

วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

Sripatum Chonburi Academic Journal

2

5

6

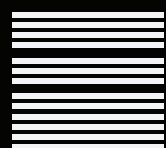
6

NO. 02

JOURNAL JOURNAL JOURNAL



SPU
SRIPATUM
UNIVERSITY
@Chonburi



00.00

2023

SRIPATUM

วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม-ธันวาคม 2566

www.chonburi.spu.ac.th/journal/

KNOWLEDGE

ISSN 2985-1513 (Online)





เจ้าของ

มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
79 หมู่ 1 ต.คลองตำหรุ อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000
โทรศัพท์ 0 3814 6123
โทรสาร 0 3814 6011

ที่ปรึกษา

รองอธิการบดี

บรรณาธิการบริหาร

ดร. นุชบา ชัยจินดา
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

หัวหน้ากองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ประภัสสร คำสวัสดิ์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร. วิสุทธิ์ สุนทรกนกพงศ์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภูวดล บัวบางพลู
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
ดร. กิตติศักดิ์ แป้นงาม
กระทรวงศึกษาธิการ
ดร. พรนับพัน วงศ์ตระกูล
มูลนิธิเพื่อทักษะแห่งอนาคต
ดร. พิษญา ทองอยู่เย็น
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
อาจารย์ชาติรี วงษ์แก้ว
ราชวิทยาลัยจุฬาภรณ์

ฝ่ายศิลปกรรม

นายธีระ แสงศิริสายันท์กุล

ฝ่ายอิเล็กทรอนิกส์

อาจารย์อดิศักดิ์ ภิญญาคง
นายสิทธิพงษ์ พุทธวงษ์

ฝ่ายตรวจบทความภาษาอังกฤษ

อาจารย์มนตรี พลเยี่ยม

ฝ่ายพิสูจน์อักษร

นางกุสุมา ถาวรปัญญา

ฝ่ายเลขานุการ

นางสาวรัศมีพร พยุงพงษ์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่บทความทางวิชาการ และผลงานวิจัยด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ใน สาขาวิชาการศึกษา กฎหมาย และการปกครอง บริหารธุรกิจ การบัญชี ศิลปศาสตร์ สื่อสารมวลชน รวมถึง เทคโนโลยีเพื่อสังคมของอาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา ทั้งในและนอกสถาบัน
2. เพื่อเป็นเครือข่ายแลกเปลี่ยนผลงานทางวิชาการ ระหว่างคณะ ทั้งในและนอกสถาบัน
3. เพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยในด้านคุณภาพ ทางวิชาการตามระบบประกันคุณภาพทางการศึกษา

กำหนดออก

ปีละ 4 ฉบับ (มกราคม-มีนาคม,
เมษายน-มิถุนายน, กรกฎาคม-กันยายน
และ ตุลาคม-ธันวาคม)

สำนักงาน

สำนักงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรม
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
โทรศัพท์ 0 3814 6123 ต่อ 2507
โทรสาร 0 3814 6011
e-Mail: research@chonburi.spu.ac.th



ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรอง (peer reviewers)

1. ศาสตราจารย์ ดร. ชุตินา	สัจจนันท์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
2. ศาสตราจารย์สุชาติ	เถาทอง	มหาวิทยาลัยบูรพา
3. รองศาสตราจารย์ ดร. ครรชิต	มาลัยวงศ์ ราชบัณฑิต	ราชบัณฑิตยสถาน
4. รองศาสตราจารย์ ดร. งามอาจ	นัยพัฒน์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
5. รองศาสตราจารย์ ดร. กัลยา	ตันศิริ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
6. รองศาสตราจารย์ ดร. น้ำทิพย์	วิภาวิน	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
7. รองศาสตราจารย์ ดร. ศรีวรรณ	ยอดนิล	มหาวิทยาลัยบูรพา
8. รองศาสตราจารย์ ดร. สุพจน์	บุญวิเศษ	มหาวิทยาลัยบูรพา
9. รองศาสตราจารย์ ดร. จรัสดาว	อินทรทัศน์	นักวิชาการอิสระ
10. รองศาสตราจารย์ ดร. ทนงค์ศักดิ์	โสวัจสตากุล	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
11. รองศาสตราจารย์ ดร. สุรีย์มาศ	สุขกลี	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
12. รองศาสตราจารย์ ดร. ชชาติชาย	อิสรัมย์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
13. รองศาสตราจารย์ ดร. ธันยวิษ	วิเชียรพันธ์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
14. รองศาสตราจารย์ ดร. เยาวนารถ	พันธุ์เพ็ง	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
15. รองศาสตราจารย์ ดร. ชลธิศ	ดาราวงษ์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
16. รองศาสตราจารย์ระเปียบ	สุภาวีรี	มหาวิทยาลัยศิลปากร
17. รองศาสตราจารย์ลัดดา	ศุขปรีดี	มหาวิทยาลัยบูรพา
18. รองศาสตราจารย์กาญจนา	มณีแสง	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระพีพร	ศรีจำปา	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อนุพงษ์	อินฟ้าแสง	มหาวิทยาลัยธนบุรี
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวรรณิ	ยหะกร	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัชฎาพรรณ	นิมนวล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
23. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรัชย์	สุขสกุลชัย	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
24. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อลิสา	ทรงศรีวิทยา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
25. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สัมพันธ์	จันทร์ดี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
26. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิภาวี	หัตถกรรม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
27. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิไล	เอื้อปิยฉัตร	มหาวิทยาลัยบูรพา
28. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริลักษณ์	อุสาหะ	มหาวิทยาลัยบูรพา
29. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เอกวิทย์	มณีธรร	มหาวิทยาลัยบูรพา
30. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชา	คนกาญจน์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
31. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรสวัสดิ์	ศิริศาสนันท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
32. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภูวดล	บัวบางพลู	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
33. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา	มีศิลป์วิทย์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
34. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุเทพ	อุสาหะ	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
35. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิราพร	ระโหลฐาน	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี



36. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปาริชาติ	คุณปลื้ม	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
37. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิรพงษ์	จันทร์งาม	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
38. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีรวิชัย	เลิศไทยตระกูล	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
39. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรเพชร	ชลศักดิ์ตระกูล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
40. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงกมล	อุ้นจิตติ	มหาวิทยาลัยบูรพา
41. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อารีย์	รังสีโยภาส	นักวิชาการอิสระ
42. ดร. พิมพ์นิต	คอนดี	มหาวิทยาลัยมหิดล
43. ดร. ธนัช	ทัพมงคล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
44. ดร. สุจินดา	ขจรรุ่งศิลป์	สถาบันอาศรมศิลป์
45. ดร. กิตติศักดิ์	แป้นงาม	กระทรวงศึกษาธิการ
46. ดร. บวรวิทย์	เป็รื่องวงศ์	ศาลแพ่งกรุงเทพใต้
47. ดร. สิรินธร	สินจินดาวงศ์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
48. ดร. ศศิวุฒ์	วงษ์มณฑา	มหาวิทยาลัยบูรพา
49. ดร. นริศ	สวัสดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี



สารบัญ

บทบรรณาธิการ

บทความวิจัย

ผลของอัตราส่วนทางการเงินที่มีต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทที่จดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กลุ่มเทคโนโลยี

รองเอก วรรณพฤกษ์..... 1-10

AN ANALYSIS OF CUSTOMER EXPECTATIONS AND PERCEPTIONS TOWARDS
HOTEL SERVICE QUALITY IN REGARD TO ASSURANCE DIMENSION

Chongsuda Totharong and Aswin Sangpikul..... 11-21

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร
กับการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร

เมธสิทธิ์ พูลดี, ขนатиป วิทาโน และวัชรณพงศ์ ยอดราช..... 22-34

การผลิตสื่อสาระบันเทิงเพื่อการเรียนรู้ไร้ขีดจำกัดในห้องสมุดมีชีวิต

เทียมยศ ปะสาวะโน..... 35-45

การศึกษาความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมสำหรับนักศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ
ในจังหวัดชลบุรี

อนุรักษ์ ทองขาว..... 46-55

การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา

วาสนา ขวัญทองยิ้ม และคณะ..... 56-69

บทความวิชาการ

การรับฟังพยานหลักฐานในระบบกล่าวหาและระบบไต่สวน

อนันต์ เพียรพัฒนกุลชัย..... 70-79

รูปแบบธุรกิจเพื่อพัฒนาองค์กรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย

สุปราณี วรรณรุธ และคณะ..... 80-91

CASH MANAGEMENT SYSTEM FOR FINANCIAL MANAGEMENT ON MODERN
BUSINESS ORGANIZAIONS

Atchayapa Keeratisontorn and Krissanin Keattanasak..... 92-100



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

**ผลของอัตราส่วนทางการเงินที่มีต่ออัตราเงินปันผลตอบแทน
ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กลุ่มเทคโนโลยี**

**THE EFFECT OF FINANCIAL RATIOS ON DIVIDEND YIELD
OF THAI LISTED COMPANIES IN THE STOCK EXCHANGE
OF THAILAND : TECHNOLOGY INDUSTRY**

รองเอก วรรณพฤกษ์

Rong-ek Varnapruks

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม,

e-Mail: rong-ek.va@spu.ac.th (Corresponding Author)

Assistant Professor, School of Accountancy, Sripatum University,

e-Mail: rong-ek.va@spu.ac.th (Corresponding Author)

(Received: 2023, May 22; Revised: 2023, July 6; Accepted: 2023, July 7)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของอัตราส่วนทางการเงินที่มีต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กลุ่มเทคโนโลยี ประชากรเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มเทคโนโลยี เก็บรวบรวมข้อมูลจากงบการเงิน ระหว่างรอบระยะเวลาบัญชีปี พ.ศ.2560-2564 จำนวน 42 บริษัท โดยบริษัทที่มีข้อมูลครบ 5 ปีมีจำนวน 30 บริษัท การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิงคือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลกระทบในทิศทางเดียวกันต่ออัตราเงินปันผลตอบแทน ณ ระดับนัยสำคัญที่ .05 และ .00 ตามลำดับ สำหรับอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์และอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าหุ้นตามบัญชีส่งผลกระทบในทิศทางตรงกันข้ามต่ออัตราเงินปันผลตอบแทน ณ ระดับนัยสำคัญที่ .05

คำสำคัญ: อัตราส่วนทางการเงิน; อัตราเงินปันผลตอบแทน

ABSTRACT

This study aimed to study the effect of financial ratios on dividend yield of Thai listed company in the Stock Exchange of Thailand: Technology Industry. Population was a Thai listed company on the Stock Exchange of Thailand: Technology Industry. The researcher used data



collection from the financial statements of 42 companies, 30 companies of which had five-year data during the fiscal year 2560-2564 (B.E.). The data were analyzed using descriptive and inferential statistics including Frequency, Percentage, Standard Deviation and Multiple Regression Analysis. The results of the research showed that debt to equity ratio and return on equity affected dividend yield in the same direction at the significance level of .05 and .00, respectively. In addition, the debt to asset ratio, and price to book value ratio affected dividend yield in the opposite direction at the significance level of .05.

Keywords: Financial Ratio; Dividend Yield

บทนำ

ในช่วงปี 2561-2563 ธุรกิจบริการดิจิทัลและซอฟต์แวร์โดยรวมของไทยมีรายได้เติบโตในอัตราเฉลี่ย 13.00% ต่อปี จากการเร่งปรับตัวด้าน Digital transformation ในภาคธุรกิจและการขยายตัวของธุรกรรมผ่านออนไลน์ตาม Global Megatrends โดยได้แรงหนุนจากนโยบาย Thailand 4.0 ของรัฐบาล (ธนศ มหัทธนาลัย, ออนไลน์, 2564) ต่อมาในปี พ.ศ.2565 ธุรกิจดังกล่าวมีรายได้เติบโตต่อเนื่องในอัตรา 23.80% (เทียบกับ 26.80% ในปี พ.ศ.2564) (ธนศ มหัทธนาลัย, ออนไลน์, 2566) รวมทั้งในปัจจุบันรายได้ของธุรกิจซอฟต์แวร์และบริการซอฟต์แวร์เติบโตต่อเนื่อง 11.70% ในปี พ.ศ.2565 (เทียบกับ 13.00% ในปี พ.ศ.2564) เนื่องจากภาคธุรกิจหันกลับมาลงทุนพัฒนาระบบ IT และ Software เพื่อพัฒนาองค์กรหลัง COVID-19 รองรับความต้องการเฉพาะทางของลูกค้าในปริมาณมาก (Mass Customization) และบริการหลังการขายที่ครบวงจร เช่นเดียวกับหน่วยงานภาครัฐที่กำลังปรับโครงสร้างฐานข้อมูลสู่ระบบ Cloud เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการให้บริการลูกค้า PwC Thailand ประเมินว่า ในปี พ.ศ.2565 บริษัทในไทยมากกว่า 50% หันมาใช้บริการบนคลาวด์ โดยเฉพาะ Hybrid Cloud ที่สนับสนุนการทำงานทางไกลซึ่งเน้นทั้งความคล่องตัวและความปลอดภัยของข้อมูล (ธนศ มหัทธนาลัย, ออนไลน์, 2566) อีกทั้งในปัจจุบันได้เข้าสู่ยุคสังคมดิจิทัล (Digital Economy) เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกำลังเป็นที่ต้องการของตลาด ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากิจการในกลุ่มเทคโนโลยีซึ่งกลุ่มเทคโนโลยีเป็นกลุ่มอุตสาหกรรม 1 ใน 8 กลุ่มอุตสาหกรรมที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้จัดประเภทหลักทรัพย์ไว้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2564)

ปัจจุบันมีผู้สนใจเข้ามาลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งเป็นสถาบันการเงินที่สำคัญในตลาดทุนจำนวนมาก โดยคาดหวังที่จะได้ผลตอบแทนทั้งจากกำไรจากการซื้อขายหุ้นและเงินปันผล อย่างไรก็ตามราคาหลักทรัพย์หรืออัตราการจ่ายเงินปันผลขึ้นอยู่กับปัจจัยที่หลากหลาย เครื่องมือที่สำคัญเพื่อวิเคราะห์และตัดสินใจถึงผลตอบแทนจากการลงทุนคือการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของอัตราส่วนทางการเงิน ได้แก่ อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น



อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าหุ้นตามบัญชีที่มีต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาผลของอัตราส่วนทางการเงินที่มีต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี

สมมติฐานของการวิจัย

1. อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี
2. อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี
3. อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ส่งผลในทิศทางเดียวกันต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี
4. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลในทิศทางเดียวกันต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี
5. อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าหุ้นตามบัญชีส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี

วิธีดำเนินการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วยตัวแปรอิสระคือ อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (DA) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าหุ้นตามบัญชี (PBV) ตัวแปรตาม คือ อัตราเงินปันผลตอบแทน (DY)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นการศึกษาบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มเทคโนโลยี 42 บริษัท เก็บข้อมูลในช่วงปี 2560 ถึงปี 2564 ระยะเวลา 5 ปี พบว่ามีบริษัทจำนวนทั้งสิ้น 30 บริษัทที่มีข้อมูลครบ 5 ปี รวมเป็นจำนวน 150 ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากงบการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ.2560 ถึง พ.ศ.2564 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูล SET-SMART ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและศึกษาข้อมูลเอกสาร (Document Research) โดยศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ทั้งที่เป็นทฤษฎี แนวคิด และ



ผลงานที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างเงินทุนและผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อวิเคราะห์การแจกแจงหรืออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา คือ ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis : MRA) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่และมีความสัมพันธ์กันในลักษณะใด ซึ่งจะเป็นไปตามสมมติฐานเมื่อระดับนัยสำคัญที่ได้มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดคือ .05

ผลการวิจัย

ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ปี พ.ศ.2560-2564

ตารางที่ 1 ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม พ.ศ.2560-2564

ตัวแปร	จำนวน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน
อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (DA)	150	0.09	0.95	0.54	0.21
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE)	150	0.09	19.13	1.89	2.30
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	150	-9.73	28.37	6.93	5.88
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	150	-35.94	64.76	11.27	14.78
อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าหุ้นตามบัญชี (PBV)	150	0.25	16.43	2.89	3.06
อัตราเงินปันผลตอบแทน (DY)	150	0.18	54.00	4.79	6.49

จากตารางที่ 1 พบว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยีจำนวน 30 บริษัท ช่วงปีพ.ศ.2560-2564 รวม 150 ข้อมูล มี 1) อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.09 มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 0.95 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 0.54 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.21 2) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.09 มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 19.13 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.89 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 2.30 3) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ -9.73 มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 28.37 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 6.93 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 5.88 4) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ -35.94 มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 64.76 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 11.27 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 14.78 5) อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าหุ้นตามบัญชี มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ .25 มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 16.43 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.89 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 3.06



6) อัตราเงินปันผลตอบแทน มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ .18 มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 54.00 ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.79 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 6.49

ผลของอัตราส่วนทางการเงินที่มีต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กลุ่มเทคโนโลยี

ตารางที่ 2 ผลของอัตราส่วนทางการเงินที่มีต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กลุ่มเทคโนโลยี

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10.453	2.122		4.925	.000
อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (DA)	-16.044	3.987	-.508	-4.024	.000
อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE)	2.429	.360	.860	6.739	.000
อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	-.203	.170	-.184	-1.191	.235
อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE)	.179	.074	.407	2.410*	.017
อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าหุ้นตามบัญชี (PBV)	-.746	.198	-.351	-3.760	.000

$R = .517$ $R^2 = .267$ $F = 10.491$ $p = .00$ ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตารางที่ 2 พบว่าอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ไม่ส่งผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กลุ่มเทคโนโลยี สำหรับอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Beta=.860) และอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Beta=.407) ส่งผลในทิศทางเดียวกันต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กลุ่มเทคโนโลยี สำหรับอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (Beta=-.508) อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าหุ้นตามบัญชี (Beta=-.351) ส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : กลุ่มเทคโนโลยี จากการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ (R) มีค่าเท่ากับ .517 ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) มีค่าเท่ากับ .267 แสดงว่าตัวแปรสามารถอธิบายผลของตัวแปรอัตราเงินปันผลตอบแทนได้ถึงร้อยละ 26.7



อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี

จากการศึกษาพบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ส่งผลกระทบต่อในทิศทางตรงกันข้ามต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สอดคล้องกับ รุสสิขัฐ์ สวโรจน์กิจเตโช (2558, หน้า 45) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กรณีศึกษาบริษัทใน SET High Dividend ของประเทศไทย พบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์มีอิทธิพลเชิงลบต่ออัตราการจ่ายปันผล และ Fama & French (2002, p. 29) ที่พบความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามระหว่างระดับหนี้สินกับอัตราการจ่ายเงินปันผล รวมทั้งสอดคล้องกับ ปราญชลี สมภพโกศาธร (2559, หน้า 28) ที่ศึกษาโครงสร้างผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัทกับนโยบายการจ่ายเงินปันผล พบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์มีความสัมพันธ์ทางลบกับอัตราเงินปันผลตอบแทน โดยกิจการที่มีโครงสร้างหนี้สินในระดับสูงอาจไม่สามารถจ่ายเงินปันผลหรือจ่ายเงินปันผลในระดับที่ต่ำให้กับผู้ถือหุ้น เนื่องจากกิจการดังกล่าวจะต้องรักษาระดับเงินทุนภายในบริษัทให้อยู่ในระดับที่เพียงพอเพื่อการชำระหนี้ รวมทั้งกิจการอาจต้องใช้เงินทุนในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ภายในบริษัท นอกจากนี้กิจการที่มีอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ในระดับสูงอาจมีการทำสัญญาหรือข้อตกลงกับเจ้าหนี้ที่ต้องรักษาอัตราส่วนหนี้สินทำให้ไม่สามารถจ่ายเงินปันผลได้

สมมติฐานที่ 2 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี

จากการศึกษาพบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลกระทบต่อในทิศทางเดียวกันต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ไม่สอดคล้องกับ วิวัฒน์วงศ์ บุญหนู (2565, หน้า 113) ปาลิตา นิยมณี (2560, หน้า 28) และ ชิดชนก มากเชื้อ, ปรีชา เจริญสุข และกมลพร วรรณชาติ (2559, หน้า 29) ที่พบว่าอัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีอิทธิพลและมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราเงินปันผลตอบแทนและอัตราการจ่ายเงินปันผล โดยหากบริษัทมีหนี้สินสูงจะทำให้เกิดภาระในการจ่ายหนี้สินทำให้ความสามารถในการจ่ายเงินปันผลลดลง ทั้งนี้อาจเนื่องจากช่วงปี พ.ศ.2562 ถึง 2564 เกิดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้บางกิจการอาจจำเป็นต้องมีการก่อหนี้เพิ่มเพื่อใช้ในการดำเนินงานในสถานการณ์ที่ไม่ปกติ ทั้งนี้ในเวลาเดียวกันกิจการก็ต้องมีการจ่ายเงินปันผลโดยมุ่งหวังที่จะรักษาผู้ถือหุ้นเพื่อประคองธุรกิจในช่วงสภาวะการดังกล่าว



สมมติฐานที่ 3 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ส่งผลในทิศทางเดียวกันต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี

จากการศึกษาพบว่าอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ไม่ส่งผลกระทบต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สอดคล้องกับ วิวัฒน์วงศ์ บุญหนู (2565, หน้า 113) และสมเกียรติ ไพโรจน์ (2562, หน้า 85) ที่พบว่าอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ไม่ส่งผลกระทบต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนเนื่องจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมเป็นการมองประสิทธิภาพการบริหารงานก่อให้เกิดกำไรต่อสินทรัพย์รวม อีกทั้งการจ่ายเงินปันผลขึ้นอยู่กับ การกำหนดของนโยบายผู้บริหารรวมถึงแนวโน้มการเติบโตของกิจการในอนาคต อย่างไรก็ตามเนื่องจาก สถานการณ์โควิด-19 ในช่วงปี พ.ศ.2562-2564 ทำให้กิจการอาจไม่ได้มุ่งเน้นบริหารงานให้เกิดกำไรต่อ สินทรัพย์รวมแต่อาจมุ่งบริหารงานในด้านอื่น ๆ เพื่อการบริหารการดำเนินงานของธุรกิจในช่วงสภาวะการณดังกล่าว จึงทำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ไม่มีผลกระทบต่ออัตราเงินปันผลตอบแทน

สมมติฐานที่ 4 อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลในทิศทางเดียวกันต่ออัตราเงินปันผล ตอบแทน ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี

จากการศึกษาพบว่าอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นส่งผลในทิศทางเดียวกันต่ออัตราเงินปันผล ตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .00 สอดคล้องกับ สาริยา นวลถวิล (2562, หน้า 41) และกาญจน์ อุดมผล (2560, หน้า 28) ที่พบว่าอัตรา ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการจ่ายเงินปันผลและเงินปันผลตอบแทน โดยมีข้อสังเกตว่าการที่กิจการได้รับผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นนั้น ทำให้กิจการมีความสามารถที่จะจ่ายเงินปันผล ให้กับผู้ถือหุ้นได้เพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับ อรติชา อินทาบัจ (2559, หน้า 53) ที่ศึกษาปัจจัยที่กำหนดการ จ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. พบว่าอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือ หุ้นมีความสัมพันธ์กับกำหนดการจ่ายเงินปันผล โดยอธิบายว่าเงินลงทุนในส่วนของเจ้าของจะได้รับ ผลตอบแทนกลับคืนมาจากการดำเนินการของกิจการนั้น หากมีค่าสูงจะแสดงถึงประสิทธิภาพในการหากำไร สูงด้วย รวมทั้งสอดคล้องกับ Uwalomwa, Jimoh & Anijesushola (2012 p. 447) ที่พบว่าผลตอบแทนต่อ ส่วนผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์กับอัตราการจ่ายเงินปันผล ทั้งนี้อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นเป็นการ แสดงถึงการบริหารงานให้เกิดกำไรต่อผู้ถือหุ้นของกิจการ ซึ่งเมื่อความสามารถในการทำกำไรดังกล่าวเพิ่มขึ้น จึงส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลของกิจการ

สมมติฐานที่ 5 อัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าหุ้นตามบัญชีส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามต่ออัตราเงินปัน ผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี

จากการศึกษาพบว่าอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าหุ้นตามบัญชีส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามต่ออัตรา เงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มเทคโนโลยี ณ ระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สอดคล้องกับ วิวัฒน์วงศ์ บุญหนู (2565, หน้า 113) ที่พบว่าอัตราส่วนราคาตลาด



ต่อมูลค่าทางบัญชีที่มีความสัมพันธ์กับอัตราเงินปันผลตอบแทนในทิศทางตรงกันข้าม นั่นคือเมื่ออัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชีเพิ่มขึ้น อัตราเงินปันผลตอบแทนจะลดลง และสอดคล้องกับ สาริยา นวลถวิล (2562, หน้า 42) และอรทิชา อินทาปัจ (2559, หน้า 55) ที่พบว่าอัตราส่วนระหว่างราคาหุ้นกับมูลค่าทางบัญชีของกิจการมีความสัมพันธ์ในเชิงลบต่อการจ่ายเงินปันผล โดยหากอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าทางบัญชีเพิ่มสูงขึ้น แสดงให้เห็นว่าราคาตลาดของหลักทรัพย์เพิ่มสูงขึ้น อาจสะท้อนถึงผลการดำเนินงานที่ดีทำให้เกิดการจูงใจให้นักลงทุนคาดหวัง ส่วนต่างจากการซื้อขายหลักทรัพย์ในอนาคต จึงอาจไม่จูงใจด้วยการจ่ายโดยเงินปันผล อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Khan & Ahmad (2017, p. 13) ที่อธิบายว่ากิจการที่มีโอกาสในการเติบโตจะมีการจ่ายเงินปันผลลดลงเนื่องจากกิจการจะเก็บกำไรไว้เพื่อการเติบโตของธุรกิจในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

การวิจัยครั้งนี้พบว่าอัตราส่วนทางการเงินที่ส่งผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทน ประกอบด้วย อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราส่วนราคาตลาดต่อมูลค่าหุ้นตามบัญชี ดังนั้นนักลงทุนที่สนใจในการลงทุนในหุ้นสามัญจะสามารถนำอัตราส่วนดังกล่าวไปใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญที่มีการจ่ายเงินปันผลสูงได้อย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตามนักลงทุนจำเป็นต้องพิจารณาถึงปัจจัยภายนอกที่ในการลงทุนด้านอื่น ๆ ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เป็นต้น รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถนำผลงานวิจัยไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาเพื่อความก้าวหน้าของตลาดทุนไทยต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

อาจศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนและอาจศึกษากิจการในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อสามารถเปรียบเทียบข้อมูลต่างกลุ่มธุรกิจกันได้

บรรณานุกรม

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2564). *ข้อมูลดัชนีกลุ่มอุตสาหกรรมและหมวดธุรกิจ* (ออนไลน์).

เข้าถึงได้จาก: <https://www.set.or.th/th/market/index/set/industry-sector-profile>
[2564,13 เมษายน].

ชิดชนก มากเชื้อ, ปรีชา เจริญสุข และกมลพร วรณชาติ. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับอัตราผลตอบแทนการจ่ายเงินปันผลบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย* (รายงานการวิจัย). สงขลา: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

ฐิติษฐ์ สวโรจน์กิจเตโช. (2558). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาด**

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กรณีศึกษาบริษัทใน SET High Dividend ของ ประเทศไทย.

การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธเนศ มัทธนาลัย. (2564). **แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566: ธุรกิจบริการดิจิทัลและ**

ซอฟต์แวร์ (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/services/digital-software/io/io-digital-software-21>. [2564, 13 เมษายน].

ธเนศ มัทธนาลัย. (2566). **แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2566-2568: ธุรกิจบริการดิจิทัลและ**

ซอฟต์แวร์ (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/services/digital-software/io/io-digital-software-2023-2025> [2564, 13 เมษายน].

ปราณული สมภพโกศาเศษฐ. (2559). **โครงสร้างผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริษัท กับนโยบาย การจ่ายเงิน**

ปันผล. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการเงิน,

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปาลิตา นิมมณี. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาด**

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กรณีศึกษาบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของ

ประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน, บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิวัฒน์วงศ์ บุญหนู. (2565). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาด**

หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทร์

วิโรฒ, 13(1), หน้า 104-118.

สมเกียรติ์ ไพโรจน์. (2562). **ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับมูลค่าหุ้นและอัตราเงิน**

ปันผลตอบแทนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระ

บัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

สาริยา นวลถวิล. (2562). **อัตราส่วนทางการเงินที่ส่งผลต่อการจ่ายเงินปันผลของบริษัทที่จดทะเบียนใน**

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการบัญชี,

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

อรทิษา อินทาปัจ. (2559). **ปัจจัยที่กำหนดการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์**

เอ็ม เอ ไอ. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงิน, บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.



- Fama, E. F., & French, K. R. (2002). Testing Trade-Off and Pecking Order Predictions About Dividends and Debt. *The Review of Financial Studies Spring*, **15**(1), pp. 1–33.
- Khan, F. A., & Ahmad, N. (2017). Determinants of Dividend Payout: An Empirical Study of Pharmaceutical Companies of Pakistan Stock Exchange (PSX). *Journal of Financial Studies & Research*, DOI: 10.5171/2017.538214, pp. 1-16.
- Uwalomwa, U., Jimoh, J., & Anijesushola, A. (2012). Dividend Policy And Firm Performance : A Study Of Listed Firms In Nigeria. *Accounting and Management Information Systems*, **11**(3), pp. 442-454.



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี
ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

AN ANALYSIS OF CUSTOMER EXPECTATIONS AND PERCEPTIONS TOWARDS HOTEL SERVICE QUALITY IN REGARD TO ASSURANCE DIMENSION

Chongsuda Totharong, Aswin Sangpikul*

Head, Program in Hotel and Food Business, Faculty of Tourism and Hospitality

Dhurakij Pundit University, e-Mail: chongsuda.tog@dpu.ac.th (Corresponding Author)

(Received: 2023, July 9; Revised: 2023, September 13; Accepted: 2023, September 19)

ABSTRACT

During COVID-19, there were a number of studies examining the factors contributing to customer confidence regarding hotel's new normal services. However, there was a scarcity of research to integrate and update them into hotel's assurance dimension. This study, therefore, had the objectives to 1) to find out if there was any cluster associated with hotel assurance based on customer perceptions and 2) to examine customer expectations and perceptions of hotel assurance based on the current situation. Data were collected from 384 hotel customers through a purposive sampling. Factor analysis and *t* test were used to analyze the data. According to the finding, two factors were identified: 1) employee knowledge, courtesy and hotel security and 2) health and hygiene attributes. The first factor was regarded as a common attribute of hotel assurance while the second factor may be regarded as the new attribute of hotel assurance. Meanwhile, it was found that there were some differences of customer expectations and perceptions of hotel's assurance attributes in regard to contactless services and provision of hand sanitizers. The findings were expected to help hotel practitioners to appropriately measure and understand what can assure customers when staying in hotels in the current situation to gain competitive advantage of hotel service quality.

Keywords: Hotel; Service Quality; Assurance

*Director, Tourism Management, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University,
e-Mail: aswin.sal@dpu.ac.th



INTRODUCTION

Assurance is an original element of SERVQUAL initially documented during 1980's by Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988, p. 23). It has been employed as a key dimension to assess hotel service quality for more than thirty years. According to Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988, p. 23), assurance is defined as “knowledge and courtesy of employees and their ability to inspire trust and confidence”. Given such definition, the common assurance attributes mainly involve, for example, knowledge of employees, employee courtesy, customer safety, and secure hotel transaction (Grobela & Marciszewska, 2013, p. 315; Kurtulmusoglu & Pakdil, 2017, p. 1395; Ogunjinmi & Binuyo, 2018, p. 370).

During the COVID-19 situation, a number of studies have proposed ‘new normal’ services to build customer confidence when staying in hotels, for example, social distancing, using hand sanitizers, wearing facemasks, employee hygiene, cleanliness of hotel facilities (Japutra & Situmorang, 2021, p. 5; Jiang & Wen, 2020, p. 2565; Yu, Seo & Hyun, 2021, p. 8). As the new normal services are important in building customer confidence when staying in hotels during COVID-19, they should be considered as a part of hotel assurance, following to Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988, p. 20). However, there is a scarcity of research to examine or integrate them into hotel's assurance attributes based on the current situation. Moreover, there is a need for research to update knowledge regarding hotel assurance due to the availability of recent studies associated with COVID-19. Importantly, past literature of service models regarding hotel assurance, (e.g. SERVQUAL, SERVPERF, HOLSERVE, LODGSERV, ECOSERV), seems inadequate to fully explain what inspires customer trust and confidence when staying in hotels based on the current situation. Consequently, new research is required to update the existing literature.

Table 1. presents the analysis of literature review (related studies) and identifies the research gap. This analysis compares the literature during three stages, before COVID-19, during COVID-19, and post COVID-19 (current situation). Based on the analysis, it is suggested that there is a lack of empirical study to analyze and integrate the new normal services into hotel's assurance attributes. As earlier mentioned, assurance is a key element of several service models, for example, SERVQUAL, SERVPERF, HOLSERVE, LODGSERV, ECOSERV (Anabila,



Ameyibor, Allan & Alomenu, 2022, p. 756.; Wu & Ko, 2013, p. 222), it is thus worthy of further examination of hotel assurance, given the availability of recent studies associated with COVID-19, in order to strengthen knowledge development in the field. The findings of the current study are expected to provide hotel managers a better understanding of overall hotel assurance for appropriate implementations to build customer confidence based on the current situation.

Table 1. The analysis of related studies and research gap in regard to hotel assurance

Sources	Studies discussing common assurance attributes (before COVID-19)	Studies discussing new normal services (during COVID-19)	Studies discussing new assurance attributes (post COVID-19) current situation
Grobelna & Marciszewska, (2013)	✓	-	-
Saghier, (2015)	✓	-	-
Kurtulmusoglu & Pakdil (2017)	✓	-	-
Ogunjinmi & Binuyo (2018)	✓	-	-
Jiang & Wen (2020)	-	✓	-
Shin & Kang (2020)	-	✓	-
Japutra & Situmorang (2021)	-	✓	-
Yu, Seo & Hyun (2021)	-	✓	-
Current study*	✓	✓	✓



RESEARCH OBJECTIVES

1. To determine if there was any possibility of cluster associated with hotel assurance based on customer perceptions
2. To examine customer expectations and perceptions of hotel assurance based on the current situation

RESEARCH METHODOLOGY

Population and Samples

The samples in this study were customers (aged 20 years and above) who had stayed in hotels (3-5 stars hotels) in Thailand during the past 6 months. A convenience sampling was used for this study due to a non-probability sampling method.

Research Instrument

Questionnaires were employed in this study. To ensure content validity and appropriate measurement, the measurement items were developed from the existing literature regarding assurance attributes and the new normal services proposed during COVID-19 (e.g. Grobelna & Marciszewska, 2013, p. 316; Kurtulmusoglu & Pakdil, 2017, p. 1398; Japutra & Situmorang, 2021, p. 8; Jiang & Wen, 2020, p. 2568; Yu, Seo & Hyun, 2021, p. 5). Later, they were reviewed by three experts (one scholar and two hotel executives) to assure that they were suitable for the current situation. After the reviews, the number of items was reduced from 13 to 11 items. A pilot test was conducted with 30 hotel customers. Minor revisions were made to enhance clarity.

Data Collection

During data collection, the participants were asked to answer a questionnaire in regard to hotel assurance attributes (what build their trust and confidence when staying in hotels), based on a five-point Likert scale ranging from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree). 400 questionnaires were distributed to qualified participants (both Thais and internationals). The participants (aged 20 years old and older) were approached during their visits in tourism related fairs in Bangkok during a 2-month period (June to July 2023). However, only 384 usable questionnaires were included in the final analysis.



Data Analysis

For questionnaire reliability, Cronbach Alpha was calculated with a value of .877 for expectations and .891 for perceptions, higher than the recommended value of .70 (Hair, Anderson, Tatham & Black, 2006, p. 50). Factor analysis and *t* test were also employed to analyze the data.

RESEARCH RESULT

Regarding the general information of research respondents, among 384 respondents, most of them (58.00%) were females while 42.00% were males. Most respondents were in the age range of 36-50 years old (52.00%) and 31.00% were in the age range of 20-35 years old. The majority (65.00%) had education at the college level. The respondents come from different occupations, for example, 38.00% are company employees, 16.00% are government officers, 11.00% are business owners and 10.00% are students. Most respondents (55.00%) usually travel and stay at hotels for 2-3 times a year, and stay for 2-3 nights per trip.

Table 2. Factor analysis of hotel's assurance attributes

Components	Factor1	Factor2
1. Employees are friendly/courteous.	.886	
2. Employees are always willing to assist customers.	.861	
3. Employees are knowledgeable to answer customers' questions.	.845	
4. Hotel provides its guests a safe/ secure place.	.811	
5. Customers feel confident with hotel transactions.	.792	
6. Hotel facilities and public areas are clean and hygienic.		.864
7. Guest rooms are clean and hygienic.		.855
8. Restaurant provides clean and sanitary environment.		.841
9. Hotel provides contactless services in service areas.		.796
10. When appropriate, restaurant employees wear masks when servicing customers.		.754



Table 2. (continued)

Components	Factor1	Factor2
11. Hand sanitizers are available to customers in service areas.		.729
Eigenvalues	5.711	1.295
% of variance explained	57.521	12.814
Reliability (α)	.852	.812
Total variance explained=70.335, KMO value=.865, Bartlett's test=0.000 ($p<.001$)		

Factor analysis (Table 2) was employed to determine if there was any possibility of cluster associated with hotel assurance. Among the eleven items, the two factors, based on customers' actual perceptions, were derived and labeled as: 1) employee knowledge, courtesy and hotel security and 2) health and hygiene attributes. Total variance, eigenvalues, and alpha coefficients met statistical requirements as suggested by Hair, Anderson, Tatham & Black (2006, p. 55) suggesting an appropriate factor structure.

As shown in table 2, factor 1 mostly involves common assurance attributes, for example, employee knowledge, courtesy, customer safety and secure transactions while factor 2 mainly involves new normal service attributes, for instance, hand sanitizers, contactless services, facemasks, and hygiene of hotel facilities. Based on the current finding, this suggests that hotel's overall assurance consists of two sub-dimensions which are common assurance attributes (factor 1) and new assurance attributes (factor 2), which have been recently developed from COVID-19.

Table 3. Paired *t* test for hotel's assurance attributes

Factors and items	Exceptions (Mean)	Perceptions (Mean)	<i>t</i>	<i>p</i>
Employee knowledge, courtesy and hotel security				
1. Employees are friendly/courteous.	4.35	4.39	0.881	.370



Table 3. (continued)

Factors and items	Exceptions (Mean)	Perceptions (Mean)	<i>t</i>	<i>p</i>
2. Employees are always willing to assist customers.	4.24	4.21	-1.032	.681
3. Employees are knowledgeable to answer customers' questions.	4.17	4.12	-0.941	.330
4. Hotel provides its guests a safe and secure place.	4.02	4.10	0.844	.110
5. Customers feel confident with hotel transactions.	4.09	4.12	1.872	.512
Health & hygiene attributes				
6. Hotel facilities and public areas are clean and hygienic.	4.37	4.25	-1.524	.107
7. Guest rooms are clean and hygienic.	4.35	4.22	-1.227	.345
8. Restaurant provides clean and sanitary environment.	4.24	4.19	-1.408	.151
9. Hotel provides contactless services in service areas.	4.39	3.85	-2.814*	.015
10. When appropriate, restaurant employees wear masks when servicing customers.	4.49	4.32	-0.984	.374
11. Hand sanitizers are available to customers in service areas.	4.22	3.73	-2.449*	.010

* $p < .05$

Table 3 presents average scores for customer expectations and perceptions of assurance attributes. Most items received an average score greater than 4.00. When considering each item, most items were found to have no significant differences between customer



expectations and perceptions ($p>.05$), including items 1-8, and 10. However, items 9 and 11 were found to have significant differences between customer expectations and perceptions ($p<.05$). These items were related to contactless services and provision of hand sanitizers.

DISCUSSION

To discuss, the findings from table 2 suggest that the scope of hotel assurance based on the current situation of post COVID-19 is likely to involve common assurance attributes (e.g. knowledge & courtesy of employees, customer safety, secure transactions) and the new attributes related to hygienic attributes (e.g. availability of hand sanitizers, employee hygiene, and cleanliness of hotel's public facilities). The current findings associated with two clusters of hotel assurance are reasonable as they can be supported from the past literature (Grobelna & Marciszewska, 2013, p. 320; Kurtulmusoglu & Pakdil, 2017, p. 1398) documenting about common hotel assurance as well as the recent literature discussing about new normal services in the hotel industry (Japutra & Situmorang, 2021, p. 8; Yu, Seo & Hyun, 2021, p. 7). The findings help to expand the service literature.

For findings in table 3, it was found that most hotel assurance attributes (items) received an average score greater than 4.00 with no significant differences between customer expectations and perceptions. These findings may suggest that most hotels in Thailand still provide most services (assurance attributes) corresponding to customer expectations and perceptions. Meanwhile, there were some assurance attributes (items 9 and 11) found to have significant differences between customer expectations and perceptions. These findings suggest that there are some hotels providing these services below customer expectations such as contactless services and provision of hand sanitizers, requiring further service improvement. The findings are consistent with past studies indicating that some hotels may provide certain services below customer expectations, including hotel assurance (Boon-itt, 2012, p. 54; Sangpikul, 2022, p. 148).



RECOMMENDATIONS

Recommendations for Implementation

In terms of practical implementation, according to the findings, the two factors associated with hotel assurance were identified: 1) employee knowledge, courtesy and hotel security and 2) health and hygiene attributes, hotel managers need to understand and act on the expectations of customers regarding these two factors to enhance customer confidence when staying in hotels in the current situation. Hotel manager and the management team may employ the two factors to be implemented in hotel services. For example, employee knowledge and courtesy, hotel employees should be trained to be professional by having good knowledge about hotel services and facilities, particularly front desk and restaurant employees. Likewise, the service employees should be trained to provide customers with the confidence of hotel hygiene such as hotel facilities, guestrooms and restaurants. Customers may evaluate these services as the new service standards of the hotel, enhancing customer satisfaction (Jeong, Kim, Ma & DiPietrp, 2022, p. 845).

In addition, attention should be paid to the attributes which were below customer expectations, for example, contactless services, and provision of hand sanitizers. Hotel managers should develop or improve their services to use technology or innovation to provide customers with contactless services in hotel public areas to increase customer perceptions of hotel assurance (Wang, Yao & Martin, 2021, p. 8) Past studies indicate that the use of technology, innovation or contactless services many help increase customer satisfaction and customer confidence of hotel services (Sangpikul, 2022, p. 150; Wang, Yao & Martin, 2021, p. 7). Moreover, several studies have recommended the hotels to provide hand sanitizers in major service areas (e.g. front office, hotel restaurant, fitness center) as a part of their new normal services to reduce the risk of any infections (Bonfanti, Vigolo & Yfantidou, 2021, p. 7). Overall, the findings of the current study are expected to help hotel practitioners to appropriately measure and understand what can assure customers when staying in hotels in the current situation to gain competitive advantage of hotel service quality.



Recommendations for Future Studies

Future studies may examine and update assurance attributes in other service sectors because assurance is one of the important elements of service quality in the hospitality and tourism industry. Assurance may impact other key variables such as overall service quality, service satisfaction and repeat consumption, worthy of future investigation.

REFERENCES

- Anabila, P., Ameyibor, L.E.K., Allan, M.M., & Alomenu, C. (2022). Service quality and customer loyalty in Ghana's hotel industry: The mediation effects of satisfaction and delight. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(3), pp. 748-770.
- Bonfanti, B., Vigolo, V., & Yfantidou, G. (2021). The impact of the Covid-19 pandemic on customer experience design: The hotel managers' perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 94, pp. 1-11.
- Boon-itt, S. (2012). Measuring service quality dimensions: An empirical analysis of Thai hotel Industry. *International Journal of Business Administration*, 3(5), pp. 52-63.
- Gobelna, A., & Marciszewska, B. (2013). Measurement of service quality in the hotel sector: The case of Northern Poland. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22, pp. 313-332.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., & Black, W. (2006). *Multivariate Data Analysis*. New York: Prentice-Hall International.
- Japutra, A., & Situmorang, R. (2021). The repercussions and challenges of COVID-19 in the hotel industry: Potential strategies from a case study of Indonesia. *International Journal of Hospitality Management*, 95, pp. 1-12.
- Jeong, M., Kim, K., Ma, F., & DiPietro, R. (2022). Key factors driving customers' restaurant dining behavior during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(2), pp. 836-858.
- Jiang, Y., & Wen, J. (2020). Effects of COVID-19 on hotel marketing and management: a perspective article. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(8), pp. 2563-2573.



- Kurtulmusoglu, F. B., & Pakdil, F. (2017). Combined analysis of service expectations and perceptions in lodging industry through quality function development. *Total Quality Management*, **28**(12), pp. 1393-1413.
- Ogunjinmi, A.A., & Binuyo, I.Y. (2018). Relationship between destination service quality and tourists' satisfactions in Ikogosi Warm Sprint Resort, Nigeria. *TOURISM*, **66**(4), pp. 362-378.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service Quality. *Journal of Retailing*, **64**(1), pp. 12-40.
- Saghier, N.M. (2015). Managing Service Quality: Dimensions of service quality: a study in Egypt. *International Journal of African and Asian Studies*, **9**, pp. 56-63.
- Sangpikul, A. (2022). Understanding resort service quality through customer complaints. *Anatolia*, **33**(1), pp. 143-156.
- Shin, H., & Kang, J. (2020). Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. *International Journal of Hospitality Management*, **91**, pp. 1-9.
- Wang, D., Yao, J., & Martin, B. (2021). The effects of crowdedness and safety measures on restaurant patronage choices and perceptions in the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management*, **95**, pp. 1-10.
- Wu, H.C., & Ko, Y. J. (2013). Assessment of service quality in the hotel industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, **14**, pp. 218-244.
- Yu, J., Seo, J., & Hyun, S.S. (2021). Perceived hygiene attributes in the hotel industry: customer retention amid the COVID-19 crisis. *International Journal of Hospitality Management*, **93**, pp. 1-9



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ความเป็นผู้ประกอบการ
ขององค์กรกับการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร

THE CAUSAL RELATIONSHIP BETWEEN INTERNAL BUSINESS
ENVIRONMENT, CORPORATE ENTREPRENEURSHIP ON GROWTH
OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN BANGKOK

เมธสิทธิ์ พูลดี, ชนาธิป วิทาโน*, วัชนพงค์ ยอดราช**

Methasit Puldee, Chanathip Vitano*, Wattanapong Yodrach**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บพิตรพิมุขจักรวรรดิ, e-Mail: methasit.pul@rmutr.ac.th

Assistant Professor, Program in Accounting, Department of Accounting, Faculty of Business
Administration-Bophit Phimuk Chakkrawat, Rajamangala University of Technology Rattanakosin,

e-Mail: methasit.pul@rmutr.ac.th

(Received: 2023, July 24; Revised: 2023, September 28; Accepted: 2023, October 3)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรกับการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี บพิตรพิมุขจักรวรรดิ,
e-Mail: chanathiplt@hotmail.com

Assistant Professor, Program in Marketing, Department of Marketing, Faculty of Business Administration-Bophit
Phimuk Chakkrawat, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, e-Mail: chanathiplt@hotmail.com

**อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี บพิตรพิมุขจักรวรรดิ,
e-Mail: wattanapong.yod@rmutr.ac.th (Corresponding Author)

Lecturer, Program in Accounting, Department of Accounting, Faculty of Business Administration-Bophit
Phimuk Chakkrawat, Rajamangala University of Technology Rattanakosin,
e-Mail: wattanapong.yod@rmutr.ac.th (Corresponding Author)



ข้อมูลจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 384 แห่ง ได้มาจากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยอิงเกณฑ์ของ Krejcie & Morgan และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ผลการวิจัยพบว่าสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร และสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการตัดสินใจในการพิจารณาสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่ส่งผลให้ธุรกิจมีการเติบโตที่ยั่งยืน

คำสำคัญ: สภาพแวดล้อมภายในองค์กร; ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร; การเติบโตของธุรกิจ

ABSTRACT

The objective of this research was to study the causal relationship between the internal business environment, corporate entrepreneurship and growth of small and medium enterprises in Bangkok. The data obtained from the samples based on the criteria of Krejcie & Morgan and analyzed by the structural equation model with computer program were collected from 384 small and medium enterprises in Bangkok.

It was found that the internal business environment had a positive effect on corporate entrepreneurship and growth of small and medium enterprises, and the corporate entrepreneurship had a positive effect on growth of small and medium enterprises. This research contributes to the entrepreneurs of small and medium enterprises in using the research results as basic information for decision making in considering the internal environment of the organization, which results in sustainable business growth.

Keywords: Internal Business Environment; Corporate Entrepreneurship; Business Growth

บทนำ

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises หรือ SMEs) เป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเร่งพัฒนา



ยกระดับทุกการเติบโตให้มีศักยภาพ มีความสามารถในการทำธุรกิจระดับสากลมากขึ้นเพื่อช่วยให้มีบทบาททางเศรษฐกิจมากขึ้น ช่วยสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศอย่างแท้จริงรวมถึงการทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถอยู่ได้เช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่และมีการส่งเสริมเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับหนึ่งเนื่องจากธุรกิจขนาดใหญ่มักให้ความสำคัญกับธุรกิจขนาดใหญ่ด้วยตนเองทั้งในด้านการค้าและการลงทุนจึงทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ถูกมองข้ามไป (ธวัช ภูษิตโภยโคย, 2560, หน้า 73)

ประเทศไทยมีแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่มีความสำคัญที่จะสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนให้กับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อให้เป็นแรงขับเคลื่อนให้ประเทศไปสู่ “ประเทศไทย 4.0” ด้วยความคาดหวังที่จะนำพาประเทศหลุดพ้นจากกับดักชนชั้นกลาง (Middle Income Trap) ภายใน 10 ปี (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ออนไลน์, 2560) โดยสาระสำคัญของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 ให้ความสำคัญกับ 3 ประเด็นหลัก คือ 1) การปรับปรุงให้การดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีความสะดวกมากขึ้น (Ease of Doing Business) เนื่องจากปัจจุบันสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ยังมีอุปสรรคอยู่มาก 2) การส่งเสริมให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีความสามารถในการประกอบธุรกิจแบบมีอาชีพ (Smart SME) สาเหตุจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ขาดความรู้และความสามารถในการบริหารธุรกิจสมัยใหม่ ขาดทักษะในการติดต่อเจรจาธุรกิจระดับสากลและไม่รู้เท่าทันสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้การประกอบธุรกิจไม่มีประสิทธิภาพ ไม่สามารถขยายตลาดการค้าหรือการลงทุน ซึ่งนำไปสู่การไม่สามารถแข่งขันได้ในที่สุด 3) การพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้ก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการที่สร้างคุณค่าและมูลค่า (High Value Startup) โดยส่งเสริมและพัฒนาให้ผู้ประกอบการมีการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม (Tech Startup) มีการสร้างสรรค์และออกแบบ (Creative Startup/Cultural Startup) ให้มีศักยภาพในการประกอบธุรกิจสมัยใหม่และสามารถแข่งขันในตลาดสากลได้

สาระสำคัญของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมในการประกอบธุรกิจและความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร โดยสภาพแวดล้อมที่ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างความสำเร็จของความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรนั้น ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Hornsby, Kuratko & Zahra, 2002, p. 259) เช่น การสนับสนุนจากผู้บริหาร (Management Support) โครงสร้างองค์กรและขอบเขตการดำเนินงาน (Organizational Boundaries) ระบบการให้รางวัลตอบแทน (Rewards System) ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งของความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรที่ถูกกำหนดให้เป็นกิจกรรมของผู้ประกอบการเป็นกลไกและเครื่องมือสำคัญที่มีประโยชน์สำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน การสร้างการเติบโตและผลกำไรให้แก่องค์กร เช่น การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) ความสามารถในการประเมิน



ความเสี่ยง (Risk Taking) และการดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness) (Karacaoğlu, Bayrakdaroglu & San, 2013, p. 172) ขณะเดียวกันความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรยังสามารถเพิ่มความสามารถในการรับรู้และการติดตามโอกาสที่ดีเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งทางการค้าเนื่องจากสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการเปลี่ยนแปลงองค์กรผ่านการปรับกลยุทธ์ใหม่โดยการใช้ทรัพยากรและความสามารถขององค์กรมาบูรณาการเพื่อสร้างความมั่งคั่ง (Hitt, Ireland, Camp & Sexton, 2001, pp. 482-484)

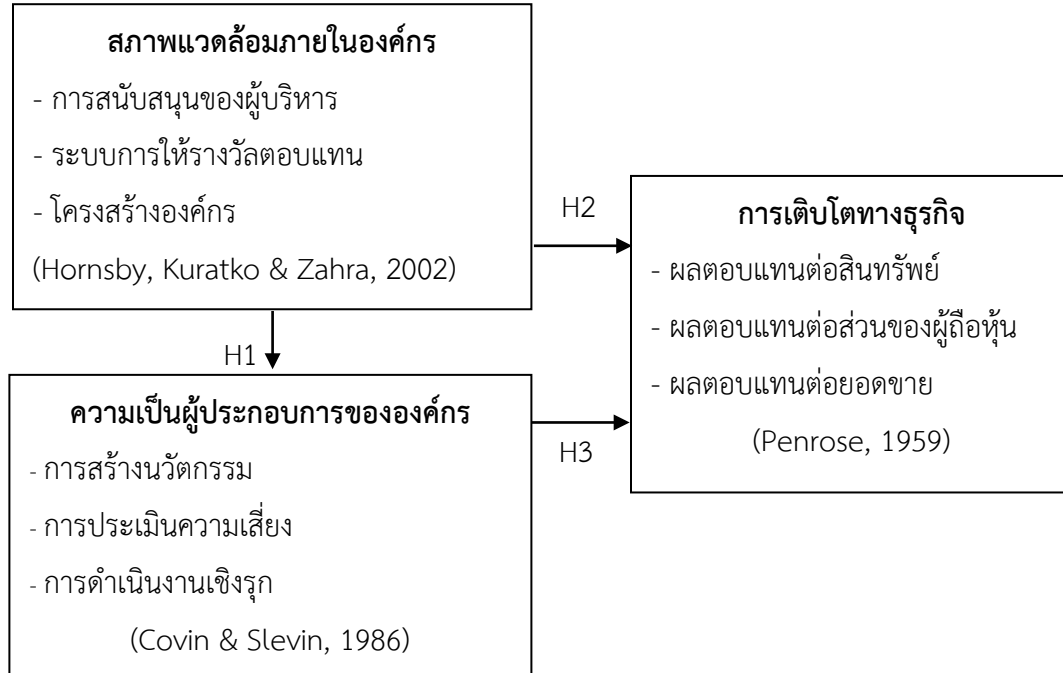
จากงานวิจัยในอดีตเป็นการศึกษาในต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่แต่สำหรับในประเทศไทยผลการวิจัยยังไม่ชัดเจนในความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร จึงทำให้เกิดคำถามในการวิจัยว่าสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรกับการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กันหรือไม่และเป็นไปในทิศทางใด การวิจัยในครั้งนี้จึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรกับการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลจากการวิจัยจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหาร/ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลข้อมูลพื้นฐานเพื่อการตัดสินใจในการพิจารณาสภาพแวดล้อมภายในองค์กรที่ส่งผลให้ธุรกิจมีการเติบโตที่ยั่งยืนและเพื่อให้เป็นแรงขับเคลื่อนให้ประเทศไปสู่”ประเทศไทย 4.0”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรกับการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดองค์ประกอบของความเป็นผู้ประกอบการของโควินและสเลวิน (Covin & Slevin, 1986, p. 628, as cited in Karacaoğlu, Bayrakdaroglu & San, 2013, p. 164) แนวคิดด้านสภาพแวดล้อมภายในของฮอนส์บีและคณะ (Hornsby, Kuratko & Zahra, 2002, p. 259) และทฤษฎีการเติบโตทางธุรกิจของเพ็นโรส (Penrose, 1959, p. 84) เพื่อนำไปกำหนดเป็นกรอบแนวคิดและสมมติฐานได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

H1: สภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกกับความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร

H2: สภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกกับการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร

H3: ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง มีประชากรทั้งหมด 281,112 บริษัท (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ออนไลน์, 2560) ที่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครที่จดทะเบียนในรูปนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ หลังจากนั้นกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีการ



กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970, p. 608) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณจำนวน 384 บริษัท เป็นหน่วยวิเคราะห์ในระดับองค์กร ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่แสดงให้เห็นค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยสุ่มจากบัญชีรายชื่อการจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคลในฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ จากภาคการผลิต ภาคการค้า (การขายส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์) และภาคการบริการ (ที่พักแรม และบริการด้านอาหาร) ให้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามสร้างจากกรอบแนวคิดที่ได้มาจากการทบทวนทฤษฎีแนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปสถานประกอบการ สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร และการเติบโตของธุรกิจ ทำการทดสอบเครื่องมือก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลจริงจำนวน 30 ชุด และนำมาหาความเชื่อมั่น จึงได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ .95

การเก็บรวบรวมข้อมูล นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วจัดทำเป็นแบบสอบถามออนไลน์และจัดส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งหลังจากตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ตอบกลับมาพบว่าสามารถใช้ได้ 384 ชุด หลังจากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์ทางสถิติที่กำหนดไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อบรรยายคุณสมบัติทั่วไปของตัวอย่าง และใช้สถิติเชิงอนุมานในการหาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร กับการเติบโตของธุรกิจโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม LISREL 8.80

ผลการวิจัย

ผู้ประกอบการที่ใช้เป็นตัวอย่างในครั้งนี้ส่วนมากเป็นเพศชาย ร้อยละ 65.00 มีอายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 35.00 มีตำแหน่งด้านบริหาร ร้อยละ 58.00 สถานประกอบการที่ใช้ในการเก็บข้อมูลส่วนมากเป็นบริษัท จำกัด ร้อยละ 90.00 มีระยะเวลาที่ก่อตั้งมาแล้วมากกว่า 20 ปี ร้อยละ 35.00 ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการ ร้อยละ 34.00 การผลิต ร้อยละ 25.00 และค้าส่ง ร้อยละ 24.00 ส่วนใหญ่มีพนักงาน 1-50 คน และมีทรัพย์สิน 1-50 ล้านบาท ร้อยละ 67.00



ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ของโมเดลสภาพแวดล้อมภายในองค์กรส่งผลต่อ
 ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร และการเติบโตของธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ					
	b	bata	SE	t	R ²	สัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบ
สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (InENV)						
MAN2	0.91	0.84	0.047	19.45	0.70	0.30
REW2	0.91	0.82	0.049	18.73	0.67	0.23
ORG2	0.78	0.76	0.047	16.82	0.58	0.17
ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CROPO)						
INN3	0.86	0.81	-	-	0.66	0.29
RIS3	0.82	0.78	0.049	16.58	0.60	0.16
PRO3	0.79	0.75	0.054	14.73	0.56	0.18
การเติบโตของธุรกิจ (GROWTH)						
ROS4	0.92	0.87	-	-	0.76	0.22
ROE4	0.93	0.80	0.039	23.58	0.64	0.09
ROA4	0.67	0.65	0.049	13.72	0.42	0.11
$\chi^2/df=1.380$, CFI=1.000, GFI=0.980, AGFI=0.960, RMSEA=0.031, SRMR=0.022						

จากตารางที่ 1 พบว่าองค์ประกอบของโมเดลสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร และการเติบโตของธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีรายละเอียดดังนี้

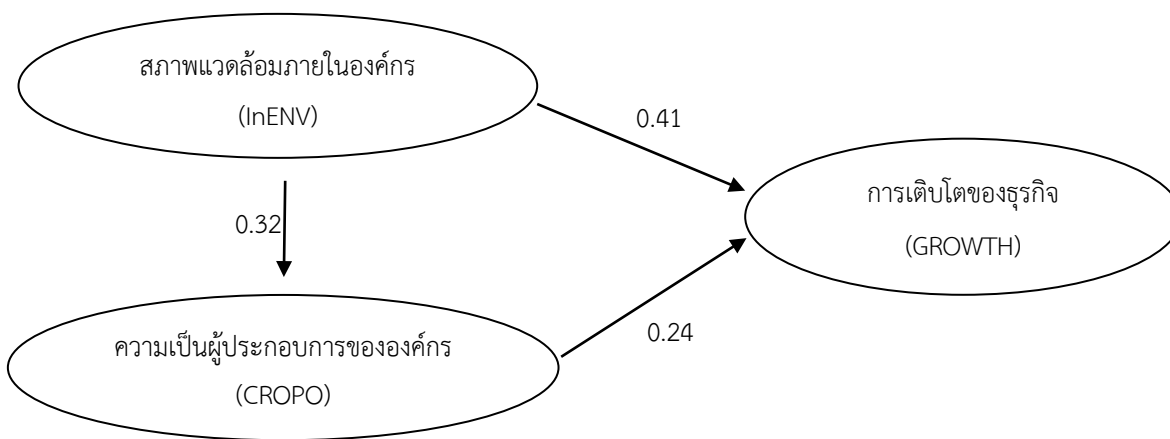
1. สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (InENV) มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของการวัดสภาพแวดล้อมภายในองค์กร (InENV) พบว่าตัวแปรมีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (InENV) มากที่สุด ได้แก่ ตัวแปรการสนับสนุนของผู้บริหาร (MAN2) โดยมีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.84 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้การวัด สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (InENV) ร้อยละ 70.00 รองลงมาตัวแปรระบบการให้รางวัลตอบแทน (REW2) โดยมีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.82 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้การวัด สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (InENV) ร้อยละ 67.00 และน้อยที่สุดคือโครงสร้างองค์กรและขอบเขตการดำเนินงาน (ORG2) โดยมีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.76 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้การวัด สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (InENV) ร้อยละ 58.00



2. ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CROPO) มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของ ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CROPO) พบว่า ตัวแปรมีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CROPO) มากที่สุด ได้แก่ ตัวแปรการสร้างสรณ์นวัตกรรม (INN3) โดยมีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.81 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้การวัดความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CROPO) ร้อยละ 66.00 รองลงมาตัวแปรความสามารถในการเผชิญความเสี่ยง (RIS3) โดยมีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.78 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้การวัดความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CROPO) ร้อยละ 60.00 และตัวแปรมีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้การวัดความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CROPO) น้อยที่สุดคือการดำเนินงานเชิงรุก (PRO3) โดยมีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.75 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้การวัดความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CROPO) ร้อยละ 56.00

3. การเติบโตของธุรกิจ (GROWTH) มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของการเติบโตของธุรกิจ (GROWTH) พบว่าตัวแปรมีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้การเติบโตของธุรกิจ (GROWTH) มากที่สุด ได้แก่ ตัวแปรอัตราการเติบโตเฉลี่ย 3 ปีล่าสุดของผลตอบแทนต่อยอดขาย (ROS4) โดยมีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.87 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้การวัดการเติบโตของธุรกิจ (GROWTH) ร้อยละ 76.00 รองลงมาตัวแปรอัตราการเติบโตเฉลี่ย 3 ปีล่าสุดของผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE4) โดยมีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.80 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้การวัดการเติบโตของธุรกิจ (GROWTH) ร้อยละ 64.00 ตัวแปรมีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้การเติบโตของธุรกิจ (GROWTH) น้อยที่สุดคือ อัตราการเติบโตเฉลี่ย 3 ปีล่าสุดของผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA4) โดยมีค่ามาตรฐานน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.65 และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้การวัดการเติบโตของธุรกิจ (GROWTH) ร้อยละ 42.00

จากการแสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ของโมเดลสภาพแวดล้อมภายในองค์กรส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรและการเติบโตของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ตามตารางที่ 1 และสามารถสรุปผลจากการประเมินโมเดลมาตรวัดได้หลักฐานที่ชัดเจนว่าการนิยามปฏิบัติการตัวแปรแฝงถูกต้องและเชื่อถือได้ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โมเดลสรุปความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร
กับการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

การวิจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร
กับการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครสามารถอภิปรายผลตามสมมติฐาน
การวิจัยดังนี้ ตัวแปรสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจขนาด
กลางและขนาดย่อมในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยขนาดอิทธิพล 0.32 สอดคล้องกับสมมติฐานการ
วิจัยและแสดงให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมภายในมีอิทธิพลต่อความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (Antoncic &
Hisrich, 2003, p. 536; Margarietha, Online, 2007) องค์กรที่ดีต้องมีระบบการให้รางวัลตอบแทน (Reward
System) เพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีแรงจูงใจในการสร้างความคิดสร้างสรรค์และยกย่องเชิดชูส่งเสริมให้ผลงานเป็น
ที่รับรู้ในองค์กรและมอบหมายงานให้พนักงานได้รับผิดชอบในงานที่ท้าทาย จูงใจ และตรงกับความสามารถของ
พนักงานพร้อมกับพิจารณาเลื่อนตำแหน่งหรือมีการพิจารณาผลตอบแทนด้วยความยุติธรรม เป็นระบบและอ้างอิง
กับความสำเร็จของงานในหน้าที่ ขณะเดียวกันการสนับสนุนของผู้บริหาร (Management Support) ในการ
ปฏิบัติงานโดยจัดให้มีกฎ ระเบียบต่าง ๆ ให้เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานก็ถือเป็นสิ่งจำเป็นเนื่องจากในการ
ดำเนินการเพื่อการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หรือการมองเห็นโอกาสของการทำธุรกิจรวมถึงการเอื้ออำนวยให้มีการใช้
ทรัพยากร วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ย่อมมีความเสี่ยงเกิดขึ้นอันส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจโดยรวม การกล้าเผชิญความ
เสี่ยงไม่ว่าความเสี่ยงนั้นจะเป็นระดับบุคคลหรือระดับองค์กร ผู้บริหารจำเป็นต้องมีความกล้าเผชิญความเสี่ยงและ



กล้าตัดสินใจที่จะเผชิญความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อองค์กร นอกเหนือจากระบบการให้รางวัลตอบแทนและความกล้าเผชิญความเสี่ยงที่ส่งผลให้พนักงานมีความคิดในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ แล้ว โครงสร้างองค์กรก็ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร การมีโครงสร้างองค์กรที่เปิดโอกาสให้พนักงานใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ รวมถึงการเปิดโอกาสให้พนักงานใช้ความสามารถอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติ ส่งผลให้องค์กรองค์กรสามารถก้าวไปสู่ความเป็นองค์กรที่มีกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืน

ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยขนาดอิทธิพล 0.41 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ตามผลการศึกษาของ Karacaoglu, Bayrakdaroglu & San (2013, p. 163) แสดงให้เห็นว่าในกระบวนการของการเป็นผู้ประกอบการขององค์กร องค์กรมีการรวบรวมทรัพยากรที่มีอยู่ภายในและใช้ประโยชน์จากโอกาสในสภาพแวดล้อมของตนเพื่อสร้างผลกำไรและการเติบโตขององค์กรในด้านของผลตอบแทนทางการเงิน ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์นวัตกรรม การกล้าเผชิญความเสี่ยง และการดำเนินงานเชิงรุก ดังนั้นการเป็นผู้ประกอบการขององค์กรจึงเป็นตัวผลักดันขององค์กรให้มีการเติบโต การวิจัยเชิงประจักษ์ของ Makaya (2012, p. 133) ที่ศึกษาอิทธิพลความเป็นผู้ประกอบการต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กรธุรกิจพบว่าผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์กรธุรกิจได้รับอิทธิพลจากองค์ประกอบความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรในด้านของการสร้างนวัตกรรม การดำเนินงานเชิงรุก และการกล้าเผชิญความเสี่ยง ขณะเดียวกันมีผลการศึกษาของ Antoncic & Hisrich (2003, p. 533) พบว่าความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินส่งผลให้มีอัตราการเติบโตขององค์กรธุรกิจ (Growth Rate) และความสามารถในการทำกำไร (Profitability) ในธุรกิจที่เป็นองค์กรขนาดกลางและขนาดเล็ก

สภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วยขนาดอิทธิพล 0.24 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมภายในองค์กรมีผลต่อการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในองค์ประกอบระบบการให้รางวัลตอบแทน การสนับสนุนของผู้บริหาร และโครงสร้างองค์กรและขอบเขตการดำเนินงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Allen & Kilmann (2001, pp. 122-124) ที่ศึกษาบทบาทของระบบการให้รางวัลสำหรับเป็นกลยุทธ์ในการจัดการคุณภาพโดยรวม พบว่าระบบการให้รางวัลมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานขององค์กรในส่วนที่เป็นตัวชี้วัดทางการเงิน เช่น รายได้จากการขาย กำไรสุทธิ กระแสเงินสด ผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น และการเติบโตขององค์กร นอกจากระบบการให้รางวัลแล้วยังมีผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนของผู้บริหารส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจเช่นกัน (Lo, Wang, Wah & Ramayah, 2016,



p. 370) ขณะเดียวกันการจัดโครงสร้างองค์กรแบบแนวราบหรือแบบกระจายอำนาจจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรดีกว่าโครงสร้างองค์กรแบบแนวดิ่งหรือแบบการรวมอำนาจ (วรรณลภย์ สุริยะโยธิน และทวีศักดิ์ กฤษเจริญ, 2559, หน้า 214)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีการจัดโครงสร้างองค์กรให้ค่อนไปเป็นแนวราบ เพื่อให้การปฏิบัติงานมีความรวดเร็วมีการกระจายอำนาจในการบริหารมอบหมายให้ผู้บริหารในระดับต่าง ๆ มีอำนาจในการตัดสินใจในเรื่องสำคัญในขณะเดียวกันมีการเปิดโอกาสให้พนักงานใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงานและเปิดโอกาสให้พนักงานใช้แนวคิดใหม่ ๆ ในการสร้างสรรค์การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์อย่างอิสระ

2. ผู้ประกอบการควรมีการพิจารณาระบบการให้รางวัลตอบแทนเพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้พนักงานมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น มอบหมายให้พนักงานได้รับงานที่ท้าทาย จูงใจและตรงกับความสามารถ มีระบบการพิจารณาเลื่อนตำแหน่งหรือการปรับอัตราเงินเดือนด้วยความยุติธรรม

3. ผู้ประกอบการควรให้การสนับสนุนให้มีการปฏิบัติงานโดยมีการจัดการกฎ ระเบียบต่าง ๆ รวมถึงจัดให้มีวัสดุอุปกรณ์ที่เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกและเอื้อต่อการปฏิบัติงาน ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ที่จะเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์กร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 ให้ความสำคัญกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการเป็นแรงขับเคลื่อนให้ประเทศไทยไปสู่ “ประเทศไทย 4.0” การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาเฉพาะธุรกิจในกลุ่มภาคการผลิต ภาคการค้า (การขายส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์) และภาคบริการ (ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร) เท่านั้น หากจะมีการศึกษาในปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร และความเป็นผู้ประกอบการในครั้งต่อไป ควรเพิ่มพื้นที่และประเภทธุรกิจอื่น ๆ เพื่อจะได้นำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีศักยภาพและบทบาททางเศรษฐกิจมากขึ้นเพื่อสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศต่อไป



บรรณานุกรม

- ธวัช ภูษิตโยโคย. (2560). การบัญชีกับการจัดการสำหรับ SMEs. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 13(40), หน้า 72-81.
- วรรณลภย์ สุริยะโยธิน และทวีศักดิ์ กฤษเจริญ. (2559). อิทธิพลของโครงสร้างองค์กรต่อผลการปฏิบัติงานตามคุณลักษณะขององค์กรเชิงนวัตกรรม. *วารสารสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 19(1), หน้า 200-217.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). *แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2560-2564)* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
https://www.sme.go.th/upload/mod_download/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B9%81%E0%B8%A1%E0%B9%88%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%AF%20%E0%B8%89%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%204.pdf [2565, 16 พฤศจิกายน].
- Allen, R.S., & Kilmann, R.H. (2001). The role of the reward system for a total quality management based strategy. *Journal of Organizational Change Management*, 14(2), pp. 110-131.
- Antonicic, B., & Hisrich, R.D. (2003). Corporate entrepreneurship contingencies and organizational wealth creation. *Journal of Management Development*, 23, pp. 518-550.
- Covin, J.G., & Slevin, D.P. (1986). The development and testing of an organizational-level Entrepreneurship scale. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 3, pp. 628-639.
- Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M., & Sexton, D.L. (2001). Guest editors' introduction to the special issue strategic entrepreneurship: entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 22, pp. 479-491.
- Hornsby, J. S., Kuratko, D. F., & Zahra, S. A. (2002). Middle managers' perception of the internal environment for corporate entrepreneurship: assessing a measurement scale. *Journal of Business Venturing*, 17(3), pp. 253-273.



- Karacaoglu, K., Bayrakdaroglu, A. & San, F. (2013). The impact of corporate entrepreneurship on firm's financial performance : evidence from Istanbul stock exchange firms. *International Business Research*, 6(1), pp. 163-175.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), pp. 607-610.
- Lo, M.C., Wang, Y.C., Wah, C.R.J., & Ramayah, T. (2016). The critical success factors for organizational performance of SMEs in Malaysia: a partial least squares approach. *Review of Business Management*, 18(61), pp. 370-391.
- Makaya, S.O. (2012). Corporate entrepreneurship and organizational performance: theoretical perspective, approaches and outcomes. *International Journal of Art and Commerce*. 1(September), pp. 133-143.
- Margarietha, J. S. (2007). *Entrepreneurial intensity : The influence of antecedents to corporate entrepreneurship in firms operating in South Africa*. Available: <https://scholar.sun.ac.za/server/api/core/bitstreams/f9d3c351-088a-4170-9c6e-ccd4c2bec3b8/content> [2022, July 26].
- Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. New York, Wiley.



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

การผลิตสื่อสาระบันเทิงเพื่อการเรียนรู้ไร้ขีดจำกัดในห้องสมุดมีชีวิต

A PRODUCTION OF EDUTAINMENT MEDIA FOR UNLIMITED LEARNING IN THE LIVING LIBRARY

เทียมยศ ปะสาวะโน

Tiamyod Pasawano

ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, e-Mail: tiamyod@rmutt.ac.th (Corresponding Author)

Assistant Professor, Department of Educational Technology and Communications,
Faculty of Technical Education Rajamangala University of Technology Thanyaburi,
e-Mail: tiamyod@rmutt.ac.th (Corresponding Author)

(Received: 2023, August 11; Revised: 2023, October 3; Accepted: 2023, October 10)

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อผลิตสื่อในรูปแบบสาระบันเทิงเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตาม
อัธยาศัย 2) เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน ที่เรียนกับสื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิต และ
3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจก่อนและหลังเรียนรู้จากสื่อสาระบันเทิง รูปแบบของสื่อสาระบันเทิงได้จากการ
วิเคราะห์และสังเคราะห์เอกสารในและต่างประเทศ ผู้เชี่ยวชาญประเมินและรับรองรูปแบบ กลุ่มตัวอย่าง เป็น
นักเรียนระดับชั้นอนุบาล 3 จำนวน 8 คน และระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 12 คน ในภาคการศึกษาที่
2/2565 ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) เครื่องมือสำหรับการวิจัยได้แก่สื่อ
สาระบันเทิงและแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน ค่าความยากง่าย (p) และค่าอำนาจจำแนก (r) และการทดสอบค่าที (Paired-Samples *t* test)
ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบสาระบันเทิงประกอบด้วยการ์ตูนสไลด์ป๊อปอัพแบบดิ่ง โดยนำเนื้อหาวิชาภาษาไทย
เรื่องมาตราตัวสะกดมาใช้ในการผลิตสื่อ มีอยู่ 8 แม่ ได้แก่ แม่กง แม่กน แม่กม แม่กก แม่กต แม่กบ แม่เกย
และแม่เกอว 2) สื่อสาระบันเทิงที่ผลิตขึ้นมีดัชนีประสิทธิผล เท่ากับ 0.58 3) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของ
นักศึกษา ในการเรียนปนเล่นกับการ์ตูนสไลด์มาตราตัวสะกดในภาษาไทย หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และความพึงพอใจของนักเรียนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

คำสำคัญ: สาระบันเทิง; เรียนปนเล่น; ห้องสมุดมีชีวิต



ABSTRACT

The objective of this research was to 1) produce an Edutainment media format to enhance informal learning, 2) study the academic achievement of students studying with live libraries, and 3) investigate the students' satisfaction before and after learning from the Edutainment media. The forms of edutainment media were obtained from the analysis of Thai and international research papers. The model was assessed and certified by experts. The samples acquired by purposive random sampling were eight 3rd grade early childhood and twelve 6th grade students enrolled in Semester 2/2022. The research equipment included edutainment media and achievement test. The analysis tools were percentage, average, standard deviation, item difficulty (p) and discrimination index (r) and Paired-Samples *t* test. The results showed that: 1) the form of edutainment consisted of a pop-up slide cards making use of Thai language's eight final consonant sound prototypes: /-ng/, /-p/, /-n/, /-m/, /-k/, /-t/, /-oe/, and /-oei/, 2) the effectiveness index of the produced edutainment had a performance index at 0.58, and 3) the students learning achievement of posttest scores was higher than the pretest at 0.01 levels. And the students' satisfaction was found at a high level, with an average of 4.29.

Keywords: Infotainment; Play and Learn; Living Library

บทนำ

โรงเรียนวัดกุดนกเปล้า สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี 1 ตั้งอยู่ที่หมู่ที่ 3 บ้านกุดนกเปล้า ตำบลกุดนกเปล้า อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี ห่างจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสระบุรี เขต 1 ระยะทาง 5 กิโลเมตร จัดการศึกษา 2 ระดับตั้งแต่ชั้นอนุบาล 1 ถึงชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวนนักเรียนรวมกันทุกชั้นปีทั้งสิ้น 88 คน (โรงเรียนวัดกุดนกเปล้า, ออนไลน์, 2565) ซึ่งโรงเรียนแห่งนี้ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อพุทธศักราช 2481 โดยมีอาคารเรียนเป็นเอกเทศถาวรเรือนไม้ทรงปั้นหยา พ.ศ.2521 ได้รับอนุญาตจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดสระบุรี ให้เปิดทำการสอนถึงชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ต่อมา พ.ศ.2529 ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติให้เปิดทำการสอนระดับก่อนประถมศึกษา (ชั้นเด็กเล็ก) มีวิสัยทัศน์จัดการเรียนการสอนให้นักเรียนมีคุณภาพได้รับการพัฒนาคุณลักษณะที่เหมาะสมได้มาตรฐานบนพื้นฐานความเป็นไทยและมีความรู้สู่สากล บุคลากรมีมาตรฐาน การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม แนวคิดหลักเน้นการทำงานแบบมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกฝ่ายร่วมคิดร่วมวางแผนร่วมปฏิบัติร่วมประเมิน ปรับปรุงและพัฒนาบริหารงานตามวงจรการทำงานในทุกกิจกรรมที่มีการดำเนินงาน มีการกำกับติดตาม ประเมินการทำงานเป็นระยะ ๆ โดยผู้ที่ได้รับมอบหมายเป็นผู้รับผิดชอบ ดำเนินการ สร้างเจตคติที่ดีต่อการพัฒนาสถานศึกษาแก่บุคลากรทุกคน คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักเรียนโรงเรียนวัดกุดนกเปล้า ได้แก่



รักชาติ ศาสน์ กษัตริย์ มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัยใฝ่เรียนรู้ อยู่อย่างพอเพียง มุ่งมั่นในการทำงาน รักความเป็นไทย มีจิตสาธารณะ และมีความกตัญญู ส่วนกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาการของเด็ก ได้แก่ กีฬานักเรียนเลื่องฟ้าเกมส์ กิจกรรมวันคริสต์มาส และวันขึ้นปีใหม่ กิจกรรมแห่เทียนพรรษา กิจกรรมเปิดบ้านวิชาการและบัณฑิตน้อย กิจกรรมวันไหว้ครู รวมถึงการจัดค่ายคุณธรรมสำหรับนักเรียนโดยมีครูและนักเรียนร่วมกันจัดค่ายส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม สำหรับนักเรียนเพื่อพัฒนาศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม โดยอาศัยหลักธรรมในทางพระพุทธศาสนา ช่วยทำให้นักเรียนเปลี่ยนแนวคิดและพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสมและยังเป็นเกราะป้องกันให้นักเรียนห่างไกลสิ่งชั่วร้ายและรู้เท่าทันปัญหาที่เกิดขึ้น รวมทั้งสามารถคิดแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องและดีงาม (เทศบาลตำบลกุดนกกเปล้า, ออนไลน์, 2565)

จากผลสำรวจของกรมกิจการเด็กและเยาวชนพบว่า รูปแบบการเรียนการสอนที่เด็กและเยาวชนไทยต้องการมากที่สุด คือ การเรียนการสอนแบบลงมือปฏิบัติในสถานที่จริง คิดเป็นร้อยละ 75.90 ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าเด็กและเยาวชนไทยใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการเล่นอินเทอร์เน็ตมากกว่าการทำกิจกรรม หรือการสร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้าง (กรมกิจการเด็กและเยาวชน, ออนไลน์, 2563) แสดงว่ายังขาดกิจกรรมและสื่อการสอนที่จะช่วยดึงดูดความสนใจให้เกิดการเรียนรู้ การเล่นเกมประกอบการจัดการเรียนการสอนจัดเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยกระตุ้นความสนใจให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่ดีได้ อีกทั้งยังเป็นแรงจูงใจให้ผู้เรียนได้เห็นถึงคุณค่าและเกิดความเข้าใจในบทเรียนได้ดีหรือรวดเร็วยิ่งขึ้นกิจกรรมการเล่นประกอบการสอนยังสามารถช่วยฝึกทักษะเฉพาะด้านให้กับนักเรียน เช่น ทักษะการใช้ภาษา การฟัง การสังเกต ให้เกิดควบคู่ไปกับความสนุกสนานอีกด้วย (ธัญชนก กังนิกร, ปิยวดี มากพา และกิตติกรณ์ นพอุดมพันธุ์, 2564, หน้า 262) พื้นฐานสำคัญของโรงเรียนเป็นสถานที่บ่มเพาะการเจริญเติบโตสร้างงานสร้างอาชีพและรายได้ เด็กที่ได้รับการบ่มเพาะความรู้ทักษะวิชาการคุณธรรมและการงานอาชีพจะเติบโตเป็นประชากรที่มีคุณภาพในอนาคตช่วยแบ่งเบาภาระของผู้ปกครอง แต่สภาพปัจจุบันอาจจะมีปัญหาบ้าง เช่น ความแตกต่างของนักเรียนแต่ละคน การเรียนรู้เฉพาะบุคคลที่เร็วและช้าต่างกัน โรงเรียนยังมีความต้องการนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ที่จะนำมาสอน (พิมพ์พร ครอบครอง, 2559, หน้า 17) นักเรียนต้องการเรียนรู้กับกิจกรรมที่สนุกสนานมีรูปแบบที่หลากหลายสามารถเรียนรู้แบบไม่มีที่สิ้นสุดได้ทั้งสาระและบันเทิงควบคู่ในเวลาเดียวกัน (ชลิตา สุนันทาภรณ์, ออนไลน์, 2561) ดังนั้นเพื่อเป็นการตอบสนองต่อผู้เรียนที่มีความสนใจที่แตกต่างกัน หลากหลายอารมณ์และความรู้สึกบางคนขยันทำกิจกรรม บางคนเชื่องช้าไม่มีความใฝ่เรียนเท่าที่ควร โดยทางโรงเรียนได้เล็งเห็นถึงปัญหาเหล่านี้จึงได้มีแนวคิดจัดสรรพื้นที่บางส่วนในอาคารทำเป็นห้องสมุดมีชีวิต มีกิจกรรมให้ทำอย่างหลากหลาย ช่วยสร้างความสนใจให้รักการอ่าน การค้นคว้า เสาะแสวงหาคำตอบด้วยตนเอง นำไปสู่การเป็นนักเรียนที่มีความรู้ มีคุณธรรม และสามารถนำวิชาความรู้ไปประกอบอาชีพได้เมื่อสำเร็จการศึกษา (จุฑาทิพย์ อรุณรัตน์ และเทียมยศ ปะสาวะโน, 2562, หน้า 17) ช่วยแก้ปัญหาสังคมและชุมชน ช่วยให้เกิดแนวคิดที่จะนำไปประกอบอาชีพสร้างรายได้แก่ตนเองและครอบครัว โดยสถานะของโรงเรียนเป็นพื้นที่แสวงหาความรู้ของทั้งผู้ปกครองและนักเรียนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งในครอบครัวช่วยเป็นเกราะป้องกันภัยทางสังคมในยุคปัจจุบันได้อีก



ทางหนึ่ง ตอบสนองนโยบายของยุทธศาสตร์การพัฒนาชาติให้เป็นพลเมืองดิจิทัล รู้จักประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง ชุมชน สังคม และนำพาประเทศชาติให้เจริญก้าวหน้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อผลิตสื่อในรูปแบบสาระบันเทิงเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตามอัธยาศัย
2. เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกับสื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิต
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจหลังเรียนรู้จากสื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิต

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรเป็นนักเรียนระดับชั้นอนุบาล 1 ถึงประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนวัดกุดนกกเปล้า จำนวน 88 คน (โรงเรียนวัดกุดนกกเปล้า, ออนไลน์, 2565) และกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับชั้นอนุบาล 3 จำนวน 8 คน และระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 12 คนที่กำลังเรียนในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2565 ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) สื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิต วิเคราะห์ความเหมาะสมและหาข้อสรุปของรูปแบบสื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิตโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ให้คำแนะนำและรับรองรูปแบบการวิเคราะห์แบบประเมินความเหมาะสมของสื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิตโดยผู้เชี่ยวชาญใช้วิธีการหาค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิเคราะห์หาความยากง่าย (p) และค่าอำนาจจำแนก (r) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2549, หน้า 25) 3) แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียน หาค่าความเชื่อมั่นโดยคำนวณจากสูตร KR-20 (KUDER Richardson-20) และใช้สถิติเพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC)

การเก็บรวบรวมข้อมูล มีการปฏิบัติตามขั้นตอนดังนี้ 1) วิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบทดสอบเพื่อพัฒนาเป็นแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังการเรียน 2) ประเมินคุณภาพของสื่อสาระบันเทิงโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษาที่มีความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อเทคโนโลยีการศึกษา 3) ในขั้นของการทดลอง ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทดลองครั้งที่ 1 แบบหนึ่งต่อหนึ่ง และทดลองครั้งที่ 2 แบบกลุ่มเล็ก เพื่อหาประสิทธิภาพของสื่อสาระบันเทิง 4) ในขั้นของการทดลองภาคสนาม ผู้วิจัยเก็บรวบรวมผลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนของโรงเรียนวัดกุดนกกเปล้า ระดับชั้นอนุบาล จำนวน 8 คน ระดับชั้นประถมศึกษา จำนวน 12 คน เมื่อออกแบบจนได้สื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิตที่เหมาะสมแล้วก็นำไปหาประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที (Paired-Samples t test) เพื่อเปรียบเทียบผลการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน



ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ค่าดัชนีประสิทธิผลของสื่อสาระบันเทิงจากการทดลองแบบกลุ่มเล็ก

คนที่	คะแนนทดสอบก่อนเรียน	คะแนนทดสอบหลังเรียน
1	3	7
2	5	8
3	4	7
4	6	9
5	3	9
6	4	8
7	6	7
คะแนนรวม	6	9.50
คะแนนเฉลี่ย	5.66	9.70
คะแนนเต็ม	10	10

จากตารางที่ 1 พบว่าคะแนนการทดสอบก่อนเรียนของการทดลองแบบกลุ่มเล็ก มีคะแนนเฉลี่ย 5.66 และทดสอบหลังเรียนมีคะแนนเฉลี่ย 9.70 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน และได้ค่าดัชนีประสิทธิผลเท่ากับ 0.52

ตารางที่ 2 ค่าดัชนีประสิทธิผลของสื่อสาระบันเทิงจากการทดลองแบบภาคสนาม

คนที่	คะแนนทดสอบก่อนเรียน	คะแนนทดสอบหลังเรียน
1	5	8
2	4	10
3	6	10
4	3	8
5	4	9
6	5	9
7	6	8
8	7	9



ตารางที่ 2 (ต่อ)

คนที่	คะแนนทดสอบก่อนเรียน	คะแนนทดสอบหลังเรียน
9	5	10
10	4	10
11	4	10
12	3	9
คะแนนเฉลี่ย	4.66	9.16

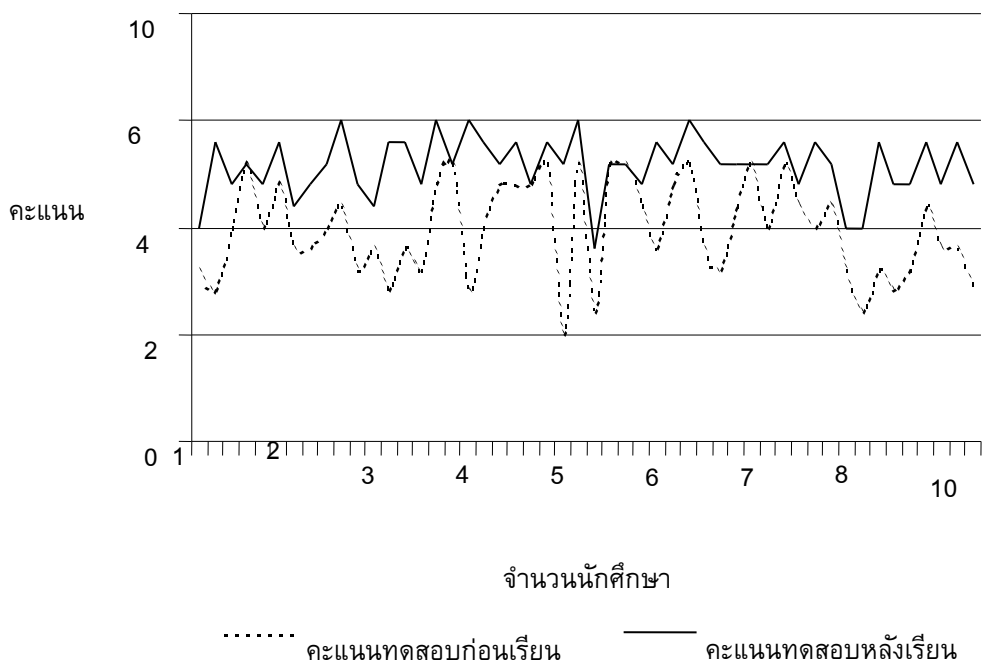
จากตารางที่ 2 พบว่าคะแนนการทดสอบก่อนเรียนของการทดลองแบบภาคสนาม มีคะแนนเฉลี่ย 4.66 และทดสอบหลังเรียนมีคะแนนเฉลี่ย 9.16 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน และได้ค่าดัชนีประสิทธิผลเท่ากับ 0.55 ซึ่งนักศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้ง 12 คน มีคะแนนหลังเรียนเพิ่มขึ้น ซึ่งค่าคะแนนเฉลี่ยของผลการสอบก่อนและหลัง แสดงผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 คะแนนเฉลี่ยของผลการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>SD</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
ก่อนเรียน	12	8.73	1.68	-10.161**	.000
หลังเรียน	12	12.33	1.47		

** $p < .01$

จากตารางที่ 3 พบว่าคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังจากที่ได้เรียนกับสื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิตมีคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงกว่าคะแนนก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นว่านักเรียนที่เรียนกับสื่อสาระบันเทิงมีความรู้เพิ่มขึ้นกว่าก่อนเรียน และสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบสื่อสาระบันเทิงที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นส่งผลให้ระดับความก้าวหน้าทางการเรียนสูงขึ้นดังภาพที่ 1 ค่าเฉลี่ยความก้าวหน้าระหว่างก่อนเรียน (Pretest) และหลังเรียน (Posttest)



ภาพที่ 1 ค่าเฉลี่ยความก้าวหน้าระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อสื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิต

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	แปลผล
1. ด้านเนื้อหา	3.80	0.86	มาก
1.1 เนื้อหาในสื่อสาระบันเทิง ไม่ง่ายหรือยากเกินไป	3.76	0.89	มาก
1.2 มีเนื้อหาใหม่ ๆ ให้ได้เรียนรู้	3.80	0.83	มาก
1.3 ผู้เรียนมีความเข้าใจเนื้อหาสื่อสาระบันเทิง	3.82	0.87	มาก
2. ด้านการนำเสนอสื่อสาระบันเทิง	2.91	0.62	ปานกลาง
2.1 ภาพที่นำเสนอในสื่อสาระบันเทิงมีความชัดเจนเข้าใจง่าย	3.88	0.84	มาก
2.2 ภาพประกอบมีความชัดเจน เข้าใจง่าย	3.91	0.83	มาก
2.3 รูปแบบตัวอักษร ขนาดและสีตัวอักษรมีความชัดเจน อ่านง่าย	3.88	0.84	มาก
2.4 สื่อสาระบันเทิงมีความน่าสนใจ	3.88	0.84	มาก
3. ด้านกิจกรรม	3.13	0.64	ปานกลาง
3.1 กิจกรรมเสริมสร้างความรู้	3.82	0.87	มาก
3.2 กิจกรรมสามารถเรียนรู้ได้ทุกเวลา	4.19	0.85	มาก



ตารางที่ 4 (ต่อ)

รายการประเมิน	$\bar{X}$	SD	แปลผล
3.3 คำอธิบายเนื้อหาชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.13	0.89	มาก
3.4 ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสื่อสาระบันเทิง	4.22	0.82	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59	0.85	มาก

จากตารางที่ 4 ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อสื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิตพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยนักเรียนมีความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสื่อสาระบันเทิงเท่ากับ 4.22 กิจกรรมการเรียนรู้ได้ตลอดเวลาเท่ากับ 4.19 มีอธิบายเนื้อหาชัดเจนและเข้าใจง่ายเท่ากับ 4.13 ภาพประกอบมีความชัดเจน เข้าใจง่ายเท่ากับ 3.91 ภาพที่นำเสนอในสื่อสาระบันเทิงมีความชัดเจนเข้าใจง่ายเท่ากับ 3.88 รูปแบบตัวอักษร ขนาดและสีตัวอักษรมีความชัดเจน อ่านง่ายเท่ากับ 3.88 สื่อสาระบันเทิงมีความน่าสนใจเท่ากับ 3.88 กิจกรรมเสริมสร้างความรู้เท่ากับ 3.82 ผู้เรียนมีความเข้าใจเนื้อหาในสื่อสาระบันเทิงเท่ากับ 3.82 มีเนื้อหาใหม่ ๆ ให้ได้เรียนรู้เท่ากับ 3.80 เนื้อหาในสื่อสาระบันเทิงไม่ง่ายหรือยากจนเกินไปเท่ากับ 3.76

อภิปรายผล

1. การผลิตสื่อในรูปแบบสาระบันเทิงเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตามอัธยาศัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแผ่นกระดาษแข็ง ฟิวเจอร์บอร์ด รูปภาพและอุปกรณ์การตัดแปะด้วยกาวแท่งสีที่สามารถจัดหาได้ ส่วนเนื้อหาได้คัดเอาเฉพาะหมวดคำที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่เหมาะสมกับวัยของเด็กเล็กและเหมาะสมที่จะเล่นกิจกรรมอย่างสนุกสนาน เพื่อให้เกิดความหลากหลายได้แก่ มาตรฐานตัวสะกดไม่ตรงรูป 4 มาตรฐาน ได้แก่ 1) แม่ กก, 2) แม่ กต, 3) แม่ กบ, 4) แม่ กน พร้อมด้วยมาตรฐานตัวสะกดตรงรูป 4 มาตรฐาน ได้แก่ 1) แม่ กก, 2) แม่ กม, 3) แม่ เกย, 4) แม่ เกอว นำมาผลิตเป็นแผ่นกระดาษแข็งเลื่อนเข้า-ออกแบบสไลด์ป๊อปอัพ และมีสีสันที่สดใสช่วยดึงดูดความสนใจของเด็กได้อย่างมากเมื่อรวมแล้วได้ทั้งหมด 8 ชุด แล้วจึงนำไปหาค่าประสิทธิภาพของสื่อจากการให้นักเรียนได้เรียนจากสื่อแล้วทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 10 ข้อ ใช้ทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน มีเนื้อหาครอบคลุมจุดประสงค์ 4 ข้อ มีค่าความยากง่าย (p) อยู่ระหว่าง .38-.78 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง .20-.63 และค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบเท่ากับ .74

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนกับสื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิต ผู้วิจัยได้ทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 คน ปรากฏว่ามีค่าดัชนีประสิทธิผลเท่ากับ 0.55 เมื่อเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนและหลังเรียนแล้วทำให้ทราบว่ามีความก้าวหน้าทางการเรียนเฉลี่ยเท่ากับ 3.0 คะแนน สอดคล้องกับ ชลิตา



สุนันทาภรณ์ (ออนไลน์, 2561) ที่ศึกษาเรียนปนเล่นปนเรียน กระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมสำหรับเด็กปฐมวัย ที่ได้จัดสรรสื่อการสอนสำหรับเด็กให้เหมาะสมกับช่วงวัยและการละเล่น และสอดคล้องกับ พิมพ์พร ครอบครอง (2559, หน้า 19) ที่ศึกษาผลการใช้วิธีการสอนแบบเรียนปนเล่น กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ เรื่อง การบวกและการลบจำนวนสำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ที่มุ่งให้เด็กได้รับความรู้พร้อมกับความเพลิดเพลินในเวลาเดียวกัน แสดงให้เห็นว่าสื่อสาระบันเทิงที่ผลิตขึ้นในครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถนำไปใช้กับการทำกิจกรรมแบบสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิตได้อย่างเหมาะสม

3. ความพึงพอใจหลังเรียนรู้จากสื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิตในภาพรวมนั้นพบว่า นักเรียนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากจากการสอนและสังเกตการณ์ในขณะทดลองหาประสิทธิภาพของสื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิต พบว่านักเรียนมีความกระตือรือร้นอยากที่จะเรียน และตั้งใจเรียนรู้กับสื่อเป็นอย่างดี บางคนก็จดบันทึกความรู้ที่ได้จากการเรียนกับสื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิตหรือจดบันทึกเอาไว้เพื่อมาเรียนรู้ในภายหลัง แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของสื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิตที่เป็นสื่อที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัวที่เหมาะสม สามารถให้ผู้เรียนได้รับสื่อที่มีความเหมาะสมกับช่วงวัย มีตัวอักษรและภาพประกอบช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเร็ว สามารถจัดความผิดพลาดในการสื่อสารด้วยสื่อรูปแบบอื่นได้อย่างเหมาะสม ชัดเจน และช่วยสร้างความเพลิดเพลิน มีบรรยากาศในการเรียนรู้ได้ดีขึ้น นั่นเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าสื่อสาระบันเทิงในห้องสมุดมีชีวิตที่ผลิตขึ้นในครั้งนี้ สามารถนำไปใช้กับการเรียนการสอนในปีการศึกษาต่อไปได้และยังสามารถนำไปใช้กับโรงเรียนแห่งอื่น ๆ ใกล้เคียงได้อีกด้วยหรือผลิตเพิ่มให้กับรายวิชาอื่นได้อีกเพื่อใช้ทบทวนความรู้ในภายหลังได้อย่างไร้ขีดจำกัด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. มีครูผู้รับผิดชอบในการดูแลห้องสมุด เปิด-ปิดในเวลาที่เหมาะสม จัดมุมสนทนา การแนะนำกิจกรรม ให้นักเรียนสามารถเข้าใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง
2. ศึกษาวิธีการใช้สื่อสาระบันเทิงร่วมกับกิจกรรมเรียนปนเล่น พร้อมสังเกตผลหรือให้นักเรียนทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไปในตัว
3. เตรียมสื่ออุปกรณ์ประกอบการสอนที่เกี่ยวข้องให้พร้อม เช่น สื่อกราฟิก แผ่นสไลด์ป๊อปอัพ กิจกรรมเรียนปนเล่น การร้องเพลง การปรบมือ รางวัลล่อใจ เป็นต้น
4. ควรทำการสอนเสริมหรือสอนชดเชยให้แก่เด็กที่เรียนรู้ช้าหรือไม่เข้าใจบทเรียน โดยใช้สื่อสาระบันเทิงมาสอนซ้ำหรือสอนชดเชยได้
5. ขณะจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยใช้สื่อสาระบันเทิง อาจารย์ผู้สอนควรอยู่ในห้องสมุดมีชีวิตแห่งนี้ด้วยทุกขั้นตอน เพื่อควบคุมนักเรียนให้เล่นตามกิจกรรม ตามฐาน ที่ครูได้กำหนดไว้ล่วงหน้า สังเกตความสนใจ ซักถามนักเรียน ถ้ายังไม่เข้าใจ ครูผู้สอนสามารถหยุดเล่นกลางคันแล้วอธิบายเพิ่มเติมได้ทันทีจนกว่า



นักเรียนจะเข้าใจ กฎ กติกา มารยาท (หากไม่จำเป็นไม่ควรอธิบายแทรกขณะนักเรียนกำลังเรียนปนเล่นกับสื่อสาระบันเทิง)

6. ควรเน้นให้นักเรียนปฏิบัติกิจกรรมตามบทเรียนจากสื่อสาระบันเทิงตามขั้นตอนทุกกิจกรรม เช่น การตอบคำถาม การออกเสียง การร้องเพลง การทดสอบเข้าใจพอริบ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ทำวิจัยให้ครอบคลุมถึงการพัฒนาเทคนิคการสอนเฉพาะตัวของครูแต่ละคน ร่วมกับสื่อสาระบันเทิงรูปแบบเรียนปนเล่นที่นำมาใช้ เพื่อให้เป็นผู้สอนที่มีบุคลิกกระฉับกระเฉง อารมณ์ดี ซึ่งจะช่วยสร้างบรรยากาศในชั้นเรียนให้ครื้นเครง สนุกสนาน เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจให้แก่ผู้เรียน

2. ทำการศึกษาวิจัยด้านการออกแบบสภาพแวดล้อมในชั้นเรียนเพิ่มเติม ช่วยเพิ่มสีสันสวยงามมากยิ่งขึ้นและถูกใจผู้เรียน ให้อารมณ์เหมือนนั่งอยู่ในสนามเด็กเล่น มากกว่ารู้สึกวุ่นวายในห้องเรียน

3. นำสื่อชนิดอื่น ๆ ที่หลากหลายมาสอนเปรียบเทียบให้เห็นถึงความแตกต่างของการเรียนรู้จากการใช้สื่อต่างชนิดกัน เช่น โปสเตอร์ ชุดการสอน แผ่นพับแสนสนุก นิทรรศการ เป็นต้น แล้วเลือกใช้สื่อชนิดและแบบที่เหมาะสมที่สุดกับนักเรียนแต่ละชั้นปี เพื่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงสุด

4. จัดให้มีกิจกรรมตลอดภาคการศึกษา โดยเชิญวิทยากรจากภายนอกมาบรรยายให้ความรู้และมุมมองที่แปลกใหม่ จัดแข่งขันวาดภาพ การประกวดเซาว์ปัญญาพอริบ เป็นต้น

5. ผลิตสื่อสาระบันเทิงในรูปแบบหนังสือป้อบอัพทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก มาทำกิจกรรมในห้องสมุดมีชีวิต ถ่ายภาพนิ่ง วิดีโอ แล้วนำออกเผยแพร่ทางเว็บไซต์ยูทูบหรือเฟสบุ๊ค เป็นการเพิ่มช่องทางการรับชมและทบทวนความรู้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในรูปแบบ Social Network เป็นการเผยแพร่แนวคิดเรียนปนเล่นให้เป็นที่รู้จักกว้างไกล เพื่อสร้างทางเลือกในการรับข้อมูลให้หลากหลายช่องทางมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กรมกิจการเด็กและเยาวชน. (2563). *รายงานการสำรวจความคิดของเด็กและเยาวชนในหัวข้อ “เด็กและเยาวชนคิดและทำอะไรในแต่ละวัน”* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

https://www.dcy.go.th/public/mainWeb/file_download/1653283114029-672024637.pdf [2565, 17 ตุลาคม].

จุฑาทิพย์ อรุณรัตน์ และเทียมยศ ปะสาวะโน. (2562). การผลิตสื่อวีดิทัศน์ออนไลน์โดยการเรียนรู้แบบธรรมชาติ รายวิชาดนตรี-นาฏศิลป์ สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏ*, 7(1), หน้า 17-23.

ชลิตา สุนันทาภรณ์. (2561). *เรียนปนเล่นเล่นปนเรียน:กระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมสำหรับเด็กปฐมวัย* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://thepotential.org/knowledge/play-based-learning> [2564, 24 กรกฎาคม].



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

เทศบาลตำบลกุดนกกเปล้า. (2565). **ข้อมูลพื้นฐาน** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<https://www.kudnokplao.go.th/contact.php> [2565, 15 กันยายน].

ธัญชนก กังนิกร, ปิยวดี มากพา และกิตติกรณ นพอดมพันธ์. (2564). การจัดการเรียนรู้ตามอรรถาธิบายสำหรับ
เด็กและเยาวชนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมความตระหนักรู้คุณค่าในการแสดงหนังใหญ่
วัดสว่างอารมณ์ จังหวัดสิงห์บุรี. **วารสารชุมชนวิจัย**, 15(4), หน้า 260-270.

พิมพ์พร ครอบครอง. (2559). ผลการใช้วิธีการสอนแบบเรียนปนเล่น กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์เรื่อง
การบวกและการลบจำนวน สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1. วิทยานิพนธ์การศึกษา
มหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

โรงเรียนวัดกุดนกกเปล้า. (2565). **ข้อมูลและสภาพทั่วไปของโรงเรียนวัดกุดนกกเปล้า** (ออนไลน์).

เข้าถึงได้จาก: <https://www.kudnokplao.go.th/detailRev2.php?page=4&id=318>

[2564, 24 กรกฎาคม].

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2549). **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ:
สุวีริยาสาส์น.



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

การศึกษาความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมสำหรับนักศึกษา

ด้านอุตสาหกรรมบริการในจังหวัดชลบุรี*

A STUDY OF CREATIVE THINKING FOR INNOVATION

FOR UNDERGRADUATE STUDENTS IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

IN CHONBURI PROVINCE

อนุรักษ์ ทองขาว

Anurak Tongkaw

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาศึกษาทั่วไป คณะอุตสาหกรรม วิทยาลัยดุสิตธานี ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา,

e-Mail: Anurak.to@dtc.ac.th (Corresponding Author)

Assistant Professor, General Education Department, Faculty of Hospitality Industry,

Dusit Thani College, Pattaya, e-Mail: Anurak.to@dtc.ac.th (Corresponding Author)

(Received: 2023, September 7; Revised: 2023, October 24; Accepted: 2023, November 3)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็น และเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมในแต่ละมิติของหมวดหมู่แต่ละใบหมวดหมู่ 6 สี รอบ 6 ใบ สำหรับนักศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการของสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน และเลือกกลุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์ จำนวน 20 คน ที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ด้านอุตสาหกรรมบริการที่สนใจในการให้ข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี Games-Howell สำหรับการสัมภาษณ์ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นอยู่ระดับที่เห็นด้วยว่า นักศึกษามีความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมในแต่ละมิติของหมวดหมู่แต่ละใบตามทฤษฎีหมวดหมู่ 6 สี รอบ 6 ใบ ดังนั้น ในการทำงานเรื่องใด ๆ นักศึกษาจะคิดคำนึงถึงความเป็นจริงที่เกิดขึ้น (หมวดหมู่สีขาว), นักศึกษามักจะสำรวจความต้องการหรือสำรวจความคาดหวังในผลงานก่อนเสมอ (หมวดหมู่สีแดง), นักศึกษาจะพิจารณาข้อเสียหรือ

*งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากวิทยาลัยดุสิตธานี ประจำปีการศึกษา 2563



จุดด้อยของผลงานเสมอ (หมวกสีดำ), นักศึกษาจะพิจารณาถึงประโยชน์ของผลงานเสมอ (หมวกสีเหลือง), นักศึกษาจะพิจารณาถึงผลกระทบที่ดีต่ออุตสาหกรรมบริการ (หมวกสีเขียว) และนักศึกษามักจะเรียงลำดับความสำคัญของความคิดในการทำงานเสมอ (หมวกสีฟ้า) 2) นักศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรม ในมิติของหมวกสีฟ้า หมวกสีเขียว และหมวกสีขาว มากกว่ามิติของหมวกสีอื่น ๆ ดังนั้นองค์กรที่เกี่ยวข้องในการพัฒนานักศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดชลบุรี ควรพัฒนานักศึกษาในเรื่องการศึกษาความคิดเห็น ความต้องการ และความชื่นชอบของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

คำสำคัญ: นักศึกษา; นวัตกรรม; อุตสาหกรรมบริการ

ABSTRACT

This research aimed to study the level of opinions and compare opinions about creative thinking to create innovation in each dimension of hats according to the Six Thinking Hats Theory for students in Hospitality Industry of higher education institutions in Chonburi Province. The sample group comprised 400 undergraduate students studying in fields associated with the Hospitality Industry in Chonburi Province. This research used multistage sampling method and the sample group of 20 undergraduate students in the Service Industry were selected for an interview. The research tools were an opinion questionnaire and semi-structured interviews, the quality of which had been checked. The statistics used to analyze the data included mean, standard deviation, one-way ANOVA, and multiple comparison tests using the Games-Howell method. In terms of the interview, content analysis was employed.

It was found that: 1) The students majoring in Hospitality Industry in Chonburi agreed that they had creative thinking for innovation in each dimension of Six Thinking Hats Theory as follows: In working on any subject, students would think about the reality that occurred (White Hat), always survey the needs or expectations of work first (Red Hat), always consider the disadvantages or weak points of work (Black Hat), consider the benefits of the results always work (Yellow Hat), consider the positive impact on the service industry (Green Hat), and always prioritize their ideas in their work (Blue Hat). 2) The students in the Hospitality Industry in Chonburi had a higher level of opinions on the dimensions of blue, green, and white hats than other hats. Therefore, organizations involved in the development of the students in this field should develop students in terms of studying customers' opinions, needs, and preferences.



Keywords: Students; Innovation; Hospitality Industry

บทนำ

จังหวัดชลบุรีเป็นจังหวัดที่อยู่ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับพื้นที่ให้เป็นเขตเศรษฐกิจชั้นนำของเอเชียเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต เพิ่มรายได้และอาชีพของประชาชน พัฒนาเศรษฐกิจให้ขยายตัวดีขึ้นและเพิ่มการจ้างงาน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ออนไลน์, 2560) รวมทั้งจังหวัดชลบุรียังเป็นเมืองหลักในการท่องเที่ยวภาคตะวันออกที่มีธุรกิจอุตสาหกรรมบริการที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่มาก เช่น ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจการจัดการจัดนิทรรศการและการประชุม ธุรกิจการนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง เป็นต้น ปัจจุบันอุตสาหกรรมบริการจำเป็นต้องปรับตัวในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาภายใต้สถานการณ์การป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ที่มีชีวิตปกติวิถีใหม่ (New Normal) เกิดขึ้นและเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เบบางลงธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมบริการจำเป็นต้องหาวิธีการฟื้นตัวให้ได้เร็วมากที่สุดเมื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ที่ขึ้นอย่างรวดเร็วเพื่อความอยู่รอดและการพัฒนารุณนั้น ๆ

วิธีการหนึ่งที่จะทำให้เกิดการฟื้นตัวของธุรกิจใอุตสาหกรรมบริการได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น นั่นคือต้องสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งนวัตกรรมนั้น หมายถึงการสร้างหรือการประดิษฐ์โดยใช้ทรัพยากรในการประดิษฐ์ สินค้าใหม่ด้วยการใช้แนวคิดใหม่ที่เป็นารเพิ่มมูลค่าและผลลัพธ์ในมิติต่าง ๆ ให้ดีมากยิ่งขึ้น (นัยนา รัตนสุวรรณชาติ, เขมมารี รักษาชีพ และศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี, 2562, หน้า 544-546) เช่น ธนาคารมีการสร้าง Alert-Debit Card ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่พยายามให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่นำบัตรเดบิตไปใช้และเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ทำบัตรหายธนาคารจะมีบริการแจ้งข้อความทาง SMS ทุกครั้งที่มีการใช้บัตร ซึ่งจะสามารถทราบได้ทันทีว่ามีการใช้ที่ไหน เวลาใด เป็นเงินจำนวนเท่าไร ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกมั่นใจทุกครั้งที่ใช้บัตรเดบิตหรือบัตรเครดิตของธนาคารหรือการทำโรงแรมแบบโยเทล (Yotel) ซึ่งเป็นโรงแรมรูปแบบใหม่ที่มีการปฏิวัติเปลี่ยนโฉมห้องสี่เหลี่ยมเดิม ๆ ให้กลายเป็นห้องพักรูหราชั้นหนึ่ง (First Class) มีการใช้แสงสีในการแต่งห้องพักรให้สวยงามพร้อมมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยต่าง ๆ รวมถึงมีการให้ความผ่อนคลายแก่ผู้ใช้บริการด้วยน้ำจาก Rain Shower (ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2559, หน้า 19-20)

ในการที่จะสร้างนวัตกรรมในอุตสาหกรรมบริการของจังหวัดชลบุรีเพื่อก้าวเข้าสู่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ต้องอาศัยบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมที่มีคุณค่า



เพื่อใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมบริการจังหวัดชลบุรี ในปี ค.ศ.2017 ดร.เอ็ดเวิร์ด เดอ โบโน ได้นำเสนอเทคนิคการคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมที่เรียกว่า "ทฤษฎีหมวก 6 สี ครอบ 6 ใบ (Six Thinking Hats)" เป็นวิธีคิดที่มีมุมมองแบบรอบด้านในการที่จะช่วยในการคิดที่สร้างนวัตกรรม ประกอบด้วย 1) หมวกสีขาว ที่แสดงถึงความ เป็นกลาง หมายถึงการวิเคราะห์ความเป็นจริงโดยไม่สนใจข้อคิดเห็น 2) หมวกสีแดง ที่แสดงถึงอารมณ์ความรู้สึก หมายถึงอารมณ์ความรู้สึกว่าชอบหรือไม่ชอบโดยไม่สนใจเหตุผลประกอบ 3) หมวกสีดำ ที่แสดงถึงความโศกเศร้า หรือการถูกปฏิเสธ หมายถึงข้อด้อย อุปสรรค ข้อบกพร่องต่าง ๆ 4) หมวกสีเหลือง ที่แสดงถึง ความรุ่งเรืองสว่าง สดใส หมายถึงจุดเด่น โอกาส สิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ 5) หมวกสีเขียว ที่แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์การ เจริญเติบโต หมายถึงการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น และ 6) หมวกสีฟ้า ที่แสดงถึงการควบคุมหรือการบริหารจัดการ หมายถึงการควบคุมกระบวนการคิดหรือการจัดระเบียบการคิด (De Bono, 2017, pp. 97-100)

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมด้านอุตสาหกรรมบริการ ตามทฤษฎีหมวก 6 สี ครอบ 6 ใบ โดยศึกษาในกลุ่มของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาที่ศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดชลบุรี เนื่องจากผู้วิจัยมีแนวความคิดว่านักศึกษากลุ่มนี้ส่วนใหญ่แล้วเป็นกลุ่มที่กำลังก้าวเข้าสู่ อุตสาหกรรมบริการในจังหวัดชลบุรี และเมื่อทราบลักษณะของความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมด้าน อุตสาหกรรมบริการของนักศึกษาว่าควรต้องเร่งพัฒนาในส่วนใดเป็นสำคัญตามทฤษฎีหมวก 6 สี ครอบ 6 ใบ สิ่งเหล่านี้จะเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญในการขึ้นนโยบายหรือแนวทางต่าง ๆ ในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อ สร้างนวัตกรรมเพื่อให้นักศึกษามีความเป็นนวัตกรรมและเป็นกำลังหลักที่สำคัญทางปัญญาในการพัฒนาอุตสาหกรรม บริการ จังหวัดชลบุรี ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมสำหรับนักศึกษา ด้าน อุตสาหกรรมบริการ จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบความเห็นเกี่ยวกับคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมของหมวกแต่ละใบสำหรับ นักศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมวิธีโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักและการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นรอง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาที่มีการเปิด สาขาวิชาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมบริการในจังหวัดชลบุรี ทั้งหมดจำนวน 5 ภาควิชา โดยไม่ทราบจำนวนของนักศึกษา ที่แน่นอน และกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการในจังหวัด



ชลบุรีคำนวณขนาดตัวอย่างโดยสูตรของ Cochran (1977, pp. 75-76) กรณีไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะ สุ่มคือร้อยละ 50 จึงได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 384 คน และเพื่อการป้องกันความผิดพลาดในการได้ข้อมูลที่ไม่ สมบูรณ์งานวิจัยนี้จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างคือ 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ขั้นตอนแรกสุ่ม ตัวอย่างแบบง่ายโดยวิธีการจับฉลากจากสาขาวิชาทั้งหมด 5 ภาควิชา เพื่อให้ได้จำนวน 3 ภาควิชาที่เป็นตัวแทน ของภาควิชาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการในสถาบันอุดมศึกษาจังหวัดชลบุรี และขั้นตอนที่สองเลือกตัวอย่างแบบ เจาะจงตามวัตถุประสงค์การวิจัยและมีการคัดเลือกมาสัมภาษณ์ จำนวน 20 คน เลือกจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความ เต็มใจและสะดวกในการให้ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นทั้งแบบออนไลน์และแบบกระดาษ แบ่งเกณฑ์ การให้คะแนนความคิดเห็นเป็นแบบ Likert Scale 5 ระดับ และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างโดยเครื่องมือการวิจัย นี้ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาด้วยวิธี CVI (Content Validity Index) ของแบบสอบถามได้ค่าความตรงรายข้อ (I-CVI) อยู่ในช่วง .60-1 และค่าความตรงทั้งฉบับ (S-CVI) คือ .93 และผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามจากการทดลองเก็บข้อมูลจำนวน 30 คน ค่าสัมประสิทธิ์คอรีนบาคแอลฟาที่ได้ คือ .89 จากผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยนี้มีความตรงเชิง เนื้อหาและความเที่ยงตรงที่ดี

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลทั้งแบบออนไลน์โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการ ดำเนินการเป็นหลักและแบบออนไลน์ตามสถาบันอุดมศึกษาที่ได้สุ่มมา การเก็บข้อมูลในการวิจัยนี้เป็นไปตาม กระบวนการการพัทกษสิทธิ์กลุ่มตัวอย่าง โครงการวิจัยนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในคนจากมหาวิทยาลัย รังสิต เอกสารรับรองเลขที่ COA.No.RSUEB2023-021

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี Games-Howell โดยใช้โปรแกรม สำเร็จรูปทางสถิติ สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และเนื่องจากการวิจัยนี้มีการใช้การวิจัย เชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพจึงมีการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการ (Methodological Triangulation) โดย การพิจารณาความสอดคล้องข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยเชิงปริมาณและผลการวิจัยเชิงคุณภาพ และสำหรับเกณฑ์ ที่ใช้ในการพิจารณาระดับความคิดเห็นในการวิจัยเชิงปริมาณ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2553, หน้า 138) ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึงนักศึกษาเห็นด้วยอย่างยิ่ง, ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึงนักศึกษาเห็นด้วย, ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึงนักศึกษาไม่แน่ใจ, ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึงนักศึกษาไม่เห็นด้วย, และค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง นักศึกษาไม่เป็นด้วยอย่างยิ่ง



ผลการวิจัย

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับอุดมศึกษา สาขาอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดชลบุรี มีอายุโดยเฉลี่ย 20.85 ปี ($\bar{X}=20.85$, $SD=1.73$) และเป็นหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 อาศัยอยู่บ้านญาติหรือคนรู้จัก และมีรายได้ของครอบครัวนักศึกษาอยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมสำหรับนักศึกษา
ด้านอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดชลบุรี

สีของหมวกแต่ละใบ	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
1. หมวกสีขาว (ความเป็นกลางและความจริง)	4.23 ^a	0.49	เห็นด้วย
1) การทำงานเรื่องใด ๆ ฉันจะคิดคำนึงถึงความเป็นจริงที่เกิดขึ้น	4.35	0.55	เห็นด้วย
2) ฉันจะค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อเท็จจริง ก่อนทำงาน ระหว่างทำงาน และหลังทำงาน โดยเฉพาะด้านอุตสาหกรรมบริการ	4.07	0.72	เห็นด้วย
3) ฉันจะค้นคว้าข้อเท็จจริงจากหลายแหล่งข้อมูลก่อนการทำงานใด ๆ	4.31	0.55	เห็นด้วย
2. หมวกสีแดง (อารมณ์ความรู้สึก)	3.94 ^b	0.58	เห็นด้วย
1) ในการทำงาน หรือ สร้างผลงานใด ๆ ฉันจะพิจารณาว่าจะมีผู้ที่ชื่นชอบผลงานของฉัน	3.88	0.79	เห็นด้วย
2) ฉันคำนึงถึงความรู้สึกของผู้ที่นำผลงานของฉันไปใช้ตั้งแต่เริ่มทำงานจนงานเสร็จ	3.87	1.05	เห็นด้วย
3) ก่อนการทำงาน หรือ สร้างผลงานใด ๆ ในด้านอุตสาหกรรมบริการ ฉันมักจะสำรวจความต้องการ หรือ สำรวจความคาดหวังในผลงานของฉันก่อนเสมอ	4.05	0.67	เห็นด้วย
3. หมวกสีดำ (ความโศก เศร้า หรือการถูกปฏิเสธ)	3.95 ^b	0.79	เห็นด้วย
1) ฉันมักจะคิดคำนึงถึงผลเสียของอุตสาหกรรมบริการจากผลงาน หรือ การทำงานของฉันเสมอ	4.01	0.75	เห็นด้วย
2) ก่อนการทำงานใด ๆ ฉันจะพิจารณาข้อเสีย หรือ จุดด้อยของผลงานของฉันเสมอ	4.04	1.00	เห็นด้วย
3) ฉันวิเคราะห์ข้อเสียที่อาจเกิดขึ้นในอุตสาหกรรมบริการตลอดเวลาที่ฉันทำงาน	3.80	0.93	เห็นด้วย
4. หมวกสีเหลือง (ความรุ่งเรืองสว่างสดใส)	4.09 ^b	0.49	เห็นด้วย
1) ในการทำงานใด ๆ ฉันจะพิจารณาถึงประโยชน์ ความโดดเด่น การเป็นสิ่งใหม่ และสร้างโอกาส ในอุตสาหกรรมบริการ อยู่เสมอ	4.21	0.60	เห็นด้วย
2) ในการทำงาน หรือ สร้างผลงาน ฉันมักจะศึกษาเปรียบเทียบจุดเด่น ประโยชน์ โอกาส และการเป็นสิ่งใหม่ ๆ กับผลงานอื่น ๆ ที่ผ่านมาอยู่เสมอ	4.02	0.85	เห็นด้วย



ตารางที่ 1 (ต่อ)

สีของหมวกแต่ละใบ	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น
3) ในการทำงาน หรือ สร้างผลงานใด ๆ ฉันจะมีการสร้างจุดเด่นของงานที่ไม่เหมือนใคร และเป็นประโยชน์อย่างชัดเจนต่ออุตสาหกรรมบริการเสมอ	4.04	0.65	เห็นด้วย
5. หมวกสีเขียว (ความอุดมสมบูรณ์การเจริญเติบโต)	4.22 ^a	0.47	เห็นด้วย
1) ในการทำงานใด ๆ ฉันมักจะคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นในอุตสาหกรรมบริการ	4.19	0.62	เห็นด้วย
2) ในการทำงาน หรือ การสร้างผลงานใด ๆ ฉันจะพิจารณาถึงผลกระทบที่ดีต่ออุตสาหกรรมบริการ	4.30	0.60	เห็นด้วย
3) ฉันมักจะมีการศึกษาผลของงานที่ฉันได้ทำว่าสามารถใช้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการได้	4.18	0.70	เห็นด้วย
6. หมวกสีฟ้า (การจัดการ การบริหารอยู่ด้านบน)	4.30 ^a	0.48	เห็นด้วย
1) ฉันมักจะมีการวางแผนจัดระเบียบความคิดในการคำนึงถึง ข้อเท็จจริง ประโยชน์ จุดเด่น จุดด้อย อารมณ์ความรู้สึก และการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมบริการที่ดีขึ้นอย่างสมดุลในการทำงาน หรือ สร้างผลงานอย่างเหมาะสมที่สุด	4.33	0.60	เห็นด้วย
2) ฉันมักจะมีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการทำงานใด ๆ และการสร้างผลงานบนฐานของข้อเท็จจริง ประโยชน์ จุดเด่น จุดด้อย อารมณ์ความรู้สึก และการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมบริการที่ดีขึ้นอย่างสมดุลที่สุด	4.21	0.55	เห็นด้วย
3) ฉันมักจะเรียงลำดับความสำคัญของความคิดในการคำนึงถึง ข้อเท็จจริง ประโยชน์ จุดเด่น จุดด้อย อารมณ์ความรู้สึก และการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมบริการที่ดีขึ้นในการทำงาน หรือ สร้างผลงานที่เหมาะสมที่สุด	4.35	0.59	เห็นด้วย

หมายเหตุ: a คือกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยเท่า ๆ กันซึ่งอยู่อันดับที่สูงสุดกว่ากลุ่มอื่น ๆ และ b คือกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยเท่า ๆ กัน อยู่ในอันดับรองลงมา โดยอันดับของ a และ b ได้จากการเปรียบเทียบเชิงซ้อนที่กำหนดระดับนัยสำคัญ .05

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 ในการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรม สำหรับนักศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดชลบุรี จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของหมวกแต่ละใบ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นได้ว่านักศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมอยู่ในระดับที่เห็นด้วยในทุก ๆ มิติ และนักศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมของหมวกแต่ละใบเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ อันดับ 1 หมวกสีฟ้า (การจัดการ การบริหารอยู่ด้านบน), อันดับ 2 หมวกสีเขียว



(ความอุดมสมบูรณ์การเจริญเติบโต), อันดับ 3 หมวกสีขาว (ความเป็นกลางและความจริง), อันดับ 4 หมวกสีเหลือง (ความรุ่งเรืองสว่างสดใส), อันดับ 5 หมวกสีดำ (ความโศกเศร้า หรือการถูกปฏิเสธ) และ อันดับ 6 หมวกสีแดง (อารมณ์ความรู้สึก)

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมของหมวกแต่ละใบ
สำหรับนักศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดชลบุรี

ค่าสถิติ / สีของหมวก	ขาว	แดง	ดำ	เหลือง	เขียว	ฟ้า
$\bar{X}$	4.23 ^a	3.94 ^b	3.95 ^b	4.09 ^b	4.22 ^a	4.30 ^a
<i>SD</i>	0.49	0.58	0.79	0.49	0.47	0.48
<i>F test</i>	29.55*			<i>p</i>	.00	

หมายเหตุ* $p < .05$, a คือกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยเท่า ๆ กันซึ่งอยู่อันดับที่สูงสุดกว่ากลุ่มอื่น ๆ และ b คือกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยเท่า ๆ กันได้จากการเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี Games-Howell ที่กำหนดระดับนัยสำคัญ .05

จากตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมของหมวกแต่ละใบสำหรับนักศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการ จังหวัดชลบุรี ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่าค่าสถิติต่าง ๆ ที่ได้คือ $F test = 29.55^*$, $p = .00$ นั้นหมายความว่านักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมของหมวกอย่างน้อย 1 ใบที่แตกต่างจากใบอื่น ๆ และเมื่อพิจารณาจากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี Games-Howell พบว่านักศึกษาด้านอุตสาหกรรมบริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมในมิติของ หมวกสีฟ้า หมวกสีเขียว และหมวกสีขาว มากกว่า หมวกสีเหลือง หมวกสีดำ และหมวกสีแดง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ที่พบว่านักศึกษามีความคิดว่าการวางแผนเป็นสิ่งสำคัญในการทำงานพอ ๆ กับการปรับเปลี่ยนแผนเพื่อแก้ไขไปตามสถานการณ์ต่าง ๆ (หมวกสีฟ้า) และการสร้างผลงานขึ้นมานั้น ต้องมีจุดประสงค์ในการพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ตามจุดประสงค์ของชิ้นงาน หากชิ้นงานดังกล่าวที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการ นั้นสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการย่อมจะทำให้อุตสาหกรรมเกิดการพัฒนา (หมวกสีเขียว) รวมทั้งนักศึกษามีความคิดว่าก่อนจะสร้างผลงานหรือทำงานอย่างต้องคำนึงถึงความเป็นจริงที่เกิดขึ้นและความเป็นไปได้ในการทำก่อนเสมอ (หมวกสีขาว)



อภิปรายผล

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมสำหรับนักศึกษาด้านอุตสาหกรรมการบริการ จังหวัดชลบุรี ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 แสดงให้เห็นว่านักศึกษามีความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมในมิติของหมวดหมู่ทุก ๆ ใบตามทฤษฎีหมวด 6 สี รอบ 6 ใบ เช่น นักศึกษามีความคิดในการเรียงลำดับความสำคัญของสิ่งต่าง ๆ ในการทำงาน, ในการทำงานใด ๆ นักศึกษาจะคิดคำนึงถึงความเป็นจริงที่เกิดขึ้นเสมอ, นักศึกษามีการคิดวางแผนต่าง ๆ ในการทำงานอยู่เสมอ, นักศึกษามีการค้นคว้าข้อเท็จจริงจากหลายแหล่งข้อมูลก่อนการทำงานใด ๆ และในการสร้างผลงานต่าง ๆ จะคิดถึงผลกระทบในทางที่ติดต่อกับอุตสาหกรรมการบริการเสมอ เป็นต้น ซึ่งผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นนวัตกรรมของนักศึกษาที่จะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาให้อุตสาหกรรมการบริการในจังหวัดชลบุรีมีการพัฒนาที่ดีในอนาคต สอดคล้องกับ กมลรัตน์ เทอร์เนอร์, ลัดดา เหลืองรัตนมาศ, สราญ นิรันรัตน์, จิราภรณ์ จันทร์อารักษ์, บุญเดือน วัฒนกุล, และทุติยรัตน์ รื่นเรือง (2558, หน้า 186-187) ที่ศึกษาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษายาบาลในวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ชลบุรี พบว่า นักศึกษายาบาลวิทยาลัยพยาบาล บรมราชชนนีชลบุรี ปี 3 และปี 4 มีการคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งอาชีวศึกษานั้นถือว่าเป็นวิชาชีพหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบริการเช่นเดียวกัน

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมของหมวดแต่ละใบสำหรับนักศึกษาด้านอุตสาหกรรมการบริการ จังหวัดชลบุรี ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 แสดงให้เห็นว่านักศึกษามีความคิดเห็นในมิติของหมวดสีเหลือง หมวดสีดำ และหมวดสีแดง น้อยกว่าหมวดสีอื่น ๆ ดังนั้นสิ่งที่นักศึกษาควรพัฒนา คือการคิดคำนึงถึงการสร้างหรือการพัฒนาผลงานให้มีจุดเด่นให้เป็นสิ่งใหม่ ๆ, การคิดคำนึงถึงข้อดีหรือจุดด้อย อุปสรรค ข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น และการคิดคำนึงถึงเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกของลูกค้าว่าชอบหรือไม่ชอบ สอดคล้องกับ วัชรวิชัย วิทยาภรณ์ (2563, หน้า 42-43) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวของนักศึกษา บัณฑิต นักวิชาการ และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว พบว่านักศึกษาด้านการท่องเที่ยวควรได้รับการพัฒนาเรื่องการวิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ การวิเคราะห์สาเหตุปัญหาต่าง ๆ การประยุกต์ใช้นวัตกรรมจากภาคธุรกิจและศาสตร์อื่น ๆ เพื่อให้การทำงานสร้างสรรค์ต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งหากสามารถพัฒนาสิ่งเหล่านี้ให้กับนักศึกษาได้จะเป็นการสร้างศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมในอุตสาหกรรมการบริการได้เป็นอย่างดี และจะส่งผลทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ ภายใต้กระแสของการเปลี่ยนแปลง ของเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสังคมในปัจจุบัน (พิชญพร พันธ์, วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และธนินทร์ รัตนพงศ์ปัญญา, 2566, หน้า 306-307)



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

องค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรสร้างนโยบายพัฒนาให้นักศึกษามีความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมในเรื่องการศึกษาความคิดเห็น ความต้องการ และความชื่นชอบของผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาวิธีการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมของการของนักศึกษาต่อไป

บรรณานุกรม

- กมลรัตน์ เทอร์เนอร์, ลัดดา เหลืองรัตนมาศ, สราญ นิรันดร์, จิราภรณ์ จันทร์อารักษ์, บุญเดือน วัฒนกุล, และ หุตยรัตน์ รื่นเรือง. (2558). ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาพยาบาลในวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ชลบุรี. *วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข, 25*(2), หน้า 178-193.
- ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2559). นวัตกรรมบริการ : กลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรธุรกิจบริการ. *วารสารการจัดการสมัยใหม่, 14*(2), หน้า 13-24.
- ชูศรีวงศ์รัตน์. (2553). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- นัยนา รัตนสุวรรณชาติ, เขมมารี รักษ์ชูชีพ และศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี. (2562). นวัตกรรมจัดการ. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย, 11*(3), หน้า 543-554.
- พิชญาพร พิรพันธุ์, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ. (2566). กรอบแนวคิดศักยภาพความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม : ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์. *วารสารวิชาการร้อยแก่นสาร, 8*(2), หน้า 306-318.
- วัชรวิชัย วิทยาภรณ์. (2563). แนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวของนักศึกษา บัณฑิต นักวิชาการ และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว. *วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 7*(1), หน้า 30-44.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6381 [2566, 18 สิงหาคม].
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- De Bono, E. (2017). *Six thinking hats*. London: Penguin.



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา
THE STUDY OF THE MARKETING MIX AND TRAVEL MOTIVATIONS OF
THAI TOURISTS IN MULTICULTURAL TOURISM IN SONGKHLA PROVINCE

วาสนา ขวัญทองยิม และคณะ*

Wassana Khwantongyim., et al*

นิสิตปริญญาเอก (การจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม), วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

ปีการศึกษา 2566, e-Mail: wassana.kh.skru@gmail.com (Corresponding Author)

Ph.D. Candidate, (Tourism and Hotel Management), College of Management,

University of Phayao, Academic Year 2023,

e-Mail: wassana.kh.skru@gmail.com (Corresponding Author)

(Received: 2023, September 12; Revised: 2023, November 10; Accepted: 2023, November 14)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสงขลาและเพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 400 คน ในพื้นที่วิจัย 3 อำเภอคือ อำเภอเมืองสงขลา อำเภอหาดใหญ่ และอำเภอสะเดา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย คือสถิติการทดสอบค่าที (t test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีเปรียบเทียบพหุคูณของเชฟเฟ

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะเฉพาะของพื้นที่มากที่สุด 2) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา พบว่าด้านที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านกิจกรรมสนับสนุนในการท่องเที่ยว

คณะนักวิจัย: ชวลี ฌ ถลาง, เสรี วงษ์มณฑา, สุทินันท์ พรหมสุวรรณ

Researcher Tream: Chawalee Na Thalang, Seri Wongmontha, Suthinan Pomsuwan



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน 2) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว, แหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม

ABSTRACT

The objectives of this research were to study 1) the marketing factors of Thai tourists in multicultural tourism in Songkhla Province and 2) the motivations of those tourists. The data were collected from a convenience sample of 400 Thai tourists at Songkhla, Hat Yai, and Sadao in Songkhla Province and analyzed by using descriptive statistics including averages, and standard deviations, *t* tests, One-Way ANOVA or *F* test as well as Scheffe Multiple Comparison Beside.

The research findings showed that 1) The level of tourists opinions on the importance of the overall marketing mix was high. The highest level aspect was the particularity. 2) The highly motivated factors for Thai tourists to travel to multicultural tourism sites were predominantly related to supporting activities during the trip.

Regarding the hypothesis test, it was found that 1) Thai tourists' demographic differences influenced the marketing mix of multicultural tourism in Songkhla Province at the .05 significance level, and 2) the demographic difference of Thai tourists affected their traveling motivation at the .05 significance level.

Keywords: Marketing Mix, Motivated Factors for Thai Tourists, Multicultural Tourism Destination

บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองของประเทศ ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ถือว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเฉพาะรายได้ที่ได้มาจากนักท่องเที่ยวภายในประเทศและจากภายนอกประเทศ (ลงทุนศาสตร์, ออนไลน์, 2566) ภายหลังจากทั่วโลกซึ่งรวมถึงไทยประสบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ทำให้การท่องเที่ยวหยุดชะงัก ทำให้มีความอึดอัดจากการเดินทางมานานทำให้ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป เห็นคุณค่าของการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น มีความโหยหาการเดินทางท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวตามหาความแปลกใหม่และสนใจเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่



แตกต่างจากเดิมเพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์มาเติมเต็มความหมายให้กับชีวิตและหันมาใส่ใจด้านความยั่งยืนมากขึ้น ซึ่งการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม รวมถึงการเข้าถึงวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นเป็นอีกหนึ่งแรงจูงใจสำคัญของนักท่องเที่ยวทั่วโลกทั้งในเอเชีย อเมริกาและยุโรป (สาธิตา, ออนไลน์, 2566) ในภาคใต้ของประเทศไทยมีหลาย ๆ จังหวัดที่มีความน่าสนใจในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และมีความโดดเด่นในเรื่องของความหลากหลายทางวัฒนธรรมหรือเรียกว่า พหุวัฒนธรรม จังหวัดสงขลาถือว่าเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรที่หลากหลายดังที่กล่าวข้างต้น นายเจษฎา จิตรัตน์ กล่าวว่าปัจจุบันสงขลาได้ขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อรองรับบริบทของเศรษฐกิจ เทคโนโลยีและนวัตกรรมในสังคมโลกสมัยใหม่ สอดรับกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์เมืองสงขลาให้มีคุณค่าในสังคมพหุวัฒนธรรม (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา, ออนไลน์, 2566) โดยหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องต่างร่วมกันบูรณาการและผลักดันเพื่อพัฒนาสงขลาให้ก้าวสู่เมืองมรดกโลก โดยการนำแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ประเพณี ที่มีความเก่าแก่อีกเอกลักษณ์โดดเด่นมาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว

จากการศึกษาของสุธิดา วัฒนยืนยง (2556, หน้า 57) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในตลาดน้ำคลองแห อำเภอบางใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่าระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางในภาพรวมอยู่ในระดับมากในทุกด้านคือ ด้านบริการหรือผลิตภัณฑ์, ราคา, ช่องทางการจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการตลาด, กระบวนการ, บุคคล และลักษณะทางกายภาพ และจุฬารัตน์ เพ็ชรประครอง, ฐิติมา มากศรี, ชญานิษฐ์ จารุพันธ์, รัชดาภรณ์ เหล่นเฉียง, อรัญญา วงศ์พุ่ม และอรจันท์ ศิริโชติ (2561, หน้า 178-184) ที่ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอำเภอมือ จังหวัดสงขลา พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิฐานะที่แตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการมาเที่ยวในอำเภอมือ จังหวัดสงขลาแตกต่างกัน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การคมนาคม การประชาสัมพันธ์ อำนวยความสะดวก เพื่อจูงใจนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจทำการศึกษาร่วมประสมทางการตลาด และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลาโดยเลือกพื้นที่จากการแบ่งโซนตามกลุ่มอำเภอที่มีลักษณะเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน คมนาคมขนส่ง การท่องเที่ยว การค้าชายแดน การศึกษา และศูนย์ราชการ ได้แก่ เมืองสงขลา หาดใหญ่ และสะเดา และยังเป็นพื้นที่สำคัญของจังหวัดในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว (สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2561, หน้า 17) ดังนั้นเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และแรงจูงใจในการเดินทาง เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาและสามารถต่อยอดเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องจากนักท่องเที่ยวต่อไปด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ จึงได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

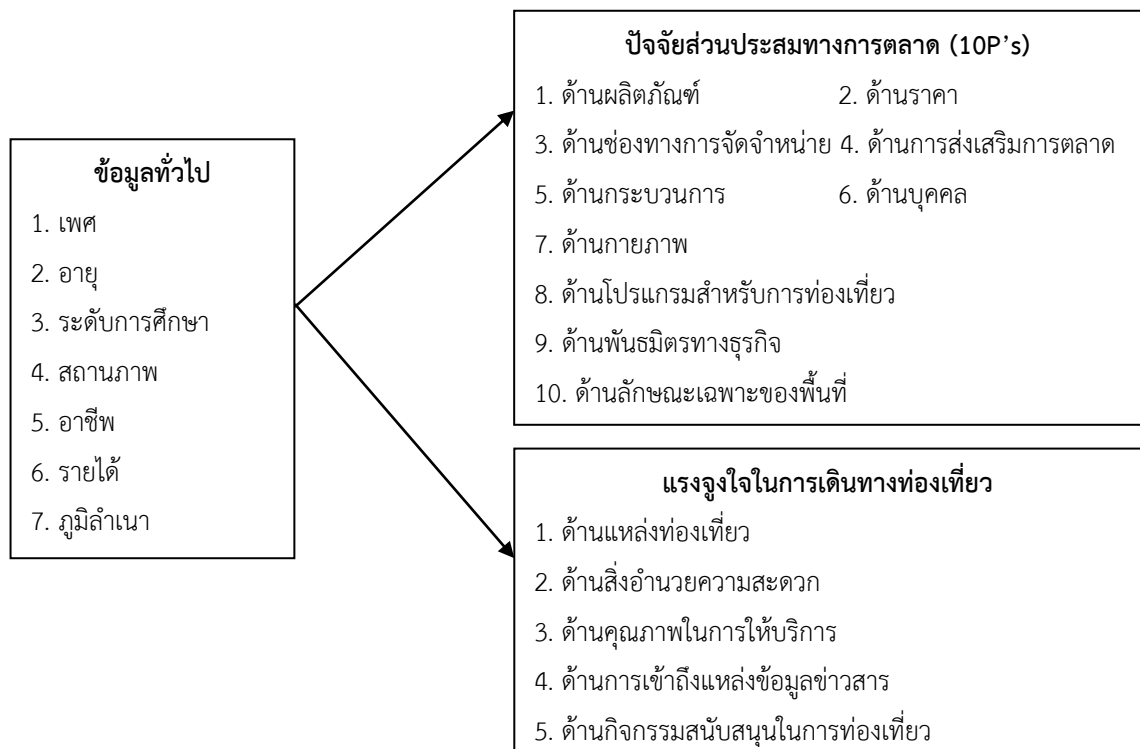
1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา

สมมติฐานของการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (10P's) ที่แตกต่างกัน
2. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดมาใช้ในการประกอบการศึกษาวิจัยคือ แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 10P's ทฤษฎีแรงจูงใจ องค์ประกอบของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว แรงจูงใจผลักดัน (Push Factors) และแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factors) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาประยุกต์เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา จำนวน 4,617,282 คน เป็นข้อมูลล่าสุดในปี พ.ศ.2562 (สำนักงานจังหวัดสงขลา, 2563, หน้า 16) คำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของทาร์โรว์ ยามาเน่ ได้ขนาดตัวอย่างรวม 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บแบบสอบถามในแหล่งท่องเที่ยวของพื้นที่ 3 อำเภอคือ อำเภอเมืองสงขลา อำเภอหาดใหญ่ และอำเภอสะเดา เนื่องจากเป็นพื้นที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และมีความสำคัญของจังหวัดในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามโดยผู้วิจัยได้สร้างจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบตัวเลือกให้เลือกตอบ (Check List) ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา (10P's) ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา มีลักษณะข้อคำถามปลายปิดแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ เรียงจากน้อยไปมาก ระดับ 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยกับข้อความนั้นเลย ระดับ 2 หมายถึงเห็นด้วยกับข้อความนั้นน้อย ระดับ 3 หมายถึงเห็นด้วยกับข้อความนั้นปานกลาง ระดับ 4 หมายถึงเห็นด้วยกับข้อความนั้นมาก และระดับ 5 หมายถึงเห็นด้วยกับ



ข้อความนั้นมากที่สุด ทั้งนี้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นได้เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เพื่อดำเนินการตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความเหมาะสมของข้อคำถาม และรูปแบบของแบบสอบถามเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ใช้เลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ .50 ขึ้นไป (สุริยมล ติรภานนท์, 2550, หน้า 146) จากนั้นนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำและนำแบบสอบถามไปทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำมาคำนวณหาความเชื่อมั่นโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach, 1951, p. 299) ทั้งฉบับอยู่ที่ .98 ถือว่าแบบสอบถามมีมาตรฐานจึงนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยลงพื้นที่อำเภอเมืองสงขลา หาดใหญ่ และสะเดา แจกแบบสอบถามกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวทั้ง 3 อำเภอ ของจังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยแบ่งระดับค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ แบบอันตรภาคชั้น (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557, หน้า 75) ดังนี้ ระดับน้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 ระดับน้อยมีค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 ระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 ระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 ระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย 4.21-5.00

2. สถิติเชิงอนุมาน ใช้การทดสอบสมมติฐานของการวิจัยคือ สถิติการทดสอบค่าที (t test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เมื่อพบความแตกต่างทำการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.50 มีอายุอยู่ในช่วง 20-29 ปี ร้อยละ 39.75 ส่วนใหญ่การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 60.75 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 56.00 ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 46.50 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 45.75 และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ร้อยละ 66.25

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพัชรรณธรรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา พบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.73$, $SD=0.45$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่ามีความคิดเห็นทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านกระบวนการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านลักษณะเฉพาะของพื้นที่ ($\bar{X}=4.04$, $SD=0.89$) ด้านบุคคล ($\bar{X}=3.97$, $SD=0.55$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}=3.90$, $SD=0.61$) ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยว/ผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.89$, $SD=0.81$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.89$, $SD=0.56$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.68$, $SD=0.86$) ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ



($\bar{X}$ =3.61, SD =0.84) ด้านราคา ($\bar{X}$ =3.54, SD =0.83) ด้านโปรแกรมทางการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ =3.49, SD =0.60) และด้านกระบวนการ ($\bar{X}$ =3.33, SD =0.64)

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสงขลา พบว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.76, SD =0.44) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่ามีความคิดเห็นทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านคุณภาพในการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านกิจกรรมสนับสนุนในการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ =4.14, SD =0.56) ด้านแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ =4.00, SD =0.60) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}$ =3.99, SD =0.72) ด้านการเข้าถึงแหล่งข้อมูล ($\bar{X}$ =3.79, SD =0.90) และด้านคุณภาพในการให้บริการ ($\bar{X}$ =2.89, SD =0.97)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (10P's) แตกต่างกัน ผลการทดสอบดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด	ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย						
	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้	ภูมิลำเนา
1. ด้านสินค้าทางการท่องเที่ยว/ผลิตภัณฑ์ (P1)	.01*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*
2. ด้านราคา (P2)	.00*	.64	.42	.77	.00*	.00*	.00*
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (P3)	.02*	.33	.00*	.19	.00*	.19	.00*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (P4)	.01*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*
5. ด้านกระบวนการ (P5)	.11	.00*	.00*	.00*	.00*	.26	.00*
6. ด้านบุคคล (P6)	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (P7)	.00*	.00*	.01*	.03*	.02*	.00*	.00*
8. ด้านโปรแกรมทางการท่องเที่ยว (P8)	.98	.00*	.08	.00*	.00*	.00*	.00*
9. ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ (P9)	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*
10. ด้านลักษณะเฉพาะของพื้นที่ (P10)	.00*	.00*	.05*	.00*	.00*	.00*	.00*
ภาพรวม	.00*	.05*	.00*	.00*	.00*	.02*	.00*
ความสอดคล้องกับสมมติฐาน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

* $p < .05$, ✓ หมายถึงสอดคล้องกับสมมติฐาน ✗ หมายถึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน



จากตารางที่ 1 พบว่าข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ในด้าน P1, P2, P3, P4, P7, P9 และ P10

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ในด้าน P1, P4, P5, P6, P7, P8, P9 และ P10 เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ พบว่านักท่องเที่ยวที่อายุน้อยกว่า 20 ปี กับอายุ 20-39 ปี และ 40 ปีขึ้นไปมีความแตกต่างในด้าน P1, P5, P6, P8, P9 และ P10 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-39 ปี กับอายุ 40 ปีขึ้นไปพบความแตกต่างในด้าน P4, P6, P7, และ P9

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ในด้าน P1, P3, P4, P5, P6, P7, P9 และ P10 เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีมีความคิดเห็นแตกต่างในด้าน P1, P3, P4, P5, P6, P7 และ P9

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ในด้าน P1, P4, P5, P6, P7, P8, P9 และ P10 เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสดมีความแตกต่างกับสมรสในทุกด้าน

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันในทุกด้าน เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับอาชีพค้าขาย/รับจ้าง, ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการพบความแตกต่างในทุกด้าน อาชีพค้าขาย/รับจ้างกับธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการพบความแตกต่างในด้าน P1, P2, P3, P4, P5, P6, P8, และ P10 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนกับข้าราชการ/บุคลากรหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ พบความแตกต่างในด้าน P1, P4, P5 และ P9

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันในด้าน P1, P4, P5, P6, P7, P8, P9 และ P10 เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่ารายได้น้อยกว่า 15,000 บาทกับ 15,001-25,000 บาท และรายได้ 25,001-35,000 บาท มีความแตกต่างในทุกด้าน รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาทกับ 15,001-25,000 บาท และรายได้ 25,001-35,000 บาท มีความแตกต่างในด้าน P2, P6, P7, P8 และ P10 รายได้ต่อเดือน 15,001-25,000 บาทกับ 25,001-35,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท มีความแตกต่างในด้าน P1 และ P9

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันในทุกด้าน เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคใต้กับภาคกลางมีความแตกต่างกันในด้าน P1, P2, P3, P4, P5, P8, P9 และ P10 ภาคใต้กับภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความแตกต่างด้าน P2, P3, P4, P9 และ P10 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับภาคเหนือมี



ความแตกต่างในด้าน P1, P2, P6, P7, P8, P9 และ P10 ส่วนภาคกลางกับภาคตะวันออก พบความแตกต่างในด้าน P1, P5, P6 และ P10

สมมติฐานที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต่างต่างกันมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างต่างกัน ผลการทดสอบดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การทดสอบความแตกต่างของนักท่องเที่ยวต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว	ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย						
	เพศ	อายุ	การศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้	ภูมิลำเนา
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว	.02*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	.81	.01*	.04*	.58	.42	.05*	.00*
3. ด้านคุณภาพในการให้บริการ	.02*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*
4. ด้านการเข้าถึงแหล่งข้อมูล	.10	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*
5. ด้านกิจกรรมสนับสนุน	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*
ในการท่องเที่ยว							
ภาพรวม	.36	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*
ความสอดคล้องกับสมมติฐาน	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓

* $p < .05$, ✓ หมายถึงสอดคล้องกับสมมติฐาน ✗ หมายถึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

จากตารางที่ 2 พบว่าในภาพรวมข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่างต่างกันมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวต่างต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ยกเว้นเพศที่ต่างต่างกันมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวไม่ต่างต่างกันซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวต่างต่างกันในทุกด้าน เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปีกับอายุ 20-39 ปี และอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความแตกต่างในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และคุณภาพในการให้บริการ ที่มีอายุ 20-39 ปีกับอายุ 40 ปีขึ้นไป มีความแตกต่างในด้านแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพในการให้บริการ ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไปกับอายุน้อยกว่า 20 ปี และอายุ 20-39 ปี มีความแตกต่างในด้านการเข้าถึงแหล่งข้อมูลและกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวต่างต่างกันในทุกด้าน เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ พบว่าการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรีกับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความแตกต่างในด้านแหล่งท่องเที่ยว, คุณภาพในการให้บริการ และการเข้าถึงแหล่งข้อมูล การศึกษาระดับปริญญาตรีกับสูงกว่าปริญญาตรี มีความแตกต่างในด้านคุณภาพในการให้บริการ และกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยว



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแรงจูงในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน 4 ด้าน ยกเว้นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสอดคล้องกับสมรรถนะมีความแตกต่างในทุกด้าน

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแรงจูงในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน 4 ด้าน ยกเว้นด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ พบว่า อาชีพนักเรียน/นักศึกษา/กับธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ, ค่าขาย/รับจ้าง และข้าราชการ/บุคลากรหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างในด้านการเข้าถึงแหล่งข้อมูล และกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยว อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนกับธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ และอาชีพข้าราชการ/บุคลากรหน่วยงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความแตกต่างในด้านคุณภาพในการให้บริการ และการเข้าถึงแหล่งข้อมูล ที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา/กับอาชีพค้าขาย/รับจ้าง มีความแตกต่างในด้านแหล่งท่องเที่ยว และการให้บริการ

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแรงจูงในการท่องเที่ยวแตกต่างกันในทุกด้าน เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาทกับรายได้ 15,001-25,000 บาท และรายได้ 25,001-35,000 บาท มีความแตกต่างในด้านการเข้าถึงแหล่งข้อมูล และกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยว ที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-35,000 บาทกับรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท, 15,001-25,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท มีความแตกต่างในด้านแหล่งท่องเที่ยวและคุณภาพในการให้บริการ

นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแรงจูงในการท่องเที่ยวแตกต่างกันในทุกด้าน เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาในภาคเหนือกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ มีความแตกต่างในด้านแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพในการให้บริการ ภูมิลำเนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับภาคใต้ มีความแตกต่างในด้านแหล่งท่องเที่ยว และการเข้าถึงแหล่งข้อมูล ภูมิลำเนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับภาคกลาง, ภาคเหนือ และภาคใต้ มีความแตกต่างในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยว ภูมิลำเนาในภาคกลางกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ภาคตะวันออก และภาคใต้ มีความแตกต่างในด้านคุณภาพในการให้บริการ

อภิปรายผล

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว พหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านลักษณะเฉพาะของพื้นที่ (Particularity) มากที่สุด เนื่องจากจังหวัดสงขลาเป็นแหล่งชุมชนที่มีวิถีชีวิตโดดเด่นทางด้านพหุวัฒนธรรม (จีน ไทย มุสลิม) มีแหล่งท่องเที่ยว และสถาปัตยกรรมที่หลากหลาย สอดคล้องกับแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2564, หน้า 7) ที่กล่าวว่าไว้ว่ากลยุทธ์ที่ต้องเข้าใจสถานการณ์ต่าง ๆ ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์นั้น ๆ เพราะโลกปัจจุบันมีการหมุนเวียนอย่างรวดเร็ว ทั้งข้อมูลข่าวสาร วัตถุดิบ



บริการ ฯลฯ ซึ่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไปสามารถนำเข้าจากประเทศอื่น ๆ เข้ามาวางขายได้อย่างเสรีมากขึ้น แต่สินค้าและบริการที่ถูกวางขายในตลาดบริการจะต้องมีความพิเศษไม่เหมือนกับที่อื่นเพื่อให้เป็นหนึ่งเดียวเท่านั้น คือ ลักษณะเฉพาะของพื้นที่ ยังสอดคล้องกับประกาศ ปาวา ทองสว่าง และเกดศิริ เจริญวิศาล (2563, หน้า 504) ที่ศึกษาการวิเคราะห์ความหลากหลายทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมสู่การศึกษาการท่องเที่ยว พหุวัฒนธรรม กล่าวว่าปัตตานีเป็นจังหวัดที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและเพียบพร้อมไปด้วยประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว พหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้านกิจกรรมสนับสนุนในการท่องเที่ยวมากที่สุด แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความสนใจในเรื่องของกิจกรรมในระหว่างการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการได้เข้าชมหรือเข้าร่วมในเทศกาลประเพณี ศิลปวัฒนธรรม และทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน สอดคล้องกับดลยา จาตุรงค์กุล (2565, หน้า 12) ที่ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กล่าวว่าปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุดคือ แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม ปัจจัยด้านจิตวิทยา ทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สามารถจูงใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพรายได้ และภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันในทุกด้าน สอดคล้องกับ นุชประวีณ์ ลิขิตศรีธัญ (2561, หน้า 25) ที่ศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการใช้จ่ายส่วนประสมทางการตลาดในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดพิจิตร พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดพิจิตรตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และยังสอดคล้องกับสร้อยธรรมา สนิทพันธุ์ และโชคชัย สุเวชวัฒนกุล (2564, หน้า 110) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่จูงใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวที่ ตลาดท่านา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม พบว่าเพศ อายุ ภูมิลำเนา สถานภาพ สมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลให้เกิดความแตกต่างในระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ การศึกษา สถานภาพ อาชีพรายได้ และภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก คุณภาพในการให้บริการ การเข้าถึงแหล่งข้อมูล กิจกรรมสนับสนุนในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน สอดคล้องกับ ชลิตา เณลิรักษ์ชาติ (2560, หน้า 130) ที่ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุน จังหวัดเชียงราย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการมาเยี่ยมชมวัดร่องขุนที่แตกต่างกัน ยังสอดคล้องกับ นวพร บุญประสม, เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา, ศุภลักษณ์ สุริยะ, อติ เรืองสุวรรณ, ประวีร์ เหวียนระวี และวัลยา ชูประดิษฐ์ (2564, หน้า 113) ที่ศึกษาแรงจูงใจและการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ กรณีศึกษา: วัดสำคัญในจังหวัด



สมุทรปราการ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลทั่วไปที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจและการรับรู้ที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการบูรณาการร่วมกันในการส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนมีศูนย์บริการความรู้หรือแหล่งเรียนรู้ และแนะนำแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว และนำผลจากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเน้นให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มร่วมทำกิจกรรมได้ด้วยตนเอง และร่วมกันวางแผนเกี่ยวกับกิจกรรมที่ควรมีตลอดทั้งปีอย่างต่อเนื่อง

2. ทุกภาคส่วนควรร่วมกันส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในทุก ๆ ด้าน มีการร่วมกันวางแผนพัฒนาระยะยาวของจังหวัดโดยให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและการจัดสรรงบประมาณเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการและรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดสงขลา โดยเฉพาะในเรื่องการสร้างสรรคจังหวัดสงขลาเพื่อพัฒนาให้เป็นเมืองมรดกโลก และศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรมในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำผลมาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการสำหรับตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

จุฑารัตน์ เพ็ชรประคอง, จูติมา มากศรี, ชญานิษฐ์ จารุพันธ์, รัชดาภรณ์ เหล่นเนื่อง, อริญญา วงศ์พัฒน์ และ
อรจันทร์ ศิริโชติ. (2561). แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา.

วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 3(3), หน้า 178-184.

ชลิตา เณลิ้มรักชาติ. (2560). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุน จังหวัดเชียงราย*.

วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว,
บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ดลยา จาตุรงค์กุล. (2565). การวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). *วารสาร*

เครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 5(2), หน้า 1-16.



ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS** (พิมพ์ครั้งที่ 15).

กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

นวพร บุญประสม, เบญจมาภรณ์ ชำนาญญา, ศุภลักษณ์ สุริยะ, อติ เรียงสุวรรณ, ประวีร์ เหวียนระวี และ วัลยา ชูประดิษฐ์. (2564). แรงจูงใจและการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ กรณีศึกษา: วัดสำคัญในจังหวัดสมุทรปราการ.

วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.), 27(1), หน้า 112-127.

นุชประวีณ์ ลิขิตศรีณย์. (2561). ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการใช้จ่ายส่วนประสมทางการตลาดในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดพิจิตร. **วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย**, 13(2), หน้า 25-36.

ประกาศ ปาวา ทองสว่าง และเกิตศิริ เจริญวิศาล. (2563). การวิเคราะห์ความหลากหลายทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมสู่การศึกษาการท่องเที่ยวพหุวัฒนธรรม. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 12** (หน้า 504-519). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ลงทุนศาสตร์. (2566). **การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองหลักในประเทศไทย** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.investertest.co/economy/thai-tourism/> [2566, 9 กันยายน].

เสรี วงษ์มณฑา. (2564). **เอกสารประกอบคำบรรยายเรื่อง องค์ประกอบการท่องเที่ยว 10A's**. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.

สร้อยธร สนิทพันธุ์ และโชคชัย สุเวชวัฒนกุล. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่จูงใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวที่ตลาดท่านา อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม. **วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา**, 13(1), หน้า 110-123.

สาลิกา. (2566). **Tourism value added เปิดตำราสร้างมูลค่าให้ภาคการท่องเที่ยวไทย เมื่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวไม่เหมือนเดิม** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.salika.co/2022/12/27/tourism-value-added-new-trend-of-tourism-after-covid/> [2566, 9 กันยายน].

สำนักงานจังหวัดสงขลา. (2561). **ข้อมูลจังหวัดสงขลา 2561**. สงขลา: กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสงขลา.

สำนักงานจังหวัดสงขลา. (2563). **ข้อมูลจังหวัดสงขลา 2563 (ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว)**. สงขลา: กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสงขลา.

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา. (2566). **สงขลาเมืองแห่งสีสัน** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://finearts.go.th/storage/contents/2023/03/file/36iL6a8koxCOoGzL7hDibEeQohOV2BckTzKUNgZh.pdf> [2566, 9 กันยายน].



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

สุจิตา วัฒนยืนยง. (2556). **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**. ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

สุวิมล ตีรกานันท์. (2550). **การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์:แนวทางสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), pp. 297-334.



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

การรับฟังพยานหลักฐานในระบบกล่าวหาและระบบไต่สวน

ADMISSIBILITY OF EVIDENCE IN THE ACCUSATORIAL SYSTEM AND INQUISITORIAL SYSTEM

อนันต์ เพียรวัฒนะกุลชัย

Anant Pianwattanakulchai

รองศาสตราจารย์ หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี,

e-Mail: Anan3250700105061@gmail.com (Corresponding Author)

Associate Professor, Master of Law Programs, Faculty of Law, Sripatum University

at Chonburi, e-Mail: Anan3250700105061@gmail.com (Corresponding Author)

(Received: 2022, September 10; Revised: 2023, July 27; Accepted: 2023, August 8)

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งศึกษาหลักการรับฟังพยานหลักฐานในระบบกล่าวหาและระบบไต่สวนเพื่อเปรียบเทียบให้เห็นว่าระบบกล่าวหาและระบบไต่สวนของการพิจารณาคดีศาลประเทศไทยและต่างประเทศมีรูปแบบที่แตกต่างกันเพื่อประโยชน์ในการนำไปปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยหลักการรับฟังพยานหลักฐานของศาลในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่าระเบียบที่ประชุมใหญ่ตุลาการในศาลปกครองสูงสุดว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ.2543 ข้อ 68 ซึ่งบัญญัติคล้ายคลึงกับประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งและวิธีพิจารณาความอาญาว่าด้วยหลักการรับฟังพยานหลักฐานโดยเฉพาะพยานหลักฐานที่มีข้อบกพร่องซึ่งกำหนดให้ศาลจะต้องรับฟังด้วยความระมัดระวัง ไม่ควรเชื่อพยานหลักฐานโดยลำพังเพื่อลงโทษจำเลย เว้นแต่จะมีเหตุผลอันหนักแน่น มีพฤติการณ์พิเศษแห่งคดี หรือมีพยานหลักฐานประกอบอื่นมาสนับสนุน เห็นว่าระเบียบที่ประชุมใหญ่ตุลาการในศาลปกครองสูงสุดว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ.2543 ข้อ 68 ไม่สอดคล้องกับการรับฟังพยานหลักฐานในระบบไต่สวน เพราะเป็นระบบที่ให้อำนาจศาลในการรับฟังพยานหลักฐานได้อย่างกว้างขวาง แม้จะเป็นการไต่สวนพยานหลักฐานที่มีข้อผิดพลาดคลาดเคลื่อนไปจากขั้นตอน วิธีการ หรือกรอบเวลาที่กฎหมายกำหนดไว้ก็ตาม เนื่องจากศาลเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการค้นหาความจริงนอกเหนือจากผลของคำพิพากษา ซึ่งหลักการนี้สอดคล้องกับระบบการพิจารณาคดีตามพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2561 มาตรา 27 ที่ให้อำนาจศาลรัฐธรรมนูญอย่างกว้างขวางในการแสวงหาพยานหลักฐานเพื่อพิสูจน์ความผิดได้



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

จากการศึกษาข้อเสนอแนะว่าควรปรับปรุงระเบียบที่ประชุมใหญ่ตุลาการในศาลปกครองสูงสุดว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ.2543 ข้อ 68 ให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2561 มาตรา 27 เพราะเป็นศาลที่ใช้ระบบไต่สวนเช่นเดียวกัน

คำสำคัญ: การรับฟังพยานหลักฐาน, ระบบกล่าวหา, ระบบไต่สวน

ABSTRACT

This academic article aims to study the principles of hearing evidence in the accusation system and the inquiry system in order to compare the different forms of the accusation system and the inquiry system of courts in Thailand and other countries for the purpose of improving the law. On the principles of hearing evidence in courts in Thailand, it is found that Regulations at the General Assembly of Judges of the Supreme Administrative Court on Administrative Court Procedures, 2000, Article 68, which are similar to the Civil Procedure Code and Criminal Procedure Code on the principles of listening to evidence, especially the flawed evidence which requires the court to listen with caution, the evidence should not be believed alone to convict the defendant unless there is a strong reason. There are special circumstances of the case or other supporting evidence. It is of the opinion that Article 68 of the Rules of the General Assembly of Judges of the Supreme Administrative Court does not correspond with Administrative Court Procedures B.E. because it is a system that gives the courts the power to hear evidence widely even if it is an investigation of evidence that has errors deviating from the procedure, method or time frame specified by law. Since the court plays an important role in finding out the truth beyond the outcome of the verdict, this principle is consistent with the judicial system under Section 27 of the Organic Act on the Procedures of the Constitutional Court.

From the study, it is suggested that Article 68 of the Rules of the General Assembly of Judges of the Supreme Administrative Court on Administrative Court Procedure, 2000 should be revised.

Keywords: Admissibility of Evidence, Accusatorial System, Inquisitorial System



บทนำ

หลักทั่วไปเกี่ยวกับรูปแบบการพิจารณาคดีของศาล ระบบการพิจารณาพิพากษาคดีในศาล โดยทั่วไปแล้วจะพบว่าแบ่งออกได้เป็น 2 ระบบ คือวิธีพิจารณาคดีใน “ระบบกล่าวหา (Accusatorial System)” และวิธีพิจารณาคดีใน “ระบบไต่สวน (Inquisitorial System)” ระบบการพิจารณาคดีของศาล ยุติธรรมจะเป็นระบบกล่าวหา (ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 84/1) ส่วนศาลชั้นอุทธรณ์จะใช้ระบบการพิจารณาคดีแบบไต่สวน ดังเช่น ศาลอาญาคดีทุจริตและประพฤติมิชอบ (พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีทุจริตและประพฤติมิชอบ พ.ศ.2559 มาตรา 6) ส่วนวิธีพิจารณาคดีของศาลปกครองและศาลรัฐธรรมนูญจะเป็นระบบไต่สวน (พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2561 ข้อ 27) ซึ่งสาระสำคัญของวิธีพิจารณาคดีทั้งสองระบบนี้จะมีรูปแบบวิธีการและขอบเขตอำนาจของศาลในการแสวงหาพยานหลักฐานหรือข้อเท็จจริงแห่งคดีที่แตกต่างกัน กล่าวคือระบบกล่าวหา (Accusatorial System) มีที่มาจากหลักการแก้แค้นทดแทน (กุลพล พลวัน, ออนไลน์, 2546) ระหว่างผู้กระทำความผิดกับผู้เสียหาย “ผู้เสียหายฟ้องผู้กระทำความผิดโดยรวบรวมพยานหลักฐานนำสืบความผิดของจำเลยในฐานะความผิดด้วยตัวเอง” โดยศาลวางตัวเป็นกลางและทำให้ทั้งสองฝ่ายต่อสู้คดีกันเอง (Trial by Battle) ศาลทำหน้าที่เป็นคนกลาง คู่ความแต่ละฝ่ายจึงต้องปกป้องรักษาผลประโยชน์ในการฟ้องและต่อสู้คดีด้วยตนเอง

สาระสำคัญในระบบกล่าวหา ระบบกล่าวหาจึงมีความสำคัญดังต่อไปนี้

1. หลักการสันนิษฐานว่าจำเลยเป็นผู้บริสุทธิ์จนกว่าจะพิสูจน์ให้ศาลเชื่อโดยปราศจากข้อสงสัยว่าจำเลยกระทำความผิดจริง
2. ถือหลักสำคัญว่าโจทก์และจำเลยมีฐานะในศาลเท่าเทียมกัน
3. ศาลจะวางตนเป็นกลางโดยเคร่งครัด ควบคุมกระบวนการสืบพยานหลักฐานโดยให้ทั้งสองฝ่ายปฏิบัติตามกฎหมายลักษณะพยานโดยเคร่งครัดการปฏิบัติผิดหลักเกณฑ์อาจตกเป็นฝ่ายแพ้คดีได้ เช่น ป.วิ.แพ่ง ม. 84, 84/1
4. ศาลจะมีบทบาทค้นหาความจริงน้อยมาก เพราะถือว่าเป็นหน้าที่ของคู่กรณีหรือคู่ความจะต้องแสวงหาพยานมาแสดงต่อศาลด้วยตนเอง
5. คำพิพากษาและความจริงอาจจะไม่ตรงกันก็ได้

ในคดีแพ่งถือโดยเคร่งครัดว่าเป็น “สิทธิของคู่ความที่จะดำเนินคดีตามความประสงค์ของตนเอง” ศาลจะไม่เข้าไปแนะนำ แทรกแซง หรือชี้แนะ ยกเว้นคดีบางประเภทที่ให้อำนาจแก่ศาลในการเข้าไปค้นหาความจริงด้วย ได้แก่ คดีที่ไม่มีข้อพิพาท (ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 188(2)) ให้อำนาจศาลในการเรียกพยานมาสืบได้เองตามที่เห็นจำเป็น และวินิจฉัยชี้ขาดตามที่เห็นสมควรและยุติธรรมได้ เพราะเห็นว่าคดีไม่มีข้อพิพาทนั้นเป็นคดีที่มีผู้ร้องฝ่ายเดียวและเป็นคดีที่มีลักษณะกระทบต่อสิทธิของบุคคลในการเป็นบุคคลไร้ความสามารถ บุคคลเสมือนไร้ความสามารถ บุคคลสาบสูญ ผู้จัดการมรดก หรือการรับรองบุคคลให้



เป็นบุตร เป็นต้น ซึ่งคดีเหล่านี้มีผลกระทบต่อสถานภาพแห่งสิทธิของบุคคล กฎหมายจึงให้ศาลมีอำนาจในการที่จะเข้าไปค้นหาความจริงด้วย

ส่วนในคดีอาญาศาลมีส่วนซักถามพยานเพื่อความเป็นธรรมหรือคุ้มครองสิทธิของจำเลยได้ เพราะเป็นหน้าที่ของรัฐในการปราบปรามอาชญากรรม และมีหน้าที่คุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชน ดังเช่นสิทธิที่กำหนดไว้ในประมวลกฎหมายอาญาในเรื่อง การแจ้งสิทธิก่อนการจับกุม การสอบสวน การพิจารณาการสอบสวนเด็กที่จะต้องใช้รูปแบบการสอบสวนในสถานที่เฉพาะเพื่อให้เป็นไปตามปณิธานสากลว่าด้วยการคุ้มครองเด็ก หน้าที่ของรัฐที่จะต้องจัดหาทนายความให้ ดังนั้นการดำเนินคดีต้องเป็นไปตามกฎเกณฑ์ของการพิจารณาและสืบพยาน โดยระบบนี้ถือว่าเป็นหน้าที่ของคู่ความแต่ละฝ่ายในการเสนอพยานหลักฐานของตน และศาลจะพิจารณาเฉพาะพยานหลักฐานของคู่ความ

สาระสำคัญในระบบไต่สวน (Inquisitorial System) เป็นระบบที่ไม่เน้นความเท่าเทียมของคู่ความอย่างระบบกล่าวหา ศาลไม่ได้ทำหน้าที่วางตัวเป็นกลางอย่างเคร่งครัด แต่จะทำหน้าที่ค้นหาความจริงด้วยตัวเอง “ศาลจะมีบทบาทในฐานะผู้ค้นหาความจริง (Fact-Finder) ซึ่งถือว่าเป็นสาระสำคัญของระบบนี้ เน้นเรื่องการค้นหาความจริงเป็นหลัก” เพราะผู้พิพากษาต้องวางตัวเป็นกลาง ดังนั้น กฎเกณฑ์ในการดำเนินคดี เช่น การสืบพยาน การดำเนินการต่าง ๆ ในศาลจึงยืดหยุ่นกว่าระบบกล่าวหา และคำพิพากษาสอดคล้องกับความเป็นจริง

ดังนั้นในบทความนี้จะทำการเปรียบเทียบหลักการรับฟังพยานหลักฐานในระบบกล่าวหาและระบบไต่สวนของศาลยุติธรรม ศาลปกครองและศาลรัฐธรรมนูญเพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างจากต้นแบบของระบบกฎหมายในศาลต่างประเทศอันจะเป็นแนวทางนำไปพัฒนาองค์ความรู้ในการปรับปรุงระบบกฎหมายวิธีพิจารณาความที่เกี่ยวข้องกับการรับฟังพยานหลักฐานของศาลต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรับฟังพยานหลักฐานในศาลยุติธรรม ศาลปกครองและศาลรัฐธรรมนูญในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการรับฟังพยานหลักฐานระบบกล่าวหาและระบบไต่สวนในต่างประเทศ

หลักการรับฟังพยานหลักฐานของศาลยุติธรรม ศาลปกครองและศาลรัฐธรรมนูญ

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระบบกล่าวหาและระบบไต่สวนเห็นว่าเมื่อใดที่คู่ความมีสถานะเท่าเทียมกันการใช้ระบบกล่าวหาจะเกิดความเป็นธรรมแก่ทั้งสองฝ่าย เพราะเป็นเรื่องที่ต่างฝ่ายต่างต้องใช้สิทธิปกป้องรักษาสิทธิประโยชน์ของตนเอง แต่ถ้าฐานะของคู่ความไม่เท่ากันการใช้ระบบไต่สวนย่อมจะเหมาะสมและเป็นธรรมแก่คู่ความฝ่ายที่อยู่ในสถานะเสียเปรียบ ดังเช่นกรณีที่เป็นข้อพิพาทระหว่างบริษัทผู้ประกอบการกับ



ผู้บริโภค หรือคดียุติที่ประชาชนผู้ได้รับความเสียหายจากการประกอบกิจการโรงงาน ซึ่งเป็นการยากที่ฝ่ายผู้ได้รับความเสียหายจะนำพยานหลักฐานมาพิสูจน์ความผิดของจำเลยได้ เพราะข้อมูลด้านเทคนิคส่วนใหญ่จะอยู่ที่บริษัทผู้ประกอบการ เช่น ข้อมูลกลไกการทำงานของรถยนต์ที่มีข้อบกพร่อง การได้รับสารเคมีจากการประกอบกิจการโรงงานจนทำให้มีผลกระทบต่อสุขภาพ การผ่าตัดหรือการสั่งยาที่ผิดพลาดจนทำให้ผู้ป่วยเสียชีวิต การตอกเสาเข็มจนทำให้บ้านมีรอยร้าว การพิสูจน์ค่าความแข็งแรงของคอนกรีต หรือการพิสูจน์เรื่องของปุ๋ยปลอม เป็นต้น การพิสูจน์สิ่งเหล่านี้ถ้าใช้ระบบกล่าวหาผู้เสียหายหรือโจทก์จะต้องเป็นผู้มีภาระการพิสูจน์ถึงการกระทำละเมิดของจำเลย แต่ถ้าใช้ระบบไต่สวนการค้นหายานหลักฐานส่วนใหญ่เป็นพยานหลักฐานของศาลที่ศาลมีอำนาจในการเรียกพยานหลักฐานมาสืบถึงความผิดของจำเลย

เมื่อพิจารณาหลักในการรับฟังพยานหลักฐานตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 104 โดยกำหนดให้ศาลมีอำนาจเต็มที่ในอันที่จะวินิจฉัยว่าพยานหลักฐานที่คู่ความนำมาสืบนั้นจะเกี่ยวกับประเด็นและเป็นอันเพียงพอให้เชื่อฟังเป็นยุติได้หรือไม่แล้วพิพากษาคดีไปตามนั้น ในการวินิจฉัยว่าพยานบอกเล่า หรือบันทึกถ้อยคำที่ผู้ให้ถ้อยคำมีได้มาศาล หรือบันทึกถ้อยคำจะมีน้ำหนักให้เชื่อได้หรือไม่เพียงใดนั้น ศาลจะต้องกระทำด้วยความระมัดระวังโดยคำนึงถึงสภาพ ลักษณะและแหล่งที่มาของพยานบอกเล่าหรือบันทึกถ้อยคำนั้นด้วย เห็นได้ว่าเป็นการพิจารณาในระบบกล่าวหาศาลมีอำนาจที่จะรับฟังพยานหลักฐานของโจทก์และจำเลยได้ตามที่ได้นำเสนอต่อศาลโดยเฉพาะพยานหลักฐานที่มีข้อบกพร่องศาลจะไม่รับฟังก็ได้ แต่ถ้าจะรับฟังก็ต้องรับฟังด้วยความระมัดระวังโดยจะต้องพิจารณาถึงสภาพ ลักษณะและแหล่งที่มาของพยานหลักฐานด้วยว่าน่าเชื่อถือและสามารถรับฟังได้หรือไม่ ซึ่งกรณีการพิจารณาคดีแพ่งนั้นมีลักษณะสอดคล้องกับคดีอาญา แม้คดีอาญาจะเป็นรูปแบบของระบบการพิจารณาถึงไต่สวนก็ตาม ก็ยังมีรูปแบบการรับฟังพยานหลักฐานที่คล้ายคลึงกับคดีแพ่ง ซึ่งกำหนดให้ศาลใช้ดุลพินิจวินิจฉัยชั่งน้ำหนักพยานหลักฐานทั้งปวงอย่างพิพากษาลงโทษจนกว่าจะแน่ใจว่ามีการกระทำความผิดจริงและจำเลยเป็นผู้กระทำความผิดนั้น เมื่อมีความสงสัยตามสมควรว่าจำเลยได้กระทำความผิดหรือไม่ให้ยกประโยชน์แห่งความสงสัยให้จำเลย (ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 227) นอกจากนั้นในการรับฟังพยานหลักฐานที่มีข้อบกพร่อง ได้แก่ พยานบอกเล่า พยานขัดทอด พยานที่จำเลยไม่มีโอกาสถามค้าน หรือพยานหลักฐานที่มีข้อบกพร่องประการอื่น อันอาจกระทบถึงความน่าเชื่อถือของพยานหลักฐานนั้น ศาลจะต้องกระทำด้วยความระมัดระวัง และไม่ควรเชื่อพยานหลักฐานนั้นโดยลำพังเพื่อลงโทษจำเลย เว้นแต่จะมีเหตุผลอันหนักแน่น มีพฤติการณ์พิเศษแห่งคดี หรือมีพยานหลักฐานประกอบอื่นมาสนับสนุน และพยานหลักฐานประกอบนั้นจะต้องเป็นพยานหลักฐานอื่นที่รับฟังได้ และมีแหล่งที่มาเป็นอิสระต่างหากจากพยานหลักฐานที่ต้องการพยานหลักฐานประกอบนั้น ทั้งจะต้องมีคุณค่าเชิงพิสูจน์ที่สามารถสนับสนุนให้พยานหลักฐานอื่นที่ไปประกอบมีความน่าเชื่อถือมากขึ้นด้วย (ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 227/1) จากหลักเกณฑ์ของการชั่งน้ำหนักของศาลในระบบการพิจารณาคดีแบบกล่าวหานั้นพยานหลักฐานจะต้องมีแหล่งที่มาที่เป็นอิสระและจะต้องเป็นพยานหลักฐาน



โดยตรงที่ได้เห็น ได้ยินหรือทราบข้อความเกี่ยวข้องในเรื่องที่จะให้การเป็นพยานนั้นมาด้วยตนเองโดยตรง จึงจะสามารถรับฟังได้ จากกรณีข้างต้นเห็นว่าการรับฟังพยานหลักฐานในระบบกล่าวหาแม้จะเป็นสิทธิของคู่ความในอันที่จะเสนอพยานหลักฐานใดก็ได้ที่เห็นว่าเกี่ยวข้องกับประเด็นในคดี (ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง มาตรา 85) แต่กฎหมายให้อำนาจศาลในการรับฟังพยานหลักฐานได้ จึงทำให้การรับฟังพยานหลักฐานในระบบกล่าวหาเป็นอำนาจของศาลในอันที่จะรับฟังพยานหลักฐานส่วนจะเชื่อหรือไม่เป็นอีกกระบวนการหนึ่งในการชี้หน้าพยานหลักฐาน โดยมีได้มีบทบัญญัติกฎหมายใดบังคับให้ศาลจะต้องรับฟังโดยเฉพาะถ้าเป็นพยานหลักฐานที่มีข้อบกพร่องศาลจะต้องใช้ดุลพินิจชี้หน้าพยานหลักฐานด้วยความระมัดระวังจะฟังเป็นยุติไม่ได้ ถ้าไม่มีพยานหลักฐานอื่นประกอบ ทั้งนี้ เนื่องจากลักษณะการพิจารณาคดีในศาลยุติธรรมจะมีลักษณะเป็นการต่อสู้คดีระหว่างคู่ความซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการดำเนินคดีในระบบกล่าวหา และด้วยเหตุนี้การพิจารณาในศาลยุติธรรมจึงมีลักษณะเป็นการต่อสู้โต้แย้งกันด้วยวิธีสืบพยาน หักล้างกันระหว่างคู่ความต่อหน้าผู้พิพากษา (a trial by verbal battle หรือ oral adversary trial) (ศาลปกครอง, ออนไลน์, 2556) แต่ระบบไต่สวนในกระบวนการพิจารณาคดีปกครองจะมีหลักการที่สำคัญว่าศาลมีส่วนสำคัญในการค้นหาความจริงและมีอำนาจในการเรียกพยานหลักฐานต่าง ๆ ได้เองโดยเฉพาะเอกสารจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาสาระของคดี เมื่อศาลในระบบไต่สวนเรียกพยานหลักฐานมาแล้วจึงไม่มีบทบัญญัติตัดพยานหรือพยานหลักฐานที่มีข้อบกพร่อง ดังเช่นที่บัญญัติไว้ในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง และประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาในการรับฟังพยานบอกเล่า พยานขัดทอด พยานที่จำเลยไม่มีโอกาสถามค้านหรือพยานหลักฐานที่มีข้อบกพร่องประการอื่น ที่ศาลจะต้องรับฟังพยานหลักฐานโดยตรงเท่านั้น จะรับฟังพยานหลักฐานที่มีข้อบกพร่องไม่ได้ เว้นเสียแต่ว่ามีพยานหลักฐานอื่นที่รับฟังได้และมีแหล่งที่มาเป็นอิสระต่างหากจากพยานหลักฐานที่ต้องการพยานหลักฐานประกอบนั้น ทั้งจะต้องมีคุณค่าเชิงพิสูจน์ที่สามารถสนับสนุนให้พยานหลักฐานอื่นที่ประกอบมีความน่าเชื่อถือมากขึ้นด้วย ซึ่งเป็นสาระสำคัญในระบบกล่าวหา เพราะระบบกล่าวหาพยานหลักฐานที่นำเสนอต่อศาลเป็นพยานหลักฐานที่คู่ความนำมาสืบ (Adduce Evidence) แต่ระบบการพิจารณาคดีแบบไต่สวนนั้นพยานหลักฐานส่วนใหญ่ศาลใช้อำนาจเรียกมาเป็นพยาน ศาลจึงต้องรับฟังจะรับฟังด้วยความระมัดระวังไม่ได้กรณีนี้ถือว่าเป็นสาระสำคัญในระบบการพิจารณาคดีแบบไต่สวน เพราะพยานหลักฐานที่ศาลเรียกมาเป็นพยานในการพิจารณาคดีนั้นเป็นพยานหลักฐานที่มีแหล่งที่มาที่เป็นอิสระโดยไม่มีอคติต่อผลการพิสูจน์ความจริง และเป็นหน้าที่ของศาลที่จะต้องแสวงหาพยานหลักฐานและตรวจสอบพยานหลักฐานที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบและรอบด้านเพื่อค้นหาความจริง

ในส่วนการรับฟังหลักฐานของศาลปกครอง ได้กำหนดไว้ในระเบียบของที่ประชุมใหญ่ตุลาการในศาลปกครองสูงสุดว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ.2543 หมวด 4 การรับฟังพยานหลักฐานโดยให้คู่กรณีฝ่ายที่กล่าวอ้างข้อเท็จจริงใด ๆ เพื่อสนับสนุนข้ออ้างของตนมีหน้าที่เสนอพยานหลักฐานต่อศาลเพื่อพิสูจน์ข้อเท็จจริงดังกล่าวในเบื้องต้น เว้นแต่ข้อเท็จจริงซึ่งเป็นที่รู้จักอยู่ทั่วไป หรือซึ่งไม่อาจโต้แย้งได้ หรือซึ่งศาลเห็นว่าคู่กรณี



อีกฝ่ายหนึ่งได้รับแล้ว หรือพยานหลักฐานนั้นอยู่ในความครอบครองของหน่วยงานทางปกครอง เจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือบุคคลอื่น (ข้อ 64) โดยให้ศาลมีดุลพินิจที่จะรับฟังพยานหลักฐานที่ได้มาตามกระบวนการพิจารณาโดยไม่จำกัดเฉพาะที่เสนอโดยคู่กรณี แต่พยานหลักฐานนั้นจะต้องเป็นพยานหลักฐานที่คู่กรณีผู้มีส่วนได้เสียมีโอกาสขอตรวจดู ทราบ และแสดงพยานหลักฐานเพื่อยืนยันหรือหักล้าง (ระเบียบของที่ประชุมใหญ่ตุลาการในศาลปกครองสูงสุดว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ.2543 ข้อ 65)

นอกจากนั้นยังให้อำนาจศาลปกครองในการรับฟังพยานบอกเล่าประกอบพยานหลักฐานอื่น (ระเบียบของที่ประชุมใหญ่ตุลาการในศาลปกครองสูงสุดว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ.2543 ข้อ 68) เมื่อศาลเห็นว่า

- 1) ตามสภาพ ลักษณะ แหล่งที่มา และข้อเท็จจริงแวดล้อมการบอกเล่า พยานบอกเล่านั้นมีความน่าเชื่อถือ หรือ
- 2) มีเหตุจำเป็นเนื่องจากไม่สามารถนำบุคคลซึ่งเป็นผู้ที่ได้เห็น ได้ยิน หรือทราบข้อความในเรื่องที่จะให้การเป็นพยานนั้นมาให้ถ้อยคำเป็นพยานได้ และมีเหตุผลสมควรเพื่อประโยชน์แห่งความยุติธรรมที่จะรับฟังพยานบอกเล่านั้น

เห็นได้ว่าการรับฟังพยานหลักฐานของศาลปกครองนั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกับการรับฟังพยานหลักฐานในคดีอาญาและคดีแพ่งที่ไม่มีข้อพิพาท ซึ่งสามารถเทียบเคียงได้กับวิธีพิจารณาคดีอาญาในกลุ่มประเทศที่ใช้ระบบ Civil Law System เพราะในประเทศเหล่านี้มีความเชื่อว่าคดีแพ่งในศาลยุติธรรมเป็นข้อพิพาทระหว่างเอกชนกับเอกชน ผู้พิพากษาจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องมีบทบาทในคดีมากไปกว่าการกำกับดูแลกระบวนการพิจารณาของรัฐไม่มีประโยชน์ได้เสียในคดีแพ่งระหว่างเอกชนกับเอกชน นอกจากหน้าที่ที่กฎหมายกำหนดให้ผู้พิพากษาหรือศาลจะต้องเป็นกลางไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดเท่านั้น แต่การดำเนินกระบวนการพิจารณาความอาญารัฐมีผลประโยชน์โดยตรงเกี่ยวกับการบังคับให้เป็นไปตามกฎหมาย (Law Enforcement) เพื่อความสงบเรียบร้อยของสังคม (Public Order) ดังนั้นในคดีอาญานักกฎหมายในกลุ่มประเทศ Civil Law System จึงเห็นว่าจำเป็นที่จะต้องใช้ระบบไต่สวนที่ผู้พิพากษาจะต้องมีบทบาทสำคัญ (Active Role) ในการดำเนินคดีทางอาญา ซึ่งเป็นเหตุผลเดียวกันกับเหตุผลที่ใช้ในการดำเนินกระบวนการพิจารณาคดีปกครอง (ศาลปกครอง, ออนไลน์, 2556) เมื่อพิจารณาระเบียบของที่ประชุมใหญ่ตุลาการในศาลปกครองสูงสุดว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ.2543 มีความสอดคล้องกับระบบการพิจารณาคดีแบบไต่สวน เพราะศาลปกครองมีอำนาจในการแสวงหาความจริงได้จากการมีอำนาจออกคำสั่งเรียกให้คู่กรณี หน่วยงานทางปกครอง เจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องส่งเอกสารหรือพยานหลักฐานให้แก่ศาลได้ (ระเบียบของที่ประชุมใหญ่ตุลาการในศาลปกครองสูงสุดว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ.2543 ข้อ 54) ซึ่งเป็นอำนาจที่สอดคล้องกับระบบการพิจารณาคดีแบบไต่สวนที่ศาลมีอำนาจค้นหาความจริงนอกเหนือจากการเสนอพยานหลักฐานโดยคู่กรณีเท่านั้น



การรับฟังพยานหลักฐานของศาลรัฐธรรมนูญ ได้กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2561 การพิจารณาคดีให้ใช้ระบบไต่สวนโดยให้ศาลมีอำนาจค้นหาความจริงไม่ว่าจะเป็นคุณหรือเป็นโทษแก่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้ และในการวินิจฉัยปัญหาข้อเท็จจริงให้ศาลรับฟังพยานหลักฐานได้ทุกประเภท เว้นแต่จะมีกฎหมายบัญญัติห้ามรับฟังไว้โดยเฉพาะ ไม่ว่าการไต่สวนพยานหลักฐานนั้นจะมีข้อผิดพลาดคลาดเคลื่อนไปจากขั้นตอน วิธีการ หรือกรอบเวลาที่กฎหมายกำหนดไว้ถ้าศาลได้ให้โอกาสแก่คู่กรณีในการนำเสนอพยานหลักฐานหักล้างแล้ว ก็ให้ศาลรับฟังได้ ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงที่ถูกต้องตรงตามความจริงที่เกิดขึ้นในคดีนั้น (มาตรา 27 วรรคแรก) และศาลรัฐธรรมนูญมีอำนาจเรียกเอกสารหรือหลักฐานที่เกี่ยวข้องจากบุคคลใดหรือเรียกบุคคลใดมาให้ถ้อยคำ ตลอดจนขอให้หน่วยงานของรัฐหรือพนักงานสอบสวน ดำเนินการใดเพื่อประโยชน์แห่งการพิจารณาได้ (มาตรา 27 วรรคสาม)

การพิจารณาคดีในระบบกฎหมายของต่างประเทศ

รัฐธรรมนูญของสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีที่บัญญัติให้มีศาลรัฐธรรมนูญบัญญัติไว้ในหมวด 9 ว่าด้วยฝ่ายตุลาการ มาตรา 92-93 (สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ, 2551, หน้า 66) และรัฐบัญญัติว่าด้วยศาลรัฐธรรมนูญแห่งสหพันธ์สาธารณรัฐได้กำหนดหลักการค้นหาความจริงโดยการไต่สวน (Untersuchungsgrundsatz) ได้รับการรับรองไว้ในมาตรา 26 แห่งรัฐบัญญัติว่าด้วยศาลรัฐธรรมนูญฯ ศาลเป็นผู้มีอำนาจในการกำหนดว่าข้อเท็จจริงและพยานหลักฐานใดควรจะนำเข้าสู่การพิจารณาเพื่อประโยชน์ในการค้นหาความจริงแห่งคดีและถือเป็นหน้าที่ที่ศาลจะต้องกระทำทุกอย่างในขอบอำนาจของตนเพื่อให้ความจริงแห่งคดีปรากฏขึ้นโดยศาลไม่ผูกพันอยู่กับคำร้องของผู้มีส่วนร่วมในคดีและยังไม่ผูกพันกับข้อเท็จจริงที่เป็นฐานในการพิจารณาพิพากษาคดีตามหลักอำนาจเหนือวัตถุแห่งคดีของคู่ความ (Dispositionsgrundsatz) แต่เป็นกระบวนการพิจารณาคดีตามหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด (Offizialgrundsatz) ดังนั้นจึงเป็นอำนาจของศาลในการดำเนินกระบวนการพิจารณา รับฟังพยานหลักฐาน และคำพิพากษาว่าจะให้ยุติกระบวนการพิจารณาหรือไม่ (วรเจตน์ ภาคีรัตน์, 2545, หน้า 28-72) ในระบบการพิจารณาคดีของศาลรัฐธรรมนูญไทยก็เช่นเดียวกันที่มีอำนาจในการแสวงหาพยานหลักฐานตามหลักอำนาจเหนือวัตถุแห่งคดีของคู่ความ แม้การพิจารณาคดีจะมีข้อผิดพลาดคลาดเคลื่อนไปจากขั้นตอน วิธีการหรือกรอบเวลาที่กฎหมายกำหนดไว้ถ้าศาลได้ให้โอกาสแก่คู่กรณีในการนำเสนอพยานหลักฐานหักล้างแล้ว ก็ให้ศาลรับฟังได้ ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงที่ถูกต้องตรงตามความจริงที่เกิดขึ้นในคดีนั้น

ถ้าพิจารณาถึงต้นแบบของระบบการพิจารณาคดีแบบไต่สวนของศาลปกครองสูงสุด (สภาแห่งรัฐ-Conseil d'Etat) สาธารณรัฐฝรั่งเศสจะเห็นว่าการแสวงหาข้อเท็จจริงและข้อกฎหมายเพื่อประโยชน์ในการพิจารณาพิพากษาคดีโดยเรียกว่า “อำนาจในการแสวงหาข้อเท็จจริงของศาลปกครอง” (Pouvoirs d'instruction) การแสวงหาข้อเท็จจริงจากคำฟ้อง คำให้การ คำคัดค้านคำให้การ และคำให้การเพิ่มเติม และหากศาลปกครองเห็นว่าจำเป็นต้องค้นหาพยานหลักฐานอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากพยานหลักฐานที่แต่ละฝ่าย



ได้ยื่นไว้ในสำนวน ศาลปกครองก็มีอำนาจแสวงหาข้อเท็จจริงเพิ่มเติมได้จากพยานบุคคล พยานเอกสาร พยานผู้เชี่ยวชาญ หรือพยานหลักฐานอื่นตามความเหมาะสม (ดังที่บัญญัติไว้ในมาตรา R 611-1 ถึงมาตรา R 626-4 ของบรรพ 6 (ว่าด้วยเรื่องการแสวงหาข้อเท็จจริง) แห่งประมวลกฎหมายว่าด้วยกระบวนยุติธรรมทางปกครอง) ซึ่งถือเป็นลักษณะเฉพาะของการพิจารณาคดีในระบบไต่สวน (ศาลปกครอง, ออนไลน์, 2556)

นอกจากนี้ยังมีอำนาจพิจารณาและสั่งการเพื่อมิให้มีการลงนามในสัญญาทางปกครองได้ทันทีเพื่อมิให้มีการเพิกถอนในภายหลังและเพื่อมิให้เกิดความเสียหายเป็นอย่างมาก ศาลมีอำนาจสั่งให้ฝ่ายปกครองส่งเอกสารหลักฐานหรือศาลจะไต่สวนพยานหลักฐานใด ๆ ได้ก่อนที่จะเกิดความเสียหายขึ้น (มาร์ติน, 2544, หน้า 5) ในถ้าข้อเท็จจริงยังไม่ชัดเจนคู่กรณีหรือทนายความอาจยื่นคำขอแถลงเพิ่มเติม รวมทั้งประธานหรือหัวหน้าคณะตุลาการมีสิทธิที่จะตั้งคำถามให้คู่กรณีแถลงพยานหลักฐานเพิ่มเติมเพื่อให้คู่กรณีนำพยานหลักฐานมาเบิกความในภายหลังได้ (มาร์ติน, 2544, หน้า 25)

บทสรุป

การรับฟังพยานหลักฐานในระบบกล่าวหาและระบบไต่สวนของศาลยุติธรรม ศาลปกครองและศาลรัฐธรรมนูญมีบทบัญญัติที่แตกต่างกันบนพื้นฐานของระบบการพิจารณาคดี แต่ระเบียบของที่ประชุมใหญ่ตุลาการในศาลปกครองสูงสุด ว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ.2543 ยังมีบทบัญญัติไม่สอดคล้องกับระบบการพิจารณาคดีในระบบไต่สวนโดยเฉพาะที่บัญญัติไว้ในข้อ 68 เพราะเป็นการบัญญัติสอดคล้องกับหลักกฎหมายประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งและวิธีพิจารณาความอาญาซึ่งเป็นบทบัญญัติที่ใช้อำนาจของศาลยุติธรรมเป็นระบบการพิจารณาคดีถึงไต่สวนที่ให้อำนาจศาลในการรับฟังพยานบอกเล่า ซึ่งถือว่าเป็นพยานหลักฐานที่มีข้อบกพร่องประการหนึ่งในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งและวิธีพิจารณาความอาญา เมื่อบทบัญญัติระเบียบของที่ประชุมใหญ่ตุลาการในศาลปกครองสูงสุดว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ.2543 ข้อ 65-68 บัญญัติไว้เช่นนั้นเห็นว่ายังไม่สอดคล้องกับการพิจารณาคดีของศาลปกครองที่ใช้ระบบไต่สวน ซึ่งควรบัญญัติให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2561 จะมีความเหมาะสมและตรงตามรูปแบบของการพิจารณาคดีในระบบไต่สวนมากกว่า เพราะศาลรัฐธรรมนูญมีอำนาจในการแสวงหาพยานหลักฐานได้อย่างกว้างขวาง แม้จะเป็นการแสวงหาพยานหลักฐานที่ไม่เป็นไปตามกฎหมายวิธีพิจารณาความก็ตาม

ข้อเสนอแนะ

เห็นควรให้ปรับปรุงระเบียบที่ประชุมใหญ่ตุลาการในศาลปกครองสูงสุดว่าด้วยวิธีพิจารณาคดีปกครอง พ.ศ.2543 ข้อ 68 ให้สอดคล้องกับพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2561 มาตรา 27 เพราะเป็นศาลที่ใช้ระบบไต่สวนเช่นเดียวกันโดยให้ยกเลิกข้อความเดิมและ



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

ใช้ข้อความดังต่อไปนี้แทนว่า “ให้ศาลมีอำนาจค้นหาความจริงได้ไม่ว่าจะเป็นคุณหรือเป็นโทษแก่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้ และในการวินิจฉัยปัญหาข้อเท็จจริงให้ศาลรับฟังพยานหลักฐานได้ทุกประเภท เว้นแต่จะมีกฎหมายบัญญัติห้ามรับฟังไว้โดยเฉพาะ ไม่ว่าการไต่สวนพยานหลักฐานนั้นจะมีข้อผิดพลาดคลาดเคลื่อนไปจากขั้นตอนวิธีการหรือกรอบเวลาที่กฎหมายกำหนดไว้ถ้าศาลได้ให้โอกาสแก่คู่กรณีในการนำเสนอพยานหลักฐานหักล้างแล้ว ก็ให้ศาลรับฟังได้ ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงที่ถูกต้องตรงตามความจริงที่เกิดขึ้นในคดีนั้น”

บรรณานุกรม

กุลพล พลวัน. (2546). *การพิจารณาคดีระบบกล่าวหาและระบบไต่สวนในกฎหมายไทยที่มี*

ผลกระทบต่อการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<http://elibrary.constitutionalcourt.or.th/multim/jindex/5-13/Image/5-13-34.pdf>

[2566, 26 มิถุนายน].

ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่ง. (2478). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 52, หน้า 723.

พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวิธีพิจารณาของศาลรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2561. (2561).

ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 135, ตอนที่ 12 ก, หน้า 13-14.

พระราชบัญญัติวิธีพิจารณาคดีทุจริตและประพฤติมิชอบ พ.ศ.2559. (2559). *ราชกิจจานุเบกษา*.

เล่ม 133, ตอนที่ 86, หน้า 3.

มาร์ติน, เอ็ม ฟิลลิป. (2544). ระบบวิธีพิจารณาคดีปกครองของประเทศฝรั่งเศส. *วารสารวิชาการ*

ศาลปกครอง, 1(3), หน้า 1-36.

วรเจตน์ ภาคีรัตน์. (2545). หลักเกณฑ์สำคัญเกี่ยวกับวิธีพิจารณาคดีรัฐธรรมนูญในสหพันธ์สาธารณรัฐ

เยอรมัน. *วารสารศาลรัฐธรรมนูญ*, 4(12), หน้า 28-72.

ศาลปกครอง. (2556). *กระบวนการพิจารณาแบบไต่สวน* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

https://www.admincourt.go.th/admincourt/site/02judicial.html?page=02judicial_750

[2565, 26 มิถุนายน].

สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ. (2551). *กฎหมายพื้นฐาน (Basic Law) สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี*.

กรุงเทพฯ: พี.เพรส.



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

รูปแบบธุรกิจเพื่อพัฒนาองค์กรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

เชิงการแพทย์ในประเทศไทย

A BUSINESS MODEL FOR DEVELOPING MEDICAL TOURISM

ORGANIZATIONS IN THAILAND

สุปราณี วรรณรณ และคณะ*

Supranee Vanarun, et al*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาบริหารธุรกิจและศึกษาทั่วไป คณะอุตสาหกรรมบริการ

วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ, e-Mail: supranee.va@dtc.ac.th (Corresponding Author)

Assistant Professor, Business Administration and General Education, Faculty of Hospitality

Industry, Dusit Thani College, Bangkok, e-Mail: supranee.va@dtc.ac.th (Corresponding Author)

(Received: 2023, July 16; Revised: 2023, October 5; Accepted: 2023, October 17)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนารูปแบบธุรกิจองค์การการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย (กรณีศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมบริการ: โรงแรม โรงพยาบาล ตัวแทนท่องเที่ยว) โดยเป็นการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมถึงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบธุรกิจแนวใหม่เพื่อพัฒนาองค์กรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย และจากการทบทวนวรรณกรรมและผลงานวิจัยต่าง ๆ ทำให้พบว่ามีตัวแปรหลักที่สำคัญอยู่ 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) รูปแบบธุรกิจแบบป้องกัน 2) รูปแบบธุรกิจแบบแข็งแกร่ง 3) รูปแบบธุรกิจดิจิทัล 4) รูปแบบธุรกิจแบบปรับตัว 5) รูปแบบธุรกิจแบบให้การสนับสนุน และ 6) รูปแบบธุรกิจนวัตกรรม โดยใน 6 องค์ประกอบ มีแกนหลักคือรูปแบบธุรกิจ ที่จะต้องเป็นนวัตกรรมใหม่ที่มีการประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วและมีวิธีการดำเนินงานใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีนำมาใช้หรือเป็นองค์กรที่บุกเบิก กล้าคิด กล้าทำภายในอุตสาหกรรมและเป็นการรวมคุณค่าหลักขององค์กรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการสร้างรายได้ เพิ่มยอดขาย ดึงดูดลูกค้าและดึงดูดนักลงทุนในอนาคต

คำสำคัญ: รูปแบบธุรกิจ; อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

*คณะนักวิจัย: ปัทมา ภารัตตนาวงศ์, สรัชพร อารีกุล, ธเนศ ปทุมานนท์

Researcher Team: Patsa Parattanawong, Saratchaporn Areekul, Tanait Padumanonda



ABSTRACT

This article was aimed at studying approaches for developing a business model of medical tourism organizations in Thailand, a case study of industrial medical tourism: hotel hospital and travel agent. The researcher reviewed the literature influencing the new business model development in organizations in Thailand and found 6 factors affecting the organization including: 1) Antifragile Business Model, 2) Robust Business Model, 3) Digital Business Model, 4) Adaptive Business Model, 5) Aided Business Model, and 6) Innovative Business Model. The core of the six factors above was the business model supposed to be innovation applying rapidly developed technology, having new methods of operation that have never been implemented before, or being pioneering organizations that dared to think and act within the industry and integrated the core values of the organization to increase the potential of generating income, increasing sales, attracting customers, and attracting investors in the future.

Keywords: Business Model; Industrial Medical Tourism

บทนำ

จากปี 2563 เกิดการแพร่ระบาดของ COVID-19 ทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงจนถึงระดับที่ไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศและหลังจากที่ทั่วโลกผ่านวิกฤติการณ์นั้นมาได้ทำให้สถานการณ์ท่องเที่ยวในทั่วโลกกลับมาฟื้นตัวและดีขึ้นตามลำดับ

ในปี 2565 ที่ผ่านมานักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญกับประเทศไทย โดยประเทศไทยนับเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมแห่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจติดอันดับโลกกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ของทั่วประเทศ โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร พัทยา และภูเก็ต ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงสุดระดับโลก (World Class Destination) และยังมีความได้เปรียบด้านค่าครองชีพและห้องพักที่มีราคาไม่แพงทำให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความคุ้มค่าเงินและการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของสายการบินต้นทุนต่ำ ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวไทยยังคงมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (พุทธชาติ ลุนคา, ออนไลน์, 2565)

ประเทศไทยมีจุดแข็งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามา โดยมีข้อได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้ง ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความมีอัธยาศัยไมตรีและความเป็นไทยที่เป็นเอกลักษณ์ โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมทั้งทางบกและทางอากาศ ทรัพยากรบุคคลและตลาดแรงงาน บุคลากรมีความรู้ มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรทางการแพทย์ของไทย อีกทั้งรวมถึงเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยและ



ความคุ้มค่าคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง นอกจากเรื่องราคาและความก้าวหน้าในเทคโนโลยีการรักษา และมาตรฐานการดูแลพยาบาลแล้ว ปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการเลือกประเทศจุดหมายปลายทาง ได้แก่ ความสะดวกและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เช่น ตัวเครื่องบินราคาถูก ขั้นตอนขอวีซ่าไม่ยุ่งยาก มีทางเลือกที่พักแบบต่าง ๆ (ไทยพาณิชย์, ออนไลน์, 2565)

ประเทศไทยยังมีจุดอ่อนที่สำคัญ ได้แก่ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ความยั่งยืนของสภาพแวดล้อม และความพร้อมด้าน ICT เทคโนโลยีที่เหมาะสมต่อการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ออนไลน์, 2560)

เมื่อไม่กี่ปีมานี้การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ หรือ Medical Tourism กลายเป็นคำคุ้นหูและได้รับความสนใจว่าเป็นเซกเมนต์ตลาดการท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพการเติบโตสูง โดยจากข้อมูลของ The Medical Tourism Association (MTA) ประเมินการว่ามีคนเดินทางไปต่างประเทศเพื่อรับบริการทางการแพทย์กว่า 14 ล้านคนทั่วโลก (ไทยพาณิชย์, ออนไลน์, 2565) และในปี 2566 คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเดินทางมาไทยและมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นเป็น 22 ล้านคน นำโดยนักท่องเที่ยวจากอาเซียน เอเชียใต้ เอเชียตะวันออก และตะวันออกกลาง พบว่ากลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มเข้ามาเพื่อเข้ารับการรักษาหรือเรียกได้ว่าเป็นกลุ่มตลาดหลักของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ดังนั้นมีแนวโน้มที่รายได้จะเติบโตต่อเนื่อง คาดว่า จะอยู่ที่ 2.5 หมื่นล้านบาท ซึ่งเทียบได้กับระดับรายได้ในช่วงก่อนวิกฤตโควิด-19 แม้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวมจะอยู่แค่ 50% ของปี 2562 (ทีทีบี, ออนไลน์, 2565)

โอกาสที่ท้าทายของประเทศไทยมาจากการที่ตลาดท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ทั่วโลกขยายตัวอย่างมาก ปัจจัยสำคัญมาจากค่าใช้จ่ายรักษาพยาบาลในประเทศพัฒนาแล้วที่แพงมาก เมื่อเทียบกับการรักษาพยาบาลที่มีคุณภาพในราคาที่จับต้องได้มากกว่าของประเทศอื่น รวมถึงการเข้าถึงการรักษาที่ต้องใช้เวลานาน (ไทยพาณิชย์, ออนไลน์, 2565) สำหรับอุปสรรคที่ประเทศไทยต้องรับมือเนื่องจากปัจจุบันการแข่งขันในตลาดนี้สูงมาก ซึ่งไทยต้องเผชิญการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ อย่างตุรกี กาตาร์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ มาเลเซีย สิงคโปร์ ที่ต่างเร่งพัฒนาศูนย์การแพทย์ชั้นนำเพื่อรุกตลาด Medical Tourism เป็นต้น

สำหรับ 6 เหตุผลที่จะส่งให้ประเทศไทยก้าวขึ้นสู่การเป็นผู้นำในตลาด Medical Tourism ได้แก่ 1) ด้านราคา: ค่ารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลประเทศไทยต่ำกว่าในสหรัฐ แคนาดา ยุโรป ถึง 50-80% 2) ด้านคุณภาพการรักษา: แพทย์ไทยมีความรู้ความสามารถได้รับการฝึกฝนมาอย่างดี แพทย์จำนวนมากมีคุณวุฒิจากโรงเรียนแพทย์ในอังกฤษ สหรัฐ และให้การดูแลรักษาคนไข้ด้วยความเอาใจใส่อย่างมืออาชีพ 3) ด้านโรงพยาบาลที่ได้รับมาตรฐานคุณภาพบริการ: คุณภาพบริการโรงพยาบาลในประเทศไทยหลายแห่งได้รับการยอมรับในระดับเวิลด์คลาส หลายแห่งได้รับการรับรองมาตรฐาน JCI Accreditation 4) ด้านความสะดวกในการออกวีซ่า: ตามนโยบายสนับสนุนและผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ภายในปี 2026 ภาครัฐได้ลดค่าธรรมเนียมวีซ่าเพื่อรักษาพยาบาลระยะเวลา 1 ปี ซึ่งผู้ป่วยต่างชาติสามารถเดิน



ทางเข้าไทยได้หลายครั้ง และครั้งละไม่เกิน 90 วัน 5) ด้านการมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ปลอดภัย: ประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวที่ปลอดภัยมาแต่เดิมอยู่แล้ว และยังมีกลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างโดยมุ่งเป้าโฆษณาบริการการแพทย์เบื้องต้น 6) ด้านกลยุทธ์การตลาดที่ทำมาอย่างต่อเนื่อง: ใช้กลยุทธ์การตลาดที่เน้นราคาที่จับต้องได้ บริการครบเครื่อง ซูเปอร์ไฮไลท์การรักษาในด้านต่าง ๆ ตั้งแต่การรักษาโรคมะเร็ง เสริมความงามและศัลยกรรมพลาสติก มีการทำรายชื่อโรงพยาบาลที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ช่วยให้คนที่สนใจหาข้อมูลและตัดสินใจได้ง่าย (ไทยพาณิชย์, ออนไลน์, 2565) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวทั้งหมดข้างต้นที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ได้ส่งผลให้ประเทศไทยก้าวขึ้นสู่การเป็นผู้นำในตลาด Medical Tourism ได้

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสที่ท้าทายซึ่งทำให้พบปัญหาและอุปสรรคที่ประเทศไทยจะต้องรับมือสำหรับการที่จะเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของโลกนั้น ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันในตลาดที่สูง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ผ่านตัวแทนท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งยังมีอัตราไม่เติบโตมาก ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวยังไม่ได้ได้รับความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจร่วมกันกับผู้ให้บริการทางการแพทย์ที่เท่าที่ควร อีกทั้งการสื่อสารภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในภาพรวมระดับประเทศยังมีไม่โดดเด่น ซึ่งภาครัฐจะต้องเร่งผลิตแพทย์โดยเฉพาะแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางเนื่องจากอัตราส่วนจำนวนแพทย์ต่อประชากรที่ให้บริการในประเทศไทยยังมีจำนวนน้อยกว่าเกณฑ์มาตรฐานขององค์การอนามัยโลก ประกอบกับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ผู้ประกอบการวิชาชีพแพทย์และทันตแพทย์สามารถเคลื่อนย้ายไปทำงานในประเทศสมาชิกอาเซียนได้อย่างเสรี เป็นต้น (สำนักประสานและบริหารโครงการ, ออนไลน์, 2565)

จากปัญหาและโอกาสที่ท้าทายดังกล่าวข้างต้นส่งผลและจูงใจให้ผู้เขียนมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบธุรกิจเพื่อพัฒนาองค์กรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย โดยผู้เขียนจะทำการศึกษาถึงรูปแบบธุรกิจที่มีรูปแบบการดำเนินงานที่มีเหตุผลผลและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของธุรกิจ โดยมีรูปแบบและวิธีการดำเนินงานและสร้างมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสร้างความสมดุลระหว่างประโยชน์ที่จะได้รับจากเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อมุ่งเน้นในการการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการและการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานและการส่งเสริมผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง เป็นต้น

โดยรูปแบบธุรกิจ จะประกอบไปด้วยตัวแปร 6 ตัวแปรคือ 1) รูปแบบธุรกิจแบบป้องกัน เป็นรูปแบบธุรกิจแบบป้องกันที่มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการออนไลน์ 2) รูปแบบธุรกิจแบบแข็งแกร่ง เป็นรูปแบบที่มีการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และบิ๊กดาต้าในการดำเนินธุรกิจ 3) รูปแบบธุรกิจดิจิทัล เป็นรูปแบบการสร้างคุณค่าในการให้บริการที่ต้องใช้ความสามารถด้านนวัตกรรมและประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทาน การให้ความร่วมมือกับลูกค้า และความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมในการให้บริการ 4) รูปแบบธุรกิจแบบปรับตัว เป็นรูปแบบที่องค์กรและการมีส่วนร่วมระหว่างธุรกิจและสังคม 5) รูปแบบธุรกิจแบบให้การสนับสนุน เป็นรูปแบบที่มีการปฏิสัมพันธ์กับคู่ค้าโดยการสร้างห่วงโซ่อุปทานให้มีความคล่องตัว เพื่อกระจายความเสี่ยง โดย



ผู้ให้บริการจะต้องมีการนำเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยมาใช้ในการบริการกับลูกค้าเพื่อเป็นการสร้างศักยภาพให้กับองค์กร และ 6) รูปแบบธุรกิจนวัตกรรม เป็นรูปแบบที่องค์กรมีนวัตกรรมเฉพาะและมีความเป็นเอกลักษณ์ โดยมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความชื่นชอบที่แตกต่างกัน

จากการพัฒนารูปแบบธุรกิจใน 6 รูปแบบข้างต้นจะมีประโยชน์กับองค์กรโดยจะสามารถนำมาพัฒนาองค์กรของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทยได้ โดยจะมีรูปแบบในการพัฒนาปรับปรุงองค์กรทั้งทางด้านการให้บริการ เทคโนโลยีนวัตกรรมที่นำมาใช้รวมถึงช่องทางในการให้บริการได้อย่างทั่วถึง เพื่อมุ่งเน้นในการให้บริการที่เป็นเลิศและเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว เพราะเนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่จะเดินทางเข้ามาใช้บริการรักษาในประเทศไทยนั้นต่างก็มีความคาดหวังต่อผลการรักษาในระดับที่สูงและการให้บริการที่ประทับใจ หากประเทศไทยยังไม่ให้ความสำคัญและมีแนวทางแก้ไขและพัฒนาในเรื่องดังกล่าวอาจส่งผลเสียต่อการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้อีกทั้งการศึกษาและพัฒนารูปแบบธุรกิจจะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นประเทศจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์อันดับต้น ๆ ของภูมิภาคเอเชียและในระดับโลกได้

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนารูปแบบธุรกิจองค์กรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยให้เป็นประเทศจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์อันดับต้น ๆ ของภูมิภาคเอเชียและในระดับโลกได้

รูปแบบธุรกิจ

รูปแบบธุรกิจเพื่อพัฒนาองค์กรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้เขียนได้ค้นพบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่จะเป็นประโยชน์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และเพื่อให้ประเทศไทยเป็นประเทศจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์อันดับต้น ๆ ของภูมิภาคเอเชียและในระดับโลกได้ โดยมีแนวคิดทฤษฎีในด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1) รูปแบบธุรกิจแบบป้องกัน (Antifragile Business Model) 2) รูปแบบธุรกิจแบบแข็งแกร่ง (Robust Business Model) 3) รูปแบบธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Model) 4) รูปแบบธุรกิจแบบปรับตัว (Adaptive Business Model) 5) รูปแบบธุรกิจแบบให้การสนับสนุน (Aided Business Model) และ 6) รูปแบบธุรกิจนวัตกรรม (Innovative Business Model)

นิยาม “รูปแบบธุรกิจ (Business Model)”

รูปแบบธุรกิจ (Business Model) เป็นการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อนำเสนอประโยชน์ให้กับลูกค้าและเพื่อต้องสร้างความรู้ใหม่ ๆ ที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกแก่อุตสาหกรรมเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานตามความต้องการของลูกค้าโดยมีแนวคิดรูปแบบแนวทางและกระบวนการทัศน์ใหม่ ๆ ที่นำไปสู่การพัฒนาความรู้และทฤษฎี การตลาดและการจัดการบริการให้มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม



ทางธุรกิจในสถานการณ์ปัจจุบัน (สุปราณี วรรณรณ, 2565, หน้า 189) ซึ่งรูปแบบธุรกิจจะมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน และมีการส่งเสริมผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ (สุปราณี วรรณรณ และภักศา ภารัตนวงศ์, 2556, หน้า 43-44)

แนวคิดเชิงทฤษฎี “รูปแบบธุรกิจ (Business Model)”

รูปแบบธุรกิจ (Business Model) เป็นรูปแบบการดำเนินงานที่มีรูปแบบและวิธีการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยรูปแบบธุรกิจต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมและสภาพแวดล้อม เป็นการสร้างความสมดุลระหว่างประโยชน์ที่จะได้รับจากเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่จะมาพร้อมความเสี่ยง โดยเทคโนโลยีจะเข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบและวิธีการดำเนินธุรกิจ การสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคอีกด้วย

ประเภทของรูปแบบธุรกิจที่สามารถดำเนินงานและผ่านสถานการณ์ที่ต้องเผชิญกับสภาวะวิกฤต Covid-19 มาได้นั้น จะประกอบไปด้วย 6 รูปแบบ ดังนี้ 1) รูปแบบธุรกิจแบบป้องกัน 2) รูปแบบธุรกิจแบบแข็งแกร่ง 3) รูปแบบธุรกิจแบบปรับตัว 4) รูปแบบธุรกิจที่ถูกระงับ 5) รูปแบบธุรกิจแบบให้การสนับสนุน และ 6) รูปแบบธุรกิจแบบที่ต้องถอนออก โดยแต่ละรูปแบบธุรกิจจะมีบริบทที่ความแตกต่างกันและเป็นรูปแบบการดำเนินงานที่สามารถนำมาใช้ในการบริหารจัดการและวางกลยุทธ์ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรได้ (Ritter & Pedersen, 2020, pp. 214-224)

ปัจจัยทางด้านรูปแบบธุรกิจที่ประกอบไปด้วยตัวแปร 6 ตัวแปร โดยจะอธิบายการในแต่ละตัวแปรดังนี้

1. แนวคิดเชิงทฤษฎี “รูปแบบธุรกิจแบบป้องกัน” (Antifragile Business Model) เป็นรูปแบบธุรกิจที่มีการให้บริการลูกค้าด้วยรูปแบบที่หลากหลายและง่ายต่อการเข้าถึง โดยมีกระบวนการทำงานอย่างมืออาชีพเพื่อรองรับการใช้งานที่มีประสิทธิภาพ

การให้บริการอาจได้รับผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ นวัตกรรม และการแข่งขันที่มีเข้ามาในการดำเนินธุรกิจส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานและสภาพแวดล้อมขององค์กรให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยจะต้องมีการนำกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพมาประยุกต์ใช้เพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินงานและเป็นการเพิ่มโอกาสในการบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน (Munoz, Todres & Rook, 2021, pp. 23-42)

การเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาสนั้นองค์กรจะต้องมีแนวทางต่าง ๆ ที่จะสามารถรับมือในช่วงเปราะบางขององค์กรได้ โดยมีแนวทางต่าง ๆ ดังนี้ 1) มีการวางแผนของผู้ประกอบการ 2) มีข้อมูลเชิงลึกในบริบทและความยืดหยุ่น 3) ความรวดเร็วในการดำเนินงาน 4) มีการเพิ่มทรัพยากรทางการเงิน 5) ร่วมมือกับพันธมิตรในด้านการวิจัยและนวัตกรรมให้มีความหลากหลาย 6) มีความชำนาญในการดำเนินงาน 7) มีความคิดสร้างสรรค์และมีความพร้อมสำหรับการรับมือวิกฤตและสร้างเป็นโอกาสให้กับองค์กรได้อย่างรวดเร็ว (Corvello, Verteramo & Giglio, 2023, pp. 1211-1223)



2. แนวคิดเชิงทฤษฎี “รูปแบบธุรกิจแบบแข็งแกร่ง” เป็นรูปแบบที่มีบิกิตาต้าในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบ ปลอดภัย มีการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ผ่าน Digital Marketing Platforms ให้มีรูปแบบให้ใช้งานง่าย มีฐานข้อมูลที่ตรวจสอบได้ มีการแบ่งประเภทของกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนรวมทั้งมีภาษาที่หลากหลายไว้ให้บริการได้อย่างครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยการใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ในการดำเนินธุรกิจเพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจแบบแข็งแกร่งคือ การที่องค์กรได้นำปัญญาประดิษฐ์ (AI) และ บิกิตาต้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในช่วงที่องค์กรต้องเผชิญกับสภาวะวิกฤตต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นปัจจัยทั้ง 2 ด้าน สามารถทำให้องค์กรรับมือและจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Chen & Biswas, 2021, pp. 2-3)

3. แนวคิดเชิงทฤษฎี “รูปแบบธุรกิจแบบดิจิทัล” (Digital Business Model) เป็นรูปแบบธุรกิจที่มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ไว้ให้บริการอย่างเสมอ โดยมี Platform ออนไลน์ต่าง ๆ ที่จะนำเสนอและให้ความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์และบริการ โดยสามารถตอบคำถามแบบ Real Time ให้กับผู้ที่สนใจในสินค้าและบริการขององค์กรได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งเป็นรูปแบบที่องค์กรเข้าไปมีส่วนร่วมระหว่างธุรกิจและสังคม เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าขององค์กรให้กับลูกค้า ลูกค้า ได้รู้สึกมีประสบการณ์ร่วมและเป็นส่วนหนึ่งของสังคมจากการเข้ามาใช้บริการธุรกิจขององค์กร

การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลเป็นการเปลี่ยนแปลงขั้นพื้นฐานของธุรกิจ โดยเป็นการเปลี่ยนแปลงแบบไดนามิกที่มีการผสมผสานระหว่างการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบทางดิจิทัลและการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ต้องนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดเป็นนวัตกรรมโมเดลธุรกิจดิจิทัล ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยที่เป็นความท้าทายขององค์กร (Trischler & Li-Ying, 2023, pp. 1-2) โดยการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของนวัตกรรมจะต้องมีกลยุทธ์และการบริหารจัดการที่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการศึกษา ค้นหา รวบรวมความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ทางด้านนวัตกรรมเข้ามาใช้ในการดำเนินงานและรับมือการเปลี่ยนแปลง โดยองค์กรต้องให้ความสำคัญในการผสมผสานความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ให้สอดคล้องกับทักษะทางดิจิทัลขององค์กรที่มีได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Lorenz, Miron-Spektor, Schilling, Solinas & Tucci, 2020, pp. 341-350)

4. แนวคิดเชิงทฤษฎี “รูปแบบธุรกิจแบบปรับตัว” (Adaptive Business Model) เป็นรูปแบบธุรกิจที่มีความยืดหยุ่นพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ได้ตลอดเวลา โดยต้องมีส่วนร่วมระหว่างธุรกิจ สังคม ชุมชน ผู้มีส่วนได้เสีย มุ่งเน้นในการสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นองค์กรแห่งการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในตลาดโลก โดยมีการจัดวางตำแหน่งและนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดแบบบูรณาการ มาประยุกต์ใช้เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแข่งขันในตลาดระดับโลก

รูปแบบธุรกิจแบบปรับตัว เป็นการมุ่งสร้างประสิทธิผลและความยืดหยุ่นผ่านรูปแบบธุรกิจเพื่อสนับสนุนให้เกิดโมเดลธุรกิจแบบรวมคุณค่าในการเพิ่มผลผลิต การรักษาความยืดหยุ่น และลดการเปลี่ยนแปลง



โดยผ่านรูปแบบการออกแบบโครงสร้างองค์กร ผู้มีส่วนได้เสีย การกระจายการเรียนรู้ของรูปแบบธุรกิจที่มีการปรับตัวให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องไปตามผลกระทบที่องค์กรได้รับมาจากภายในและภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Rosenstock, Gondwe, Manyise & Dentoni, 2019, pp. 76-81)

5. แนวคิดเชิงทฤษฎี “รูปแบบธุรกิจแบบให้การสนับสนุน” (Aided Business Model) เป็นรูปแบบธุรกิจที่องค์กรควรจะต้องมีรูปแบบที่มีการปฏิสัมพันธ์กับคู่ค้า โดยทำ Business Matching และการสร้างพันธมิตรกับภาคธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงประเทศไทยได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น

การพัฒนาตัวแบบธุรกิจรูปแบบใหม่ โดยมุ่งส่งเสริมให้เกิดการทำการตลาดแบบเกื้อกูล เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างพันธมิตรการท่องเที่ยว เช่น ภาครัฐและเอกชน และคนในท้องถิ่น เป็นต้น (สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ออนไลน์, 2560) จากภายใต้กรอบการทำงานที่หลากหลายมิติที่ประกอบไปด้วย ระยะเวลา คน องค์กร และเทคโนโลยี จากต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับคู่ค้าที่สามารถช่วยปรับปรุงความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Ivanov, 2021, p. 1)

6. แนวคิดเชิงทฤษฎี “รูปแบบธุรกิจนวัตกรรม” (Innovative Business Model) เป็นรูปแบบธุรกิจที่มีนวัตกรรมเป็นกลยุทธ์เฉพาะที่องค์กรนำใช้เพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน และเพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายที่มีความชื่นชอบที่มีความแตกต่างกันทั้งทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ และวัฒนธรรม โดยมีการพัฒนาความเชี่ยวชาญการรักษาเฉพาะด้าน มาส่งเสริมให้ลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติสนใจ มีการใช้ HealthTech มาเพิ่มประสิทธิภาพและความสะดวกในการให้บริการ เพื่อเพิ่มจุดขายให้ธุรกิจและสร้างคุณค่าในการให้บริการจากนวัตกรรมทั้งขององค์กรและอาศัยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคเอกชน ภาคการศึกษา และภาครัฐ เป็นต้น

เทคโนโลยีเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนธุรกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี ซึ่งจะประกอบด้วยเทคโนโลยีพื้นฐาน ได้แก่ ระบบนำทาง ที่พักรถ ภัตตาคาร ร้านอาหาร และเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับระบบการนัดและสปาและแพลตฟอร์มต่าง ๆ (สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ออนไลน์, 2560)

การนำเสนอการขายสินค้าหรือบริการที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้นั้น องค์กรจะต้องมีการพัฒนารูปแบบของธุรกิจให้เป็นธุรกิจที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ มีความคิดสร้างสรรค์ ไม่เหมือนใคร มีการใช้กลยุทธ์สินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อสร้างความโดดเด่นและสามารถดึงดูดผู้บริโภครายใหม่เข้ามา และนำมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงสร้างความภักดีต่อแบรนด์และสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ (Indeed, Online, 2022)



บทสรุป

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบธุรกิจแนวใหม่เพื่อพัฒนาองค์กรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย ที่ประกอบไปด้วยตัวแปร 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) รูปแบบธุรกิจแบบป้องกัน 2) รูปแบบธุรกิจแบบแข็งแกร่ง 3) รูปแบบธุรกิจดิจิทัล 4) รูปแบบธุรกิจแบบปรับตัว 5) รูปแบบธุรกิจแบบให้การสนับสนุน และ 6) รูปแบบธุรกิจนวัตกรรม โดยสามารถสรุปแต่ละองค์ประกอบได้ดังนี้

1) รูปแบบธุรกิจแบบป้องกัน (Antifragile Business Model) เป็นรูปแบบธุรกิจที่มีการใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการในองค์กรให้มีการเข้าถึงได้ง่าย สะดวกและสามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว และมีการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพโดยมีการทำการตลาดเชิงรุกเพื่อเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการมาบำบัดระยะยาว เป็นต้น

2) รูปแบบธุรกิจแบบแข็งแกร่ง (Robust Business Model) เป็นรูปแบบที่ใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ในการดำเนินธุรกิจเพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และบิ๊กดาต้าในการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นระบบ มีการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ผ่าน Digital Marketing Platforms โดยมีการจัดรูปแบบให้ใช้งานง่าย มีฐานข้อมูลที่ตรวจสอบได้ แบ่งเนื้อหาแบ่งหมวดหมู่ตามกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน มีภาษาที่หลากหลายไว้ให้บริการอย่างครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย

3) รูปแบบธุรกิจดิจิทัล (Digital Business Model) เป็นรูปแบบในการสร้างคุณค่าในการให้บริการที่ต้องใช้ความสามารถด้านนวัตกรรมและประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานในการให้ความร่วมมือกับลูกค้าความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับ Platform ออนไลน์ต่าง ๆ ที่จะนำเสนอความรู้และตอบคำถามแบบเรียลไทม์ให้กับผู้ที่สนใจสินค้าหรือบริการขององค์กรได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

4) รูปแบบธุรกิจแบบปรับตัว (Adaptive Business Model) เป็นรูปแบบธุรกิจที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ทุกสถานการณ์ ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้าง บุคลากร กระบวนการทำงาน ที่องค์กรต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและเพื่อพัฒนาขีดความสามารถและหาโอกาสใหม่ ๆ ในการสร้างรายได้ มุ่งเน้นในการมีส่วนร่วมระหว่างธุรกิจและสังคม และการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นต้น

5) รูปแบบธุรกิจแบบให้การสนับสนุน (Aided Business Model) เป็นรูปแบบที่มีการปฏิสัมพันธ์กับคู่ค้าโดยการสร้างห่วงโซ่อุปทานให้มีความคล่องตัว โดยทำ Business Matching ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เช่น โรงพยาบาล โรงแรม ตัวแทนการท่องเที่ยวและหน่วยงานผู้ให้บริการทางการแพทย์ เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยง โดยผู้ให้บริการจะต้องมีการนำเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยและมีความหลากหลายมาใช้ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการให้กับลูกค้าและเพื่อเป็นการสร้างศักยภาพให้กับองค์กรและประเทศไทยในภาพรวม



6) รูปแบบธุรกิจนวัตกรรม (Innovative Business Model) เป็นรูปแบบธุรกิจที่เป็นนวัตกรรมเป็นกลยุทธ์เฉพาะที่องค์กรใช้เพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน ที่มุ่งเน้นที่การดึงดูดความชื่นชอบที่แตกต่างกันของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลยุทธ์เพื่อที่จะเพิ่มความพึงพอใจและเพิ่มรายได้ให้กับองค์กร โดยแกนหลักที่สำคัญของรูปแบบธุรกิจคือนวัตกรรมใหม่ ๆ มาให้ พร้อมกับมีแนวคิดใหม่ ๆ ที่สร้างคุณค่าให้กับองค์กร

โดยองค์ประกอบใน 6 รูปแบบ ได้กล่าวถึงความสำคัญทางด้านถึงรูปแบบธุรกิจสร้างมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสร้างความสมดุลระหว่างประโยชน์ที่จะได้รับจากเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อมุ่งเน้นในการการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทาน และการส่งเสริมผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ โดยรูปแบบธุรกิจจึงถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญขององค์กรเพราะสามารถสร้างความพึงพอใจและเพิ่มรายได้ในธุรกิจได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังสามารถเพิ่มศักยภาพในการสร้างรายได้ เพิ่มยอดขาย และสามารถดึงดูดลูกค้าทั้งใหม่และเก่ารวมถึงสร้างความสนใจให้กับนักลงทุนได้ เพราะเนื่องจากภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนและผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. องค์กรภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ สามารถนำตัวแปรรูปแบบธุรกิจ ใน 6 องค์ประกอบ ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและค้นพบมา เพื่อไปกำหนดและปรับรูปแบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในยุคปัจจุบัน
2. องค์กรภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ควรต้องมีรูปแบบการรับชำระเงินสกุลดิจิทัล คริปโต (Cryptocurrency) ผ่านช่องทางที่ได้รับความนิยม และเพื่อเป็นการรองรับธุรกรรมทางการเงินในสกุลเงินที่มีหลากหลายได้
3. องค์กรภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ควรต้องมีการแสดงราคาทั้งหมดบนเว็บไซต์ ในรูปสกุลเงินท้องถิ่นของแต่ละประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และยินยอมให้ลูกค้าทำธุรกรรมในสกุลเงินนั้นได้
4. องค์กรภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ควรต้องให้การสนับสนุนในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือเชิงพื้นที่เพื่อเชื่อมโยงธุรกิจและบริการที่เกี่ยวข้องและสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นการพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในภาพรวม
5. องค์กรภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญในรูปแบบที่ให้ผู้บริโภคแนะนำ หรือบอกต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กรให้กับเพื่อนของตนเอง (Peer to Peer Marketing Model) เพื่อดึงดูดความสนใจลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ ของผู้บริโภค เพราะเนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความน่าเชื่อถือให้กับคนใกล้ชิดมากที่สุด



บรรณานุกรม

ไทยพาณิชย์. (2565). **6 เหตุผลส่ง “ไทย” ให้ปังในอุตสาหกรรม Medical Tourism** (ออนไลน์).

เข้าถึงได้จาก: <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/business-maker/6-reasons-thailand-the-best-in-medical-tourism.html> [2566, 12 มิถุนายน].

ทีทีบี. (2565). **tbb analytics คาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทยฟื้นเร็วโตเฉลี่ย**

2.5 หมื่นล้าน บาทในปี 2566 (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<https://www.tbbank.com/th/newsroom/detail/medical-tourism-2566>
[2566, 10 มิถุนายน].

พุทธชาติ ลุนคา. (2565). **แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2562-2564: ธุรกิจโรงแรม** (ออนไลน์).

เข้าถึงได้จาก: <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/services/hotels/io/hotel-2022-2024> [2566, 9 มิถุนายน].

สุปราณี วรรณรณ. (2565). รูปแบบการจัดการแนวโน้มที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรในประเทศไทยในยุค New Normal. **วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี**, 18(3), หน้า 181-192.

สุปราณี วรรณรณ และภัทศา ภารัตนวงศ์. (2566). รูปแบบการจัดการแนวโน้มที่มีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาองค์กรในประเทศไทยในยุค NEW NORMAL. **วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี**, 19(2), หน้า 35-48.

สถาบันทรัพยากรเส้นทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2560). **รายงานการวิเคราะห์แนวโน้ม**

เทคโนโลยีและอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

https://www.ipthailand.go.th/images/3534/web_01052018/Report_CHU/8_Well-being_06.12.2017_CHU.pdf. [2566, 8 มิถุนายน].

สำนักประสานและบริหารโครงการ. (2565). **การส่งเสริมคลัสเตอร์ท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เพื่อเป็น**

ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย(ระยะที่ 2) (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

[https://www.sme.go.th/upload/mod_download/18.บทความ1-ท่องเที่ยวเชิงการแพทย์2\(ปป.\).pdf](https://www.sme.go.th/upload/mod_download/18.บทความ1-ท่องเที่ยวเชิงการแพทย์2(ปป.).pdf) [2566, 10 มิถุนายน].

Chen, Y., & Biswas, M. I. (2021). Turning crisis into opportunities: how a firm can enrich its business operations using artificial intelligence and big data during COVID-19. **Sustainability**, 13(22), 12656. pp. 1-17.



- Corvello, V., Verteramo, S., & Giglio, C. (2023), "Turning crises into opportunities in the service sector: how to build antifragility in small and medium service enterprises". *The TQM Journal*, 35(5), pp. 1211-1223.
- Indeed. (2022). *51 Innovative Business Models To Consider* (Plus Benefits) (Online). Available: <https://www.indeed.com/career-advice/starting-new-job/innovative-business-models> [2023, June 12].
- Ivanov, D. (2021). Digital supply chain management and technology to enhance resilience by building and using end-to-end visibility during the COVID-19 pandemic. *IEEE Transactions on Engineering Management*.
- Lanzolla, G., Lorenz, A., Miron-Spektor, E., Schilling, M., Solinas, G., & Tucci, C. L. (2020). Digital transformation: What is new if anything? Emerging patterns and management research. *Academy of Management Discoveries*, 6(3), pp. 341-350.
- Munoz, A., Todres, M., & Rook, L. (2021). Empowering organisations to gain from uncertainty: a conceptualisation of antifragility through leveraging organisational routines in uncertain environments. *Australasian accounting, business and finance journal*, 15(3), pp. 23-42.
- Ritter, T., & Pedersen, C. L. (2020). Analyzing the impact of the coronavirus crisis on business models. *Industrial Marketing Management*, 88, pp. 214-224.
- Rosenstock, T. S., Lubberink, R., Gondwe, S., Manyise, T., & Dentoni, D. (2020). Inclusive and adaptive business models for climate-smart value creation. *Current Opinion in Environmental Sustainability*, 42, pp. 76-81.
- Trischler, M. F. G., & Li-Ying, J. (2023). Digital business model innovation: toward construct clarity and future research directions. *Review of Managerial Science*, 17(1), pp. 3-32.



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2566

CASH MANAGEMENT SYSTEM FOR FINANCIAL MANAGEMENT ON MODERN BUSINESS ORGANIZATIONS

Atchayapa Keeratisontorn, Krissanin Keattanasak*

Lecturer, School of Business Administration, Sripatum University at Chonburi,

e-Mail: atchayapa@gmail.com (Corresponding Author)

(Received: 2023, November 4; Revised: 2023, December 9; Accepted: 2023, December 22)

ABSTRACT

The purpose of this paper was to study the application of Cash Management systems in modern business organizations. In addition, the paper explored how information from Cash Management systems could be utilized to mitigate financial risks in both new and modern business organizations. The management of cash in everyday life and its application in modern business organizations were discussed in relation to human behavior. The Cash Management system operated on an online platform, which reduced the risk associated with physical cash. Furthermore, modern technology was employed in cash management to support banks and organizations, promoting sustainability and increasing liquidity. The integration of technology in financial transactions created opportunities for access and customer extension. In conclusion, the Cash Management system proved beneficial in modern business organizations by leveraging technology to enhance financial transactions, thereby facilitating access and customer expansion.

Keywords: Cash Management System; Financial Management

INTRODUCTION

In today's dynamic business environment, understanding and effectively managing financial resources, particularly within the context of cash management systems, is imperative. The business landscape experiences constant changes, especially in financial aspects, making it

*Lecturer, School of Business Administration, Sripatum University at Chonburi,

e-Mail: Krissanin.ke@chonburi.spu.ac.th



increasingly sensitive. Consequently, there is a heightened risk associated with financial activities and assets. Cash management emerges as a critical financial activity due to the uncertainty prevalent in new businesses and organizations, particularly concerning liquidity and uncontrollable risks. Furthermore, the responsibility to invest in modern businesses places a high level of importance on the decisions made by investors and stakeholders. In this context, the Cash Management System (CMS) becomes a crucial tool for orchestrating cash flow, managing liquidity, and mitigating risks.

As the financial section in each business and organization is uncertainly in profit and less in knowledge about the financial management and financial function also. On the other hand, the financial crisis is the one of problem can make new investor and stakeholder to less control in risk of finance while after the COVID the number of new businesses is decreasing but some calculation number of business in each section is increasing such as online business. According to (Chen, Engert, Huynh, Nicholls, Nicholson & Zhu, 2020, p. 11) is investigated the impact on pandemic on the demand for and use of cash in term of COVID in Canada the first stage of COVID in 2020 the bank can conduct in cash within cash inventories, cash deposits and increase demand of cash but the second stage of COVID in 2020 it has still the impact of cash the bank in Canda will persistent to conduct in cash because the need to increase potential of cash in temporary. Moreover, (Alvarez & Argente, 2021, p. 156) is studied in Cash management in time of COVID-19 depend on the consumer behavior and household is less using in cash and they finding in the other way to use payment method but some cost of payment method is imperfectly than cash cause of the cash can make higher in of household and more potential in cash also.

Moreover, the financial management is hard to pay attention in the step of financial transaction and structure of financial management also. For this reason, it is showing the cash flow in the one of sensitively to understand in structure and cash management. For this paper is studied the cash management system in financial management while using CMS (Cash Management System) to control in cash flow.

For this paper has a decision to investigate to use the cash management method to management in financial section and financial transaction in modern business organization. Meanwhile, the cash management system is working on online platform while this system can



apply to use in the modern business and organization because in term of present the modern business and organization is more working on online platform until the COVID to present. The activities of business and organization need to work in high speed. For this reason, the cash management system can support to decrease working time and high speed in financial activities and financial transaction including decrease in the risk of hold on cash. The financial section is he one of main section in each business. For the risk and liquidity in financial is shown the potential of each business and organization. According to (Camerinelli, 2010, p. 141) has studied in Trends in cash, liquidity and working capital management automation: The role of technology. In part of the role technology can support and management in the liquidity of and working on investment. In the other part is showed on the role of technology suitable for small and medium sizes of entrepreneurships. Therefore, the role technology to use in cash management is more potential to conduct in middle market also. In term of management in financial and (Silvestro & Lustrato, 2014, p. 317) is studied the integrating financial and physical supply chains: the role of banks in enabling supply chain integration for the buyer and supplier. For management financial by using supply chain integration is more significant in this methodology between buyer and supplier because they can get more coordination, collaboration information sharing and visibility and forced to get the opportunity to merge between bank and organization also.

However, in this paper is showed in 2 sections of Liquidity and Risk in Financial Management on Modern Business Organizations and the settlement of Cash Management system on Modern Business Organizations. Nowadays, the economic is merging to work on online platform. The response of use in advance and modern technology has more impact on modern business and organization also. Meanwhile, in this paper need to study in the Cash Management system for Financial Management on Modern Business Organizations.

OBJECTIVE

1. Study of relationship between the cash management system and modern business organizations.
2. Applied the cash management system to work on modern business organizations.



3. Creation and improving the cash management system through public services on modern business organization.

4. Reducing and management in the risk of financial liquidity on modern business organization.

LIQUIDITY AND RISK IN FINANCIAL MANAGEMENT ON MODERN BUSINESS ORGANIZATIONS

The dynamic of financial section is more dimension of risk cause of the various of financial actives, financial transaction and working capital such as then financial asset is various risk in finance such as hold on cash, transfer payment and other method of payment transition. For the factors of liquidity and risk of financial is showed in interest rate, tax holding, exchange rate and etc. Hence, these factor of liquidity and risk is the cause of inflation and deflation also. The liquidity and risk of financial can simulation in the loan, debt and financial activity and financial asset. However, the bank performance has to conduct in liquidity and risk because these factors are direct impact to the investment in financial asset and portfolio. For the percentage of risk highly the rate of investment is reducing because the stakeholder and investor they is uncertainly in invest in financial asset and portfolio. Hence, the bank has to conduct in these factors and push the bank performance information in higher level.

According to (Adeusi, Akeke, Adebisi & Oladunjoye, 2014, p. 341) is investigated in relationship between bank and risk management. They use the factor risk in financial to study in liquidity, equity of loan asset, debt, equity of total asset and fund. Therefore, the result is showed significant in variables. Meanwhile the bank performance can conduct in risk of management and protection in the risk of investment also.

The risk on portfolio in the one of main problem in financial asset because the investor and stakeholder use the cash and some asset to invest in portfolio. Moreover, the portfolio is always changing in information and depend on real time financial situation. (Christoffersen & Gonçalves, 2004, p. 1) is investigated in the Estimation Risk in Financial Risk Management is studied to portfolio risk measurement and risk capital allocation and performance attribution by



using Value-at-Risk Model (VaR) for the result of studied is showed more dimension of multiple in risk of portfolio.

In term of the risk while using cash is showing the risk of financial on interest rate, exchange rate and other. For the risk in financial is related to financial management, financial transaction and financial crisis also. Therefore, the risk of cash management is the one of main problem. Nowadays, many people didn't use in cash because the seeking while they hold on much cash is not safety in their life. In the other hand, it has many of organization is using the online platform to control the financial transaction and forced to use in payment method instead of hold on cash.

THE SETTLEMENT OF CASH MANAGEMENT SYSTEM ON MODERN BUSINESS ORGANIZAITONS

For the settlement in CMS (Cash Management System) is suitable for organization and corporation because CMS (Cash Management System) is the transmit of bank and organization for work on financial transaction in online process. However, the CMS (Cash Management System) is decreasing transaction and safe in time while you work on financial transaction also. Therefore, the sensitivity of cash is depended on the cash quantity because of the cash quantity can calculate the liquidity and stability of the organization and the other of response in CMS (Cash Management System), they can reduction in bank fees and financial of cost. For the bank fees is showed in each part of payment and financial transaction when you holding the cash in short-term from organization. The bank fees such as withdraw charge, exchange charge, fund charge, payment charge and etc when the CMS (Cash Management System) is used of the modern organization they can save the bank fee also and this system is less cost of bank fees. Moreover, the reduction of financial cost is depended on the deposited of debt in long term and short-term holding cash for financial transaction. For this cause is reduce in expenditure of service in financial fund and the expenditure of debt to increase the profit of organization after use this system.

As refer to the Liquidity and Risk in Financial Management on Modern Business Organizations to the CMS (Cash Management System) is also reducing the risk of cash payment and the risk of transaction in cash because the sensitivity in cash holding for payment in bank refund.



Moreover, this process is decreasing in cost, waste, and risk while they can improvement in liquidity and supported in financial section knowledge to use in making a decision to invest on their business. According to (Lienert, 2009, p. 23) studied on Modernizing Cash Management. It can be meagering and developing cash management in activities of cash flow for income and expenditure approach. It can be active in real time to manage in active of live in cash management.

In this paper classify to management in financial and reduce in risk of cash and investment by Cash management system to settlement in 4 sections on financial transaction management.

1 Management in Payment Service is depended on bill payment method for buy and sell in products and services. For this part each organization can work on internet banking for check payment and cash while the organization can use this information to recheck in the financial information immediately.

Moreover, Direct Debit is the one of service in Payment Service because direct debit can support the customer after the organization pay in cash in time also.

2 Management in Collected Service is can support the organization in part of management in salary, tax and transform in cash for this past the bank is showing in financial transaction of Payroll for in time salary payment, e-Withholding-Tax is supported when the organization pay in tax fee. Direct Credit is supported in payment in organization partner. For Bulk Payment work on profit after payment in each organization. The lasted service of Collected Service is BATHNET, it is the third party for transformation in cash between Bank of Thai (BOT) and Financial Institutes for this financial transaction is suitable to pay in index and bond.

3 Management in Other Special Service is making an easy to supported in modern business and organization for financial management in cash because it can Sweep Zero Balance and Cash pick up service without the bank which it depends on contact between organization and bank

4 Management in Electronic Chanel is depended on work in internet banking while the new organization use in this system the financial in historical data of financial transaction in real time. Moreover, Electronic Chanel can use for payment in product and service also.



The settlements of Cash Management System are worked on the online platform for financial transaction within 4 parts of using the CMS (Cash Management System). The modern organization can be applied the CMS in their owner business because the functions of CMS can reduction in bank fees and financial cost. In multi-function is supported in payment, exchange money, trading, management of fund and etc. Moreover, the settlement of Cash Management System is also forced the liquidity and risk in financial activity and financial asset.

After the modern organization is using the CMS (Cash Management System), they can conduct and reduce in the risk of holding cash for payment in short-term holding for financial transaction in bank. The CMS (Cash Management System) is more effective in operating online platform based on knowledge information between bank and organization.

CONCLUSION

The dynamic of financial management is more dimension of activities of financial transaction financial asset and working on capital. Therefore, the cash is important to work and use on them while the risk of financial on cash is more impact on the financial management also. Meanwhile, in this paper is using the cash management system to conduct the risk in financial and supporting in modern business organization.

According to COVID situation the advance and modern technology is more impact in our daily life activities also that make us to work on online platform more than offline platform so the cash management is work on online platform that suitable of the modern organization is forced on risk in cash, decrease in time and high speed in financial transaction and management as well.

The multi-function of CMS (Cash Management System) can be supported in part of payment and financial transaction when you holding the cash in short-term from organization such as withdrawing, exchange money, investment in fund, payment and etc. In addition to, the system is more safety in holding cash on working process in bank and can reduction in the sensitivity of holding in liquidity and risk also.

Moreover, the system is made the higher level of liquidity and risk reduction within bank fees and financial cost in transfer payment and financial transaction including reduction in



part of payment and financial transaction when you holding the cash in short-term from organization. The bank fees such as withdraw charge, exchange charge, fund charge, payment charge and etc. In section of liquidity and risk is more comfortable to modern organization because they can conduct in interest rate, exchange rate, investment of fund and etc. For the knowledge of information about this system and real-time financial information. Therefore, the system is more effective within the financial section is applied the system to the organization.

SUGGESTIONS

1. Modern organizations continually strive to enhance their performance, driven by the adoption of cutting-edge technologies such as the cash management system. It is imperative for these organizations to acquire the necessary knowledge about this system and apply it to manage cash effectively within the financial sector.

2. The Cash Management System operates on an online platform, necessitating enhanced collaboration between banks and organizations. To align seamlessly with this platform, banks are required to provide comprehensive information, facilitating a cohesive working relationship between the two entities.

3. In part of risk management is required to estimate in the Value at Risk (Var) within Likelihood Ratio (LR) for use to analysis in the methodology of Vector Auto Regressive Model case of the risk in management is more sensitively in financial activities and financial transaction.

REFERENCES

- Adeusi, S. O., Akeke, N. I., Adebisi, O. S., & Oladunjoye, O. (2014). Risk management and financial performance of banks in Nigeria. *Risk Management*, 6(31), pp. 336-343.
- Alvarez, F., & Argente, D. (2021). Cash-management in times of Covid-19. *The BE Journal of Macroeconomics*, 22(1), pp. 139-171.
- Camerinelli, E. (2010). Trends in cash, liquidity and working capital management automation: The role of technology. *Journal of Corporate Treasury Management*, 3(2), pp. 141-148.



- Chen, H., Engert, W., Huynh, K. P., Nicholls, G., Nicholson, M., & Zhu, J. (2020). Cash and COVID-19: The impact of the pandemic on the demand for and use of cash, Bank of Canada. *Staff Discussion Paper* 2020-6, July.
- Christoffersen, P., & Gonçalves, S. (2004). Estimation risk in financial risk management. *CIRANO*, Citeseer, pp. 1-31.
- Lienert, I. (2009). Modernizing cash management. *Technical Notes and Manuals*, 2009(003), p. 23.
- Silvestro, R., & Lustrato, P. (2014). Integrating financial and physical supply chains: the role of banks in enabling supply chain integration. *International journal of operations & production management*, 34(3), pp. 298-324.



ขั้นตอนการนำส่งบทความวิจัยหรือบทความวิชาการเพื่อตีพิมพ์

1. บทความ มีเนื้อหาสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีความยาว 8-10 หน้ากระดาษ A4 พิมพ์ตัวอักษร Angsana New ขนาด 16 พอยท์ ตัวเลขที่มีทศนิยม ใช้ทศนิยม 2 ตำแหน่ง

2. รูปแบบ

2.1 บทความวิจัย

- ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่)
- ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่ง สังกัด หน่วยงาน มหาวิทยาลัย (ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ)

และ e-Mail address

- บทคัดย่อ (ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ) พร้อมคำสำคัญไม่เกิน 3 คำ
- บทนำ
- วัตถุประสงค์การวิจัย
- สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี)
- วิธีดำเนินการวิจัย
- ผลการวิจัย
- อภิปรายผล
- ข้อเสนอแนะ
- บรรณานุกรม (บรรณานุกรมและการอ้างอิงในเนื้อหา ใช้รูปแบบของมหาวิทยาลัยศรีปทุม)

2.2 บทความวิชาการ

- ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่)
- ชื่อ-นามสกุล ตำแหน่ง สังกัด หน่วยงาน มหาวิทยาลัย (ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ)

และ e-Mail address

- บทคัดย่อ (ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ) พร้อมคำสำคัญไม่เกิน 3 คำ
- บทนำ
- วัตถุประสงค์
- เนื้อหา
- บทสรุป
- ข้อเสนอแนะ
- บรรณานุกรม (บรรณานุกรมและการอ้างอิงในเนื้อหา ใช้รูปแบบของมหาวิทยาลัยศรีปทุม)

3. กำหนดออก ปีละ 4 ฉบับ ราย 3 เดือน (มกราคม ถึง มีนาคม, เมษายน ถึง มิถุนายน, กรกฎาคม ถึง กันยายน และตุลาคม ถึง ธันวาคม)



4. วิธีการส่งต้นฉบับ

- ส่งต้นฉบับบทความ Ms word ที่มีรูปแบบตามวารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี ผ่าน

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/SPUCJ/information/authors>

- ค่าระเงิน 4,000.- บาท (สี่พันบาทถ้วน) เมื่อบทความเข้าสู่กระบวนการพิจารณา

จากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นคำดำเนินการ

หมายเหตุ: สอบถามรายละเอียดได้ที่ สำนักงานวิจัยและพัฒนานวัตกรรม โทรศัพท์ 0 3814 6123 ต่อ 2507

หรือ e-Mail: research@chonburi.spu.ac.th หรือ Line OA:



ตัวอย่างบรรณานุกรม

จรัส สุวรรณเวลา. (2553). **จุดด้อยบนทางสู่ธรรมภิบาล บทบาทของบอร์ตองคกรรมหาชน** (พิมพ์ครั้งที่ 2).

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เจษฎา มินศิริ. (2551, 20 มีนาคม). รองกรรมการผู้จัดการ บริษัทบัณฑิต เซ็นเตอร์ จำกัด. สัมภาษณ์.

ธิดา มุติกุล. (2549). **ความพึงพอใจของบุคลากรและนักศึกษาที่มีต่องานอาคารสถานที่ มหาวิทยาลัย**

ศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ

และการบริหารงานบุคคล, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.

บุญเสริม บุญเจริญผล. (2553). **จิตพิ ะไรกันหนักหนา** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<http://www.jobpub.com/articles/showarticle.asp?id=630> [2554, 9 ตุลาคม].

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2533). ระบบตลาดเสรีและปัญหาประชาธิปไตย. ใน ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และ

บุษบา คุราศิริรินทร์ (บรรณาธิการ), **เปเรศรอยก้า: จุดเปลี่ยนของเศรษฐกิจการเมืองโซเวียต**

(หน้า 77-118). กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์.

ฟิสค์, ปีเตอร์. (2553). **ลูกค้ำจรรย์ะ** แปลจากเรื่อง Customer genius (วัฒนา มานะวิบูลย์, แปล).

กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.

วงศ์เดือน ภาณุวัฒนากุล และสุรพงษ์ ยัมละมัย. (2553). อัตลักษณ์ของคนไทยเชื้อสายจีนในเมืองหาดใหญ่.

ศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่, 2(1), หน้า 26-41.

Davis, Beverly M. (2004). **The impact of leadership on employee motivation** (Online).

Available: [http://www.lib.umi.com/digital_dissertations/gateway/full_citation &](http://www.lib.umi.com/digital_dissertations/gateway/full_citation_abstract/AAT_MQ89924)

[abstract/AAT MQ89924](http://www.lib.umi.com/digital_dissertations/gateway/full_citation_abstract/AAT_MQ89924) [2005, May 27].



- Foster, Sharon L., & Cone, John D. (1986). Design and use of direct observation. In Anthony R. Ciminero, Karen S. Calhoun, & Henry E. Adams (Eds.), *Handbook of behavioral assessment* (2nd ed.) (pp. 253-324). New York: Wiley.
- Huerta, de la Adriana. (2010). *Microfinance in rural and urban Thailand: Policies, social ties and successful performance*. Master Thesis of Economics, Department of Economics University of Chicago.
- Morgan, Nigel, Pritchard, Annette, & Pride, Roger. (2010). *Destination branding: Creating the unique destination proposition*. London, UK: Elsevier.
- Robinson, Peter (Ed.). (2009). *Operations management in the travel industry*. Cambridge, MA: CAB International.

