินไป ขาดความรับผิดชอบ เข้าสอนและเลิกไม่ตรงตามเวลา ขาดความสัมพันธ์และความเป็นกันเอง นักศึกษาไม่ได้รับการดูแลช่วยเหลืออย่างใกล้ชิด สอดคล้องกับการศึกษาของภุชณิศา สิริวรพร (2557, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสาเหตุของการออกกลางคันและแนวทางการแก้ไขปัญหาการออกกลางคันของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของสถาบันการพลศึกษา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า ประเด็นที่มีสภาพปัญหามากที่สุด คือ มีภาระมากเกินไปได้เตรียมความพร้อมในการสอน รองลงมา คือ ครู ภาระหน้าที่ความรับผิดชอบของครูผู้สอนไม่ชัดเจน และวิธีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนไม่น่าสนใจ

2. ด้านสถานศึกษา พบว่า ความรู้ ความสามารถทางด้านแหล่งศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม เช่น ตำรา หนังสือ คอมพิวเตอร์สืบค้น ไม่เพียงพอวิธีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนไม่น่าสนใจ การจัดระบบดูแลช่วยเหลือผู้เรียนไม่มีประสิทธิภาพ และสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกห้องเรียนไม่เหมาะสม ทั้งนี้เนื่องจาก สถานที่ศึกษาตั้งอยู่ต่างจังหวัด ทำให้นักศึกษาไม่มั่นใจในแหล่งค้นคว้าข้อมูล และจำนวนที่มีอยู่จะเพียงพอต่อการศึกษา รวมทั้งขาดความพร้อมด้านต่าง ๆ จึงไม่จูงใจให้นักศึกษาอยากเรียน และวิธีการจัดการเรียนการสอนไม่ตรงกับสิ่งที่นักศึกษาต้องการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของเอกบุตร อยู่สุข (2549, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง สาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยการอาชีพพทุทมนธพล สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ผลการศึกษา พบว่า สาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา ได้แก่ นโยบายการรับนักศึกษา ไม่สอดคล้องกับสภาพของท้องถิ่นสถานที่และการอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอเครื่องมืออุปกรณ์การฝึกงานไม่ทันสมัยและไม่อยู่ในสภาพที่จะใช้งานได้

3. ด้านหลักสูตร พบว่า หลักสูตร หรือสาขาวิชาไม่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน สาขาวิชาที่เรียนไม่เป็นที่ยอมรับและเมื่อมาเรียนแล้วเห็นว่าหลักสูตรหรือสาขาวิชาไม่ตรงกับความต้องการ ทั้งนี้เนื่องจาก หลักสูตรที่เลือกเรียน เป็นหลักสูตรที่ชอบแต่ไม่ตรงกับความต้องการกับตลาดแรงงาน ทำให้เกิดความไม่แน่ใจ เมื่อเรียนไปแล้วจะสามารถหางานทำได้หรือไม่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เอกบุตร อยู่สุข (2549, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง สาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยการอาชีพพทุทมนธพล สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ผลการศึกษา พบว่า หลักสูตรและเนื้อหาที่เรียนไม่มีความเหมาะสม นโยบายการรับนักศึกษาไม่สอดคล้องกับสภาพของท้องถิ่น เป็นสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา และผลการศึกษาของ รุ่งพิง พูลสุข (2550, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ในปีการศึกษา 2550 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษาในปีการศึกษา 2550 สาเหตุหลักที่ทำให้นักศึกษาต้องออกกลางคัน พบว่า สอบได้ไม่ตรงสาขาที่ชอบและต้องออกตามระเบียบวัดผลเพราะไม่มีพื้นฐานในสาขาที่เรียนและไม่สามารถปรับตัวเข้ากับการเรียนในมหาวิทยาลัยได้

4. ด้านนักศึกษา พบว่า ผลการเรียนไม่น่าพึงพอใจ หรือต่ำกว่าเกณฑ์ที่ ไม่มีเพื่อนที่สามารถปรึกษาได้ และขาดเรียนบ่อยจนหมดสิทธิ์สอบ/ขาดการเข้าร่วมกิจกรรม และมีปัญหาการทะเลาะวิวาท ติดการพนัน/ยาเสพติด/สูสาว ทั้งนี้เนื่องจากนักศึกษา เมื่อ



เข้ามาเรียนแล้ว ยังปรับตัวไม่ได้ ไม่มีโอกาสเลือกสาขาวิชาตามที่ตนสนใจ และไม่มีเพื่อนสนิทที่ไว้ใจได้ ทำให้เกิดความท้อแท้ไม่ยอมการเรียน และหาที่พึ่งทางอื่น เช่น ติดแฟน ติดยาเสพติด สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภูษณิศ สิริวรพร (2557, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัย เรื่องสาเหตุการออกกลางคันและแนวทางการแก้ไขปัญหาการออกกลางคันของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของสถาบันการพลศึกษา ภาควิชาออกเฉียงเหนือสภาพปัญหาการออกกลางคันของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่ ออกกลางคันเพราะด้าน ส่วนตัวของนักศึกษาประเด็นความรู้ความเข้าใจพื้นฐานในคณะที่เรียน ไม่เข้าใจในวิชาที่เรียน ผลการเรียนไม่น่าพึงพอใจหรือต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ไม่มีค่าใช้จ่ายในการเรียน ปัญหายาเสพติด สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุภาภรณ์ พิมพ์นิย (2555, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสาเหตุการออกกลางคันของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผลการวิจัย พบว่า สาเหตุการออกกลางคันของนิสิตเรียงตามลำดับ ความสำคัญดังนี้ ด้านผู้เรียน ได้แก่ สาขาวิชาที่เรียนไม่สอดคล้องกับความสามารถ และการสอบแต่ละครั้งขาดการเตรียมตัวที่ดี ด้านครอบครัวและบุคคลแวดล้อม ได้แก่ ขาดเพื่อนสนิทที่ไว้ใจได้ในคณะที่เรียน

5. ด้านครอบครัว พบว่า ครอบครัวมีฐานะยากจน ต้องช่วยหารายได้ มีสมาชิกในครอบครัวหลายคนที่ต้องรับผิดชอบ และพ่อ แม่ ผู้ปกครองประกอบอาชีพไม่เป็นหลักแหล่ง ทั้งนี้เนื่องจาก นักศึกษาส่วนใหญ่ครอบครัวมีฐานะยากจน ต้องออกไปหางานทำ เพื่อแบ่งเบาภาระทางบ้าน ทำให้ขาดเรียนบ่อย หรือเหนื่อยล้ามากจนทำให้เบื่อนายและท้อแท้ในการเรียน เนื่องจากต้องทำทั้งสองอย่างพร้อม ๆ กัน สอดคล้องกับการศึกษาของพิมพ์ภา วงศ์ทองแก้ว อมรา ครอบแก้ว และอนุ ธัชยะพงษ์ (2560, บทคัดย่อ) สิ่งที่เป็นสาเหตุของนักศึกษาหลักสูตรบัญชีบัณฑิตมากที่สุด สาเหตุแรกคือ มีปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการเรียนเป็นสาเหตุการออกกลางคันอยู่ในระดับปานกลาง 2) นักศึกษาไม่เข้าใจในเนื้อหาวิชาที่เรียน และไม่ส่งงานตามกำหนดเวลา และ 3) นักศึกษามีความรู้พื้นฐานในสาขาวิชาที่เรียนน้อย และสอดคล้องกับผลการศึกษาของชาติชาย เกตุพรหม (2558, บทคัดย่อ) วิจัยเรื่อง การศึกษาการบริหารจัดการ เพื่อลดปัญหาการออกกลางคันของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีร้อยเอ็ด พบว่าสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษาด้านครอบครัวคือขาดผู้รับผิดชอบสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเรียนและนักศึกษา ไม่ได้อยู่กับบิดา มารดา

แนวทางแก้ไขปัญหาการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

1. ด้านครู อาจารย์ อาจารย์ผู้สอนควรปรับเปลี่ยนทัศนคติของอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาให้สามารถมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีขึ้น มีการจัดกิจกรรมอบรม เรื่อง ขอบเขตของหน้าที่ของอาจารย์ที่ปรึกษา เตรียมการสอนและมีเนื้อหาใหม่ ๆ ทันเหตุการณ์มาใช้สอน และสอนตามพื้นฐานของนักศึกษาปรับเปลี่ยนวิธีการเรียนการสอน เน้นเทคนิควิธีการสอนที่หลากหลาย ปรับสื่อการสอนให้น่าสนใจ สร้างบรรยากาศในห้องเรียน ควรมีจิตวิทยาการสอนเพื่อกระตุ้นนักศึกษาให้เกิดความสนใจในสาขาวิชาที่เรียน ทั้งนี้เนื่องจากนักศึกษามีข้อจำกัดด้านพื้นฐานความรู้เดิมที่มีอยู่ โดยสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ สุภาพร อัครวิโรจน์ (2549, บทคัดย่อ) พบว่า คุณภาพของนักศึกษาที่รับเข้ามามีพื้นฐานความรู้เดิมไม่เพียงพอ ต้องใช้เวลาในการทำความเข้าใจและปรับตัวมากขึ้น ดังนั้นอาจารย์ผู้สอนควรปรับความรู้พื้นฐาน เป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำที่เหมาะสม และผลการศึกษาของวัชร ตระกูลงาม (2550, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การออกกลางคันของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การออกกลางคันพบว่า มี 4 ปัจจัยหลัก ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านนักศึกษา 2) ปัจจัยด้านครอบครัว 3) ปัจจัยด้านการเรียนการสอน 4) ด้านอาจารย์ที่ปรึกษา โดยกลุ่มที่มหาวิทยาลัยให้ออกมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบในระดับมาก 2 ปัจจัย คือ ไม่มีจิตวิทยาในการให้คำปรึกษาและมีความรู้เรื่องบทบาทอาจารย์ที่ปรึกษาน้อย

2. ด้านสถานศึกษา สถานศึกษาควรส่งเสริมสื่ออุปกรณ์การเรียนการสอนแหล่งเรียนรู้บรรยากาศในการเรียนให้เหมาะสมเพียงพอต่อความต้องการของผู้เรียน มีนโยบายพัฒนานักศึกษา โดยการจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับพื้นฐานของแต่ละศาสตร์สาขาวิชา และนักศึกษามีความสามารถปฏิบัติได้ ควรมีการจัดตั้งศูนย์ให้คำแนะนำ และดูแลช่วยเหลือผู้เรียนเป็นรายบุคคล และรายกลุ่มตามประเด็นปัญหาที่พบ ควรให้มีการผ่อนชำระค่าเทอมเป็นงวด ๆ ได้เพราะนักศึกษาที่มาเรียนส่วนใหญ่มีฐานะยากจน ทั้งนี้เนื่องจาก นักศึกษาส่วนใหญ่ฐานะยากจนจึงคำนึงถึงค่าใช้จ่ายเป็นสำคัญ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ ภูษณิศ สิริวรพร (2557, บทคัดย่อ) วิจัย

เรื่อง สาเหตุการออกกลางคันและแนวทางการแก้ไขปัญหาการออกกลางคันของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของสถาบันการพลศึกษา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ว่าปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ประเด็นที่มีสภาพปัญหามากที่สุดคือ ความเข้มงวดของกฎ ระเบียบข้อบังคับในสถานศึกษา รองลงมาคือ การจัดระบบ ดูแลช่วยเหลือผู้เรียนด้วยประสิทธิภาพ และความสัมพันธ์ของสถานศึกษากับผู้เรียนค่อนข้างน้อย สอดคล้องกับผลการศึกษาของสิทธิศักดิ์ ขาปฏิ (2555, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสาเหตุและแนวทางการแก้ปัญหาการออกกลางคันของนักเรียนนักศึกษาในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดชัยภูมิปีการศึกษา 2555 ผลการวิจัยพบว่า มีสาเหตุการออกกลางคัน มี 6 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานศึกษา ควรประเมินศักยภาพของผู้เรียนก่อนการเรียนในสาขาวิชาชีพต่าง ๆ ยึดหยุ่นกฎระเบียบและข้อบังคับของสถานศึกษาตามความเหมาะสมชี้แจงกฎระเบียบและบทลงโทษให้นักเรียนนักศึกษา พ่อแม่ผู้ปกครองได้รับทราบและเข้าใจให้มีความสำคัญกับระบบการดูแลช่วยเหลือผู้เรียนอย่างทั่วถึง ติดตามและดูแลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เรียนอยู่เสมอ

3. ด้านหลักสูตร ควรเปิดหลักสูตรที่มีความหลากหลาย สอดคล้องกับตลาดแรงงาน นักศึกษาจะได้มีโอกาสเลือกเรียนตามความต้องการ และมีการปรับปรุงพื้นฐานความรู้ปรับเนื้อหาที่เรียนให้สอดคล้องกับบริบทของนักศึกษา หลักสูตรควรมีกิจกรรมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาวิชาเรียนในสาขาหรือเนื้อหาที่ใกล้เคียงกันเพื่อให้นักศึกษาได้มีโอกาสย้ายสาขาในศาสตร์ใกล้เคียงกัน และแนะนำแนวทางหรือแนวความคิดเพื่อให้นักศึกษาอยู่ในหลักสูตรหรือสาขาที่นักศึกษาต้องการจริง ๆ ทั้งนี้เนื่องจากนักศึกษาคาดหวังว่าเมื่อเรียนจบแล้วมีงานทำ เมื่อมาเรียนแล้วไม่ถนัด จึงควรปรับเนื้อหาให้เหมาะสม โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาของเอกบุตร อยู่สุข (2549, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง สาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยการอาชีพพุมพองมณฑลสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ผลการศึกษา พบว่า หลักสูตรและเนื้อหาที่เรียนไม่มีความเหมาะสมเป็นสาเหตุการออกกลางคัน และผลการวิจัยของภูษณิศ สิริวรพร (2557, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง สาเหตุการออกกลางคันและแนวทางการแก้ไขปัญหาการออกกลางคันของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ของสถาบันการพลศึกษา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน สภาพปัญหาอยู่ในระดับ ปานกลาง ประเด็นที่มีปัญหามากที่สุดคือ เนื้อหาสาระที่กำหนดในหลักสูตรไม่เหมาะสม รองลงมา คือ ความไม่พร้อมของแบบเรียนและอุปกรณ์การเรียน การจัดสถานที่หรือโรงฝึกงานไม่เหมาะสม อุปกรณ์การเรียนการสอนไม่ทันสมัยเพียงพอ การสร้างบรรยากาศในการเรียนการสอนไม่เหมาะสม ความไม่เพียงพอของวัสดุที่ใช้ในการฝึกงาน และสาขาวิชาที่เรียนมีความยุ่งยากเกินไป หลักสูตรไม่ตรงต่อความต้องการของท้องถิ่น 2) หลักสูตรไม่สอดคล้องกับความถนัด ความสนใจของนักศึกษา และ 3) ความทันสมัยของอุปกรณ์การเรียนการสอน

4. ด้านนักศึกษา ควรจัดให้มีการเรียนเสริมในรายวิชาที่คิดว่าผลการเรียนจะไม่ผ่านหรือต่ำกว่าเกณฑ์ กระตุ้นให้นักศึกษาติดตามผลการเรียนตัวเองสม่ำเสมอ เมื่อมีปัญหาให้นักศึกษาปรึกษาอาจารย์ผู้สอน ให้อาจารย์ที่ปรึกษาจัดพี่เลี้ยง และติดตามการเรียนของนักศึกษาเพื่อจัดกิจกรรมเสริม การเรียนซ่อมเสริมให้รายวิชาที่ต่ำกว่าเกณฑ์ จัดอาจารย์ที่ปรึกษาหรืออาจารย์แนะแนวเพื่อให้คำปรึกษาเป็นพิเศษกับนักศึกษาที่ประสบปัญหาการเรียนการสอน ควรใช้เพื่อนโน้มน้าว กรณีที่นักศึกษาที่ติดเพื่อน เกียจคร้าน ไม่สนใจ รวมทั้งร่วมมือกับผู้ปกครองและชุมชนในการส่งเสริมให้นักศึกษาเข้าใจและตระหนักถึงพิษภัยจากสารเสพติดและอบายมุขต่าง ๆ และอาจารย์ที่ปรึกษาทำข้อมูลนักศึกษาเป็นรายบุคคลเพื่อติดตามหรือสำรวจข้อมูลนักศึกษาที่มีปัญหาพบนักศึกษาคนใดมีแนวโน้มยาเสพติดให้มีการช่วยเหลือรายบุคคล ทั้งนี้เนื่องจากนักศึกษามีพื้นฐานความรู้น้อยและไม่ถนัดในสาขาวิชาที่เรียนจึงไม่กระตือรือร้นและขาดเรียนบ่อย โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ สิทธิศักดิ์ ขาปฏิ (2555, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาสาเหตุและแนวทางการแก้ปัญหาการออกกลางคันของนักเรียนนักศึกษาในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดชัยภูมิปีการศึกษา 2555 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมสถานศึกษาควรสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายต่าง ๆ ในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมและสภาพความเป็นอยู่ของผู้เรียน รวมทั้งป้องกันปรามการเที่ยวเตร่ตามแหล่งอบายมุขหรือสถานที่ที่ไม่เหมาะสม จัดสถานที่ภูมิทัศน์และบริการสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้เรียนได้พักผ่อนคลายเครียด และมีความปลอดภัย



5. ด้านครอบครัว ควรมีการส่งเสริมให้มียกย่องทุนเพื่อการศึกษาสำหรับนักศึกษาที่ฐานะการเงินของครอบครัวมีรายได้น้อยเพิ่มเติมจากส่วนที่มหาวิทยาลัยจัดหาให้ ส่งเสริมให้นักศึกษามีรายได้เสริมระหว่างเรียน เสนอให้ทางมหาวิทยาลัยมีการแบ่งชำระค่าเทอม เป็นงวด ๆ เพื่อให้สามารถแบ่งเบาภาระการจ่ายเงินและให้นักศึกษาทำงานระหว่างเรียน จัดหาและส่งเสริมให้นักศึกษามีรายได้ระหว่างศึกษาเพื่อนำรายได้ที่ได้ไปแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในบ้าน มีหอพักสำหรับนักศึกษาที่มีปัญหาเรื่องที่พักอาศัยโดยการช่วยเหลือและแบ่งเบาภาระในเรื่องค่าใช้จ่ายบางส่วน ทั้งนี้เนื่องจากครอบครัวของนักศึกษาส่วนใหญ่ฐานะยากจนไม่มีเวลาดูแลหรือสนใจการศึกษา โดยสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของชาติชาย เกตุพรหม (2558, บทคัดย่อ) วิจัยเรื่อง การศึกษาการบริหารจัดการเพื่อลดปัญหาการออกกลางคันของนักศึกษาวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีร้อยเอ็ด การแก้ไขปัญหาการออกกลางคันด้านครอบครัวเรื่อง ขาดผู้รับผิดชอบสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเรียน แนวทางแก้ไข คือ 1) ครู และผู้ปกครองควรให้ความรัก ความอบอุ่นและกำลังใจในการดำเนินชีวิตให้คาบปรึภษาพร้อมป้องกันและแก้ไขปัญหาให้ นักศึกษาได้ 2) สถานศึกษาและครูให้ความรู้ สร้างความตระหนักด้าน การศึกษาและจิตวิทยาในการปกครองดูแลเด็กแก่ผู้ปกครอง มีระบบดูแลช่วยเหลือนักศึกษา 3) สถานศึกษาควรสนับสนุนปัจจัยที่เป็น ต่อการเรียน เช่น จัดที่พัก หนังสือ อุปกรณ์การเรียน และเครื่องแต่งกาย 4) สถานศึกษาควรจัดหาและให้ทุนการศึกษาแก่นักศึกษา 5) สถานศึกษาควรส่งเสริม สนับสนุนให้ทำกิจกรรมระหว่างเรียน และ 6) สถานศึกษาควรแสวงหาความร่วมมือกับสถานประกอบการ เพื่อให้ นักเรียน นักศึกษามีโอกาสเข้าไปศึกษาดูงาน/ฝึกปฏิบัติประสบการณ์ทางวิชาชีพ/ทำงานนอกเวลา เพื่อให้มีรายได้มาใช้ในการดำรงชีวิตและการศึกษา และสอดคล้องกับ เพชรพะเยาว์ แยมยีนดี สมหมาย อำตองกลอย และนงลักษณ์ ใจฉลาด (2556, บทคัดย่อ) ศึกษาสาเหตุของการเสี่ยงออกกลางคันของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ และเพื่อศึกษาแนวทางป้องกันการเสี่ยงออก กลางคันของนักศึกษาหลักสูตร ผลการวิจัย พบว่า ด้านสภาพของครอบครัว สถานศึกษาควรจัดอบรมการหารายได้ระหว่างเรียน ให้กับ นักศึกษาที่มีปัญหาผู้ปกครองมีรายได้น้อยและไม่แน่นอน ควรช่วยเหลือในการจัดหางานพิเศษเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับนักศึกษา และอาคาร สถานศึกษา ควรเร่งรัดให้นักศึกษาสามารถดำเนินการกองทุนเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. **ด้านครู อาจารย์** จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับวิธีการเรียนการสอน และกิจกรรมระหว่างอาจารย์ผู้สอน และนักศึกษา ในการ ป้องกันและแก้ไขปัญหา ในด้านวิธีการเรียนการสอนจะต้องอาศัยเน้นเทคนิควิธีการสอนที่หลากหลาย ปรับสื่อการสอนให้เหมาะสมใจ ใช้หลักจิตวิทยาในการสอนให้สอดคล้องกับความแตกต่างระหว่างบุคคล ส่วนกิจกรรมระหว่างอาจารย์ผู้สอน และนักศึกษา ควรสร้าง กิจกรรมที่อาจารย์ผู้สอนและนักศึกษามีส่วนร่วม และส่งเสริมให้ผู้สอนทุกคนรู้จักนักศึกษาเป็นรายบุคคลเพื่อรู้เข้าใจสาเหตุการเรียนของ นักศึกษาแต่ละคน

2. **ด้านสถานศึกษา** จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับสื่ออุปกรณ์การเรียนการสอนแหล่งเรียนรู้ ค่าเทอมและอัตราค่าปรับการลงทะเบียน และระบบการชำระเงิน ซึ่งมหาวิทยาลัยควรนำเอาข้อเสนอแนะดังกล่าวนี้ไปพิจารณาแก้ไขหรือหามาตรการที่เป็นการช่วยเหลือ นักศึกษาต่อไป เช่น เรื่องการชำระค่าลงทะเบียนล่าช้าที่มีขั้นตอนยุ่งยากมากในปัจจุบันทำให้นักศึกษาเสียเวลาเกี่ยวกับการดำเนินการ ทางด้านเอกสาร ก็ควรปรับระบบให้มีความคล่องตัวมากขึ้น และควรมีการจัดตั้งศูนย์ให้คำแนะนำ และดูแลช่วยเหลือผู้เรียนเป็น รายบุคคล และรายการตามประเด็นปัญหาที่พบ

3. **ด้านหลักสูตร** จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับ ความหลากหลายของหลักสูตร ในการป้องกันและแก้ไขปัญหา นั้น ควรเปิดหลักสูตรที่ มีความหลากหลาย สอดคล้องกับตลาดแรงงาน นักศึกษาจะได้มีโอกาสเลือกเรียนตามความต้องการ และมีการปรับพื้นฐานความรู้ ปรับ เนื้อหาที่เรียนให้สอดคล้องกับบริบทของนักศึกษา รวมทั้งแนะนำแนวทางหรือแนวความคิดเพื่อให้นักศึกษาอยู่ในหลักสูตรหรือสาขาที่ นักศึกษาต้องการจริง ๆ

4. ด้านนักศึกษา จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์ และพฤติกรรมส่วนตัวของนักศึกษาเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งในการป้องกันและแก้ไขปัญหาจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากเพื่อน ผู้ปกครอง อาจารย์ผู้สอน และอาจารย์ที่ปรึกษาของนักศึกษา ซึ่งมหาวิทยาลัยควรมีการจัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือประสานงานการแก้ไขปัญหาการออกกลางคันเพื่อเป็นตัวกลางในการดำเนินงานในเรื่องนี้ ส่วนผลการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์นั้นจัดให้มีการเรียนเสริมในรายวิชาที่คาดว่าจะผลการเรียนจะไม่ผ่านหรือต่ำกว่าเกณฑ์ ติดตามการเข้าเรียน ตักเตือนตอนขาดเรียน

5. ด้านครอบครัว จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่าย ในการป้องกันและแก้ไขปัญหา นั้น ควรมีการส่งเสริมให้มีกองทุนเพื่อการศึกษาสำหรับนักศึกษาที่ฐานะการเงินของครอบครัวมีรายได้น้อยเพิ่มเติม จัดหาและส่งเสริมให้นักศึกษามีรายได้ระหว่างศึกษาเพื่อนำรายได้ที่ได้ไปแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในบ้าน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาค้นคว้าสาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา ในแต่ละคณะเพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบสาเหตุอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยต่อการออกกลางคันของนักศึกษา รวมทั้งนำข้อมูลที่ได้รับมากำหนดแนวทางนโยบายที่ชัดเจนในการวางแผนแก้ไข และลดปัญหานักศึกษาออกกลางคัน
2. อาจารย์ผู้สอนควรพัฒนาระบบการเรียนการสอน หรือวิธีการสอนแบบใหม่ ๆ โดยนำระบบการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 เข้ามาช่วยพัฒนาระบบการจัดการเรียนการสอน
3. การวิจัยครั้งต่อไปควรมุ่งเน้นศึกษาตัวแปรในด้านอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้นเพราะอาจจะทำให้ค้นพบถึงปัญหาการออกกลางคันของนักศึกษาที่ชัดเจนและตรงจุด

เอกสารอ้างอิง

- ชาติชาย เกตุพรหม. (2558). การบริหารจัดการเพื่อลดปัญหาการออกกลางคันของนักเรียนนักศึกษาวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีร้อยเอ็ด. หลักสูตรนักบริหารระดับสูง กระทรวงศึกษาธิการ รุ่นที่ 5 สถาบันพัฒนาครู อาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : กระทรวงศึกษาธิการ.
- พิมพ์ผกา วงศ์ทองแก้ว อมรา ครองแก้ว และอนุ ธีระพงษ์ (2560) สาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษาหลักสูตรบัญชีบัณฑิตตามทัศนคติของนักศึกษาปกติสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 4 สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร หน้า 731-742.
- เพชรพระเยาว์ แยมยินดี สมหมาย อำตองกลอย และนางลักษณ์ ใจฉลาด. (2556). การศึกษาสาเหตุของการเสี่ยงออกกลางคันของนักศึกษาหลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยพณิชยการบึงพระพิบูลย์โลก สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ, 3(5), 1-14.
- ภูษณิศ สิริวรพร. (2557). สาเหตุการออกกลางคันและแนวทางการแก้ไขปัญหาการออกกลางคันของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของสถาบันการพลศึกษา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ปริญญานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต วิจัยและประเมินผล มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ร่ำพิง พูลสุข. (2550). สาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ในปีการศึกษา 2550. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- เรณูมาศ มาอุ่น. (2559). การจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, 9(21) หน้า 169-176.
- ฤทัยชนนี สิทธิชัย และคณะ (2550) การออกกลางคันของนักศึกษามหาวิทยาลัยในจังหวัดปัตตานี. Songklanakarin Journal of Social Sciences & Humanities, Vol. 14, No. 3 (2008).
- วัชร ตรีภูมาม. (2550). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.



- สุภาพร อัครวิโรจน์. (2549). การศึกษาและเปรียบเทียบสาเหตุการออกกลางคันและ ไม่สำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนดของนักศึกษาหลักสูตร อดุสาหกรรมศาสตรบัณฑิต (ต่อเนื่อง) คณะเทคโนโลยีและการจัดการอุตสาหกรรม. [ออนไลน์], เข้าถึงจาก http://rir.nrct.go.th/rir/?page=researcher&author_code=36178 (2562, 15 ธันวาคม)
- สิทธิศักดิ์ ชาบฏ. (2555). รายงานการวิจัยการศึกษาสาเหตุและแนวทางการแก้ปัญหาการออกกลางคันของนักเรียนนักศึกษาในสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดชัยภูมิ ปีการศึกษา 2555. ชัยภูมิ : วิทยาลัยเทคนิคชัยภูมิ.
- สุภาพรณ พิมพะนิตย์. (2555). สาเหตุการออกกลางคันของนิสิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เอกบุตร อยู่สุข. (2549). สาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยการชีพพุทธมณฑล สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารอาชีวและเทคนิคศึกษบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- Cooper, D.R. and Schindler, P.S. (2001) Business Research Methods. McGraw-Hill Higher Education, London.
- Cronbach, L. J. (1990). Essentials of psychological testing. (3rd ed.). New York: Harper and Row.