



วารสาร มทร.อีสาน

ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ISSN 2672-9342 (Online)

ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2565



RMUTI

วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ได้รับการประเมินคุณภาพ
ให้อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 2

วารสาร มทร.อีสาน

RMUTI JOURNAL

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

Rajamangala University of Technology Isan (RMUTI)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านวิชาการ ด้านงานวิจัย และสิ่งประดิษฐ์ระหว่างนักวิชาการ และนักวิจัยกับผู้สนใจทั่วไป
2. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ผลงานวิจัย และสิ่งประดิษฐ์ของนักวิชาการและนักวิจัยสู่สาธารณชน

หลักเกณฑ์การส่งบทความ

วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นวารสารราย 6 เดือน ตีพิมพ์ปีละ 2 ฉบับ คือ มกราคม-มิถุนายน และ กรกฎาคม-ธันวาคม ของทุกปี โดยเน้นรับบทความทางด้าน Social Sciences ในสาขาวิชา General Arts and Humanities, General Business, Management and Accounting, Marketing, Organizational Behavior and Human Resource Management และ General Social Sciences

กระบวนการพิจารณาบทความ

กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้าไม่ผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจะส่งกลับเพื่อทำการแก้ไขถ้าผ่านเบื้องต้นจะรับเข้าสู่กระบวนการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ต่อ 1 บทความและเมื่อบทความผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิผู้เขียนจะได้รับหนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความบทความทุกบทความจะต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้อง 3 ท่าน โดยที่ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แต่งไม่ทราบชื่อซึ่งกันและกัน (double-blind review)

เจ้าของ

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

744 ถ.สุนทรารายณ์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000

โทรศัพท์ 0 - 4423 - 3063 โทรสาร 0 - 4423 - 3064

E-mail : rmuti.journal@gmail.com

พิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน

ฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม - เดือนธันวาคม

ลิขสิทธิ์

ต้นฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของ วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และบทความในวารสารเป็นแนวคิดของผู้แต่ง มิใช่เป็นความคิดของคณะกรรมการจัดทำวารสาร และมิใช่เป็นความรับผิดชอบของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

วารสาร มทร.อีสาน
ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
RMUTI JOURNAL
Humanities and Social Sciences

ที่ปรึกษากองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.โมษิต ดร.อนันวรรต	ศรีภูธร ทาสุข	อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลอีสาน
รองศาสตราจารย์ ดร.วีรชัย	พุทธรวงค์	ประธานหลักสูตรนิติวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ประครอง	คันเสถียร	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล	ดอนขวา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
รองศาสตราจารย์ ดร.คณิต	ไข่มุกด์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
รองศาสตราจารย์ ดร.จินตนา	กาญจนวิสุทธิ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.มาลัย	ทวิสุข	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา	เลาहनันทน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร	ไชยะ	มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์
รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน	พรหมโสภา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ จิตต์น้อม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ดร.ณพวรรณ	สินธุศิริ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ดร.ภาคภูมิ	หมีเงิน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ดร.ธีระวัฒน์	อาจปรุ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ฝ่ายจัดการและธุรการ

นางสาววลีรักษ์	ศรีศิลป์ไชย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
นางสาวปัทมา	บุญลอย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

สารบัญ

บทความวิจัย

คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารที่มีผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจ นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ SMEs 1

ในเขตกรุงเทพมหานคร

สุภาพันธุ์ สายทองอินทร์

พฤติกรรมกรบริโภคอาหารสุขภาพของผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย 16

ณัฐจริย์ จิระศกุล และศักรินทร์ นนทพจน์

ทุนทางสังคมกับการจัดการเครือข่ายคนชายขอบ: เครือข่ายรักษำป่าและสิ่งแวดล้อม คอยยาว-คอยผาหม่นภูชี้ฟ้า 30

อดิสร ภู่อาระ

โอกาสในการล้มละลายของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในสถานการณ์ Covid-19: 41

กรณีศึกษาเปรียบเทียบของกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตและกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

ชุติมา นาคประสิทธิ์, จิรายุ ไชยสุภา, ปรียาภรณ์ อามะ และสุพัตรา อุทา

การประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ของงานทำเทียนด้วยมือในกลุ่มช่างทำเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี 53

จารุพร ดวงศรี, ญาณิฐา แพงประโคน, ชัยกฤต ยกพลชนชัย, คมสันต์ ธงชัย และรัชณี จุมจี

บทความวิชาการ

อิทธิพลการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการสร้างพลังอำนาจผู้หญิง 64

เบญจภา ไกรทอง

การจัดจำหน่ายแบบมุ่งเน้นคุณค่าต่อลูกค้าตามแนวคิดการตลาดร่วมสมัย 78

ประภาศรี พงศ์ธนาพานิช

Table of Contents

Research Articles

Quality of Management Accounting Information Affecting Decision Making Efficiency Leads to Business Success of SMEs in Bangkok <i>Supapan Saithong-in</i>	1
Healthy Food Consumption Behavior of the Elderly in Nong Khai Municipality <i>Natcharee Jirukkakul and Sakkarin Nonthapot</i>	16
Network Governance on the Basis Social Capital of Marginal People: The Network Protect the Forest and Environment Doi Yao-Doi Phamon Phu Chifa <i>Adisorn Pusara</i>	30
Bankruptcy Chances of Companies Listed on the Stock Exchange of Thailand in Covid-19 Pandemic: A Case Study of Comparison Between Manufacturing Industry and Service Industry <i>Chutima Nakprasit, Jirayu Chaisuka, Preeyaporn Amma, and Supattra Uta</i>	41
Ergonomic Risk Assessment of Candle Making by Hand Among Candlemakers, Ubon Ratchathani Province <i>Jaruporn Duangsri, Yanitha Paengprakhon, Chaiyakrit Yokphonchanachai, Comson Thongchai, and Ratchanee Joomjee</i>	53
Academic Article	
The Influence of Social Media on Women Empowerment <i>Benjapa Kaithong</i>	64
Customer-Focused Distribution Based on Contemporary Marketing Concepts <i>Prapasri Phongthanapanich</i>	78

คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารที่มีผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจ นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร

Quality of Management Accounting Information Affecting Decision Making Efficiency Leads to Business Success of SMEs in Bangkok

สุภาพันธุ์ สายทองอินทร์^{1*}

Supapan Saithong-in^{1*}

Received: February 8, 2022; Revised: April 15, 2022; Accepted: April 18, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารในธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) วิเคราะห์ประสิทธิภาพการตัดสินใจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 153 ตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับปัญหาและด้านความน่าเชื่อถือส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจ และ 2) ประสิทธิภาพการตัดสินใจส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าหากธุรกิจ SMEs ใช้ข้อมูลบัญชีบริหารที่มีคุณภาพเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลให้กับหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลและสนับสนุนธุรกิจ SMEs ได้แนวทางในการออกนโยบายหรือสร้างกิจกรรมเพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนากระบวนการจัดทำข้อมูลบัญชีบริหารให้มีคุณภาพเพื่อที่ธุรกิจ SMEs จะได้สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

คำสำคัญ : คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหาร; ประสิทธิภาพการตัดสินใจ; ความสำเร็จของธุรกิจ

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

¹ Faculty of Management Science, Chandrakasem Rajabhat University

* Corresponding Author, Tel. 08 1793 6324, E - mail: ajpuikok@gmail.com

Abstract

This study aimed to 1) analyze the quality of management accounting information that affects the decision-making efficiency of SMEs in Bangkok, and 2) analyze the decision-making efficiency that affects the business success of SMEs in Bangkok. The data was collected with the use of stratified sampling method from 153 executives in accounting division. Questionnaires were constructed as a tool to measure the data of the study. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, correlation analysis, simple regression analysis, and multiple regression analysis. The results revealed that 1) the quality of management accounting information in the aspects of relevance and reliability had a significant positive effect on decision-making efficiency, and 2) decision-making efficiency had a significant positive effect on business success of SMEs in Bangkok. This information shows that if SMEs use quality of management accounting information as a decision-making tool, they will succeed. In addition, it is also the information for SMEs regulators to formulate policies or create activities to support the development of management accounting systems that can provide quality information for SMEs.

Keywords: Quality of Management Accounting Information; Decision-Making Efficiency; Business Success

บทนำ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในโลกยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมาก ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจ ความต้องการของลูกค้าและโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านเทคโนโลยี ส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ มีความซับซ้อนและมีกลไกวิธีการที่หลากหลายมากขึ้น การที่ธุรกิจจะอยู่รอดและประสบความสำเร็จได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (Akpoviro, K. S., 2018) ในการบริหารงานนั้นผู้บริหารจะต้องอาศัยข้อมูลจากฝ่ายต่าง ๆ เพื่อใช้ในการวางแผน สั่งการ ควบคุมและตัดสินใจ จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยทางด้านบัญชีเป็นที่ยอมรับว่าข้อมูลทางการเงินบัญชี มีบทบาทที่สำคัญในกระบวนการตัดสินใจทางธุรกิจ ผู้บริหารใช้ข้อมูลบัญชีในการวางแผน ประเมินผลและควบคุมการปฏิบัติงาน ตลอดจนใช้ข้อมูลเพื่อสร้างความเข้าใจในงานทำให้ลดความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นก่อนการตัดสินใจ (อภากาศร์, 2564; Botchway, H. B. and Rashedi, H., 2020) โดยข้อมูลทางการเงินบัญชีได้แบ่งตามวัตถุประสงค์การใช้งานเป็น 2 ประเภท คือ ข้อมูลทางบัญชีการเงินและข้อมูลทางบัญชีบริหาร สำหรับข้อมูลทางบัญชีการเงิน มุ่งเน้นนำเสนอข้อมูลทางการเงินต่อบุคคลภายนอกองค์กร โดยนำเสนอในภาพรวมของธุรกิจเป็นการสรุปข้อมูลในอดีตซึ่งถูกจัดทำตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป ส่วนข้อมูลทางบัญชีบริหารนั้นจะมุ่งเน้นนำเสนอข้อมูลทางการเงินสำหรับผู้ใช้อ้างอิงภายในองค์กร โดยใช้ข้อมูลในอดีตที่เกิดขึ้นแล้ว มาทำการวิเคราะห์และพยากรณ์เพื่อวางแผนการดำเนินงานในอนาคตขององค์กร เป็นการนำเสนอตามวัตถุประสงค์การใช้งานของผู้ต้องการใช้ข้อมูล (Nnenna, O. M., 2012) ดังนั้น ข้อมูลทางบัญชีบริหารที่มีคุณภาพจึงมีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจของผู้บริหารทั้งทางตรงและทางอ้อมในการดำเนินงาน ซึ่งผลการวิจัยในอดีตพบว่า ผู้บริหารนำข้อมูลทางบัญชีบริหาร เช่น ข้อมูลต้นทุนไปใช้ในการตัดสินใจวางแผนทางการเงิน การบริหารสภาพคล่อง สำหรับด้านการผลิตนำไปใช้เพื่อการจัดทำงบประมาณการผลิต การกำหนดต้นทุนตามเป้าหมายเพื่อรักษาระดับกำไร รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (พรพิพัฒน์ และธีรวิทย์, 2561)

สำหรับในประเทศไทยนั้น องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่มีขนาดกลางและเล็ก เรียกว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) หรือธุรกิจ SMEs เป็นธุรกิจที่มี

ทรัพยากรและสินทรัพย์จำกัด มีจำนวนบุคลากรไม่มาก แต่เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญและมีบทบาทต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากธุรกิจ SMEs มีจำนวนมาก จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี พ.ศ. 2561 ได้รายงานผลการสำรวจสำมะโนธุรกิจการค้าและอุตสาหกรรม ปี พ.ศ. 2560 และข้อมูลการจัดตั้งธุรกิจจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าพบว่า จำนวนธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย มีจำนวน 3,004,679 ราย เทียบกับปีก่อนที่มีจำนวน 2,765,966 ราย ซึ่งเพิ่มขึ้นคิดเป็น 8.63 % ตัวเลขการจ้างงานของธุรกิจ SMEs มีทั้งสิ้น 11,747,093 ราย เทียบกับปีก่อนที่มีจำนวน 10,751,965 หรือเพิ่มขึ้นคิดเป็น 9.30 % เป็นการเพิ่มขึ้นในทุกกลุ่มธุรกิจ SMEs ซึ่งมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอีกในปีต่อไป (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), 2561) รัฐบาลหรือหน่วยงานต่าง ๆ จึงมีความคาดหวังที่จะพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจกลุ่มนี้ให้มีศักยภาพและมีความสามารถทางการแข่งขันโดยส่งเสริมและสนับสนุนผ่านแผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560 - 2564) ถึงแม้ว่าธุรกิจ SMEs จะมีบทบาทที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ แต่ปัจจุบันธุรกิจ SMEs ยังมีข้อจำกัดและอุปสรรคในการดำเนินกิจการหลายด้าน ซึ่งมีหลายหน่วยงานที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับธุรกิจ SMEs ในประเทศไทยได้สรุปและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของธุรกิจ SMEs ในทิศทางที่สอดคล้องกันคือ ธุรกิจ SMEs มีขนาดเล็กจึงทำให้เสียเปรียบธุรกิจขนาดใหญ่ที่ได้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด ปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนซึ่งส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการลงทุนทางเทคโนโลยีและการตลาด รวมทั้งธุรกิจ SMEs ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความสามารถในการบริหารธุรกิจ (ธนาคารกรุงไทย, 2561; สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563) แต่มีผลการวิจัยเชิงประจักษ์ในอดีตที่ผ่านมาพบว่า ข้อมูลทางบัญชีที่มีคุณภาพมีบทบาทสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (นิรชา และคณะ, 2561; พิรญา, 2559)

ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับคุณภาพข้อมูลทางบัญชีในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นในด้านคุณภาพข้อมูลทางบัญชีการเงิน ซึ่งการศึกษาในประเด็นคุณภาพข้อมูลทางบัญชีบริหารมีเพียงเล็กน้อย เพื่อขยายกรอบการศึกษาให้ครอบคลุมมุมมองข้อมูลทางการบัญชีทั้งสองด้านและจากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการศึกษาผลกระทบของคุณภาพข้อมูลทางบัญชีบริหารที่มีต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์เชิงทฤษฎีในการเพิ่มองค์ความรู้ในมุมมองคุณภาพทางบัญชีบริหารและการยืนยันความสำคัญของคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหาร รวมทั้งเป็นแนวทางส่งเสริมให้เกิดการใช้ข้อมูลทางบัญชีบริหารให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจและทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพการตัดสินใจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีเชิงสถานการณ์

ทฤษฎีเชิงสถานการณ์ได้ถูกพัฒนาขึ้นครั้งแรกในงานวิจัยด้านทฤษฎีองค์กร และต่อมาจึงได้นำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยทางด้านการบัญชี (Otley, D. T., 2016) ทฤษฎีเชิงสถานการณ์มีแนวคิดพื้นฐานว่า ลักษณะโครงสร้างองค์กรได้รับอิทธิพลจากทั้งปัจจัยภายในหรือปัจจัยเฉพาะขององค์กร เช่น ขนาดขององค์กร เป้าหมายขององค์กร ประสิทธิภาพในการบริหารของผู้บริหาร และปัจจัยภายนอกหรือสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรด้วย เช่น สภาพแวดล้อมการแข่งขัน ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ หรือสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมของประเทศ (Anderson, S. W. and Lanen, W. N., 1999) โดยปัจจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กรนี้จะส่งผลต่อกลยุทธ์ในการแข่งขันขององค์กรซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรในท้ายที่สุด สำหรับมุมมองด้านการบริหารงานนั้น ทฤษฎีเชิงสถานการณ์อธิบายว่าไม่มีทฤษฎี หลักการ หรือวิธีการในการบริหารวิธีการใดที่จะสามารถนำไปใช้ได้กับทุกสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และไม่มีรูปแบบการบริหารจัดการรูปแบบใดที่ดีหรือเหมาะสมที่สุด

การบริหารจัดการที่ดีและเหมาะสมจะแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ที่องค์กรเผชิญอยู่ การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจะให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วิธีการและเครื่องมือให้เหมาะสมกับแต่ละสถานการณ์ที่เกิดปัญหาจากการทบทวนวรรณกรรมทางด้านการบัญชีบริหารพบว่า ทฤษฎีเชิงสถานการณ์ถูกนำมาใช้ในการอธิบายว่า ข้อมูลทางบัญชีบริหารเป็นเครื่องมือในการบริหารงานที่ผู้บริหารนำมาใช้สนับสนุนการตัดสินใจ เนื่องจากกระบวนการตัดสินใจต้องอาศัยข้อมูลขององค์กรรอบด้านและทำอย่างเป็นขั้นตอน ซึ่งการตัดสินใจที่ถูกต้องจะทำให้เกิดการบริหารจัดการในการแก้ปัญหาอย่างเหมาะสมและจะส่งผลต่อไปยังการวางแผนงานการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพนำไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กรที่ดีขึ้น นอกจากนี้ข้อมูลทางบัญชีบริหารยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์การกำหนดทิศทางงานดำเนินงานในอนาคตขององค์กร ซึ่งทำให้สามารถคาดการณ์ผลที่จะเกิดขึ้นทั้งทางด้านการเงินและไม่ใช้ทางด้านการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Nielsen, L. B. et al., 2015)

2. คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหาร

ข้อมูลบัญชีบริหาร คือ ข้อมูลทางการบัญชีที่ถูกจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอข้อมูลให้แก่ผู้บริหารในระดับต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการทำหน้าที่ทางการบริหาร วิธีการและรูปแบบของข้อมูลบัญชีที่นำเสนอจึงไม่ได้มีการกำหนดเป็นหลักเกณฑ์ที่แน่นอน มุ่งเน้นให้เกิดความยืดหยุ่นเป็นไปตามความต้องการของผู้บริหารมากกว่าจะปฏิบัติตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป จึงทำให้ลักษณะของข้อมูลทางการบัญชีที่นำเสนอส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตและมีความเกี่ยวข้องกับข้อมูลหลายด้าน เช่น การเงิน การจัดการ เศรษฐศาสตร์ เป็นต้น (Nnenna, O. M., 2012) ข้อมูลบัญชีบริหารมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร โดย Atrill, P. and McLaney, E. (Atrill, P. and McLaney, E., 2009) ได้ระบุขอบเขตกว้าง ๆ ไว้ 4 ด้าน คือ 1) การพัฒนาแผนและกลยุทธ์ระยะยาวขององค์กร 2) การควบคุมและประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร 3) การจัดสรรทรัพยากรองค์กร 4) การกำหนดต้นทุนและผลประโยชน์ขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Wahdiat, I. S., Syifaudin, A., Mardi, M., Nurhadiyati, S., and Neliana, T. (Wahdiat, I. S. et al., 2008) ที่ได้อธิบายถึงความสำคัญของข้อมูลบัญชีบริหารว่าเป็นข้อมูลที่สำคัญสำหรับการตัดสินใจของผู้บริหารในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน รวมไปถึงการควบคุมและการจัดสรรทรัพยากร นอกจากนี้ผลการวิจัยในอดีตยังระบุว่าผู้บริหารใช้ข้อมูลบัญชีบริหารสนับสนุนการตัดสินใจในการทำงานหลายลักษณะทั้งการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน (Daniel, T. et al., 2020) การตัดสินใจในการบริหารจัดการเกี่ยวกับต้นทุน การกำหนดราคา และการผลิต (Poespowidjojo, D. A. L. et al., 2017)

คุณภาพของข้อมูลคือ ความสามารถของข้อมูลที่ทำให้ผู้ใช้ข้อมูลพึงพอใจในการนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่องานที่ทำ ข้อมูลที่มีคุณภาพจึงต้องเป็นข้อมูลที่มีความสอดคล้องกับความต้องการและสามารถตอบสนองการใช้งานได้ตามเป้าหมาย (Zaidi, S. and Bouzidi, L., 2010) โดยคุณสมบัติของข้อมูลที่มีคุณภาพได้แก่ เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ถูกต้อง ทันต่อเวลา ชัดเจน และสอดคล้องกัน (Wilkinson, J. W. et al., 2000) นอกจากนี้ในการศึกษาของ Shagari, S. L., Abdullah, A., and Saat, R. M. (Shagari, S. L. et al., 2017) ได้อธิบายถึงการวัดคุณภาพข้อมูลว่าวัดได้จาก 3 มิติ ได้แก่ 1) ความถูกต้องคือ ความถูกต้องของข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจ 2) ความทันเวลาคือ ความพร้อมของข้อมูลในการใช้งานเมื่อถึงเวลาที่เหมาะสมตามที่ผู้ใช้ต้องการใช้ 3) ความสมบูรณ์คือ ข้อมูลมีความเกี่ยวข้องและตอบสนองตามวัตถุประสงค์การใช้งานของผู้ใช้ ดังนั้นคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารจะพิจารณาจากความสามารถหรือคุณสมบัติ หรือคุณลักษณะของข้อมูลบัญชีบริหารในการนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารงานขององค์กร ซึ่งประกอบด้วย 3 ลักษณะที่สำคัญคือ 1) ความสัมพันธ์กับปัญหาคือ ข้อมูลมีความสัมพันธ์กับปัญหาที่กำลังพิจารณา 2) ความทันเวลาคือ ความรวดเร็วของข้อมูลที่รายงานต้องสามารถสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารได้ในเวลาที่ต้องการ 3) ความน่าเชื่อถือคือ ข้อมูลที่สามารถพิสูจน์ความถูกต้องได้โดยผ่านกระบวนการคิดอย่างมีระบบและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีหลักฐานอ้างอิงโดยสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลได้ (ปพฤกษ์, 2551; Marius, C. D. et al., 2012) ซึ่งมีผลการวิจัยในอดีตพบว่า คุณภาพข้อมูลบัญชีด้านการเปรียบเทียบกันได้ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและความเชื่อถือได้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหาร (สายฝน และคณะ, 2558)

3. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ

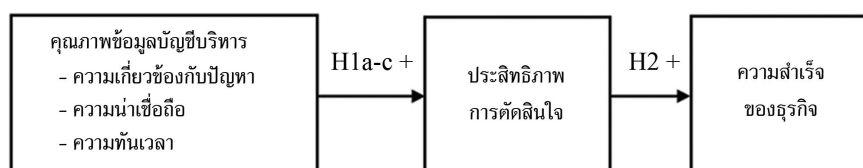
การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่ใช้หลักความเป็นเหตุเป็นผล มีลำดับขั้นตอนในการพิจารณาเลือกทางเลือกที่มีอยู่มากกว่าหนึ่งทางเลือก เพื่อให้ได้ผลลัพธ์อย่างที่ต้องการหรือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ การตัดสินใจจะเกี่ยวข้องกับช่วงเวลาเพราะเป็นการตัดสินใจ ณ เวลาหนึ่งซึ่งจะส่งผลถึงอนาคตและการตัดสินใจยังเกี่ยวข้องกับทางเลือกด้วยเสมอเพราะหากไม่มีทางเลือกก็ไม่จำเป็นต้องตัดสินใจ (Socea, A. D., 2012) แม้ว่าการตัดสินใจที่ดีหรือถูกต้องอาจเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นเป็นปกติสำหรับผู้บริหารบางคน แต่อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจที่ดีหรือถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ นั้น ไม่อาจเกิดขึ้นได้โดยสัญชาตญาณเท่านั้น แต่จำเป็นต้องมีสิ่งสนับสนุน นั่นคือ ข้อมูลที่เพียงพอและเป็นข้อมูลที่มีคุณภาพจึงจะทำให้กระบวนการตัดสินใจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (Dury, C., 2008) ประสิทธิภาพการตัดสินใจ หมายถึง ผลลัพธ์ของการตัดสินใจในการบริหารงาน โดยที่กิจการมีข้อมูลและความพร้อมในการตัดสินใจอย่างเพียงพอโดยที่การตัดสินใจนั้นสะท้อนได้ถึงสมรรถนะของกิจการ (Tontiset, N. and Ussahawanitchakit, P., 2010) โดยตัวกำหนดคุณสมบัติของลักษณะการตัดสินใจที่ดี ได้แก่ คุณภาพของการตัดสินใจ การตัดสินใจได้ทันต่อเวลา ได้รับการยอมรับของผู้ที่เกี่ยวข้อง และมีความเหมาะสมด้านจริยธรรม (สร้อยตระกูล, 2550) จะเห็นได้ว่าข้อมูลมีความสำคัญและส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจ การมีข้อมูลที่มีคุณภาพน่าเชื่อถือและเพียงพอต่อการตัดสินใจ จะทำให้ผู้ตัดสินใจสามารถเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด หมายถึง เป็นการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ โดยผลการวิจัยในอดีตพบว่าผลการดำเนินงานขององค์กรขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจของผู้บริหาร (Cekuls, A., 2018; Grima, S. et al., 2019) และประสิทธิภาพการตัดสินใจทางการบริหารส่งผลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์และความสำเร็จของธุรกิจ (กุลชญา, 2557; หยาตพิรุพท์ และ ประเวศ, 2559)

4. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ

ความสำเร็จของธุรกิจ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีการวัดผลหรือประเมินผลสัมฤทธิ์มาเปรียบเทียบกับเป้าหมาย ความสามารถในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้องค์กร (คทามาศ และคณะ, 2561) ความสำเร็จของธุรกิจจะเกิดขึ้นได้นอกจากจะมีเครื่องมือในการบริหารงานที่ดีแล้ว ยังต้องอาศัยตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กรมาเป็นตัวชี้วัดในการดำเนินงานขององค์กรด้วย ซึ่งผลการดำเนินงานขององค์กรเป็นกระบวนการวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร (Al-Matari, E. M. et al., 2014) ตัวชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจสามารถประเมินได้ทั้งผลการดำเนินงานทางการเงินและไม่ใช่งานทางการเงิน โดยการวัดการเปลี่ยนแปลงกำไร อัตราการเติบโตของยอดขาย การเติบโตของมูลค่าตลาด ส่วนแบ่งตลาด ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน (Santos, J. B. and Britto, L. A., 2012; ทิพวรรณ, 2556)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของงานวิจัย การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยมีตัวแปรคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหาร ประกอบด้วย ความเกี่ยวข้องกับปัญหา ความน่าเชื่อถือ ความทันเวลา ตัวแปรประสิทธิภาพการตัดสินใจ และตัวแปรความสำเร็จของธุรกิจ สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1a-c : คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหาร ด้านความเกี่ยวข้องกับปัญหา (a) ด้านความน่าเชื่อถือ (b) ด้านความทันเวลา (c) ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจ

สมมติฐานที่ 2 : ประสิทธิภาพการตัดสินใจส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 544,752 ราย เป็นข้อมูลจากฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ สืบค้น ณ วันที่ 22 ตุลาคม 2563 โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจ SMEs ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและมีความเข้าใจที่จะให้ข้อมูลได้ดีที่สุด

กลุ่มตัวอย่าง คือ ธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ราย คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีทราบจำนวนประชากรโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Yamane, T., 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดำเนินการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยจำแนกประชากรตามประเภทธุรกิจ SMEs และหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละประเภทธุรกิจ SMEs ด้วยการแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างออกตามจำนวนกลุ่มของประชากร และใช้สัดส่วนของประชากรแต่ละกลุ่มเป็นตัวแบ่ง หลังจากนั้นทำการสุ่มแบบง่ายด้วยวิธีการใช้คอมพิวเตอร์ในการสุ่มตัวอย่างจากประชากรแต่ละประเภทธุรกิจ SMEs อีกครั้งหนึ่ง ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทธุรกิจ SMEs

ประเภทธุรกิจ SMEs	ประชากร (ราย)	กลุ่มตัวอย่าง (ราย)
กิจการผลิตสินค้า	186,719	137
กิจการให้บริการ	202,827	149
กิจการค้าส่ง	72,177	53
กิจการค้าปลีก	83,029	61
รวม	544,752	400

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามได้ถูกพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการตัดสินใจและความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร และส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพของข้อมูลบัญชีบริหารกับความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยส่วนที่ 1 และ 2 เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ส่วนที่ 3 และ 4 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งค่าคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด (5 คะแนน) มาก (4 คะแนน) ปานกลาง (3 คะแนน) น้อย (2 คะแนน) และน้อยที่สุด (1 คะแนน)

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยดำเนินการทดสอบ 2 ส่วน คือ

1) การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ผ่านการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน ใช้เกณฑ์การพิจารณาคำ IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยค่า IOC ที่คำนวณได้ของข้อคำถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.72 - 1.00 ซึ่งถือว่าข้อคำถามมีความเที่ยงตรงและครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย และได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) โดยพิจารณาค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ควรมีค่ามากกว่า 0.4 (Hair, J. F. et al., 2006) ซึ่งผลจากตารางที่ 2 พบว่า ค่าน้ำหนักปัจจัยของตัวแปรทุกตัวมีค่าอยู่ระหว่าง 0.477 - 0.951 ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้

2) การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ทดสอบโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือมีค่าเกินกว่า 0.70 แสดงว่าเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair, J. F. et al., 2006) ผลการทดสอบจากตารางที่ 2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.827 - 0.902

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

ตัวแปร	Factor Loadings	Cronbach's Alpha
ความเกี่ยวข้องกับปัญหา	0.509 - 0.892	0.827
ความน่าเชื่อถือ	0.866 - 0.906	0.849
ด้านความทันเวลา	0.791 - 0.901	0.902
ประสิทธิภาพการตัดสินใจ	0.685 - 0.946	0.853
ความสำเร็จของธุรกิจ	0.477 - 0.951	0.867

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการส่งแบบสอบถามพร้อมด้วยซองจดหมายติดแสตมป์สำหรับตอบกลับและหนังสือชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยไปยังกลุ่มตัวอย่างทางไปรษณีย์แบบสอบถามตอบกลับมาทั้งสิ้นจำนวน 156 ฉบับ โดยมีแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์ถูกต้องและครบถ้วนจำนวน 153 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 38.25 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ขั้นต่ำที่สามารถยอมรับได้ (Hair, J. F. et al., 2010) กลุ่มตัวอย่างจึงมีขนาดเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป และเพื่อให้เป็นไปตามการพิจารณาด้านจริยธรรมในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยนี้ได้ผ่านการพิจารณาด้านจริยธรรมโดยคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ รับรองตั้งแต่วันที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับวิเคราะห์และอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไป และทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยวิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 73.20 และเป็นเพศชายจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 มีอายุ 41 - 45 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 28.10 รองลงมาคือ มากกว่า 45 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 54.20 และระดับปริญญาโทจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80 ส่วนใหญ่เป็นผู้จัดการฝ่ายบัญชีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 60.80 มีประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบัน 1 - 5 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 รองลงมาคือ 6 - 10 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 - 75,000 บาท จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 38.60 รองลงมาคือ มีรายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 28.10

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจพบว่า ธุรกิจทั้งหมดเป็นนิติบุคคลประเภทบริษัทจำกัดจำนวน 153 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจค้าปลีกจำนวน 51 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมาคือ ธุรกิจค้าส่งจำนวน 43 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 28.10 และธุรกิจผลิตจำนวน 34 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 22.20 ดำเนินธุรกิจมาเป็นระยะเวลามากกว่า 15 ปี จำนวน 67 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมาคือ ระยะเวลา 5 - 10 ปี จำนวน 51 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 33.30 ส่วนใหญ่มีทุนในการดำเนินงานปัจจุบัน 1,000,000 - 5,000,000 บาท จำนวน 46 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 30.10 รองลงมาคือ 5,000,001 - 10,000,000 บาท จำนวน 34 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 22.20 ธุรกิจมีมูลค่าสินทรัพย์รวมในปัจจุบันต่ำกว่า 50,000,000 บาท จำนวน 56 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 36.60 รองลงมาคือ 50,000,000 - 100,000,000 บาท จำนวน 35 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 22.90 มีพนักงานในปัจจุบัน จำนวน 5 - 30 คน จำนวน 55 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 35.90 รองลงมาคือ มีจำนวน 51 - 100 คน จำนวน 27 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.60 ธุรกิจส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 100,000,001 - 300,000,000 บาท จำนวน 64 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 41.80 รองลงมาคือ 50,000,001 - 100,000,000 บาท จำนวน 34 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 22.20

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหาร ประสิทธิภาพการตัดสินใจและความสำเร็จของธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหาร ประสิทธิภาพการตัดสินใจและความสำเร็จของธุรกิจ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหาร แยกตามรายด้าน ประสิทธิภาพการตัดสินใจและความสำเร็จของธุรกิจ โดยรวม

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความเกี่ยวข้องกับปัญหา	3.65	0.60	มาก
ความน่าเชื่อถือ	3.68	0.64	มาก
ความทันเวลา	3.86	0.61	มาก
ประสิทธิภาพการตัดสินใจ	3.84	0.50	มาก
ความสำเร็จของธุรกิจ	3.56	0.57	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหาร ด้านความทันเวลาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.61) ด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.64) ด้านความเกี่ยวข้องกับปัญหาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 0.60) ตามลำดับ ในส่วนประสิทธิภาพการตัดสินใจมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.50) และความสำเร็จของธุรกิจมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.57)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นำมาใช้ในการทดสอบเพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตั้งแต่สองตัวแปรขึ้นไป รวมถึงทิศทางของความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วย ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหาร แยกตามรายด้าน ประสิทธิภาพการตัดสินใจ และความสำเร็จของธุรกิจ

ตัวแปร	ความสำเร็จ ของธุรกิจ	ประสิทธิภาพ การตัดสินใจ	ความเกี่ยวข้อง กับปัญหา	ความ น่าเชื่อถือ	ความ ทันเวลา	VIF
$\bar{X}$	3.56	3.84	3.65	3.68	3.86	
S.D.	0.57	0.50	0.60	0.64	0.61	
ความสำเร็จของธุรกิจ	-	0.523*	0.484*	0.358*	0.337*	
ประสิทธิภาพการตัดสินใจ		-	0.516*	0.529*	0.379*	
ความเกี่ยวข้องกับปัญหา			-	0.687*	0.754*	2.614
ความน่าเชื่อถือ				-	0.702*	2.226
ความทันเวลา					-	2.725

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรอิสระคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารในแต่ละด้านคือ ความเกี่ยวข้องกับปัญหา ความน่าเชื่อถือ และความทันเวลา มีความสัมพันธ์กันสูง ซึ่งมีค่าสหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.687 - 0.754 แม้ว่าความสัมพันธ์จะไม่สูงเกินกว่า 0.80 (Berry, W. D. and Feldman, S., 1985) ก็ตาม แต่อาจเกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระได้ (Multicollinearity) ดังนั้น จึงต้องพิจารณาค่า VIF ร่วมด้วย ซึ่งปรากฏว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารในแต่ละด้านมีค่าตั้งแต่ 2.226 - 2.725 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ซึ่งให้เห็นว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, K., 2006)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามพบว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น จึงได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารในแต่ละด้านและประสิทธิภาพการตัดสินใจ ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 5 และการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการตัดสินใจและความสำเร็จของธุรกิจ โดยได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารในแต่ละด้านและประสิทธิภาพการตัดสินใจ

คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหาร	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ประสิทธิภาพการตัดสินใจ ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน	t	p-value
ค่าคงที่ (a)	2.123	0.227	9.363	0.000*
ด้านความเกี่ยวข้องกับปัญหา	0.323	0.090	3.596	0.000*
ด้านความน่าเชื่อถือ	0.312	0.078	4.015	0.000*
ด้านความทันเวลา	0.158	0.090	1.765	0.080
F = 25.322 p = 0.000 R ² = 0.338 Adj R ² = 0.324				

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 เป็นผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารในแต่ละด้าน คือ ความเกี่ยวข้องกับปัญหา ความน่าเชื่อถือ และความทันเวลาที่มีต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจ โดยจะเป็นการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1a 1b และ 1c และจากผลการวิเคราะห์พบว่า คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับปัญหา และด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1a และ 1b ในขณะที่ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระหว่างคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารด้านความทันเวลาและประสิทธิภาพการตัดสินใจ จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1c

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยของประสิทธิภาพการตัดสินใจและความสำเร็จของธุรกิจ

ประสิทธิภาพการตัดสินใจ	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความสำเร็จของธุรกิจ ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน	t	p-value
ค่าคงที่ (a)	1.263	0.307	4.118	0.000*
ประสิทธิภาพการตัดสินใจ	0.597	0.079	7.548	0.000*
F = 56.975 p = 0.000 R ² = 0.274 Adj R ² = 0.269				

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 เป็นผลการวิเคราะห์การถดถอยของประสิทธิภาพการตัดสินใจที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจ โดยจะเป็นการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2 และจากผลการวิเคราะห์พบว่า ประสิทธิภาพการตัดสินใจส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ว่าคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหาร โดยพิจารณาเป็นรายด้านของคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหาร ได้แก่ ความเกี่ยวข้องกับปัญหา ความน่าเชื่อถือ และความทันเวลาที่มีต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อวิเคราะห์ที่ประสิทธิภาพการตัดสินใจที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยมีประเด็นในการอภิปรายดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า คุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารด้านความเกี่ยวข้องกับปัญหา และด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับการศึกษาของ Daniel, T., Mahazi, K., and Mayanja, S. N. (Daniel, T. et al., 2020) ที่พบว่าข้อมูลทางบัญชีบริหาร จะถูกใช้ในการตัดสินใจมากถึงร้อยละ 69.50 โดยนำมาใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มากที่สุด และ รองลงมาใช้เพื่อการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน จากผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า หากธุรกิจกำลังอยู่ใน สถานการณ์ที่ต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกเพื่อทำการวางแผน บริหารจัดการหรือดำเนินการบางอย่าง การมี ข้อมูลบัญชีบริหารที่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับสิ่งที่กำลังจะทำหรือสถานการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่ โดยที่ข้อมูล มีความถูกต้อง ถูกรวบรวมมาจากแหล่งที่มาของข้อมูลและผ่านกระบวนการตรวจสอบที่น่าเชื่อถือ ข้อมูลเหล่านี้ จะมีส่วนสำคัญสนับสนุนกระบวนการตัดสินใจที่ช่วยให้สามารถเลือกทางเลือกเพื่อบริหารจัดการเป็นไปอย่างถูกต้อง หรือตอบสนองต่อการจัดการปัญหาได้ดีขึ้น ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจ SMEs ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนา ระบบการจัดทำข้อมูลบัญชีบริหารให้มีคุณภาพ และยิ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สายฝน วัลย์, สมใจ บุญหมั่นไวย และพรพิมล อธิรัตน์ (สายฝน และคณะ, 2558) ที่ระบุว่าคุณภาพข้อมูลทางบัญชีด้านการเปรียบเทียบ ได้เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และความเชื่อถือได้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหาร วิชาทกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพการตัดสินใจส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลชญา แว่นแก้ว (กุลชญา, 2557) ที่พบว่าประสิทธิภาพ การตัดสินใจทางการบริหารมีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ภาคอุตสาหกรรมการผลิต โดยเฉพาะการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ จะช่วยให้กิจการสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ เช่น เป้าหมายในการผลิตและการจัดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้นซึ่งสร้าง ความมั่งคั่งแก่กิจการ และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Cekuls, A. (Cekuls, A., 2018) ที่พบว่า การตัดสินใจ มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการสร้างสิ่งสนับสนุนการตัดสินใจ ก็จะทำให้ การตัดสินใจรวดเร็วและมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการวิจัยของ Grima, S., Asllani, G., Spiteri, J., and Daka, N. (Grima, S. et al., 2019) ที่พบว่าผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจทางธุรกิจ เช่น ผู้บริหารใช้ข้อมูลต้นทุนเป็นแนวทางในการกำหนดราคาขายและ การประมาณการสินค้าคงคลัง

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารด้านความทันเวลา ไม่ส่งผลกระทบเชิงบวก ต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจ แสดงให้เห็นว่าการมีข้อมูลบัญชีบริหารที่พร้อมใช้ได้ตลอดเวลาที่ต้องการ ไม่ได้ส่งผล ต่อการตัดสินใจของผู้บริหาร ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าธุรกิจ SMEs มีขนาดเล็ก มีความเสียเปรียบในเรื่อง การประหยัดต่อขนาดทำให้มีต้นทุนในการดำเนินงานที่สูง จึงทำให้การบริหารงานของธุรกิจ SMEs มุ่งเน้น ในการใช้ข้อมูลบัญชีบริหารเพื่อการวางแผน การบริหารจัดการด้านต้นทุนและการควบคุมการดำเนินงาน ดังนั้นข้อมูลที่ใช้สำหรับการวางแผนดังกล่าวจึงเป็นข้อมูลที่สามารถจัดเตรียมสำหรับการใช้งานตามเวลา ที่วางแผนไว้ล่วงหน้าได้จึงอาจไม่จำเป็นต้องใช้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของหยาดพิรุพท์ สิงหาต และ ประเวศ เพ็ญวุฒิกุล (หยาดพิรุพท์ และประเวศ, 2559) ที่พบว่า การประยุกต์ใช้ข้อมูลการบัญชีบริหารในการ วางแผนและการพยากรณ์ การสั่งการ การควบคุม และการตัดสินใจของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคใต้มีความสัมพันธ์ เชิงบวกกับความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และ ความสามารถในการปรับตัวขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะด้านประสิทธิภาพในการควบคุม เช่น การสร้างความเชื่อมั่นว่าข้อมูลการบัญชีบริหารที่ดีจะสามารถควบคุม การดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ และควบคุมต้นทุนการผลิตได้มีประสิทธิภาพ และผลการศึกษาของ Poespowidjojo, D. A. L., Rani, S. H. A., and Zakaria, M. (Poespowidjojo, D. A. L. et al., 2017) ก็ได้ระบุว่า ธุรกิจ SMEs ในประเทศมาเลเซีย ให้ความสำคัญกับข้อมูลบัญชีบริหารในเรื่องการคิดต้นทุน รายงานการผลิตและการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติ

1.1 ผลการศึกษานับสนับสนุนให้เห็นว่า ธุรกิจ SMEs ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหาร เนื่องจากเป็นสิ่งที่สนับสนุนกระบวนการตัดสินใจซึ่งจะส่งผลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน ดังนั้น ธุรกิจ SMEs ควรพัฒนาหรือจัดให้มีระบบบัญชีที่มีประสิทธิภาพ เพราะข้อมูลบัญชีบริหารที่มีคุณภาพเกิดได้จากระบบบัญชีที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้ข้อมูลบัญชีบริหารให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพราะข้อมูลบัญชีบริหารคือ เครื่องมือ ดังนั้นผู้ใช้เครื่องมือจึงต้องเรียนรู้การใช้เครื่องมือด้วยเช่นกัน

1.2 ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหาที่ธุรกิจกำลังพิจารณาและข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือคือ ลักษณะสำคัญของคุณภาพข้อมูลบัญชีบริหารที่จะสนับสนุนให้เกิดการตัดสินใจที่เหมาะสม และส่งผลให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจ SMEs ควรให้ความสำคัญทั้งในด้านการสนับสนุนให้เกิดระบบการจัดทำข้อมูลให้มีคุณภาพ และการนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการบริหารงานอย่างจริงจัง

1.3 ผลการวิจัยสะท้อนข้อมูลที่เป็นแนวทางให้กับองค์กร/หน่วยงานกำกับดูแลธุรกิจ SMEs ในการส่งเสริมและสนับสนุนทั้งในเชิงนโยบาย โครงสร้างพื้นฐาน แหล่งทุนสนับสนุน หรือการสร้างองค์ความรู้ ผลักดันให้เกิดโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างการพัฒนาระบบการจัดทำข้อมูลบัญชีบริหารให้กับธุรกิจ SMEs

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลร่วมด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดลึกซึ้งและตรงประเด็นมากขึ้น

2.2 งานวิจัยนี้ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างเพียงกลุ่มเดียวคือ ธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยในอนาคตอาจขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ธุรกิจ SMEs ในจังหวัดเขตพื้นที่ปริมณฑลหรือเขตภูมิภาคอื่น ๆ เป็นต้น

2.3 การวิจัยครั้งนี้ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Regression Analysis) การวิจัยในอนาคตอาจใช้วิธีการอื่น เช่น การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ซึ่งเป็นสถิติวิเคราะห์ข้อมูลที่นำความคลาดเคลื่อนในการวัดตัวแปรมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งจะทำให้พบมุมมองของผลการศึกษามากมายมิติเพิ่มขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมที่สนับสนุนงบประมาณทุนอุดหนุนในการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำขั้นตอนต่าง ๆ และขอขอบพระคุณที่ปรึกษางานวิจัย ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัยทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาและกรุณาอ่านงานวิจัยฉบับนี้ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะเพื่อทำให้งานวิจัยนี้สมบูรณ์

References

กุลชญา แวนแก้ว. (2557). การประยุกต์ใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อเพิ่มความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ภาคอุตสาหกรรม การผลิตในจังหวัดศรีสะเกษ. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ. ปีที่ 8, ฉบับที่ 2, หน้า 182-196

- คตามาศ เห่งยมสมบัติ, นิตพงษ์ ส่งศรีโรจน์ และสุธีรา พ่วงพรพิทักษ์. (2561). ผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 10, ฉบับที่ 2, หน้า 167-177
- ทิพวรรณ ทรัพย์สุวรรณ. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมธุรกิจ ภาพลักษณ์องค์กรและความสำเร็จขององค์กรของสำนักงานบัญชีในเขตภาคกลาง. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ธนาคารกรุงไทย. (2561). 3 ปัญหาที่เกิดจาก SMEs วางแผนบัญชีผิด. เข้าถึงเมื่อ (19 กุมภาพันธ์ 2563). เข้าถึงได้จาก (<https://sme.krungthai.com/sme/productListAction.action?command=getDetail&cateMenu=KNOWLEDGE&cateId=18&itemId=155>)
- นริชา จันทรเรือน, ปิยพร อุสาธรรม, พิชราภรณ์ เปียงป็น, ณัฐยา ลักเสด และปัญจพร ศรีชนาพันธ์. (2561). ความสามารถในการใช้ข้อมูลทางการบัญชีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานวิสาหกิจชุมชนในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น. ปีที่ 12, ฉบับที่ 1, หน้า 81-92
- ปพฤกษ์ อุตสาหะวานิชกิจ. (2551). การบัญชีบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : อินโฟไมนิ่ง
- พีรญา กัณทุบุตร. (2559). ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก: SMEs. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 2, ฉบับที่ 1, หน้า 59-76
- พรพิพัฒน์ แก้วกล้า และธีรวิทย์ กาปัญญา. (2561). ข้อมูลทางการบัญชีบริหารสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่. วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. ปีที่ 7, ฉบับที่ 13, หน้า 76-87
- สายฝน วิลัย, สมใจ บุญหมื่นไวย และพรพิมล อธิรัตน์. (2558). คุณภาพข้อมูลทางบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ การตัดสินใจของผู้บริหารในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา. วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. ปีที่ 9, ฉบับที่ 2, หน้า 19-27
- สร้อยตระกูล (ติวานนท์) อรรถมานะ. (2550). พฤติกรรมองค์การ : ทฤษฎีและการประยุกต์. พิมพ์ครั้งที่ 4 แก้ไขเพิ่มเติม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2561). ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. รายงานสถานการณ์ SME ปี 2561. กรุงเทพมหานคร
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). สสว.ตัวเข้ม SME 3 พันราย ยกกระดับมาตรฐานบัญชี. เข้าถึงเมื่อ (15 มิถุนายน 2563). เข้าถึงได้จาก (<https://www.sme.go.th/th/cms-detail.php?modulekey=121&id=1393>)
- หยาดพิรุฬห์ สิงหา และประเวศ เพ็ญวุฒิกุล. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างการประยุกต์ใช้ข้อมูลการบัญชีบริหารกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคใต้. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. ปีที่ 11, ฉบับที่ 2, หน้า 373-383
- อำภาภัทร์ วสันต์สกุล. (2564). ผลกระทบของคุณภาพสารสนเทศทางบัญชีและการเติบโตทางเทคโนโลยีที่มีต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนกลาง. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. ปีที่ 15, ฉบับที่ 1, หน้า 41-53
- Akpoviro, K. S. (2018). Impact of External Business Environment on Organizational Performance. *IJARIE*. Vol. 4, Issue 3, pp. 498-505
- Al-Matari, E. M., Al-Swidi, A. K., and Bt Fadzil, F. H. (2014). The Measurements of Firm Performance's Dimensions. *Asian Journal of Finance & Accounting*. Vol. 6, No. 1, pp. 24-49

- Anderson, S. W. and Lanen, W. N. (1999). Economic Transition, Strategy and the Evolution of Management Accounting Practices: The Case of India. **Accounting, Organizations and Society**. Vol. 24, Issue 5-6, pp. 379-412
- Atrill, P. and McLaney, E. (2009). **Management Accounting for Decision Makers**. 6th ed. Harlow: Pearson Education
- Berry, W. D. and Feldman, S. (1985). **Multiple Regression in Practice (Quantitative Applications in the Social Sciences)**. SAGE Publications, Thousand Oaks, CA.
- Black, K. (2006). **Business Statistics for Contemporary Decision Making**. 6th ed. USA: John Wiley&Son
- Botchway, H. B. and Rashedi, H. (2020). The Perceptions of Managers on the Usefulness of Accounting Information During the Decision-Making Process (Case Study: Iran Khodro Automotive Co). **SSRN**. DOI: 10.2139/ssrn.3514157
- Cekuls, A. (2018). The Impact of Decision Making on Organizational Performance Within Complex Organizations. **New Challenges of Economics & Business Development**. pp. 106-113
- Daniel, T., Mahazi, K., and Mayanja, S. N. (2020). Management Accounting Information and Decision Making of Not-for-Profit Organizations in Rwanda. **Science Journal of Business and Management**. Vol. 8, Issue 3, pp. 141-148
- Dury, C. (2008). **Management and Cost Accounting**. 7th ed. London: Cengage Learning
- Grima, S., Asllani, G., Spiteri, J., and Daka, N. (2019). The Cost and Information Management Effect in SMEs: An Empirical Analysis. **European Research Studies Journal**. Vol. 22, Issue 3, pp. 360-369
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (2006). **Multivariate Data Analysis**. 6th ed. Upper Saddle River, N. J.: Pearson Prentice Hall
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (2010). **Multivariate Data Analysis: A Global Perspective**. 7th ed, Pearson Education, Upper Saddle River
- Marius, C. D., Denisa, C. M., and Florina, B. I. (2012). Managerial Accounting - a Source of Information for an Efficient Management in SME. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**. Vol. 62, pp. 521-525. DOI: 10.1016/j.sbspro.2012.09.085
- Nielsen, L. B., Mitchell, F., and Nørreklit, H. (2015). Management Accounting and Decision Making: Two Case Studies of Outsourcing. **Accounting Forum**. Vol. 39, Issue 1, pp. 64-82. DOI: 10.1016/j.accfor.2014.10.005
- Nnenna, O. M. (2012). The Use Accounting Information as an Aid to Management in Decision Making. **British Journal of Science**. Vol. 5, No. 1, pp. 52-62
- Otley, D. T. (2016). The Contingency Theory of Management Accounting and Control: 1980-2014. **Management Accounting Research**. Vol. 31, pp. 45-62. DOI: 10.1016/j.mar.2016.02.001
- Poespowidjojo, D. A. L., Rani, S. H. A., and Zakaria, M. (2017). Managerial Needs, Design Features, and Usage of Accounting Information Among SMES in Malaysia. **International Journal of Economic Research**. Vol. 14, Number 16 (Part 2), pp. 575-592

- Santos, J. B. and Brito, L. A. (2012). Towards a Subjective Measurement Model for Firm Performance. **BAR - Brazilian Administration Review**. Vol. 9, pp. 95-117. DOI: 10.1590/S1807-76922012000500007
- Shagari, S. L., Abdullah, A., and Saat, R. M. (2017). Accounting Information Systems Effectiveness: Evidence form the Nigerian Banking Sector. **Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management**. Vol. 12, pp. 309-335. DOI: 10.28945/3891
- Socea, A. D. (2012). Managerial Decision-Making and Financial Accounting Information. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**. Vol. 58, pp. 47-55. DOI: 10.1016/j.sbspro.2012.09.977
- Tontiset, N. and Ussahawanitchakit, P. (2010). Building Successful Cost Accounting Implementation of Electronics Manufacturing Businesses in Thailand: How do its antecedents and consequences play significant role?. **Journal of Academy of Business and Economics**. Vol. 10, Number 3, pp. 1-25
- Wahdiat, I.S., Syifaudin, A., Mardi, M., Nurhadiyati, S., and Neliana, T. (2018). Factors that Affect Management Accounting Information Systems and its Implication to the Quality of Management Accounting Information (Cooperative Industries at Kuningan Indonesia). **Advances in Economics, Business and Management Research**. Vol. 65, pp. 437-440. DOI: 10.2991/icebef-18.2019.95
- Wilkinson, J. W., Cerullo, M. J., Raval, V., and Wong-on-wing, B. (2000). **Accounting Information Systems - Essential Concepts and Applications**. 4th ed. USA: John Wiley
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper & Row
- Zaidi, S. and Bouzidi, L. (2010). Information Usefulness in an Information System: Performance at the Strategic Level of the Organization. **Communications of the IBIMA**. Vol. 20, pp. 1-19. DOI: 10.5171/2010.613429

พฤติกรรมการบริโภคอาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย

Healthy Food Consumption Behavior of the Elderly in Nong Khai Municipality

ณัฐจริย์ จิรัคกุล^{1*} และศักรินทร์ นนทพจน์¹

Natcharee Jirukkakul^{1*} and Sakkarin Nonthapot¹

Received: November 16, 2021; Revised: March 24, 2022; Accepted: April 1, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุในเทศบาลเมืองหนองคาย และศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสุขภาพ ด้วยการวิเคราะห์ค่าสถิติไคสแควร์ที่ระดับนัยสำคัญร้อยละ 99 โดยมีอาสาสมัครอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 398 คน ทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถามแบบ Purposive Sampling ผลการวิจัยพบว่าอาสาสมัครส่วนใหญ่บริโภคอาหารสุขภาพเป็นอาหารเข้า แต่อาสาสมัครที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารสุขภาพในช่วงเย็นและค่ำ และมีแนวโน้มการใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้ออาหารสุขภาพมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับอื่น ๆ นอกจากนี้ภูมิลำเนายังมีความสัมพันธ์กับความถี่ ช่วงเวลา และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้ออาหารสุขภาพ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคในชุมชนเมืองพื้นที่ในเมือง โพนชัย และมีชัย สามารถจัดหาอาหารสุขภาพได้ง่าย ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความถี่ในการบริโภคอาหารสุขภาพมากขึ้น และมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคเพิ่มขึ้นด้วย

คำสำคัญ : ผู้สูงอายุ; พฤติกรรมการบริโภค; อาหารสุขภาพ; เทศบาลเมืองหนองคาย

¹ คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย

¹ Faculty of Interdisciplinary Studies, Khon Kaen University, Nong Khai Campus

* Corresponding Author; Tel. 08 9440 5466, E - mail: pnatch@kku.ac.th

Abstract

The objectives of this research was to study the fundamental data of elders in Nong Khai Municipality and to study the relationship of elder population consist of sex age status education occupation income and habitat on healthy food consumption behavior. Chi-square statistic has been used to analyze with 99 % significant. The sampling data were collected by purposive sampling questionnaire from 398 volunteers, who are over 60 years old. The results showed most of the volunteers had healthy food as breakfast but the volunteers who graduated bachelor degree had healthy food as dinner and supper as well. Moreover, they tended to spend more money in healthy food than those who are under graduated. Furthermore, the domicile had relationship with frequency, time, and expenses of healthy food consumption. The results show that consumer live in Nai Muang, Phochai and Meechai habitat area had easier access to healthy food which affected the consumption frequency increase and expense increase for healthy meals consumption.

Keywords: Elder; Consumer Behavior; Healthy Food; Nong Khai Municipality

บทนำ

หลายประเทศทั่วโลกมีประชากรผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นทุกปี ซึ่งประเทศไทยก็เช่นกัน ปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแบบสมบูรณ์ นั่นคือ มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 20 ของจำนวนประชากรทั้งหมดคาดการณ์ว่าปี พ.ศ. 2573 จะมีประชากรผู้สูงอายุถึง 1 ใน 4 ของประชากรทั้งประเทศ (สำนักงานสถิติจังหวัดหนองคาย, 2559) โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนประชากรสูงอายุมากที่สุดในประเทศมีมากถึงร้อยละ 18.9 จังหวัดหนองคายเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่จัดได้ว่ามีประชากรสูงอายุอยู่จำนวนมาก โดยมีประชากรทั้งหมด 308,051 คน เป็นผู้สูงอายุมากกว่า 60 ปี อยู่ จำนวน 57,779 คน คิดเป็นร้อยละ 18.76 ของประชากรทั้งจังหวัด (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดหนองคาย, 2561) ซึ่งถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดสูง ในขณะที่โครงสร้างประชากรกำลังเปลี่ยนเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ประกอบกับโครงสร้างสังคมไทยเปลี่ยนจากครอบครัวขนาดใหญ่มาเป็นครอบครัวขนาดเล็ก กิจกรรมประจำวันเปลี่ยนแปลงไป พฤติกรรมการบริโภคอาหารก็ถูกปรับเปลี่ยนไปตามวิถีชีวิต จากเดิมการบริโภคอาหารที่ซื้ออาหารสดมาประกอบอาหารภายในครัวเรือน กลายเป็นบริโภคอาหารพร้อมปรุงหรืออาหารพร้อมทาน สะดวกต่อการปรุง และการรับประทานได้ทันที นอกจากนี้ผู้สูงอายุยังพบปัญหาทางโภชนาการที่ไม่เหมาะสมโดยมีการบริโภคอาหารที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของร่างกาย โดยเฉพาะผู้สูงอายุในจังหวัดหนองคายที่มีจำนวนมากและมีการบริโภคอาหารแบบสังคมเมืองมากขึ้น ขาดความตระหนักในการบริโภคอาหาร จึงก่อให้เกิดปัญหาภาวะโภชนาการ ส่งผลให้คนในสังคมในปัจจุบันมีความใส่ใจในการบริโภคอาหารมากขึ้น รวมถึงการดูแลสุขภาพให้แข็งแรง จึงให้ความสำคัญกับอาหารสุขภาพที่มีประโยชน์ต่อร่างกายโดยบริโภคผักและผลไม้มากขึ้น และลดการบริโภคไขมันทรานส์ลง โดยอาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง อาหารที่รับประทานเข้าไปแล้วจะช่วยให้สุขภาพดี อาหารที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อร่างกาย นอกเหนือจากสารอาหารหลักที่จำเป็นต่อร่างกาย นอกจากนี้อาจช่วยลดอัตราความเสี่ยงต่อโรคต่าง ๆ ประเภทของอาหาร ความหลากหลายของอาหาร ปริมาณของอาหาร น้ำ การรับประทานแร่ธาตุและวิตามินที่จำเป็นอย่างเพียงพอ (พรศรี, 2556) แนวโน้มที่สำคัญของอาหารสุขภาพในอนาคต คือ เน้นการควบคุมน้ำหนัก มีประโยชน์จากธรรมชาติ มีโปรตีนสูง มีคาร์โบไฮเดรตเชิงซ้อน

ปรุงแต่งน้อยเพื่อรักษาปริมาณสารอาหาร รวมถึงอาหารที่มีกากใยและจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ แต่กลุ่มผู้สูงอายุยังมีลักษณะการบริโภคแตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป เช่น ต้องการพลังงานต่ำ เสริมแคลเซียม วิตามินลดโซเดียม ลดไขมัน อาจเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและวิตามิน ด้วยเหตุผลดังกล่าวการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองหนองคายจึงมีความน่าสนใจ นำไปสู่การดูแลสุขภาพตนเองและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุที่มีปริมาณสารอาหารที่เหมาะสมต่อความต้องการของร่างกาย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุในเทศบาลเมืองหนองคาย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของประชากรศาสตร์ ด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิสำเนา ต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารสุขภาพ

สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะของประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

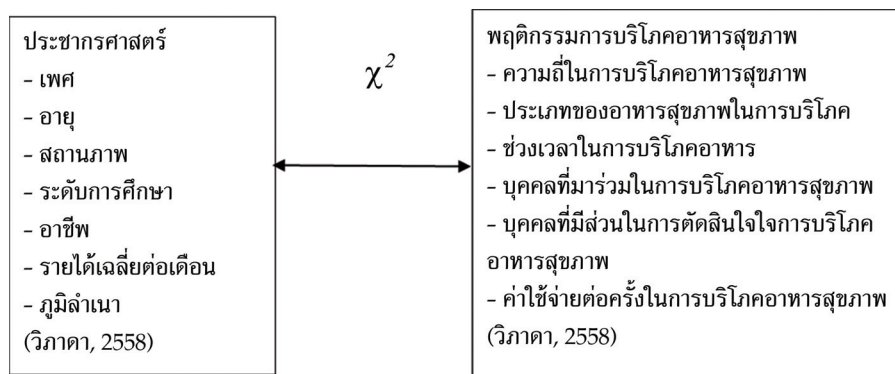
พฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกหรือการกระทำของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าทั้งภายในจิตใจและสิ่งเร้าภายนอกโดยการกระทำนั้นเป็นไปโดยไม่รู้ตัวหรือเป็นไปอย่างมีสำนึก อาจเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์ ถึงแม้บุคคลอื่นสามารถสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามแต่สามารถใช้เครื่องมือทดสอบได้ Maître, I., Sulmont-Rossé, C., Wymelbeke, V. V., Cariou, V., Bailly, N., Ferrandi, J., Salle, A., Cardon, P., Amand, M., Manckoundia, P., Symoneaux, R., Issanchou, S., and Vigneau, E. (Maître, I. et al., 2021) กล่าวว่าอายุมากขึ้นส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพ ประสาทสัมผัส จิตใจ สังคม ย่อมทำให้เกิดผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารและคุณค่าทางอาหารที่ได้รับ การศึกษาจากประชากรสูงอายุในฝรั่งเศส โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มอายุมากกว่า 80 ปี มีภาวะโภชนาการถดถอย มีสภาวะทุพพลภาพในการบริโภคอาหาร Liu, C., Yi, F., Xu, Z., and Tian, X. (Liu, C. et al., 2021) ศึกษาการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของประชากรสูงอายุที่อยู่ที่บ้านตามลำพังในชนบทประเทศจีน พบว่ามีการเจ็บป่วยได้ง่ายจากพฤติกรรมการบริโภคอาหารที่ไม่คำนึงถึงสุขภาพ เมื่อผู้สูงอายุอยู่ตามลำพังจะเกิดผลเสีย โดยมีการจัดการการบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่ำ และมีความถี่ในการบริโภคอาหารลดลง นำไปสู่ภาวะสุขภาพไม่ดี สอดคล้องกับการศึกษาของ Wolters, E. A. and Steel, B. S. (Wolters, E. A. and Steel, B. S., 2016) พบว่าในปี ค.ศ. 2012 ประเทศสหรัฐอเมริกามีปัญหาโรคอ้วนของผู้สูงอายุส่งผลกระทบต่อสุขภาพอื่น ๆ ตามมา ดังนั้นการตระหนักและดูแลการให้ความรู้ด้านอาหารทางเลือก เพื่อลดปัญหาสุขภาพจึงมีความต้องการอย่างเร่งด่วน ภายใต้สภาวะเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย กรณีการ ลิขิตชัย และธีระวัฒน์ จันทิก (กรณีการ และธีระวัฒน์, 2561) ศึกษาและพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพฯ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่สนใจการรับประทานอาหารสุขภาพเป็นเพศหญิง อายุ 41 - 50 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ และสถานที่จำหน่าย มีแนวโน้มว่าผู้บริโภคกลุ่มเดียวกันนี้จะเป็กลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ในการบริโภคอาหารสุขภาพ อรรณพ เรืองกัลปวงศ์ และสรารวรรณ์ เรืองกัลปวงศ์ (อรรณพ และสรารวรรณ์, 2558) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยทางจิตวิทยา และการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านครอบครัว ด้านแรงจูงใจด้านความเชื่อมั่น ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านรูปแบบการดำรงชีวิต ด้านการส่งเสริมการตลาด และเพศ จากพฤติกรรมผู้บริโภคแสดงให้เห็นว่าข้อมูลประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค โดยเฉพาะด้านเพศ การศึกษา รายได้ และอายุ

อย่างมีนัยสำคัญ ผลการศึกษานี้มีความจำเป็นในการจัดการกลไกการส่งเสริมสุขภาพเพื่อลดภาวะขาดสารอาหารในผู้สูงอายุ จากการศึกษาที่กล่าวมานี้สอดคล้องกับพื้นที่จังหวัดหนองคายที่มีประชากรสูงอายุอยู่จำนวนมาก คิดเป็นร้อยละ 18.76 ของประชากรทั้งจังหวัด (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดหนองคาย, 2561) ส่งผลให้พฤติกรรมบริโภคอาหารถูกปรับเปลี่ยนไปตามวิถีชีวิต ผู้สูงอายุจึงประสบปัญหาเกี่ยวกับภาวะโภชนาการอยู่มากจากภาวะโภชนาการที่ไม่เหมาะสม โดยมีการบริโภคอาหารที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของร่างกาย

วิธีการดำเนินการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดในการวิจัยมีที่มาจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุและพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสุขภาพที่อ้างอิงจากงานวิจัยของวิภาดา เนียมรักษา (วิภาดา, 2558) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อบริโภคของนักท่องเที่ยวที่กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ อาสาสมัครอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ในเขตเทศบาลเมืองหนองคายมีจำนวน 9,951 คน (กองสวัสดิการสังคม เทศบาลเมืองหนองคาย, 2564) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ อาสาสมัครอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย จากตารางความคลาดเคลื่อน 5 % (Yamane, T., 1973) ถูกกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำประมาณ 385 คน (Nonthapot, S. et al., 2018) หรือได้จากการคำนวณกรณีที่ทราบจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอน ดังนี้ $n = N / (1 + Ne^2)$

โดยที่ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนประชากร

e คือ ความคลาดเคลื่อน 95 % (0.05)

จะได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน (ในการศึกษาครั้งนี้มีผู้ร่วมเป็นอาสาสมัคร 398 คน)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบ Purposive Sampling จากอาสาสมัครที่มีอายุมากกว่า 60 ปี และอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย เพื่อรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยแจกแบบสอบถามให้กับอาสาสมัครที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูล

และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากผู้ที่ได้ศึกษาไว้แล้วมาต่อยอดและประยุกต์ใช้ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ สถานภาพ ระดับ การศึกษา อาชีพ และภูมิลำเนา เป็นมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale) ระดับการศึกษาเป็นมาตราอันดับ (Ordinal Scale) คำถามเป็นแบบปลายปิดที่เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว (Best Answer) ส่วนอายุและรายได้ เป็นมาตราอัตราส่วน (Ratio Scale) รวมทั้งหมด 7 ข้อ (วิภาดา, 2558) และ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสุขภาพในเทศบาลเมืองหนองคาย ประกอบด้วย ความถี่ในการบริโภคอาหารสุขภาพ ช่วงเวลาในการซื้ออาหาร และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการบริโภคอาหารสุขภาพ เลือกตอบได้ 1 ข้อ ประเภทของอาหารสุขภาพในการบริโภค บุคคลที่มาร่วมในการบริโภคอาหารสุขภาพ และ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารสุขภาพเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จำนวน 6 ข้อ (วิภาดา, 2558) เป็นมาตรานามบัญญัติ โดยใช้แบบสอบถามที่ตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย เป็นคำถามมีระดับการวัด ข้อมูลประเภทต่าง ๆ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา คือเครื่องมือสามารถวัดได้ ตามเนื้อหาที่ต้องการวัด และในการพิจารณาความเที่ยงตรงชนิดนี้จะใช้การวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล ด้วยการวิเคราะห์ ดัชนีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity Index, CVI) (Polit, D. F. and Beck, C. T., 2006) มีการหาคุณภาพของแบบทดสอบ โดยนำแบบทดสอบกับจุดประสงค์ให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้รู้ด้านการวัดผลและเนื้อหา 3 - 5 คน พิจารณาว่าแบบทดสอบสอดคล้องจุดประสงค์หรือไม่ (ในงานวิจัยนี้อาศัยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน) โดยค่า CVI ต้องมีค่ามากกว่า 0.8

เมื่อตรวจสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือแล้ว ทำการยื่นข้อเสนอโครงการและแบบสอบถามต่อ ศูนย์จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น หมายเลขสำคัญของโครงการ HE643202 ลงวันที่ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2564 เพื่อขอรับรองการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เมื่อได้รับการพิจารณา จึงดำเนินการขั้นต่อไปได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้จากการเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 398 ราย ด้วยวิธีการ Purposive Sampling จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค ซึ่งเป็นอาสาสมัครอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ในเขต เทศบาลเมืองหนองคาย โดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค ผู้แจกแบบสอบถามจะชี้แจง ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ อธิบายถึงข้อความและวิธีการตอบแบบสอบถาม จากนั้น ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกข้อมูลในแบบสอบถามเอง และหลังจากได้รวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดจากผู้ตอบ แบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามทั้ง 398 ชุด ไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ทำได้โดยนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค 398 ราย มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ กำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลที่ระดับ 0.05 จากนั้นนำมาเสนอผลการศึกษาได้โดยเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาในรูปแบบตารางประกอบ การอธิบายข้อมูล ข้อมูลที่ได้ประกอบด้วย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นข้อมูลของประชากรที่ทำการเก็บตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา โดยค่าสถิติจากการคำนวณ ได้แก่ ความถี่และ ค่าร้อยละ

2. พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารของผู้บริโภค พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อบริโภคของคนอายุมากกว่า 60 ปี ในเทศบาลเมืองหนองคาย ประกอบด้วย ความถี่ในการบริโภคอาหาร ประเภทของอาหารในการบริโภค ช่วงเวลาในการบริโภคอาหาร คนที่มาร่วมบริโภคอาหาร บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจในการบริโภคอาหาร และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้ออาหาร ค่าสถิติที่คำนวณ ได้แก่ ความถี่และค่าร้อยละ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการบริโภคอาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในเขต เทศบาลเมืองหนองคาย โดยวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ (Chi-Square Test)

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 การทดสอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมบริโภคอาหารสุขภาพกับกลุ่มอาสาสมัครอายุมากกว่า 60 ปี ในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย จำนวน 398 คน แบ่งเป็นผู้ชาย 95 คน และผู้หญิง 303 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 และ 76.1 ดังตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าผู้สูงอายุผู้หญิงสนใจเป็นอาสาสมัครตอบแบบสอบถามมากกว่าผู้ชายถึงสามเท่า เมื่อแบ่งตามช่วงอายุจะพบว่าประชาชนช่วงอายุ 60 - 69 ปี มีจำนวนมากที่สุดร้อยละ 62.6 ในช่วงอายุ 80 ปีขึ้นไปมีเพียงร้อยละ 8.3 โดยอายุต่ำสุดและสูงสุดคือ 60 และ 88 ปี เนื่องจากผู้สูงอายุช่วง 60 - 69 ปี มีความสามารถในการอ่านและตอบแบบสอบถามได้ดีเมื่ออายุมากขึ้นสายตาจะยาวมากขึ้น ทำให้การอ่านแบบสอบถามมีปัญหา นอกจากนี้ยังมีความเมื่อยล้าระหว่างทำแบบสอบถามได้ง่าย สถานภาพส่วนใหญ่คือ แต่งงานแล้วร้อยละ 52.3 รองลงมาคือ หม้ายร้อยละ 29.1 นอกจากนั้นคือ โสด หย่าร้าง และแยกกันอยู่ สถานภาพแต่งงานบ่งบอกถึงคู่ชีวิตที่ยังมีชีวิตอยู่ พบว่ามีจำนวนมากจากการตอบแบบสอบถามของช่วงกลุ่มอายุ 60 - 69 ปี ที่มีจำนวนมากกว่าช่วงอายุ 70 - 79 ปี และ 80 ปีขึ้นไป สถานะหม้ายบ่งบอกถึงคู่ชีวิตที่เสียชีวิตแล้วด้วยอายุที่มากขึ้น แสดงให้เห็นถึงสัมพันธภาพที่ดีของครอบครัว การศึกษาที่สำเร็จมากที่สุดคือ ระดับประถมศึกษาร้อยละ 45.2 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรีและมัธยมร้อยละ 16.8 และ 13.6 อาชีพที่ทำส่วนใหญ่เป็นแม่บ้านร้อยละ 39.9 และข้าราชการรวมถึงเกษียณอายุราชการร้อยละ 22.6 เนื่องจากเป็นชุมชนเมืองในเขตเทศบาลจึงพบอาชีพเกษตรกรน้อย รวมถึงอาชีพอิสระหรือรับจ้างน้อย เนื่องจากอายุที่มากขึ้นไม่เกิดการจ้างงานต่อ ส่วนใหญ่จึงอยู่บ้านและร่วมงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมรายได้เฉลี่ย 600 - 5,000 บาท รายได้สูงสุดและต่ำสุดคือ 60,000 และ 600 บาท รายได้ที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่คาดว่าเกิดจากเงินบำนาญ และกิจการที่ส่งมอบให้ทายาทดูแลสานต่อ รวมถึงเบี้ยผู้สูงอายุเป็นรายได้ที่เหมาะสมในการยังชีพได้ในชีวิตประจำวัน ในส่วนของภูมิสำเนา อาสาสมัครส่วนใหญ่เป็นผู้อาศัยในอำเภอเมืองร้อยละ 32.4 เนื่องจากประชากรอาสาสมัครอาศัยในเมืองเป็นสัดส่วนที่มากกว่าตำบลอื่น และอำเภอหนองกอมเกาะมีอาสาสมัครเพียงร้อยละ 1 เนื่องจากตำบลหนองกอมเกาะแบ่งเขตการปกครองเป็นสองส่วนคือ เทศบาลเมืองหนองคาย และเทศบาลตำบลหนองกอมเกาะ ทำให้ประชาชนตำบลหนองกอมเกาะในเขตเทศบาลเมืองมีจำนวนน้อย

พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย พบว่ามีความถี่เฉลี่ยเดือนละ 5 - 6 ครั้ง ซึ่งส่วนใหญ่จะซื้อมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 42.5) คาดว่าปกติจะทำอาหารรับประทานเองที่บ้าน หากจะต้องซื้ออาหารสุขภาพเพื่อบริโภค ผู้บริโภคอาสาสมัครส่วนใหญ่ (ร้อยละ 39.7) จะเลือกซื้ออาหารคาว ซึ่งเป็นอาหารที่รับประทานเป็นประจำในมื้อนั้น ๆ และเลือกซื้ออาหารว่างน้อย เพียงร้อยละ 10.4 ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการทานอาหารสุขภาพคืออาหารเช้า 06.00 - 09.00 น. และการซื้ออาหารสุขภาพจะลดลงตามช่วงเวลา จนกระทั่งเหลือผู้ที่ทานอาหารสุขภาพหลัง 21.00 น. เพียงร้อยละ 1 นอกจากนี้ผู้ที่ร่วมทานอาหารสุขภาพด้วยมากที่สุดคือ ญาติ หรือสมาชิกในครอบครัว เช่น ลูกหลาน (ร้อยละ 43.3) รองลงมาคือ ทานคนเดียวร้อยละ 35.6 สอดคล้องกับผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้ออาหารสุขภาพ คือ ญาติ และตนเอง ร้อยละ 40.8 และ 39.6

ตารางที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	95	23.9
หญิง	303	76.1

ตารางที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
60 - 69 ปี	249	62.6
70 - 79 ปี	116	29.1
80 - 88 ปี	33	8.3
สถานะ		
โสด	41	10.3
แต่งงาน	208	52.3
หม้าย	116	29.1
หย่า	28	7.0
แยกกันอยู่	5	1.3
การศึกษา		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	34	8.5
ประถมศึกษา	180	45.2
มัธยมต้น	17	4.3
มัธยมปลาย	54	13.6
ปวช.	37	9.3
ปริญญาตรี	67	16.8
สูงกว่าปริญญาตรี	9	2.3
อาชีพ		
ข้าราชการ พนักงาน เกษียณ	90	22.6
แม่บ้าน	159	39.9
พนักงานบริษัทเอกชน	4	1.0
เจ้าของกิจการ	44	11.1
นักออกแบบ	1	0.3
เกษตรกร	37	9.3
อิสระ	22	5.5
รับจ้าง	41	10.3
รายได้		
600 - 5,000 บาท	223	56.0
5,001 - 10,000 บาท	62	15.6
10,001 - 20,000 บาท	49	12.3
20,001 - 30,000 บาท	28	6.8
30,001 - 65,000 บาท	36	9.3

ตารางที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ภูมิลำเนาตำบล		
ในเมือง	129	32.4
มีชัย	89	22.4
โพธิ์ชัย	105	26.4
กวนวัน	24	6.0
หาดคำ	34	8.5
หนองกอมเกาะ	4	1.0
เมืองหมี่	13	3.3

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการซื้ออาหารสุขภาพของผู้สูงอายุ

พฤติกรรมการซื้ออาหารสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการบริโภคอาหารสุขภาพใน 1 เดือน		
1 - 2 ครั้ง	88	22.1
3 - 5 ครั้ง	91	22.9
6 - 8 ครั้ง	50	12.5
มากกว่า 8 ครั้ง	169	42.5
ประเภทของอาหารสุขภาพ		
อาหารคาว	327	39.7
อาหารชุด	160	19.4
อาหารจานเดียว	130	15.8
อาหารว่าง	86	10.4
อาหารหวาน	121	14.7
ช่วงเวลาที่ทำอาหารสุขภาพ		
06.00 - 09.00 น.	134	33.7
09.00 - 12.00 น.	99	24.9
12.00 - 15.00 น.	40	10.0
15.00 - 18.00 น.	65	16.3
18.00 - 21.00 น.	56	14.1
หลัง 21.00 น.	4	1.0
ผู้ร่วมบริโภคอาหารสุขภาพ		
คนเดียว	190	35.6
ญาติ	231	43.3
เพื่อน	46	8.6
แฟน	67	12.5

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการซื้ออาหารสุขภาพของผู้สูงอายุ (ต่อ)

พฤติกรรมการซื้ออาหารสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้มีส่วนร่วมในการบริโภคอาหารสุขภาพ		
ตนเอง	212	39.6
ญาติ	219	40.8
เพื่อน	53	9.9
แฟน	52	9.7
ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้ง		
ต่ำกว่า 100 บาท	82	20.6
101 - 500 บาท	227	57.0
501 - 1,000 บาท	72	18.1
มากกว่า 1,000 บาท	17	4.3

จากวัตถุประสงค์ที่ 2 การวิเคราะห์ทางด้านประชากรศาสตร์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคพบว่า ปัจจัยทางด้านอายุ เพศ และสถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารสุขภาพของผู้สูงอายุ เนื่องจากเป็นช่วงกลุ่มวัยเดียวกันคือ 60 - 88 ปี ที่ส่วนใหญ่ไม่ได้ประกอบอาชีพนอกบ้านแล้ว แต่ปัจจัยทางด้านการศึกษามีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาและค่าใช้จ่าย กล่าวคือ อาสาสมัครที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารสุขภาพในช่วงเย็นและค่ำด้วย ต่างจากผู้ที่จบการศึกษาระดับอื่น ๆ ที่จะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารสุขภาพในช่วงเช้า ในส่วนของปัจจัยด้านการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยผู้สูงอายุที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีแนวโน้มการใช้จ่ายต่อการซื้ออาหารสุขภาพมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับอื่น ๆ ดังตารางที่ 3 และ 4 นอกจากนี้ปัจจัยด้านรายได้ยังมีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายต่อการซื้ออาหารสุขภาพ (ตารางที่ 5) ภูมิภาคนี้อาจมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคอาหารสุขภาพ เวลาในการบริโภคอาหารสุขภาพ และค่าใช้จ่ายต่อการซื้ออาหารสุขภาพ ดังตารางที่ 6 - 8 โดยประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลในเมือง โพนชัย หาดคำ และหนองกอมเกาะมีความถี่และค่าใช้จ่ายต่อการซื้ออาหารสุขภาพมากกว่าตำบลอื่น เนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทางและเข้าถึงสถานที่ขายอาหารสุขภาพมากกว่าตำบลอื่น นอกจากนี้ประชากรในตำบลในเมือง มีชัย และโพนชัย ยังมีช่วงเวลาในการทานอาหารสุขภาพในช่วงเวลาสายด้วย กล่าวคือ ในตำบลอื่น ๆ นิยมบริโภคอาหารในช่วงเวลาเช้า แต่ตำบลดังกล่าวทานอาหารสุขภาพในเช้าและช่วงสาย (09.00 - 12.00 น.) ด้วย แสดงให้เห็นว่าในชุมชนเมืองสามารถจัดหาอาหารสุขภาพได้ง่ายกว่าตำบลอื่นในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ของการศึกษาและเวลาบริโภคอาหารสุขภาพ

การศึกษา	เวลาบริโภคอาหารสุขภาพ						รวม	ร้อยละ
	06.00 - 09.00 น.	09.00 - 12.00 น.	12.00 - 15.00 น.	15.00 - 18.00 น.	18.00 - 21.00 น.	>21.00 น.		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	5	7	3	9	10	0	34	8.5
ประถมศึกษา	74	47	18	24	15	2	180	45.2
มัธยมต้น	3	3	2	4	5	0	17	4.3
มัธยมปลาย	20	11	7	10	6	0	54	13.6
ปวช.	14	6	4	5	6	2	37	9.3

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ของการศึกษาและเวลาบริโภคอาหารสุขภาพ (ต่อ)

การศึกษา	เวลาบริโภคอาหารสุขภาพ						รวม	ร้อยละ
	06.00 - 09.00 น.	09.00 - 12.00 น.	12.00 - 15.00 น.	15.00 - 18.00 น.	18.00 - 21.00 น.	>21.00 น.		
ปริญญาตรี	13	25	6	12	11	0	67	16.8
สูงกว่าปริญญาตรี	5	0	0	1	3	0	9	2.3
รวม	134	99	40	65	56	4	398	100

Pearson Chi-square = 52.898, p value = 0.006

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ของการศึกษาและค่าใช้จ่ายต่อการซื้ออาหารสุขภาพ

การศึกษา	ค่าใช้จ่ายต่อการซื้ออาหารสุขภาพ (บาท)				รวม	ร้อยละ
	<100	100 - 500	501 - 1,000	>1,000		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	10	22	2	0	34	8.5
ประถมศึกษา	48	100	27	5	180	45.2
มัธยมต้น	2	10	1	4	17	4.3
มัธยมปลาย	8	30	12	4	54	13.6
ปวช. 7	20	8	2	37	9.3	
ปริญญาตรี	7	37	21	2	67	16.8
สูงกว่าปริญญาตรี	0	8	1	0	9	2.3
รวม	82	227	72	17	398	100

Pearson Chi-square = 45.237, p value = 0.000

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ของรายได้และค่าใช้จ่ายต่อการซื้ออาหารสุขภาพ

รายได้ (บาท)	ค่าใช้จ่ายต่อการซื้ออาหารสุขภาพ (บาท)				รวม	ร้อยละ
	<100	100 - 500	501 - 1,000	>1,000		
600 - 5,000	61	127	31	4	223	56.0
5,001 - 10,000	9	35	14	4	62	15.6
10,001 - 20,000	5	28	11	5	49	12.3
20,001 - 30,000	3	19	4	1	27	6.8
30,001 - 65,000	4	18	12	3	37	9.3
รวม	82	227	72	17	398	100

Pearson Chi-square = 285.536, p value = 0.056

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ของภูมิลำเนาและความถี่ในการบริโภคอาหารสุขภาพในเวลา 1 เดือน

ภูมิลำเนา	ความถี่ในการซื้ออาหารสุขภาพในเวลา 1 เดือน (ครั้ง)				รวม	ร้อยละ
	1 - 2	3 - 5	6 - 8	>8		
ในเมือง	14	21	22	72	129	32.4
มีชัย	37	25	10	17	89	22.4
โพธิ์ชัย	16	33	9	47	105	26.4
กวนวัน	13	4	3	4	24	6.0
หาดคำ	3	3	6	22	34	8.5
หนองกอมเกาะ	0	1	0	3	4	1.0
เมืองหมี่	5	4	0	4	13	3.3
รวม	88	91	50	169	398	100

Pearson Chi-square = 84.272, p value = 0.000

ตารางที่ 7 ความสัมพันธ์ของภูมิลำเนาและช่วงเวลาในการบริโภคอาหารสุขภาพ

ภูมิลำเนา	เวลาที่ทานอาหารสุขภาพ						รวม	ร้อยละ
	06.00 - 09.00 น.	06.00 - 09.00 น.	06.00 - 09.00 น.	06.00 - 09.00 น.	06.00 - 09.00 น.	06.00 - 09.00 น.		
ในเมือง	40	20	15	31	22	1	129	32.4
มีชัย	29	22	9	13	13	3	89	22.4
โพธิ์ชัย	28	35	10	16	16	0	105	26.4
กวนวัน	10	8	4	1	1	0	24	6.0
หาดคำ	20	8	0	3	3	0	34	8.5
หนองกอมเกาะ	3	1	0	0	0	0	4	1.0
เมืองหมี่	4	5	2	1	1	0	13	3.3
รวม	134	99	40	65	56	4	398	100

Pearson Chi-square = 46.139, p value = 0.03

ตารางที่ 8 ความสัมพันธ์ของภูมิลำเนาและค่าใช้จ่ายต่อการซื้ออาหารสุขภาพ

ภูมิลำเนา	ค่าใช้จ่ายต่อการซื้ออาหารสุขภาพ (บาท)				รวม	ร้อยละ
	<100	100 - 500	501 - 1,000	>1,000		
ในเมือง	22	80	25	2	129	32.4
มีชัย	24	50	12	3	89	22.4
โพธิ์ชัย	17	51	25	12	105	26.4
กวนวัน	8	14	2	0	24	6.0
หาดคำ	6	22	6	0	34	8.5
หนองกอมเกาะ	0	4	0	0	4	1.0
เมืองหมี่	5	6	2	0	13	3.3
รวม	82	227	72	17	398	100

Pearson Chi-square = 35.517 p value = 0.008

การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสอดคล้องกันกับงานวิจัยของอรอนพ เรืองกัลปวงศ์ และสรารวรรณ เรืองกัลปวงศ์ (อรอนพ และสรารวรรณ, 2558) ในการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุ พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร คือ ครอบครัว Liu, C., Yi, F., Xu, Z., and Tian, X. (Liu, C. et al., 2021) ศึกษาพฤติกรรมของผู้สูงอายุที่อยู่ที่บ้านตามลำพังในชนบทประเทศจีน พบว่าเมื่อผู้สูงอายุอยู่ตามลำพังจะเกิดผลเสียมากกว่าอยู่กับลูกหลาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุอยู่คนเดียวที่มักทานซีเรียล ผัก ผลไม้ เนื้อ นม ไข่ น้อยกว่าเดิม มีการจัดการการบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการต่ำ และมีความถี่ในการทานอาหารต่อวันน้อยกว่า นำไปสู่ภาวะสุขภาพไม่ดี สมาชิกในครอบครัวจึงส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมบริโภคของผู้สูงอายุ ซึ่งจะแตกต่างจากงานวิจัยของวิภาดา เนียมรักษา (วิภาดา, 2558) ที่ศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารของวัยรุ่นและวัยทำงานพบว่าเพื่อนคือ บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้ออาหารมากที่สุด ส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อซื้ออาหารสุขภาพต่อครั้งจะอยู่ที่ 101 - 500 บาท เพื่อบริโภคในครอบครัวต่อมื้อ (ร้อยละ 57.0)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของประชากรศาสตร์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสอดคล้องกับการศึกษาของ Frehner, A., VanZanten, H. H. E., Schader, C., DeBoer, I. J. M., Pestoni, G., Rohrmann, S., and Muller, A. (Frehner, A. et al., 2021) ที่พบว่ารายได้ และการศึกษามีความสัมพันธ์กันอย่างมากระหว่างการบริโภคอาหาร กล่าวคือ ผู้มีรายได้มากและมีการศึกษาสูงจะเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณภาพดีต่อสุขภาพ ถึงแม้ว่าราคาอาหารจะสูงกว่าอาหารประเภทอื่น ๆ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Lo, Y., Chang, Y., Lee, M., and Wahlqvist, M. L. (Lo, Y. et al., 2012) ศึกษาคุณภาพอาหารที่วัดจากการสะท้อนของกลุ่มผู้สูงอายุสามารถสะท้อนภาวะการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ ซึ่งผู้สูงอายุที่เศรษฐกิจไม่ดีจะเลือกบริโภคอาหารที่ราคาต่ำกว่าผู้บริโภคที่มีเศรษฐกิจดี ถึงแม้ว่าอายุมากขึ้นส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพ ประสาทสัมผัส จิตใจ สังคม ย่อมทำให้เกิดผลกระทบต่ออาหารและคุณค่าทางอาหาร กลุ่มผู้สูงอายุในฝรั่งเศสอายุน้อยกว่า 80 ปี ยังคงมีความพึงพอใจในอาหารต่าง ๆ มีความต้องการอาหารสุขภาพและสนใจคุณภาพอาหาร (Maître, I. et al., 2021) ดังนั้นการจัดการทางการเงินและการโภชนาการมีความสัมพันธ์กับกลุ่มอายุ การส่งเสริมสุขภาพจะสามารถลดข้อจำกัดทางการเงินของการบริโภคอาหารสุขภาพได้

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุในเทศบาลเมืองหนองคาย จากอาสาสมัครจำนวน 398 คน พบว่าส่วนใหญ่ในการตอบแบบสอบถามจะเป็นอาสาสมัครช่วงอายุ 60 - 69 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมีครอบครัวแล้ว อาชีพส่วนใหญ่คือ แม่บ้าน รายได้ไม่เกิน 5,000 บาท อาศัยในตำบลในเมือง จากการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมบริโภคอาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองหนองคาย มีพฤติกรรมบริโภคอาหารสุขภาพมากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน โดยบริโภคเป็นอาหารเช้า และเป็นอาหารกลางวันร่วมกับคนในครอบครัว มีค่าใช้จ่ายต่อมื้อประมาณ 101 - 500 บาท

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของประชากรในเทศบาลเมืองหนองคายต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสุขภาพ พบว่าปัจจัยทางด้านอายุ เพศ และสถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสุขภาพของผู้สูงอายุ เนื่องจากเป็นช่วงกลุ่มวัยเดียวกันคือ 60 - 88 ปี ที่ส่วนใหญ่ไม่ได้ประกอบอาชีพนอกบ้านแล้ว แต่ปัจจัยทางด้านการศึกษามีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาและค่าใช้จ่าย กล่าวคือ อาสาสมัครที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารสุขภาพในช่วงเย็นและช่วงค่ำด้วย และมีแนวโน้มการใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้ออาหารสุขภาพมากกว่าผู้จบการศึกษาระดับอื่น ๆ สอดคล้องกับการศึกษาของ

Frehner, A., VanZanten, H. H. E., Schader, C., DeBoer, I. J. M., Pestoni, G., Rohrmann, S., and Muller, A. (Frehner, A. et al., 2021) พบว่ารายได้ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กันอย่างมากกับการบริโภคอาหาร กล่าวคือ ผู้มีรายได้มากและมีการศึกษาสูงจะเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณภาพดีต่อสุขภาพ ถึงแม้ว่าราคาอาหารจะสูงกว่าอาหารประเภทอื่น ๆ นอกจากนี้ Lo, Y., Chang, Y., Lee, M., and Wahlqvist, M. L. (Lo, Y. et al., 2012) ศึกษาคุณภาพอาหารที่วัดจากการสะท้อนของกลุ่มผู้สูงอายุสามารถสะท้อนภาวะการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ ซึ่งผู้สูงอายุที่เศรษฐกิจไม่ดีจะเลือกบริโภคอาหารที่ราคาต่ำกว่าผู้บริโภคที่มีเศรษฐกิจดี ถึงแม้ว่าอายุมากขึ้นส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพ ประสาทสัมผัส จิตใจ สังคม ย่อมทำให้เกิดผลกระทบต่ออาหารและคุณค่าทางอาหาร กลุ่มผู้สูงอายุในฝรั่งเศสอายุน้อยกว่า 80 ปี ยังคงมีความพึงพอใจในอาหารต่าง ๆ มีความต้องการอาหารสุขภาพและสนใจคุณภาพอาหาร (Maître, I. et al., 2021) นอกจากนี้ ภูมิภวณายังมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภคอาหารสุขภาพ เวลาในการบริโภคอาหารสุขภาพ และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้ออาหารสุขภาพ จากข้อมูลความสัมพันธ์ของประชากรศาสตร์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภค จะเห็นได้ชัดเจนว่าชุมชนเมืองสามารถจัดหาอาหารสุขภาพได้ง่าย ส่งผลให้ผู้บริโภคทานอาหารสุขภาพได้บ่อยครั้ง ทานได้หลายมื้อมากขึ้น และมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย คือ ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยนี้ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเพื่อจำหน่ายสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย คือ ภาครัฐบาลสามารถนำข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุประกอบการส่งเสริมสุขภาพ การดูแลตนเอง หรือเป็นข้อมูลประกอบการจัดการนโยบายสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุได้ ส่วนข้อเสนอแนะในการศึกษาต่อไปคือ การศึกษาปัจจัยทางการตลาดของอาหารสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ให้เหมาะสมกับพฤติกรรม การเลือกซื้ออาหารสุขภาพ

References

- กรรณิการ์ ลิทธิชัย และธีระวัฒน์ จันทิก. (2561). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพฯ. **Veridian E-Journal Silpakorn University**. ปีที่ 11, ฉบับที่ 1, หน้า 65-86
- กองสวัสดิการสังคม เทศบาลเมืองหนองคาย. (2564). สถิติประชากรภายในเขตเทศบาล. เข้าถึงเมื่อ (20 เมษายน 2564). เข้าถึงได้จาก (<https://www.nongkhaimunicipality.go.th>)
- พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์. (2556). ทิศทางอาหารสุขภาพ จากอาเซียนสู่เวทีโลก. คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- วิภาดา เนียมรักษา. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดหนองคาย. (2561). รายงานคุณภาพชีวิตคนจังหวัดหนองคาย ปี พ.ศ. 2561. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย
- สำนักงานสถิติจังหวัดหนองคาย. (2559). สถิติทางการด้านสังคม: ผู้สูงอายุ. เข้าถึงเมื่อ (20 เมษายน 2564). เข้าถึงได้จาก (<https://nongkhai.nso.go.th>)
- อรรณพ เรืองกัลปวงศ์ และสรารวรรณ์ เรืองกัลปวงศ์. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. ปีที่ 11, ฉบับที่ 2, หน้า 77-94

- Frehner, A., VanZanten, H. H. E., Schader, C., DeBoer, I. J. M., Pestoni, G., Rohrmann, S., and Muller, A. (2021). How Food Choices Link Sociodemographic and Lifestyle Factors with Sustainability Impacts. **Journal of Cleaner Production**. Vol. 300, 126896. DOI: 10.1016/j.jclepro.2021.126896
- Lo, Y., Chang, Y., Lee, M., and Wahlqvist, M. L. (2012). Dietary Diversity and Food Expenditure as Indicators of Food Security in Older Taiwanese. **Appetite**. Vol. 58, pp. 180-187. DOI: 10.1016/j.appet.2011.09.023
- Liu, C., Yi, F., Xu, Z., and Tian, X. (2021). Do Living Arrangements Matter?-Evidence from Eating Behaviors of the Elderly in Rural China. **The Journal of the Economics of Ageing**. Vol. 19, 100307. DOI: 10.1016/j.jeoa.2021.100307
- Maître, I., Sulmont-Rossé, C., Wymelbeke, V. V., Cariou, V., Bailly, N., Ferrandi, J., Salle, A., Cardon, P., Amand, M., Manckoundia, P., Symoneaux, R., Issanchou, S., and Vigneau, E. (2021). Food Perception, Lifestyle, Nutritional and Health Status in the Older People: Typologies and Factors Associated with Aging Well. **Appetite**. Vol. 164, 105223. DOI: 10.1016/j.appet.2021.105223
- Nonthapot, S., Wattanakul, T., and Wangkeeree, K. (2018). Spending Behavior of Thai Tourists in Dan Sai District, Loei Province, Thailand: Seemingly Unrelated Regression Estimation Analysis. **Journal of Environmental Management and Tourism**. Vol. 9, No. 5, pp. 1062-1070. DOI: 10.14505/jemt.9.5(29).18
- Polit, D. F. and Beck, C. T. (2006). The Content Validity Index: Are you sure you know what's being reported? Critique and Recommendations. **Research in Nursing and Health**. Vol. 29, pp. 489-497. DOI: 10.1002/nur.20147
- Wolters, E. A. and Steel, B. S. (2016). Sustainable Futures: Healthy Lifestyles, Obesity, and Access to Food in U.S. Counties 2012. **Agriculture and Agricultural Science Procedia**. Vol. 8, pp. 73-80
- Yamane, T. (1967). Statistics, An Introductory Analysis. 2nd Ed., New York: Harper and Row

ทุนทางสังคมกับการจัดการเครือข่ายคนชายขอบ: เครือข่ายรักษป่าและ
สิ่งแวดล้อม คอยยาว-คอยผาหม่น ภูชี้ฟ้า

Network Governance on the Basis Social Capital of Marginal People: The Network Protect the Forest and Environment Doi Yao-Doi Phamon Phu Chifa

อดิศร ภูสาร^{1*}

Adisorn Pusara^{1*}

Received: October 21, 2021; Revised: April 13, 2022; Accepted: April 18, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการจัดการใช้ทุนทางสังคมของคนชายขอบในการจัดการเครือข่าย
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ กรรมการเครือข่ายจำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสัมภาษณ์
การวิเคราะห์ข้อมูลแบบจำแนกข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า มุ่งถูกผลักดันให้เป็นคนชายขอบด้วย อคติทางเชื้อชาติ
การเป็นผู้ทำลายป่าไม้ การเข้าร่วมกับพรรคคอมมิวนิสต์ และการเกี่ยวข้องกับยาเสพติด ทุนทางสังคมของม้ง
คือ อัตลักษณ์ การปลูกฝังอุดมการณ์ความเสมอภาคเท่าเทียมกัน ประวัติศาสตร์การต่อสู้ร่วมกัน การนับถือ
ตระกูลแซ่และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ป่าไม้ การจัดการเครือข่ายประกอบด้วย 1) การก่อตัวของ
เครือข่ายจากความสัมพันธ์ตระกูลแซ่ 2) การจัดระบบเครือข่ายตามแนวราบเน้นความเสมอภาคเท่าเทียมกัน
3) การจัดระบบการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ และสื่อสังคมออนไลน์ 4) การสร้างกิจกรรมของเครือข่าย
ด้วยสันติวิธีเชิงรุกเพื่อสร้างพื้นที่ทางสังคม 5) การจัดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันโดยส่งผ่านข้อมูลออนไลน์
ร่วมกันวิเคราะห์ สร้างองค์ความรู้ 6) การธำรงรักษาเครือข่ายโดยการใช้อัตลักษณ์ม้ง ความเป็นเครือญาติ
ที่ต้องช่วยเหลือกัน ปัญหาของเครือข่ายคือ การขาดแคลนทุนทรัพย์ ความรู้ทางวิชาการ และการดำเนินงาน
ของภาครัฐที่ไม่เอื้อต่อการแก้ไขปัญหาในพื้นที่

คำสำคัญ : ทุนทางสังคม; เครือข่าย; คนชายขอบ

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

¹ Faculty of Humanities and Social Sciences Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

* Corresponding Author; Tel. 08 9920 5547, E - mail: sorn1@hotmail.com

Abstract

This research purpose to study managed method for using social capital of marginal people to governance network. Key informants were 15 of network committees, the research instruments were interviewed forms and the typological analysis was used. The result revealed that Hmong was discouraged to be marginal people because racial bias, forest destroyers, collaboration with Communist Party and narcotics relevant. Hmong's social capital were identity, cultivated an ideology of equality, joint battle history, family chain and resource utilization in the forest area. Network governance consisted of 1) network's formation from clan relationship 2) horizontal network system governed indeed equality 3) communication system governed with telephone and social media 4) created an event of network with proactive pacifism for shaped social space 5) collaboration learning process arrangement by online information transfer, joint analysis and created knowledge and 6) network maintain with Hmong identity and be kinship to help each other. Network problems were lack of capital, academic knowledge and the operation of government sector was not conducive to problem solving in the area.

Keywords: Social Capital; Network Governance; Marginal People

บทนำ

การจัดการสาธารณะแนวใหม่ใช้หลักการแนวพลเมืองประชาธิปไตยโดยเพิ่มบทบาทพลเมืองเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับวิถีความเป็นอยู่ของผู้อื่นเป็นการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่พบในพื้นที่ เนื่องจากผู้แทนที่ประชาชนเลือกตั้งเข้าไปทำงานมักจะมุ่งเน้นถึงการกำหนดนโยบายในระดับมหภาคหรือการดำเนินการตามวาระที่ตนเองให้ความสนใจ อีกทั้งอาจเกรงส่งผลกระทบต่อความมั่นคงหรือดำเนินนโยบายที่ขัดกับความคิดหรือความมุ่งหมายของประชาชนส่วนใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อคะแนนเสียงสำหรับรูปแบบของการจัดการสาธารณะโดยประชาชนใช้วิธีการแบบเครือข่ายที่เน้นถึงความเท่าเทียมกันของสมาชิกมีความยืดหยุ่นสามารถประสานงานการใช้ทรัพยากรร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแก้ไขปัญหาสาธารณะได้อย่างทัน่วงที่ ทุกฝ่ายพึงพอใจกับผลประโยชน์ที่ได้รับร่วมกัน แนวคิดการบริหารสาธารณะแนวใหม่เป็นของ (ปกรณ์, 2562) ประกอบด้วย แนวคิดความเป็นพลเมืองประชาธิปไตย (Democratic Citizenship) ตัวแบบชุมชนและประชาสังคม (Model of Community and Civil Society) โดยแนวคิดความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยจะปรากฏในตัวบทกฎหมายที่กล่าวถึงและบัญญัติให้ประชาชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐเข้ามามีบทบาทในความเป็นพลเมืองที่กระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมในกระบวนการนโยบายสาธารณะและสร้างภาครัฐที่มีประชาชนเป็นศูนย์กลาง ส่วนตัวแบบชุมชนและประชาธิปไตยเป็นรากฐานแนวคิดการบริหารสาธารณะแนวใหม่ซึ่งเปรียบเสมือนการใช้กลไกการร่วมมือกันของชุมชนและประชาสังคมในการแก้ไขปัญหาสาธารณะร่วมกันได้สรุปสิ่งที่ได้จากตัวแบบชุมชนและประชาสังคมเป็นชุมชนที่มีเครือข่ายพลเมืองที่เข้มแข็ง นักรัฐประศาสนศาสตร์สามารถใช้เครือข่ายเหล่านั้น ในการสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น รวมทั้งการสร้างชุมชนและทุนสังคม (Social Capital) โดยกระตุ้นให้พลเมืองมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสาธารณะ (ปกรณ์, 2562) ในขณะที่ เสกสรรค์ ประเสริฐกุล (เสกสรรค์, 2557) กล่าวถึงความหมายของการเมืองภาคประชาชนคือ การมีส่วนร่วมของพลเมือง ครอบคลุมถึงการเคลื่อนไหวของสาธารณชนในการแสดงความเห็นเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะและการเคลื่อนไหวของประชาชนเฉพาะกลุ่มเพื่อแสดงสิทธิในการกำหนดวิถีชีวิตของตนเองหรือเพื่อยับยั้งการกระทำของรัฐที่มีส่วนกระทบถึงผลประโยชน์ของพวกเขา

คนชายขอบเป็นกลุ่มคนที่มียัต์ลักษณะต่างจากคนกลุ่มใหญ่ ความแตกต่างของยัต์ลักษณะทำให้ไม่ได้รับการยอมรับจากคนกลุ่มใหญ่ รวมถึงการถูกเอาเปรียบ จำกัดการเข้าถึงทรัพยากรสาธารณะจนถึงการดูหมิ่น การดูถูกกลุ่มคนชายขอบเหล่านี้ แต่ความแตกต่างทางยัต์ลักษณะของคนกลุ่มใหญ่ คนชายขอบกลุ่มนี้สามารถดำรงชีวิตอยู่ภายใต้วิถีชีวิตของตนเองและถ่ายทอดให้ชนรุ่นหลังได้สืบสานดำรงยัต์ลักษณะเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่รับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจได้ คนชายขอบ (Marginal People) ในทางภูมิศาสตร์ หมายถึงคนที่อยู่ชายขอบพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง โดยไม่เคลื่อนย้ายจากถิ่นฐานเดิมและกลุ่มคนที่เคลื่อนย้ายจากภูมิลำเนาเดิมด้วยเหตุผลทางธรรมชาติ หรืออพยพเข้าเมืองด้วยเหตุผลทางเศรษฐกิจและการเมือง ทำให้ผู้คนเหล่านั้นต้องไปตั้งรกรากถิ่นฐานใหม่ หรือมีวิถีชีวิตที่ต้องไปแก่งแย่งแข่งขัน การถูกกีดกันเอาเปรียบจากคนอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งอยู่ในดินแดนหรือเป็นเจ้าของเขตภูมิศาสตร์นั้นมาก่อน และการเคลื่อนย้ายภูมิลำเนาของผู้คนเหล่านั้นได้นำคำว่า “ชาติพันธุ์” เข้ามา ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับมิติทางประวัติศาสตร์ สังคมและยัต์ลักษณะ (Identity) ที่มักไม่ได้รับการยอมรับหรือเลือกปฏิบัติจากผู้คนในสังคมนั้นจนกลายเป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนหรือไม่เคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ (ชาคริต, 2561) คนชายขอบจึงเป็นกลุ่มน้อยทางสังคมถูกเลือกปฏิบัติหรืออาจไม่ได้รับการยอมรับ ซึ่งธัชชนก สัตยวิจิตร (ธัชชนก, 2557) ได้กล่าวถึงกระบวนการกลายเป็นคนชายขอบคือคนที่อยู่ห่างไกลทั้งในด้านภูมิศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม การตั้งถิ่นฐาน การประกอบอาชีพ หรือวิถีชีวิตที่คนกลุ่มนี้ต้องเผชิญกับการแก่งแย่งแข่งขันเพื่อเข้าถึงทรัพยากร การถูกเอาเปรียบและกีดกันกับคนกลุ่มใหญ่ที่อาศัยในดินแดนหรือเขตภูมิศาสตร์นั้นมาก่อน ส่วนทางสังคมวัฒนธรรมคนชายขอบย่อมกลายเป็นคนกลุ่มน้อยในสังคมใหม่ วัฒนธรรมประจำกลุ่มจึงเป็นวัฒนธรรมย่อยที่ไม่ได้รับการยอมรับ หรือได้รับการเลือกปฏิบัติจากผู้คนในกระแสหลักการเรียนรู้ การปรับตัว และการต่อสู้ดิ้นรนที่จะเอาชีวิตรอด หรือมีชีวิตอยู่ภายใต้สภาพดังกล่าวจึงเป็นสาระสำคัญของวิถีชีวิตประชาชนที่อาศัยในวัฒนธรรมชายขอบ ในงานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาถึงม้งอันเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในพื้นที่ห่างไกล มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมเป็นของตนเอง และถูกเลือกปฏิบัติจากคนกลุ่มใหญ่จนต้องต่อสู้เพื่อรักษาสติธิของตนเอง

เครือข่ายรักษป่าและสิ่งแวดล้อมคอยยาว-คอยผาหม่น ภูชี้ฟ้า เกิดจากการรวมตัวของชุมชนม้งที่เคยเข้าร่วมกับพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย ในพื้นที่คอยยาว คอยผาหม่น จังหวัดเชียงรายตั้งแต่ปี พ.ศ. 2510 และออกมามอบตัวกับรัฐในฐานะผู้ร่วมพัฒนาชาติไทยในปี พ.ศ. 2524 โดยมีเงื่อนไขสำคัญคือ การกลับไปตั้งถิ่นฐานในพื้นที่เดิมก่อนเข้าร่วมกับพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย พื้นที่ดังกล่าวประกอบด้วย หมู่บ้านม้งผู้ร่วมพัฒนาชาติไทยคอยยาว คอยผาหม่น อำเภอเวียงแก่น อำเภอเทิง และอำเภอขุนตาล จังหวัดเชียงราย

รัฐบาลสนับสนุนการตั้งถิ่นฐาน มีการสร้างเส้นทางคมนาคม การสร้างโรงเรียน และการส่งเสริมอาชีพให้ประชาชน ทำให้ม้งผู้ร่วมพัฒนาชาติไทยเลิกปลูกฝิ่น เปลี่ยนเป็นการปลูกพืชเศรษฐกิจ เช่น กะหล่ำปลี หอมตัดดอก และกาแฟ รวมทั้งสร้างอาชีพใหม่คือ การประกอบกิจกรรมการค้าและการบริการนักท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยว ภูชี้ฟ้า-ผาดัง และเริ่มพบปัญหาเมื่อเกิดนโยบาย จัดตั้งวนอุทยานภูชี้ฟ้า ภูชี้ดาว และวนอุทยานภูชี้ฟ้า

ดูแลพื้นที่คอยผาหม่น ประชาชนในพื้นที่ประสบปัญหาพื้นที่วนอุทยานทับซ้อนกับพื้นที่ทำกิน พื้นที่ไร่มนเวียนที่ถูกทิ้งร้าง รอคารฟื้นตัวของดินถูกยึดเป็นพื้นที่วนอุทยาน เมื่อรัฐมีนโยบายทวงคืนผืนป่าและนโยบายการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า โดยรวมพื้นที่วนอุทยานทั้งสองแห่ง รวมทั้งขยายพื้นที่ครอบคลุมถึงพื้นที่ทำการเกษตร พื้นที่ตั้งรีสอร์ท เส้นทางท่องเที่ยว ภูชี้ดาว ภูชี้เดือนที่ต้องเก็บค่าธรรมเนียมกับผู้ประกอบกิจการการท่องเที่ยว และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติด้วยอัตราสูง กลุ่มผู้นำม้งผู้ร่วมพัฒนาชาติไทยจึงรวมตัวกันจัดตั้งเครือข่ายรักษป่าและสิ่งแวดล้อมคอยยาว-คอยผาหม่น ภูชี้ฟ้า เพื่อสร้างพื้นที่ทางสังคม เกิดพลังในการเจรจาทอรองกับภาครัฐ โดยใช้วิธีการจัดการบนพื้นฐานทุนทางสังคมของม้งที่ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ความเป็นชนเผ่า ความเป็นชนชายขอบ ทุนองค์กร ที่มีความเป็นมาแบบเดียวกัน เคยร่วมต่อสู้กับภาครัฐมาด้วยกัน ทุนปัญญาวัฒนธรรม จากวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การเคารพลำดับอาวุโส การให้เกียรติกัน และทุนทรัพยากรธรรมชาติ ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรที่ร่วมกันดูแลรักษา วัตถุประสงค์ของเครือข่ายเป็นการใช้ทุนทางสังคมเพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองกับภาครัฐในการจัดการพื้นที่ป่าไม้และสิ่งแวดล้อม

ด้วยวิธีการที่ได้รับสืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ รวมถึงการรับสิทธิการใช้ประโยชน์ในพื้นที่อย่างยั่งยืน การจัดการเครือข่ายภาคประชาชน มีความแตกต่างกับการบริหารจัดการแบบดั้งเดิม ที่เน้นถึงสายการบังคับบัญชา โดยการจัดการเครือข่ายจะเน้นถึงความเป็นอิสระของปัจเจกหรือองค์กรเป็น การร่วมมือปฏิบัติภายใต้ความเท่าเทียมกัน และมีอิสระต่อกัน โดยเกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (เกรียงศักดิ์, 2543) ได้กล่าวถึงวิธีการจัดการเครือข่ายตามวงจรชีวิตของเครือข่ายประกอบด้วย 1) การก่อรูปของเครือข่าย 2) การจัดระเบียบการบริหารเครือข่าย 3) การใช้ประโยชน์เครือข่าย และ 4) การธำรงรักษาเครือข่าย การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิธีการจัดการเครือข่ายโดยใช้ทุนทางสังคมของม้ง อันประกอบด้วย ทุนมนุษย์ คือ บุคคลมีองค์ความรู้ ความสามารถ มีจิตสาธารณะ มีความเอื้ออาทร มีน้ำใจและพร้อมที่จะเสียสละประโยชน์เพื่อชุมชน ทุนสถาบัน/องค์กร คือสถาบัน องค์กรที่มีส่วนสนับสนุนผลักดันให้ชุมชนนั้นอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข และทำประโยชน์ร่วมกัน ทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรม คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น จารีตประเพณีที่มีอยู่ในท้องถิ่นรวมถึงค่านิยมและความเชื่อที่ดีของชุมชน ทุนทรัพยากรธรรมชาติคือ ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชน (ไมตรี, 2560) เพื่อให้ได้ข้อสรุปว่า ม้งใช้ทุนทางสังคมเพื่อจัดการเครือข่ายให้สามารถดำเนินกิจกรรมบรรลุวัตถุประสงค์อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงวิธีการใช้ทุนทางสังคมของคนชายขอบในการจัดการเครือข่าย รักษ์ป่าและสิ่งแวดล้อม ดอยยาว-ดอยผาหม่น ภูชี้ฟ้า

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิจัยแบบกรณีศึกษารูปแบบเดี่ยว (Single Case Study) เพื่อค้นหาลักษณะเฉพาะ (Critical Case) ของการจัดการเครือข่ายรักษ์ป่าและสิ่งแวดล้อม ดอยยาว-ดอยผาหม่น ภูชี้ฟ้า รูปแบบการวิจัยเป็นการศึกษาแบบครั้งเดียว (Snapshot Case Studies) อันเป็นการศึกษาเกี่ยวกับองค์การใดองค์การหนึ่งเพียงองค์การเดียว โดยศึกษาถึงกระบวนการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น (เอกพร, 2560) การเก็บข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมาตรฐานด้วยคำถามปลายเปิด (Standardized Open-Ended Interview) เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับทุนทางสังคมตามแนวคิดของไมตรี อินทรีย์ (ไมตรี, 2560) และรูปแบบการจัดการเครือข่ายของเกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (เกรียงศักดิ์, 2543) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key-Informant) กรรมการเครือข่ายรักษ์ป่าและสิ่งแวดล้อม ดอยยาว-ดอยผาหม่น ภูชี้ฟ้า จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบจำแนกข้อมูล และทำการพิจารณาคูณภาพของงานวิจัย โดยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) จากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านสังคม วัฒนธรรมม้งและผู้ทรงคุณวุฒิจากเครือข่ายองค์กรพัฒนาเอกชน ทำการวิพากษ์วิจารณ์ ความถูกต้องสมบูรณ์ และความน่าเชื่อถือของข้อมูล เพื่อลดความลำเอียงด้านทัศนคติของผู้วิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ได้รับการพิจารณาและผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมและการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยยึดหลักเกณฑ์ตามคำประกาศเฮลซิงกิ (Declaration of Helsinki) มีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมายข้อบังคับระหว่างประเทศ ตามใบรับรองที่ HE-194-2564 วันที่รับรอง 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2564

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ความเป็นมาของม้งกับการกลายเป็นคนชายขอบ

คนชายขอบหมายถึง คนที่อยู่ทางไกลทั้งในด้านภูมิศาสตร์ สังคม วัฒนธรรมการตั้งถิ่นฐาน และการประกอบอาชีพ ต้องเผชิญกับการแก่งแย่งแข่งขันเพื่อเข้าถึงทรัพยากรหรือการอยู่รอดภายใต้กระแสวัฒนธรรมหลัก (ธัชชนก, 2557) การกลายเป็นคนชายขอบของม้งเกิดขึ้นจากการเลือกที่ตั้งถิ่นฐานบนภูเขาสูง

ทางไกลการรับรู้และการติดต่อกับคนเมืองและชนเผ่าอื่น มังมื่ออัตลักษณ์สำคัญประกอบด้วย การใช้ภาษา การแต่งกายและเครื่องประดับ ความเชื่อเรื่องผีและวิญญาณบรรพบุรุษ การใช้ระบบเครือญาติเพื่อสร้างความสามัคคี การเคารพผู้อาวุโสประจำตระกูลแซ่เพื่อสร้างความสงบเรียบร้อย ตลอดจนการใช้วิถีชีวิตที่พึ่งพิงทรัพยากรในพื้นที่ป่าไม้

“มังเป็นคนป่าคนคอย พูไทยไม่ซัด แม้พยายามสื่อสารแต่คนฟังก็ไม่รู้เรื่อง จนถูกล้อเลียนเสมอ”

“ในสมัยรัชกาลที่ 5 เจ้าเมืองเชียงของแต่งตั้งให้มังคอยยาว คอยพาหม่นปกครองกันเอง จนกระทั่งเปลี่ยนแปลงการปกครอง กำนันและเจ้าหน้าทีรัฐปกครองแทน คนเหล่านี้ขึ้นมาเรียกเก็บภาษีจากมังตามอำเภอใจ เช่น ภาษีคอกหญ้า ภาษีตอไม้ ภาษีแม่ไถนมลูก ภาษีสัตว์เลี้ยงหากไม่มีเงินพอก็จะจับไปติดคุก จนถึงวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2510 มังที่ไปถางไร่ถูกจับข้อหาทำลายป่าถูกเรียกค่าปรับ 3,000 บาท เมื่อไม่มีเงินให้เจ้าหน้าที่จับตัวผู้นำชุมชนไปเป็นตัวประกัน มังเข้าปรึกษากับแกนนำพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทยต่อสู้ชิงตัวประกัน เจ้าหน้าที่รัฐจึงประกาศนโยบายสามريب คือ เผาให้ريب ปล้นให้ريب และฆ่าให้ريب มังจึงเข้าป่าจับปืนต่อสู้กับเจ้าหน้าที่รัฐจนกระทั่งมีประกาศนโยบาย 66/2523 มังจึงออกมาเป็นผู้ร่วมพัฒนาชาติไทย”

มังถูกผลักดันให้กลายเป็นคนชายขอบเนื่องจากอคติทางเชื้อชาติ ด้วยการที่มังเป็นกลุ่มชนที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยได้ไม่นาน มีประวัติศาสตร์น้อยกว่าชนกลุ่มใหญ่ อีกทั้งการตั้งถิ่นฐานบนภูเขาสูงทางไกลอารยธรรม ทำให้ถูกมองว่าเป็นกลุ่มชนที่ป่าเถื่อน ถูกล้อเลียนถึงความซาดเหวของการติดต่อสื่อสาร รวมถึงการเข้าร่วมกับพรรคคอมมิวนิสต์ ต่อสู้กับเจ้าหน้าที่ของรัฐมากกว่า 10 ปี เพื่อรักษาความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ตามวิถีชีวิตของตนเอง แม้ว่าจะออกมาเป็นผู้ร่วมพัฒนาชาติไทยแล้วแต่คงมีภาพลักษณ์อันเกิดจากความเกรงกลัวคอมมิวนิสต์ที่มีติดตัวมัง

“วิธีการทำไร่ของมังคือ การทำไร่หมุนเวียน หลังจากเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วจะปล่อยที่ดินให้พักตัว 5-8 ปี จะมีต้นหญ้า ต้นไม้ขนาดเล็กขึ้นเต็มแล้วจะถางใหม่แต่เจ้าหน้าที่กลับมองว่ามังไปทำลายป่า”

“สมัยก่อนมังปลูกฝิ่นนำไปขายที่โรงยาฝิ่นเชียงรายและหลวงพระบางเพื่อนำเงินมาซื้อของใช้ที่จำเป็นทำให้เกิดภาพว่ามังค้าฝิ่นติดตัว จนถึงยุคของยาบ้า ด้วยการที่มังมีเครือข่ายพี่น้องในประเทศเพื่อนบ้าน และความชำนาญจากการขนส่งผลผลิตทางการเกษตรเข้าสู่เมืองหลวง ประกอบกับความมึนงงใจนักสู้กล้าได้กล้าเสีย และต้องการความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต มังจึงเข้าร่วมขบวนการค้ายาเสพติด”

มายาคติเกี่ยวกับมังที่เป็นผู้ทำลายป่าไม้ และเกี่ยวข้องกับยาเสพติดเป็นอคติทางเชื้อชาติ ที่ทำให้มังถูกผลักดันให้เป็นคนชายขอบ มายาคตินี้เกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบายการจัดการป่าไม้ที่รัฐเป็นผู้ให้สัมปทานป่าไม้กับเอกชนทั้งในและนอกประเทศ เมื่อพื้นที่ป่าไม้ลดลงจนส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ จำเลยที่ถูกกล่าวหาว่าเป็นผู้ทำลายป่าไม้กลับเป็นมังและกลุ่มชาติพันธุ์อื่นเป็นกลุ่มชนที่ไม่มีสิทธิมีเสียงปกป้องตนเองจากข้อกล่าวหา (ประสิทธิ์, 2546) ทั้งที่วิถีชีวิตของพวกเขาต้องพึ่งพาทรัพยากรในพื้นที่ป่าไม้ การตัดทำลายป่าไม้จึงเท่ากับทำลายวิถีชีวิตของตนเอง นอกจากนี้การที่พืชเศรษฐกิจสำคัญของมังที่ปลูกกันมาแต่ดั้งเดิมคือ ฝิ่น มังจึงมีชื่อเสียงด้านลบเกี่ยวกับการปลูกและค้าขายฝิ่น แม้ว่าปัจจุบันมังทำการเกษตรโดยปลูกพืชเศรษฐกิจเชิงเดี่ยวสร้างรายได้ที่ดีให้กับมังแล้วก็ตาม นอกจากนี้เมื่อมีการแพร่ระบาดของยาเสพติดจากประเทศเพื่อนบ้าน ด้วยระบบการนับถือเครือญาติ การติดต่อกับเครือญาติในประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้มังรู้เส้นทางการเข้าออกสู่ประเทศเพื่อนบ้านได้ดี ประกอบกับความคิดทางวัตถุนิยมทำให้มังบางกลุ่มต้องการหาทรัพย์สินโดยง่าย จึงเข้าสู่วงจรยาเสพติด (สิทธิเดช, 2550)

มังคอยยาว คอยพาหม่นมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาถึงการต่อสู้ที่เกิดจากการได้รับการปฏิบัติอย่างไม่เป็นธรรมจากเจ้าหน้าที่รัฐ จึงเข้าร่วมกับพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทยต่อสู้กับอำนาจรัฐเมื่อปี พ.ศ. 2510 จนกระทั่งรัฐบาลประกาศนโยบาย 66/2523 และ 65/2525 มังได้เจรจาท่องร้องกับรัฐตามเงื่อนไขสำคัญคือการรับรองความปลอดภัย การให้สัญชาติไทย การพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ การจัดการศึกษาและสาธารณสุข และการรับรองสิทธิที่ดินทำกินและที่อยู่อาศัย เมื่อรัฐตกลงตามเงื่อนไขดังกล่าว มังจึงกลับออกมาร่วมมือกับรัฐในฐานะผู้ร่วมพัฒนาชาติไทย และได้ต่อรองกับรัฐเพื่อเลือกพื้นที่ตั้งถิ่นฐาน ในพื้นที่เดิมก่อนเข้าร่วมกับพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย นอกจากนี้รัฐได้ดำเนินการตามข้อตกลงทุกประการ ยกเว้นการออก

เอกสารสิทธิที่ดินทำกิน เนื่องจากไม่มีกฎหมายที่รองรับการออกเอกสารสิทธิบนพื้นที่ป่าไม้และภูเขาสูงจนกระทั่งมีการจัดตั้งวนอุทยานพญาพิภักดิ์ บนคอยยาว และวนอุทยานภูชี้ฟ้า บนคอยผาหม่น เริ่มพบปัญหาความขัดแย้งระหว่างม้งกับเจ้าหน้าที่รัฐด้านการใช้ประโยชน์จากไร่หมุนเวียน ซึ่งเจ้าหน้าที่รัฐมีมุมมองว่าการถากถางพื้นที่ไร่เดิมที่ถูกปล่อยทิ้งรกร้างเพื่อรอให้ดินฟื้นตัวเป็นการตัดทำลายป่าไม้ และการเข้าใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในไร่ป่าไม้ เพื่อเก็บเห็ด เก็บพืชสมุนไพร เป็นการบุกรุกพื้นที่ป่าไม้ ความขัดแย้งเริ่มมีเพิ่มขึ้น เมื่อรัฐประกาศนโยบาย “ทวงคืนผืนป่า” ตามคำสั่ง คสช.ที่ 64/2557 และ 65/2557 รวมทั้งนโยบายการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า โดยผนวกพื้นที่วนอุทยานพญาพิภักดิ์ และวนอุทยานภูชี้ฟ้าเข้าด้วยกันพร้อมเพิ่มพื้นที่อุทยานอันเป็นพื้นที่ป่าชุมชนและพื้นที่ทำกินของม้งโดยปราศจากการมีส่วนร่วมของประชาชนตามพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2562

ความขัดแย้งกับเจ้าหน้าที่รัฐ และความกังวลด้านสิทธิในพื้นที่ทำกิน ตลอดจนวิถีชีวิตที่ต้องพึ่งพิงทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ป่าไม้ ในขณะที่ม้งที่ถูกผลักให้กลายเป็นคนชายขอบถูกจำกัดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ ทำให้ม้ง คอยยาว คอยผาหม่น รวมตัวกันจัดตั้งเครือข่ายอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติคอยยาว คอยผาหม่น ภูชี้ฟ้าเพื่อสร้างพื้นที่ทางสังคม ให้มีอำนาจในการต่อรองกับรัฐถึงสิทธิชุมชน ในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่อย่างยั่งยืน

ทุนทางสังคมกับการจัดการเครือข่าย

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ศึกษาแนวความคิดและองค์ประกอบทุนทางสังคมว่า ทุนทางสังคมเกิดจากการรวมตัว ร่วมคิด ร่วมทำ บนฐานของความไว้วางใจเชื่อใจสายใยผูกพัน และวัฒนธรรมที่ดีงามผ่านระบบความสัมพันธ์ที่มีการสะสมในลักษณะเครือข่ายขององค์ประกอบหลัก ได้แก่ คน สถาบัน วัฒนธรรม และองค์ความรู้ ซึ่งจะเกิดเป็นพลังในชุมชน และสังคม (สุวรรณ และคณะ, 2551) ทุนทางสังคมของม้งคอยยาว คอยผาหม่น ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ได้แก่ อัตลักษณ์ม้ง ทุนองค์กร การเชื่อมโยงด้วยประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐาน ทุนภูมิปัญญาวัฒนธรรมการนับถือตระกูลแซ่ การเคารพผู้อาวุโส และทุนทรัพยากรธรรมชาติที่มีวิถีชีวิตที่พึ่งพาการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ป่าไม้

1. ทุนมนุษย์ ม้งมีอัตลักษณ์ที่สำคัญคือ เลื้อยผ้าเครื่องแต่งกาย ความเชื่อ การนับถือผี และวิญญาณบรรพบุรุษ และการรักความอิสระ พร้อมคือตั้งเพื่อการต่อสู้กับความไม่เป็นธรรมม้งจึงใช้อัตลักษณ์ม้งที่ไม่ยอมต่อสิ่งที่คิดว่าไม่เป็นเท่าเทียมและไม่เป็นธรรมและการนับถือเครือญาติพร้อมให้ความช่วยเหลือและต่อสู้ร่วมกับพี่น้องร่วมชาติพันธุ์สอดคล้องกับงานวิจัยของมาโนช ชุ่มเมืองปัก (มาโนช, 2560) ที่พบว่า การต่อสู้เชิงอำนาจของคนเล็กน้อยในสังคมโดยแสดงออกเชิงสัญลักษณ์และการสื่อสารผ่านทางวัฒนธรรม เรียกว่า การเมืองเชิงวัฒนธรรม (Cultural Politics) โดยการต่อสู้ดังกล่าวสามารถใช้เพื่อผลประโยชน์ต่าง ๆ อาทิ สิทธิการใช้ทรัพยากร ความมีตัวตนและพื้นที่ทางสังคม

2. ทุนองค์กร จากประวัติศาสตร์ม้งที่ผ่านการต่อสู้และพ่ายแพ้ในจีน จึงอพยพตามทิวเขาเข้ามาสู่ประเทศไทย และตั้งถิ่นฐานบนภูเขาสูงอย่างสงบ จนกระทั่งม้งได้รับการปฏิบัติจากเจ้าหน้าที่รัฐ ด้วยการเรียกเก็บภาษีและการบังคับใช้กฎหมายอย่างไม่เป็นธรรม ทำให้ม้งคอยยาว คอยผาหม่น เข้าร่วมกับพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทยต่อสู้กับรัฐ จนกระทั่งกลับมาเป็นผู้ร่วมพัฒนาชาติไทย ผลจากการเข้าร่วมกับพรรคคอมมิวนิสต์ทำให้ได้รับการปลูกฝังด้านวินัยและอุดมการณ์ความเท่าเทียมกันในสังคมจึงรวมกลุ่มกันตั้งเครือข่ายต่อสู้ด้วยอุดมการณ์แห่งความเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของปฐมพร ศรีมันตะ (ปฐมพร, 2559) ที่พบว่า ผู้เข้าร่วมกับพรรคคอมมิวนิสต์ รวมถึงลูกหลานของพวกเขาแม้ว่าจะเกิดภายหลังกลับออกมาในฐานะผู้ร่วมพัฒนาชาติไทยแต่ก็ยังคงได้อิทธิพลความคิดจากรุ่นพ่อ แม่ที่เป็นอดีตสายรบ แม้ว่าจะผ่านการครอบงำเชิงประสบการณ์และการเรียนรู้จากภายนอก แต่ก็ยังได้รับการปลูกฝังเชิงทัศนคติ ความคิดเห็นและความไม่พอใจในสังคมเกี่ยวกับความยุติธรรม ความเท่าเทียม เศรษฐกิจและการศึกษา

3. ทุนปัญญาวัฒนธรรม โดยการนับถือเครือญาติตระกูลแซ่ การให้ความเคารพตามลำดับอาวุโสทำให้เกิดสายสัมพันธ์แบบญาติพี่น้องเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือกันในทางงาน

และการแก้ไขปัญหาก็ทำให้เกิดการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง สอดคล้องกับงานวิจัยของจันทึง ถ้อย (จันทึง, 2556) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมของม้งอยู่สองระดับคือ ความสัมพันธ์ระหว่างสกุล “แซ่” และความสัมพันธ์ระหว่างสกุลแซ่อื่น กล่าวคือ ความสัมพันธ์ในสกุลแซ่ถือว่าเป็นความสัมพันธ์แบบ “พี่น้อง” และลูกพี่ลูกน้องในครอบครัวขยาย แต่ทั้งนี้หากว่าน้องสาวแต่งงานมีบุตรจะถือว่าเป็นคนนอกสัมพันธ์ในสกุล เนื่องจาก การแต่งงานข้ามไปนับญาติฝ่ายชายและเปลี่ยนไปเป็นแซ่อื่น สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างสกุลถือเป็น “ความสัมพันธ์ทางเครือญาติ” ประเด็นดังกล่าวทำให้ม้งมีความสัมพันธ์อย่างเหนียวแน่นรวมไปถึงจารีตที่ไม่ให้ ม้งแซ่เดียวกัน แต่งงานกันเปิดโอกาสให้ม้งสร้างความสัมพันธ์กับแซ่อื่นได้ตลอดเวลา ส่งผลให้ม้งให้ความสำคัญกับคนร่วมชาติพันธุ์เดียวกัน พร้อมช่วยเหลือกันสร้างเครือข่ายในการทำงานและระบบธุรกิจด้วยเช่นกัน

4. **ทุนทรัพยากรธรรมชาติ** ม้งมีวิถีชีวิตจากการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ป่าไม้ถ่ายทอดเป็นภูมิปัญญา ความเชื่อและความเกรงกลัวต่อผีที่คุ้มครองป่า ทำให้ไม่มีการนำทรัพยากรในพื้นที่ป่ามาใช้เกินความจำเป็น รวมถึงการดูแลรักษาป่าด้วยวิธีการของตนเองภายใต้ความสมดุลระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติการจัดตั้งเครือข่ายจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อสิทธิการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพื้นที่ป่าไม้ด้วยวิธีการที่ถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ สอดคล้องกับงานวิจัยของอดิศร ภูสาระ (อดิศร, 2564) ที่พบว่า ม้งบ้านร่มฟ้าหลวง จังหวัดเชียงรายแบ่งประโยชน์การใช้งานของพื้นที่ป่าเป็นป่าที่สิ่งศักดิ์ของเทพผู้คุ้มครองป่าต้นน้ำ (ป่าดงแซ่ง) เป็นพื้นที่ป่า ซึ่งไม่อนุญาตให้ผู้ใดเข้าไปทำกิจกรรม และป่าเพื่อการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร ได้แก่ การเลี้ยงสัตว์ การเพาะปลูก กาแฟและโกโก้ การเก็บเห็ด พืชผักผลไม้ พืชสมุนไพร เก็บฟืน เฉพาะอุปโภคบริโภคในครัวเรือน และพื้นที่ป่าเพื่อการท่องเที่ยวฤดูร้อน

การจัดการเครือข่ายโดยใช้ทุนทางสังคมของม้ง

1. **การก่อตัวของเครือข่าย** เกิดขึ้นจากระบบการจัดการความสัมพันธ์ทางเครือญาติของม้งที่มีการลำดับความสัมพันธ์ภายในตระกูลแซ่ และความสัมพันธ์ระหว่างพี่น้องม้งต่างตระกูลแซ่ เกิดเป็นสายใยที่เชื่อมต่อกันได้อย่างแน่นเหนียว อีกทั้งม้งกลุ่มนี้ยังมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาแบบเดียวกันคือการร่วมต่อสู้ แข็งขันกับอำนาจรัฐร่วมกับพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทยจึงได้รับการปลูกฝังความมีวินัยและอุดมการณ์เสียสละเพื่อมวลชน ดังที่ชินสัค สวรรณอจรรย์ (ชินสัค, 2549) กล่าวว่าความสัมพันธ์ของกลุ่มชาติพันธุ์เป็นตัวอย่างของการรวมคำนิยม และวัฒนธรรมของสมาชิกในกลุ่ม องค์ประกอบของความสัมพันธ์ที่ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน และผนึกกำลังต่อกันเชื่อถือกัน กลายเป็นกฎเกณฑ์บังคับบอกความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างความสัมพันธ์ทางชาติพันธุ์ และทุนทางสังคมที่จะช่วยสนับสนุนวิธีการปรับตัว โดยทุนทางสังคมเสมือนเป็นแหล่งที่มาของข้อมูลในเส้นทางชีวิต และการสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เงินหรือแรงงาน

2. **การจัดระบบเครือข่าย** แม้ว่ากรรมการเครือข่ายทั้งหมดจะเป็นผู้นำชุมชน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน หรือสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล แต่วิธีการจัดระบบเครือข่ายจะเป็นแบบเครือข่ายแนวราบ เน้นถึงความเสมอภาคเท่าเทียมกัน ไม่มีการกำหนดสายการบังคับบัญชาหรือ หน้าที่ประจำ ลักษณะการดำเนินกิจกรรมเป็นแบบการอาสาสมัครดำเนินการตามความถนัดและความสะดวกสอดคล้องกับงานวิจัยของอภิษฎา ศรีเรืองคง, จิตภา เร่งมีศรีสุข, พระครูสังฆรักษ์จักรกฤษณ์ ภูริปัญโญ (กัตติยง) (อภิษฎา และคณะ, 2558) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมของสมาชิกในเครือข่ายเป็นเงื่อนไขให้เกิดการรับรู้ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมลงมือกระทำอย่างเข้มแข็ง ดังนั้น สถานะของสมาชิกของเครือข่ายควรมีความเท่าเทียมกัน ทุกคนอยู่ในสถานะหุ้นส่วนของเครือข่ายเป็นความสัมพันธ์ในแนวราบคือ ความสัมพันธ์ฉันท์เพื่อนมากกว่าความสัมพันธ์ในแนวตั้งในลักษณะเจ้านาย ลูกน้อง มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน โดยนำจุดแข็งของฝ่ายหนึ่งไปเสริมจุดอ่อนของอีกฝ่ายหนึ่งแล้วทำให้เกิดผลลัพธ์ในลักษณะพลังทวีคูณ

3. **การจัดระบบการติดต่อสื่อสาร** ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร ประกอบกับความห่างไกลและทุรกันดาร ระหว่างหมู่บ้าน กรรมการเครือข่ายใช้วิธีการติดต่อสื่อสารกันภายในเครือข่ายด้วยโทรศัพท์ และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในขณะเดียวกันก็ไม่ละเลยการติดต่อด้วยการพบปะกันเพื่อทำให้เกิดสัมผัสแห่งมนุษย์ (Human Touch) ด้วยการร่วมประชุมตามวาระของหน่วยราชการ และการพบปะกันในงานพิธีกรรมที่ผู้จัดมักเชิญผู้นำชุมชนในละแวกใกล้เคียงมาร่วมในพิธีกรรม กรรมการเครือข่าย

จึงมีการพบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของธัญลักษณ์ ธนปกิจ และ พัทธนี เขยปัญญา (ธัญลักษณ์ และพัธนี, 2560) ที่พบว่า แม้ว่าปัจจุบันจะมีสื่อสังคมออนไลน์อันเป็นการสื่อสารของโซติกา พรหมเพิก และอจิรภัส เพียรขุนทด (โซติกา และอจิรภัส, 2562) ที่ได้ศึกษาวิธีการเคลื่อนไหวของกลุ่มดาวดิน พบว่าการใช้ยุทธวิธีการเคลื่อนไหวต่อสู้โดยใช้ช่องทางติดต่อสื่อสารกับสาธารณะ โดยมีการเคลื่อนไหวส่วนหนึ่งอยู่บนโลกโซเชียลมีเดีย การรณรงค์เรียกร้องเรื่องต่าง ๆ จึงไม่จำเป็นต้องออกมาเดินขบวนบนท้องถนนให้เสี่ยงถูกจับเพียงรูปแบบเดียว แต่สามารถรณรงค์ผ่านโลกออนไลน์ได้ เพราะโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือในการนำเสนอวัตถุประสงค์ของการรณรงค์เพื่อเกณฑ์แรงสนับสนุนในรูปแบบต่าง ๆ และยังเป็นการเรียกร้องให้คนในสังคมวงกว้างออกไปแสดงพลังเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม

4. การสร้างกิจกรรมของเครือข่าย เป็นกิจกรรมการสร้างพื้นที่ทางสังคมให้ภาครัฐ และภาคประชาสังคมสนใจถึงปัญหาการกำหนดนโยบายที่ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับนโยบายนั้น วิธีการดำเนินกิจกรรมโดยสันติวิธีเชิงรุก (Proactive Pacifism) อันเป็นการเคลื่อนไหวแสดงการต่อต้านขัดแย้งอย่างสงบด้วยการระดมมวลชน แต่งกายด้วยเสื้อผ้าเครื่องหมายแสดงอัตลักษณ์ม้ง สอดคล้องกับการวิจัยของ นัสเซอร์ ยีหมะ (นัสเซอร์, 2561) ที่ได้ศึกษาถึงการใช้วิธีการสันติวิธีเชิงรุกของเครือข่ายนักศึกษาประชาชนปฏิรูปประเทศไทยพบว่าวิธีการสันติวิธีเชิงรุก หรือการต่อต้านโดยไม่ใช้กำลังเป็นรูปแบบการเคลื่อนไหวอย่างสงบของประชาชน เมื่อประชาชนไม่พอใจการทำงานของรัฐบาล และออกมาประท้วงแสดงจุดยืนในการต่อต้านรัฐบาล ซึ่งประชาชนไม่จำเป็นต้องใช้ความรุนแรง แต่ประชาชนสามารถเลือกที่จะไม่สนับสนุนรัฐบาล และแสดงออกด้วยการถือประท้วง และเลือกที่จะฝ่าฝืนกฎหมายใดกฎหมายหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น การปิดถนน และกีดขวางการจราจรอย่างสงบ การเข้ายึดครองสถานที่ต่าง ๆ อย่างผิดกฎหมาย โดยไม่ใช้ความรุนแรงต่อเจ้าหน้าที่ การเดินขบวนถือป้ายประท้วงของม้งคอยยาว คอยผาหม่น จึงเป็นกิจกรรมที่การแสดงออกถึงความไม่เห็นด้วยของคนชายขอบต่อนโยบายรัฐ และเผยแพร่ข่าวสารทางสื่อมวลชน และสื่อสังคมออนไลน์สอดคล้องกับงานวิจัยของอภิญา ดิสสะมาน และธাত্রี นนทศักดิ์ (อภิญา และธাত্রี, 2563) ที่ได้รวบรวมข้อมูลความขัดแย้งที่เกิดขึ้นตามนโยบายรัฐพบว่า ประชาชนได้ผ่านการเปิดพื้นที่ทางความคิดและสร้างจิตสำนึกใหม่จากกลุ่มคนที่มิประสบความสำเร็จเป็นผู้ “ถูกกระทำ” มาเป็น “ผู้กระทำการ” มีการเคลื่อนไหวที่เป็นรูปธรรมและประสิทธิภาพการรวมกลุ่มเพื่อต่อต้าน ขัดขวางการดำเนินนโยบายของรัฐ ดังจะเห็นได้ชัดเจนจากการต่อต้าน แสดงความไม่พอใจในโครงการที่ดำเนินการโดยรัฐและเกิดการประท้วงเพื่อให้รัฐได้ยิน (To Be Heard) ในลักษณะของการรวมตัวประท้วง การยื่นหนังสือประท้วง ปิดถนน รวมถึงการจัดตั้งองค์กรประชาชนในหลายพื้นที่

5. การจัดการเรียนรู้ร่วมกัน กระบวนการเครือข่ายจะสืบค้นข้อมูลจากสื่อออนไลน์ การร่วมประชุมสัมมนาทางวิชาการ ส่งต่อข้อมูลภายในกลุ่ม ร่วมกันวิเคราะห์ ถอดบทเรียน พร้อมถ่ายทอดข้อมูลให้กับสมาชิกเครือข่าย ดังที่คณวัศ สุวรรณวงศ์ และภัทรพงษ์ เกริกสกุล (คณวัศ และภัทรพงษ์, 2559) อธิบายถึงกระบวนการเชื่อมโยงเครือข่ายความรู้ เป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มพลังอำนาจ (Empowerment) ให้กับชุมชนเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีการจัดการเรียนรู้เข้ามาเสริมสร้างเครือข่ายเพื่อให้เกิดการปรับแนวคิด เจตคติ รู้จักวางแผน และสร้างหรือมีแนวปฏิบัติ เพื่อให้เป็นฐานความรู้เบื้องต้นของชุมชน

6. การธำรงรักษาเครือข่าย แม้ว่าการดำเนินกิจกรรมของเครือข่ายจะไม่เป็นไปแบบต่อเนื่อง กิจกรรมที่ได้ดำเนินการยังคงอยู่ในขั้นตอนการพิจารณาจากหน่วยงานภาครัฐ กระบวนการเครือข่ายยังคงติดต่อประสานงานถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารให้กันอย่างสม่ำเสมอด้วยสื่อสังคมออนไลน์ แต่กระบวนการเครือข่ายมีความเชื่อมั่นว่าเครือข่ายสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยอัตลักษณ์ม้งที่รักความเป็นอิสระ การใช้ระบบเครือญาติร่วมกันต่อสู้หากเกิดปัญหากับญาติพี่น้องม้งในพื้นที่สอดคล้องกับงานวิจัยของนิพนธ์ พันธ์ (นิพนธ์, 2544) ที่ศึกษาถึงพิธีกรรมท้องถิ่นในฐานะทุนทางวัฒนธรรมพบว่า ความมีสำนึกร่วมกันในประวัติศาสตร์ของชุมชน ความเชื่อมั่นในคุณค่าของพิธีกรรมแบบดั้งเดิมแล้วถ่ายทอดสู่คนรุ่นใหม่ อีกทั้งการขัดเกลาทางสังคมตามคตินิยมของชุมชนด้วยความสัมพันธ์แบบเครือญาติ ความรู้สึกผูกพันกับชุมชน เกี่ยวข้องกับระยะเวลาที่อยู่อาศัยสถานภาพทางเศรษฐกิจและ

ความเชื่อมโยงทางสังคม ทำให้เกิดความผูกพันต่อกลุ่มและชุมชน ทำให้เห็นได้ว่า กรรมการเครือข่ายมีความเชื่อมั่นว่า เครือข่ายสามารถดำรงอยู่ได้ต่อไปแม้ว่าจะไม่สามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่องก็ตาม

สำหรับปัญหาของเครือข่ายประกอบด้วย การขาดแคลนทุนทรัพย์สำหรับดำเนินกิจกรรม การขาดความรู้ทางวิชาการ และการดำเนินงานของภาครัฐที่ไม่เอื้อต่อการแก้ไขปัญหาในพื้นที่

ข้อเสนอแนะทางการบริหาร

1. ในกระบวนการกำหนดนโยบาย รัฐควรรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มคนชายขอบที่อยู่ห่างไกลการรับรู้จากรัฐ
2. การสนับสนุนกลุ่มคนชายขอบสร้างเครือข่ายในพื้นที่หรือเครือข่ายเชิงปัญหาเพื่อเกิดอำนาจในการต่อรอง และสร้างพื้นที่ทางสังคม
3. เจ้าหน้าที่รัฐ ควรลดบทบาทในการควบคุมและบังคับใช้กฎหมายเป็นการส่งเสริมสนับสนุนและนำประชาชนถึงวิธีการปฏิบัติตามกฎหมาย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การใช้วิธีการสันติวิธีเชิงรุกเพื่อสร้างพื้นที่ทางสังคมของคนชายขอบ
2. การสร้างความสมานฉันท์ในชุมชนโดยผู้อาวุโสประจำตระกูลแซ่ของม้ง

บทสรุป

ทุนทางสังคมของม้งคอยยาวคอยผาหม่นประกอบด้วย ทุนมนุษย์คือ อัตลักษณ์ม้ง ได้แก่ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ความเชื่อการนับถือผี และวิญญาณบรรพบุรุษ การรักความอิสระพร้อมและต่อสู้กับความไม่เป็นธรรม ทุนองค์กร ได้แก่ ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของม้งในพื้นที่โดยเฉพาะการเข้าร่วมกับพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย ทุนปัญญาวัฒนธรรม ได้แก่ การนับถือระบบเครือญาติตระกูลแซ่ และให้ความเคารพผู้อาวุโส และทุนทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ วิถีชีวิตที่พึ่งพิงทรัพยากรในพื้นที่ป่าไม้

ม้งกลายเป็นคนชายขอบด้วย อคติทางเชื้อชาติจากการตั้งถิ่นฐานบนภูเขาสูงจึงถูกมองว่าเป็นชนเผ่าไร้อารยธรรม เมื่อร่วมกันต่อสู้กับรัฐ ม้งถูกมองว่าเป็นคอมมิวนิสต์ การใช้พื้นที่ภูเขาทำการเกษตรม้งถูกมองว่าเป็นผู้ทำลายป่าไม้ และประวัติการปลุกและคำฟืน รวมถึงรู้เส้นทางติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ม้งบางส่วนนำยาเสพติดเข้ามาในประเทศ ม้งจึงถูกมองว่าเป็นผู้เกี่ยวข้องกับยาเสพติด

การกำหนดนโยบายของรัฐที่ไม่คำนึงถึงผลกระทบที่ม้งและกลุ่มชนเผ่าจะได้รับ โดยเฉพาะนโยบาย “ทวงคืนผืนป่า” และนโยบายการจัดตั้งอุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า ประกอบกับการที่รัฐไม่สามารถดำเนินการตามข้อตกลงเมื่อครั้งเข้าร่วมกับรัฐในฐานะผู้ร่วมพัฒนาชาติไทยเกี่ยวกับสิทธิที่ดินทำกิน ทำให้ม้งคอยยาว คอยผาหม่น จังหวัดเชียงราย ก่อตั้งเครือข่ายอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คอยยาว-คอยผาหม่น ภูชี้ฟ้าขึ้นเพื่อจัดการด้านความมั่นคงเกี่ยวกับสิทธิการทำกินในพื้นที่โดยใช้ทุนทางสังคมเป็นตัวผลักดันกิจกรรมของเครือข่าย

การก่อตัวของเครือข่ายจากกลุ่มม้งที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาแบบเดียวกันคือ การเข้าร่วมกับพรรคคอมมิวนิสต์ต่อสู้กับรัฐ ทำให้ได้รับอุดมการณ์ความเสมอภาคเท่าเทียมกันมาใช้สำหรับการจัดระบบเครือข่ายตามแนวราบ เนื่องจากการตั้งถิ่นฐานของกรรมการเครือข่ายอยู่บนภูเขาสูง เส้นทางคมนาคมทุรกันดาร เครือข่ายใช้วิธีการติดต่อสื่อสาร และการจัดกระบวนการเรียนรู้ทางโทรศัพท์ และสื่อสังคมออนไลน์ การสร้างกิจกรรมของเครือข่ายเป็นการระดมมวลชน สมาชิกเครือข่ายม้งที่มีนิสัยรักความเป็นอิสระ สร้างพื้นที่ทางสังคมด้วยการเดินขบวนเรียกร้องให้รัฐทบทวนการประกาศใช้นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการป่าไม้ อันส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตที่ต้องพึ่งพิงกับทรัพยากรในพื้นที่ด้วยวิธีการแบบสันติวิธีเชิงรุก กรรมการเครือข่ายเชื่อว่าเครือข่ายสามารถดำเนินกิจกรรมได้ตลอดไปเนื่องจากเครือข่ายม้งที่นับถือระบบเครือญาติตระกูลแซ่ มีความผูกพันพร้อมที่จะช่วยเหลือพี่น้อง และเครือญาติหากเกิดปัญหา

References

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). การจัดการเครือข่าย: กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพฯ: ชัคเชลมีเดีย
- จันทึง ถ้อย. (2556). สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมชุมชนม้งแบบบุพกาล: บ้านน้ำบง และบ้านห้วยไฮ เมืองข้าใต้ แขวงหัวพัน สปป.ลาว. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถาปัตยกรรม พื้นถิ่น คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ชาคริต แก้วทันคำ. (2561). ภาพสะท้อนความเป็นคนอ่อนของคนชายขอบในรวมเรื่องสั้น "บั้งไฟแห่งชัยจำปา และเรื่องอื่น ๆ". วรรณกรรมสาร. ปีที่ 2, ฉบับที่ 1, หน้า 111-128
- ชินลัค สุวรรณอัจฉริย. (2549). เครือข่ายสังคม. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- โชติกา พรหมเพิก และอจิรภัส เพียรขุนทด. (2562). ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมของกลุ่มดาวดิน. ใน การประชุมทางวิชาการระดับชาติด้านการบริหารกิจการสาธารณะยุคดิจิทัล ครั้งที่ 5 การบริหารกิจการ สาธารณะยุคดิจิทัล: กฎหมาย ความเป็นธรรมและการกลับคืนสู่ประชาธิปไตย. หน้า 510-521. ขอนแก่น: วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- คุณวัศ สุวรรณวงศ์ และภัทรพงษ์ เกริกสกุล. (2559). การพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตพื้นที่ 5 จังหวัด ชายแดนภาคใต้ (สตูล สงขลา ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส) กับการเชื่อมต่อพื้นที่การท่องเที่ยว ใน 4 รัฐ (กลันตัน เปรัก เคดาห์ และเปอร์ลิส) ประเทศมาเลเซีย. รายงานวิจัยสมบูรณ์: สำนักงาน คณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ(วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ธัชชนก สัตยวิจิตร. (2557). สิทธิของคนชายขอบกับปัญหาที่ดินทำกิน: กรณีศึกษาชาวเขาเผ่าม้งป่ากลาง อำเภอ เชียงกลาง จังหวัดน่าน. วารสารเศรษฐศาสตร์การเมืองบูรพา. ปีที่ 2, ฉบับที่ 1, หน้า 99-129
- ธัญลักษณ์ ธนปกิจ และพัชนี เขยปัญญา. (2560). กระบวนการถ่ายทอดการสื่อสารแบบเครือข่ายจากพันธมิตร ภาคธุรกิจสู่พันธมิตรภาคการศึกษา. วารสารปัญญาภิวัฒน์. ปีที่ 9, ฉบับที่ 3, หน้า 155-168
- นัสเซอร์ ยีหมะ. (2561). สันติวิธีเชิงรุก: กรณีศึกษาเครือข่ายนักศึกษาประชาชนปฏิรูปประเทศไทย (คปท.). วารสารพัฒนาสังคม. ปีที่ 20, ฉบับที่ 2, หน้า 101-115
- นิตินันท์ พันทวี. (2544). การศึกษาพิธีกรรมท้องถิ่นในฐานะทุนวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชุมชน. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา. คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปกรณ์ ศิริประกอบ. (2562). 3 พาราไดม์ทางรัฐประศาสนศาสตร์ : แนวคิด ทฤษฎี และการนำไปปฏิบัติจริง. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปฐมพร ศรีมันตะ. (2559). สหายชาวบ้านกับขบวนการคอมมิวนิสต์ในภาคอีสานของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ประสิทธิ์ ลิปรีชา. (2546). ความรู้และมายาคติเกี่ยวกับชาติพันธุ์ม้ง. ใน ชาติพันธุ์และมายาคติ. พิมพ์ครั้งที่ 1. (ชูพินิจ เกษมณี และคณะ: บรรณาธิการ). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม
- มานิช ชุ่มเมืองปัก. (2560). การผลิตสื่อทางเลือกโดยชุมชนชาวไทยเชื้อสายปกากะญอ. รายงานการวิจัย กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- ไมตรี อินเดริยะ. (2560). ทุนทางสังคม. วารสารนาครบุตรปริทรรศน์. ปีที่ 9, ฉบับที่ 2, หน้า 14-25
- สิทธิเดช วงศ์ปรีชา. (2550). ชนกลุ่มน้อยชาวไทยภูเขากับความมั่นคงของชาติ: กรณีศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ม้ง. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

- สุวรรณณี คำมั่น และคณะ. (2551). ทูทางสังคมกับการพัฒนาทุนมนุษย์. ใน การสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง
สู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
29 - 30 พฤศจิกายน 2551
- เสกสรรค์ ประเสริฐกุล. (2557). การเมืองภาคประชาชนในระบอบประชาธิปไตยไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ:
วิภาษา
- อดิศร ภูสาระ. (2564). การพัฒนารูปแบบการจัดการป่าชุมชนตามพระราชบัญญัติป่าชุมชน: กรณีบ้านร่มฟ้าหลวง
อำเภอเวียงแก่น จังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์. ปีที่ 23, ฉบับที่ 1, หน้า 173-183
- อภิญา ดิสสะมาน และธาดรี นนทศักดิ์. (2563). นวัตกรรมสันติวิธี: วิจัยฐานข้อมูลแผนที่ความขัดแย้ง.
วารสารอารยธรรมศึกษา โขง-สาละวิน. ปีที่ 11, ฉบับที่ 2, หน้า 223-240
- อภิญา ศรีเรืองคง, จิตภา เร่งมีศรีสุข, พระครูสังวรวิจิตรภิกขุภรณ์ ฐิริปัญญา (กัตติยัง). (2558). การพัฒนา
เครือข่ายการบริหารงานของเทศบาลนครนนทบุรี. รายงานการวิจัย พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัย
มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- เอกพร รักความสุข. (2559). การวิจัยเชิงคุณภาพ: หลักการและแนวคิด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เดือนตุลา

โอกาสในการล้มละลายของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทยในสถานการณ์ Covid-19: กรณีศึกษาเปรียบเทียบของ
กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตและกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ

Bankruptcy Chances of Companies Listed on the Stock Exchange of Thailand in Covid-19 Pandemic: A Case Study of Comparison Between Manufacturing Industry and Service Industry

ชุตินา นาคประสิทธิ์^{1*} จิรายุ ไชยสุภา¹ ปรียาภรณ์ อัมมะ¹ และสุพัตรา อุทา¹

Chutima Nakprasit^{1*} Jirayu Chaisuka¹ Preeyaporn Amma¹ and Supattra Uta¹

Received: January 27, 2022; Revised: June 1, 2022; Accepted: June 2, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโอกาสในการล้มละลายของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในสถานการณ์ Covid-19 ซึ่งเป็นกรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตและกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ โดยใช้แบบจำลอง Alt's EM-Score Model กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้เป็นบริษัทจดทะเบียนจำนวน 492 บริษัท โดยรวบรวมข้อมูลมาจากการเงินประจำปี 2563 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 และใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัยพบว่า ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ในภาพรวมของทั้ง 2 อุตสาหกรรมมีค่าเฉลี่ย EM-Score = 9.2361 แสดงว่าภาพรวมของบริษัททั้ง 2 อุตสาหกรรมไม่มีโอกาสในการล้มละลายเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างสองอุตสาหกรรมผ่าน 4 ดัชนีที่เป็นองค์ประกอบของ EM-Score พบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าอุตสาหกรรมบริการทุกดัชนี

คำสำคัญ : โอกาสในการล้มละลาย; แบบจำลอง EM-Score; การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

¹ Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan

* Corresponding Author, Tel. 09 0185 3866, E - mail: chutima.nk@rmuti.ac.th

Abstract

This research aimed to compare the likelihood of bankruptcy of companies listed on the Stock Exchange of Thailand in Covid-19 pandemic comparing between the manufacturing industry and the service industry through Altman's EM-Score model. The sample group in this research consisted of 492 companies, collecting financial statements of the year 2020 affected by the Covid-19 virus epidemic. This study employed descriptive statistics to analyze the data. The results showed that during the Covid-19 epidemic situation, the overall average EM-Score of the two industries was 9.2361 meaning companies in both industries have no chance of bankruptcy. Analyzing data through four indices of the model, revealed that companies of manufacturing industry had higher scores than companies of service industry for all indices.

Keywords: Bankruptcy Chances; EM-Score Model; Covid-19 Pandemic

บทนำ

เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (Covid-19) ได้เริ่มต้นมีการระบาดเมื่อปลายปี พ.ศ. 2562 และลุกลามไปทั่วโลก สร้างความหวาดกลัวและส่งผลกระทบต่อสุขภาพ สังคมและเศรษฐกิจของประชากร องค์การอนามัยโลกได้ประกาศเมื่อวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2563 ว่ามีการติดเชื้อทั่วโลกอย่างรวดเร็วเมื่อต้นเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 (กระทรวงสาธารณสุข กรมควบคุมโรค, 2563) การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 สร้างผลกระทบของห่วงโซ่อุปทานโลกจากปัญหาการขาดแคลนแรงงานและวัตถุดิบของจีนมีผลต่อเศรษฐกิจโลก เนื่องจากการปิดเมืองอยู่ซึ่งเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์และยานยนต์ และเป็นศูนย์กลางการค้าการขนส่งของจีนทั้งรถไฟและสนามบินที่เชื่อมต่อกับสายการบินหลักของโลก ดังนั้นวิกฤติของโรคระบาดที่เกิดขึ้นจากเมืองอยู่ซึ่งจึงส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกค่อนข้างรุนแรง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) จากข้อมูลทางการค้าที่รวบรวมโดย United Nations Statistics Division (UNSD) พบว่ามีประมาณ 200 ประเทศ และ 13 ส่วนงานการผลิตมีความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจของประเทศจีน ในปัจจุบันประมาณ 20 เปอร์เซ็นต์ของการค้าโลกเกี่ยวข้องกับสินค้าปัจจัยการผลิตที่ส่งมาจากประเทศจีน ดังนั้นวิกฤติโรคระบาดที่ทำให้การส่งออกของประเทศจีนลดลงนั้น จึงมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศที่เกี่ยวข้อง (UNTAD, 2020) ซึ่งเฉพาะเดือนกุมภาพันธ์เดือนเดียว ของปี พ.ศ. 2563 เศรษฐกิจโลกได้รับความเสียหายจากการหยุดชะงักการส่งออกทางการผลิตทั่วโลกประมาณ 5 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยได้รับผลกระทบมากในสหภาพยุโรป (15.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) สหรัฐอเมริกา (5.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) และญี่ปุ่น (5.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) (United Nations, 2020)

สำหรับผลกระทบการส่งออกในห่วงโซ่อุปทานที่เกิดกับประเทศไทยนั้น จากรายงานของ UNTAD (UNTAD, 2020) ชี้ว่าการที่ดัชนีภาคการผลิต (PMI) ของจีนเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ลดลงต่ำสุดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ประเมินว่าจะสร้างความเสียหายให้กับหลายประเทศ ซึ่งไทยติดอยู่ที่อันดับ 11 มูลค่าความเสียหาย 700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยอุตสาหกรรมผลิตยางและพลาสติก เครื่องมือเครื่องจักร เคมีภัณฑ์ อุปกรณ์สื่อสาร ยานยนต์ ในไทยเป็นสาขาที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) และจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจเกือบทั้งหมดต้องหยุดชะงักลง ซึ่งเป็นไปตามมาตรการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของแต่ละประเทศ และมาตรการล็อกดาวน์ที่เข้มงวดของรัฐบาลได้สร้างความเสียหายกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งจากภาคการท่องเที่ยวที่หดตัวลง ภาคบริการถือเป็นรายได้สำคัญของประเทศไทยคิดเป็น 12 % ของ GDP และการล็อกดาวน์ทำให้รายได้การท่องเที่ยว

ลดลงเกือบ 100 % เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา และด้านอุตสาหกรรมการผลิตนำเข้าวัตถุดิบเพื่อนำมาใช้ในการผลิต ต้องหยุดชะงัก รวมถึงการส่งออกที่ชะลอตัวซึ่งเกิดจากข้อจำกัดที่ไม่สามารถนำเข้าและส่งออกได้ตามปกติ อุตสาหกรรมรายสาขาส่วนใหญ่มีการผลิตลดลงอย่างมีนัยสำคัญในเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมยาง อุตสาหกรรมน้ำมันปิโตรเลียม อุตสาหกรรมสิ่งทอ ในขณะที่มีเพียงอุตสาหกรรมเภสัชภัณฑ์ที่มีการผลิตที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น (กรุงเทพธุรกิจ, 2564)

จากปัญหาที่เกิดจากผลกระทบดังกล่าวอาจทำให้ธุรกิจประสบปัญหาความล้มเหลวทางการเงินได้ ซึ่งอาจทำให้ธุรกิจต้องหยุดกิจการชั่วคราว หรือถึงขั้นล้มละลายเลยก็เป็นได้ ความล้มเหลวทางการเงินของธุรกิจนั้นนับได้ว่าเป็นความเสียหายที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจการเป็นอย่างมาก (ขวัญดาว, 2556) ดังนั้น เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องคาดการณ์หรือพยากรณ์เหตุการณ์ทางการเงินล่วงหน้าเพื่อป้องกันความเสียหายจากการล้มละลาย ในอดีตข้อมูลงบการเงินถูกนำมาพัฒนาเป็นตัวแบบจำลองต่าง ๆ เพื่อใช้ในการพยากรณ์ความล้มเหลวทางการเงินโดยมีวัตถุประสงค์จะส่งสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าเพื่อให้ผู้บริหารได้วางแผนเตรียมรับมือกับภาวะความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ รวมถึงนักลงทุนสามารถเลือกตัวแบบต่าง ๆ ที่ถูกพัฒนามาประยุกต์ใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจได้ ซึ่งแบบจำลอง EM-Score (The Emerging Market Scoring Model) ได้ถูกพัฒนาขึ้นมาโดย Altman, E. I., Hartzell, J., and Peck, M., (Altman, E. I. et al., 1995) เป็นตัวแบบที่ใช้วิเคราะห์ความเสี่ยงในการล้มละลาย ซึ่ง EM-Score Model ได้ถูกนำมาใช้ทดสอบภาวะความเสี่ยงในการล้มละลายกับบริษัทในตลาดหลักทรัพย์เกิดใหม่ของหลายประเทศ เช่น ในประเทศจีน Paolone, F. and Rangone, A. (Paolone, F. and Rangone, A., 2015) ได้ทดสอบการพยากรณ์การล้มละลายของบริษัทจดทะเบียนในประเทศจีน พบว่าบริษัทส่วนใหญ่ไม่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจเพราะว่า 71.93 % ของจำนวนตัวอย่างไม่มีความเสี่ยงทางการเงินระหว่างเกิดวิกฤติทางการเงินโลก และมีเพียง 6.18 % เท่านั้นมีโอกาสเกิดความเสี่ยงทางการเงิน ในขณะที่ Venkadasalam, S. (Venkadasalam, S., 2016) ได้ศึกษาสถานการณ์วิกฤติทางการเงินที่เกิดขึ้นกับบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการขนส่งที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศมาเลเซีย โดยรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ปี ค.ศ. 2008 - 2014 พบว่าแนวโน้มจำนวนของบริษัทที่เชื่อได้ว่ามีสุขภาพทางการเงินแข็งแรงและจะไม่เกิดภาวะล้มละลายภายในปีหรือสองปีข้างหน้า (Safe Zone) ลดจำนวนลง จนกระทั่งเหลือเพียง 1 บริษัทเท่านั้นในปี ค.ศ. 2014 ส่วน Hamid, T., Akter, F., and Rab, N. B. (Hamid, T. et al., 2016) ได้นำ Alt's EM-Score Model มาใช้พยากรณ์ความล้มเหลวทางการเงินของสถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคารของประเทศบังคลาเทศ พบว่าส่วนใหญ่บริษัทกลุ่มตัวอย่างมีสุขภาพการเงินเข้าข่าย Distress Zone ซึ่งหมายความว่ามีโอกาสเกิดการล้มละลาย นอกจากนี้พบงานวิจัยในประเทศอินเดีย Ghosh, U., Adhikari, C. S., and Neogi, A. (Ghosh, U. et al., 2017) ได้ศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยงและหนี้สินในการจัดการสินทรัพย์บริษัทในอินเดีย โดยนำตัวแบบ EM - Score มาใช้ในการคาดการณ์การล้มละลายและเพื่อวัดประสิทธิภาพทางการเงินพบว่า เครื่องมือ EM Score Model ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือในการพยากรณ์ถึงโอกาสการล้มละลายทางการเงินในอนาคตในการจัดการสินทรัพย์บริษัทในอินเดียได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Swalih, M., Adarsh, K., and Sulphay, M. (Swalih, M. et al., 2021) ได้ศึกษาโอกาสในการล้มละลายของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งชาติอินเดียโดยใช้ตัวแบบ EM-Score และพบว่ากลุ่มบริษัทตัวอย่างจะไม่ล้มละลายในอนาคตอันใกล้นี้ ในขณะที่งานวิจัยในประเทศไทยนั้น เอกสิทธิ์ เข้มงวด (เอกสิทธิ์, 2554) ได้ศึกษาความแม่นยำในการพยากรณ์ความล้มเหลวของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยใช้ตัวแบบ EM-Score พบว่า EM-Score Model สามารถใช้งานได้ดีกับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีความแม่นยำสูงถึงร้อยละ 95.0 และร้อยละ 83.33 เมื่อใช้พยากรณ์ล่วงหน้า 1 ปี และ 2 ปี ก่อนที่บริษัทจะประสบความล้มเหลวทางการเงิน และขยายกรณี มงคลเสรีชัย (ขยายกรณี, 2560) ต้องการทราบถึงฐานะการเงิน ความสามารถในการทำกำไร แนวโน้มความอยู่รอดของบริษัท

ในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย จึงได้ทดสอบโดยใช้ตัวแบบ EM Score จากค่าคะแนน (EM-Score) พบว่าบริษัทส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 85.08 ไม่มีความเสี่ยงต่อภาวะการล้มละลาย และพบว่าแบบจำลองนี้สามารถพยากรณ์ได้ถูกต้องคิดเป็นร้อยละ 92.38

ด้วยเหตุที่กล่าวมาข้างต้น การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปี พ.ศ. 2563 ทำให้บริษัทในประเทศไทย ทั้งกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตและกลุ่มอุตสาหกรรมบริการได้รับผลกระทบอย่างมาก โดยที่ยังไม่มีงานวิจัยใดของประเทศไทยที่เน้นศึกษาผลกระทบของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมดังกล่าวผ่าน Altman's EM Score Model ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา โอกาสในการล้มละลายของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์โดยเป็นการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมผลิต และกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ ด้วย EM-Score Model และตัวแปร 4 ดัชนีประกอบการวิเคราะห์ โดยใช้ข้อมูลจากงบการเงินปี พ.ศ. 2563 ในการวิเคราะห์ เพื่อให้กิจการสามารถนำไปใช้วางแผนทางการเงินล่วงหน้าและเตรียมวิธีการแก้ไข หรือลดความเสียหายที่จะเกิดขึ้น พร้อมทั้งเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้ลงทุน เจ้าหน้าที่ รัฐบาลและผู้มีส่วนได้เสียต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาโอกาสในการล้มละลายของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในสถานการณ์ Covid-19 ระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตและกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ โดยใช้ Altman's EM-Score Model

การทบทวนวรรณกรรม

ตั้งแต่ในอดีตธุรกิจทั่วโลกได้เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ เช่น การเปิดเสรีทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าเทคโนโลยี พฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนในสังคมและการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจนำไปสู่การล้มเหลวทางธุรกิจได้ และผลลัพธ์ของการล้มเหลวทางธุรกิจที่เป็นที่รู้จักบ่อยและกว้างขวางมากที่สุดคือ การล้มละลาย (Bankruptcy) จึงเป็นสิ่งที่ท้าทายต่อความสามารถของแต่ละธุรกิจในการจัดการกับความเสี่ยงในการล้มเหลวทางธุรกิจอย่างให้ได้ และในขณะนี้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ได้สร้างผลกระทบต่อระบบนิเวศทางธุรกิจในระดับโลกมากกว่าการเปลี่ยนแปลงอื่นข้างต้นไปเป็นที่เรียบร้อยแล้ว (Amankwah-Amoah, J. et al., 2020) ซึ่งการล้มละลายของธุรกิจในสถานการณ์นี้มีแพร่หลายทั่วโลก เช่น ผลการศึกษาจากการทำวิจัยในประเทศรัสเซียและเยอรมันของ Skvortsova, T. A., Pasikova, T. A., Vereshchagina, L. N., Pozdnishov, A. N., and Sukhovenko, A. V. (Skvortsova, T. A. et al., 2020) ได้ข้อสรุปว่าในช่วงการระบาดนี้ปัจจัยความเสี่ยงในการล้มละลายของภาคธุรกิจได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญและมีความจำเป็นที่ต้องหาทางป้องกันการล้มละลายนี้นอกจากนี้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ยังทำให้เศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกากำลังปิดตัวลงยิ่งขึ้น โดยเฉพาะบริษัทที่มีสภาพคล่องต่ำและหนี้สินมากที่อาจเกิดข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกซึ่งมีความอ่อนไหวอย่างมากต่อการลดลงของรายได้ในสถานการณ์ชั่วคราวนี้ และบริษัทเหล่านี้สุดท้ายแล้วอาจจะถูกบังคับเข้าสู่กระบวนการล้มละลายอันเป็นผลจากการไม่สามารถชำระหนี้สินระยะสั้นได้ (Famiglietti, M. and Leibovici, F., 2020)

การใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางบัญชีที่นำเสนออยู่ทางการเงิน ซึ่งแสดงถึงฐานะการเงินของบริษัทและการเปลี่ยนแปลงของฐานะการเงินอันเนื่องมาจากผลการดำเนินงาน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดของบริษัทที่เกิดจากแต่ละกิจกรรมไม่ว่าจะเป็น กิจกรรมดำเนินงาน กิจกรรมจัดหาเงิน และกิจกรรมลงทุน โดยนำมาใช้ในการวิเคราะห์และประเมินประสิทธิภาพของบริษัทในด้านต่าง ๆ ได้ และข้อมูลแต่ละรายการในงบการเงินที่มีความสัมพันธ์กันยังสามารถนำมาคำนวณในรูปของอัตราส่วนทางการเงินเพื่อสะท้อนถึงสถานะการเงินของบริษัทในแต่ละด้าน เช่น สภาพคล่อง ความเสี่ยง การบริหารสินทรัพย์ และความสามารถในการทำกำไร เป็นต้น นอกจากนี้มีนักวิจัยพัฒนาแบบจำลองในการพยากรณ์การล้มละลายขึ้นมาหลายวิธี เช่น

การวิเคราะห์จำแนกประเภท (Discriminant Analysis) และการถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression) โดยเป็นการนำข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่น ๆ มาเป็นองค์ประกอบของแบบจำลองที่พัฒนา โดยมีเป้าหมายเพื่อให้แบบจำลองนั้นได้ทำหน้าที่ส่งสัญญาณเตือนภัยถึงโอกาสการเกิดความล้มละลาย นอกจากนี้แต่ละองค์ประกอบของแบบจำลองอาจจะเป็นตัวชี้วัดของปัญหาที่อาจเกิดขึ้น นำไปสู่การป้องกันและแก้ไขความล้มเหลวที่อาจเกิดขึ้นได้ทันทั่วทั้ง (ศรีณย์พร, 2562)

แบบจำลองหรือเครื่องมือที่ใช้ในการคาดการณ์ความเป็นไปได้ในการล้มละลาย (EM-Score Model)

Altman, E. I. (Altman, E. I., 1968) จากมหาวิทยาลัยนิวยอร์ก ได้พัฒนาแบบจำลองพยากรณ์การล้มละลายชนิดหลายตัวแปรแบบแรกขึ้นมา เป็นตัวแบบวิเคราะห์การจำแนกประเภทหลายตัว (Multiple Discriminant Analysis Model: MDA) ที่เรียกว่า Z-Score Model ซึ่งมี 5 อัตราส่วนทางการเงินเป็นองค์ประกอบของตัวแบบ นักวิจัยหลายประเทศได้ใช้ตัวแบบนี้เป็นเครื่องมือสำหรับการพยากรณ์หรือวิเคราะห์ความล้มเหลวทางการเงินหรือการล้มละลาย (Altman, E. I. et. al., 2014) ซึ่งต่อมาพบว่า Z-Score Model ไม่เหมาะสมที่จะใช้กับบริษัทที่อยู่ในตลาดที่เกิดขึ้นใหม่ เนื่องจากตัวแบบนี้มีข้อจำกัดเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่ใช้ในสมการต้องเป็นของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และแรกเริ่มตัวแบบนี้ใช้กับบริษัทอุตสาหกรรมการผลิต รวมถึงความแตกต่างของมาตรฐานการบัญชีระหว่างกลุ่มบริษัทตัวอย่างของสหรัฐอเมริกาที่ใช้ในการสร้างตัวแบบกับบริษัทในกลุ่มตลาดใหม่ (Emerging Market) จึงได้มีการพัฒนาแบบจำลอง EM-Score Model เพื่อใช้กับตลาดเกิดใหม่ ซึ่งมี 4 อัตราส่วนทางการเงินเป็นองค์ประกอบของตัวแบบ และสามารถใช้ได้กับอุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมบริการ (Altman, E. I., 2005) มีงานวิจัยในอดีตต่างประเทศที่ได้นำแบบจำลองนี้มาใช้ศึกษาโอกาสเกิดการล้มละลายในสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัส Covid-19 ในอุตสาหกรรมบริการ เช่น Matejić, T., Knežević, S., Arsić, V. B., Obradović, T., Milojević, S., Adamović, M., Mitrović, A., Milašinović, M., Simonović, D., and Milošević, G. (Matejić, T. et al., 2020) และ Wieprow, J. and Agnieszka, G. (Wieprow, J. and Agnieszka, G., 2021) งานวิจัยในอดีตในอุตสาหกรรมการผลิต เช่น Swalih, M., Adarsh, K., and Sulphrey, M. (Swalih, M. et al., 2021) เป็นต้น ซึ่งประเทศไทยจัดเป็นประเทศกลุ่มตลาดใหม่ ตัวแบบ EM-Score Model จึงมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ (Meeampol, S. et al., 2014) และตัวแบบยังมีความแม่นยำในการคาดการณ์สูงกว่าร้อยละ 80 ของกิจการที่จะล้มละลายล่วงหน้า 1 ปี และสำหรับบางกิจการสามารถคาดการณ์โอกาสล้มละลายหน้าได้ 3 ถึง 5 ปี เป็นแบบจำลองที่นักลงทุนที่สนใจสามารถนำมาใช้ได้โดยไม่ต้องใช้ความรู้ทางการเงินที่ซับซ้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักลงทุนรายย่อยที่ต้องการเครื่องมือวิเคราะห์ที่ไม่ซับซ้อนมากนัก (เอกสิทธิ์, 2554) สำหรับประเทศไทยนั้น มีงานวิจัยในอดีตที่นักวิจัยหลายคนได้นำตัวแบบดังกล่าวมาประยุกต์ใช้เพื่อการพยากรณ์ความล้มเหลวทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทยหลายคน เช่น ชลิตา รอดแป้น และสุพรรณิ บัวสุข (ชลิตา และสุพรรณิ, 2564) ขวัญดาว แดงอ่อน (ขวัญดาว, 2556) เอกสิทธิ์ เข้มงวด (เอกสิทธิ์, 2554) เป็นต้น โดยมีรูปแบบสมการที่ (1) ดังนี้

$$EM-Score = 3.25 + 6.56(X_1) + 3.26(X_2) + 6.72(X_3) + 1.05(X_4) \quad (1)$$

โดยที่

EM-Score	คือ	ค่าดัชนีวัดภาวะล้มละลายของธุรกิจ
X_1	คือ	อัตราทุนหมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวม (Working Capital/Total Assets) เป็นอัตราส่วนที่เป็นตัวบ่งชี้ปัญหาทางการเงินของธุรกิจ โดยนำเงินทุนหมุนเวียนที่ได้มาจากผลต่างระหว่างแหล่งที่ใช้ไปกับแหล่งที่มาของเงินทุนระยะสั้นเทียบกับสินทรัพย์รวม ซึ่งมูลค่าของสินทรัพย์หมุนเวียน

แสดงถึงแหล่งที่ใช้ไปของแหล่งเงินทุนระยะสั้น ในขณะที่มูลค่าของหนี้สินหมุนเวียนแสดงถึงแหล่งที่มาของเงินทุนระยะสั้น หากอัตราส่วนนี้มีค่าต่ำสามารถบ่งชี้ถึงการขาดสภาพคล่องของบริษัท และพิจารณาได้ว่าสมควรจะดำเนินงานอีกต่อไปหรือไม่

$$WKC/TA = \frac{\text{เงินทุนหมุนเวียน}}{\text{สินทรัพย์รวม}}$$

- X_2 คือ อัตราส่วนกำไรสะสมต่อสินทรัพย์รวม (Retained Earnings/Total Assets) เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการสะสมกำไรตั้งแต่เริ่มต้นธุรกิจอดีตเทียบกับสินทรัพย์รวม บริษัทที่ไม่ว่าจะมีอายุการดำเนินงานมากหรือน้อยมีโอกาสล้มละลายได้เช่นกันหากค่าอัตราส่วนนี้ต่ำซึ่งสะท้อนว่าบริษัทขาดประสิทธิภาพในการสะสมกำไรตั้งแต่เริ่มต้นธุรกิจ

$$RET/TA = \frac{\text{กำไรสะสม}}{\text{สินทรัพย์รวม}}$$

- X_3 คือ อัตราส่วนกำไรสุทธิก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีต่อสินทรัพย์รวม (Earnings Before Interest and Taxes/Total Assets) เป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการทำกำไรของบริษัท ซึ่งเป็นตัวชี้วัดถึงประสิทธิภาพของผู้บริหารในการบริหารสินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดรายได้ โดยไม่นำภาษีและปัจจัยใดที่เกิดจากการกู้ยืมเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง หากอัตราส่วนนี้มีค่าต่ำย่อมแสดงถึงความสามารถในการจัดการสินทรัพย์ที่ไร้ประสิทธิภาพ เพราะอาจจะทำให้บริษัทมีปัญหานี้เนื่องจากไม่สามารถชำระดอกเบี้ยซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปถึงภาวะล้มละลายของกิจการได้

$$EBI/TA = \frac{\text{กำไรก่อนหักดอกเบี้ยและภาษี}}{\text{สินทรัพย์รวม}}$$

- X_4 คือ อัตราส่วนมูลค่าหุ้นตามราคาตลาดต่อหนี้สินรวม (Market Value of Equity/Total Liabilities) เป็นอัตราส่วนที่นำมูลค่าแหล่งเงินทุนภายในจากมุมมองนักลงทุนเทียบกับมูลค่าแหล่งเงินทุนภายนอกที่บ่งบอกถึงสัดส่วนของเงินทุนบริษัท ซึ่งแหล่งเงินทุนภายในสะท้อนจากมูลค่าหุ้นสามัญและหุ้นบุริมสิทธิตามราคาที่สามารถซื้อขายได้จริงในขณะนั้น ส่วนหนี้สินระยะสั้นและหนี้สินระยะยาวแสดงถึงแหล่งเงินทุนภายนอก หากอัตราส่วนนี้มีค่าต่ำแสดงว่าภาวะถดถอยของมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทจากมุมมองของนักลงทุนในตลาดที่ถูกกดค่าลง ซึ่งจะสะท้อนความเป็นไปได้ในการเผชิญภาวะล้มเหลวทางการเงินของกิจการในอนาคต

$$MKC/TL = \frac{\text{ส่วนเจ้าของประเมินตามราคาตลาด}}{\text{หนี้สินร่วมประเมินตามมูลค่าบัญชี}}$$

เกณฑ์ในการแปลผลสามารถทำได้โดยนำค่าคะแนน EM-Score ที่คำนวณได้มาเปรียบเทียบและให้ความหมายดังนี้

คะแนนต่ำกว่า 1.1	หมายถึง	กิจการนั้นมีโอกาสล้มละลายภายในปีหรือสองปีข้างหน้า (Distress Zone)
คะแนนอยู่ในช่วง 1.1 – 2.6	หมายถึง	เป็นบริษัทที่ต้องจับตาอย่างใกล้ชิดเนื่องจากยังไม่สามารถระบุภาวะล้มละลายได้ชัด (Gray Zone)
คะแนนสูงกว่า 2.6	หมายถึง	เป็นบริษัทที่เชื่อได้ว่ามีสุขภาพทางการเงินแข็งแรง และจะไม่เกิดภาวะล้มละลายภายในปีหรือสองปีข้างหน้า (Safe Zone)

วิเคราะห์ประสิทธิภาพตัวแบบ EM-Score Model โดยใช้การจำแนกด้วยวิธีนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยแบ่งตามความสัมพันธ์ระหว่างสถานะของบริษัทที่พิจารณาเกี่ยวกับภาวะล้มละลายและไม่ล้มละลายของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตและอุตสาหกรรมบริการ โดยใช้ตัวแบบ EM-Score Model มีเส้นแบ่งคะแนน EM-Score คือ EM-Score = 1.85 ซึ่งเป็นจุดกึ่งกลางของชั้น Gray Zone หากบริษัทใดมีคะแนนต่ำกว่า 1.85 จะทำนายว่าบริษัทนั้นจะมีโอกาสล้มละลาย และหากบริษัทใดมีคะแนนเท่ากับหรือสูงกว่า 1.85 จะทำนายว่าไม่ประสบความล้มเหลวทางการเงินหรือไม่มีโอกาสในการล้มละลาย (เอกสิทธิ์, 2554)

ดังนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยในอดีตที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แบบจำลอง EM-Score Model เพื่อวิเคราะห์การเปรียบเทียบโอกาสในการล้มละลายของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อ Covid-19 ระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมบริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 646 บริษัท โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบเฉพาะเจาะจง (Specified Sampling) คือ บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต และบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ โดยบริษัทที่ถูกเลือกจะต้องเป็นบริษัทที่มีงบการเงิน และข้อมูลสมบูรณ์ ครบถ้วน ในการคำนวณหาค่าตัวแปร จะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 492 บริษัท โดยแบ่งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมผลิต 350 บริษัท และกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ 142 บริษัท โดยเก็บข้อมูลงบการเงินจำนวน 1 ปี ในปี พ.ศ. 2563 ในช่วงผลกระทบในการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ซึ่งได้จากการรวบรวมข้อมูลที่เปิดเผยในระบบฐานข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) www.sec.or.th โดยนำข้อมูลงบการเงินของบริษัทมาคำนวณหาอัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratios) ทั้ง 4 ดัชนีอันเป็นองค์ประกอบของสูตรการคำนวณค่า EM-Score ของแต่ละบริษัท ซึ่งวิธีการคำนวณดังกล่าวเป็นไปตามแบบแนวคิด Altman's EM-Score Model ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น

จากนั้นนำค่า EM-Score ที่คำนวณได้ของแต่ละบริษัทมาวิเคราะห์ถึงโอกาสในการล้มละลายของบริษัทระหว่าง 2 กลุ่มอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังได้นำค่าเฉลี่ยของแต่ละดัชนีขององค์ประกอบ EM-Score ทั้ง 4 ดัชนีมาเปรียบเทียบพิจารณาโอกาสในการล้มละลายของบริษัท ระหว่าง 2 กลุ่มอุตสาหกรรมเป็นรายดัชนีด้วยโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าสูงสุด (Maximum Value) ค่าต่ำสุด

(Minimum Value) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ผลรวมของข้อมูล (Sum หรือ AutoSum) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์โอกาสในการล้มละลายบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยใช้แบบจำลอง EM-Score Model แสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ค่า EM-Score

อุตสาหกรรม	จำนวนบริษัท	EM-Score	โอกาสในการล้มละลาย (Distress Zone)			ไม่มีโอกาสในการล้มละลาย (Safe and Gray Zone)		
			<1.85	จำนวนบริษัท	%	>1.85	จำนวนบริษัท	%
อุตสาหกรรมการผลิต	350	9.5431	-0.0434	14	2.85	9.9425	336	68.29
อุตสาหกรรมบริการ	142	8.4795	-4.8849	8	1.63	9.2773	134	27.24
ภาพรวม	492	9.2361		22	4.48		470	95.52

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมบริษัททั้ง 2 อุตสาหกรรม มีค่าเฉลี่ย EM-Score = 9.2361 โดยที่บริษัทในอุตสาหกรรมการผลิตมีค่าเฉลี่ย EM-Score = 9.5431 และบริษัทในอุตสาหกรรมบริการมีค่าเฉลี่ย EM-Score = 8.4795 แสดงว่าทั้งในภาพรวมและรายอุตสาหกรรมบริษัทไม่มีโอกาสในการล้มละลาย แต่เมื่อพิจารณารายบริษัทตามเกณฑ์การแปลผลจากค่า EM-Score นั้น พบว่าจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีจำนวน 22 บริษัทที่มีโอกาสล้มละลาย (4.48 %) โดยมาจากบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต 14 บริษัท (2.85 %) และจากบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ 8 บริษัท (1.63 %) และมีจำนวน 470 บริษัทจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดไม่มีโอกาสล้มละลาย (95.52 %) โดยมาจากบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต 336 บริษัท (68.29 %) และจากบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ 134 บริษัท (27.24 %) แสดงว่าผลกระทบทางการเงินจากสถานการณ์โควิด 19 เมื่อมีการแปลผลค่า EM-Score ในรายบริษัทพบว่ามีโอกาสล้มละลายเพียง 4.47 % เท่านั้น และในจำนวนนี้มาจากบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตมากกว่าอุตสาหกรรมบริการ

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบโอกาสในการล้มละลายและไม่มีโอกาสในการล้มละลายรายอุตสาหกรรม

การเปรียบเทียบโอกาสในการล้มละลายและ ไม่มีโอกาสในการล้มละลาย	ประเภทอุตสาหกรรม	
	อุตสาหกรรมการผลิต	อุตสาหกรรมบริการ
จำนวนบริษัทที่มีโอกาสในการล้มละลาย	14	8
จำนวนบริษัทที่ไม่มีโอกาสในการล้มละลาย	336	134
จำนวนบริษัททั้งสิ้น	350	142
สัดส่วนบริษัทที่มีโอกาสในการล้มละลาย	4 %	5.63 %
สัดส่วนบริษัทที่ไม่มีโอกาสในการล้มละลาย	96 %	94.37 %
รวมสัดส่วนทั้งสิ้น	100 %	100 %

จากตารางที่ 2 จากการเปรียบเทียบโอกาสในการล้มละลายในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตและกลุ่มอุตสาหกรรมบริการพบว่า บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตที่มีโอกาสการล้มละลายจำนวน 14 บริษัทจากทั้งหมด 350 บริษัท (4 %) ในขณะที่บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่มีโอกาสในการล้มละลายจำนวน 8 บริษัทจากทั้งหมด 142 บริษัท (5.63 %) ดังนั้น สรุปได้ว่า เมื่อพิจารณาเฉพาะในรายกลุ่มอุตสาหกรรมเป็นการเฉพาะแล้วบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการมีโอกาสล้มละลายมากกว่าบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต 1.63 %

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบดัชนีองค์ประกอบของตัวแบบรายอุตสาหกรรม

ดัชนี	ประเภทอุตสาหกรรม	
	การผลิต	การบริการ
อัตราทุนหมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวม (WKC/TA)	-0.26	-0.65
อัตราส่วนกำไรสะสมต่อสินทรัพย์รวม (RET/TA)	-0.52	-0.92
อัตราส่วนกำไรสุทธิก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีต่อสินทรัพย์รวม (EBI/TA)	-0.04	-0.16
อัตราส่วนมูลค่าหุ้นตามราคาตลาดต่อหนี้สินรวม (MKC/TL)	0.41	0.24

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบดัชนีองค์ประกอบของ EM-Score พบว่า 3 อัตราส่วน ได้แก่ WKC/TA RET/TA EBI/TA นั้น ทั้งสองอุตสาหกรรมมีค่าติดลบ แสดงให้เห็นว่าเงินทุนหมุนเวียน กำไรสะสม และกำไรสุทธิก่อนดอกเบี้ยและภาษีของบริษัททั้งในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 ในปี พ.ศ. 2563 ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ให้เกิดรายได้หรือความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในกลุ่มนี้ นั่นคือ มีผลประกอบการเป็นขาดทุนสุทธิ ซึ่งส่งผลให้บริษัทขาดสภาพคล่องและทำให้ไม่สามารถชำระหนี้ให้แก่หนี้ระยะสั้นได้ และก่อให้เกิดผลขาดทุนสะสมแก่ทั้งสองอุตสาหกรรม โดยที่ผลกระทบของสถานการณ์นี้ก่อให้เกิดปัญหากับบริษัททั้งในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการและบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต จึงทำให้ WKC/TA RET/TA EBI/TA ที่เป็นองค์ประกอบของค่า EM-Score มีค่าติดลบ ยิ่งค่าติดลบมากก็หมายถึง อัตราส่วนนั้นยังมีค่าน้อย ดังนั้นบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการแสดงผลของทั้งสามอัตราส่วนเท่ากับ -0.65 -0.92 และ -0.16 ตามลำดับ จึงแสดงว่ามีค่าน้อยกว่าบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตที่ได้เท่ากับ -0.26 -0.52 และ -0.04 ตามลำดับ และนอกจากนี้จากผลวิเคราะห์พบว่า MKC/TL ในปี พ.ศ. 2563 มูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัททั้งสองกลุ่มอุตสาหกรรมในมุมมองของนักลงทุนในตลาดมีมูลค่าน้อยมากเมื่อเทียบกับหนี้สินของบริษัท โดยเฉพาะบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่มีมูลค่าตลาดของหุ้นเพียง 0.24 เท่าของหนี้สิน ซึ่งน้อยกว่ามูลค่าตลาดของหุ้นต่อหนี้สินของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตที่มี 0.41 เท่า

ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 จะเห็นได้ว่าถึงแม้ผลกระทบทั่วโซ่อุปทานที่เกิดจากการลดการส่งออกสินค้าปัจจัยการผลิตจากประเทศจีนจะส่งผลต่อภาคการผลิตของประเทศไทย รวมถึงมาตรการของรัฐบาลเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสต่าง ๆ ในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นการห้ามออกนอกเคตสถานในบางพื้นที่และบางเวลา การปิดสถานบริการและสถานศึกษา การให้ประชาชนทำงานอยู่บ้าน การยกเลิกวันหยุด และการล็อกดาวน์ประเทศเพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามา จะส่งผลกระทบต่อภาระลดของรายได้ของบริษัททั้งสองกลุ่มอุตสาหกรรม แต่บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตสามารถปรับตัวได้เร็วกว่ากลุ่มอุตสาหกรรมบริการโดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีมาใช้สร้างช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ลูกค้าสามารถทำการสั่งซื้อสินค้าได้ และการใช้ระบบการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้าได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมการผลิตมีเงินทุนหมุนเวียนและความสามารถในการชำระหนี้ดีกว่าบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ และนำไปสู่ความเชื่อมั่นของนักลงทุนในบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตมากกว่าอุตสาหกรรมบริการในสถานการณ์ Covid-19 นอกจากนี้เมื่อพิจารณาจากตัวแบบจำลองจะเห็นได้ว่า อัตราส่วน

ทุนหมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวม และอัตราส่วนกำไรสุทธิก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีต่อสินทรัพย์รวมมีอิทธิพลต่อค่า EM-Score อย่างมาก ซึ่งการมีสภาพคล่องต่ำมีความเชื่อมโยงกับการขาดความสามารถในการชำระหนี้และในที่สุดนำไปสู่โอกาสในการล้มละลายได้มากสอดคล้องกับงานของ Famiglietti, M. and Leibovici, F. (Famiglietti, M. and Leibovici, F., 2020) ที่พบว่าปัญหานี้นำไปสู่การล้มละลายได้ในประเทศสหรัฐอเมริกา ดังนั้นบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการมีอัตราส่วนทุนหมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวม และอัตราส่วนกำไรสุทธิก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีต่อสินทรัพย์รวมแสดงค่าน้อยกว่าจึงมีโอกาสในการล้มละลายมากกว่าบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตนั่นเอง

สรุปผล

การศึกษาในครั้งนี้ได้ศึกษาโอกาสการล้มละลายของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ผ่านแบบจำลองการล้มละลายของ Altman's EM-Score Model โดยเป็นการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตและกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ พบว่าถึงแม้ในภาพรวมค่า EM-Score จะไม่แสดงถึงโอกาสในการล้มละลายของบริษัททั้งสองกลุ่ม แต่ในส่วนของอัตราส่วนทางการเงินที่เป็นองค์ประกอบของตัวแบบนั้นได้สะท้อนถึงปัญหาที่บริษัทในแต่ละกลุ่มได้รับผลกระทบจากสถานการณ์นี้ จากตัวเลขของอัตราส่วนทุนหมุนเวียนต่อสินทรัพย์รวม อัตราส่วนกำไรสะสมต่อสินทรัพย์รวม และอัตราส่วนกำไรสุทธิก่อนหักดอกเบี้ยและภาษีต่อสินทรัพย์รวม ของทั้งสองกลุ่มมีค่าติดลบ ซึ่งบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการมีค่าติดลบมากกว่าบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต และส่งผลถึงมุมมองจากบุคคลภายนอกต่อมูลค่าทางการตลาดของหุ้นต่อหนี้สินรวมของอุตสาหกรรมบริการของไทยที่มีน้อยกว่าอุตสาหกรรมการผลิตด้วย จึงเป็นโอกาสที่ผู้บริหารของบริษัทในกลุ่มดังกล่าวจะได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อหาวิธีการแก้ไขในประเด็นปัญหาดังกล่าว โดยเฉพาะบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์นี้มากกว่านั้นอาจจะต้องได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล โดยการออกมาตรการเพื่อช่วยเหลือบริษัทในกลุ่มนี้ให้มีรายได้มากขึ้น รวมถึงนโยบายสินเชื่อให้แก่บริษัทที่ขาดสภาพคล่องและมีโครงสร้างเงินทุนที่มีหนี้สินมากเพื่อให้บริษัทสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนและเป็นการลดปัญหาการล้มละลายของบริษัทดังกล่าวด้วย

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบคุณ ดร.อุษณา แจ่มคล้าย อาจารย์ประจำวิชาสาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา ที่ได้ให้การสนับสนุน คำปรึกษาและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ความรู้ความเข้าใจในการวิจัยผ่านการสอนวิชาวิจัยทางบัญชีแก่นักศึกษาผู้ร่วมวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

References

- กระทรวงสาธารณสุข กรมควบคุมโรค. (2563). โรคและภัยสุขภาพในภาวะวิกฤต (**Crisis Risk Communication**). คู่มือการสื่อสารความเสี่ยงสำหรับเจ้าหน้าที่, บริษัท ทีเอส อินเทอร์เน็ต จำกัด
กรุงเทพธุรกิจ. (2564). โควิดกระทบส่งออกไทย. เข้าถึงเมื่อ (24 กันยายน 2564). เข้าถึงได้จาก (<https://www.bangkokbiznews.com/business/961984>)
ขวัญดาว แดงอ่อน. (2556). การพยากรณ์ความล้มเหลวทางการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

- ชยาภรณ์ มงคลเสวีชัย. (2560). การวิเคราะห์ความล้มเหลวทางการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์. ปีที่ 6, ฉบับที่ 2, หน้า 55-67
- ชลิตา รอดแป้น และสุพรรณิ บัวสุข. (2564). ผลกระทบจากการระบาดของ Covid-19 ต่อความล้มเหลวทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ใน โครงการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. 2564. วันที่ 1 เมษายน 2564 ณ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). ผลกระทบวิกฤต COVID-19 กับเศรษฐกิจโลก: **This Time is Different**. เข้าถึงเมื่อ (29 สิงหาคม 2564). เข้าถึงได้จาก (<https://zmall.link/cvgz>)
- ศรัณย์พร รักษาพงษ์. (2562). การกำกับดูแลกิจการ อัตราส่วนทางการเงิน และความล้มเหลวทางธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- เอกสิทธิ์ เข้มงวด. (2554). การศึกษาความแม่นยำ และพัฒนาตัวแบบ **Altman's EM-Score Model** สำหรับการพยากรณ์ความล้มเหลวทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต คณะบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- Altman, E. I. (1968). Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy. **The Journal of Finance**. Vol. 23, No. 4, pp. 589-609. DOI: 10.2307/2978933
- Altman, E. I. (2005). An Emerging Market Credit Scoring System for Corporate Bonds. **Emerging Markets Review**. Vol. 6, Issue 4, pp. 311-323. DOI: 10.1016/j.ememar.2005.09.007
- Altman, E. I., Hartzell, J., and Peck, M. (1995). **A Scoring System for Emerging Market Corporate Bonds**. Salomon Brothers High Yield Research. June.
- Altman, E. I., Iwanicz-Drozdowska, Malgorzata, Litinen, Erkki K., and Suvas, A. (2014). **Distressed Firm and Bankruptcy Prediction in an International Context: A Review and Empirical Analysis of Altman's Z-Score Model**. DOI: 10.2139/ssrn.2536340
- Amankwah-Amoah, J., Khan, Z., and Wood, G. (2020). COVID-19 and Business Failures: The Paradoxes of Experience, Scale, and Scope for Theory and Practice. **European Management Journal**. Vol. 39, Issue 2, pp. 179-184. DOI: 10.1016/j.emj.2020.09.002
- Famiglietti, M. and Leibovici, F. (2020). **COVID-19's Shock on Firms' Liquidity and Bankruptcy: Evidence from the Great Recession**. (Economic Synopses No.7). ECONOMIC RESEARCH, FEDERAL RESERVE BANK of ST. LOUIS. Access (31 May 2020). Available (<https://research.stlouisfed.org/publications/economic-synopses/2020/03/20/covid-19s-shock-on-firms-liquidity-and-bankruptcy-evidence-from-the-great-recession>)
- Ghosh, U., Adhikari, C. S., and Neogi, A. (2017). Study of Risk Evaluation in Asset Management Companies through EM Z-Score Model. **Journal of Advance Management Research**. Vol. 5, Issue 5, pp. 225-241
- Hamid, T., Akter, F., and Rab, N. B. (2016). Prediction of Financial Distress of Non-Bank Financial Institutions of Bangladesh using Altman's Z Score Model. **International Journal of Business and Management**. Vol. 11, No. 12, pp. 261-270. DOI: 10.5539/ijbm.v11n12p261

- Matejić, T., Knežević, S., Arsić, V. B., Obradović, T., Milojević, S., Adamović, M., Mitrović, A., Milašinović, M., Simonović, D., and Milošević, G. (2020). Assessing the Impact of the COVID-19 Crisis on Hotel Industry Bankruptcy Risk through Novel Forecasting Models. **Sustainability**. Vol. 14, Issue 8, p. 4680. DOI: 10.3390/su14084680
- Meeampol, S., Lerskullawat, P., Wongsorntham, A., Srinammuang, P., Rodpetch, V., and Noonoi, R. (2014). Applying Emerging Market Z-Score Model to Predict Bankruptcy: A Case Study of Listed Companies in The Stock Exchange of Thailand (SET). In **Human Capital without Borders: Knowledge and Learning for Quality of Life Proceedings of the Management, Knowledge and Learning in International Conference 2014**. 25-27 June 2014, Portoroz, Slovenia.
- Paolone, F. and Rangone, A. (2015). The Application of the Emerging Market Score Model in China During the Global Crisis Period: A Countertrend. **Chinese Business Review**. Vol. 14, No. 10, pp. 484-498. DOI: 10.17265/1537-1506/2015.10.003
- Skvortsova, T. A., Pasikova, T. A., Vereshchagina, L. N., Pozdnishov, A. N., and Sukhovenko, A. V. (2020). The Problem of Bankruptcy of Business Entities as a Consequence of the COVID-19 Pandemic. **International Journal of Economics and Business Administration**. Vol. VIII, Issue 4, pp. 828-837. DOI: 10.35808/ijeba/632
- Swalih, M., Adarsh, K., and Sulphay, M. (2021). A study on the Financial Soundness of Indian Automobile Industries Using Altman Z-Score. **Accounting**. Vol. 7, Issue 2, pp. 295-298. DOI: 10.5267/j.ac.2020.12.001
- United Nations. (2020). **Coronavirus COVID-19 Wipes \$50 Billion Off Global Exports in February Alone, as IMF Pledges Support for Vulnerable Nations**. UN News Global Perspective Human Stories. Access (31 May 2020). Available (<https://news.un.org/en/story/2020/03/1058601>)
- UNTAD. (2020). **Global Trade Impact of the Coronavirus (COVID-19) epidemic**. In United Nations Conference on Trade and Development. 4 March 2020
- Venkadasalam, S. (2016). Financial Distress Situation of Listed Malaysian Shipping Companies from 2008 to 2014: Using Altman's Z-EM Score. **International Research Journal of Applied Finance**. Vol. VII, Issue 5, DOI: 10.0705/article-4
- Wieprow, J. and Agnieszka, G. (2021). The Use of Discriminant Analysis to Assess the Risk of Bankruptcy of Enterprises in Crisis Conditions Using the Example of the Tourism Sector in Poland. **Risks**. Vol. 9, Issue 4, p. 78. DOI: 10.3390/risks9040078

การประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ของงานทำเทียนด้วยมือ
ในกลุ่มช่างทำเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี

Ergonomic Risk Assessment of Candle Making by Hand Among Candlemakers, Ubon Ratchathani Province

จารุพร ดวงศรี^{1*} ญาณิฐา แพงประโคน¹ ชัยกฤต ยกพลชนชัย¹ คมสันต์ ธงชัย¹ และรัชณี จุ่มจี¹
Jaruporn Duangsri^{1*} Yanitha Paengprakhon¹ Chaiyakrit Yokphonchanachai¹
Comson Thongchai¹ and Ratchanee Joomjee¹

Received: April 8, 2022; Revised: June 27, 2022; Accepted: June 27, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ของงานทำเทียนด้วยมือในกลุ่มช่างทำเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้เทคนิคประเมินดัชนีความเสี่ยงของมือ Strain Index (SI) กลุ่มประชากร คือ ช่างทำเทียนพรรษาทั้งหมดจำนวน 41 คน เก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์แบบประเมินดัชนีความเสี่ยงของมือ Strain Index (SI) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ สำหรับข้อมูลส่วนบุคคล และค่าดัชนีความเสี่ยงของมือในการประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ช่างทำเทียนพรรษาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 80.49 อายุงานส่วนใหญ่ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.27 อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 31 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.95 และพบว่าส่วนใหญ่ถนัดมือขวาทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 ผลการประเมินอาการเจ็บปวดด้วยแบบสัมภาษณ์ความผิดปกติของระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ 7 วันที่ผ่านมาพบว่า อวัยวะของร่างกายที่มีอาการปวดกระดูกและกล้ามเนื้อมากที่สุดของช่างทำเทียนพรรษา คือ ข้อมือ/มือ โดยมีระดับอาการปวดที่ระดับ 9 คิดเป็นร้อยละ 100 ผลการประเมินดัชนีความเสี่ยงของมือด้วย Strain Index (SI) พบว่า งานทำเทียนพรรษาด้วยมือทั้งสองข้าง มีค่าคะแนนความเสี่ยง SI มากกว่า 7 หมายถึง งานทำเทียนด้วยมือเป็นการทำงานไม่ปลอดภัยอาจเกิดอันตราย มีความเสี่ยงทางการยศาสตร์บริเวณมือและข้อมือมาก ควรมีการอบรมเรื่องการทำงานอย่างปลอดภัยและใช้เครื่องมือช่วยในการทำงานเพื่อลดการออกแรงที่มือ

คำสำคัญ : ความเสี่ยงทางการยศาสตร์; ดัชนีความเสี่ยง; การประเมินอาการเจ็บปวด; ความผิดปกติของระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ

¹ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี อุบลราชธานี

¹ Faculty of Public Health, Ubon Ratchathani Rajabhat University, Ubon Ratchathani

* Corresponding Author, Tel. 09 5723 8374, E - mail: jaruporn.d@ubru.ac.th

Abstract

This survey research aimed to assess the ergonomic risks of candle making by hand among candlemakers in Ubon Ratchathani Province using Strain Index (SI). The populations were 41 candlemakers who candle making by hand. Data were collected by the ergonomic risk assessment Strain Index (SI). The data, including personal information and Strain Index (SI) in ergonomic risk assessment were analyzed by descriptive statistics, namely number and percentage. The results were found the samples were male candlemakers (80.49 %). Most of the work experience is 20 years. (29.27 %). Most of them aged 31 - 35 years old (21.95 %). Also, all of them were right-handed people (100 %). The result of pain assessment by interview form for musculoskeletal disorders (Standardized Nordic Questionnaire) 7 days ago revealed that the part of the body that is most affected by musculoskeletal pain among candlemakers is the wrists/hands (9 pain level or 100 %). The result of hand risk index assessment revealed that the SI risk score of making candles with both hands was greater than 7. It means that candle making is an unsafe task that can be dangerous. Moreover, there are a lot of ergonomic risks in the hands and wrists. Should be trained on safe working and the use of working aids to reduce hand effort.

Keywords: Ergonomic Risks; Strain Index; Pain Assessment; Musculoskeletal Disorders

บทนำ

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่มีการสืบทอดประเพณีแห่เทียนตามแนวทางพระพุทธศาสนาอย่างยาวนาน ถือเป็นงานบุญใหญ่ของจังหวัดอุบลราชธานีที่จัดขึ้นในทุก ๆ ปี ซึ่งตรงกับวันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษา หรือจะจัดขึ้นในช่วงเดือนกรกฎาคมของทุกปี โดยจะมีการจัดประกวดต้นเทียนพรรษาด้วยฝีมือชาวบ้านที่เป็นช่างทำเทียน (นภาพร และสิบลักษณ์, 2559) และเปิดโอกาสให้ประชาชนผู้มีความคิดสร้างสรรค์หรือประชาชนที่ต้องการร่วมสร้างต้นเทียนได้มีโอกาสมาช่วยทำเทียนในช่วงเวลาว่างเพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชน (พระคัมภีร์ และธีรชัย, 2562) โดยรูปแบบต้นเทียนพรรษาของจังหวัดอุบลราชธานีมี 3 ประเภท คือ แบบแกะสลักแบบปะพิมพ์ และแบบโบราณที่นำเอาต้นเทียนมามัดรวมกัน ซึ่งทำเทียนพรรษานาคกลางและขนาดใหญ่ แบบแกะสลักมีจำนวน 4 ชุมชน แบบปะพิมพ์จำนวน 4 ชุมชน และแบบโบราณจำนวน 2 ชุมชน (ญาณิฐา และคณะ, 2564)

การทำเทียนพรรษามีขั้นตอนการทำงานที่สำคัญ ประกอบด้วย การออกแบบลาย การรื้อโครงเดิมออกเพื่อประกอบโครงใหม่ การขึ้นโครงและเตรียมแกนลำต้น การเตรียมเทียนหรือหล่อเทียน การเขียนลายแกะสลักลวดลายบนเทียน และการทำหุ่นหรือองค์ประกอบเรื่องราวที่จะทำเสนอบนรถต้นเทียน ซึ่งการทำงานดังกล่าวเป็นการทำงานซ้ำ ๆ ในท่าทางการทำงานเดิมเป็นเวลานาน มีความร้อนจากการหล่อเทียนและสภาพอากาศ อีกทั้งยังมีปัญหาแสงสว่างเนื่องจากการทำงานในช่วงเวลากลางคืน สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งคุกคามทางสภาพแวดล้อมในการทำงานซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพในอนาคต ช่างทำเทียนพรรษาเป็นกลุ่มงานแรงงานฝีมือซึ่งมีงานการแกะสลักเทียนตลอดทั้งปีทั่วประเทศไทย สำหรับในจังหวัดอุบลราชธานี ช่างทำเทียนจะเริ่มเข้ามาสร้างเทียนตั้งแต่ช่วงเดือนมกราคม - กรกฎาคม ซึ่งช่างทำเทียนพรรษาไม่ได้สังกัดทำงานในหน่วยงานใด ไม่มีนายจ้างจึงไม่ได้รับสิทธิประโยชน์ในการคุ้มครองด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน ช่างทำเทียนพรรษา

จึงจัดอยู่ในกลุ่มแรงงานนอกระบบ ถึงแม้จะมีคู่มือปฏิบัติงานด้านแรงงานนอกระบบหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง แต่ช่างทำเทียนพรรษาที่ไม่เข้าระบบประกันสังคมก็จะได้ไม่ได้รับสิทธิประโยชน์การคุ้มครองด้านสุขภาพและความปลอดภัยในการทำงาน (พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541, 2541; พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562, 2562) หากเป็นเช่นนั้นช่างทำเทียนพรรษาจึงได้สิทธิประโยชน์หลักประกันสุขภาพขั้นพื้นฐานเท่านั้น (ข้อบังคับคณะกรรมการหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ว่าด้วยหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขการลงทะเบียนเลือกหน่วยบริการ พ.ศ. 2555, 2555) จากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นในการขี้งอันตรายวิเคราะห์งานเพื่อความปลอดภัยในการทำเทียนพรรษาของกลุ่มช่างทำเทียนพรรษาทั้ง 3 ประเภท พบลักษณะอันตรายด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน พฤติกรรมและสภาพการณ์ที่ไม่ปลอดภัย ซึ่งพบว่าความเสี่ยงทางกายศาสตร์เป็นหนึ่งปัจจัยที่สำคัญของกลุ่มช่างทำเทียนพรรษา ในกลุ่มช่างทำเทียนพรรษาพบอาการปวดเมื่อยมือจากการแกะสลักเป็นเวลานานคิดเป็นร้อยละ 90 จากจำนวนช่างทั้งหมด 41 คน เนื่องจากงานประณีตและเร่งให้เสร็จทันกำหนดช่างทำเทียนพรรษาจะใช้เวลาอย่างน้อย 8 - 12 ชั่วโมงต่อวันในการแกะสลักเทียน แป๊ะพิมพ์ และขึ้นรูปเทียน (ญาณิฐา และคณะ, 2564) จากการทำงานในท่าทางการทำงานซ้ำ ๆ เป็นสาเหตุความเสี่ยงที่ก่อให้เกิดโรคกระดูกและกล้ามเนื้อ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพแก่ช่างทำเทียนพรรษาในอนาคต (จารุพร และคณะ, 2559)

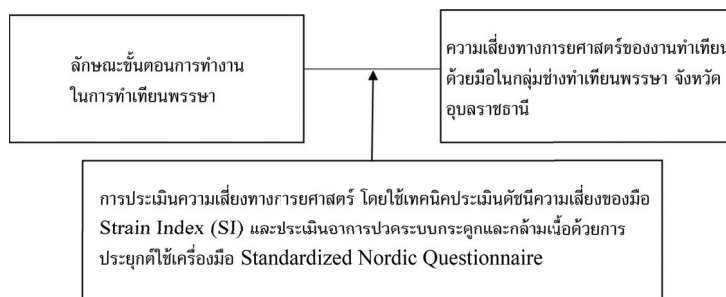
จากความสำคัญดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ช่างทำเทียนพรรษาเป็นกลุ่มแรงงานนอกระบบที่มีความเสี่ยงด้านสุขภาพและความปลอดภัย หนึ่งในความเสี่ยงที่สำคัญและไม่ควรละเลยคือ ความเสี่ยงทางกายศาสตร์ ซึ่งจากข้อมูลเบื้องต้นพบว่าช่างทำเทียนมีอาการปวดเมื่อยบริเวณมือ ดังนั้นจากความสำคัญดังกล่าวจึงควรมีการประเมินความเสี่ยงทางกายศาสตร์ของงานทำเทียนด้วยมือ ในกลุ่มช่างทำเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้เทคนิคประเมินดัชนีความเสี่ยงของมือ Strain Index (SI) (Moore, J. S. and Garg, A., 1995) เหมาะสำหรับการประเมินความเสี่ยงที่มีมือเพื่อคาดการณ์ความผิดปกติของระบบกระดูกและกล้ามเนื้อบริเวณมือ เช่น Carpal Tunnel Syndrome (Kapellusch, J. M. et al., 2018) และประเมินอาการปวดระบบกระดูกและกล้ามเนื้อด้วยเครื่องมือ Standardized Nordic Questionnaire (Kuorinka, I. et al., 1987) เป็นเครื่องมือเหมาะสมสำหรับการประเมินความผิดปกติของระบบกระดูกและกล้ามเนื้ออวัยวะต่าง ๆ ในร่างกาย (Paulsen, R. et al., 2016) เพื่อให้ทราบระดับความเสี่ยงและเสนอแนะแนวทางในการป้องกันแก้ไขต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อประเมินความเสี่ยงทางกายศาสตร์ของงานทำเทียนด้วยมือ ในกลุ่มช่างทำเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้เทคนิคประเมินดัชนีความเสี่ยงของมือ Strain Index (SI) (Moore, J. S. and Garg, A., 1995) และประเมินอาการปวดระบบกระดูกและกล้ามเนื้อด้วยเครื่องมือ Standardized Nordic Questionnaire (Kuorinka, I. et al., 1987)

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลการทำเทียนพรรษาในช่วงเดือนมกราคม - กรกฎาคม ซึ่งจะเป็นช่วงที่ช่างทำเทียนพรรษาจะเริ่มการสร้างเทียนพรรษาในจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อประกวดในเดือนกรกฎาคมของทุกปี ปัญหาที่พบคือ อาการปวดที่บริเวณมือ/นิ้วมือ ซึ่งมักเกิดขึ้นหลังจากการทำงานเพื่อสร้างเทียนพรรษา ดังนั้นเพื่อประเมินความเสี่ยงทางกายศาสตร์ของงานทำเทียนด้วยมือ ในกลุ่มช่างทำเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ให้ได้ข้อมูลความเสี่ยงที่มีมือเชิงลึก จึงใช้เทคนิคประเมินดัชนีความเสี่ยงของมือ Strain Index (SI) เพื่อหาระดับความเสี่ยง และประเมินอาการปวดระบบกระดูกและกล้ามเนื้อด้วยการประยุกต์ใช้เครื่องมือ Standardized Nordic Questionnaire (Kuorinka, I. et al., 1987) โดยวัดอาการปวดแบบ The Numeric Rating Scale (Mannion, A. F. et al., 2007) และนำข้อมูลที่ได้เสนอแนะแนวทางในการป้องกันแก้ไขต่อไป (รูปที่ 1)



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อประเมินความเสี่ยงทางกายศาสตร์ของงาน แกะสลักเทียน ในกลุ่มช่างทำเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี

ประชากรในการศึกษา คือ ช่างทำเทียนพรรษาในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 41 คน ได้จากการคัดเลือก แบบเฉพาะเจาะจง มีคุณสมบัติตามเกณฑ์การคัดเลือกดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีสมัครใจเข้าร่วมการศึกษาวิจัย
2. ไม่เป็นโรคเกี่ยวกับระบบกระดูกและกล้ามเนื้อจากการวินิจฉัยโดยแพทย์
3. มีประสบการณ์ทำงานเทียนพรรษาไม่น้อยกว่า 4 ปี
4. มีอาชีพหลักเป็นช่างทำเทียนพรรษา และทำงานที่เกี่ยวข้องกับงานฝีมือตลอดทั้งปี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินความเสี่ยงทางกายศาสตร์ของงานทำเทียนด้วยมือ ในกลุ่มช่างทำเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี ประกอบด้วย

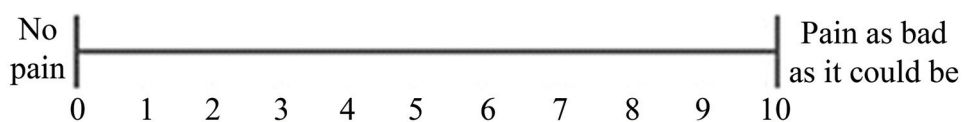
1. แบบประเมินดัชนีความเสี่ยงของมือ **Strain Index (SI)** ซึ่งเป็นการประเมินตัวแปรที่สำคัญ 6 รายการ ประกอบด้วย ความหนักเบาของการออกแรง (Intensity of Exertion, IE) ระยะเวลาของการออกแรง ต่อรอบ (Duration of Exertion, DE) (เปอร์เซ็นต์) ความพยายามในการออกแรงต่อนาที (Effort Per Minute, EM) ท่าของมือและข้อมือ (Hand/Wrist Posture, HWP) ความเร็วของการทำงาน (Speed of Work, SW) และระยะเวลาของการทำงานต่อวัน (Duration of Task Per Day, DD) (ชั่วโมง) (Moore, J. S. and Garg, A., 1995) Strain Index (SI) เหมาะสมกับการประเมินความเสี่ยงจากการสัมผัสทางชีวกลศาสตร์ ในที่ทำงาน (Valentin, D. P. et al., 2018) และการประเมินดัชนีความเสี่ยงของมือ Strain Index (SI) เป็นวิธีการ ประเมินที่น่าเชื่อถือสำหรับผู้ปฏิบัติงานและนักวิจัย (Paulsen, R. et al., 2015)

การแปลผลโดยการนำค่าคะแนนที่ได้จากทุกตัวแปร มาคูณกันเพื่อให้ได้ค่าคะแนนมาประเมินความเสี่ยง ในการทำงานด้วยมือ $SI = IE \times DE \times EM \times HWP \times SW \times DD$ โดยแปลระดับความเสี่ยงเป็น 3 ระดับ คือ คะแนนน้อยกว่า หรือเท่ากับ 3 ($SI \leq 3$) แสดงว่าการทำงานมีความปลอดภัย (Job is Probably Safe) คะแนน ตั้งแต่ 4 ถึง 6 ($4 \leq SI \leq 6$) แสดงว่าการทำงานไม่ปลอดภัย (Job May Place Individual at Increased Risk Distal Upper Extremity Disorders) คะแนนมากกว่า หรือเท่ากับ 7 ($SI \geq 7$) แสดงว่าการทำงาน ไม่ปลอดภัยอาจเกิดอันตราย (Job is Probably Hazardous)

2. การประยุกต์ใช้แบบสัมภาษณ์ความผิดปกติของระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ (Standardized Nordic Questionnaire) เพื่อชี้บ่งตำแหน่งของร่างกายที่เป็นสาเหตุของปัญหาความผิดปกติของระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ

โดยมีแผนที่ภาพของอวัยวะต่าง ๆ บนร่างกาย 9 ตำแหน่ง โดยให้ระบุอาการผิดปกติ ประกอบด้วย คอ บ่า/ ไหล่ หลังส่วนบน หลังส่วนล่าง ข้อศอก มือ/ ข้อมือ สะโพก/ ต้นขา หัวเข่า และเท้า/ ข้อเท้า ซึ่งผู้ตอบจะระบุว่า มีปัญหาระบบกระดูกและกล้ามเนื้อใด ในช่วง 12 เดือน และ 7 วันที่ผ่านมา (Kuorinka, I. et al., 1987) มีการใช้เครื่องมือ Standardized Nordic Questionnaire เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างอาการปวดของอวัยวะทั้ง 9 ส่วนทั่วร่างกายของเกษตรกร (Essien, S. K. et al., 2017) และหากมีการนำเครื่องมือ Standardized Nordic Questionnaire ไปประยุกต์ใช้สามารถช่วยประเมินความผิดปกติระบบกระดูกและกล้ามเนื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (López-Aragón, L. et al., 2017) และการประยุกต์ใช้ The Numeric Rating Scale (NRS) คือการใช้ตัวเลขมาบอกระดับความรุนแรงของอาการปวด โดยใช้ตัวเลขตั้งแต่ 0, 1, 2, ...10 อธิบายให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจว่า 0 หมายถึงไม่มีอาการปวด และ 10 คือปวดมากที่สุด ให้ผู้ปฏิบัติงานบอกถึงตัวเลขที่แสดงถึงความปวดบริเวณนั้น ๆ (Mannion, A. F. et al., 2007) วิธีวัดการเจ็บปวดแบบ The Numeric Rating Scale (NRS) มีความน่าเชื่อถือและถูกต้องสามารถใช้ได้ในกลุ่มเปราะบางทั้งกับเด็กและกลุ่มวัยรุ่นได้ดี (Castarlenas, E. et al., 2017)

การแปลผลตามระดับอาการปวดของอวัยวะแต่ละส่วนบนร่างกายตั้งแต่ 0 ถึง 10 ดังนี้ ระดับ 0 ไม่มีอาการปวด ระดับ 1 - 3 ปวดเล็กน้อย ระดับ 4 - 6 ปวดปานกลาง ระดับ 7 - 10 ปวดมาก (Mannion, A. F. et al., 2007) รูปที่ 2



รูปที่ 2 ระดับอาการปวด The Numeric Rating Scale (Mannion, A. F. et al., 2007)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยขอหนังสือจากคณะสาธารณสุขศาสตร์ เพื่อขอลงพื้นที่ศึกษาขั้นตอนการทำงานเทียนพรรษาในชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ดำเนินการลงพื้นที่เพื่อศึกษาลักษณะขั้นตอนการทำงานทำเทียนพรรษา ข้อมูลทั่วไปและอาการปวดเมื่อยส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย โดยการสัมภาษณ์ช่างทำเทียนทีละคน ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป ระดับอาการปวดตามส่วนต่าง ๆ ของร่างกายในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา และในช่วง 7 วันที่ผ่านมา

2. ผู้วิจัยศึกษาขั้นตอนการทำงานที่มีการใช้มือทำงานเป็นเวลานาน และทำการประเมินความเสี่ยงทางกายศาสตร์โดยใช้เทคนิคประเมินดัชนีความเสี่ยงของมือ Strain Index (SI) โดยวิเคราะห์จากความหนักเบาของการออกแรง ระยะเวลาของการออกแรงต่อรอบ ความพยายามในการออกแรงต่อวันที่ ทำของมือและข้อมือ ความเร็วของการทำงาน และระยะเวลาของการทำงานต่อวัน

3. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ระดับความปวด ประเมินดัชนีความเสี่ยงของมือ และสรุปผลการประเมินความเสี่ยงทางกายศาสตร์

4. ประชุมและลงพื้นที่คืนข้อมูลการวิจัย รวมทั้งผู้วิจัยเสนอแนะแนวทางควบคุมป้องกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) ทางคอมพิวเตอร์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ สำหรับข้อมูลส่วนบุคคล ระดับอาการปวด และค่าดัชนีความเสี่ยงของมือในการประเมินความเสี่ยงทางกายศาสตร์

จริยธรรมการวิจัยและการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เลขที่ใบรับรอง HE632045 จากนั้นนักวิจัยจึงได้เก็บข้อมูลวิจัยด้วยตนเอง ดำเนินการแนะนำทีมวิจัย อธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขั้นตอนการตอบแบบสอบถาม และการสังเกตลักษณะขั้นตอนการทำงานเพื่อประเมินความเสี่ยงทางกายศาสตร์ การดำเนินการวิจัยด้วยการ

ปกป้องสิทธิประโยชน์และรักษาความลับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย และไม่ก่อความเสียหายต่อสิ่งที่วิจัยทั้งสุขภาพกาย จิตใจ และสภาพแวดล้อมการทำงาน ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามจริยธรรมในการวิจัย โดยกลุ่มตัวอย่างสมัครใจ เข้าร่วมการวิจัยและเป็นไปตามเกณฑ์การคัดเข้า โดยกลุ่มตัวอย่างการวิจัยสามารถถอนตัวออกจากการวิจัย ได้ตลอดเวลา โดยไม่เกิดผลเสียหายต่อการปฏิบัติงานของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งหมด 41 คน พบว่า ช่างทำเทียนพรรษาเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 80.49 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 19.51 อายุงานส่วนใหญ่ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.27 รองลงมาอายุงาน 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.83 อายุงาน 8 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.95 อายุงาน 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.20 และอายุงาน 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.76 ตามลำดับ อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 31 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.95 รองลงมาอายุ 41 - 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.51 อายุ 36 - 40 ปี และ 46 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.07 อายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.76 และอายุ 51 - 55 ปี และมากกว่า 55 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.32 ตามลำดับ และพบว่าส่วนใหญ่ถนัดมือขวาทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 1 ร้อยละ ระดับอาการปวด ของระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ ด้วยการประยุกต์ใช้แบบประเมิน Standardized Nordic Questionnaire วัดระดับอาการปวดแบบ The Numeric Rating Scale (NRS) บอกระดับความรุนแรงของอาการปวดในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา

n = 41											
ส่วนของร่างกาย	ระดับอาการที่รบกวนการทำงานในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา										
9 ส่วน	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. คอ	-	-	-	-	-	78.05	19.51	2.44	-	-	-
2. ไหล่	-	-	-	95.12	4.88	-	-	-	-	-	-
3. ข้อศอก	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. ข้อมือ/มือ	-	-	-	-	-	-	-	-	2.44	97.56	-
5. หลังส่วนบน	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. หลังส่วนล่าง	-	-	-	-	-	97.56	2.44	-	-	-	-
7. สะโพก/ต้นขา	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8. เข่า	-	95.12	4.88	-	-	-	-	-	-	-	-
9. ข้อเท้า/เท้า	-	97.56	2.44	-	-	-	-	-	-	-	-

2. ความผิดปกติของระบบกระดูกและกล้ามเนื้อจากผลการประเมินอาการเจ็บปวดด้วยการประยุกต์ใช้แบบสัมภาษณ์ความผิดปกติของระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ (Standardized Nordic Questionnaire) วัดระดับอาการปวดแบบ The Numeric Rating Scale (NRS) บอกระดับความรุนแรงของอาการปวดในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาพบว่า อวัยวะของร่างกายที่มีอาการปวดกระดูกและกล้ามเนื้อมากที่สุดของช่างทำเทียนพรรษาที่จัดอยู่ในระดับอาการปวดมาก คือ อวัยวะข้อมือ/มือ โดยมีระดับอาการปวดที่ระดับ 9 คิดเป็นร้อยละ 97.56 และระดับ 8 คิดเป็นร้อยละ 2.44 ระดับอาการปวดปานกลาง ปวดระดับ 6 คิดเป็นร้อยละ 2.44 และระดับอาการไม่ปวดเลยถึงปวดน้อย คือ อวัยวะไหล่ ข้อศอก หลังส่วนบน สะโพก/ต้นขา เข่า และข้อเท้า/เท้า ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 2 ร้อยละ ระดับอาการปวด ของระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ ด้วยการประยุกต์ใช้แบบประเมิน Standardized Nordic Questionnaire วัดระดับอาการปวดแบบ The Numeric Rating Scale (NRS) บอกระดับความรุนแรงของอาการปวดในรอบ 7 วันที่ผ่านมา

n = 41											
ส่วนของร่างกาย	ระดับอาการที่รบกวนการทำงานในช่วง 7 วันที่ผ่านมา										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9 ส่วน											
1. คอ	-	-	-	19.51	2.44	78.05	-	-	-	-	-
2. ไหล่	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. ข้อศอก	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4. ข้อมือ/มือ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	-
5. หลังส่วนบน	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
6. หลังส่วนล่าง	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7. สะโพก/ต้นขา	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8. เข่า	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9. ข้อเท้า/เท้า	4.88	95.12	-	-	-	-	-	-	-	-	-

3. ความผิดปกติของระบบกระดูกและกล้ามเนื้อจากผลการประเมินอาการเจ็บปวดด้วยการประยุกต์ใช้แบบสัมภาษณ์ความผิดปกติของระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ (Standardized Nordic Questionnaire) วัดระดับอาการปวดแบบ The Numeric Rating Scale (NRS) บอกระดับความรุนแรงของอาการปวดในรอบ 7 วันที่ผ่านมาพบว่า อวัยวะของร่างกายที่มีอาการปวดกระดูกและกล้ามเนื้อมากที่สุดของช่างทำเทียนพรรษาที่จัดอยู่ในระดับอาการปวดมาก คือ อวัยวะข้อมือ/มือ โดยมีระดับอาการปวดที่ระดับ 9 คิดเป็นร้อยละ 100 ระดับอาการปวดปานกลาง คือ อวัยวะส่วนคอ ปวดในระดับ 5 คิดเป็นร้อยละ 78.05 และระดับอาการไม่ปวดเลยถึงปวดน้อย คือ อวัยวะไหล่ ข้อศอก หลังส่วนบน หลังส่วนล่าง สะโพก/ต้นขา เข่า และข้อเท้า/เท้า ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 3 การประเมินความเสี่ยงทางกายศาสตร์ของงานแกะสลักเทียน ด้วยแบบประเมินดัชนีความเสี่ยงของมือ Strain Index (SI)

ปัจจัยเสี่ยง	การสังเกตของงานแกะสลักเทียน	ระดับคะแนนของมือ	
		ข้างซ้าย	ข้างขวา
1. ความหนักเบาของการออกแรง (IE)		3	6
2. ระยะเวลาของการออกแรงต่อรอบ (DE) (เปอร์เซ็นต์)	ระยะเวลาของการออกแรงต่อรอบคือ 60 วินาที และระยะเวลาในการใช้มือคือ 25 วินาที คิดเป็น 41.70 %	1.5	1.5

ตารางที่ 3 การประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ของงานแกะสลักเทียน ด้วยแบบประเมินดัชนีความเสี่ยงของมือ Strain Index (SI) (ต่อ)

ปัจจัยเสี่ยง	การสังเกตของงานแกะสลักเทียน	ระดับคะแนนของมือ	
		ข้างซ้าย	ข้างขวา
3. ความพยายามในการออกแรง ต่อนาที (EM)	20 - 25 ครั้งต่อนาที	3	3
4. ท่าของมือและข้อมือ (HWP)		2	2
5. ความเร็วของการทำงาน (SW)	ความเร็วของการเคลื่อนไหวปกติ	1	1
6. ระยะเวลาของการทำงานต่อวัน (DD) (ชั่วโมง)	ระยะเวลาในการทำงาน 8 - 12 ชั่วโมงต่อวัน	1.5	1.5
รวมคะแนน Strain Index (SI)		41	81

4. ความเสี่ยงทางการยศาสตร์จากผลการประเมินดัชนีความเสี่ยงของมือด้วย Strain Index (SI) จากสูตรการคำนวณค่าคะแนนประเมินความเสี่ยงในการทำงานด้วยมือ $SI = IE \times DE \times EM \times HWP \times SW \times DD$ สามารถแทนค่าดัชนีความเสี่ยงมือข้างซ้ายดังนี้ $SI = 3 \times 1.5 \times 3 \times 2 \times 1 \times 1.5 = 41$ แทนค่าดัชนีความเสี่ยงมือข้างขวาดังนี้ $SI = 6 \times 1.5 \times 3 \times 2 \times 1 \times 1.5 = 81$ จากการคำนวณพบว่า งานทำเทียนด้วยมือข้างซ้ายมีคะแนน SI เท่ากับ 41 ข้างขวามีคะแนน SI เท่ากับ 81 ซึ่งค่าคะแนนมือทั้งสองข้าง มีค่าคะแนนความเสี่ยง SI มากกว่า 7 หมายความว่า งานทำเทียนด้วยมือเป็นการทำงานไม่ปลอดภัยอาจเกิดอันตราย มีความเสี่ยงทางการยศาสตร์บริเวณมือและข้อมือมาก ดังรายละเอียดในตารางที่ 3 การแปลผลโดยการนำค่าคะแนนที่ได้จากทุกตัวแปร มาคูณกันเพื่อให้ได้ค่าคะแนนมาประเมินความเสี่ยงในการทำงานด้วยมือ $SI = IE \times DE \times EM \times HWP \times SW \times DD$ โดยแปลระดับความเสี่ยงเป็น 3 ระดับ คือ คะแนนน้อยกว่า หรือเท่ากับ 3 ($SI \leq 3$) แสดงว่าการทำงานมีความปลอดภัย (Job is Probably Safe) คะแนนตั้งแต่ 4 ถึง 6 ($4 \leq SI \leq 6$) แสดงว่าการทำงานไม่ค่อยปลอดภัย (Job May Place Individual at Increased Risk Distal Upper Extremity Disorders) คะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 7 ($SI \geq 7$) แสดงว่าการทำงานไม่ปลอดภัยอาจเกิดอันตราย (Job is Probably Hazardous)

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยการประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ของงานทำเทียนด้วยมือ ในกลุ่มช่างทำเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยพบว่า การประเมินอาการเจ็บปวดด้วยการประยุกต์ใช้แบบสัมภาษณ์ความผิดปกติของระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ (Standardized Nordic Questionnaire) โดยวัดระดับอาการปวดแบบ The Numeric Rating Scale พบว่า อวัยวะของร่างกายที่มีอาการปวดกระดูกและกล้ามเนื้อมากที่สุดของช่างทำเทียนพรรษา คือ ข้อมือและมือ จัดเป็นระดับอาการปวดอยู่ที่ปวดมากถึงมากที่สุด

สูงสุด เนื่องจากขั้นตอนในการทำเทียนพรรษามีการใช้มือในการออกแรงมาก ซ้ำ ๆ เป็นเวลานาน ประกอบด้วย ขั้นตอนการออกแบบลาย การร้อยโครงเดิมออกเพื่อประกอบโครงใหม่ การขึ้นโครงและเตรียมแกนลำต้น การเตรียมเทียนหรือหล่อเทียน การเขียนลาย แกะสลักลวดลายบนเทียน และการทำหุ่นหรือองค์ประกอบเรื่องราวที่จะทำเสนอบนรถต้นเทียน โดยเฉพาะขั้นตอนการแกะสลักที่มีการออกแรงมือมากกว่าขั้นตอนอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Garg, A., Kapellusch, J., Hegmann, K., Wertsch, J., Merryweather, A., Deckow-Schaefer, G., Malloy, E. J., and the WISTAH Hand Study Research Team (Garg, A. et al., 2012) ความผิดปกติของระบบกระดูกและกล้ามเนื้อและในแรงงาน 536 คน พบว่า มีแรงงานที่ป่วย โดยมีปัญหาที่มือทั้งสองข้างและจากข้อมูลชี้ให้เห็นว่าการประเมินค่า Hand Activity Level (HAL) และ Strain Index (SI) มีความสำคัญในการเฝ้าระวังความผิดปกติของระบบกระดูกและกล้ามเนื้อและความเครียดทางชีวกลศาสตร์ในแรงงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิวัฒน์ สังฆบุตร และสุนิสา ชายเกลี้ยง (วิวัฒน์ และสุนิสา, 2556) พบว่าแรงงานนอกระบบกลุ่มตัดเหล็กปลอกเสาระบบมือโยก อาการปวดที่รบกวนการทำงาน พบสูงสุดที่ข้อมือ หลังส่วนล่าง และคอ ตามลำดับ และจากการประเมินความเสี่ยงทางกายศาสตร์ของงานทำเทียนด้วยมือ ในกลุ่มช่างทำเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้เทคนิคประเมินดัชนีความเสี่ยงของมือ Strain Index (SI) มีความเสี่ยงทางกายศาสตร์บริเวณมือและข้อมือมาก เนื่องจากค่าคะแนนความเสี่ยง SI มากกว่า 7 หมายถึง งานทำเทียนด้วยมือเป็นการทำงานไม่ปลอดภัยอาจเกิดอันตราย ซึ่งเป็นปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลต่อการเกิดโรคระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ ได้แก่ ความหนักเบาของการออกแรงแกะสลักเทียน แป๊ะพิมพ์ และขึ้นรูปเทียน ระยะเวลาต่อเนื่องในท่าทางซ้ำ ๆ ของการใช้มือ 8 - 12 ชั่วโมง ท่าทางของการใช้มือในการแกะสลักเทียนที่ไม่เป็นธรรมชาติ มีการบิดงอมือและข้อมือ รวมทั้งการเกร็งมือและข้อมือในขณะที่แกะสลักเทียน แป๊ะพิมพ์ และขึ้นรูปเทียน ที่เห็นได้ชัด สอดคล้องกับการศึกษาของ Rosecrance, J., Paulsen, R., and Murgia, L. (Rosecrance, J. et al., 2017) พบว่า จากการประเมินความเสี่ยงของงานแปรรูปชีสโดยใช้ Strain Index (SI) พนักงานแปรรูปชีสที่มีการใช้มือในการทำงานซ้ำ ๆ มีความเสี่ยงทางกายศาสตร์บริเวณมือและแขนสูงถึงร้อยละ 60.20 ทำให้เห็นว่าเครื่องมือ Strain Index (SI) เหมาะสมวิเคราะห์งานที่มีความเสี่ยงที่มือ และสอดคล้องกับงานวิจัยของอรณิชา ยมเกิด (อรณิชา, 2557) พบว่า งานตัดไม้ที่มีการใช้มือ คะแนน SI สูงถึง 91.10 ซึ่งมีค่ามากกว่า 7 แสดงว่าเป็นการทำงานไม่ปลอดภัยอาจเกิดอันตราย

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการประเมินความเสี่ยงทางกายศาสตร์ของงานทำเทียนด้วยมือ ในกลุ่มช่างทำเทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าลักษณะงานดังกล่าวเป็นงานที่มีความเสี่ยงทางกายศาสตร์บริเวณมือและข้อมือ ส่งผลกระทบให้ช่างทำเทียนพรรษามีอาการไม่พึงประสงค์หลังจากทำงานแกะสลักเทียน แป๊ะพิมพ์ และขึ้นรูปเทียน เนื่องมาจากความหนักเบาของการออกแรงแกะสลักเทียน แป๊ะพิมพ์ และขึ้นรูปเทียน ระยะเวลาต่อเนื่องในท่าทางซ้ำ ๆ ของการใช้มือ 8 - 12 ชั่วโมง ท่าทางของการใช้มือในการแกะสลักเทียน แป๊ะพิมพ์ และขึ้นรูปเทียนที่ไม่เป็นธรรมชาติ มีการบิดงอมือและข้อมือ รวมทั้งการเกร็งมือและข้อมือในขณะที่แกะสลักเทียน แป๊ะพิมพ์ และขึ้นรูปเทียน ที่เห็นได้ชัด

จากผลการวิจัยดังกล่าวผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้

1.1 ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดูแลคุ้มครองแรงงานนอกระบบ จัดกิจกรรมส่งเสริม รมรณรงค์ และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนแรงงานนอกระบบเข้าถึงข้อมูลข่าวสารความปลอดภัยในการทำงานและสวัสดิการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยการดำเนินงานเชิงรุกเพื่อเข้าถึงกลุ่มแรงงานนอกระบบมากขึ้น

1.2 ข้อเสนอแนะด้านการปฏิบัติ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดูแลคุ้มครองแรงงานนอกระบบ

สามารถนำข้อมูลพื้นฐานไปใช้ในการส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงานของกลุ่มแรงงานนอกระบบ โดยเน้นการลดความเสี่ยงทางกายศาสตร์ในการทำงาน เช่น การลดเวลาการทำงาน เพิ่มเวลาพัก หรือการใช้เครื่องมือทุ่นแรง เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป การวิจัยนี้เป็นการประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์บริเวณมือและข้อมือเพื่อให้ทราบถึงความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดโรกระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ อย่างไรก็ตามเพื่อให้ได้ข้อมูลสนับสนุนเพิ่มเติมควรดำเนินการวิจัยศึกษาแรงบีบมือทดสอบความแข็งแรงของกล้ามเนื้อมือระดับอาการผิดปกติของมือและข้อมือ และพัฒนารูปแบบการทำงานท่าเทียบเพื่อลดความเสี่ยงทางการยศาสตร์เพื่อช่วยลดความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดโรกระบบกระดูกและกล้ามเนื้อในช่วงท่าเทียบพรรษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณชุมชนท่าเทียบในจังหวัดอุบลราชธานี ช่วงท่าเทียบพรรษา ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการทำงานท่าเทียบพรรษาอย่างละเอียด รวมทั้งอนุญาตให้เข้าพื้นที่เพื่อทำการสอบถามและสังเกตกระบวนการขั้นตอนการทำงานในการทำเทียบพรรษาเพื่อประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ จึงทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

References

- ข้อบังคับคณะกรรมการหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ว่าด้วยหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขการชดเชยเงินเลือกหน่วยบริการ พ.ศ. 2555. (2555, 23, สิงหาคม). ราชกิจจานุเบกษา. ตอนพิเศษ 128 ง (129). หน้า 64-66
- จารุพร ดวงศรี, ทนงค์ศักดิ์ ยิ่งรัตนสุข และปวีณา มีประดิษฐ์. (2559). ผลของการปรับปรุงความสูงของสถานีงานเพื่อลดความเสี่ยงของหลังส่วนล่างในผู้ประกอบการอาชีพตัดกรรมจากไม้เก่า ตำบลไพศาล อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์. ใน การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 6 **The 6th STOU National Research Conference**. นนทบุรี, 25 พฤศจิกายน 2559.
- ญาณิฐา แพงประโคน, จารุพร ดวงศรี, คมสันต์ ธงชัย, รัชนิ จูมจี และชัยกฤต ยกพลชนชัย. (2564). การชี้บ่งอันตรายและการจัดทำมาตรฐานความปลอดภัยในงานท่าเทียบพรรษาสำหรับชุมชนท่าเทียบพรรษาในจังหวัดอุบลราชธานี. วารสารศูนย์อนามัยที่ 9 : วารสารส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม. ปีที่ 15, ฉบับที่ 38, หน้า 443-455
- นภาพร หงษ์ภักดี และสืบพงศ์ หงษ์ภักดี. (2559). ต้นทุนเทียบพรรษา ภูมิปัญญาท้องถิ่นในงานประเพณีแห่เทียบพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี. วารสารนักบริหาร. ปีที่ 36, ฉบับที่ 2, หน้า 62-78
- พระคัมภีร์วิน แสงสุริวงศ์ และธีรชัย บุญมาธรรม. (2562). การมีส่วนร่วมของชุมชนในประเพณีแห่เทียบพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี. วารสารสถาบันวิจัยพหุวัฒนธรรม. ปีที่ 6, ฉบับที่ 2, หน้า 13-23
- พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541. (2541, 20, กุมภาพันธ์). ราชกิจจานุเบกษา. ตอนที่ 8 ก (115). หน้า 1-44
- พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562. (2562, 5, เมษายน). ราชกิจจานุเบกษา. ตอนที่ 43 ก (136). หน้า 21-29
- วิวัฒน์ สังฆะบุตร และสุนิสา ชายเกลี้ยง. (2556). ความชุกของความผิดปกติทางระบบโครงร่างและกล้ามเนื้อในแรงงาน นอกระบบกลุ่มตัดเหล็กปลอกเสาระบบมือโยก อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา. **KKU Research Journal (Graduate Studies)**. ปีที่ 13, ฉบับที่ 1, หน้า 135-148
- อรณิชา ยมเกิด. (2557). การประเมินและการปรับปรุงภาระงานทางการยศาสตร์ในอุตสาหกรรมตีหมึก. Ph.D. Thesis. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- Castarlenas, E., Jensen, M. P., von Baeyer, C. L., and Miró, J. (2017). Psychometric Properties of the Numerical Rating Scale to Assess Self-Reported Pain Intensity in Children and Adolescents: A Systematic Review. **The Clinical Journal of Pain**. Vol. 33, Issue 4, pp. 376-383. DOI: 10.1097/AJP.0000000000000406
- Essien, S. K., Trask, C., Dosman, J., and Bath, B. (2017). Investigating the Association Between Lower Extremity and Low Back Symptoms Among Saskatchewan Farmers Using the Standardized Nordic Questionnaire. **Spine**. Vol. 42, Issue 19, pp. E1147-E1154. DOI: 10.1097/BRS.0000000000002113
- Garg, A., Kapellusch, J., Hegmann, K., Wertsch, J., Merryweather, A., Deckow-Schaefer, G., Malloy, E. J., and the WISTAH Hand Study Research Team. (2012). The Strain Index (SI) and Threshold Limit Value (TLV) for Hand Activity Level (HAL): Risk of Carpal Tunnelsyndrome (CTS) in a Prospective Cohort. **Ergonomics**. Vol. 55, Issue 4, pp. 396-414. DOI: 10.1080/00140139.2011.644328
- Kapellusch, J. M., Silverstein, B. A., Bao, S. S., Thiese, M. S., Merryweather, A. S., Hegmann, K. T., and Garg, A. (2018). Risk Assessments Using the Strain Index and the TLV for HAL, Part II: Multi-Task Jobs and Prevalence of CTS. **Journal of Occupational and Environmental Hygiene**. Vol. 15, Issue 2, pp. 157-166. DOI: 10.1080/15459624.2017.1401709
- Kuorinka, I., Jonsson, B., Kilbom, A., Vinterberg, H., Biering-Sørensen, F., Andersson, G., and Jørgensen, K. (1987). Standardised Nordic Questionnaires for the Analysis of Musculoskeletal Symptoms. **Applied Ergonomics**. Vol. 18, Issue 3, pp. 233-237. DOI: 10.1016/0003-6870(87)90010-x
- López-Aragón, L., López-Liria, R., Callejón-Ferre, Á. J., and Gómez-Galán, M. (2017). Applications of the Standardized Nordic Questionnaire: A Review. **Sustainability**. Vol. 9, Issue 9, p. 1514. DOI: 10.3390/su9091514
- Mannion, A. F., Balagué, F., Pellisé, F., and Cedraschi, C. (2007). Pain Measurement in Patients with Low Back Pain. **Nature Clinical Practice Rheumatology**. Vol. 3, Issue 11, pp. 610-618. DOI: 10.1038/ncprheum0646
- Moore, J. S. and Garg, A. (1995). The Strain Index: A Proposed Method to Analyze Job for Risk of Distal Upper Extremity Disorders. **American Industrial Hygiene Association Journal**. Vol. 56, Issue 5, pp. 443-458. DOI: 10.1080/15428119591016863
- Paulsen, R., Gallu, T., Gilkey, D., Reiser II, R., Murgia, L., and Rosecrance, J. (2015). The Inter-Rater Reliability of Strain Index and OCRA Checklist Task Assessments in Cheese Processing. **Applied Ergonomics**. Vol. 51, pp. 199-204. DOI: 10.1016/j.apergo.2015.04.019
- Rosecrance, J., Paulsen, R., and Murgia, L. (2017). Risk Assessment of Cheese Processing Tasks Using the Strain Index and OCRA Checklist. **International Journal of Industrial Ergonomics**. Vol. 61, pp. 142-148. DOI: 10.1016/j.ergon.2017.05.009
- Valentim, D. P., de Oliveira Sato, T., Comper, M. L. C., da Silva, A. M., Boas, C. V., and Padula, R. S. (2018). Reliability, Construct Validity and Interpretability of the Brazilian Version of the Rapid Upper Limb Assessment (RULA) and Strain Index (SI). **Brazilian Journal of Physical Therapy**. Vol. 22, Issue 3, pp. 198-204. DOI: 10.1016/j.bjpt.2017.08.003

อิทธิพลการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการสร้างพลังอำนาจผู้หญิง

The Influence of Social Media on Women Empowerment

เบญจภา ไกรทอง^{1*}

Benjapa Kaithong^{1*}

Received: January 22, 2022; Revised: April 27, 2022; Accepted: April 28, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์ต้องการรวบรวมเรียบเรียงและวิเคราะห์อิทธิพลการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการสร้างพลังอำนาจให้กับผู้หญิงภายใต้กรอบแนวคิดสื่อใหม่ (New Media) และแนวคิดการสร้างพลังอำนาจ (Empowerment) ปัจจุบันนี้ปฏิเสธไม่ได้ว่า "สื่อสังคมออนไลน์" (Social Media) เป็นสื่อที่ทรงพลังที่สุดแห่งศตวรรษ และได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ มีนักวิชาการหลากหลายสาขาได้ให้นิยามว่า สื่อสังคมออนไลน์เปรียบเสมือนประตูที่ผู้หญิงสามารถก้าวออกจากพื้นที่ในบ้าน (Domestic Sphere) เพื่อให้ได้มีโอกาสเข้าสู่พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) และการเข้าพื้นที่สาธารณะเป็นโอกาสสำคัญที่นำไปสู่การสร้างพลังอำนาจ ซึ่งอำนาจนั้นสามารถอยู่ในรูปของอำนาจแบบใดแบบหนึ่ง เช่น อำนาจเหนือ (Power Over) อำนาจที่เกิดจากปัจเจก (Power from Within) อำนาจในการจัดตั้ง (Power With) และอำนาจที่จะกระทำ (Power To) และที่น่าสนใจพบว่า อำนาจเหล่านี้สามารถสร้างพลังอำนาจให้กับผู้หญิงในมิติทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง เป็นต้น

คำสำคัญ : สื่อสังคมออนไลน์; การสร้างพลังอำนาจ; ผู้หญิง

¹ สาขาสังคมศาสตร์ งานวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

¹ Social Science of General Education, Valaya Alongkorn Rajabhat University under Royal Patronage

* Corresponding Author, Tel. 09 8278 8962, E - mail: benjapakaithong1981@gmail.com

Abstract

This academic article is to compile and analyze on the title "The Influence of Social Media on Women Empowerment," under the conceptual framework of new media and empowerment. At present, we don't deny that the social media is the most powerful media of century and play the significant role for the ways of life inevitably. Because no matter where we go, we will see it enveloping us all the time. A number of academicians have metaphorically said that the social media seems to be a door dragging the women from the domestic sphere to the public sphere. In other words, the social media was the important tool for empowering which may be in the form of any form of powers that is power over, power from within, power with and power to. These power can enhance a woman in dimensions of the social empowerment, economic empowerment, political empowerment and so forth.

Keywords: Social Media; Empowerment; Women

บทนำ

คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต สื่อดิจิทัล และเครือข่ายทางสังคมต่าง ๆ คือ เทคโนโลยีดิจิทัลที่เกิดขึ้นเป็นรูปธรรม และเป็นนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงรูปแบบในการดำเนินชีวิตของมวลมนุษยชาติ (Jenkins, H., 2006; ญัฐชดา, 2560) โลกดิจิทัลทำให้หลายสิ่งที่มีมนุษย์ได้แต่จินตนาการสามารถเกิดขึ้นจริง ข้อมูลข่าวสารถูกเผยแพร่ แลกเปลี่ยน และถูกสืบค้นได้อย่างรวดเร็วเพียงแค่ปลายนิ้วสัมผัส แต่ทว่า ‘ความไม่เสมอภาค’ และ ‘ความไม่เท่าเทียม’ กันทางเพศระหว่างเพศหญิงและเพศชาย ยังคงปรากฏให้เห็นผ่านสื่อต่าง ๆ นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศที่อยู่ในแถบแอฟริกา (รวันดา อียิปต์ เอธิโอเปีย เคนยา แอฟริกาใต้), เอเชียกลาง (คาซัคสถาน อุซเบกิสถาน) และประเทศที่อยู่ตามแนวเทือกเขาคอเคซัส (อาเซอร์ไบจาน จอร์เจีย รัสเซีย) ยังคงมีประเพณีลักพาตัวเด็กสาวไปแต่งงาน (Bride Kidnapping) ในส่วนของประเทศจีนและอินเดียการมีลูกสาวเป็นเรื่องต้องห้าม หลังจากวิวัฒนาการทางการแพทย์ทำให้สามารถอัลตราซาวด์เพื่อดูเพศของลูกในครรภ์ได้ เมื่อรู้ว่าทารกไม่ใช่เพศชายจะมีการทำแท้ง พบว่าตัวเลขการทำแท้งทั่วโลกเพื่อเลือกเพศของลูกนั้นมีมากถึง 117 ล้านราย (WorkpointToday, 2564; SDG Move, 2564; สหประชาชาติประเทศไทย, 2564; UNDP, 2021; UN Women, 2021)

เช่นเดียวกับสังคมไทย ได้กำหนดบทบาทโครงสร้างทางเพศ ด้วยความเชื่อและการยอมรับโครงสร้างทางสังคมที่ก่อให้เกิด ‘ความไม่เสมอภาค’ และ ‘ความไม่เท่าเทียม’ กันระหว่างเพศหญิงและเพศชายด้วยกรอบคิดของปิตาธิปไตย ที่ถูกซ่อนเร้นในมายาคติหรือถ่ายทอดผ่านอุดมคติ ดังปรากฏให้เห็นในหลักศิลาจารึก วรรณกรรม สุภาษิต ลำานวน โวหาร คำานานเรื่องเล่า คำคมหรือข้อคิดต่าง ๆ (อนิษฐา, 2564) มีนักวิชาการหลายท่านได้บรรยายภาพแทนของผู้หญิงผ่านตัวละครนางแก้วของพระเจ้าแผ่นดินในตำนานความเชื่อทางพระพุทธศาสนาว่า คุณสมบัติของนางแก้วไม่เพียงแต่มีรูปร่างบอบบาง หน้าตาสวยงาม และกิริยามารยาทงดงาม หากแต่ต้องพร้อมไปด้วยคุณสมบัติอื่น ๆ เพื่อความสมบูรณ์สูงสุดของผู้ที่ต้องทำหน้าที่เป็นแม่ เมีย และลูกสาว นอกจากนี้นางแก้วควรมีคุณสมบัติเหล่านี้ด้วย เช่น การปรนนิบัติรับใช้ ความกตัญญู ซื่อสัตย์สุจริตสวามิภักดิ์ต่อพระสวามี เสียสละตนเพื่อพระสวามี นางแก้วนอกจากจะเป็นคู่บารมีของพระสวามีแล้ว ยังต้องให้กำเนิดบุตร และอบรมบุตรให้เป็นกษัตริย์ที่ดีและมีความสามารถในการปกครองบ้านเมืองในอนาคตอีกด้วย ในยามศึกสงครามนางแก้วต้องกล้าหาญออกรบ (คึกฤทธิ์, 2510; นงเยาว์, 2561)

ถึงแม้ว่าปัจจุบันนับบทบาทและสถานภาพของผู้หญิงในประเทศไทยได้รับการยอมรับในสังคมมากขึ้น แต่ทว่าความรุนแรงในครอบครัว ความรุนแรงทางเพศ การออกจากระบบการศึกษาระหว่างปี การเข้าไม่ถึงบริการ สุขภาพและสวัสดิการสังคม รวมถึงความไม่เท่าเทียมการเข้าสู่ตลาดแรงงานยังปรากฏอยู่ในสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสัดส่วนผู้หญิงในตลาดแรงงานน้อยกว่าผู้ชายและเป็นที่น่าสังเกตว่าผู้หญิงอยู่นอกระบบ แรงงานมากกว่าผู้ชาย อีกทั้งยังมีค่าตอบแทนสำหรับผู้หญิงน้อยกว่าผู้ชายถึง 2.5 เท่า รวมถึงบทบาทผู้หญิง ในสังคมยังไม่สามารถเป็นตัวแทนหรือมีบทบาทในการตัดสินใจในระดับองค์กรหรือยังมีโอกาสให้ผู้หญิงค่อนข้างน้อย ทำให้อัตราการมีส่วนร่วมในตลาดแรงงานของผู้หญิงน้อยมาก ดังนั้นกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จึงได้จัดทำแผนพัฒนาสตรี 2560 - 2564 ภายใต้ กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ในแผนพัฒนาสตรีฉบับนี้ ได้กล่าวถึง ยุทธศาสตร์ ‘เสริมพลัง เพิ่มบทบาทการมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิตแก่สตรีทุกกลุ่ม และทุกระดับ (Empowerment Measures)’ กล่าวคือ เพิ่มบทบาทการมีส่วนร่วมของผู้หญิงในด้านเศรษฐกิจ รวมถึงสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับผู้หญิง มีการเรียนรู้และได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถ เข้าใจและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเข้าถึงข้อมูลความรู้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตอย่างมีศักยภาพ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงและทันโลกทันสมัย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563; กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2563)

การเข้าสู่ยุค “ประเทศไทย 4.0” ที่มุ่งหวังให้มีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาช่วยการพัฒนาประเทศ ปฏิเสธไม่ได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้กลายเป็นสื่อกระแสหลัก (Mainstream Media) ในการทำกิจกรรมของผู้คนทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยด้วย Thailand Digital Stat 2021 จาก We Are Social และ Hootsuite ได้รายงานไว้ว่า พบว่าคนไทยใช้ YouTube มากที่สุด 94.2 % ตามมาด้วย Facebook 93.3 % Line 86.2 % Instagram 64.2 % และ Twitter 57.8 % นอกจากนี้ยังปรากฏข้อมูลที่ว่าผู้หญิง ทั่วโลกสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ในสัดส่วนใกล้เคียงกับผู้ชายนับตั้งแต่ทศวรรษ 2000 เป็นต้นมา และการแบ่งแยก เพศสภาวะของการเข้าถึงสื่อดิจิทัลเริ่มแคบลง ซึ่งพบว่าในปี ค.ศ. 2021 อัตราการใช้โซเชียลมีเดีย ของผู้หญิงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในประเทศไทยนั้นพบว่าผู้หญิงใช้ Instagram 61.7 % ตามมาด้วย Facebook 51.0 % และ YouTube 52.5 % และที่สำคัญผู้หญิงไทยใช้ Line มากกว่า 50 % (DATAREPORTAL, 2021)

ข้อมูลสถิติดังกล่าวมีนัยสะท้อนให้เห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาแทนสื่อเก่า เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ และที่สำคัญสื่อสังคมออนไลน์กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิต ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ตั้ง สมมุติฐานว่า สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการสร้างพลังอำนาจให้กับผู้หญิง จากการสืบค้นข้อมูล บนฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์พบว่า มีหลักฐานเชิงประจักษ์เป็นจำนวนมากที่ยืนยันสมมุติฐานว่าสื่อสังคมออนไลน์ ได้เพิ่มโอกาสให้กับผู้หญิงจนนำไปสู่การสร้างพลังอำนาจให้กับตนเอง และสื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นประตูสำคัญ ที่ผู้หญิงสามารถก้าวออกจากพื้นที่ในบ้าน (Domestic Sphere) เข้าสู่พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) การที่ผู้หญิงได้มีโอกาสเข้าสู่พื้นที่สาธารณะมากขึ้นนั้นย่อมส่งผลให้ผู้หญิงมีความมั่นใจกล้าที่จะทำในสิ่งที่ขัดต่อ ความเชื่อ ประเพณี และบรรทัดฐานของสังคม โดยเฉพาะประเทศกลุ่มอาหรับเป็นเรื่องยากมากที่ผู้หญิง จะออกมาแสดงความคิดเห็น จากผลการศึกษาของ Dasshti, A. A., Abdullah, H., and Johar, A. H. (Dasshti, A. A. et al., 2015) พบว่า 60 % ของผู้หญิงในประเทศคูเวตใช้สื่อสังคมออนไลน์บนแอปพลิเคชัน ของ Twitter และ Facebook เป็นช่องทางในการแสดงทัศนคติในประเด็นสาธารณะ เช่น การเมือง ศาสนา การศึกษาและประเด็นอื่น ๆ นอกจากนี้ผู้หญิงในกลุ่มประเทศแอฟริกาเริ่มมีบทบาทในทางเศรษฐกิจมากขึ้น Gencem, M. and Oksuz, B. (Gencem, M. and Oksuz, B., 2015) พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ไม่เพียงแต่ ที่จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการของผู้หญิงในกลุ่มประเทศแอฟริกา แต่ยังกลายเป็นพื้นที่รวมตัว จนนำไปสู่การสร้างเครือข่าย ซึ่งทำให้พวกเขาสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของตนเองมาถกเถียงกัน

จากการทบทวนงานวิจัยและบทความวิชาการพบว่า มีนักวิชาการจำนวนมากศึกษาสื่อออนไลน์กับการสร้างพลังอำนาจของผู้หญิง ผลการศึกษาพบว่าสื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการสร้างพลังอำนาจให้กับผู้หญิงในหลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นมิติทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม รวมถึงมิติทางด้านการเมือง ดังนั้นผลการศึกษานี้จึงเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มองค์ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการสร้างพลังอำนาจให้กับผู้หญิง ในสาขาสังคมศาสตร์และเป็นประโยชน์ต่อการมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

วัตถุประสงค์การศึกษา

ศึกษาอิทธิพลการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการสร้างพลังอำนาจของผู้หญิงผ่านการรวบรวมเรียบเรียงและวิเคราะห์

เนื้อหา

1. แนวคิดสื่อใหม่ (New Media)

การสื่อสารของมนุษย์ในสมัยโบราณนั้นเป็นการสื่อสารด้วยวิธีที่ไม่ซับซ้อน เช่น ปากเปล่า ม้าเร็ว และนกพิราบสื่อสาร ต่อมาได้ปรับเปลี่ยนการสื่อสารข้อมูลเป็นจดหมาย โทรเลข โทรศัพท์ วิทยุ จากนั้นเมื่อเข้าสู่ยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศได้รับการพัฒนาก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องจึงก่อให้เกิดสื่อรูปแบบใหม่ที่มีเครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง (พิชิต, 2554) ส่งผลให้การสื่อสารข้อมูลของมนุษย์มีการปรับเปลี่ยนเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น บริการ IRC (International Relay Chat) โปรแกรมพูดคุย (Chat Programs) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ E-mail) และเว็บบอร์ด (Web Board) การสื่อสารในรูปแบบใหม่นี้ทำให้คนจากหลากหลายประเทศทั่วโลกเกิดการรวมตัวภายใต้คำว่า “หมู่บ้านโลก” (Global Village) ซึ่งทุกคนสามารถสื่อสารและรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่มีข้อจำกัดทางด้านสถานที่ (Space) และเวลา (Time) เสมือนว่าเทคโนโลยีและนวัตกรรมของสื่อได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารของมนุษย์ให้ก้าวเข้าสู่โลกไร้พรมแดน (วราพร, 2563; New Media Theory, 2003; Bucy, P. E., 2005) และอีกไม่นานโลกของ Metaverse ที่มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) ผู้ก่อตั้ง Facebook กำลังพัฒนาอยู่นั้น มันจะพามวลมนุษยชาติสัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ ซึ่งทำให้ผู้คนแม้ว่าจะอยู่คนละที่แต่ใกล้ชิดกันได้มากขึ้นกว่าเดิม เช่น ในอนาคตคุณจะสามารถทเลพอร์ต (Teleport) ไปนั่งทำงานในออฟฟิศ หรือไปเที่ยวคอนเสิร์ตกับเพื่อนในรูปแบบโฮโลแกรม (Hologram) โดยไม่ต้องเดินทาง (Clark, A. P., 2021; Armstrong, B., 2021)

ปัจจุบันเรากำลังอยู่ในยุคของ ‘สื่อใหม่’ ที่มีการเผยแพร่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อมุ่งใช้งานบนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น อีเมล บล็อก เว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ เกมคอมพิวเตอร์ ภาพยนตร์แบบสตรีมมิ่ง สิ่งพิมพ์ดิจิทัล เนื้อหาแบบโต้ตอบ ดังนั้นจึงส่งผลให้บทบาทของผู้รับสารมีการเปลี่ยนแปลงจากเดิมที่เคยเป็นเพียงผู้รับ (Passive Audience) มาเป็นผู้สืบค้นและรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้วยตัวเองแทน (Active Audience) และที่น่าสนใจพบว่า ผู้ส่งสารและผู้รับสารยังสามารถทำหน้าที่รับและส่งสารได้ในเวลาเดียวกัน อาจกล่าวได้ว่า สื่อใหม่เปลี่ยนจากการสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-Ways Communication) นอกจากนี้ ‘สื่อ’ ยังสามารถส่งสารได้หลากหลาย เช่น ข้อความ (Text) เสียง (Audio) วิดีโอ (Video) แอนิเมชัน (Animation) ภาพเคลื่อนไหว (Motion Picture) และภาพนิ่ง (Still Image) ดังนั้นกล่าวได้ว่า สื่อใหม่คือ การนำเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมรวมเข้ากับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้สามารถสื่อสารได้สองทางผ่านเครือข่าย และมีศักยภาพเป็นสื่อประสม (Multimedia) (Jenkins, H., 2006; New Media Theory, 2003; งานสื่อสารสังคม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2560)

หากกล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของสื่อใหม่พบว่า มีนักวิชาการได้กล่าวไว้ดังนี้ การมีปฏิสัมพันธ์ได้ง่าย (Interactivity) เนื่องจากเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Ways Communication) มีความสามารถ

เคลื่อนที่ได้สูง (Mobility) ทำให้สะดวกพกพาไปที่ต่าง ๆ (Compactable) สามารถดัดแปลงเปลี่ยนแปลงรูปได้ (Convertibility) ตลอดจนสามารถเชื่อมต่อกันโดยง่าย (Connectivity) ทั้งยังสามารถหาได้หรือใช้ประโยชน์ได้ในทุกที่ (Ubiquity) มีความรวดเร็วในการสื่อสาร (Speed of Communication) มีลักษณะที่ไร้พรมแดน และมีความเป็นดิจิทัล (Digitalization) (กาญจนา และนิคม, 2555; Jenkins, H., 2006; New Media Theory, 2003; Everett, A., 2003)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นฉายภาพให้เห็นว่าเทคโนโลยีในการสื่อสารได้รับการคิดค้นและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนมีคุณลักษณะเฉพาะตัว โดยมีการหลอมรวมสื่อต่าง ๆ เข้าด้วยกันจนนำไปสู่การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ‘สื่อสังคมออนไลน์’ (Social Media) กล่าวได้ว่าเป็นสื่อที่ทรงพลังที่สุดแห่งศตวรรษ และได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยคำว่า “Social” หมายถึง สังคม ซึ่งในที่นี้จะหมายถึง สังคมออนไลน์ ซึ่งมีขนาดใหญ่ในปัจจุบัน คำว่า “Media” หมายถึง สื่อ คือ เนื้อหาเรื่องราว บทความ วิดีโอ เพลง รูปภาพ เป็นต้น ดังนั้นคำว่า Social Media จึงหมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทางโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต กล่าวให้เข้าใจง่าย คือ เว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกนี้สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้นั้นเองเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจ ผู้เขียนจึงได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ (Everett, A., 2003; พิชิต, 2554; วราพร, 2562; งานสื่อสารสังคม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2560) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประเภทสื่อสังคมออนไลน์

ประเภทสื่อสังคมออนไลน์	คำอธิบาย	ตัวอย่าง
บล็อก (Bloggging)	บล็อกมาจาก Web+Log แล้วย่อเหลือ Blog คือประเภทของระบบจัดการเนื้อหา ที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้เขียนบล็อกเผยแพร่และแบ่งปันเรื่องราวต่าง ๆ เสมือนเป็นบันทึกไดอารี่ออนไลน์ สามารถเขียนในลักษณะที่ไม่เป็นทางการและแก้ไขได้ตามที่ต้องการ	- Blogger - Wordpress - Bloggang - Exteen
ไมโครบล็อก (Micro-Blog)	เป็นเว็บไซต์ที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลสั้น ในเรื่องที่สนใจเฉพาะด้านรวมทั้งสามารถใช้เครื่องหมาย # (Hastage) เพื่อเชื่อมโยงกับกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน	- Twitter - Blauk - Weibo - Tout - Tumblr
เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Site)	เป็นเว็บไซต์ที่บุคคลหรือหน่วยงานสามารถสร้างข้อมูลและเปลี่ยนข้อมูล (สถานะของตน) เผยแพร่รูปภาพภาพเคลื่อนไหว โดยที่บุคคลอื่นสามารถเข้ามาแสดงความชอบหรือส่งต่อ หรือเผยแพร่ หรือแสดงความเห็นโต้ตอบการสนทนา หรือแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้	- Facebook - Badoo - Google+ - LinkedIn - Orku
การแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing)	เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถฝากหรือนำสื่อข้อมูลรูปภาพ วิดีโอขึ้นเว็บไซต์เพื่อแบ่งปัน แก่ผู้อื่น	- Flickr - Vimero - Youtube - Instagram - Pinterest

2. แนวคิดการสร้างพลังอำนาจ

แนวคิดการสร้างพลังอำนาจ (Empowerment) เป็นแนวคิดที่ถูกกล่าวถึงกันอย่างกว้างขวาง ซึ่งแต่เดิมแนวคิดนี้ได้รับความสนใจในวงการจิตวิทยา รัฐศาสตร์ทางการเมืองและด้านจริยธรรม โดยแนวคิดการสร้างพลังอำนาจ เป็นวิธีการที่สามารถนำไปใช้ได้อย่างกว้างขวางทั้งในด้านการพัฒนาบุคคล การพัฒนาชุมชน การปรับปรุงคุณภาพชีวิต เป็นต้น มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความสนใจในการนำแนวคิดการสร้างพลังอำนาจไปประยุกต์ใช้ ตัวอย่างเช่น เปาโล เฟร์ (Paulo Freire) นักศึกษาชาวบราซิลได้นำแนวคิดการสร้างพลังอำนาจไปประยุกต์ใช้กับทางการศึกษาในช่วงปี ค.ศ. 1960 - 1970 โดยสอนให้ประชาชนอ่านและเขียนหนังสือโดยให้ผู้เรียนร่วมกันอภิปรายประเด็นปัญหาที่เขาเหล่านั้นประสบปัญหาอยู่และมีความสนใจวิธีดังกล่าวนอกจากช่วยให้บุคคลเรียนรู้วิธีการพูด การอ่าน และการเขียน แล้วยังช่วยให้บุคคลเข้าใจปัญหาได้ดีขึ้น โดยเน้นความสำคัญของการศึกษาในการค้นพบตนเองว่ามีความรู้ ความสามารถที่ต่อต้านอิทธิพลต่าง ๆ ตลอดจนมีส่วนร่วมอย่างจริงจังในการเปลี่ยนแปลงตนเอง ในช่วง ค.ศ. 1970 - 1990 แนวคิดการสร้างพลังอำนาจ ได้ถูกนำมาใช้ในการจัดการศึกษาอย่างแพร่หลายในรูปของโปรแกรมการศึกษาและกลุ่มต่าง ๆ (Freire, P., 1996; เจียมจิตต์, 2549; กรวรรณ, 2559)

ไม่เพียงแต่แนวคิดการสร้างพลังอำนาจ (Empowerment) ถูกนำมาใช้กับประเด็นการศึกษาแต่ทว่าแนวคิดนี้ได้ถูกนำมาใช้ในประเด็นเรื่องเพศด้วยเช่นกัน เอสเตอร์ โบเซิร์ป (Ester Boserup) เป็นนักเศรษฐศาสตร์ชาวเดนมาร์ก ได้นำแนวคิดการสร้างพลังอำนาจมาเป็นกรอบในการศึกษาประเด็นเรื่องเพศและการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยชี้ให้เห็นว่าการเข้าถึงเศรษฐกิจจำนวนมากตกอยู่กับผู้หญิงอย่างไม่ได้สัดส่วน ซึ่งส่งผลกระทบในทางลบต่อผู้หญิง ตัวอย่างเช่น นโยบายการพัฒนาเกษตรกรรมสมัยใหม่ ส่งผลทำให้ผู้หญิงที่อยู่ในฐานะเกษตรกรเปลี่ยนเป็นเพียงแรงงานในครอบครัว และอำนาจที่ผู้หญิงที่เคยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องการผลิตและการใช้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจก็ลดลง ในทางตรงกันข้ามกับพบว่าผู้ชายได้โอกาสในการเรียนรู้วิธีการผลิตแบบใหม่ นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงจากระบบเศรษฐกิจแบบยังชีพมาสู่เศรษฐกิจแบบเพื่อการตลาดส่งผลต่อความเป็นอิสระของสตรีในระบบการผลิต ดังนั้น โบเซิร์ปจึงได้กล่าวว่าผู้หญิงควรได้รับโอกาสในระบบการผลิตแบบใหม่หรือระบบการผลิตอุตสาหกรรมแบบใหม่ โดยผ่านทางการศึกษาหรือการเข้าฝึกฝนทักษะเพื่อเสริมสร้างพลังอำนาจให้กับผู้หญิงก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนการทำงาน (UN Women, 2021)

การเสริมสร้างอำนาจของผู้หญิงเป็นประเด็นที่สำคัญมากของทฤษฎีสตรีนิยมแนวมาร์กซิสต์และสตรีนิยมแนวสังคมนิยมซึ่งมีหลักคิดของคำว่า ‘อำนาจ’ มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน *potere* แปลว่า สามารถ (to be able) Weber, M. (Weber, M., 1968) ได้อธิบายคำว่า ‘อำนาจ’ คือ การกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งและสามารถที่จะบรรลุผลสำเร็จที่น่าจะมีความเป็นไปได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเสริมอำนาจเพื่อให้เกิดอำนาจแบบอำนาจที่เกิดจากตัวปัจเจก (Power from With) อำนาจในการจัดตั้ง (Power With) อำนาจในการกระทำ (Power To) และอำนาจเหนือ (Power Over) ที่สามารถขจัดอุปสรรคขวากหนามที่กีดกันกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเปลี่ยน/สร้างสรรค์ของผู้หญิง การเสริมอำนาจในแบบสตรีนิยมมีลักษณะเป็นพลวัต (Dynamics) เป็นกระบวนการ (Process) และอำนาจที่เกิดจากกระบวนการดังกล่าวเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหยีบยั้งให้ทันได้ อำนาจจะต้องถูกสร้างขึ้นโดยตัวผู้หญิงเอง

เพื่อฉายภาพกระบวนการในการสร้างพลังอำนาจของแต่ละประเภท ผู้เขียนได้รวบรวมข้อมูลเพื่อให้เกิดความเข้าใจและแยกแยะความแตกต่างของความหมายและกระบวนการทำงานของอำนาจให้ละเอียดลึกซึ้ง (Rowland, Jo., 1997)

1. อำนาจเหนือ (Power Over) ในมิติของสายสตรีนิยมให้ความหมาย “อำนาจเหนือ” หมายถึงสัมพันธเชิงอำนาจระหว่างหญิงชายในสังคมที่ไม่มีความเสมอภาคระหว่างหญิงชาย ถ้าต้องการให้ผู้หญิงมีบทบาทและเข้าถึงสังคมมีความเท่าเทียมระหว่างเพศหญิงและเพศชายมากขึ้น ผู้หญิงต้องได้รับการเสริมสร้างพลังอำนาจ เช่น การศึกษา การเป็นสมาชิกของกลุ่มผู้หญิงที่นำไปสู่การสร้างรายได้

2. อำนาจที่เกิดจากตัวปัจเจก (Power from Within) คือ เป็นอำนาจที่เกิดจากตัวปัจเจกที่สร้างขึ้นจากความเข้มแข็ง ความแข็งแกร่งที่มีอยู่ในแต่ละบุคคล บนฐานของการยอมรับตัวตนและความเคารพในตัวตนของตนเอง รู้ว่าเราเป็นใครและนำเราไปสู่ความเคารพและยอมรับผู้อื่นสามารถทำให้เราต่อสู้กับความกลัวได้ รวมถึงมีความสามารถที่จะตัดสินใจ

3. อำนาจในการจัดตั้ง (Power With) คือ เป็นอำนาจของการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม หรือเป็นองค์กรโดยการนำเอาประสบการณ์ต่าง ๆ ของแต่ละคนมาพูดคุยแลกเปลี่ยน และประสบการณ์นั้นอาจมีทั้งประสบการณ์ร่วมและประสบการณ์ที่แตกต่าง ซึ่งนำไปสู่การตั้งคำถามและการเรียนรู้ จากประสบการณ์ในการทดลองผิดถูกของผู้หญิงในหลากหลายรูปแบบเพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างชายกับหญิง

4. อำนาจที่จะกระทำ (Power To) คือ สภาวะอำนาจของความเป็นผู้นำอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นความปรารถนาที่จะเห็นกลุ่มคนหนึ่งบรรลุวัตถุประสงค์ตามความสามารถที่เขามีอยู่ อำนาจชนิดนี้ไม่จำเป็นที่จะต้องก่อให้เกิดความขัดแย้งในผลประโยชน์

3. การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในมิติการสร้างพลังอำนาจของผู้หญิง

UN Women (UN Women, 2021) เปิดเผยว่าในประเทศไทยมีผู้หญิงดำรงตำแหน่งผู้นำระดับสูงมากกว่า 32 % สูงกว่าค่าเฉลี่ยทั่วโลกที่ 27 % และค่าเฉลี่ยเอเชียแปซิฟิกที่ 26 % แต่อย่างไรก็ตามมีตัวชี้วัดในอีกหลายประเด็นที่แสดงให้เห็นว่าสิทธิและโอกาสของผู้หญิงยังคงเป็นรองผู้ชาย เช่น สัดส่วนผู้หญิงในรัฐบาล ตุลาการ และฝ่ายบริหาร ยังเป็นสัดส่วนที่น้อยทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น รวมทั้งพบว่าผู้หญิงมีสัดส่วนเพียง 23.9 % ของข้าราชการระดับสูงและความเท่าเทียมทางเพศในตำแหน่งผู้นำระดับสูงเพิ่มขึ้นเพียง 3 % ในช่วงสิบห้าปีที่ผ่านมา ถึงแม้ว่าผู้หญิงมีการศึกษาสูงกว่าชาย โดยอัตราการรู้หนังสือของผู้หญิงในเมืองมีสูงกว่าร้อยละ 100 และร้อยละ 90 ในชนบท อย่างไรก็ตามสิทธิและโอกาสของผู้หญิงยังคงด้อยกว่าผู้ชาย เช่น ประเด็นช่องว่างระหว่างรายได้ของผู้หญิง มีการประเมินว่าอีก 70 ปี ผู้หญิงจะมีรายได้เฉลี่ยจากการทำงานเท่ากับผู้ชาย (Exxonmobil, 2564; สถาบันพระปกเกล้า, 2561; กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2563)

จากข้อมูลสถิติปี พ.ศ. 2559 ระบุว่าประเทศไทยมีประชากรวัยแรงงาน คือ ผู้ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป มีจำนวนทั้งสิ้น 45.47 ล้านคน เป็นผู้หญิง 28.66 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 51.67 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากกว่าผู้ชายในวัยแรงงาน ครอบครัวสมัยใหม่จำเป็นต้องพึ่งพิงรายได้จากทั้งผู้หญิงและผู้ชายเพื่อให้เพียงพอในการจุนเจือครอบครัว ท่ามกลางความผันผวนทางเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา มีแนวโน้มตกต่ำอย่างต่อเนื่องถึงแม้ว่าจะเปิดเขตการค้าเสรี การส่งเสริมการลงทุน แต่ก็ยังมีปัญหาการขึ้นอัตราค่าแรงขั้นต่ำ ส่งผลต่อการแข่งขันในตลาดแรงงาน แม้ว่าประชากรผู้หญิงที่อยู่ในวัยแรงงานมากกว่าผู้ชาย แต่อัตราของผู้หญิงที่มีงานทำยังต่ำกว่าผู้ชาย ในส่วนของพื้นที่ชนบทพบว่าผู้หญิงจำนวนมากยังคงได้รับผลกระทบจากความยากจน รวมถึงการเลือกปฏิบัติ เช่น แนวทางปฏิบัติในการจ้างงาน การปฏิบัติต่อแรงงานผู้หญิงอย่างไม่เป็นธรรม และการเข้าถึงทรัพยากร นอกจากนี้ยังพบว่ายังขาดนโยบายในการส่งเสริมอำนาจทางเศรษฐกิจและการเข้าถึงบริการทางการเงินแก่กลุ่มผู้หญิงที่ด้อยโอกาส พบว่ามีผู้หญิงเพียง 13.67 % เท่านั้นที่สามารถยืมเงินจากสถาบันการเงิน (อภิชญา และวันชัย, 2564; อภิชญา, 2564; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563)

ถึงแม้ว่าการศึกษาและการเข้าสู่ตลาดแรงงานของผู้หญิงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้นแต่ทว่าพวกเขาก็ยังเผชิญกับปัญหาความไม่เท่าเทียมทางเพศ ดังนั้นกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จึงได้จัดทำแผนพัฒนาสตรี 2560 - 2564 ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 โดยกำหนด 5 ยุทธศาสตร์ของการพัฒนาผู้หญิง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุทธศาสตร์ที่ 2 'เสริมพลัง เพิ่มบทบาทการมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิตแก่สตรีทุกกลุ่มและทุกระดับ (Empowerment Measures)' ถือว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่เน้นการพัฒนาทุนมนุษย์หนึ่งในเป้าประสงค์และตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์นี้คือ เพิ่มบทบาทการมีส่วนร่วมของผู้หญิงในด้านเศรษฐกิจ รวมถึงสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับผู้หญิง มีการเรียนรู้และได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถ

เข้าใจและใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเข้าถึงข้อมูลความรู้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตอย่างมีศักยภาพ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงและทันโลกทันสมัย (กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2563; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563; สหประชาชาติประเทศไทย, 2564)

กลยุทธ์ในการสร้างพลังอำนาจผู้หญิงมีได้หลายวิธี เช่น การศึกษา การรวมกลุ่ม การสร้างเครือข่าย และการเข้าฝึกอบรม อย่างไรก็ตามมีนักวิชาการทั้งไทยและต่างประเทศเล็งเห็นว่าเทคโนโลยีการสื่อสารสามารถเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการสร้างอำนาจให้กับผู้หญิง เพราะปัจจุบันนี้ปฏิเสธไม่ได้ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ‘สื่อสังคมออนไลน์’ (Social Media) ได้กลายเป็นสื่อหลักในการทำกิจกรรมของผู้หญิงพบว่าในปี ค.ศ. 2021 อัตราการใช้โซเชียลมีเดียของผู้หญิงเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดสาเหตุหนึ่งเป็นผลจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ส่งผลให้ผู้หญิงหันมาใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการทำกิจกรรมมากขึ้น Thailand Digital Stat 2021 จาก We Are Social และ Hootsuite ได้เผยว่าผู้หญิงใช้งาน Instagram มากถึง 61.7 % นอกจากนี้การใช้ Facebook และ YouTube ของผู้หญิงและผู้ชายมีสัดส่วนที่ไม่ต่างกันมาก โดยมีสัดส่วนของผู้หญิงมากกว่าเล็กน้อย กล่าวคือ ผู้หญิงใช้งาน Facebook 51.0 % ขณะที่ผู้ชายใช้ 49.0 % ในส่วนของ YouTube พบว่าผู้หญิงใช้งานอยู่ที่ 52.5 % ขณะที่ผู้ชายใช้ 47.5 % ในอีกด้านหนึ่งพบว่าผู้ชายนิยมใช้งาน LinkedIn และ Twitter มากกว่าผู้หญิง ผู้ชายใช้งาน LinkedIn และ Twitter อยู่ที่ 56.3 % และ 57.7 % ขณะที่ผู้หญิงใช้งานอยู่ที่ 43.7 % และ 42.3 % ตามลำดับ นอกจากนี้พบว่าผู้หญิงไทยใช้ Line ในแพลตฟอร์มย่อยของ Line มากกว่า 50 % กล่าวคือ Line Man 62 % ตามมาด้วย Line Job 66 % และ Line TV 59 % ตามลำดับ LINE 86.2 % (DATAREPORTAL, 2564)

จากการสืบค้นข้อมูลพบว่ามีหลักฐานเชิงประจักษ์เป็นจำนวนมากที่ยืนยันว่าสื่อสังคมออนไลน์ได้เพิ่มโอกาสให้กับผู้หญิงจนนำไปสู่การสร้างพลังอำนาจให้กับตนเอง และที่สำคัญสื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นประตูสำคัญที่จะดึงผู้หญิงให้ออกจากพื้นที่ในบ้าน (Domestic Sphere) เพื่อให้ได้มีโอกาสเข้าสู่พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) มากขึ้น การที่ผู้หญิงได้มีโอกาสเข้าสู่พื้นที่สาธารณะมากขึ้นนั้นส่งผลให้ผู้หญิงมีความมั่นใจกล้าที่จะทำในสิ่งที่ขัดต่อความเชื่อ ประเพณี และบรรทัดฐานของสังคมนั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Cummings, C. and O’Neil, T. (Cummings, C. and O’Neil, T., 2015) พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ได้เพิ่มความมั่นใจเพราะพวกเขาได้มีพื้นที่ในการแสดงออกทางความคิดจนกระทั่งพวกเขากล้าที่จะแสดงออกผ่านการกระทำต่าง ๆ เพื่อให้สังคมยอมรับในงานวิจัยของ Shockley, B., Lari, A. N., and El-Maghraby, A. A. E. (Shockley, B. et al., 2020) ได้เสริมว่าสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลให้ผู้หญิงได้รับเสียงสนับสนุนของคนในชุมชนให้เป็นผู้นำ (Leadership) ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือหนึ่งในการลดความอคติทางเพศ นอกจากนี้ Gurumurthy, A. and Chami, N. (Gurumurthy, A. and Chami, N., 2014) ได้เสริมว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางที่ทำให้ผู้หญิงเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการเข้าสู่ตลาดแรงงาน และยังให้อิสระภาพกับผู้หญิงในการแสดงออกทางความคิดในประเด็นต่าง ๆ

ส่วนงานวิจัยใหม่ ๆ ยังคงตอกย้ำให้เห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างพลังอำนาจให้กับผู้หญิงได้จริง เช่น งานวิจัยของ Hurley, Z. (Hurley, Z., 2021) ได้ศึกษาพลังอำนาจสื่อออนไลน์ของผู้หญิงผ่านหัวข้อ “#reimagining Arab Women’s Social Media Empowerment and the Post-digital condition” โดยศึกษาในกลุ่มประเทศอาหรับที่แนวคิดชายเป็นใหญ่ยังคงเป็นบรรทัดฐานสำคัญในการดำเนินชีวิตของผู้คน สาเหตุที่ทำให้แนวคิดชายเป็นใหญ่ยังคงมีอิทธิพลอยู่ส่วนหนึ่งมาจากการปกครองโดยใช้หลักศาสนาอิสลามตามธรรมเนียมผู้หญิงควรเป็นกุลสตรีที่มีพฤติกรรมเหมาะสม รับผิดชอบและเชื่อฟังคำพูดผู้ชาย ดูแลงานบ้าน ถือเป็นหน้าที่สำคัญของผู้หญิง ดังนั้นการที่ผู้หญิงออกมาเรียกร้องสิทธิความเท่าเทียมในสังคม เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้ยาก แต่ทว่าการเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ทำให้ผู้หญิงไม่เพียงแต่มีพื้นที่ในการเรียกร้องสิทธิ แต่ยังสามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างอำนาจให้กับผู้หญิงโดยผ่านผู้หญิงที่เป็นชนชั้นนำ เช่น ดารา นางแบบ บุคคลที่มีชื่อเสียง และบุคคลในสังคมชนชั้นสูง บุคคลเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของผู้คนที่ติดตาม

ผ่านสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะบนแอปพลิเคชันของอินสตาแกรม (Instagram) Hurley, Z. ได้หัยยกผู้หญิงที่เป็นอินฟลูเอนเซอร์เพื่อเป็นกรณีศึกษาดังนี้

1. Shahad AI Jaber เป็นผู้หญิงชาวคูเวต เธอได้โพสต์การใช้ชีวิตส่วนตัว อาทิเช่น การโพสต์ภาพเสื้อสีดำซึ่งเป็นสัตว์เลี้ยวของเธอ ในสังคมของชาวคูเวตนั้นเสื้อสีดำเป็นสัตว์เลี้ยวที่ผู้ชายคูเวตเลี้ยว เพราะเป็นสัตว์ป่าที่มีความดุร้ายและมีพลังกำลัง ดังนั้นการเลี้ยวเสื้อสีดำเป็นการแสดงสัญลักษณ์ของผู้ชาย (Masculine) นอกจากนี้เธอได้แสดงความรักกับเสื้อสีดำที่เป็นสัตว์เลี้ยวโดยการจูบซึ่งตามธรรมเนียมของประเทศคูเวตถือว่าเป็นข้อห้าม

2. Kholoud Al Ali เป็นผู้หญิงชาวกาตาร์ เธอได้โพสต์ภาพเพื่อสาธิตการแต่งหน้า การแต่งตัวตามแฟชั่น พร้อมกับอวดหุ่นสวยและโพสต์ท่าทางต่าง ๆ แต่ที่น่าสนใจเธอยังได้โพสต์ภาพการใช้ชีวิตที่หรูหราการใช้ชีวิตที่อิสระ ซึ่งเป็นรูปแบบของผู้ชาย แน่นอนว่าการกระทำดังกล่าวเป็นสิ่งที่สังคมของชาวกาตาร์มองว่าเป็นสิ่งที่ผู้หญิงไม่ควรกระทำ

3. Thehala เป็นชาวคูไบเธอใช้พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ในการแสดงทัศนคติของเธอต่อการรณรงค์รักษาสัตว์เลี้ยวและเรียกร้องสิทธิให้กับสัตว์ต่าง ๆ ที่ควรจะได้รับสิทธิให้อยู่อย่างอิสระ หลังจากที่เธอได้แสดงทัศนคติในประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นพบว่าผู้หญิงที่ติดตามเธอผ่านอินสตาแกรมเข้ามาแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ มากมายจนนำไปสู่การถกเถียงในสังคมที่เป็นโลกแห่งความเป็นจริง

4. Themayaahmas ได้โพสต์ปัญหาในประเด็นสังคม ประเด็นทางด้านการเมือง และเหตุการณ์ที่เป็นที่สนใจของคนเลบานอน เช่น การโพสต์ของเธอที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ระเบิดที่ท่าเรือเบรุตในปี ค.ศ. 2020 เป็นกระแสหนึ่งในหลาย ๆ กระแส ที่ส่งผลให้รัฐบาลที่บริหารประเทศในขณะนั้นได้ตัดสินใจลาออก

จากกรณีศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นพื้นที่ที่ผู้หญิงสามารถแสดงความเป็นตัวตน ทัศนคติ และที่น่าสนใจพื้นที่สังคมออนไลน์ของพวกเธอได้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะที่จะดึงดูดผู้คนที่มีทัศนคติเหมือนกันเข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพูดคุยเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ จนเกิดเป็นกระแสสังคม นอกจากนี้ข้อค้นพบของงานวิจัยชิ้นนี้ยังได้ชี้ให้เห็นว่า สื่อออนไลน์ยังได้สร้างพลังอำนาจให้ผู้หญิงกล้า (Dare To) ที่จะแสดงจุดยืนที่ตรงกันข้ามกับสังคม ประเพณีและวัฒนธรรม ที่แนวคิดสังคมชายเป็นใหญ่ยังคงดำรงอยู่ไม่ใช่แค่อำนาจที่เกิดขึ้นกับผู้หญิงที่เป็นกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์เท่านั้นแต่ทว่าอำนาจเหล่านี้ได้ส่งผ่านไปยังผู้หญิงจำนวนมาก และผู้ชายบางกลุ่มที่ติดตามชีวิตของเธอผ่านทางสื่อออนไลน์บนแอปพลิเคชันของอินสตาแกรม (Instagram)

งานวิจัย Etim, S. E. (Etim, S. E., 2020) ศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจสำหรับ SMEs ที่ผู้หญิงเป็นเจ้าของในทางตะวันตกเฉียงใต้ของประเทศไนจีเรีย “The Utilization of Social Media Platforms for Viability of female Owned Small and Medium-Scale Enterprises in South Eastern Nigeria” การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณมีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของธุรกิจ SMEs ทั้งหมด 400 คน โดยใช้แบบสอบถามถึงโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่ามากกว่า 93.2 % ได้ใช้โซเชียลมีเดียในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากสื่อเหล่านี้สามารถเข้าถึงกลุ่มของลูกค้าที่หลากหลายและมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป เมื่อผู้หญิงไนจีเรียเริ่มเข้ามามีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจมากขึ้นนักวิชาการหลายท่านมีความกังวลว่าปัญหาครอบครัวอาจเกิดตามมาเพราะตามธรรมเนียมปฏิบัติของผู้หญิงไนจีเรียการดูแลงานบ้านเป็นภาระหน้าที่ความรับผิดชอบที่สำคัญมากของผู้หญิง อย่างไรก็ตามผลการศึกษาเปิดเผยว่าโซเชียลมีเดียกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการแก้ปัญหาครอบครัวที่อาจจะเกิดขึ้นจากการที่ผู้หญิงไปทำงานนอกบ้าน เพราะโซเชียลมีเดียทำให้การทำงานของผู้หญิงคล่องตัวมากขึ้นจนทำให้ผู้หญิงสามารถจัดการงานนอกบ้านและงานในบ้านได้อย่างลงตัว นอกจากนี้ผลการศึกษายังเปิดเผยว่าผู้หญิงพร้อมเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีที่อยู่บนแอปพลิเคชันของสื่อสังคมออนไลน์และนำมาใช้ได้จริงกับการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางสำคัญในการสร้างพลังอำนาจให้ผู้หญิงจนนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถทางด้านเศรษฐกิจของผู้หญิง

บทความวิชาการ Kimball, G. (Kimball, G., 2019) ได้กล่าวถึงสื่อสังคมออนไลน์ภายใต้ชื่อหัวข้อ สื่อสร้างพลังอำนาจให้กับเยาวชนหญิงที่มีความกล้าให้เป็นนักเคลื่อนไหวในระดับโลก “Media Empowers Brave Girls to be Global Activist” ในศตวรรษที่ 21 การเคลื่อนไหวของเยาวชนยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องจากระดับประเทศสู่ระดับนานาชาติ สื่อโซเชียลมีเดีย เช่น Twitter Instagram Facebook และ TikTok ได้กลายเป็นพื้นที่ในการถกเถียงปัญหาต่าง ๆ Kimball, G. ได้หยิบยกตัวอย่างของเยาวชนหญิงที่ได้กลายมาเป็นผู้ที่จุดประกายความคิดให้กับคนทั่วโลก

Asmaa Mahfouz เป็นแกนนำในการเคลื่อนไหวทางการเมืองและเป็นหนึ่งในผู้ก่อตั้งขบวนการเยาวชน 6 เมษายน เธอได้จุดประกายจนนำไปสู่การประท้วงบนท้องถนนผ่านบล็อกวิดีโอ หลังจากวิดีโอถูกอัปโหลดไปที่ YouTube และภายในไม่กี่วันก็กลายเป็น "ไวรัล" และนำไปสู่การปฏิวัติประเทศอียิปต์ ในปี ค.ศ. 2011 เนื้อหาในบล็อกวิดีโอที่ถูกโพสต์บน Facebook นั้น ได้กล่าวถึงการเรียกร้องสิทธิมนุษยชนของชาวอียิปต์และการแสดงความไม่เห็นด้วยกับระบอบการปกครองของ Hosni Mubarak

Lili Evans และเพื่อนหญิงอีก 2 คน ได้ใช้โซเชียลมีเดียในการสร้างบล็อกเพื่อเชื่อมโยงเยาวชนหญิงที่มีความสนใจเรื่องเพศวิถีศึกษาและการคุมกำเนิด นอกจากนี้พวกเธอยังได้สร้างคลิปปิดิโอและโพสต์บน Young Feminist Wire (YFW) หลังจากนั้นคลิปปิดิโอนี้ได้ถูกนำมาใช้มากกว่า 300 ครั้ง และถูกโพสต์บนเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียของสมาคมเพื่อการพัฒนาสิทธิมนุษยชนและสิทธิผู้หญิง Association for human Rights and Women's Rights in Development (AWID)

ในปี ค.ศ. 2017 เป็นอีกหนึ่งปรากฏการณ์บนโซเชียลมีเดีย คือ การคุกคามทางเพศจนเป็นที่มาของแฮชแท็ก #MeToo ที่เริ่มต้นจากการเปิดโปงพฤติกรรมของโปรดิวเซอร์ใหญ่ในวงการฮอลลีวูด Harvey Weinstein ว่ามีพฤติกรรมคุกคามทางเพศดารานางและลูกจ้างหลายราย #MeToo ได้รับการกล่าวถึงในทวีตเตอร์กว่า 5 แสนครั้ง ภายในเวลาไม่ถึงเดือน และในเฟซบุ๊กมีการกล่าวถึงประเด็น #MeToo ถึง 12 ล้านครั้ง ภายในระยะเวลา 24 ชั่วโมง กระแส #MeToo เริ่มขึ้นในสหรัฐฯ และแพร่ไปทั่วโลกอย่างรวดเร็วในประเทศจีน กระแส #MeToo ไม่ได้ปะทุขึ้นในวงการบันเทิงและธุรกิจเหมือนในสหรัฐฯ แต่กลายเป็นวงการการศึกษา

จากการทบทวนที่กล่าวมาข้างต้น ผู้เขียนสามารถสรุปสรุปดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปการทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัย	สรุปเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ต่อการสร้างพลังอำนาจผู้หญิง
Gurumurthy, A. and Chami, N. (Gurumurthy, A. and Chami, N., 2014)	ผู้หญิงมีโอกาสเข้าสู่ตลาดแรงงานมากขึ้นเพราะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วและผ่านสื่อสังคมออนไลน์
Cummings, C. and O'Neil, T. (Cummings, C. and O'Neil, T., 2015)	ผู้หญิงกล้าแสดงออกทางความคิดมากขึ้นเพราะสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นพื้นที่ที่แสดงออกทางความคิด
Kimball, G. (Kimball, G., 2019)	สื่อสังคมออนไลน์บนแอปพลิเคชัน Twitter Instagram Facebook และ TikTok ได้เปิดพื้นที่ให้กับเยาวชนหญิงในการเรียกร้องสิทธิต่าง ๆ เช่น #Metoo
Shockley, B., Lari, A. N., and El-Maghraby, A. A. E. (Shockley, B. et al., 2020)	สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือลดอคติทางเพศในสังคมที่แน่วแน่ และลดอคติทางเพศนี้ไปสู่การยอมรับผู้นำที่เป็นผู้หญิง

ตารางที่ 2 สรุปการทบทวนวรรณกรรม (ต่อ)

ผู้วิจัย	สรุปเนื้อหาสื่อสังคมออนไลน์ต่อการสร้างพลังอำนาจผู้หญิง
Hurley, Z. (Hurley, Z., 2021)	ผู้หญิงกล้าที่จะแสดงจุดยืนที่ขัดต่อประเพณี วัฒนธรรมของตน โดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์บนแอปพลิเคชัน Instagram
Etim, S. E. (Etim, S. E., 2020)	สื่อสังคมออนไลน์ช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางเศรษฐกิจให้กับผู้หญิง

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อใช้เป็นฐานองค์ความรู้ในการศึกษาเรื่อง ‘อิทธิพลการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อมิติในการสร้างพลังอำนาจให้ผู้หญิง’ “แนวคิดสื่อใหม่ (New Media) และการสร้างพลังอำนาจ (Empowerment) ได้ถูกหยิบยกมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ หากกล่าวถึง ‘สื่อใหม่’ ผู้เขียนได้สรุปคำนิยามคือ การนำเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมรวมเข้ากับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้สามารถสื่อสารได้สองทาง (Two-Ways Communication) ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและมีศักยภาพเป็นสื่อประสม (Multimedia) หากกล่าวถึงปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ถือว่าเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลมากที่สุดเพราะมันเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิต และกลายมาเป็นสื่อในการทำกิจกรรมหลักของผู้หญิง มีหลักฐานเชิงประจักษ์จำนวนมากที่ศึกษาสื่อสังคมออนไลน์กับการสร้างพลังอำนาจผู้หญิงในกลุ่มประเทศที่แนวคิดสังคมปิตาธิปไตยยังคงปรากฏอยู่อย่างเหนียวแน่น เช่น กลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่น้อมนำคำสอนของอัลเลาะห์มาใช้ในการปกครองบ้านเมือง และกลุ่มประเทศแอฟริกา ผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ได้สร้างพื้นที่จนพวกเธอกล้าที่จะแสดงจุดยืนที่ตรงกันข้ามกับประเพณีความเชื่อของคนในสังคมนั้น (Hurley, Z., 2021; Etim, S. E., 2020) นอกจากนี้การศึกษาของ Kimball, G. (Kimball, G., 2019) ยังพบว่าผู้หญิงในกลุ่มเจนเอเรอชั่น Y ได้ใช้พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างพลังอำนาจให้กับตนเองได้ดีกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kaithong, B. (Kaithong, B., 2021) ที่ศึกษาการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน (ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต) มีผลต่อการสร้างพลังอำนาจให้กลุ่มสตรีชาติพันธุ์ไทลื้อ ผลการศึกษาพบว่าสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทในการบริหารจัดการครัวเรือนต่อกลุ่มเจนเอเรอชั่น Y เพราะพวกเขาสามารถเข้าถึงสินค้าและรู้ราคาสินค้าต่าง ๆ ผ่านสื่อออนไลน์ พวกเขาสามารถซื้อสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าแทนที่จะไปซื้อสินค้าที่ตลาด รวมทั้งพวกเขาสามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ และได้รับสิทธิที่เกี่ยวกับสวัสดิการของรัฐ อย่างเช่น เงินอุดหนุนเด็กแรกเกิด เป็นต้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลได้ตอบยั่วว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้นมีอิทธิพลต่อการสร้างพลังอำนาจให้กับผู้หญิงได้จริง และอำนาจที่เกิดขึ้นนั้นเป็นไปเพื่อส่งเสริมและพัฒนาความสามารถของผู้หญิงในการแก้ปัญหาด้วยตนเอง รวมทั้งสร้างความเข้มแข็งให้กับตัวผู้หญิงเองเพื่อปรับเปลี่ยนชีวิตของผู้หญิงให้ไปในทางที่ดีขึ้น ดังนั้นงานวิจัยชิ้นต่อไปผู้วิจัยขอเสนอ เรื่อง “อิทธิพลสื่อสังคมออนไลน์ต่อการสร้างพลังอำนาจของผู้หญิงในกลุ่มมิลเลนเนียล (Millennial: 1981 - 2000)”

References

- กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. (2563). รายงานการดำเนินงานการส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศของหน่วยงานภาครัฐประจำปี 2562 ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาสตรี พ.ศ. 2560 - 2564. กรุงเทพฯ: กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
- กรวรรณ พุทธิวิช. (2559). การเสริมพลังอำนาจและการสนับสนุนทางสังคมของสมาชิกเครือข่ายครอบครัวพ่อแม่เลี้ยงเดี่ยว. หลักสูตรสังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต การบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: โครงการเมธีวิจัยอาวุโสฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- คึกฤทธิ์ ปราโมช พล.ต. ม.ร.ว. (2510). *สังคมสมัยอยุธยา หนังสืออ่านประกอบคำบรรยายวิชาพื้นฐานอารยธรรมไทย*. กรุงเทพฯ: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- งานสื่อสารสังคม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.). (2560). “สกว.-นิด้า” จัดถกสื่อกระแสหลักในยุคประเทศไทย 4.0 : ภาคการศึกษา วิจัย และองค์กรสื่อมวลชน ร่วมเสวนา “ทิศทางการพัฒนาประเทศไทย 4.0 ภายใต้การสื่อสารยุคสื่อดิจิทัลใหม่” สร้างการพัฒนาเนื้อหาข่าว “ยุคคนทั่วไปกลายเป็นสื่อ”. เข้าถึงเมื่อ (27 มกราคม 2565). เข้าถึงได้จาก (<https://tsri.or.th/th/news/content/85/news>)
- เจียมจิตต์ ธรรมพิชัย. (2549). กระบวนการเสริมสร้างการเกิดพลังอำนาจในตนเองของสตรี กรณีศึกษาในศูนย์ธารชีวิต (เพื่อสตรี) พัทยา จ.ชลบุรี. หลักสูตรสังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต การบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ณัฐรัชดา วัฒนาชัยผล. (2560). สื่อใหม่กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม. ปีที่ 7, ฉบับที่ 1, หน้า 63-71
- นงเยาว์ เนาวรัตน์. (2561). การศึกษาของผู้หญิง: ตัวตนและพื้นที่ความรู้. มุลนิธิฟรีดริค เอแบร์ท และสาขาวิชาสังคมศาสตร์การศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต. วารสารนักบริหาร. ปีที่ 31, ฉบับที่ 4, หน้า 99-103
- วราพร คำจับ. (2562). สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ปีที่ 7, ฉบับที่ 2, หน้า 143-159
- สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนากิจการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *ทิศทางการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564)*. เข้าถึงเมื่อ (กันยายน 2564). เข้าถึงได้จาก (https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue)
- สถาบันพระปกเกล้า. (2561). *เสมอภาคสร้างได้*. สำนักวิจัยและพัฒนา สถาบันพระปกเกล้า
- สหประชาชาติประเทศไทย. (2564). เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน 5 ความเท่าเทียมทางเพศสร้างความเท่าเทียมทางเพศ เสริมพลังทางสังคมแก่ผู้หญิงและเด็กหญิง. เข้าถึงเมื่อ (15 กรกฎาคม 2564). เข้าถึงได้จาก (<https://thailand.un.org/th/sdgs/5>)
- อนิษฐา ทาญักกิตินิยม. (2564). รูปแบบการขับเคลื่อนบทบาทสตรีต่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนในศตวรรษที่ 21. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ. ปีที่ 6, ฉบับที่ 4, หน้า 355-371
- อัญธิษฐา อักษรศรี และวันชัย แสงสุวรรณ. (2564). บทบาทของสตรีไทยในยุคไทยแลนด์ 4.0. วารสารวิจัยวิชาการ. ปีที่ 4, ฉบับที่ 3, หน้า 297-310
- Armstrong, B. (2021). **How Coinbase thinks about the Metaverse**. Access (1 August 2020). Available (<https://blog.coinbase.com/how-coinbase-thinks-about-the-metaverse-16d8070f4841>)
- Bucy, P. E. (2005). **Living in the Information Age: A New Media Reader**. Wadsworth: Canada
- Clark, A. P. (2021). **The Metaverse Has Already Arrived. Here's What That Actually Means**. Access (15 August 2020). Available(<https://time.com/6116826/what-is-the-metaverse/>)
- Cummings, C. and O'Neil, T. (2015). **Do digital information and communications technologies increase the voice and influence of women and girls?**. Access (1 August 2020). Available (<https://cdn.odi.org/media/documents/9622.pdf>)

- DATAREPORTAL. (2021). **DIGITAL 2021: THAILAND**. Access (16 August 2020). Available (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-thailand>)
- Dasshti, A. A., Abdullah, H., and Johar, A. H. (2015). Social Media and Spiral of Silence: the case of Kuwaiti Female Students' Political Discourse on Twitter. **Journal of International Women's Studies**. Vol. 16, No. 3, pp. 42-53
- Etim, S. E. (2020). The Utilization of Social Media Platforms for viability of Female-owned Small and Medium-scale Enterprises in South Eastern. **AUDCE**. Vol. 16, No. 1, pp. 99-111
- Everett, A. (2003). **Digitextuality and Click Theory: Theses on Convergence Media in the Digital Age**. In A. Everett, ed. & J. Caldwell (Eds.), *New media: Theories and practices of digitextuality* (pp. 1-28). New York: Routledge
- Exxonmobil. (2564). **ก้าวอย่างแห่งอนาคต: เส้นทางบทบาทของสตรีในทางเศรษฐกิจ**. เข้าถึงเมื่อ (10 กรกฎาคม 2564). เข้าถึงได้จาก(<https://energyfactor.exxonmobil.asia/th/projects/economic-community-development/saving-pathways-womens-economic-inclusion/>)
- Freire, P. (1996). **Pedagogy of the Oppresses**. Penguin Books: London. New York
- Gencem, M. and Oksuz, B. (2015). A Fact or an Illustration: Effective Social Media Usage of Female Entrepreneurs. **Procedia-Social and Behavioral Science**. Vol. 195, pp. 293-300
- Gurumurthy, A. and Chami, N. (2014). **Gender Equality in the Information Society**. London: DFID
- Hurley, Z. (2021). **#reimagining Arab Women's Social Media Empowerment and the Postdigital Condition. Social Media+Society**. Access (1 August 2020). DOI: 10.1177/20563051211010169
- Jenkins, H. (Ed.). (2006). **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**. New York: New York University Press
- Kimball, G. (2019). Media Empowers Brave Girls to be Global Activities. **Journal of International Women's Studies**. Vol. 20, No. 7, pp. 35-56
- Kabeer, N. (2016). Economic Pathways to Women's Empowerment and Active Citizenship: what does the evidence from Bangladesh tell us?. **Journal of Development Studies**. pp. 1-15
- Kaithong, B. (2021). Women's Empowerment through Exposure to Media Messages: A Case Study of the Thai-So Ethnic Group, Kusuman District, Sakon Nakhon Province, Thailand. **Journal of Mekong Societies**. Vol. 17, No. 1, pp. 110-135
- Muang Thai Insurance. (2564). **ผู้หญิงยุคใหม่ เป็นช้างเท้าไหนกันแน่?**. เข้าถึงเมื่อ (10 กรกฎาคม 2564). เข้าถึงได้จาก (<https://www.muangthaiinsurance.com/livecoaching/blog/detail/122>)
- New Media Theory. (2003). **Encyclopedia of Communication**. Access (12 November 2020). Available (https://edge.sagepub.com/system/files/77593_10.2ref.pdf)
- Rowland, Jo. (1997). **Questioning Empowerment**. Oxford: Oxfam
- SDG Move. (2564). **Goal 5: Gender Equality**. Access (12 November 2020). Available (<https://www.sdgmove.com/2016/10/06/goal-5-gender-equality/>)
- Shockley, B., Lari, A. N., and El-Maghraby, A. A. E. (2020). Social Media Usage and Support for Women in Community Leadership: Evidence from Qatar. **Women's Studies International Forum**. Vol. 81, pp. 1-12

- UN Women. (2021). **International Women's Day 2021**. Access (15 November 2020). Available (<https://www.unwomen.org/en/news/in-focus/international-womens-day>)
- UNDP. (2021). **Almost 90% of Men/Women Globally Are Biased Against Women**. Access (1 December 2020). Available (<https://www.undp.org/press-releases/almost-90-men-women-globally-are-biased-against-women>)
- Weber, M. (1968). **Economy and Society: An Outline of Interpretative Sociology**. New York: Bedminster Press
- WorkpointToday. (2564). สงครามเฟมินิสต์ จากคลื่นลูกที่ 1 ถึง ยุคดิจิทัล อำนาจและข้อโต้แย้งที่ไม่เคย เปลี่ยน. เข้าถึงเมื่อ (15 กรกฎาคม 2564). เข้าถึงได้จาก(<https://workpointtoday.com/lutte-feminism-chanettee2020/>)

การจัดจำหน่ายแบบมุ่งเน้นคุณค่าต่อลูกค้าตามแนวคิดการตลาดร่วมสมัย Customer-Focused Distribution Based on Contemporary Marketing Concepts

ประภาศรี พงศ์ธนาพานิช^{1*}

Prapasri Phongthanapanich^{1*}

Received: April 1, 2022; Revised: June 13, 2022; Accepted: June 13, 2022

บทคัดย่อ

การตลาดร่วมสมัยเกี่ยวข้องกับการสื่อสารสองทางที่มุ่งเน้นการสื่อสารที่ตรงเป้าหมายและสอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าอย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าในระยะยาว หรืออาจกล่าวได้ว่า การตลาดร่วมสมัยมุ่งเน้นคุณค่าไปสู่ลูกค้าและตลาด โดยเชื่อมโยงการตลาดเชิงซื้อขาย กับการตลาดเชิงสัมพันธ์ โดยใช้ระบบข้อมูลที่ทันสมัยเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคจากทั่วทุกมุมโลกทางออนไลน์ในรูปแบบปฏิสัมพันธ์ ธุรกิจจึงต้องพัฒนาระบบการจัดจำหน่ายของตนให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หรือการมุ่งเน้นคุณค่าต่อลูกค้า โดยการจัดจำหน่ายสมัยใหม่ที่พัฒนามาบนพื้นฐานของเทคโนโลยีทางวิศวกรรมและระบบสารสนเทศ เทคโนโลยีสมัยใหม่ ทั้งระบบการบริหารจัดการการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ที่ทำให้ผู้ขายและผู้ซื้อสามารถทราบสถานะของสินค้าได้ตลอดเวลา และกลยุทธ์การกระจายสินค้าสมัยใหม่ในการเชื่อมโยงเครือข่ายโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สินค้าถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัย รวดเร็วและมีต้นทุนการจัดจำหน่ายที่ถูกลง ดังนั้นระบบการจัดจำหน่ายในอนาคตต้องเป็นระบบที่พัฒนามาบนพื้นฐานของระบบจัดการฐานข้อมูลการตลาดและเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่สามารถบูรณาการธุรกรรมทางการตลาด ธุรกรรมทางการเงิน ระบบตัวแทนจำหน่าย ระบบการกระจายสินค้า และระบบอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการติดตามสินค้าด้วยตนเอง รวมถึงระบบให้บริการหลังการขาย ปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ ได้แก่ คลังสินค้าอัตโนมัติ โดรนลำเลียง และรถบรรทุกไร้คนขับ เพื่อช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการจัดจำหน่าย

คำสำคัญ : การจัดจำหน่าย; มุ่งเน้นคุณค่าต่อลูกค้า; การตลาดร่วมสมัย; การตลาดออนไลน์

¹ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

¹ School of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University

* Corresponding Author, Tel. 08 9209 3666, E - mail: Prapasri.phongthanapanich@gmail.com

Abstract

Contemporary marketing involves two-way communication focuses on delivering concise and consistent messages with specific customer behaviors to create long-term customer satisfaction. In other words, contemporary marketing focuses on customers and markets by connecting transactional marketing to relationship marketing using a modern information system to reaching consumers from all over the world online in an interactive way. Businesses, therefore, need to develop their distribution systems to be able to meet customer needs or focus on customer value by modern distribution developed based on modern engineering technology and information technology systems. An online distribution management system that allows sellers and buyers to know the status of their products at all times and modern distribution strategies to connect logistics networks effectively make the product reach the customer safely, fast and with lower distribution costs. Therefore, the future distribution system must be a system developed based on Marketing database management system & IT that can integrate marketing transactions, financial transactions, dealer system, distribution system and facilities system for customers to track goods by themselves including after-sales service system. Nowadays, there are many modern technologies such as automated warehouses, delivery drones, autonomous trucks that helps to create efficiency of distribution and create value for customers.

Keywords: Distribution; Customer Value-Oriented; Contemporary Marketing; Online Marketing

บทนำ

บทความนี้จะได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบหรือระบบของการจัดจำหน่าย ที่ธุรกิจจะต้องปรับตัวให้เท่าทันกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการออกแบบและจัดการการจัดจำหน่ายให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำรงชีวิตและความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงในสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิตและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในส่วนบุคคลและในภาคธุรกิจที่ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ตามแนวทางชีวิตวิถีใหม่หรือนิว�อร์มอล เพื่อก้าวไปสู่ชีวิตวิถีถัดไป (Next Normal) ในช่วงหลังสถานการณ์โควิด 19 ซึ่งประชาชนทุกเพศทุกวัยทั่วโลก ได้ปรับตัวเพื่อความอยู่รอด ทั้งวิถีคิด วิถีเรียนรู้ วิถีสื่อสาร และวิถีปฏิบัติ โดยเฉพาะการเปิดรับเทคโนโลยีและบริการดิจิทัลสมัยใหม่ รวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในด้านความสะดวกสบายและคุณค่าที่ลูกค้าต้องการนำไปสู่การพัฒนาของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ การบริการจัดส่งอาหาร และการเลือกซื้อสินค้าผ่านประสบการณ์เสมือนจริง รวมถึงการจ่ายเงินแบบ e-payment ระบบการจัดส่งสินค้าแบบไร้สัมผัส เทคโนโลยีการสั่งงานด้วยเสียง หรือการจำลองโลกเสมือนจริง (Augmented Reality) (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2565) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Metaverse หรือโลกเสมือนที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ผู้คนให้มาทำกิจกรรมร่วมกัน อย่างมีปฏิสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นการพบปะ ท่องเที่ยว ซื้อสินค้าออนไลน์ หรือบันเทิง โดยอาศัยเทคโนโลยี Augmented Reality (AR) และ Virtual Reality (VR)

วิถีชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน พบว่าเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยเฉพาะเมื่อมีสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 และการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ต ทำให้รูปแบบการซื้อสินค้าหรือใช้บริการของผู้บริโภค จากที่เคยซื้อสินค้าผ่านร้านค้า หรือการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์ ทั้งร้านค้าปลีกที่พัฒนาเป็นร้านค้าสมัยใหม่ เช่น คอมมูนิตี้มอลล์ สถานีบริการน้ำมันครบวงจร ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เป็นต้น ซึ่งผู้บริโภคสามารถ

เลือกซื้อหรือใช้บริการสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้อย่างครบวงจร จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ความไว้วางใจต่อผู้ขาย ความพึงพอใจ และการมุ่งเน้นคุณค่าต่อลูกค้า นำมาซึ่งการซื้อซ้ำและการบอกต่อ (Punpukdee, A. et al., 2021) และจากผลการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ปี พ.ศ. 2564 พบว่า มีการใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ 10 ชั่วโมง 36 นาที โดยผู้ซื้อนิยมซื้อสินค้าผ่าน e-Marketplace ได้แก่ Shopee และ Lazada มากที่สุด อย่างไรก็ตาม มีการซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook, LINE และ Instagram ในระดับสูงตามลำดับเช่นกัน ส่วนผู้ขายนิยมขายสินค้าผ่าน Social Commerce มากที่สุด โดยมี Facebook เป็นลำดับแรกถึงร้อยละ 65.5 รองลงมาคือ Shopee, LINE, Lazada และ Instagram (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564) นอกจากนี้จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2564 พบว่าสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียถูกปรับเป็นช่องทางการขายมากขึ้นเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น Facebook, LINE และ Instagram โดยพบว่าคนไทยชอบป้อนผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากการที่มีผู้ขายออนไลน์หันมาไลฟ์สดขายสินค้าผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย รวมถึงมาร์เกตเพลส ซึ่งส่งผลทำให้ร้านค้าปลีกหันมาขายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าโซเชียลมีเดียอื่น ๆ มีการปรับตัวและผู้บริโภคเข้ามาใช้งานมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอินสตาแกรม ซึ่งหลังเปิดตัวอินสตาแกรมเรียลไทม์ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 ที่สามารถใช้ได้ทั่วโลก ครอบคลุม 50 ตลาดในประเทศไทย ส่วนยูทูบซึ่งปัจจุบันมีมากกว่า 7,000 ช่อง ยูทูบเบอร์ไทยที่มีผู้ติดตามมากกว่า 100,000 ราย และจำนวนชั่วโมงของเนื้อหาที่อัปโหลดเพิ่มขึ้นร้อยละ 80 รวมถึงกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ที่ได้รับความนิยมมากขึ้นด้วย ซึ่งพบว่าร้อยละ 57 คุณแล้วจะไปหาข้อมูลเพิ่มเติม ร้อยละ 56 คุณแล้วสนใจซื้อทันที และร้อยละ 46 คุณแล้วให้ความรู้เพิ่มขึ้น (ผู้จัดการออนไลน์, 2564)

สาระในบทความนี้มุ่งนำเสนอแนวคิดของการตลาดร่วมสมัยเพื่อให้ผู้อ่านได้เห็นภาพรวมของการตลาดร่วมสมัยที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค การพัฒนาของเทคโนโลยีและการสื่อสาร และผลกระทบของการแพร่ระบาดของโควิด 19 ที่ทำให้รูปแบบการตลาดต้องปรับเปลี่ยนให้เท่าทันกับความต้องการของผู้บริโภค บทความนี้จึงทำให้ผู้อ่านที่เป็นผู้บริโภคได้เข้าใจแนวคิดของการตลาดร่วมสมัยในด้านการจัดจำหน่าย และทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจได้มีความเข้าใจและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ โดยเฉพาะระบบการจัดจำหน่ายที่ต้องบูรณาการธุรกรรมทางการตลาดการเงิน ช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้า บนพื้นฐานของเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็วเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดจำหน่าย

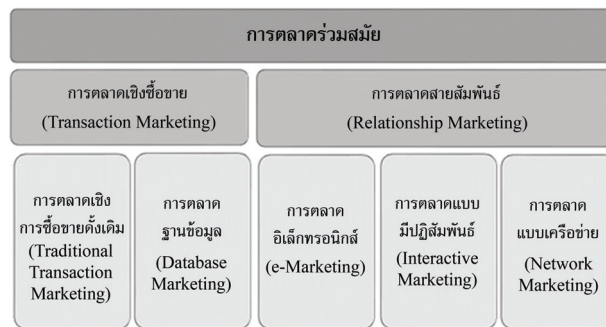
แนวคิดการตลาดร่วมสมัย

การตลาดร่วมสมัยประกอบด้วย การตลาดเชิงการซื้อขาย (Transaction Marketing) และการตลาดสายสัมพันธ์ (Relationship Marketing) (Lindgreen, A. et al., 2004; Blythe, J., 2014; Ranchhod, A. and Gurau, C., 2007) โดยแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ดังรูปที่ 1 คือ

1. การตลาดเชิงการซื้อขายดั้งเดิม (Traditional Transaction Marketing) ที่เป็นการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการ เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต โดยเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่ได้จากการนำปัจจัยการผลิตและแปลงสภาพให้เป็นสินค้าหรือบริการ และการตลาดฐานข้อมูล (Database Marketing) ที่มีสภาพตลาดของการซื้อสินค้าและบริการควบคู่กับการจัดทำสารสนเทศทางการตลาด จากการศึกษาพบว่าปัจจัยหลักที่ส่งผลถึงความสำเร็จทางการตลาด คือ วิธีการที่นักการตลาดนำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนไปยังผู้บริโภคตลอดจนวิธีการและกระบวนการที่นักการตลาดขายสินค้าให้กับลูกค้า (Punpukdee, A. et al., 2021)

2. การตลาดสายสัมพันธ์ แบ่งได้เป็น 3 แบบ คือ 1) การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketing) ที่เป็นการตลาดของการซื้อสินค้าที่มีการสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและกลุ่มผู้ขายโดยตรง มีการสร้างสารสนเทศเพื่อสื่อสารระหว่างกัน 2) การตลาดแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction Marketing) ที่เป็นการตลาดของการซื้อสินค้า

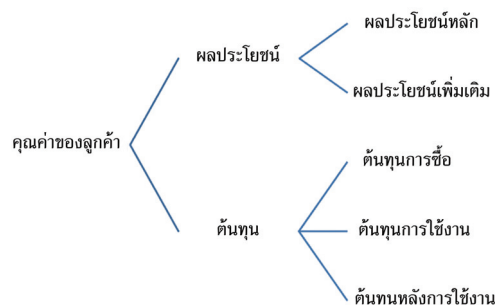
โดยมีการสื่อสารโดยตรงระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเป็นรายบุคคล มีการสนทนาเพื่อแลกเปลี่ยนสารสนเทศระหว่างกัน สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดระยะเวลาของการซื้อขายในรูปแบบของการสนทนาส่วนตัว และ 3) การตลาดแบบเครือข่าย (Network Marketing) ที่มีสภาพตลาดของการร่วมมือกันของธุรกิจในรูปแบบเครือข่าย เพื่อสร้างช่องทางในการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยอาศัยจุดเด่นและความถนัดในการทำการตลาดของธุรกิจ ในเครือข่าย และธุรกิจในเครือข่ายก็จะสร้างเครือข่ายในระดับล่าง ๆ ลงมาที่เรียกว่า ลูกข่าย ซึ่งเป็นแนวทางในการสร้างนักขายจำนวนมาก เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภคเป็นรายบุคคล (Strauss, J. and Frost, R., 2014) ดังนั้น การตลาดแบบเครือข่ายจึงต้องมีการสร้างช่องทางการสื่อสารทั้งในระดับธุรกิจต่อธุรกิจ และธุรกิจกับปัจเจกบุคคลที่มีประสิทธิภาพ ในปัจจุบันธุรกิจขนาดใหญ่จำนวนมาก ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการตลาดแบบเครือข่าย โดยอาศัยระบบสารสนเทศสมัยใหม่เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขายสินค้า (พงศ์สุภา, 2563)



รูปที่ 1 โครงสร้างของการตลาดร่วมสมัย

การมุ่งเน้นคุณค่าต่อลูกค้าในการตลาดร่วมสมัย

ปัจจุบันคุณค่าที่ลูกค้ากำหนดเป็นปัจจัยหลักสำคัญของการทำการตลาดร่วมสมัย ที่ธุรกิจต้องกำหนดเป็นเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ โดยธุรกิจต้องสามารถสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งขึ้นเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ (ประภาศรี และคณะ, 2563) ดังนั้น ผู้บริหารจะต้องกำหนดองค์ประกอบแต่ละตัวของส่วนประสมการตลาดให้สอดคล้องกันเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าและสามารถบรรลุเป้าหมายของธุรกิจไปพร้อมกัน ซึ่งส่วนประสมการตลาดที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การจัดจำหน่าย (Distribution) โดยคุณค่าของลูกค้า (Customer Value) หมายถึง การประเมินโดยรวมจากลูกค้าของธุรกิจเกี่ยวกับความคุ้มค่าของสินค้าหรือบริการ ที่อยู่บนพื้นฐานของผลประโยชน์ที่จะได้รับและต้นทุนที่ต้องเสียไป (Baran, R. J. and Galka, R. J., 2013) ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 คุณค่าของลูกค้า

คุณค่าของลูกค้าคือ การรับรู้ว่าสินค้าหรือบริการใดมีค่าต่อลูกค้าเมื่อเทียบกับทางเลือกอื่น คุณค่าจึงเป็นการเปรียบเทียบเชิงปริมาณในด้านผลประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ เศรษฐกิจ การบริการ และสังคม

ที่ลูกค้าได้รับ แลกกับราคาที่จ่ายสำหรับการเสนอขายตามตลาด (Aulia, S. A. et al., 2016) ผลประโยชน์ที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้าแบ่งออกได้เป็นสองประเภท ได้แก่ ผลประโยชน์หลัก และผลประโยชน์เพิ่มเติม โดยประโยชน์หลักคือ ความต้องการพื้นฐานที่ลูกค้าพึงพอใจเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดระดับคุณภาพและประสิทธิภาพ ตลอดจนความคาดหวังต่อสินค้าและบริการก่อนและหลังการขาย ส่วนผลประโยชน์เพิ่มเติมคือ คุณลักษณะของสินค้าหรือบริการที่อยู่นอกเหนือประโยชน์หลัก เช่น บริการเสริมที่ลูกค้าจะได้รับเมื่อซื้อหรือใช้สินค้าหรือบริการ เป็นต้น ที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างและเหนือกว่า ส่วนในด้านต้นทุนสำหรับลูกค้าแล้ว ต้นทุนรวมแบ่งออกเป็นสามประเภท เช่น ต้นทุนการซื้อ ต้นทุนการใช้งาน และต้นทุนหลังการใช้งาน ซึ่งค่าใช้จ่ายในการซื้อรวมถึงค่าใช้จ่ายในการค้นหา ประเมิน การซื้อ และการได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ ต้นทุนการใช้คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นระหว่างการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และรวมค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ต้นทุนหลังการใช้งานรวมถึงการรวบรวม การจัดเก็บ และการกำจัด (Kotler, P. and Keller, K. L., 2018) ซึ่งจะเห็นได้ว่าต้นทุนที่เกี่ยวข้องที่เป็นสิ่งที่ลูกค้านำไปเปรียบเทียบกับผลประโยชน์ที่ได้รับ ซึ่งก็คือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดจำหน่ายนั่นเอง เพราะในความเป็นจริง ลูกค้าคือ ผู้มีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ผลประโยชน์หรือคุณค่าต่อลูกค้าพิจารณาได้จากการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งได้แก่ ตัวสินค้าหรือบริการ และการส่งมอบสินค้าหรือบริการเหล่านั้นให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Marshall, G. W. and Johnston, M. W., 2015) จึงเห็นได้ว่า การสร้างคุณค่าแก่ลูกค้านั้น นอกเหนือจากการออกแบบและผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพแล้ว ยังสามารถทำได้ด้วยการจัดจำหน่ายในรูปแบบที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพนั่นเอง

การจัดจำหน่ายในการตลาดร่วมสมัย

ในทางการตลาด การจัดจำหน่ายเป็นกลยุทธ์ในการขนถ่ายหรือส่งมอบสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยการจัดจำหน่ายครอบคลุมถึงช่องทางการจัดจำหน่าย (Marketing Channel) และการกระจายสินค้า (Product Distribution) (Kotler, P. and Keller, K. L., 2018) การจัดจำหน่ายที่เหมาะสมจะอยู่รูปแบบใดทั้งนี้ก็ขึ้นกับหลายปัจจัย เช่น ตัวสินค้า ระยะทาง ต้นทุน การแข่งขันในตลาด และความต้องการของลูกค้า ในอดีตผู้ผลิตและผู้บริโภคมักอยู่ในพื้นที่ที่ไม่ห่างไกลกันมาก การจัดจำหน่ายระหว่างผู้ผลิตและลูกค้าสามารถทำได้โดยตรง และเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีทางการผลิตมากขึ้น ผู้ผลิตก็สามารถตั้งโรงงานเพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้คราวละมาก ๆ ทำให้ความใกล้ชิดระหว่างผู้ผลิตและลูกค้าลดลง (Marshall, G. W. and Johnston, M. W., 2015) การจัดจำหน่ายโดยตรงระหว่างผู้ผลิตและลูกค้ายังคงสามารถทำได้แต่ต้องใช้เวลานานและลูกค้าอาจไม่ได้รับความพึงพอใจมากนัก จึงได้มีการพัฒนาการจัดจำหน่ายด้วยการเกิดระบบการค้าปลีก (Retailing) เพื่อให้สินค้าบางส่วนที่ผลิตจากโรงงานสามารถกระจายไปในพื้นที่ที่อยู่ใกล้ลูกค้ามากที่สุด อันจะเป็นการกระจายสต็อกสินค้าไปยังพื้นที่ที่อยู่ใกล้ลูกค้ามากที่สุด เพื่อลดระยะเวลาในการเข้าถึงของลูกค้า และลดปัญหาการมีสินค้าจำหน่ายไม่เพียงพอ (McDaniel, C. et al., 2011) ในปัจจุบันเมื่อรูปแบบการตลาดได้พัฒนาขึ้นมาเป็นระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์หรือการตลาดออนไลน์ ซึ่งผู้ขายและผู้ซื้อสามารถซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและข้อมูลของสินค้าได้ตลอดเวลาแบบออนไลน์ ทำให้รูปแบบและกลยุทธ์การจัดจำหน่ายต้องมีการปรับตัว เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในแง่ของคุณภาพการจัดจำหน่ายที่สูงขึ้น ลูกค้าสามารถเลือกดูสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง ประหยัดเวลาในการเดินทาง และมีการบริการจัดส่งหลายวิธี (วิภาวรรณ, 2558) ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการจัดจำหน่าย เช่น การอัปเดตสินค้าหรือการตอบคำถามของลูกค้าให้รวดเร็ว และการจัดส่งที่ตรงเวลา มีช่องทางที่หลากหลาย สะดวก เข้าถึงได้ง่าย เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เป็นต้น (ณัฐฐา และกนกพร, 2563) การจัดจำหน่ายสมัยใหม่ที่พัฒนาบนพื้นฐานของเทคโนโลยีทางวิศวกรรมและระบบสารสนเทศเทคโนโลยีสมัยใหม่ ระบบการบริหารจัดการการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ที่ทำให้ผู้ขายและผู้ซื้อสามารถทราบสถานะของสินค้า

ได้ตลอดเวลา และกลยุทธ์การกระจายสินค้าสมัยใหม่ในการเชื่อมโยงเครือข่ายโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สินค้าถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัย รวดเร็วและมีต้นทุนการจัดจำหน่ายที่ถูกลง (Roberts, M. L. and Zahay, D., 2013)

การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญของส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) อันจะนำมาสู่การเพิ่มศักยภาพทางการตลาดของธุรกิจเพื่อทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Kotler, P. and Keller, K. L., 2018) ปัจจัยเหล่านี้สร้างแรงจูงใจให้ลูกค้ามาซื้อหรือใช้บริการ เมื่อลูกค้าได้ซื้อหรือใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจ จึงมีความต้องการที่จะกลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำ กลายมาเป็นพฤติกรรมของความภักดี (Blythe, J., 2014) เนื่องจากในอดีตระบบการจัดจำหน่ายทางตรงเมื่อลูกค้าชำระเงินลูกค้าก็จะได้ครอบครองสินค้าทันที แสดงว่าลูกค้าจะมีความเป็นเจ้าของสินค้าทันทีที่มีการชำระค่าสินค้า แต่ในปัจจุบันภายใต้ระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อลูกค้าชำระเงินลูกค้าจะยังไม่ได้รับสินค้าโดยทันที แต่ต้องรอจนถึงระยะเวลาหนึ่งก่อนที่สินค้าจะถูกส่งมอบถึงมือลูกค้า ทำให้ลูกค้าไม่มีความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของสินค้าตามสิทธิที่ควรได้รับ ถ้าหากระยะเวลาการส่งมอบกินเวลานาน อาจทำให้ลูกค้าเกิดความกังวล และถ้าหากมีการส่งมอบเกินกว่าระยะเวลาที่ตกลงกันไว้ ก็อาจทำให้ลูกค้าเกิดความไม่เชื่อมั่นที่จะสั่งซื้อสินค้าในครั้งต่อไป ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวถือว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญของระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ จึงทำให้เกิดการพัฒนากระบวนการจัดจำหน่ายใหม่ ๆ เพื่อแก้ไขจุดอ่อนดังกล่าว โดยการพัฒนากระบวนการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานให้มีความทันสมัยโดยใช้เทคโนโลยีในการจัดส่งและเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้ารวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกเสมือนว่าลูกค้าจะมีความเป็นเจ้าของสินค้าทันทีที่มีการชำระค่าสินค้า เช่นเดียวกับที่เกิดขึ้นกับระบบการจัดจำหน่ายทางตรงในอดีต (Strauss, J. and Frost, R., 2014)

ในทางปฏิบัติ ธุรกิจอาจจำเป็นต้องใช้การจัดจำหน่ายแบบผสมผสานมากกว่าหนึ่งรูปแบบ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด เนื่องจากปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพในการจำหน่ายสินค้าของธุรกิจแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน (ประภาศรี และคณะ, 2563) ดังนั้น ในการออกแบบระบบการจัดจำหน่าย จึงต้องพิจารณาปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งระบบการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยปัจจัยสำคัญมีดังนี้

1. ความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ต้องนำมาใช้ในการตัดสินใจเพื่อออกแบบระบบการจัดจำหน่าย เพื่อมุ่งสู่คุณค่าต่อลูกค้า โดยทั่วไปลูกค้ามักคาดหวังสิ่งที่จะได้รับจากระบบการจัดจำหน่ายที่ดี 3 ประการ ได้แก่ สินค้าที่ได้รับมีความปลอดภัย ใช้เวลาในการส่งมอบสินค้าน้อยที่สุด และได้รับสินค้าภายในเวลาที่กำหนด จึงเป็นที่มาของการเกิดบริการส่งสินค้าด่วนภายใน 24 ชั่วโมงในปัจจุบัน (Do, N. T. T., 2021)

2. ปริมาณสินค้า เนื่องจากพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าของลูกค้าในปัจจุบัน โดยเฉพาะการสั่งซื้อสินค้าบนระบบการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มักอยู่ในรูปแบบของการซื้อปลีกย่อยเป็นรายชิ้น ทำให้ธุรกิจจำเป็นต้องออกแบบระบบการจัดจำหน่ายที่สอดคล้องกับการกระจายสินค้าปลีกย่อยเป็นรายชิ้นไปยังลูกค้ารายบุคคล ซึ่งปัจจุบันมีแอปพลิเคชันหลายแบรนด์ที่พัฒนาขึ้น เช่น แพลตฟอร์ม e-Marketplace ต่าง ๆ โดยมีการเชื่อมต่อการบริการที่หลากหลาย ทั้งการจัดส่งอาหาร บริการจัดส่งเอกสาร บริการขนส่ง ซื้อสินค้าและการชำระเงินออนไลน์ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาเพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สอดคล้องกับรูปแบบของพฤติกรรมการใช้บริการของลูกค้าในปัจจุบัน (Mullasatsarathorn, C. et al., 2020)

3. ความสะดวกสบายในการให้บริการ การจัดจำหน่ายสินค้าบางประเภทมีความจำเป็นต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายในการให้บริการ เนื่องจากสินค้ามีราคาสูง เป็นสินค้าที่มีความเฉพาะตัว หรือสินค้าที่อาจแตกหักได้ง่าย ดังนั้น การออกแบบระบบการจัดจำหน่ายที่มีรูปแบบเป็นการเฉพาะสินค้าอาจมีความจำเป็นเพื่ออำนวยความสะดวกสบายในการให้บริการให้กับลูกค้า เช่น ระบบการจัดจำหน่ายรถยนต์ ซึ่งเป็นระบบ

การจัดจำหน่ายแบบครบวงจรในทีเดียว ด้วยการพัฒนาระบบตัวแทนจำหน่ายทั้งในด้านการกระจายสินค้า จัดเก็บสินค้า และการให้บริการหลังการขาย (Phothikitti, K., 2021)

4. ต้นทุนการจัดจำหน่ายสินค้า โดยการออกแบบระบบการจัดจำหน่ายที่ดีอาจไม่ใช่เครื่องรับประกันความพึงพอใจของลูกค้าและความสำเร็จของธุรกิจ การออกแบบระบบการจัดจำหน่ายที่ดีนอกจากจะมองในเรื่องของประสิทธิภาพและประสิทธิผลแล้ว ยังต้องพิจารณาเรื่องของต้นทุนไปพร้อม ๆ กัน โดยต้นทุนระบบการจัดจำหน่ายต้องมีความสอดคล้องกับราคาและมูลค่าของสินค้า (Aulia, S. A. et al., 2016) เช่น ถ้าเป็นระบบส่งมอบสินค้าทั่วไปที่มีราคาไม่สูง ราคาการส่งมอบสินค้าก็ต้องไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับราคาสินค้า เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าหันมาใช้บริการการจัดจำหน่ายแทนการค้าเงินการด้วยตนเอง



รูปที่ 3 แนวคิดของระบบการจัดจำหน่ายในอนาคต

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ระบบการจัดจำหน่ายในอนาคตต้องเป็นระบบที่พัฒนามาบนพื้นฐานของระบบจัดการฐานข้อมูลการตลาดและเทคโนโลยีสารสนเทศ (Marketing Database Management System & IT) ที่สามารถบูรณาการธุรกรรมทางการตลาด ธุรกรรมทางการเงิน ระบบตัวแทนจำหน่าย ระบบการกระจายสินค้า และระบบอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการติดตามสินค้าด้วยตนเอง รวมถึงระบบให้บริการหลังการขาย ดังรูปที่ 3 ซึ่งเป็นรูปแบบของแนวคิดของระบบการจัดจำหน่ายในอนาคต นอกจากนี้ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ปัญญาประดิษฐ์ เทคโนโลยีหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ จะทำให้ระบบการจัดจำหน่ายจะสามารถบริหารจัดการตัวเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Autonomous System) สามารถสื่อสารไปยังผู้ผลิต ตัวแทนจำหน่าย และลูกค้าโดยอาศัยปัญญาประดิษฐ์ และสามารถจัดระบบการจัดจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับลูกค้าแต่ละราย ดังนั้น นักการตลาดในอนาคตจำเป็นต้องมีความรู้และเข้าใจการเปลี่ยนแปลงและการเข้ามาของเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถวางแผน คัดเลือก และใช้งานระบบการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสินค้าของธุรกิจด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพรณวดี เลิศชุมพลพันธ์ (พรณวดี, 2563) ที่เห็นว่าเทคโนโลยีในปัจจุบันเข้ามามีบทบาทและอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ดังนั้นธุรกิจจึงต้องปรับเปลี่ยนและกลยุทธ์การดำเนินงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม โดยนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงาน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยเริ่มนำสินค้าและบริการเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ ทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น ธุรกรรมการซื้อขายสะดวกรวดเร็วทั้งด้านของผู้ขายและผู้ซื้อ สามารถบันทึกประวัติการซื้อขายได้เพื่อประโยชน์ในการวางแผนการตลาดและกลยุทธ์อื่น ๆ

ระบบการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยความสามารถในด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร ดังตัวอย่างของระบบการจัดการโซ่อุปทานเชิงซิงโครไนซ์ (Synchronized Supply Chain) ซึ่งเป็นระบบการบริหารจัดการโซ่อุปทานของสินค้าทั้งระบบให้ดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อการประสานระบบโซ่อุปทานให้สามารถผลิตสินค้าด้วยจำนวนเท่ากับที่ต้องการขายจริงเท่านั้น ซึ่งทำให้ระบบโซ่อุปทานมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยการมีระบบการผลิตที่จัดการความสูญเปล่าและประหยัดต้นทุน การจัดการคำสั่งซื้ออย่างรวดเร็ว และการขนส่งทันเวลา ในปัจจุบันการระบุกิจกรรมหรือองค์ประกอบต่าง ๆ ในระบบโซ่อุปทานเชิงซิงโครไนซ์จะใช้ป้าย RFID (Radio Frequency Identification Tag, RFID Tag) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีหนึ่งที่ใช้ในการระบุสิ่งต่าง ๆ โดยอาศัยคลื่นวิทยุ รวมถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่กำลังมาทำงานแทนที่มนุษย์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ของระบบการจัดจำหน่าย เช่น การใช้หุ่นยนต์ไร้คนขับมาช่วยในการจัดส่งพัสดุ นอกจากนี้ยังมีตัวอย่างการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดจำหน่าย เช่น

1. คลังสินค้าอัตโนมัติ (Automated Warehouses) เป็นการนำเอาป้าย RFID มาใช้งานร่วมกับระบบอัตโนมัติ (Automation) และหุ่นยนต์ (Robot) เพื่อช่วยในการจัดเก็บ ขนถ่ายลำเลียง และเรียกคืนสินค้าทั้งหมดในคลังสินค้า โดยป้าย RFID จะถูกนำมาใช้ในการระบุตัวสินค้าและตำแหน่งจัดเก็บ ส่วนระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์จะถูกนำมาใช้ในการขนถ่ายลำเลียง ซึ่งมีความรวดเร็วและแม่นยำกว่ามนุษย์ ที่สำคัญยังเป็นระบบที่สามารถทำงานได้ 24 ชั่วโมง และสามารถรายงานการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในคลังสินค้าอัตโนมัติได้ทันที (Roberts, M. L. and Zahay, D., 2013)

2. โดรนลำเลียง (Delivery Drone) เป็นการนำเอาเทคโนโลยีอากาศยานขนาดเล็กแบบไร้คนขับ (Drone) มาใช้ในการขนส่งสินค้าจากผู้ขายไปยังลูกค้า ในปัจจุบันเทคโนโลยีนี้ยังมีข้อจำกัดอยู่มากทั้งในด้านข้อจำกัดของเทคโนโลยีและข้อกฎหมายเกี่ยวกับการสัญจรทางอากาศ อย่างไรก็ตามพบว่าโดรนลำเลียงเหมาะกับการขนส่งสินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องสี่เหลี่ยมที่มีขนาดไม่ใหญ่มาก น้ำหนักไม่เกิน 4.5 กิโลกรัม และมีระยะทางการขนส่งไม่เกิน 15 กิโลเมตร ซึ่งการขนส่งด้วยโดรนในระยะทางสั้น ๆ จะมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการขนส่งด้วยรถยนต์ และใช้เวลาในการขนส่งน้อยกว่าโดยไม่ต้องกังวลกับสภาพการจราจร ในอนาคตอาจมีการพัฒนาระบบโดรนลำเลียงให้มีความก้าวหน้ามากกว่าในปัจจุบัน โดยผู้ขายอาจมอบชุดส่งสัญญาณระบุพิกัดตำแหน่งให้ลูกค้านำไปติดตั้งในพื้นที่ลานกว้างของตัวบ้าน เพื่อใช้เป็นตำแหน่งในการขึ้นและลงของโดรนลำเลียง และเป็นที่คาดหมายว่าระบบโดรนลำเลียงจะถูกนำมาใช้งานแพร่หลายมากขึ้นในอนาคต (Greene, T., 2017)

3. รถบรรทุกไร้คนขับ (Autonomous Truck) เป็นการนำเอาระบบนำทางอัตโนมัติ (Autopilot) มาใช้ในการควบคุมรถบรรทุก เพื่อแก้ปัญหาความผิดพลาดของมนุษย์และช่วยให้ระบบการขนส่งสินค้าสามารถทำงานได้ 24 ชั่วโมง (Greene, T., 2017)

จะเห็นได้ว่า เทคโนโลยีและการสื่อสารในการจัดจำหน่าย ถูกนำมาใช้ในหลาย ๆ ธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจค้าปลีกและกระจายสินค้าที่ใช้การหุ่นยนต์และเทคโนโลยี RFID มาช่วยในการจัดการระบบโลจิสติกส์ทั้งภายในคลังสินค้าและการขนส่งไปยังผู้บริโภค รวมถึงการกระจายสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีรถบรรทุกไร้คนขับ หุ่นยนต์ไร้คนขับ และโดรนลำเลียง ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านี้ ปัจจุบันได้ถูกนำมาใช้เพื่อการบริหารด้านสุขภาพ ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว และธุรกิจบริการอื่น ๆ รวมถึงในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพื่อช่วยสร้างประสิทธิภาพทั้งในแง่ต้นทุนและความพึงพอใจของลูกค้า

บทสรุป

การตลาดร่วมสมัยเป็นแนวคิดในการพัฒนาการตลาดให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางการตลาดและธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทางเลือกของสินค้ามีความหลากหลายและลูกค้าความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและธุรกิจต่าง ๆ ได้ง่าย รวมถึงพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดจึงมีบทบาทที่สำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบ

ในการแข่งขันและมีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันลูกค้าเป็นผู้กำหนดความต้องการด้วยตนเอง และคุณค่าที่ต้องการ ดังนั้นธุรกิจที่สามารถออกแบบและวางแผนการดำเนินงานให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีที่สุดจะเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในทางธุรกิจ ธุรกิจจึงต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ คุณภาพ บริการหลังการขาย และต้นทุนการผลิต โดยการจัดจำหน่ายเป็นหนึ่งในงานการตลาดที่สำคัญและมีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ หากกิจการมีกลยุทธ์การจัดจำหน่ายที่ดี จะทำให้การดำเนินงานทางการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดจำหน่ายในการตลาดร่วมสมัยได้ถูกพัฒนาบนพื้นฐานของเทคโนโลยีทางวิศวกรรมและระบบสารสนเทศเทคโนโลยีสมัยใหม่ ได้แก่ การมีระบบการบริหารจัดการการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ที่ทำให้ผู้ขายและผู้ซื้อสามารถทราบสถานะของสินค้าได้ตลอดเวลา และกลยุทธ์การกระจายสินค้าสมัยใหม่ในการเชื่อมโยงเครือข่ายโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สินค้าถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัย รวดเร็วและมีต้นทุนการจัดจำหน่ายที่ถูกลง ดังนั้นระบบการจัดจำหน่ายในอนาคตต้องเป็นระบบที่พัฒนาบนพื้นฐานของระบบจัดการฐานข้อมูลการตลาดและเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่สามารถบูรณาการธุรกรรมทางการตลาด ธุรกรรมทางการเงิน ระบบตัวแทนจำหน่าย ระบบการกระจายสินค้า และระบบอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าในการติดตามสินค้าด้วยตนเอง รวมถึงระบบให้บริการหลังการขาย ปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ ได้แก่ คลังสินค้าอัตโนมัติ โดรนลำเลียง และรถบรรทุกไร้คนขับ เพื่อช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการจัดจำหน่าย

References

- ณัฐฐา สมประสงค์ และกนกพร ชัยประสิทธิ์. (2563). ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ เส้นทางภายในประเทศ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. ปีที่ 10, ฉบับที่ 2, หน้า 147-155
- ประภาศรี พงศ์ธนาพาณิช, สุวิณา ตังโพธิ์สุวรรณ และเชาว์ โรจนแสง. (2563). ความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารระดับตำบล (OTOP) ในจังหวัดนนทบุรี. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. ปีที่ 14, ฉบับที่ 2, หน้า 114-126
- ผู้จัดการออนไลน์. (2564). เจาะ 4 เทรนด์ผู้บริโภคปี 65. เข้าถึงเมื่อ (14 มีนาคม 2565). เข้าถึงได้จาก (<https://mgronline.com/business/detail/9640000125226>)
- พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น. (2563). การจัดการเครือข่ายทางธุรกิจในแง่มุมมองของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทางธุรกิจ. **Journal of Roi Kaensarn Academi**. ปีที่ 5, ฉบับที่ 2, หน้า 142-151
- พรณวดี เลิศลุมพลิพันธุ์. (2563). แพลตฟอร์ม: เปลี่ยนกลยุทธ์ธุรกิจ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี. ปีที่ 14, ฉบับที่ 1, หน้า 150-157
- วิภาวรรณ มโนปราชญ์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2565). **Digital Transformation จาก New Normal สู่ Next Normal**. เข้าถึงเมื่อ (14 มีนาคม 2565). เข้าถึงได้จาก (<http://www.depa.or.th/th/article-view/digital-transformation-new-Normal-next-normal>)
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2564. เข้าถึงเมื่อ (10 มิถุนายน 2565). เข้าถึงได้จาก (<https://www.etda.or.th/th/about-etda/etda-project/etda-annual-report.aspx>)

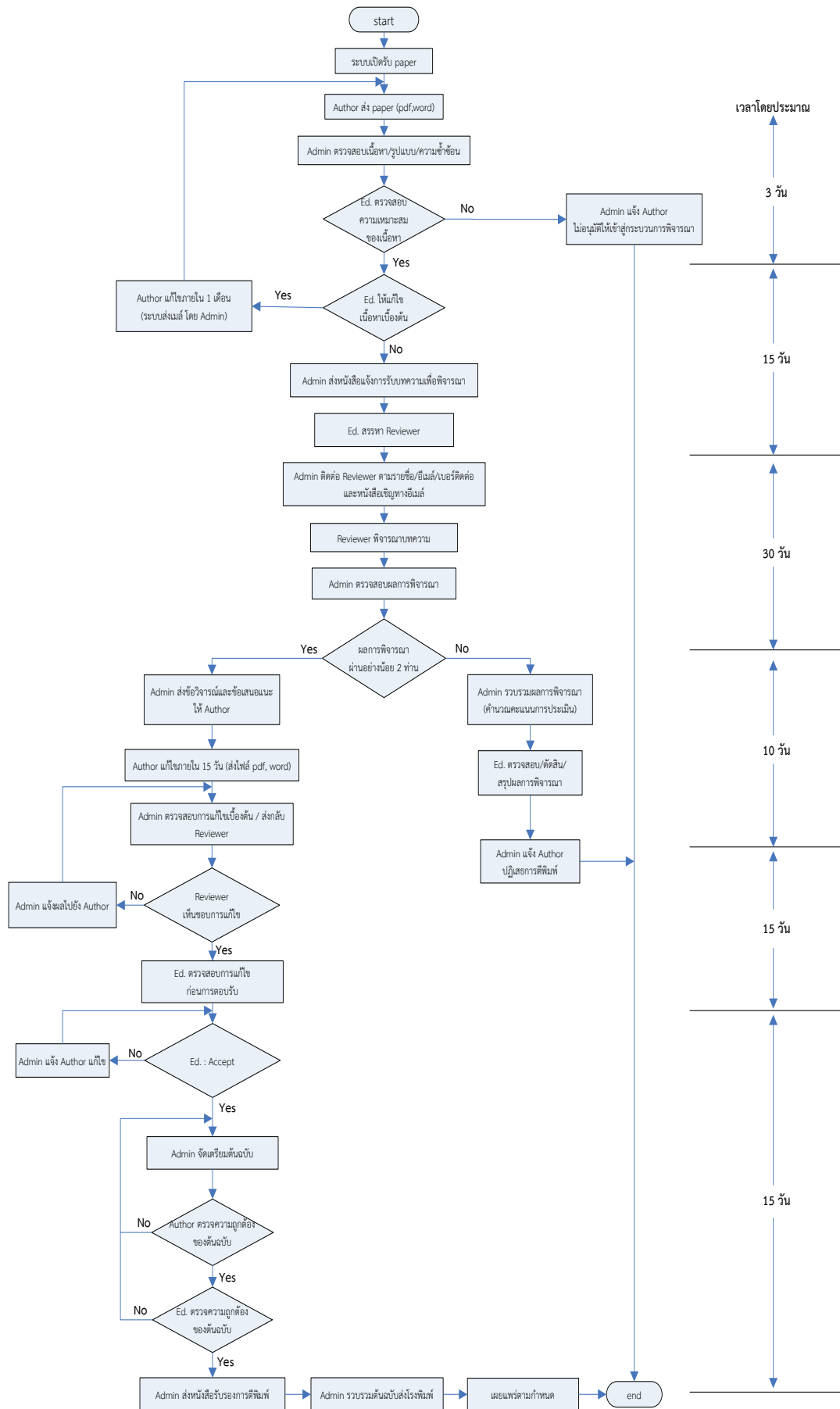
- Aulia, S. A., Sukati, I., and Sulaiman, Z. (2016). A Review: Customer Perceived Value and its Dimension. **Asian Journal of Social Sciences and Management Studies**. Vol. 3, No. 2, pp. 150-162. DOI: 10.20448/journal.500/2016.3.2/500.2.150.162
- Baran, R. J. and Galka, R. J. (2013). **CRM: The Foundation of Contemporary Marketing Strategy**. UK: Routledge
- Blythe, J. (2014). **Principles & Practice of Marketing**. 3rded. UK: SAGE Publication
- Do, N. T. T. (2021). Factors Leading to Online Purchase Intentions: Customized Gifts Industry in Denmark. **ABAC Journal**. Vol. 41, No. 1, pp. 100-120
- Greene, T. (2017). **Amazon Patent Details the Scary Future of Drone Delivery**. TNW. Access (18 March 2022). Available (<https://thenextweb.com/news/amazon-patent-details-the-scary-future-of-drone-delivery>)
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2018). **Marketing Management**. New Jersey: Prentice Hall
- Lindgreen, A., Palmer, R., and Vanhamme, J. (2004). Contemporary Marketing Practice: Theoretical Propositions and Practical Implications. **Marketing Intelligence & Planning**. Vol. 22, No. 6, pp. 673-692. DOI: 10.1108/02634500410559051
- Marshall, G. W. and Johnston, M. W. (2015). **Marketing Management**. 2nd ed., New York: McGraw-Hill
- McDaniel, C., Lamb, C. W., and Hair, J. F. Jr. (2011). **Introduction to Marketing**. 11th ed., Boston: Cengage Learning
- Mullasatsarathorn, C., Choknuttakul, K., Thanasansakonphop, N., Taweekul, J., Pibulcharoensit, S., and Duang-Ek-Anong, S. (2020). Factor Influencing the Customers to use Online Shopping Platform for Shopping Cosmetics: A Case Study of People in Bangkok. **AU-GSB E-JOURNAL**. Vol. 13, No. 1, pp. 52-67
- Phothikitti, K. (2021). Factors Impacting on Online Purchasing Behavior toward Consumers in Bangkok, Thailand. **AU-GSB E-JOURNAL**. Vol. 13, No. 2, pp. 120-126
- Punpukdee, A., Wattana, C., Punpairoj, W., Srichuachom, U., Yaklai, P., and Trongtortam, S. (2021). Key Factors Affecting Consumer Behavior in the Thailand Offline Marketing: Research Synthesis by Systematic Literature Review and Data Mining Techniques. **Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University**. Vol. 15, No. 2, pp. 21-32
- Ranchhod, A. and Gurau, C. (2007). **Marketing Strategies: A Contemporary Approach**. 2nded. London: Prentice Hall
- Roberts, M. L. and Zahay, D. (2013). **Internet Marketing: Integrating Online and Offline Strategies**. USA: South-Western, Cengage Learning
- Strauss, J. and Frost, R. (2014). **E-Marketing**. UK: Pearson



คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

RMUTI
ราชมงคลอีสาน

ผังการดำเนินงานของวารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

RMUTI JOURNAL Humanities and Social Sciences

1. ประเภทยของบทความที่ตีพิมพ์

1.1 บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่ได้จากงานวิจัย

1.2 บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความที่มีลักษณะดังนี้

1. เป็นบทความจากการทบทวนเอกสาร ซึ่งเป็นผลมาจากการวิจัยหลายๆ ครั้ง ถือเป็นบทความที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง
2. เป็นบทความนำเสนอกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทดสอบภาคสนาม รวมไปถึงเทคนิคการวิเคราะห์ใหม่ ๆ
3. เป็นบทความที่มาจากประสบการณ์ หรือความชำนาญของผู้เขียน
4. เป็นบทความเกี่ยวกับนโยบายด้านต่าง ๆ ของหน่วยงาน

2. รูปแบบการพิมพ์บทความ

การตั้งค่าน้ำกระดาษ

- ระยะเวลาขอบ

ขอบบน (Top Margin)	2.54 ซม.	ขอบล่าง (Bottom Margin)	2.54 ซม.
ขอบขวา (Right Margin)	2.54 ซม.	ขอบซ้าย (Left Margin)	3.17 ซม.

- ระยะทางบรรทัด 1 เท่า

- | | |
|-----------------------------------|-----------------|
| - รูปแบบตัวอักษร บทความภาษาไทยใช้ | TH SarabunPSK |
| บทความภาษาอังกฤษใช้ | Times New Roman |

- การย่อหน้า 7 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 8

- จำนวนหน้า 12 หน้า แต่ไม่ควรเกิน 15 หน้า

- | | | |
|-----------|------------|------------------------|
| - ข้อความ | ภาษาไทย | ขนาดตัวอักษร 24 ตัวหนา |
| | ภาษาอังกฤษ | ขนาดตัวอักษร 20 ตัวหนา |

- | | | |
|----------------|------------|-------------------------------|
| - ชื่อผู้เขียน | ภาษาไทย | ขนาดตัวอักษร 18 และจัดชิดซ้าย |
| | ภาษาอังกฤษ | ขนาดตัวอักษร 16 และจัดชิดซ้าย |

- ตัวเลขยก (ต่อท้ายนามสกุล) ขนาดตัวอักษร 18

- | | | |
|----------|------------|-----------------|
| - ท่อยู่ | ภาษาไทย | ขนาดตัวอักษร 14 |
| | ภาษาอังกฤษ | ขนาดตัวอักษร 10 |

- ชื่อหัวเรื่องหลักในบทความ เช่น “บทคัดย่อ” “คำสำคัญ” “วิธีดำเนินการ” “ผลการวิจัย”

“สรุปผลการวิจัย” “กิตติกรรมประกาศ” “เอกสารอ้างอิง” จัดชิดซ้ายหน้ากระดาษ

กรณีบทความภาษาไทย	ขนาดตัวอักษร 20 ตัวหนา
กรณีบทความภาษาอังกฤษ	ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา

- ชื่อหัวเรื่องรอง จัดขีดซ้ายหน้ากระดาษ

กรณีบทความภาษาไทย	ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา
กรณีบทความภาษาอังกฤษ	ขนาดตัวอักษร 12 ตัวหนา

- เนื้อหาในส่วนต่าง ๆ และคำสำคัญ

กรณีบทความภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 16
กรณีบทความภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 12

- ชื่อตาราง

กรณีบทความภาษาไทย ข้อความ “ตารางที่ x” ใช้ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา วางด้านบน ซิดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยชื่อตารางที่เป็นตัวอักษรขนาด 16 ไม่หนา

กรณีบทความภาษาอังกฤษ ข้อความ “Table x” ใช้ขนาดตัวอักษร 12 ตัวหนา วางด้านบน ซิดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยชื่อตารางที่เป็นตัวอักษรขนาด 12 ไม่หนา

- ชื่อรูปภาพ

กรณีบทความภาษาไทย ข้อความ “รูปที่ x” ใช้ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา วางด้านล่างจัดซิดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยคำชื่อรูปที่เป็นตัวอักษรขนาด 16 ไม่หนา

กรณีบทความภาษาอังกฤษ ข้อความ “Figure x” ใช้ขนาดตัวอักษร 12 ตัวหนา วางด้านล่างจัดซิดซ้ายหน้ากระดาษ ตามด้วยคำชื่อรูปที่เป็นตัวอักษรขนาด 12 ไม่หนา

3. ส่วนประกอบของบทความแต่ละประเภท

3.1 บทความวิจัย จะประกอบไปด้วย

ก. ส่วนปก

1. ชื่อบทความ (Title) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรกระชับรัด ไม่ยาวเกินไป บทความภาษาไทยชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทความภาษาอังกฤษชื่อเรื่องไม่ต้องมีภาษาไทย

2. ชื่อผู้เขียน (Authors) ชื่อเต็ม - นามสกุลเต็ม ของผู้เขียนทุกคน โดยให้รายละเอียดต้นสังกัดของผู้เขียนไว้ที่บรรทัดล่างสุดของหน้าแรก พร้อมทั้งระบุชื่อผู้เขียนประสานงาน (Corresponding Author) ด้วยการระบุ E-mail address ที่สามารถติดต่อได้ และให้ใส่เครื่องหมายดอกจัน (*) ด้วยกำกับไว้ต่อท้ายนามสกุล และตัวเลขยก ให้เขียนไว้ต่อท้ายนามสกุล เพื่อระบุที่อยู่ของผู้เขียน

3. บทคัดย่อ (Abstract) ควรสั้น ตรงประเด็น ครอบคลุมสาระสำคัญของการศึกษา ประกอบไปด้วยเนื้อหา ได้แก่ วัตถุประสงค์ วิธีการ ผลการวิจัย และการอภิปรายผล เป็นต้น โดยเขียนลงใน 1 ย่อหน้า ถ้าบทความเป็นภาษาไทย จะต้องมีบทคัดย่อภาษาไทย 1 ย่อหน้า และภาษาอังกฤษ 1 ย่อหน้า โดยให้ภาษาไทยขึ้นก่อน เนื้อความในบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษต้องมีความหมายเดียวกัน ความยาวของบทคัดย่อภาษาอังกฤษ กำหนดให้มีความยาวได้ไม่เกิน 300 คำ

4. คำสำคัญ (Key words) เป็นการกำหนดคำสำคัญที่สามารถไปใช้สืบค้นในระบบฐานข้อมูล หากเป็นบทความภาษาไทยต้องมีคำสำคัญ 2 ภาษา คือภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีความหมายตรงกัน ส่วนกรณีของบทความภาษาอังกฤษให้มีเพียงคำสำคัญในรูปแบบภาษาอังกฤษเท่านั้น จำนวนคำสำคัญที่กำหนดให้มีความสำคัญอย่างน้อย 3 คำ แต่ไม่เกิน 5 คำ

****หมายเหตุ :** เนื้อหาส่วนปกจะต้องเขียนให้อยู่ในกระดาษจำนวน 1 หน้า เท่านั้น

ข. ส่วนเนื้อหา

1. บทนำ (Introduction) เพื่ออธิบายถึงความสำคัญของปัญหา และวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงการทบทวนวรรณกรรม และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

2. วัสดุ อุปกรณ์ และวิธีการ (Materials and Methods) / วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) อธิบายเครื่องมือและวิธีการดำเนินการวิจัยให้ชัดเจน

3. ผลการวิจัย (Results) เสนอผลการทดลองอย่างชัดเจน ตรงประเด็น ควรมีรูปภาพและ/หรือ ตารางประกอบการอธิบายผลในตารางและรูปภาพ ต้องไม่ซ้ำซ้อนกัน รูปภาพและตารางของบทความที่เป็นภาษาไทย ให้บรรยายเป็นภาษาไทย รูปภาพและตารางของบทความที่เป็นภาษาอังกฤษ ให้บรรยายเป็นภาษาอังกฤษ

4. การอภิปรายผล (**Discussion**) เป็นการอภิปรายผลการวิจัย เพื่อให้ผู้อ่านมีความเห็นคล้อยตาม เพื่อเปรียบเทียบกับผลการวิจัยของผู้อื่น พร้อมทั้งเสนอแนวทางที่จะนำไปใช้ประโยชน์ผลการวิจัยและการอภิปรายผล (**Results and Discussion**) อาจนำมาเขียนตอนเดียวกันได้

5. บทสรุป (**Conclusion**) สรุปประเด็น และสาระสำคัญของการวิจัย

6. กิตติกรรมประกาศ (**Acknowledgements**) เพื่อแสดงความขอบคุณแก่ผู้ให้ความช่วยเหลือในการวิจัย อาจมีหรือไม่มีก็ได้

7. เอกสารอ้างอิง (**References**) เป็นรายการเอกสารที่ถูกอ้างไว้ในส่วนของเนื้อเรื่อง เพื่อใช้เป็นหลักในการค้นคว้าวิจัย จำนวนเอกสารที่นำมาอ้างอิงตอนท้ายต้องมีจำนวนตรงกับที่ถูกอ้างอิงไว้ในส่วนของเนื้อเรื่องที่ปรากฏในบทความเท่านั้น การจัดเรียงให้เรียงตามลำดับตัวอักษร โดยให้ยึดถือรูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงตามที่ทางวารสาร มทร.อีสาน กำหนด

3.2 บทความวิชาการ จะประกอบไปด้วย

ก. ส่วนปก

มีส่วนประกอบเหมือนบทความวิจัย และเขียนให้อยู่ในกระดาษ จำนวน 1 หน้า เท่านั้น

ข. ส่วนเนื้อหา

1. บทนำ (**Introduction**) เป็นส่วนของที่มาของมูลเหตุของการเขียนบทความ

2. วิธีการศึกษา/วิธีดำเนินการ (**Method**) (ถ้ามี) เป็นการอธิบายวิธีการศึกษา หรือการดำเนินการตามประเภทของบทความวิชาการ

3. ผลการศึกษา/ผลการดำเนินการ (**Results**) เป็นการเสนอผลอย่างชัดเจน ตามประเด็น โดยลำดับตามหัวข้อที่ศึกษาหรือดำเนินการ

4. สรุป (**Conclusion**) สรุปประเด็น และสาระสำคัญที่ได้จากการศึกษา

5. เอกสารอ้างอิง (**References**) ใช้รูปแบบที่วารสาร มทร.อีสาน กำหนด

4. การอ้างอิงเอกสารในเนื้อเรื่องของบทความ (**In-text Citations**)

การอ้างอิงเอกสารในเนื้อเรื่องใช้รูปแบบ IEEE ระบบนามปี (**Name-year System**) เท่านั้น โดยเริ่มจากชื่อผู้แต่ง แล้วตามด้วยปีที่เผยแพร่เอกสารนั้น ถ้าเป็นภาษาอังกฤษให้ใช้เพียงชื่อสกุลนำหน้า แล้วตามด้วยปีที่เผยแพร่เอกสาร เช่น (Elliott, K. S., 2002) ถ้าเป็นเอกสารภาษาไทยให้ใช้ชื่อต้นนำหน้าและปีที่เผยแพร่เอกสาร เช่น (ศตวรรษ, 2554) ในกรณีที่ผู้แต่ง 2 คน ให้ใส่ชื่อครบทุกคน เช่น (กรรณ และ ลิทธิชัย, 2548) (Harajli, M. H. and Naaman, A. E., 1984) และถ้ามากกว่า 2 คน ให้ใส่เฉพาะชื่อคนแรก แล้วตามด้วย “และคณะ” เช่น (จักษดา และคณะ, 2556) ถ้าเป็นภาษาอังกฤษใช้ “et al.” เช่น (Sadrmomtazi et al., 2009)

การเขียนรายการเอกสารอ้างอิง (**Reference list**)

1. หนังสือ

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อหนังสือ.// ครั้งที่พิมพ์(ถ้ามี).// เมืองที่พิมพ์.// สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

อำไพ พรประเสริฐสกุล. (2540). การวิเคราะห์และออกแบบระบบ : **System Analysis and Design**. พิมพ์ครั้งที่ 3.

กรุงเทพฯ : ดวงกมล

Herren, Ray V. (1994). **The Science of Animal Agriculture**. Albany, N.Y.: Delmar Publishers

2. หนังสือแปล

ผู้แต่ง.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อเรื่องของหนังสือแปล// แปลจาก(ชื่อเรื่องในภาษาเดิม).// โดย/ชื่อผู้แปล.// ครั้งที่พิมพ์(ถ้ามี).// เมืองที่พิมพ์.// สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

ไมเยอร์ ราล์ฟ. (2540). พจนานุกรมศัพท์และเทคนิคทางศิลปะ แปลจาก A Dictionary of Art terms and techniques. โดย มะลิฉัตร เอื้ออำนันท์. กรุงเทพฯ : กรมวิชาการกระทรวงศึกษาธิการ
Grmek, Mirko D. (1990). **History of AIDS : Emerging and Origin of a Modern Pandemic**. Translated by Russell C. Maulitz, and Jacalyn Duffin. Princeton, N.J.: University Press

3. บทความหรือบทในหนังสือ

ผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ.// ใน/ชื่อเรื่อง.// ชื่อบรรณาธิการ หรือผู้รวบรวม. (ถ้ามี)//
หน้า/เลขหน้า.// สถานที่พิมพ์.// สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

ชัยพร. (2518). การสอนในระดับอุดมศึกษา. ใน การสอนและการวัดผลการศึกษา หน้า 1-30. พระนคร :
ฝ่ายวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
McTaggart, J. M. E. (1993). The Unreality of Time. In **Philosophy of Time**. Robin Le Poidevin, and Murray MacBeath, eds. pp. 23-34. Oxford : OxfordUniversity Press

4. บทความในหนังสือรายงานประชุมทางวิชาการ/สัมมนาทางวิชาการ

ผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ.// ชื่อบรรณาธิการ (ถ้ามี).// ใน/ชื่อเรื่องรายงานการประชุม.// หน้า/
เลขหน้า.// สถานที่พิมพ์.// สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

อาวุธ ณ ลำปาง. (2526). พิษไรในระบบการปลูกพืช. ใน รายงานการสัมมนาระดับชาติเรื่องการเกษตรในเขตใช้น้ำฝนของภาคใต้. หน้า 138-150. กรุงเทพมหานคร : กรมวิชาการเกษตร
Beales, P. F. (1980). The Status of Malaria in Southeast Asia. In **Proceedings of the Third Asian Congress of Pediatrics**. Aree Valyasevi, and Vidhaya Mekanandha, eds. pp. 52-58. Bangkok: Bangkok Medical Publisher

5. วารสาร

ผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ.// ชื่อวารสาร.// ปีที่.// ฉบับที่.// หน้า/เลขหน้า.// DOI:

ตัวอย่างเช่น

จักขดา อารังวุฒิ และสิทธิชัย แสงอาทิตย์. (2549). ผลของความยาวระยะฝังเหล็กทรงน้ำที่มีต่อคานคอนกรีตเสริมเหล็กสำเร็จรูป. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 หน้า 11-19
Aparicio, A. C., Ramos, G. and Casas, J. R. (2002). Testing of Externally Prestressed Concrete Beams. **Engineering Structures**. Vol. 24 No. 1 pp. 73-84

6. บทความในหนังสือพิมพ์

ชื่อผู้เขียน.// (ปี./วัน./เดือน).// ชื่อบทความ.// ใน/ชื่อหนังสือพิมพ์.// หน้า/เลขหน้า

ตัวอย่างเช่น

ประสงค์ วิสุทธิ. (2537. 19. มีนาคม). สิทธิของเด็ก. ใน มติชน. หน้า 18
Vitit Muntarbhorn. (1994. 21.March). **The Sale of Children as a Global Dilemma**. Bangkok Post. p. 4

7. บทความในสารานุกรม

ชื่อผู้เขียนบทความ.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อบทความ.// ใน/ชื่อสารานุกรม.// เล่มที่.// หน้า/เลขหน้า-เลขหน้า

ตัวอย่างเช่น

ศักดิ์ศรี แยมน์ดดา. (2552-2553). มหาภารตะ. ใน สารานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน. เล่มที่ 22 : หน้า 14354-14369

Morrow, Blaine Victor. (1993). Standards for CD-Rom Retrieval. **Encyclopedia of Library and Information Science**. 51 : pp. 380-389

8. วิทยานิพนธ์

ผู้เขียนวิทยานิพนธ์.// (ปีที่พิมพ์).// ชื่อวิทยานิพนธ์.// ระดับวิทยานิพนธ์/ชื่อสาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย
ตัวอย่างเช่น

กษิต แผลมทองมงคล. (2551). การผลิตถ่านกัมมันต์อัดแท่งจากผงแอสแททไรต์ด้วยตัวประสานกากน้ำตาล. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Phillips, O. C., Jr. (1962). **The Indfluence of Ovidd on Lucan's Bellum Civil**. Ph.D. Dissertation University of Chicago

9. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (สื่ออิเล็กทรอนิกส์) : www

ผู้เขียน.//ปี.//ชื่อบทความ.//ชื่อวารสารหรือนิตยสาร.//ปีที่ (เดือนหรือฉบับที่): เลขหน้า(ถ้ามี).//เข้าถึงเมื่อ (วัน เดือน ปีที่ค้นข้อมูล)/เข้าถึงได้จาก (ที่อยู่ของบทความหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์)/(URL)

ตัวอย่างเช่น

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2547). มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนถ่านอัดแท่ง. เข้าถึงเมื่อ (25 มีนาคม 2552). เข้าถึงได้จาก (http://www.tisi.go.th/otop/pdf_file/tcps238_47.pdf)

Department of the Environment and Heritage. (1999). **Guide to Department and Agency Libraries**. Access (17 November 2000). Available (<http://www.erin.gov.au/library/guide.html>)

10.จดหมายเหตุ คำสั่ง ประกาศ

ชื่อหน่วยงาน.// (ปี,/วัน,/เดือน).//ชื่อของเอกสาร.//เลขที่ของเอกสาร(ถ้ามี).

ตัวอย่างเช่น

มหาวิทยาลัยบูรพา. (2533, 13, กุมภาพันธ์). กำหนดการเกี่ยวกับการเรียนการสอนประจำปีการศึกษา 2534. ประกาศ มหาวิทยาลัยบูรพา.

11.ราชกิจจานุเบกษา

ชื่อกฎหมาย.// (ปี,/วัน,/เดือน).//ราชกิจจานุเบกษา.//ตอนที่.//หน้า/เลขหน้า

ตัวอย่างเช่น

กฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการรับแลกเปลี่ยนเหรียญกษาปณ์ชำรุด พ.ศ. 2548. (2548, 29, ธันวาคม). ราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา. ตอนที่ 122(126 ก). หน้า 12-14

12.ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน

ชื่อหน่วยงาน.// (ปีที่พิมพ์).//ชื่อหนังสือ/เล่มที่(ถ้ามี).//ครั้งที่พิมพ์(ถ้ามี).//เมืองที่พิมพ์.//สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2552). รายงานประจำปี 2551. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

13. มีเฉพาะชื่อบรรณาธิการเป็นผู้รวบรวม

ชื่อบรรณาธิการ หรือผู้รวบรวม หรือผู้เรียบเรียง.// (ปีที่พิมพ์.// ชื่อหนังสือ.// เล่มที่ (ถ้ามี)// ครั้งที่พิมพ์ (ถ้ามี)//
เมืองที่พิมพ์.// สำนักพิมพ์

ตัวอย่างเช่น

เรื่องวิทย์ ลิ้มปนาท. (2543). ท้องถิ่น-อินเดีย. ชลบุรี: ภาควิชาประวัติศาสตร์คณะมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

5. รูปแบบการใส่รูปภาพในเนื้อหาบทความ

- 1) ชื่อรูปภาพห้ามขึ้นต้นด้วยคำว่า “แสดง”
- 2) รูปภาพที่แสดงต้องมีคำอธิบายอยู่ในเนื้อหาบทความที่มีการระบุถึงรูปภูษานั้น ๆ
- 3) คำอธิบายรูปภาพ ให้เขียนไว้ได้รูปภาพแต่ละรูปภาพ โดยจัดรูปภาพไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ และคำอธิบายจัดชิดซ้ายหน้ากระดาษ
- 4) ไฟล์ของรูปภาพต้องเป็นไฟล์ที่มีนามสกุล .jpg, .png, .tiff หรือ .eps เท่านั้น ความละเอียดไม่ต่ำกว่า 300 dpi
- 5) ลายเส้นที่ปรากฏบนรูปภาพต้องมีความคมชัด กรณีที่เป็นรูปภาพ ต้องระบุชื่อแกนต่าง ๆ ให้ครบถ้วน
- 6) กรณีที่มีรูปภูษาย่อย ควรจัดให้รูปภูษาย่อยทั้งหมดอยู่ในหน้าเดียวกัน สำหรับบทความภาษาไทยให้เขียนคำบรรยายได้ชื่อรูปย่อยแต่ละรูป และกำหนดลำดับของรูปภูษาด้วยตัวอักษร ตัวอย่างเช่น



(ก) รูปย่อยที่ 1



(ข) รูปย่อยที่ 2

รูปที่ 1 ตัวอย่างการเขียนคำอธิบายรูปภาพ

สำหรับบทความภาษาอังกฤษ ให้ใช้อักษร (a), (b), ... แทนการกำหนดรูปภูษาย่อย

- 7) การเว้นระยะบรรทัด ก่อนรูปภาพ ให้เว้น 1 บรรทัด และหลังจากชื่อรูปภาพ ให้เว้น 1 บรรทัด
- 8) การใช้ภาพสี อาจทำให้เกิดความสวยงาม แต่ให้คำนึงถึงการสื่อความหมายกรณีที่มีการจัดพิมพ์เอกสารแบบขาวดำเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ กรณีที่เป็นกราฟควรกำหนดลักษณะเส้นที่แตกต่างกัน เพื่อให้สามารถเข้าใจได้ เมื่อมีการจัดพิมพ์แบบขาว - ดำ
- 9) ขนาดของรูปต้องไม่ใหญ่เกินกว่าความกว้างของหน้ากระดาษที่กำหนดไว้
- 10) หากเป็นการคัดลอกรูปภูษาจากที่อื่น ผู้เขียนควรมีการอ้างอิงแหล่งที่มาให้ถูกต้อง

6. รูปแบบการใส่ตารางในเนื้อหาบทความ

- 1) ชื่อตารางห้ามขึ้นต้นด้วยคำว่า “แสดง”
- 2) ตารางที่แสดงต้องมีคำอธิบายอยู่ในเนื้อหาบทความที่มีการระบุถึงตารางนั้น ๆ
- 3) คำอธิบายตาราง ให้เขียนไว้ด้านบนของตาราง โดยจัดคำอธิบายไว้ชิดขอบด้านซ้ายของหน้ากระดาษ และตารางอยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ ควรจัดเนื้อหาตารางให้อยู่บนหน้าเดียวกัน กรณีที่ตารางมีความยาวเกินหน้ากระดาษ ให้ใส่ชื่อตาราง “ตารางที่ x” ไว้ที่ด้านบนของตารางในหน้าแรก และใส่ชื่อตาราง “ตารางที่ x (ต่อ)” ไว้ที่ด้านบนของตารางในหน้าถัดไป
- 4) ขนาดของตารางต้องไม่ใหญ่เกินกว่าความกว้างของหน้ากระดาษที่กำหนดไว้
- 5) การเว้นระยะบรรทัด ก่อนชื่อตาราง ให้เว้น 1 บรรทัด และหลังสิ้นสุดตาราง ให้เว้น 1 บรรทัด
- 6) การกำหนดเส้นขอบตาราง ให้กำหนดเฉพาะเส้นด้านบน และด้านล่างของบรรทัด ดังตัวอย่าง

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการนำเสนอตาราง

Table Head	Table Column Head	
	Subhead (unit)	Subhead (unit)
xxx	123	456
xxx	321	654

7. รูปแบบการใส่สมการในเนื้อหาบทความ

- 1) จัดตำแหน่งของสมการไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
- 2) พิมพ์สมการด้วยโปรแกรม MathType โดยใช้รูปแบบตัวอักษร Times New Roman ขนาด 11
- 3) ระบุเลขลำดับสมการโดยเขียนไว้ในวงเล็บ จัดตำแหน่งเลขสมการชิดขวาของหน้ากระดาษ เช่น

$$y = ax + b \quad (1)$$

- 4) ทุกสมการต้องมีการอ้างถึงในเนื้อหา ให้ระบุเลขและเขียนไว้ในวงเล็บ เช่นเดียวกับที่ปรากฏในสมการ
- 5) การเว้นระยะบรรทัด ก่อนสมการ ให้เว้น 1 บรรทัด และหลังสมการ ให้เว้น 1 บรรทัด

8. การดำเนินงานของกองบรรณาธิการ

- 1) บทความที่ส่งเข้าวารสาร ต้องส่งผ่านระบบออนไลน์ที่ https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RMUTI_SS/index โดยดำเนินการสมัครสมาชิก และชำระค่าสมาชิกจำนวน 300 บาท ซึ่งจะมีอายุสมาชิก 1 ปี
- 2) บทความที่ถูกส่งเข้ามาในระบบ กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้นเกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป บทความที่ไม่ดำเนินการตามรูปแบบที่กำหนดจะไม่รับเข้าสู่กระบวนการพิจารณา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ และจะส่งกลับเพื่อทำการแก้ไข ดังนั้น เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในเข้าสู่กระบวนการพิจารณาผล ผู้เขียนควรดำเนินการจัดทำวารสารให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนดอย่างเคร่งครัด
- 3) เมื่อบทความผ่านการพิจารณาให้ตีพิมพ์ลงในวารสาร และผู้เขียนได้ดำเนินการจัดเตรียมเอกสารต่าง ๆ อย่างถูกต้อง ครบถ้วนตามข้อกำหนดของวารสารเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้เขียนจะได้รับหนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความเพื่อเป็นการยืนยัน
- 4) หากทางวารสารตรวจพบว่าบทความที่ถูกส่งเข้ามามีการคัดลอก หรือเผยแพร่ในที่อื่น ๆ ก่อนหน้า หรือมีการดำเนินการใด ๆ อันเป็นการกระทำที่ผิดจรรยาบรรณของนักวิจัย ทางวารสารจะดำเนินการทำหนังสือแจ้งไปยังหน่วยงานต้นสังกัด และระงับการพิจารณาและรับบทความจากผู้เขียนบทความนั้นเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 5 ปี



แบบฟอร์มการส่งบทความ
วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ข้าพเจ้า(นาย/นาง/นางสาว).....

ระดับการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งทางวิชาการ

หน่วยงาน

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก.....

.....

โทรศัพท์.....โทรสาร.....โมบาย.....

e-mail.....

ขอส่ง ☐ บทความวิจัย ☐ บทความวิชาการ

สาขาของบทความ ☐ General Arts and Humanities ☐ Marketing

☐ General Business, Management and Accounting ☐ General Social Sciences

☐ Organizational Behavior and Human Resource Management

ชื่อบทความ (ภาษาไทย).....

.....

.....

(ภาษาอังกฤษ)

.....

.....

ชื่อผู้เขียนร่วม

1.

2.

3.

4.

ขอเสนอชื่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง

1. ชื่อ-สกุล.....ตำแหน่งทางวิชาการ.....
คุณวุฒิ.....สาขาที่เชี่ยวชาญ.....
หน่วยงานที่สังกัด.....
ที่อยู่สำหรับส่งเอกสาร.....

หมายเลขโทรศัพท์.....Email.....

2. ชื่อ-สกุล.....ตำแหน่งทางวิชาการ.....
คุณวุฒิ.....สาขาที่เชี่ยวชาญ.....
หน่วยงานที่สังกัด.....
ที่อยู่สำหรับส่งเอกสาร.....

หมายเลขโทรศัพท์.....Email.....

หมายเหตุ

1. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องมีตำแหน่งทางวิชาการ ระดับ ผศ. ขึ้นไป หรือจบการศึกษาระดับปริญญาเอก และต้องไม่สังกัดหน่วยงานเดียวกับผู้ประพันธ์
2. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการเป็นผู้พิจารณาคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาผลงานทางวิชาการ
3. เจ้าของบทความที่ผ่านการพิจารณาให้ตีพิมพ์ลงในวารสาร จะต้องสมัครสมาชิกวารสาร มทร.อีสาน อย่างน้อย 1 ปี เพื่อเป็นการยืนยันการตีพิมพ์บทความลงในวารสาร

ข้าพเจ้าได้รับทราบและยินดีปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อกำหนดต่าง ๆ ในแบบฟอร์มแนบท้าย ซึ่งมีรายละเอียดอยู่ใน “คำแนะนำผู้เขียน” ที่ทางกองบรรณาธิการ วารสาร มทร.อีสาน ได้กำหนดขึ้น และยินดีให้กองบรรณาธิการมีสิทธิ์ที่จะไม่รับพิจารณาหากไม่จัดรูปแบบตามที่กำหนดยินยอมให้มีสิทธิ์ในการเลือกสรรหาผู้กลั่นกรองโดยอิสระเพื่อพิจารณาค้นฉบับที่ข้าพเจ้า (และผู้แต่งร่วม) ส่งมา ยินยอมให้กองบรรณาธิการสามารถตรวจแก้ไขต้นฉบับดังกล่าวได้ตามที่เห็นสมควร และข้าพเจ้า “ขอรับรองว่า บทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน ไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาจากวารสารอื่น และยินยอมว่าบทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ถือเป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน”

หากข้าพเจ้ามีความประสงค์ในการขอยกเลิกการพิจารณาบทความหลังจากวันที่ได้รับหนังสือยืนยันการรับบทความ ข้าพเจ้ายินดีรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่มหาวิทยาลัยฯ ดำเนินการตามกระบวนการของวารสาร มทร.อีสาน ตามที่จ่ายจริง

ลงชื่อ.....
(.....)



หนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความ
วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ขอรับรองว่าบทความ.....

เรื่อง
.....
โดย
.....

ได้ผ่านการประเมินจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

และตีพิมพ์ในวารสาร มทร.อีสาน

ปีที่..... ฉบับที่.....(.....-..... พ.ศ.....)

(.....)

บรรณาธิการ วารสาร มทร.อีสาน
ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ใบสมัครสมาชิก
วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

หมายเลขสมาชิก

.....
(สำหรับเจ้าหน้าที่)

วันที่สมัคร.....

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....

ที่อยู่(สำหรับส่งวารสาร).....

รหัสไปรษณีย์..... โทรศัพท์.....

โทรสาร.....

ออกใบเสร็จในนาม ชื่อ.....

ที่อยู่.....

มีความประสงค์เป็นสมาชิก

☐ วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน (1 ปี 2 ฉบับ 300 บาท/ปี)

โดย ☐ สมัครเป็นสมาชิกใหม่ จำนวน ปี เริ่มตั้งแต่ปีที่ ฉบับที่

☐ ต่ออายุสมาชิก หมายเลข จำนวน ปี เริ่มตั้งแต่ปีที่ ฉบับที่

พร้อมกันนี้ได้ส่งค่าสมาชิก จำนวน.....บาท

(ตัวอักษร).....

ซึ่งได้โอนเงินผ่านทางบัญชี ธนาคารกรุงไทย สาขาม.เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา ชื่อบัญชี

“กองทุนสนับสนุนการวิจัย มทร.อีสาน” บัญชีออมทรัพย์ เลขที่ 980-9-74231-2

หมายเหตุ กรุณาส่งหลักฐานการจ่ายเงินและใบสมัครสมาชิกมายังสถาบันวิจัยและพัฒนาที่ E-mail :

rmuti.journal@gmail.com พร้อมเขียนชื่อ-นามสกุล ให้ชัดเจน การสมัครสมาชิกจะมีผลสมบูรณ์

เมื่อทางวารสารได้มีการตรวจสอบเอกสารต่าง ๆ อย่างถูกต้องแล้วเท่านั้น

ลงชื่อ.....ผู้สมัคร

(.....)



RMUTI

ราชมนฑลอีสาน



RMUTI JOURNAL

Humanities and Social Sciences

Vol. 9 No. 1 January - June 2022



Institute of Research and Development

Rajamangala University of Technology Isan

744 Suranarai Road, Muang, Nakhon Ratchasima 30000, Thailand

Tel. (66) 4423 3063 Fax. (66) 4423 3064 E-mail : rmuti.journal@gmail.com

https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RMUTI_SS/