วารสารราชมงคลล้านนา

RMUTL Journal

ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2561 ISSN : 2287-092X

วารสารราชมงคลล้านนา

RMUTL Journal

ผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.อรัญญา ตุ้ยคัมภีร์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์เอนก ชิตเกษร	มหาวิทยาลัยพายัพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทียน เลรามัญ	มหาวิทยาลัยพายัพ
รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุเทน เลานำทา	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.วรรณโณ ฟองสุวรรณ	บริษัทเอกชน
อาจารย์ ดร แววมยุรา คำสุข	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
รองศาสตราจารย์ ดร. ปาริชาติ บัวเจริญ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
รองศาสตราจารย์ ดร.พรหทัย ตัณฑ์จิตานนท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
รองศาสตราจารย์เพ็ญจันทร์ รวิยะวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุรชัย อุตมอ่าง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประภาพร หัสสรังสี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประทีป พืชทองหลาง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศักดิ์สายันต์ ใยสามเสน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์ ดร.วรวิทย์ เลาหะเมทนี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์ ดร.ตะวัน วาทกิจ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

วารสารราชมงคลล้านนา

RMUTL Journal

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.ลัดดา ปินตา

กองบรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.ลัดดา ปินตา

อาจารย์ ดร.ตะวัน วาทกิจ

อาจารย์ ดร.วรวิทย์ เลาหะเมทณี

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิชาภพ พันธ์แพร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสรฐสุดา ปรีชานนท์

อาจารย์เทวา พรหมณุชานนท์

อาจารย์ณฐา อภิธาวินวสุ

ผู้ประสานงาน

อาจารย์ณฐา อภิธาวินวสุ

บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจความถูกต้องทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ข้อความและบทความในวารสารราชมงคลล้านนาเป็น แนวคิดของผู้เขียน มิใช่ความคิดเห็นของคณะผู้จัดทำและมิใช่ความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ และกองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์ คัดลอก แต่ให้อ้างอิงที่มา

สารบัญ

บทความวิชาการ

Quality Assurance of Rajamangala University of Technology Lanna 1

Parichat Buacharoen and Pawanrat Buochareon

บทความวิจัย

Conversational Implicature in Handling Complaints for Receptionists at Si Phum Heritage Boutique Bed & Breakfast Inn 11

Pojchanaphong Dechathorn and Jaisaen Sorasak

Improving English for tourism and hospitality by teaching communication strategies to describe Thai culture-specific concepts 21

Supornphan Konchiab

การวิจัยแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหาร : กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของหมู่บ้านหินโค้ว อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก 29

ชินเนีย รัติภัทร์ และ ปิยะวรรณ คุ้มญาติ

แนวทางการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา 46

ณภัทร ทิพย์ศรี, ภัทราพร สมเสมอ, จักรกฤษ เขียวคำปัน, ศุภกิจ จันทร์แก้ว และ สุพนิตา ยะทะ

การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปกลุ่มสตรีบ้านแม่กื้ดหลวง 58

ศิรินภา พรมมาแบน และ ศศิธร ทองเปรมจิตต์

พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนเขตจังหวัดพิจิตร 73

สุภัทธนีย์ ขุนสิงห์สกุล และ พชรดนัย วัชรธนพัฒน์ธาดา

การเสริมสร้างหลักธรรมาภิบาลในวิถีประชาธิปไตยของผู้นำในตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน 85

พัลลภ หารุคำจา, สกุณา คงจันทร์, นพดณ ปัญญาวีรทัต, วิจิตร เรือนอินทร์ และ ณัฐพล จนฺทิโก

ตลาดผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ 97

เปรมศักดิ์ อาษากิจ และ หฤทัย อาษากิจ

การศึกษาปัจจัยที่สร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ 111

ตะวัน วาทกิจ และ ลัดดา ปินตา

บทบรรณาธิการ

วารสารราชมงคลล้านนา (RMUTL Journal of Humanities and Social Sciences) ฉบับนี้ ประจำปีที่ 6 ฉบับที่ 2 (ฉบับเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2561) บทความประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวกับ มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศิลปศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และการศึกษา ทั้งในรูปแบบบทความวิจัย และบทความวิชาการ ประกอบด้วย บทความวิชาการจำนวน 1 บทความ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการประกันคุณภาพในสถาบันการศึกษา และบทความวิจัย จำนวน 9 บทความ ซึ่งจำแนกได้เป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเป็นบทความวิชาการด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษในบริบทของการท่องเที่ยวและการโรงแรม กลุ่มที่สองเป็นบทความวิชาการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่าย กลุ่มที่สามเป็นบทความวิชาการด้านการเสริมสร้างธรรมาภิบาลและวิถีประชาธิปไตย และกลุ่มสุดท้ายเป็นบทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับสังคมผู้สูงอายุ

โดยกองบรรณาธิการ ได้เรียงลำดับการนำเสนอภายในฉบับ ดังนี้ บทความวิชาการ จำนวน 1 บทความ คือ การประกันคุณภาพของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา และบทความวิจัย จำนวน 9บทความ แบ่งเป็นบทความวิจัยภาษาต่างประเทศ จำนวน 2 บทความ คือ การสนทนาโดยนัยในการจัดการกับข้อร้องเรียนของพนักงานต้อนรับในโรงแรมศรีภูมิ เฮอริเทจ บูทีค เบดแอนด์เบรกฟาสต์, การพัฒนาภาษาอังกฤษสำหรับการท่องเที่ยวและการโรงแรมโดยการสอนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่ออธิบายวัฒนธรรมไทยในบริบทเฉพาะ สำหรับบทความวิจัยภาษาไทย จำนวน 8 บทความ ดังนี้ การวิจัยแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหาร : กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของหมู่บ้านหินโค้ว อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก, แนวทางการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจกล้วยกรอบ อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา, การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปกลุ่มสตรีบ้านแม่กี๊ดหลวง, พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนเขตจังหวัดพิจิตร, การเสริมสร้างธรรมาภิบาลในวิถีประชาธิปไตยของผู้นำในตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน, ตลาดผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่, และการศึกษาปัจจัยที่เสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ ทุกบทความในวารสารราชมงคลล้านนาได้ผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ และบรรณาธิการของวารสารราชมงคลล้านนาแล้ว

สำหรับบทความวิชาการและบทความวิจัยในวารสารราชมงคลล้านนาในฉบับนี้น่าจะเป็นประโยชน์ต่อท่านผู้อ่าน โดยกองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าท่านผู้อ่านจะได้รับสาระ และความรู้ อย่างเต็มเปี่ยมจากการติดตามอ่านวารสารราชมงคลล้านนา และผู้อ่านท่านใดมีความสนใจจะส่งบทความวิชาการหรือบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์กับทางวารสารราชมงคลล้านนา สามารถส่งบทความมาได้ที่ https://www.tci-thaijo.org/index.php/balajhss/index.

ดร.ลัดดา ปินตา
บรรณาธิการ

Quality Assurance of Rajamangala University of Technology Lanna

Parichat Buacharoen [1*] and Pawanrat Buochareon [2]

[1] อาจารย์ประจำ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่
[2] อาจารย์ประจำ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
*E-mail : panu_mas9@hotmail.com

Abstract

Rajamangala University of Technology Is a higher education institution in science and technology, professional with the objective of managing education and promoting academic and advanced professions that emphasizes the practice of teaching research, producing professional teachers provide academic services to the community society, sustain the arts and culture and preserve the environment. Rajamangala University of Technology Lanna Implements the quality assurance system for education as a tool for improving the quality of education by focusing on creating quality control. And most importantly, the university considers that the quality assurance operation is a system for monitoring and evaluating performance in various areas of the university in order to bring results to develop or improve the working process in the university to be more efficient.

Factors of success of educational quality assurance of Rajamangala University of Technology Lanna is as follows: high-level executives pay more attention to educational quality assurance, quality assurance executives have knowledge and understanding in the quality assurance system, and have a commitment to operate, be able to organize systems that can be linked to the administration and routine. The administrators and personnel in the university have a positive attitude towards the development of the university which affects the importance of practice in order to achieve the overall success. Moreover, there is flexible management structure that enables the transfer of educational quality assurance policies into practice.

The development of educational quality assurance operations of Rajamangala University of Technology Lanna is as follows:

1. The importance of executives by communicating the importance and benefits of educational quality assurance and also create understanding about educational quality assurance work and mechanisms for personnel at all levels to participate in the quality assurance of the university.

2. Management of educational quality assurance has clearly defined and communicated policies, directions and goals for educational quality assurance.

3. There is an information system that is conducive to the quality assurance system of education, and motivation in educational quality assurance.

Key words : Educational quality assurance

1. Introduction

National Education Act (1999) Amendment (Section 2: 2002, Amendment (Section 3:2010), and Ministerial regulations of Educational Quality Assurance has established rules and guidelines for educational quality assurance within higher education levels by educational institutions at the level of education, providing an internal quality assurance system at the faculty level and the institution is free to choose the internal quality assurance system by adhering to the principles of academic freedom and feel free to operate the educational institutions. In order to provide effective education management and the development of quality continuously, education standards of higher education institutions are in accordance with the context and the intention of the institutions and together with higher education standards and various standard criteria associated. Moreover the preparation to support external quality assurance and Internal quality assurance is divided into three levels: curriculum level, faculty level and institutional level. The internal quality assurance committee for higher education Of the Office of the Higher Education Commission (OHEC) has created an internal quality assurance system according to the Internal Quality assurance guidebook of 2014.

Higher education institutions are very important for the development of the country and to provide academic services to the society and to maintain the arts and culture. There are many factors that affect the quality of higher education institutions, such as the quality of Thai higher education institutions, which tend to be more different. The hope is that higher education institutions develop knowledge and produce graduates more responsive to the country's development strategies, whether it is to develop the local manufacturing sectors or communities, and to create international competitiveness. This includes the cross-border education services provided by the movement of students and graduates in the ASEAN region. (Office of the Higher Education Commission)

National Education Act Amendment (1999) Amendment (No. 2) (2002:29-31) defines the aims and principles of quality and standards-based education management in Chapter 6 standards and Quality Assurance 4 ; Section 47. The quality assurance system for education shall be developed to improve the quality and standards of education at all levels, including the internal quality assurance system, external quality assurance system (section 48). The affiliation agency and the educational institutions shall provide a quality assurance system within the educational institution and shall be deemed to be an internal quality assurance part of the educational administration process which must be continuously carried out. The annual report is submitted to the agency.

This is a great way to promote the quality and standards of education, and to support external quality assurance (section 49). The Office of Standards and Quality Assessment as a public organization, it develops criteria for external quality assessment in order to evaluate and assess the educational management to ensure the quality of educational institutions, taking into account the aims and principles and the educational guidelines at each level as prescribed at each level as prescribed in this Act. External quality assessment of all educational institutions

is assessed at least once every five years since the final assessment. Providing assessment results to relevant agencies and the public (section 50). The educational institution shall cooperate in the preparation of various documents. Information related to educational institutions as well as the personnel board of Education including parents and those who are involved with the educational institution, provide additional information that is relevant to the mission of the educational institutions. At the request of the Bureau of Quality Assurance and Quality Assessment, or the person or organization outside the office that certifies the external quality assessment of the institution (section 51). Where the results of external evaluation of any institution do not meet the prescribed standards, the Office of Standards and Quality Assessment make recommendations to improve the agency. If this is not done, the Office of Standards and Quality Assessment shall report to the Higher Education Commission to proceed with the amendment.

Internal Quality Assurance has established systems and mechanisms for the development, monitoring, and evaluation of educational institutions' compliance with policies, goals and quality standards in accordance with the standards set by educational institutions and / or agencies. Internal quality assurance is considered to be part of the continuing education administration process. The annual report on internal quality assessment is submitted to the Institute Council Agency and related agencies for consideration and publicity, leading to the development of quality and standards of education. Moreover, it can be to support external quality assessment (Office of the Higher Education Commission). External Quality Assurance evaluates the quality of education management in order to monitor and verify the quality and standards of education and educational institutions at each level by the Office of Standards and Quality Assessment (Public Organization) which operated; the first external quality assessment (2001-2005), the second external quality assessment (2006 -2010), the third external quality assessment (2011-2015), and the fourth external quality assessment (2016-2020). (The Office of Higher Education, 2010:3)

Rajamangala University of Technology Lanna is an institution of higher education in science and technology. The purposes of education are promote the academic and professional career that focus on teaching, research, professional production and also provide academic services to the social community, preserve the arts, culture and the environment. It covers six provinces in the north: Chiang Rai, Chiang Mai, Lampang, Nan, Tak and Phitsanulok. Graduates have been accepted to serve the social sectors for more than 80 years. Many of the faculties are focused on professional education science and technology and professional teacher production. The focus is on producing graduates who practice ethics, self-reliance. It is an academic focus for social and local research that focuses on building knowledge and innovation both national and international. Academic Services focus on knowledge transfer and innovation aims to enhance the quality of life of the local community, and environment. It maintains the

arts, culture, wisdom, balance of society and the environment. It leads to stable and sustainable development with unique local culture and innovation. All under the same visions are the leading universities in professional and technology in the production of graduate students and to enhance the quality of life of local communities.

Rajamagala University of Technology Lanna implements quality assurance system for education as a tool for improving the quality of education management, emphasis is placed on creating quality control mechanisms importantly, the university considers that quality assurance in education is a system for monitoring and assessing performance in various fields of the University to develop or improve the performance of the university, the objectives of the quality assurance work are as follows;

1) The implementation of a quality control system implementation plan; follow up results.

2) The process of monitoring the results of the plan. The relevant agencies the University Quality Assurance Office.

3) The process of evaluating the quality of the course level, faculty / area / college and university. This is a good way to improve the quality of education and results as prescribed. (Office of Educational Quality Assurance, Rajamangala University, 2017-2020:13)

University Quality Assurance System and the Quality Assurance Agency are responsible for implementing the quality assurance system for internal education and driving various agencies. The university has a systematic system of internal quality assurance (2014-2018). According to the Office of the Higher Education Commission, the guidelines for the development of the quality assurance system for higher education are set out in the next 15 years (2008-2022), Higher Education Development Plan No.11(2012-2016), and Standard of Higher Education and Curriculum (2005). The quality assurance of education (2009) is set within three levels, namely; the Faculty and the Institutional Level, with elements of internal quality assurance, according to the four faculties of Higher Education Institutions.

Quality assurance within the curriculum is composed of six components: 1. Standardization, 2. Graduate, 3. Student, 4. Instructor, 5. Assessment of learners and element, and 6. the learning support. Indicators and criteria for quality assurance of education within the curriculum level promote student development, the system of teaching process, number of professors per graduate student (especially the thesis supervision is in accordance with the curriculum standards). Academic performance, research results of faculty members, media, teaching aids, libraries and learning resources. Implementation of the National Higher Education Qualification Framework including graduate qualification, it is determined by the work or occupation, the publication quality and publication of graduate students. The quality assurance of education within the faculty consists of five components: 1. production of graduates, 2. research, 3. academic services, 4. preserving arts and culture and 5. management. Indicators and criteria for quality assurance within the faculty are to cover the faculty's operation to support the

instructional management of each course administered by the faculty, including student activities, Student Services Providing academic, research, management and quality assurance services to the faculty. The quality assurance of education at the institutional level consists of five components, namely; 1, production of graduates, 2. research 3. academic services, 4. preserving arts and culture and 5. management. Indicators and criteria for quality assurance of education at the institutional level. The standard of academic potential and readiness is the physical, academic, financial, administrative, and academic standards of higher education institutions provide academic services to the society. The arts and culture.

The operational mechanism leads to the success of the educational quality assurance of Rajamangala University of Technology Lanna is as follows;

1. The involvement of personnel at all levels and all units, both teaching and support units, in the operation of educational quality assurance.

2. Participation of administrators at all levels, such as the University Council considers and provides feedback about configuring goals. The results of the evaluation of the quality of education from the University Board of Directors and the Academic Council members who considered the determination of the indicators and the operational value of the indicator. The Board of Directors are responsible for the implementation of the quality assurance system. Management is the quality of education, or the development committee and the quality assurance mechanism for education or the working group on quality assurance in education.

3. There is a Board of Directors and a Quality Assurance System for the University that consist of relevant administrators, representative from the faculties, agencies and students

4. Integration of quality assurance systems, the internal quality assurance system of the Internal Quality Assurance System of the five-year strategic plan for the operation.

5. The Quality Assurance Office is responsible for the internal quality assurance of education.

6. Understand quality assurance in education by using knowledge management as a tool through various activities such as seminars, QA Series, training, quality assurance, education and QA News etc.

7. Creating and developing tools are facilitating data collection and self-report writing at the Faculty and Institute level

8. Implementation of the results of quality assessment at all levels to improve especially the quality of university development plan at the Faculty level and degree level follow-up audit results are used to develop improvements.

9. Quality assurance incentives include the RMUTL Best Practice Award, the RMUTL QA Award, and the Quality Auditor Award.

Successful factors of quality assurance education at Rajamangala University of Technology Lanna is as follows;

1. Top executives give priority to quality assurance in education.

2. Administrators who directly supervise quality assurance have knowledge and understanding in quality assurance system and be able to work in a systematic manner.

3. Most of the administrators and staffs at the university have a positive attitude towards university development, which results in the importance of the success of the community.

4. Quality assurance agencies at the university level have good attitude towards the development of quality assurance system and education and continuous operation.

5. There are mechanisms for creating knowledge and understanding in quality assurance in education; discussion forum, suggestion, and development of electronic tools for self-assessment (SAR)

6. The implementation of quality assurance in education is linked to the performance evaluation of academic staffs and support staffs.

7. There is a streamline management structure that enables the transfer of quality assurance policies into practice.

Factors affecting the development of quality assurance in education at Rajamangala University of Technology Lanna is as follows;

1. Participation and understanding of quality assurance in the education of personnel are limited to the staffs assigned to practice. It does not cover executives, teachers and staffs thoroughly.

2. The visions and knowledge / experience in educational quality assurance at the administrative level are also different, especially when transitioning administrators at each level.

3. The university departments use the quality assurance process with the PDCA cycle in a robust and unequal manner, and some units have not used the quality assurance process with the PDCA cycle.

4. There is a misconception that quality assurance in education is a document that is not practiced in a natural way.

5. The information system is not capable of efficiently utilizing the data for quality assurance in education.

6. Motivation of the whole academic staffs intrinsic and extrinsic support have not yet been implemented.

7. Fatigue of personnel in multiple tasks. In addition, many of the changes have been made in the past like modification of staff responsible.

8. Limitations of Budget and Resource Quality Assurance Implementation to achieve achievement and the results of components and indicators in internal quality assurance, curriculum level, especially the faculty administration, and the learning element.

Development of educational quality assurance of Rajamangala University of Technology Lanna;

1) The importance of management should be as follows.

1.1 It should be communicated about the importance and benefits of quality assurance in the education of (the advantages and the disad-

vantages). Benefits to current and future technical and support personnel, especially the concrete benefits create a positive attitude in quality assurance education.

1.2 Establish an understanding of quality assurance in education as work done in the daily routine. Part of daily work did not do some time encourage collaborators to work with goals. Applying personnel with positive attitudes towards the quality assurance system guided the members to see the benefits of the quality assurance system.

1.3 Create mechanisms for all levels of staffs to participate in quality assurance in the education of the university and its agencies.

o Provide personnel with knowledge of the quality assurance policy of the university and its agencies.

o Understand the roles and responsibilities of personnel in quality assurance.

o Personnel should be aware of the progress, quality assurance, and problem solving.

o Create opportunities for personnel to participate in discussion and comment on educational quality assurance.

o Provide opportunities for all personnel to participate in the quality assurance process. Participating in meetings, observations, evaluations, etc., assigning personnel who do not use primary responsibility to participate some time, such as attending meetings to create information awareness and strengthen quality consciousness, and training for knowledge development.

o Clarification at the meeting of the unit to reiterate the need for quality assurance education.

o The distribution of quality assurance work to all people in proportion to the burden does not burden a particular person or group.

2) Management of quality assurance in education should have the following guidelines;

2.1 Define and communicate policies, directions and targets for quality assurance in education at the beginning of the academic year, study the indicators, and the quality assurance criteria for the study of the annual budget planning.

2.2 Be aware of the university strategic plans and mission plans by setting successful indicators in order to achieve the achievement of the relevant missions, which correlated with the criteria for quality assessment of the educational system of the University and the strategic plans.

2.3 Determine who is responsible or a committee consisting of administrators and personnel responsible for administering quality assurance in education. Qualifications may be assigned to those who have good knowledge of the quality assurance system. To be driven quickly, the use of knowledge management system to increase knowledge of quality assurance management education to other personnel in the organization if personnel have been changed.

2.4 Use quality assurance process with PDCA cycle in the operation of the agency. Develop the PDCA cycle as well as fix the point that should improve. It also strengthens the systematic future planning.

2.5 Organize systems and mechanisms for monitoring quality assurance activities. Plan to follow up at least two times a year. Determine who is responsible or the board to monitor the work. It also supports tools that facilitate tracking of operations, such as data reporting forms, and storage system.

2.6 Establish systems and mechanisms for implementing quality assurance education are as part of the work.

o Set standards and guidelines for daily operations.

o Supervise the implementation of standards and guidelines.

o Documentation at the time of operation. Do not back up

o Define criteria and goals for performance measurement related to quality assurance.

o The use of the performance indicators of the Office of Standards and Quality Assessment is a criterion for evaluating the performance of the executives and personnel.

o The quality of education is a part of competency, such as individual development, and performance appraisal

o Support mechanisms that facilitate the achievement of agency missions such as education, research development, etc.

2.7 All agencies at all levels should participate in quality assurance programs for determining indicators and goals determining the operating procedures.

2.8 Organize cross-agency coordination mechanisms, especially with the central agency for quality assurance to link the operation from the institutional level to the agency level.

3) Development of knowledge and understanding of quality assurance in education.

3.1 Organize activities to educate the educational quality assurance system.

o Organize various activities such as orientation for staff meetings, the seminar, the exchange of learning, the training, the practical training, and the training of personnel in the course of quality assessment.

o Expand the activities to cover all types of personnel and all levels thoroughly, continuously and consistently at the right time, such as the first semester.

o Assessment of achievement and results from the development of knowledge and understanding of quality assurance in education.

o Communication for quality assurance activities in education.

o Define the content that all personnel must know thoroughly and content for specific groups about elements and indicators of quality assurance education.

3.2 Define the contents of the development of knowledge and understanding of quality assurance in education covering the following topics;

o The importance and benefits of quality assurance in education.

o Quality management system and education.

o Implementation or guidelines for quality assurance in education.

o Meaning and measurement of educational quality assurance indicators of various quality agencies, including: especially the contextual meaning of the agency and how to achieve success and the results of that indicators.

o The quality of education

o Self Assessment Report

o Examples or good practices in quality assurance in both internal and external education.

3.3. Documentation or Publication, this is a guide to quality education.

o Quality Assurance for Education

o Sample self-assessment report writing

o Good practice examples, such as writing a plan, writing a self-assessment report, etc.

o Examples of operational procedures by elements.

o Frequently Asked Questions point to be aware of in each indicator interpretation issues are ambiguous.

o Changes in practices or information about quality assurance

o The schedule for the quality assurance of education.

3.4 Organize a consultation mechanism for quality assurance in education.

o Have (an advisor or mentor) for quality assurance in the curriculum, faculty, institute and department level.

o There is (an advisor or mentor) from the agency who is a good example of quality assurance work in education.

o Organize activities to ensure the agency before the audit, such as checking the self-assessment report or criticizing self-assessment report) before the audit.

4) Information system that facilitates the quality assurance system of education with a stable information system is easy to use, not complicated. Data access and the information are accurate, current and operational. Set up the system to track the storage. The central information is delivered or the data is accessible to the user.

5) Motivation in quality assurance in education by organizing the activities. The department recognizes the importance of achievement and the result of the work in various fields including a good example. It can support the implementation budget to achieve the indicators. The return of personnel is linked to the quality assurance of education, and the workload of personnel in the quality assurance of education.

2. Conclusion and discussion

National Education Act B.E. 2552 amendment (No. 2: 2002), National Education Plan 2017 – 2036 and the national education standards 2018 focus on developing people and Thai society is the strong foundation of the country. The 21st century has a great deal of morale, ethics, respect for the law, leadership, knowledge of Thai values and international contexts. Create a learning path of Thai people. To be a learning society for innovation. To improve the quality of life and society. The Office of the Higher Education Commission meets the standards

of higher education according to the national education standards. To use as a mechanism to promote quality assurance education and cover the results of the students, Research and innovation Academic Service for Society, Arts, Culture and Thai and management based on the potential and identity of the institution. It emphasizes social responsibility and can be monitored in order to achieve significant goals. Educational management for graduates of higher education has the characteristics of Thai people in accordance with National strategies. The standard of higher education consists of five standards as follows: 1. students achievement, 2. research and innovation, 3. academic services, 4. Thai culture and arts, and 5. management. Therefore, Rajamangala University of Technology Lanna and Higher education institutions must fulfill the obligations specified in the law. The supervision of the ministry of higher education is in line with the standards of higher education. Standard of Higher Education Curriculum Standard framework for national higher education and other standards that the Ministry of Education has determined.

3. Reference

The Ministry of Education. 2009. Notification of the Ministry of Education Framework for National Higher Education Standards 2009.

The Ministry of Education. 2006. Ministry of Education Announcement on Higher Education Standards 2006.

The Ministry of Education. 2013. Ministry of Education Announcement on Higher Education Standards B.E 2018.

Office of the National Education Commission, Office of the Prime Minister 1999. National Education ActB 1999 Amendment (No. 2) B.E. 2002.

Office of the Higher Education Commission, Ministry of Education 2010. Ministerial Regulation on System, Rules and Procedures for Educational Quality Assurance B.E.2010.

Office of the Higher Education Commission, Ministry of Education 2007. 15 Years Plan for Higher Education No. 2 (2008 – 2022). Bangkok: Printing of Chulalongkorn University.

Bureau of Higher Education Standards and Evaluation, Office of the Higher Education Commission.2014. Internal Quality Assurance Manual. Bangkok: Partnership Printing Limited.

Conversational Implicature in Handling Complaints for Receptionists at Si Phum Heritage Boutique Bed & Breakfast Inn

Pojchanaphong Dechathorn[1], Jaisaen Sorasak[2]

[1]Lecturer of English for International Communication Program, Rajamangala University of Technology, Lanna

[2]Graduate of English for International Communication Program, Rajamangala University of Technology, Lanna

Abstract

This research aims to analyze the language used by receptionists on how they verbally respond to guests' complaints at Si Phum Heritage Boutique Bed & Breakfast and to explain the reasons for violating the communication principle. The researchers use Grice's Conversational Implicature to analyze the responses to the complaints from five receptionists working at the property. A descriptive method was used in this research. The data were collected using a simulation technique; five common guest complaints were spoken to the five receptionists. Then, their responses were recorded, rewritten, transcribed, and analyzed on the basis of Grice's Conversational Implicature.

It was found that the receptionists gave different answers and they violated the different maxims of communication as suggested by Grice. Some of them flouted all of the maxims while others did not at all, or flouted only some of the maxims. This is because their responses were associated with Thai culture that is different from that of the west or other cultures. The receptionists flouted the maxim of quantity the most at 76 percent, then the maxim of quality and the maxim of manner equally at 44 percent. The lowermost is the maxim of relevance at 24 percent. Even though the receptionists flouted the conversational maxims, the receptionists had effort and some knowledge in their responses so as to meet guests' satisfaction.

Key words: Communication Problem, Conversational Implicature, bed & breakfast property, accommodation, receptionists

Introduction

Mackenzie & Chan(2009) explains that a hotel has been a place for people who are travelling for their meetings, vacations, seminars, shopping, etc. At present, there are many types of hotels in the hospitality industry due to the size of rooms, facilities, prices and other factors. They are, for example, city hotels, resorts, hostels, boutique hotels, and bed & breakfast properties. Nowadays, a bed & breakfast has become very popular for many people because they are inexpensive and provide new services which are different from that of general hotels. Bed & breakfast properties also provide breakfast of their signatures. The charm of bed & breakfast hotels is

that there are a small number of guests for lower prices. Like other kinds of accommodation, Baker, 2001 suggests that the first people in a bed and breakfast property who deal with guests are front office personnel. Receptionists are especially expected to be friendly, professional, responsive and able to perform multi-tasks as emphasized by Baum&Odgers(2001). There are many key responsibilities of receptionists including commencing in-house duties and providing excellent customer service. Bardi (2003)adds that they have to be able to be aware of resolving guests' complaints and keep them satisfied. They also need to cater to requests made by guests and ensure them a pleasant stay. Generally, people expect to receive good service. If guests are unhappy with the service they are receiving, they usually make complaints. People are of different types which dictates how someone will respond and behave in any given situation. It is better if receptionists have taken all steps to ensure that they have done their utmost effort to avoid complaints. However, from time to time, a receptionist has to deal with an upset customer. The challenge is to handle the situation in a way that leaves the customer with an impression because guests, who are pleased with the service, as stated by Smith& Wheeler(2002) can possibly represent as a passionate brand advocate for a hotel. Moreover, handling customers' complaints, using language effectively, is vital, especially the English language which is a medium for international communication used in the hospitality industry.

Pragmatic strategies in handling complaints either direct or indirect expression is referred to the use of language by people. He, Zhaoxiong(2002) Verschueren,(1998) summarize that pragmatics is a linguistic discipline that specializes on how people employ graceful language for communication. According to the pragmatic perspective, all linguistic phenomena, including the use of language, can be analyzed. In the following, we are going to discuss how people avoid explicitness in language from the perspective of conversational implicature. Conversational implicature, namely, "hidden meaning between the lines" and "an implied meaning" in its common sense, was put forward by Grice (1975) in 1975. Moreover, Shen Xiaolong (2003) terms the literal meaning of a sentence as "sentence meaning" and the specific context as "utterance meaning". When the two meanings are different, conversational implicature will appear. People often convey other hidden meanings more than literal meaning in a conversation with one of the purposes to try to avoid explicitness in a language. According to Grice's theory of conversational implicature, the meaning of utterances can be described in two terms as entailment, natural or conventional meanings of utterance, and implicature, non-natural or non-conventional meanings. Dinnen Rosalynn (2013) studied Handling Customer Complaints in the Hospitality by examining the engagement and expertise of hotels in handling customers' complaints. The researchers interviewed four and five star hotel managers in Scotland. The findings reveal that encouraging customers' complaints and feedback should be seen as a way in which to develop a better relationship with and re-

tain customers. The results also confirm the importance of having employee training in the area of customers' complaints.

Moreover, Ekiz Erdogan H. and others (2011) conducted research on how to manage guest complaints to find out the current complaint handling practices in Hong Kong hotel industry, a well-performing destination in complaint handling, and to highlight factors influence organizational responses to guest complaints. The data were collected from self-administrated questionnaires which were sent to hotel managers or front office managers who were involved with guests' complaints. The results showed that most of the reported complaints were being handled by managers or supervisors. Since employees represent the hotel at that moment, hotels should not let their employees look for their managers to offer even a small atonement which will comfort dissatisfied customers standing in front of a reception desk. The key to prevent such occurrences is empowerment. In hospitality, guests' complaints should properly be handled as Brown& Levinson (1978) suggests that in case of delays in complaint resolution, reasons and justifications should be provided to guests. A proper explanation of the situation may prevent further annoyance of the guest who is already feeling frustrated, angry or even hurt. Although having procedures are very important while dealing with complaining guests, companies should not be rigid as analyzing specific the situations. In other words, as they are reacting to guests' complaints, individual circumstances of each case need to be taken into account as suggested by Etzel and Silverman (1981) Fornell and Wernerfelt (1988). This flexibility may create a positive environment in which guests may be more willing to cooperate in the solution of their complaints. Above discussion leads to the hypothesis that handling the complaints properly will have a significant positive relationship with organization's responses to guest complaints. To better understand complaints, communication strategies are also vital. Chen (2010) studied pragmatic strategies on avoidance of explicitness in language to investigate how people avoid explicit language in daily communication. He used conversational implicature to find pragmatic strategies used for avoidance of explicitness in language and to analyze sorts of reasons for the explicitness from the perspective of pragmatics. It is found that the indirect expression of language is a common occurrence in daily life and avoidance of explicitness of language often plays a crucial role in interpersonal communication. Indirect expressions of language can not only avoid monotonousness in straightforward communication, but also can be regarded as lubricant of linguistic communication. Additionally, Vikry's (2014) research titled "An Analysis of Conversational Implicature in Iron Man 3" aimed at classifying the types of conversational implicature resulted from the non-observance maxims which have been done by the characters in Iron Man 3. The data were collected from the dialogues taken from the movie, estimated as implicature in data cards. After analyzing the dialogues, the researcher found conversational implicatures rising because the utterances of the characters flout-observance maxims. They flouted the maxim of quantity in two dia-

logues, the maxim of relation in two dialogues, the maxim of manner in 5 dialogues, opting out the maxim of manner in 1 dialogue, opting out maxim of quantity and manner 1 dialogue and violating maxim of quantity and manner in 1 dialogue. The writer also found the existence of the two types of conversational implicature. Those were generalized conversational implicature in 2 dialogues and particularized conversational implicature in 13 dialogues.

Similar to Vikry's (2014) study, this research is to analyze the Conversational Implicature, but of the responses from the receptionists working in a Bread & Breakfast property in that a small property can be benefited in their daily operation, staff training, and to explain why the receptionists violate the communication principle, which will be beneficial for training at the property and perhaps at other small bed and breakfast inns.

Objective

This qualitative study is to analyze the language used when handling complaints by receptionists at Si Phum Heritage Boutique Bed & Breakfast and to explain the reasons why they flout the communication principle using Grice's Conversational Implicature concept. It is hoped that the research will contribute to further trainings at Si Phum Heritage Boutique Bed & Breakfast.

Materials and Methods

This research used simulation as a technique to collect data. The simulation was conducted to investigate the use of spoken language and the spontaneous record of relevant data was implemented in accordance with the aims and objectives of the study. Therefore, the conversations between the researchers outing as a guest and the receptionists were used as a research tool for data collection. The data were collected from five receptionists working at Si Phum Heritage Boutique Bed & Breakfast. The researchers design different conversational situations between the receptionists and customers to gather the data in two stps. Firstly, the researcher would make complaints to receptionists and then recorded their responses. The common complaints were obtained from the property manager. Then, the selected data were firstly transcribed into written texts, and were classified into their types of maxim violation based on Grice's Conversational Implicature. Finally, the transcribed texts were analyzed using "The Cooperative Principle."

Theoretical Framework

According to Grice's theory of conversational implicature, the meaning of utterances can be described in two terms as Entailment, which is natural or conventional meanings of utterance and implicature which is non-natural or non-conventional meanings conveyed and understood implicitly through hints. The meanings are variable depending on the contexts according to Davis and Wayne(1998) Grice (1975) describes that speakers intend to be cooperative when they talk. His notion is called 'The Cooperative Principle' which is categorized into four prin-

ciples or maxims as follows.

1. Maxims of Quality

- Do not say what you believe to be false. (i.e., “don’t lie”)

- Do not say that for which you lack adequate evidence. (i.e., “don’t say things which you can’t back up”) One of the main uses of the maxims, aside from describing how communication generally takes place, is to signal the presence of indirect speech.

2. Maxims of Quantity

- Make your contribution as informative as is required. (i.e., “Don’t say too little”)

- Do not make your contribution more informative than is required. (i.e., “Don’t say too much”) We usually assume that people are telling us everything we need to know. If they don’t say something, then we assume they simply do not know that information.

3. Maxims of Manner

- Avoid obscurity of expression.

- Avoid ambiguity.

- Be brief.

- Be orderly.

4. Maxim of Relevance

- Be relevant.

This maxim is considered the most important since it is responsible for preventing random, incoherent conversations lacking any continuity.

Common complaints made by the property’s guests as used in this study

Complaint 1: “There’s no free Wi-Fi in my room?”

Complaint 2: “I cancelled my hotel room booking just before I was supposed to check in. Why can’t I get my money back?”

Complaint 3: “That’s not what it says (or looks like) on your website.”

Complaint 4: “I’m supposed to pay extra for this? How was I supposed to know?”

Complaint 5: “Are you having different foods? I want something more special than this.”

After receiving the responses from the receptionists at Si Phum Heritage Boutique Bed & Breakfast in written texts, they were analyzed in details using Grice's Conversational Implicature as a principle to show the violation of communication maxims.

Research Findings and Discussion

By using the simulation technique accompanied by five common complaints, all data were recorded from the receptionists working at Si Phum Heritage Boutique Bed & Breakfast. The result of communication maxims is then shown in the following table (Table1).

According to the findings, the researchers found a number of implicatures in the dialogues showing that the receptionists violated all of Grice’s maxims which could interrupt efficiency of their conversations with guests. Overall**,** it is obvious that a majority of the receptionists (76%) flouted the maxim of quantity while only two-fifths of them flouted the maxim of quality and the maxim of manner at 44%

Table1 : Frequency and Percentage of Flouting the Maxims				
Complaint	**Maxims of Quality**	**Maxims of Quantity**	**Maxims of Manner**	**Maxim of Relevance**
Compliant 1	2 out of 5 (40%)	2 out of 5 (40%)	0 out of 5 (0%)	0 out of 5 (0%)
Complaint 2	3 out of 5 (60%)	4 out of 5 (80%)	3 out of 5 (60%)	3 out of 5 (60%)
Complaint 3	2 out of 5 (40%)	3 out of 5 (60%)	3 out of 5 (60%)	2 out of 5 (40%)
Compliant 4	1 out of 5 (20%)	5 out of 5 (100%)	2 out of 5 (40%)	0 out of 5 (0%)
Complaint 5	3 out of 5 (60%)	5 out of 5 (100%)	3 out of 5 (60%)	2 out of 5 (40%)
Total	11 out of 25 (44%)	19 out of 25 (76%)	11 out of 25 (44%)	7 out of 5 (28%)

each. This implies that the receptionists may possess limited knowledge of the property and English language. The lowermost flouted the maxim of relevance (28%). This can be implied that they want to save face of the guests.

The first simulated complaint was about Wi-Fi connection. The guests asked for Wi-Fi because they wanted to connect the internet signal on their devices but they could not do so.

The simulation shows that 40% of the receptionists flouted the maxim of quality and another 40% flouted the maxim of quantity. None of them flouted the maxim of manner and the maxim of relevance. This points out that, all receptionists responded to the complaints with relevancy and order but some receptionists said for which they lacked adequate evidence and did not make the required information to guests. Thus, they flouted the maxim of quality and quantity as one of the receptionist said *"At Si Phum Heritage all room are free Wi-Fi and when, but but you have a problem might be a connect to system Uhmm because I, I think every guest is used situation same time".* This complaint should have not occurred if the on duty receptionists had provided this information at check-in.

In the second complaint, three receptionists flouted the maxim of quality, the maxim of manner and the maxim of relevance equally while most people flouted the maxim of quantity at 80%. It is noted that all of the receptionists flouted one or more maxims, which means that they did not understand the complaint clearly because they could not respond to the answer that guests would like to know as one of the receptionists said *"The policy my hotel. If you book, if you book my hotel is cannot refund, before you reservations. You can cancel before 7 days".*

Here, the guests wished to get a refund since they canceled their reservations just before their checking in. However, the receptionists could not give a refund because the cancelling policy is always and clearly written on the website. This can occur because the website may not arrange infor-

mation in good layouts. The guests might oversee the canceling policy since it may be hard to find on the website. Thus, the property should move "Cancel Booking" icon to a better seen position on its website and regard this problem as part not to be repeated for future case in the manual policy. It is always a good idea to have written policies to deal with different levels of complaints for consistency and future trainings.

The receptionists flouted all of the maxims in Complaint Three as in Complaint Two though less than the previous complaint. The receptionists flouted the maxim of quantity and the maxim of manner at 60% equally. While 40% of them flouted the maxim of quality and one-fifths flouted the maxim of relevance. This shows that the receptionists were not sure when giving responses to guests because they answered the guests using their own feeling and did not have information to support their responses as in *"May be this picture have just to decorate"*. Some receptionists do not speak clearly; for example, *"The photo Ahhh the photo my room in the hotel is not same in the website because Ahhh have problem…. Have problem in Ahhh Err in my website I think I is recheck photo in your website again"*.

In Complaint Three, the guests were dissatisfied with the condition of the property as they did not look the same as the pictures on the website. In this case the property should update the picture regularly to its current condition. The receptionists have to be sincere when communicating with the guests as Fornell and Wernerfelt [10] stated that *"a proper explanation of the situation may prevent further annoyance of the guest who is already feeling frustrated, angry or even hurt…"*

In the fourth compliant, the receptionists flouted the maxim of manner at 40% and the maxims of quality at 20%. This is because they did not speak orderly and omitted some words. It is noted that all of them flouted the maxims of quantity, while none of them flouted the maxim of relevance. This number indicates that the receptionists understand the question but some of them did not give the required information to guests; for example, "*everything is free, not to pay more,*" and some receptionists make the contribution more informative than is required as in "*When you book for Err when you book when you pay when you pay is for room is my hotel is include everything Ahhh we have it and water and coffee and tea include in you room already."*

When considering Complaint Four, the guests did not know they would have to pay extra apart from the room rate. In this case, the property should provide extra information on their website on things a guest can eat or use and explain this once guests check in. This will ensure that the guests are not confused

In the last complaint, all receptionists flouted all maxims in this complaint. They flouted the maxim of quality and maxim of manner equally at 60%. All of them flouted the maxim of quantity and 40% flouted the maxim of relevance. The reasons are similar to Complaint Four, because they did not give the required information to guests and some receptionists make the contribution less informative than is required; for instance, "*No we have just this.*" Some re-

ceptionists say what is not relevance to the discourse as *"Sorry for your convenience this is some step food from our hotel,"* and some said that they were not sure of the answer; for example, *"At Err at heritage I have breakfast just Ahhh mini breakfast for… the customer because I have mini mini bar mini bar! For cooking."*

The results revealed that the guests were not satisfied with the food provided at the property and wished to have different food, especially breakfast. Once the property can alter its breakfast not to be similar to that served at regular hotels, guests can be more excited and look forward to the next morning. This can become the signature of the property.

Even though the receptionists flouted the conversation maxims due to their lacks of full knowledge of the property and their limited knowledge of the English language, it is shown that the receptionists have effort and some language knowledge to sort things out.

The cooperative principle for a good conversation is a social rule. Grice's maxims indicate that men's natural language isn't normally ideal in good communication, so is the language spoken by the receptionists which may cause problems for the service. Moreover, the property has not conducted training sessions on required information. This is the cause of ineffective language skills when responding to guests' complaints.

It was found that the receptionists flouted all of the maxims in some complaints whereas they flouted some maxims, or did not flouted any maxims in others. It is therefore suggested that the property focus on the educational background and their language competency since they are important for a front office position. Written policies must be set to handle levels of complaints in order to build up consistency for each occurrences and training sessions.

Suggestions and Application

Since training is crucial, the property should train its receptionists before their first day of work and periodically; for example, every six months during the low season period, to make sure that they understand how to appropriately respond to questions and complaints. Designed English courses should include communication principles. Moreover, they need to be tested to follow the development of their training sessions. Incentives, rewards, and promotions should be granted to the receptionists who score well.

In the recruitment process, human resources personnel should have language assessments and interviews to test the candidates' language ability. The trusted and internationally recognized language proficiency test such as TOEIC can be employed in this stage with the minimum usually suggested for the hospitality industry since the test is widely accepted and used in nearly all sectors of the industry. Other equivalent English proficiency tests may also be used in this process.

Furthermore, the property must have a system in handling complaints set as standards for their front desk staff to follow. This should include complaints that guests write on websites or applications. As guests' orientation, in accordance with the stand-

ards and principles set by the hospitality organization, is vital as suggested by Kelly(1995) that the property should employ a professional evaluator to check whether the receptionists have improved their communication skills after the training sessions from time to time. It is necessary to test their progress to ensure better service quality.

Susskind and others (2000) point that organizational support, which is another important factor to improve the staff's working skills, involves two independent dimensions; coworker support and supervisory support. Thus, an owner of a property has to be concerned with this as well as part of a communication improvement.

It is observed that the receptionists violated some of the maxims such as the maxim of quantity. Normally, Thai people would not like to say much to people whom they are not familiar with. They are sometimes too considerate and may think that they would disturb the guests. However, guests, especially those from the western world would like to get full information. This is the issue of cultural awareness.

Thus, further research should be conducted regarding cultural differences in communication which can be beneficial to front desk staff. Skills in English language are not enough without the understanding of cultural differences, especially in ASEAN countries which are involved with cultural diversities.

References

Baker, S., Bradley, P., & Huyton, J. (2001). *Principles of hotel front office operations*. Cengage Learning EMEA.

Bardi, J. A. (2003). *Hotel front office management*. John Wiley & Sons Ltd.

Baum, T., & Odgers, P. (2001). Benchmarking best practice in hotel front office: the Western European experience. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, *2*(3-4), 93-109.

Brown, P., & Levinson, S. C. (1978). Universals in language usage: Politeness phenomena. In *Questions and politeness: Strategies in social interaction* (pp. 56-311). Cambridge University Press.

Chen, P. (2010). On Pragmatic Strategies for Avoidance of Explicitness in Language. *Asian Social Science*, *6*(10), 147.

Davis, Wayne A. Implicature Intention, convention, and principle in the failure of Gricen theory. New York: Cambridge University Press. 1998.

Dinnen, R., & Hassanien, A. (2013). Handling customer complaints in the hospitality industry. In *Managing Customer Trust, Satisfaction, and Loyalty through Information Communication Technologies* (pp. 68-90). IGI Global

Ekiz, E. H., Ragavan, N. A., & Hussain, K. (2011). How to Manage Guest Complaints: Global Implications from Hong Kong Hoteliers. *Global Journal of Management And Business Research*, *11*(1).

Etzel, M. J., & Silverman, B. I. (1981). A managerial perspective on directions for retail customer dissatisfaction research. *Journal of Retailing*.

Fornell, C. and B. Wernerfelt (1988). "A model for customer complaint management." Marketing Science 7(3): 287-297.

Grice, H.P. (1975). Logic and Conversation, in Syntax and Semantics, Vol.3, edited by Peter Cole and Jerry L. Morgan, New York, Academic Press.

He, Zhaoxiong.(2000). A new introduction to pragmatics. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press.

Kelly, S. W. (1992). Developing customer orientation among service employees. Journal of the Academy of Marketing Science, 20, 27-36.

Mackenzie & Chan (2009). Introduction to Hospitality. The Hong Kong Polytechnic University: Hong Kong (pp. 1, 7)

Shen, Xiaolong. (2003). Outline of Linguistics. Shanghai: Fudan University Press.

Susskind, A. M., Borchgrevink, C. P., Brymer, R. A., & Kacmar, K. M. (2000). Customer service behavior and attitudes among hotel managers: A look at perceived support functions, standards for service, and service process outcomes. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, *24*(3), 373-397.

Smith, S., & Wheeler, J. (2002). *Managing the customer experience: Turning customers into advocates*. Pearson Education.

Verschueren, J. (1998). Understanding pragmatics. London: Arnold.

Vikry, M. (2014). An Analysis of Conversational Implicature in Iron Man 3. English Letters Department, Letter and Humanities Faculty, State Islamic University Syarif Hidayatullah: Jakarta.

Improving English for tourism and hospitality by teaching communication strategies to describe Thai culture-specific concepts

Supornphan Konchiab

English for International Communication Program, Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna, 128 Huaykaew Rd., Muang, Chiangmai, Thailand 50300 Email: tu502@hotmail.com

Abstract

Describing Thai culture-specific concepts is a compulsory task in tourism and hospitality context. However, with no equivalent English words and terms, these concepts are difficult to describe, particularly to people from different cultural and language backgrounds. The objective of this research is to explain the value of teaching communication strategies to help Thai students solve their communication problems and enhance oral communication performances when describing Thai culture-specific concepts to Chinese students. The study was conducted with 10 Thai undergraduates who volunteered to be partners of Chinese students in an academic exchange program in Thailand. The data were collected in four phases: Phase 1 Pre-assessment, Phase 2 Direct teaching of communication strategy, Phase 3 Independent learning, and Phase 4 Post-assessment. In each phase, the participants were asked to complete the self-reflection questionnaires. The results showed that the participants' scores for describing Thai culture-specific concepts in the post-assessment were higher than those in the pre-assessment, particularly in terms of fluency and vocabulary. Based on students' self-reflection, they appeared to have more difficulties in describing abstract concepts than concreate concepts. They tended to use the taught communication strategies more frequently, particularly describing characteristics and properties. They also found these CSs useful and wanted to take risk using more CSs. The study suggests that the combination of direct teaching and independent learning enabled students to be more aware of the use of communication strategies and therefore improve their oral communication performances in describing Thai culture-specific concepts.

Keywords: English for hospitality, communication strategies, Thai culture-specific concepts,

1. Introduction

Tourism and hospitality are important industries and rapidly growing economic sectors in Thailand. Consequently, there have been great demands for graduates who have outstanding communication skills in English and other foreign languages in these industries. Many educational institutions in Thailand, therefore, have promoted practice of and experience in English language skills. Among the language skill sets, oral communication training, in particular, has a

high priority in the hospitality context. According to Leclerc and Martin (2004), hospitality-related work deals mainly with on-site communication between guests and hosts, where intercultural contexts extensively occur. When hosts are interacting with foreign guests from different countries and cultures, they are required to speak clearly, deliver explicit messages, and deal with some problem-related intercultural communication (Blue & Harun, 2003).

Describing culture-specific concepts is a compulsory task in hospitality. Hosts are inevitably required to explain a number of culture-specific situations and terminology, many of which are difficult to equate to an English word or expression (Magablih, Abulhaiha, & Saleh, 2010). These situations are usually challenging for people who have different language and cultural backgrounds to understand. Miscommunication may lead to a negative image and reputation of the host countries. Perhaps, teaching students strategies to deal with communication problems and establish mutual understanding in communication would enable them to describe and explain Thai culture-specific concepts effectively and help avoid misunderstanding of the message.

Communication strategies (CSs) are commonly known as language devices that help solve communication problems and establish mutual understanding in communication (Dörnyei & Scott, 1997; Nakatani, 2010). Many types of CSs help compensate for linguistic gaps and lead to the meaning being conveyed successfully. According to Wongsawang (2001), circumlocution involves describing the properties of and giving examples of unknown words. Approximation is employed when speakers replace the unknown words with superordinate and related words such as *bowl* for *cup*. Some CSs help keep the conversation channel open (Dörnyei & Scott, 1997). For example, lexicalized fillers (e.g., *well*, *I think*, and *that's a good question*) help speakers gain time to think about what to say. Other CSs, such as asking for help and asking for clarification, are known as communication enhancers (Nakatani, 2010). They help establish mutual understandings between the speakers and interlocutors. With these significant roles, CSs are recommended to be taught to improve oral communication performance, particularly in the English as a second language (ESL) and English as foreign language (EFL) contexts.

Many previous studies have demonstrated the usefulness of teaching CSs, especially increasing learners' awareness of strategy use, enhancing language proficiency and acquisition, as well as encouraging positive attitudes towards communication (Kongsom, 2016; Lam, 2010; Maleki, 2007; Nakatani, 2010). In the last decade, only a few research studies into teaching CSs have been conducted in regards to the Thai context where English is taught as a foreign language. These studies include Chuanchaisit and Prapphal (2009), Konchiab (2015) and Kongsom (2010). Most of them focused on delivering direct teaching (e.g., explaining usefulness of each strategy), supported by practice using a variety of CSs through communicative tasks. These studies showed Thai EFL students were more aware of strategy use. They also used CSs more effectively after the CS training. In addition, Kongsom's (2010) re-

search showed that students had positive attitudes towards the CS instruction. As can be seen, direct instruction provides learners with guidelines for using specific strategies properly while communicative tasks help stimulate learning by applying their knowledge to deal with communicative circumstances.

However, as recommended by Maleki (2007) and Nakatani (2010), it is essential to promote independent learning so that students can develop communication strategies by reflecting on their own learning process and performance. Therefore, in developing effective strategy training, the current study combined direct teaching and independent learning to encourage students to bridge the gaps between formal and informal learning situations, from classroom to a real-world context.

2. Objective

The objective of this research was to explain how teaching CSs help improve students' oral communication performances.

3. Materials and Methods

3.1 Participants

Participants were 10 male and female EFL students at an intermediate level of English language proficiency. They were from the Faculty of Business Administration and Liberal Arts. They voluntarily participated in an international exchange program in 2016 as academic partners of Chinese students. These students were invited to attend the current research based on their willingness and availability. They were informed about the purpose of the study, procedures, their roles and intended outcomes of the study, before making a decision to be participants. Once they agreed to participate, allocated study time and classroom arrangement were negotiated. However, these participants had the right to withdraw from participation and non-participation would not affect their studies as teaching were carried out as complementary lessons for interested students, not as part of the regular class.

3.2 Data collection methods

3.2.1 Pre- and Post- assessments

The Pre- and Post- assessments were a parallel performance test, adopted from Konchiab (2015). Each of them required students to describe one abstract noun and one concrete noun and tell a story about a Thai culture with the English speaking teacher. The pre-assessment included "San Praphum" (spirit house), "Wai" (Thai manner to pay respect to others), and Loy Krathong festival (a kind of water festival). The post-assessment contained "Poung Malai" (Garland), "Alms giving" (Food offering to monks), and "Songkran festival" (Traditional Thai New Year). Their performance was rated, focusing on five language features: fluency, coherence, vocabulary, language structure, and pronunciation. This rubric was adapted from IELTS speaking band scores.

3.2.2 Self-reflection questionnaire

A self-reflection questionnaire was used to track students' learning progress throughout the research pro-

ject. It was comprised of three parts. The first part involved open-ended questions asking about Thai culture-specific concepts students described. The second part included the rating scale of the frequency of CSs and the last part contained open-ended questions about the results of using CSs. The participants were required to complete the self-reflection questionnaires after the pre-assessment, two lessons of CS instruction, eight weeks of independent learning, and the post-assessment.

3.3. Framework of communication strategies

The framework of communication strategies was adapted from Dörnyei and Scott (1997), Wongsawang (2001) and Konchiab (2015). It comprises nine strategies that help speakers compensate for linguistic gaps, stall time, and establish mutual understanding. As outlined in Table 1, use of related term, superlative term, describing characteristic and property, giving an example, circumlocution, and literal translation are selected CSs to help compensate for linguistic gaps. Lexicalised fillers are strategies for stalling time while asking for help and confirmation checking were taught to help students establish mutual understanding with the interlocutors.

Table 1 *Selected Communication Strategies and Descriptions*

CSs	Description
Use of related term	Using words that share semantic features, e.g., using "*climate*" for "*weather*"
Use superlative term	Using more general terms or broad explanation, e.g., using "*tradition*" for "*merit making*"
Describe characteristic/ property	Describing shapes, sizes, and materials, e.g., describing "*krathong*" as "*banana leave cup*"
Giving an example	Giving examples of the target words, e.g., "*people such as aunt, uncle, and grandparents*" for "*relatives*"
Circumlocution	Explaining or defining a concept instead of saying the specific words, e.g., describing "*firework*" as "*something that we put the fire and it burst*".
Literal translation	Translating words by word from L1 to L2, and false cognates, e.g., using "*the monk day*" for "*Buddhist day*"
Lexicalised fillers	Using gambits, e.g., "*I think*" or "*Well*" to fill pauses, to stall, and to gain time when thinking what to say
Asking for help	Asking the interlocutors for clarification, repetition, e.g., "*Could you repeat that?"* and "*What do you call that?*"
Confirmation check	Checking the interlocutor's understanding, e.g., "*Do you see what I mean?*" and "*OK, so far?*"

3.4 Communication strategy instruction

This research combined two approaches to teaching CSs. Direct teaching was delivered for two weeks, followed by independent learning for eight weeks. Direct teaching included two lessons, describing objects and explaining proverbs, which were adapted from Konchiab (2015). Key activities were introducing key CSs, language scaffolding, and practice with the English speaking teachers. In independent learning, students were required to explain Thai culture- specific concepts to their Chinese partners once a week and complete the self-reflection questionnaires.

3.5. Data analysis

The process of data analysis was conducted in two ways. Firstly, the scores of oral communication performances from the pre- and post-assessments were compared to explain the impacts of the CS instruction on the improvement in students' oral communication performance. Secondly, the transcription data of students' oral communication performances were observed, utterances represent each CS were coded, categorised, and extracted as examples to explain changes in using CSs after the instruction.

4. Results and discussions

A comparison of students' scores in the pre- and post- assessments reveals improvement in students' oral communication performances after teaching CSs. As shown in Table 2, eight of 10 students improved their scores while only two had scores unchanged. Among the five criteria for performance evaluation, the majority of students were likely to improve their scores of fluency and vocabulary.

Table 2 *Students' Scores of Oral Communication Performances in the Pre- and Post- Assessments*

Students	Fluency		Coherence		Vocabulary		Pronunciation		Grammar		Total	
	Pre	Post	Pre	Post	Pre	Post	Pre	Post	Pre	Post	Pre	Post
1	2	2	2	2	3	3	4	4	3	3	14	14
2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	18	18
3	**3**	**4**	3	3	**3**	**4**	4	4	3	3	16	18
4	**3**	**4**	3	3	**3**	**4**	4	4	3	3	16	18
5	2	2	2	2	**2**	**3**	3	3	3	3	12	13
6	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	12	12
7	3	3	**3**	**4**	3	3	**3**	**4**	3	3	15	17
8	**3**	**4**	**3**	**4**	**3**	**4**	**3**	**4**	3	3	15	18
9	**2**	**3**	2	2	**3**	**4**	4	4	3	3	14	16
10	**2**	**3**	2	2	**2**	**3**	3	3	3	3	12	14

These results are supported by examples of transcription data. The majority of students appeared to speak more fluently. As shown in Example 1, Student A was only able to provide short answers to the interlocutor's questions and sometimes left message unfinished in the pre-assessment. However, in the post-assessment shown in Example 2, Student A tended to provide more information about the concept with fewer turns.

Example 1: Describing "spirit house" in the pre-assessment

Interlocutor: *Ok, you got one minute to think about the spirit house. What is that? What is it like? What is it for? How do Thai people use it? OK?*

Student A: *In my opinion I think it's a building that make the people ah pray pray for the god of the own house that like so something like that and…*

Interlocutor: *Where do people put it? Can you put it in the garden in your house? Where do you put a spirit house?*

Student A: *Ah.. We put it in the house but inside the house*.

Interlocutor: *Inside the house?*

Student A: *And ah may be we put it in the front of the house*.

Interlocutor: *In front too, Ok*

Example 2: Describing "alms giving" in the post-assessment

Interlocutor: *Think about giving alms. What is it? What is it done? Why the Thai people do it? You got 1 minute to prepare yourself ok?*

Student A: *Giving alms is Thai culture and tradition. We do to respect or to pray ourselves. We do it in morning and we are… do actually in the morning. The monk will walk around maybe in front of house so we can giving alms for them and do it on the ceremony like build the new house. We have to pray and giving alms so we bring the monk come to the house and give alms and someday on Wednesday at midnight. I'm not sure but some midnight on Wednesday it a lot of monk on the street and we can go to make merit.*

In addition, the observation of utterances representing CSs from the transcription data showed that the majority of students attempted to describe Thai culture-specific concepts by describing characteristic and property, giving an example, and circumlocution more often. For example, in the pre-assessment Student B described "spirit house" as "*a place to...for people… Thai people… Buddha Buddhism people they respect the spirit*". This description seemed unclear. However, Student B appeared to use these CSs more effectively in the post assessment by describing the characteristic and the function of "garland" as "*It's made from jasmine flower or roses…or another kind of flower and it is for give to people you respect*". Furthermore, many students commonly used more general terms to describe concrete

nouns in the pre-assessment while using more appropriate word choice in the post-assessment. For example, they used "*little house*", "*place*" and "*building*" to describe "spirit house" in the pre-assessment while describing "garland" as "*a wrench of flowers*" and "*a circle of mixed flowers*" in the post-assessment.

The analysis of students' self-reflection contributed to three key findings. Firstly, regarding their use of CSs across 12 weeks, students tended to describe characteristic and property more frequently over 12 weeks while using little or no fillers. Secondly, in terms of Thai culture-specific concepts, they were more likely to deal with difficulties in describing abstract concepts (e.g., Fortune telling, Karma, and Funeral) than concrete concepts (e.g., *Tung*, a northern style vertical flags; *Khantoke*, a small dining table shaped like a round food tray; and Buddha amulet, a small Buddha statue worn around the neck). Lastly, regarding the usefulness of CSs and plan in using CSs, the majority of the students reported that describing characteristic and property, giving examples, and using related words, as well as using gestures were most useful CSs. Interestingly, students also reported that they planned to use some other strategies that they seldom used such as lexicalised filler and clarification checking.

From the findings, it is likely that CS training helped improve students' oral communication performances when they described culture-specific concepts, particularly in terms of increasing fluency and vocabulary. Fluency may have resulted from their constant practice of and reflection on using CSs when describing culture-specific concepts with their Chinese partners in the independent learning phase. Reflection on their own practice allowed students to be more aware of their communication problems and find their own ways to solve them. Also, they had many chances to take risk experimenting with alternative CSs and gradually became tolerant to language mistakes, and confidently stayed in the longer conversation (Cohen & Dörnyei, 2002; Manchón, 2000).

The most commonly used strategies were describing characteristics and properties, giving examples, and circumlocution. Learning and practicing to use these strategies allowed students to create a wider choice of vocabulary to provide a clearer picture of what has been described (Wongsawang, 2001). Particularly, describing physical components, properties, and characteristics also helped prevent misunderstandings derived from cultural differences (Littlemore, 2003). Using these strategies, therefore, reflects students' lexical resource which is one of the positive features of oral communication performances (Konchiab, 2015).

To conclude, the present study provides some evidence to support the value of teaching CSs. The combination of direct teaching and independent learning appeared to raise learners' awareness of strategy usage and promote the effective and appropriate use of CSs to cope with communication problems when describing Thai culture-specific concepts. Therefore, these two approaches to teaching CSs should be integrated into the tourism and hospitality education programs to improve Thai EFL learners'

oral communication performances.

References

Blue, G. M., & Harun, M. (2003). Hospitality language as a professional skill. *English for Specific Purposes, 22*(1), 73-91.

Chuanchaisit, S., & Prapphal, K. (2009). A study of English communication strategies of Thai university students. *MANUSYA: Journal of Humanities, 17*, 100-119.

Cohen, A. D., & Dörnyei, Z. (2002). Focus on the language learner: Motivation, styles, and strategies. In N. Schmitt (Ed.), An introduction to applied linguistics (pp. 170-190). New York: Oxford University Press.

Dörnyei, Z., & Scott, M. L. (1997). Communication strategies in a second language: Definitions and taxonomies. *Language Learning, 47*(1), 173-210.

Konchiab, S. (2015). *Development of communication strategy instruction for a tourism education programme in Thailand*. Unpublished Ph.D. thesis, Massey University, New Zealand.

Kongsom, T. (2010). The effects of teaching communication strategies to Thai learners of English. In G. Rata (Ed), Language education today: Between theory and practice (pp. 154-168). New Castle: Cambridge Scholar Publishing.

Kongsom, T. (2016). The impact of teaching communication strategies on English speaking of Engineering undergraduates. *PASAA, 51*, 39-70.

Lam, W. (2010). Implementing communication strategy instruction in the ESL oral classroom: What do low-proficiency learners tell us? *TESL Canada Journal, 27*(2), 11-30.

Leclerc, D., & Martin, J. N. (2004). Tour guide communication competence: French, German and American tourists' perceptions. *International Journal of Intercultural Relations, 28*(3-4), 181-200.

Littlemore, J. (2003). The communicative effectiveness of different types of communication strategy. *System*, *31*(3), 331-347.

Magablih, K., Abulhaiha, L. A., & Saleh, M. A. (2010). Interpretation strategies used by Jordanian tourist guides to handle cultural specificity in tourism material. *TEAM Journals of Hospitality and Tourism, 7*(1), 1-12.

Maleki, A. (2007). Teachability of communication strategies: An Iranian experience. *System, 35* (4), 583-594.

Manchón, R. M. (2000). Fostering the autonomous use of communication strategies in the foreign language classroom. *Links & Letters, 7*, 13-27.

Nakatani, Y. (2010). Identifying strategies that facilitate EFL learners' oral communication: A classroom study using multiple data collection procedures. The Modern Language Journal, 94(1), 116-136

Wongsawang, P. (2001). Culture-specific notions in L2 communication strategies. *Second Language Studies, 19*(2), 111-135.

การวิจัยแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ประเภทอาหาร : กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของหมู่บ้านหินโค้ว อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก

Participatory research to develop and design the brand and package for community's food products: Case study salted eggs products of Hin Khao Village, Ban Tak District, Tak Province

ซินเนีย รัติภัทร์[1] และ ปิยะวรรณ คุ้มญาติ[2*]

Zinnia Ratipat[1] and Piyawan Khumyat[2*]

[1] สาขาวิชาการจัดการ สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

[1] Management major, Business Administration Department, Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna Tak

[*]piya_mk@hotmail.com, 0623098322

บทคัดย่อ

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเกิดการแข่งขันกันมากขึ้นโดยเฉพาะสินค้าประเภทสินค้าบริโภค บทความนี้มุ่งศึกษาและตรวจสอบความสำคัญของการออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ประเภทอาหารคือไข่เค็มของหมู่บ้านหินโค้ว โดยมุ่งเน้นศึกษาปัญหาและความต้องการรูปแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาตราผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ และสุดท้ายประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อตราผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มที่ได้รับการพัฒนาแล้ว ซึ่งใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัย ผู้นำ และชุมชน และตรวจสอบเชิงประจักษ์ด้วยข้อมูลจากการสำรวจกลุ่มลูกค้า ผู้ผลิต และตัวแทนจากภาครัฐ มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบความถดถอยแบบกำลังสองน้อยที่สุด แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามสมมติฐานทั้ง 7 และใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิตเพื่อตรวจสอบความพึงพอใจในตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้ว ผลการวิจัยพบว่า ตราผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาองค์ประกอบด้านตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ รูปแบบและสีของตราผลิตภัณฑ์ และรูปแบบตัวอักษรของตราผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 2 ในเชิงบวก สำหรับในส่วนของบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาองค์ประกอบด้านบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาด้านปกป้องผลิตภัณฑ์มีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 3 ในเชิงบวก และบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาด้านการแสดงอัตลักษณ์มีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 1 ถึง 3 ในเชิงบวก สุดท้ายเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของตราผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจตราผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่มากกว่ารูปแบบเดิม และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุดคือบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 4 บทความนี้ให้การค้นพบเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงใหม่ พร้อมทั้งอภิปรายผลเชิงทฤษฎีและการนำไปใช้ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

คำสำคัญ: การออกแบบและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์, การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์, ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์

Abstract

The current business environment is more competition, especially consumer goods. This paper seeks and investigate the importance of branding and packaging for salted eggs products in Hin Khao Village by focusing on studying problems and requirements of branding and packaging. In order to get the data to develop branding and packaging style. And finish with the stakeholders' satisfaction evaluate on branding and packaging style of salted egg products. The researchers used a participatory research method which learning and sharing process including researchers, leaders, and members of the community. And using empirical examination from survey data of customer, manufacturers, and government representative to analyze the least squares regression. This analysis investigates the relationship between the variables on the seven assumptions and using median for the satisfaction measurement of the brand and packaging that are designed and developed. The research found that, the packaging type 2 that was developed on symbolic elements, form, color, and font style have a positive effect on customer satisfaction. Moreover, the packaging type 3 that was designed and developed with respect to the components of product protection has a positive effect on customer satisfaction. Furthermore, the packaging type 1 through 3 that was designed and developed with respect to the components of product identity has a positive effect on customer satisfaction. Finally, from the mean comparing of brand satisfaction, we found that the respondents were satisfied with the new brand model rather than the original model. The packaging design that has a highest mean customer satisfaction is the packaging type 4. This article provides findings on the branding and packaging development with the new changes, which the theoretical discussion, adoption, and suggestions for future research.

Keywords: Product Branding Design and Development, Packaging design and Development, Products Satisfaction

1. บทนำ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงจากเดิมมากจากความเป็นโลกาภิวัตน์ของตลาด การพัฒนาเทคโนโลยีและข้อมูลที่มีความเป็นสากลได้สร้างบริบทใหม่ ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าโดยเฉพาะที่เกี่ยวกับการเจรจาต่อรอง ของลูกค้ามีความเข้มแข็งมากขึ้น เมื่อต้องต่อรองกับธุรกิจ ทำให้ธุรกิจต้องตระหนักและให้ความสำคัญกับการส่งมอบ คุณค่าของสินค้าไปยังลูกค้ามากขึ้นจากในอดีตที่ผ่านมา (Lindgreen and Wynstra, 2005) จึงเป็นประเด็นสำคัญสำหรับกิจการที่จะต้องทำความเข้าใจเพื่อนำไปดำเนินการในการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของกิจการ รวมถึงให้เป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการ (Eggert and Ulaga, 2002) สำหรับการศึกษาวิจัยที่ผ่านนักวิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคำว่า

“คุณค่า” (Value) ว่าคืออะไร และเกิดขึ้นได้อย่างไร ซึ่งผลการวิจัยพบว่าคุณค่าคือ การผลิต การส่งมอบ การรับรู้ของลูกค้า ซึ่งการทำให้เกิดคุณค่าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าในระยะยาว (Tzokas and Saren, 1999; Ulaga and Chacour, 2001 and Woodall, 2003) ประกอบกับผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า คุณค่าสามารถเกิดขึ้นได้ในกระบวนการที่แตกต่างกัน บริบทที่แตกต่างกัน ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาในอีกบริบท ผู้ศึกษาวิจัยมุ่งเน้นไปที่การศึกษาในประเด็นของการออกแบบและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์จากกระบวนการออกแบบและพัฒนาใหม่ เพื่อให้เกิดการรับรู้คุณค่าโดยตรวจสอบที่ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์

สำหรับตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ นับเป็นสิ่งสำคัญสำหรับสินค้าและบริการในปัจจุบันสำหรับการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่จำนวนมาก ตราผลิตภัณฑ์สามารถสร้างความจดจำ และครองใจผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่องกันตลอดเวลา ตราผลิตภัณฑ์ที่ดีและแข็งแกร่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการ และธุรกิจนั้น ๆ ได้อย่าง มหาศาล ดังนั้นการสร้างตราผลิตภัณฑ์ให้เข้าไปครอบครองพื้นที่ในสมองและจิตใจของผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่มีตราผลิตภัณฑ์นั้น โดยเฉพาะหากผู้บริโภคเกิดความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์นั่นเป็นการบ่งบอกถึงความสำเร็จของการสร้างผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี เช่นเดียวกันกับบรรจุภัณฑ์ ที่ไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ห่อหุ้ม คงสภาพ และคุณภาพที่ดีไว้ได้เท่านั้นแต่บรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาดและมีบทบาทมากขึ้น เพราะตัวสินค้าในปัจจุบันไม่มีนวัตกรรม หรือการพัฒนาอะไรใหม่แล้ว เนื่องจากมีการวิจัยและพัฒนากันถึงขั้นสุด จึงต่างมาเน้นและแข่งขันกันที่บรรจุภัณฑ์ ดังที่ ประชิด ทิณบุตร (2561) กล่าวไว้ว่าบรรจุภัณฑ์มีส่วนในการเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์และเร่งเร้าให้เกิดความต้องการเพื่อผลทางการตลาด เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการแข่งขัน เป็นสิ่งคู่กันกับผลิตภัณฑ์มาโดยตลอด กระทั่งในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่า บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์และการตลาดอย่างจะขาดเสียซึ่งสิ่งหนึ่งสิ่งใดไม่ได้

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐเป็นอย่างดี คือผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าโอทอป (OTOP) จะเห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีปริมาณออกสู่ตลาดค่อนข้างมาก และมีความคล้ายคลึงกัน ดังนั้น บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพสวยงาม โดดเด่นสะดุดตา หรือมีคุณลักษณะที่แตกต่างจากสินค้าอื่นในตลาดจะมีความได้เปรียบในการดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ ยังสามารถสร้างจุดขายโดยนำไปเป็นของฝากที่สามารถสร้างความประทับใจระหว่างผู้ให้และผู้รับได้เป็นอย่างดี ดังนั้นสิ่งที่จะทำให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จะประสบผลสำเร็จได้ในระยะยาว การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ จึงเป็น กลยุทธ์หนึ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ

ผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม เป็นผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านหินโค้ว ตำบลตากตก อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ภายในพื้นที่บ้านหินโค้ว ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร ทำการเกษตร ปลูกพืชสมุนไพร และเลี้ยงสัตว์ กล่าวถึงที่มาของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มเนื่องมาจากการได้รับงบประมาณจากหน่วยงานพัฒนาชุมชนในโครงการสัมมาอาชีพ และผู้ใหญ่บ้านหินโค้วนำงบประมาณที่ได้รับซื้อเป็ดด้วยเล็งเห็นว่าเป็ดสามารถให้ผลผลิตกับชาวบ้านเพื่อบริโภคได้ ต่อมาผลผลิตเกินความต้องการในการบริโภค จึงคิดวิธีแปรรูปไข่เป็ด โดยคิดค้นสูตรการดองที่มีส่วนผสมของสมุนไพรและมีรสชาติเค็มปานกลาง จัดจำหน่ายให้กับลูกค้า และสามารถจำหน่ายได้เป็นอย่างดี ต่อมาค้นหาวิธีเพื่อสร้างความแตกต่างและเอกลักษณ์ เป็น ไข่เค็มยาง

มะตูม จึงเป็นที่มาของ ไข่เค็มสมุนไพรยางมะตูมในปัจจุบัน นอกจากนี้การได้รับความรู้ด้านการเลี้ยงและอาหารของเป็ด (อินทรีย์) ที่ส่งผลต่อคุณภาพไข่เป็ดจากหน่วยงานเกษตรของจังหวัด ส่งผลให้ผู้ใหญ่บ้านหินโค้วเล็งเห็นความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ดี ควรเริ่มต้นตั้งแต่ต้นน้ำ หรือ แหล่งวัตถุดิบที่ดีอันจะส่งผลให้ได้รับไข่เป็ดที่มีประสิทธิภาพดี โดยการให้อาหารประเภทอินทรีย์ ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีภายในพื้นที่บ้านหินโค้ว แต่จากการสำรวจของคณะผู้วิจัย พบว่า ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรยางมะตูม ประสบปัญหาเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ที่ไม่สะท้อนอัตลักษณ์ของตน บรรจุภัณฑ์ไม่โดดเด่นและสร้างการจดจำ ตลอดจนความสามารถในการปกป้องผลิตภัณฑ์ต่ำ คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม เพื่อเพิ่มมูลค่าในตัวผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ตลอดจนสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และส่งผลต่อความสามารถการเพิ่มระดับดาวให้กับผลิตภัณฑ์ของตนต่อไปได้ จึงเป็นที่มาของโครงการวิจัย เรื่องการวิจัยแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหาร : กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของหมู่บ้านหินโค้ว อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก

2.วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการรูปแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มชุมชนหินโค้ว

2. เพื่อพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มชุมชนหินโค้ว

3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อตราสัญลักษณ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มชุมชนหินโค้วที่ได้รับการพัฒนาแล้ว

3. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกลุ่มสินค้าบริโภคกิจการได้ให้ความสำคัญและมุ่งเน้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน โดยเฉพาะในรสชาติของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ครองใจผู้บริโภคได้ จากการแข่งขันที่เกิดขึ้นทำให้ลูกค้าและผู้บริโภคมีทางเลือกที่จะเลือกผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น นอกจากรสชาติประเด็นที่สำคัญไม่แพ้กันที่ทำให้ลูกค้าและผู้บริโภคได้รับจากคุณค่าทางสุนทรียะ (Aesthetic value) ซึ่งกิจการจำเป็นต้องหาแนวทางหรือวิธีการที่จะทำให้ลูกค้าสามารถแยกความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ของตนเองกับคู่แข่งขันรายอื่น ๆ ได้ (Underwood, Klein and Burke, 2001; Silayoi and Speece, 2004) ดังนั้น การปรับปรุงผลิตภัณฑ์โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันได้ โดยการสร้างอิทธิพลของบรรจุภัณฑ์บนความมีอัตลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ (Brand identity) กล่าวได้ว่าการแข่งขันในตลาด ตัวบรรจุภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ต้องทำหน้าที่อย่างหนัก โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าประเภทบริโภคที่มีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก อิทธิพลของบรรจุภัณฑ์จึงมีส่วนช่วยในการสื่อสารโดยตรงไปยังลูกค้า (Underwood, Klein and Burke, 2001)

การออกแบบและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ (Product Branding Design and Development) คือ บทบาทของตราผลิตภัณฑ์ (The role of brand) เริ่มตั้งแต่การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (Brand Building) จะต้องสอดคล้องกับกระบวนการของกิจการ โดยส่งมอบสิ่งที่กิจการได้สัญญากับลูกค้าผ่านทางการดำเนินงานของกิจการ หรือผ่านตัวกลาง หรือผ่านตัวแทนจำหน่าย ซึ่งทุกส่วนที่กล่าวมามีบทบาทสำคัญที่ทำให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์และจดจำตราผลิตภัณฑ์ (Bhimrao, 2008) ในบริบทของผลิตภัณฑ์และการบริการข้อเสนอต่าง ๆ ที่ให้กับลูกค้ามีตราผลิตภัณฑ์เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญสำหรับการตัดสินใจซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ ดังนั้น ตรา

ผลิตภัณฑ์จึงเป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible asset) ที่สำคัญมากตัวหนึ่งสำหรับกิจการซึ่งกิจการส่วนใหญ่ต่างพยายามเพิ่มสินทรัพย์ดังกล่าว พบว่าการวิจัยในปัจจุบันเป็นจำนวนมากได้ดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบตราผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ภายใต้มุมมองส่วนใหญ่ที่ตั้งอยู่บนมุมมองจากภายนอกคือการเน้นและให้ความสำคัญไปที่การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมของการซื้อสินค้า (Burmann, Jost-Benz and Riley, 2009) โดยเฉพาะตราผลิตภัณฑ์ของกิจการขนาดเล็กหรือตราสินค้าของกิจการที่ดำเนินการแบบธุรกิจครอบครัว (Family businesses) การเสริมสร้างให้ตราผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์มีผลต่อการแข่งขันโดยตรง ช่วยเพิ่มความสามารถในการดำเนินธุรกิจสามารถจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อโดยการพิจารณาจากคุณลักษณะของเจ้าของกิจการร่วมด้วย (Craig, Dibrell and Davis, 2008)

อัตลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ (Brand identity) ส่วนใหญ่นิยามภายใต้มุมมองในเรื่องของแรงบันดาลใจ แต่อีกมุมมองหนึ่งที่สำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตราผลิตภัณฑ์คือความมีเสถียรภาพหรือความคงอยู่ของตราผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคต โดยสถานการณ์ที่สภาพแวดล้อมเป็นพลวัต (Dynamic environment) เพิ่มขึ้น และรวมถึงบทบาทของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นในฐานะผู้มีส่วนร่วมในการให้คำแนะนำหรือข้อเสนอแนะในการสร้างและการพัฒนาตรา ผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นด้วย ตราผลิตภัณฑ์พัฒนาตามความต้องการของลูกค้าโดยลูกค้ามีส่วนร่วม ซึ่งเป็นที่มาของการ ปรับเปลี่ยนนิยามและแนวคิดในการสร้างเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์ให้เป็นแบบพลวัตยิ่งขึ้น ด้วยการมีส่วน ร่วมของลูกค้ากับกิจการ และตลอดจนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการยอมรับในตลาด (Silveira, Lages and Simões, 2013) โดยส่วนหนึ่งในลักษณะของการสร้างตราผลิตภัณฑ์คือการช่วยให้ผู้บริโภคสามารถระบุหรือบอก ลักษณะสินค้าที่ต้องการได้ และยังสะท้อนระดับความน่าเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำด้วย (Burt, Coe and Davies, 2019)

นอกจากความโดดเด่น ความมีเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ในการออกแบบและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ กิจการจะต้องพิจารณาถึงประเด็นสถานที่ เมือง ภูมิภาค หรือประเทศที่เป็นที่รู้จักในหมู่คน หรือสถานที่ที่เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง เป็นต้นกำเนิดหรือแหล่งผลิตของผลิตภัณฑ์ นับได้ว่าเป็นจุดแข็งซึ่งแสดงถึงคุณลักษณะและพฤติกรรมในเชิงบวก หรือความมีประวัติศาสตร์ หรือภูมิศาสตร์ที่มีอัตลักษณ์ อันเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สำหรับที่จะทำให้การออกแบบและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นและเป็นที่จดจำของลูกค้าได้มากขึ้น (Anholt, 2005)

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging design and development) คือบทบาทของบรรจุภัณฑ์ (The role of packaging) มีหน้าที่พื้นฐานคือรักษาความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์ โดยการปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากสภาวะภูมิอากาศ หรือความเป็นอันตรายจากเชื้อโรค หรือแบคทีเรีย รวมทั้งป้องกันอันตรายความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการขนส่ง นอกจากหน้าที่พื้นฐานมุมมองของบรรจุภัณฑ์ถูกพัฒนาขึ้นและถูกมองในแง่ของการเป็นตัวแทนของพนักงานขาย จึงมีการพัฒนาให้บรรจุภัณฑ์มีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้นในส่วนของสีสัน รูปแบบ หรือลูกเล่นต่าง ๆ (Vazquez, Bruce and Studd, 2003) การพัฒนาการของบรรจุภัณฑ์ไม่หยุดเพียงเท่านี้ บรรจุภัณฑ์ยังถูกมองในมุมมองที่มีหน้าที่เพิ่มขึ้นในการเป็นสัญลักษณ์ของการรับรู้และคุณค่า และบรรจุภัณฑ์ยังคงทำหน้าที่สำคัญที่สุดคือทำหน้าที่เป็นพื้นที่สำหรับให้ตราผลิตภัณฑ์ได้สื่อสารข้อความไป ถึงผู้บริโภคโดยตรง จึงกล่าวได้ว่าบรรจุภัณฑ์ไม่ได้เป็นเพียงวิธีการจัดเก็บสินค้าที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพเพื่อส่งมอบแก่ผู้บริโภคโดยมีค่าใช้จ่ายต่ำสุดเท่านั้น แต่เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญที่สุด

สำหรับการสื่อสารตราผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคได้รับรู้ (Hellstro ¨m and Nilsson, 2011) ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันทำหน้าที่มากกว่าในอดีตที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีที่ผลิตภัณฑ์ มีการแข่งขันกันสูงและมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก นั่นคือความท้าทายที่ตราผลิตภัณฑ์ต้องเผชิญในสถานการณ์ ที่ผู้บริโภคมีความแตกต่างกันในการรับรู้ตราผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ต้องเข้ามาช่วยเสริมศักยภาพให้เกิดการรับรู้ตราผลิตภัณฑ์อีกด้วย (Fournier, 1998; Muniz and O'Guinn, 2001) กล่าวคือบรรจุภัณฑ์เป็นวิธีในการที่กิจการสื่อสารไปยังผู้บริโภคอย่างแยบยล (Thalhammer, 2007) ซึ่งประเมินความสามารถของผลิตภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ จึงอยู่ในช่วงเวลาสำคัญคือช่วงเวลาขณะที่ลูกค้ากำลังตัดสินใจซื้อ ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่เติบโตและได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Wells et al., 2007)

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสินค้าบริโภคประเภทอาหาร ซึ่งการแข่งขันทางการตลาดบังคับให้กิจการต้องนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้ส่วนแบ่งทางการตลาดใหญ่ที่สุด โดยมีบรรจุภัณฑ์เป็นตัวกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดการรับรู้ผลิตภัณฑ์ผ่านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ดึงดูดความสนใจ อาทิ สี กราฟฟิก รูปร่าง ภาพพิมพ์ ภาพประกอบ เป็นต้น (Brommer, Stratmann and Quack, 2011; Venter et al., 2011; Mensonen and Hakola, 2012)

คุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นคุณลักษณะสำคัญสำหรับผู้บริโภค ซึ่งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภครับรู้คือการตัดสินของผู้บริโภค (The consumer judgment) เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นเลิศหรือความเหนือกว่าของผลิตภัณฑ์ โดยการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารหมายถึงการประเมินของลูกค้าเกี่ยวกับการรับประกัน หรือความเหนือกว่าของผลิตภัณฑ์อาหารที่กำลังพิจารณาที่มาจากทัศนคติของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้และอิทธิพลจากประสบการณ์ส่วนตัวและสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Anselmsson, Johansson and Persson, 2007; Noad and Rogers, 2008) หรือตัวชี้นำซึ่งทำให้เกิดทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์ โดยมีที่มาจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ซึ่งมีการเลือกใช้สี แบบอักษร ลักษณะกราฟฟิก ขนาดของอักษร ตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหาร (Honea and Horsky, 2012; Linn et al., 2012)

ธุรกิจผลิตอาหารใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อแจ้ง เพื่อชักชวน และเพื่อให้ผู้บริโภคนึกถึงผลิตภัณฑ์ของตนในมุมมองที่ดีกว่าของตราผลิตภัณฑ์อื่น ๆ สร้างการมองเห็นในรูปแบบตราผลิตภัณฑ์ของตนเองและประมวลภาพออกมาใน ความรู้สึกเชิงบวก ซึ่งเกิดขึ้นจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์การออกแบบรูปภาพที่มีความสำคัญกับการตัดสินในเลือกสินค้า (Cohen and Wang, 2013) ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างการสื่อสารของผลิตภัณฑ์ผ่านบรรจุภัณฑ์ไปยังลูกค้าและผู้บริโภคเป็นการกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมือนใครเป็นอีกทางหนึ่งที่ผลิตภัณฑ์สามารถทำได้เพื่อให้เกิดความโดดเด่นจากบรรจุภัณฑ์ที่คุ้นเคยสำหรับนำเสนอต่อลูกค้าและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ (Holmes and Paswan, 2012)

ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ (Products Satisfaction) จากเหตุผลที่ตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญ ในการสื่อสารการตลาดไปยังผู้บริโภคและทำให้ผู้บริโภคประเมินผลิตภัณฑ์ได้ทันที นำมาซึ่งการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้าไว้ล่วงหน้า (Rettie and Brewer, 2000) ส่งผลให้เกิดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่และการเปิดตัวบรรจุภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดซึ่งเป็นกระบวนการทางธุรกิจเพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน โดยรูปแบบใหม่มาจากการเน้นให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ตราผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ให้ประสบความสำเร็จกิจการต้องทำความเข้าใจกับข้อมูลที่ลูกค้าให้

มาเป็นอย่างดีในสิ่งที่ลูกค้าต้องการและได้กำหนดสิ่งที่พวกเขาต้องการให้มีในสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ (Hakola, 2013) โดยมีการศึกษาวิจัยที่สนับสนุนแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าของกิจการกับความพึงพอใจของลูกค้า ผลการวิจัยส่วนใหญ่พบว่า ระหว่างคุณค่าของกิจการกับความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวก (Anderson, Fornell and Mazvancheryl, 2004; Gruca and Rego, 2005; Fornell et al., 2006) ดังนั้นกล่าวได้ว่าเมื่อลูกค้ารับรู้ถึงคุณค่าของสินค้าหรือตัวผลิตภัณฑ์จะทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจจนกระทั่งตัดสินใจซื้อ และจดจำประสบการณ์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์นำมาสู่การตัดสินใจในอนาคต

จากแนวคิดทฤษฎีและการศึกษาวิจัยก่อนหน้าที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของบทบาทของตราผลิตภัณฑ์ บทบาทของบรรจุภัณฑ์ และความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ นำมาซึ่งกรอบแนวคิดการวิจัย เรื่อง การวิจัยแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหาร : กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของหมู่บ้านหินโค้ว อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก โดยวิธีวิจัยคือให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมแสดงความคิดเห็นและให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ เพื่อนำข้อมูลมาใช้สำหรับการออกแบบและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์และ บรรจุภัณฑ์ และนำผลลัพธ์ที่การออกแบบและพัฒนาจนได้เป็นตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แบบใหม่มาตรวจสอบความสัมพันธ์กับความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ของลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งการตรวจสอบเชิงประจักษ์ด้วยเครื่องมือคือแบบสอบถาม ตามกรอบแนวคิดการวิจัยภายใต้สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนามีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ ก) แบบที่ 1 ข) แบบที่ 2 ค) แบบที่ 3 และ ง) แบบที่ 4 ในเชิงบวก

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบและสีของตราผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนามีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ ก) แบบที่ 1 ข) แบบที่ 2 ค) แบบที่ 3 และ ง) แบบที่ 4 ในเชิงบวก

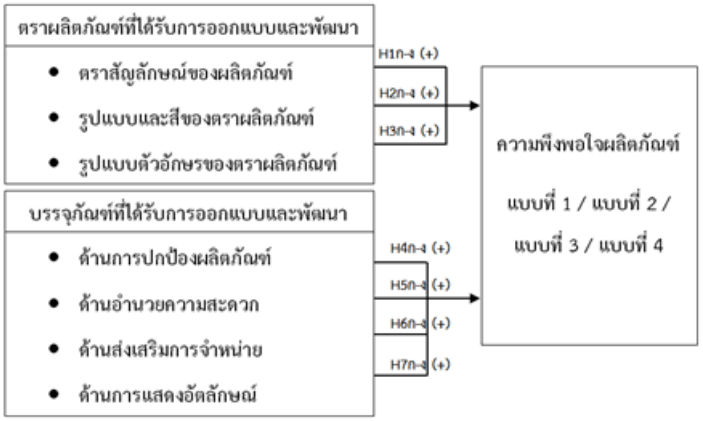
สมมติฐานที่ 3 รูปแบบตัวอักษรของตราผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนามีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ ก) แบบที่ 1 ข) แบบที่ 2 ค) แบบที่ 3 และ ง) แบบที่ 4 ในเชิงบวก

สมมติฐานที่ 4 บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์มีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ ก) แบบที่ 1 ข) แบบที่ 2 ค) แบบที่ 3 และ ง) แบบที่ 4 ในเชิงบวก

สมมติฐานที่ 5 บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาด้านอำนวยความสะดวกมีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ ก) แบบที่ 1 ข) แบบที่ 2 ค) แบบที่ 3 และ ง) แบบที่ 4 ในเชิงบวก

สมมติฐานที่ 6 บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาด้านการส่งเสริมการจำหน่ายมีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ ก) แบบที่ 1 ข) แบบที่ 2 ค) แบบที่ 3 และ ง) แบบที่ 4 ในเชิงบวก

สมมติฐานที่ 7 บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาด้านการแสดงอัตลักษณ์ส่งผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ ก) แบบที่ 1 ข) แบบที่ 2 ค) แบบที่ 3 และ ง) แบบที่ 4 ในเชิงบวก



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4.วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัย ผู้นำและชุมชน แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

1. ขั้นตอนการศึกษาปัญหาและความต้องการตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์

1.1 สำรวจพื้นที่เพื่อศึกษาบริบท วิถีชีวิต สภาพการดำเนินชีวิต อาชีพ อัตลักษณ์

1.2 สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องเพื่อค้นหาปัญหา สาเหตุ เงื่อนไขหรือข้อจำกัดของตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์เดิม ตลอดจนความต้องการ นโยบายหรือวิสัยทัศน์ในอนาคตที่มีต่อตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่

2. ขั้นตอนการพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ฯ

2.1 ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group) ระดมสมองร่วมกันเพื่อกำหนดอัตลักษณ์ สร้างตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์นำเสนอในเวทีการสนทนากลุ่ม

2.2 คณะผู้วิจัยนำข้อผลสรุปที่ได้รับไปออกแบบ

2.3 พิจารณาผลโดยทีมคณะผู้วิจัยจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น พัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น กลุ่มผู้นำ ผู้ใหญ่บ้านและประธานกลุ่ม และกลุ่มชุมชนสมาชิก

3. ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

3.1 คณะผู้วิจัยสร้างเครื่องมือประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราผลิตภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

3.2 ประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน

3.3 วิเคราะห์ ประมวล และสรุปผลข้อมูลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติจากแบบประเมิน ซึ่งการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคดำเนินการตรวจสอบการออกแบบและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์จำนวน 1 รูปแบบ และบรรจุภัณฑ์จำนวน 4 รูปแบบ มีขอบเขตเนื้อหาโดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตราผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนากับความพึงพอใจผลิตภัณฑ์กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของหมู่บ้านหินโค้ว มีการดำเนินการ ดังนี้

1.) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการศึกษาวิจัยคือ ลูกค้าของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของหมู่บ้านหินโค้ว กลุ่มผู้ผลิต และตัวแทนจากหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง สำหรับการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนสำหรับกลุ่มลูกค้า โดยใช้วิธีแบบตามสะดวก (convenience sampling) ซึ่งเลือกจากบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ (Dörnyei, 2007) นั่นคือกลุ่มลูกค้าที่เคยซื้อหรือบริโภคไข่เค็ม แต่สำหรับกลุ่มผู้ผลิต จำนวน 10 ราย และตัวแทนจากหน่วยงานของภาครัฐ จำนวน 2 ราย (ตัวแทนจากสำนักงานพัฒนาชุมชน จ.ตาก และ อบต.) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ตามหลักการพิจารณาเลือกตัวอย่างให้มีลักษณะสอดคล้องหรือเป็นตัวแทนที่จะศึกษาและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Guarte and Barrios, 2006)

2.) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสร้างข้อคำถามตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยและกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 6 ตอนคือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของชุมชนหินโค้ว ตอนที่ 3

ข้อคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของชุมชนหินโค้ว ตอนที่ 4 ข้อคำถามความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของชุมชนหินโค้ว ตอนที่ 5 ข้อคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของชุมชนหินโค้ว และตอนที่6 คำถามปลายเปิดความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

3.) การจัดเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยข้อมูลแบบสอบถามสำหรับการวิจัยครั้งนี้จำนวน 62 ราย

4.) สถิติที่ใช้ในการการวิจัยประกอบด้วย

สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล การวัดค่าของความแปรปรวนของค่าประมาณของ สัมประสิทธิ์ของพารามิเตอร์ที่เพิ่มขึ้นเมื่อตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์กัน (Variance inflation factors : VIF) โดยค่า VIF ทั้งหมดน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่าไม่มีปัญหาในความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Stevens, 2002 : 74)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระควรมีค่าน้อยกว่า 0.80 เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร(multicollinearity) (Hair, Black, Barbin, & Anderson, 2010 : 243-245)

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานคือการวิเคราะห์ความถดถอยแบบกำลังสองน้อยที่สุด เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด ตามสมมติฐาน (Hair, Black, Barbin, & Anderson, 2010 : 186-188) จำนวน 7 สมมติฐาน และนำมาเขียนในรูปแบบสมการของความสัมพันธ์ดังกล่าว ดังต่อไปนี้ (กรณีการวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์ ดำเนินการวิเคราะห์แยกสำหรับบรรจุภัณฑ์ทั้ง 4 แบบ)

สมการที่1 $PS1 = \alpha_{01} + \beta_{01}PB1 + \beta_{02}PC1 + \beta_{03}FB1 + \beta_{04}PP1 + \beta_{05}PF1 + \beta_{06}SP1 + \beta_{07}PI1 + \varepsilon_1$

สมการที่2 $PS2 = \alpha_{02} + \beta_{08}PB2 + \beta_{09}PC2 + \beta_{10}FB2 + \beta_{11}PP2 + \beta_{12}PF2 + \beta_{13}SP2 + \beta_{14}PI2 + \varepsilon_2$

สมการที่3 $PS3 = \alpha_{03} + \beta_{15}PB3 + \beta_{16}PC3 + \beta_{17}FB3 + \beta_{18}PP3 + \beta_{19}PF3 + \beta_{20}SP3 + \beta_{21}PI3 + \varepsilon_3$

สมการที่4 $PS4 = \alpha_{04} + \beta_{22}PB4 + \beta_{23}PC4 + \beta_{24}FB4 + \beta_{25}PP4 + \beta_{26}PF4 + \beta_{27}SP4 + \beta_{28}PI4 + \varepsilon_4$

3.4 จัดการประชุมระหว่างทีมคณะผู้วิจัยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสรุปผลและประชาพิจารณ์

5. ผลการวิจัย

กระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม ผู้วิจัยพบปัญหาและความต้องการตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มว่าไม่เคยได้รับการพัฒนาและไม่ทราบว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ในการใช้งาน ผู้วิจัยจึงนำปัญหาและข้อมูลความต้องการตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์มาทำการสังเคราะห์ และนำมาออกแบบและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มชุมชนหินโค้ว ซึ่งผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนจนได้ผลลัพธ์คือ ตราผลิตภัณฑ์แบบใหม่ 1 รูปแบบ และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ 4 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

1) จากกิจกรรมการสนทนากลุ่มย่อยกับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม โดยการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์และข้อมูลต่าง ๆ ได้นำรูปภาพของประธานกลุ่มฯ รูปภาพจริงของไข่เค็มยางมะตูม รูปแบบใบไม้สมุนไพร สีเขียวเกษตรอินทรีย์ และตัวอักษรชื่อผลิตภัณฑ์ที่กะทัดรัด มาออกแบบเป็นตราผลิตภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ดังรูปที่ 2

รูปที่ 2 ตราผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา

รูปที่ 3 ตราผลิตภัณฑ์เดิม

2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมกับทีมคณะผู้วิจัย พบว่า กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไข่เค็มได้ร่วมกันพัฒนารูปทรงของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการใช้งานด้านโครงสร้าง การป้องกันรักษา การขนถ่าย การวาง การบรรจุ ได้รูปแบบที่พัฒนาใหม่จำนวน 4 รูปแบบ ดังรูปที่ 4

รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2
รูปแบบที่ 3	รูปแบบที่ 4

รูปที่ 4 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา

รูปที่ 5 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม

เมื่อได้ตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนา จึงดำเนินการสอบถามความคิดเห็นและความพึงพอใจตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และใช้การวิเคราะห์สถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและพยากรณ์ตัวแปรที่ต้องการศึกษา โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับ การบรรยาย และสรุปผลการดำเนินการวิจัย และก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือแต่ละตัวแปร Cronbach's alpha coefficient (Hair et al., 2010) เพื่อประเมินความน่าเชื่อถือ Nunnally and Berstein (1999) ควรมีค่าเท่ากับหรือมากกว่า 0.70 โดย Cronbach's alpha coefficient ในการวิจัยนี้มีค่าระหว่าง 0.707 - 0.875 ซึ่งทั้งหมดมีค่ามากกว่า 0.70 จากนั้นตรวจสอบน้ำหนักองค์ประกอบพบว่ามีค่าตั้งแต่ (0.4005 – 0.897) ค่าองค์ประกอบทั้งหมดมีค่ามากกว่า 0.40 (Nunnally and Bernstein, 1994) ดังนั้น ตัวแปรเหมาะสมกับใช้วัดตามทฤษฎี

และตรวจสอบความสัมพันธ์ The Pearson's correlation สำหรับการวิเคราะห์ตัวแปรเพื่อตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร Multicollinearity แสดงให้เห็นเมื่อตัวแปรมีความสัมพันธ์ระหว่างกันที่ค่าไม่เกิน 0.80 (Hair et al., 2010) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดแบบ Bivariate เป็นไปตามการทดสอบที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ *p < .10, **p < .05, ***p < .01 พบว่าไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity) ในงานวิจัยนี้

สำหรับการทดสอบสมมุติฐาน ผลการวิเคราะห์การถดถอยสำหรับการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ แสดงในตารางที่ 1 จะเห็นว่าตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนามีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ในเชิงบวก (08 =.262, p<.10) ดังนั้น ผลการวิเคราะห์สนับสนุน สมมุติฐานที่ 1ข ลำดับต่อมาในส่วนของรูปแบบและสีของตราผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนามีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ในเชิงบวก (09 =.333, p<.05) ดังนั้น ผลการวิเคราะห์สนับสนุน สมมุติฐานที่ 2ข และส่วนของรูปแบบตัวอักษรของตราผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนามีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ในเชิงบวก (10 =.241, p<.10) ดังนั้น ผลการวิเคราะห์สนับสนุน สมมุติฐานที่ 3ข

ผลการวิเคราะห์การถดถอยสำหรับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ แสดงให้เห็นว่าบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์มีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ในเชิงบวก (18 =.129, p<.05) ดังนั้น ผลการวิเคราะห์สนับสนุน สมมุติฐานที่ 4ค ส่วนของบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาด้านอำนวยความสะดวกมีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ในเชิงบวก (05 =.060; 12 =.097; 19 =-.009; 26 =.242, p>.10) ดังนั้น ผลการวิเคราะห์ไม่สนับสนุน สมมุติฐานที่ 5 ก-ง สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาด้านการส่งเสริมการจำหน่ายมีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ในเชิงบวก (06 =.086; 13 =-.075; 20 =-.040; 27 =.193, p>.10) ดังนั้น ผลการวิเคราะห์ไม่สนับสนุน สมมุติฐานที่ 6ก-ง และบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาด้านการแสดงอัตลักษณ์ส่งผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ (07 =.648, p<.01) ดังนั้น ผลการวิเคราะห์สนับสนุน สมมุติฐานที่ 7ก นอกจากนั้น (14 =.428, p<.01) ผลการวิเคราะห์สนับสนุน สมมุติฐานที่ 7ข และ (21 =.487, p<.01) ดังนั้น ผลการวิเคราะห์สนับสนุน สมมุติฐานที่ 7ค

ดังนั้น ตราผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนา องค์ประกอบด้านตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนามีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์แบบที่ 2 ในเชิงบวก ส่วนองค์ประกอบด้านรูปแบบและสีของตราผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนามีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์แบบที่ 2 ในเชิงบวก และองค์ประกอบด้านรูปแบบตัวอักษรของตราผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนามีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์แบบที่ 2 ในเชิงบวก

สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนา องค์ประกอบด้านบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์มีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์แบบที่ 3 ในเชิงบวก และองค์ประกอบด้านบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาด้านการแสดงอัตลักษณ์ส่งผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์แบบที่ 1 แบบที่ 2 และแบบที่ 3 เท่านั้น แต่สำหรับองค์ประกอบด้ารบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาด้านอำนวยความสะดวก และบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาด้านการส่งเสริมการจำหน่ายพบว่าไม่มีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 แบบ

ผลในตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของชุมชนหินโค้ว สำหรับตราผลิตภัณฑ์แบบเดิมและแบบใหม่ที่ได้รับการออกแบบพัฒนา โดยแยกวิเคราะห์ 3 ด้าน ผลการวิเคราะห์พบว่าในทุกด้านด้านของตราผลิตภัณฑ์แบบเดิม และแบบใหม่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้ง 3 ด้าน และในกรณีจำแนกรายด้านพบว่า ด้านความเหมาะสม/ความสวยงามของตราสัญลักษณ์ พบว่าผู้ตอบมีความพึงพอใจต่อตราผลิตภัณฑ์แบบใหม่มากกว่าแบบเดิม โดยมีความพึงพอใจระดับมาก และมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ลำดับต่อมาด้านความเหมาะสม/ความสวยงามของรูปแบบ/สีของตราสัญลักษณ์พบว่าผู้ตอบมีความพึงพอใจต่อตราผลิตภัณฑ์แบบใหม่มากกว่าแบบเดิม

โดยมีความพึงพอใจระดับมาก และมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และลำดับสุดท้ายในด้านความเหมาะสม/ความสวยงามของรูปแบบตัวอักษรพบว่าผู้ตอบมีความพึงพอใจต่อตราผลิตภัณฑ์แบบใหม่มากกว่าแบบเดิม โดยมีความพึงพอใจระดับมาก และมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม			
	ความพึงพอใจผลิตภัณฑ์แบบที่... (PS...)			
	PS1	PS2	PS3	PS4
ตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (PB)	-.103 (.483)	.262* (.097)	.057 (.691)	-.036 (.862)
รูปแบบและสีของตราผลิตภัณฑ์ (PC)	.170 (.216)	.333** (.028)	.228 (.110)	.086 (.660)
รูปแบบตัวอักษรของตราผลิตภัณฑ์ (FB)	.057 (.606)	.241* (.069)	.020 (.855)	.010 (.949)
บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาด้านปกป้องผลิตภัณฑ์ (PP)	.120 (.267)	.176 (.145)	.219** (.049)	.113 (.468)
บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาด้านอำนวยความสะดวก (PF)	.060 (.574)	.097 (.458)	-.009 (.939)	.242 (.114)
บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาด้านส่งเสริมการจำหน่าย (SP)	.086 (.412)	-.057 (.672)	-.040 (.753)	.193 (.353)
บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาด้านการแสดง อัตลักษณ์ (PI)	.648*** (.000)	.428*** (.003)	.487*** (.000)	.004 (.981)
Adjusted R^2	.484	.396	.428	.207
Maximum VIF	2.524	2.428	2.427	2.595

* $p < .10$, ** $p < .05$, *** $p < .01$

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ตราผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา กับความพึงพอใจผลิตภัณฑ์

ผลในตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของชุมชนหินโค้ว สำหรับบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ที่ได้รับการออกแบบพัฒนาทั้ง 4 รูปแบบ พบว่าผู้ตอบมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3 มากที่สุด โดยมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด และมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 โดยมีต้นแบบบรรจุภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์แสดงดังรูปที่ 6

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเหมาะสม/ความสวยงามของตราสัญลักษณ์			
- ตราผลิตภัณฑ์แบบเดิม	3.55	.881	มาก
- ตราผลิตภัณฑ์แบบใหม่	4.18	.878	มาก
2. ความเหมาะสม/ความสวยงามของรูปแบบ/สีของตราสัญลักษณ์			
- ตราผลิตภัณฑ์แบบเดิม	3.55	.918	มาก
- ตราผลิตภัณฑ์แบบใหม่	4.06	.847	มาก
3. ความเหมาะสม/ความสวยงามของรูปแบบตัวอักษร			
- ตราผลิตภัณฑ์แบบเดิม	3.45	.953	มาก
- ตราผลิตภัณฑ์แบบใหม่	4.05	.999	มาก

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของชุมชนหินโค้ว

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความความพึงพอใจ
บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1	3.83	.656	มาก
บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2	3.99	.549	มาก
บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3	4.63	.571	มากที่สุด
บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 4	3.43	.725	มาก

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) สำหรับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มของชุมชนหินโค้ว จำนวน 4 รูปแบบ

รูปที่ 6 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์

6. อภิปรายผลการวิจัย

สำหรับผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัย ผู้นำและชุมชน พบว่า การสังเคราะห์ข้อมูลเป็นภาพตราผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ ปุ่น และ สมพร คงเจริญเกียรติ (2541:189) ว่าการใช้ตราผลิตภัณฑ์ใน เมืองไทยนั้น ยังนิยมใช้รูปของเจ้าของกิจการมาเป็น สัญลักษณ์ทางการค้า ซึ่งอาจจะเป็นสมัยนิยมในอดีต แต่ใน ปัจจุบันนี้ถ้าใช้หลักทางด้านการตลาดสมัยใหม่ในการ ออกแบบตราสินค้าแล้ว จะพบว่าสัญลักษณ์ทางการค้า ดังกล่าวไม่สามารถสนองกับจุดมุ่งหมายในการออกแบบตราสินค้าได้ดีนัก เนื่องจากการสร้างภาพพจน์และการจำได้ เป็นไปได้ยาก ยกเว้นว่ารูปเจ้าของกิจการที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ทางการค้านั้นเป็นที่รู้จักของคนทั่วประเทศหรือทั่วโลกที่ ต้องการสินค้านั้นไปจำหน่าย

จากกระบวนการคิดร่วมกันเพื่อพัฒนาตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ กลุ่มผู้ผลิตได้ระดมสมองร่วมกันกับคณะผู้วิจัย และสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบของตราผลิตภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ควรมีลักษณะที่สามารถจดจำและเข้าใจได้ง่าย ชัดเจน พร้อมทั้งแสดงรายละเอียดของสินค้าที่บรรจุภายใน ตามข้อกำหนดเกณฑ์การคัดสรรผลิตภัณฑ์หนึ่งโครงการหนึ่งตำบล

โดยผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นสำหรับการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ทั้งในส่วนของความเหมาะสมความสวยงามของตราสัญลักษณ์ รูปแบบ/สีของตราสัญลักษณ์ และความสวยงามของรูปแบบตัวอักษร มีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ ซึ่งมุมมองที่เกิดขึ้นใหม่ของตราผลิตภัณฑ์เป็นแนวคิดที่มีมุมมองกว้างขึ้นได้ถูกกล่าวถึงในวารสารการค้าปลีกฉบับพิเศษโดย Ailawadi และ Keller (2004) ให้แนวคิดในมุมมองที่กว้างขึ้นสำหรับการสร้างตราผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้นและความสำคัญในแง่ที่มีเชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ของธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตราผลิตภัณฑ์ที่มีผู้ก่อตั้งที่ชัดเจนถูกมักถูกกำหนดให้ผู้ก่อตั้งต้องเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของตราผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ อาทิ ภาพของผู้ก่อตั้งเป็นพื้นฐานของตราสินค้า รวมถึงการพัฒนาและออกแบบตราสินค้ามีความสำคัญอย่างยิ่งในประเด็นของคุณลักษณะการเชื่อมโยงตราผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นความสัมพันธ์และความเกี่ยวข้องกับลูกค้าในมุมมองที่ผู้บริโภคมีส่วนเกี่ยวข้องที่การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ในประเด็นของความสวยงามความเหมาะสม ความสามารถในการดึงดูดความสนใจและจดจำ ผ่านกระบวนการกำหนดจุดเน้นในการแข่งขัน โดยการสร้างคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องสำหรับรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อวัดความเป็นเอกลักษณ์ และความพึงพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการสร้างแผนที่การเชื่อมโยงตราผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ (Till, Baack and Waterman, 2011)

และผลของงานวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ พบว่า บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาด้านปกป้องผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาด้านการแสดงอัตลักษณ์มีผลต่อความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ เพราะผลิตภัณฑ์ที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร คือ “ไข่เค็ม” ดังนั้นหน้าที่หลักพื้นฐานของบรรจุภัณฑ์คือ "รักษาความสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์" ด้วยการปกป้องผลิตภัณฑ์อาหารไม่ให้เกิดความความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจาก "ภูมิอากาศ เชื้อ

แบคทีเรียและอันตรายจากการขนส่ง จึงพบว่ามีผลต่อความพึงพอใจที่สูง อย่างไรก็ตามบรรจุภัณฑ์ก็ต้องมีความสวยงาม มีชีวิตชีวาและแสดงให้เห็นถึงความมีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เพราะเมื่อวางขายอยู่บนชั้นวางบรรจุภัณฑ์จะเป็นตัวแทนของ พนักงานขาย (Stewart, 1995; Vazquez, Bruce and Studd, 2003) กล่าวได้ว่าลูกค้าและผู้บริโภคจำเป็นต้องมีประสบการณ์โดยตรงในการรับรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ใหม่เพื่อความรู้สึกที่ดีในการพัฒนาบรรจุผลิตภัณฑ์ร่วมกันและมีส่วนในการจัดการบรรจุภัณฑ์ด้วยตัวเอง ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อของลูกค้าและผู้บริโภคที่ได้รับอิทธิพลจากความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพของผู้บริโภคในการใช้บรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยความคาดหวังที่มีคุณภาพทั้งในมิติของทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์ใหม่ และที่ได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ (Holmes and Paswan, 2012)

7. สรุป

การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยยังไม่ได้คำนึงถึงงบประมาณในการผลิต การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สามารถพัฒนาเป็นรูปภาพอื่นได้อีก อาทิ สมุนไพรที่เป็นส่วนประกอบในการผลิต เพื่อประกอบสื่อสารกับผู้บริโภคได้ดีขึ้น และสำหรับการออกแบบตราผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรูปภาพผู้ก่อตั้ง สามารถพัฒนาต่อยอดโดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับการกำหนดสัดส่วนของใบหน้าและรูปภาพไข่เค็มยางมะตูมให้เหมาะสมต่อการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค สำหรับการออกแบบตราผลิตภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ยังพัฒนาสีและตัวอักษรให้มีความน่าสนใจขึ้นได้ สิ่งสำคัญที่ต้องตระหนักเมื่อมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กรณีการเลือกบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายไม่จำเป็นต้องเลือกเพียง 1 รูปแบบเท่านั้น เนื่องจากมีกลุ่มผู้บริโภคหลายกลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มมีวัตถุประสงค์ ความต้องการบริโภค ตลอดจนรายได้ที่แตกต่างกัน หน่วยงานส่งเสริมกลุ่มอาชีพที่เกี่ยวข้องควรศึกษาอัตลักษณ์และความต้องการเพื่อตอบสนองได้อย่างแท้จริง และ/หรือนำผลงานวิจัยนี้ไปปรับประยุกต์ใช้ต่อไป

สำหรับการรวมตัวและบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สามารถการสร้างเสียงสะท้อนได้ตลอดระยะเวลาภายใต้กระบวนการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด โดยปกติจะเป็นผู้ที่มีบทบาทคือเจ้าของกิจการ หรือผู้ประกอบการธุรกิจ สำหรับหน่วยงานภาครัฐสามารถมีบทบาทในฐานะของการเป็นคณะกรรมการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะมีส่วนในการช่วยสนับสนุนการดำเนินงานด้านการสร้างตราผลิตภัณฑ์ให้พัฒนาได้ดีขึ้นในระยะยาวและสามารถรับผิดชอบสิ่งที่เกิดจากการตัดสินใจเพื่อนำตราผลิตภัณฑ์ไปใช้งานได้ในทันทีเช่นกัน และการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์มีความท้าทายหลักคือความมั่นคงในระยะยาว นักวิจัยเป็นเพียงส่วนหนึ่งของผู้อำนวยความสะดวกในการเริ่มต้นหรือในเพียงบางประเด็นที่เกี่ยวข้องซึ่งจะได้รับมุมมองใหม่ในช่วงระยะเวลาสั้นๆ แต่หากจะทำให้เกิดการพัฒนาในระยะยาวเนื่องจากต้องเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการในช่วงเวลาหลายปีสำหรับการพัฒนาจนทราบผลที่ว่าตราผลิตภัณฑ์นั้นและบรรจุภัณฑ์มีประสิทธิภาพ ดังนั้นเจ้าของกิจการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำผลวิจัยในครั้งนี้ไปต่อยอดและหาวิธีการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม

การวิจัยแสดงให้เห็นถึงความสำคัญที่เพิ่มขึ้นในบรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งและเพื่อการพัฒนาต่อไป ผลการวิจัยชี้ว่ามีความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งเกี่ยวกับอิทธิพลของบรรจุภัณฑ์ต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยเฉพาะในด้านของการปกป้องผลิตภัณฑ์และการแสดงความเป็นอัตลักษณ์ การพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการลูกค้ามากขึ้นโดยการเปรียบเทียบรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่

กิจการต้องเข้าใจเพื่อประเมินตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับการพัฒนาต่อไปในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ให้ทุนอุดหนุนการวิจัย งบประมาณ 2561 ประเภทโครงการวิจัย RMUTL OTOP Mentor'61 และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในงานวิจัยทุกท่าน

เอกสารอ้างอิง

ประชิด ทิณบุตร. (2561). การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อออกแบบตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์สินค้าประเภทสมุนไพร สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2 (จังหวัดชัยนาท จังหวัดลพบุรี จังหวัดสิงห์บุรีและจังหวัดอ่างทอง). กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). บรรจุภัณฑ์อาหาร โดยความร่วมมือระหว่างกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและสมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์หยี่เฮง จำกัด.

Ailawadi, K.L. and Keller, K.L. (2004). Understanding retail branding: conceptual insights and research propositions. **Journal of Retailing** 80 (4) : 331 - 42.

Anderson, E.W., Fornell, C. and Mazvancheryl, S.K. (2004). Customer satisfaction and shareholder value. **Journal of Marketing** 68 : 126 - 41.

Anholt, S. (2005). Anholt nation brands index: how does the world see America?. **Journal of Advertising Research** 45 (3) : 296 - 304.

Anselmsson, J., Johansson, U. and Persson, N. (2007). Understanding price premium for grocery products: a conceptual model of customer-based brand equity. **The Journal of Product & Brand Management** 16(6) : 401 - 414.

Bhimrao, M. (2008). Building brand identity in competitive markets: a conceptual model. **Journal of Product & Brand Management** 17 (1) : 4 - 12.

Brommer, E., Stratmann, B. and Quack, D. (2011). Environmental impacts of different methods of coffee preparation. **International Journal of Consumer Studies** 35 (2) : 212 - 220.

Burmann, C., Jost-Benz, M. and Riley, N. (2009). Towards an identity-based brand equity model. **Journal of Business Research** 62 (3) : 390 - 397.

Burt, S., Coe, N.M. and Davies, K. (2019). A tactical retreat? Conceptualising the dynamics of European grocery retail divestment from East Asia. **International Business Review** 28 (1) : 177 – 189.

Cohen, A. and Wang, C.C.Y. (2013). How do staggered boards affect shareholder value? Evidence from a natural experiment. **Journal of Financial Economics** 110 (3) : 627 – 641.

Craig, J.B., Dibrell, C. and Davis, P.S. (2008). Leveraging family-Based brand identity to enhance firm competitiveness and performance in family businesses. **Journal of Small Business Management** 46 (3) : 351 – 371

Dörnyei, Z. (2007). **Research methods in applied linguistics.** New York : Oxford University Press.

Eggert, A. and Ulaga, W. (2002). Customer perceived value: a substitute for satisfaction in business markets?. **Journal of Business & Industrial Marketing** 17 (2/3) : 107 - 118.

Fornell, C., Mithas, S., Morgeson, F.V. and Krishnan, M.S. (2006). Customer satisfaction and stock prices: high returns, low risk. **Journal of Marketing** 70 (January) : 3 - 14.

Fournier, S. (1998). Consumer and their brands: developing relationship theory in consumer research. **Journal of Consumer Research** 24 (4) : 343 - 73.

Gruca, T.S. and Rego, L.L. (2005). Customer satisfaction, cash flow, and shareholder value. **Journal of Marketing** 69 (October) : 115 - 30.

Guarte, J.M. and Barrios, E.B. (2006). Estimation under purposive sampling. **Journal Communications in Statistics - Simulation and Computation**. 35 (2) : 277 – 284.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., and Anderson, R.E. (2010). **Multivariate Data Analysis.** Seventh Edition. Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.

Hellstro ¨m, D. and Nilsson, F. (2011). Logistics-driven packaging innovation: a case study at IKEA. **International Journal of Retail & Distribution Management** 39 (9) : 638 - 657.

Holmes, G.R. and Paswan, A. (2012). Consumer reaction to new package design. **Journal of Product Brand & Management** 21 (2) : 109 – 116.

Honea, H. and Horsky, S. (2012). The power of plain: intensifying product experience with neutral aesthetic context. **Marketing Letters** 23 (1) : 223 - 235.

Hakola, J. (2013). Customer perceptions of the value of new packaging technologies. **Journal of Business & Industrial Marketing** 28 (8) : 649 – 659.

Lindgreen, A. and Wynstra, F. (2005). Value in business markets: what do we know? Where are we going?. **Industrial Marketing Management** 34 (7) : 732 - 748.

Linn, V.R., Eberhardt, T., Schu¨ tte, R. and Kenning, P. (2012). Consumer trust in food retailers: conceptual framework and empirical evidence. **International Journal of Retail & Distribution Management** 40 (4) : 254 - 272.

Mensonen, A. and Hakola, J. (2012). Novel value perceptions and business opportunities through packaging customization. **International Journal of Business & Social Science** 3 (6) : 39 - 43.

Muniz, M. and O'Guinn, T.C. (2001). Brand community. **Journal of Consumer Research** 27 (4) : 412 - 32.

Nunnally, J. C., and Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric theory (3rd ed.).** New York, NY: McGraw-Hill, Inc.

Noad, J. and Rogers, B. (2008). The importance of retail atmospherics in B2B retailing: the case of BOC. **International Journal of Retail & Distribution Management** 36 (12) : 1002 - 1014.

Rettie, R. and Brewer, C. (2000). The verbal and visual components of package design. **Journal of Product & Brand Management** 9 (1) : 56 - 69.

Stevens, J. P. (2002). **Applied multivariate statistics for the social sciences (4th ed.).** Mahwah, NJ, US: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

Silveira, C., Lages, C. and Simões, C. (2013). Reconceptualizing brand identity in a dynamic environment. **Journal of Business Research** 66 (1) : 28 – 36.

Silayoi, P. and Speece, M. (2004). Packaging and purchase decisions. **British Food Journal** 106 (8) : 607 - 28.

Stewart, B. (1995). **Packaging as an Effective Marketing Tool**. Pira International, Surrey.

Thalhammer, R.R. (2007). Natural product packaging: reflecting a contemporary philosophy. **Global Cosmetic Industry** 175 (12) : 52 - 55.

Till, B.D., Baack, D. and Waterman, B. (2011). Strategic brand association maps: developing brand insight. **Journal of Product & Brand Management** 20 (2) : 92 – 100.

Tzokas, N. and Saren, M. (1999). Value transformation in relationship marketing. **Australasian Marketing Journal**, 7 (1) : 52 - 62.

Ulaga, W. (2001). Customer value in business markets: An agenda for inquiry. **Industrial Marketing Management** 30 (4) : 315 - 319.

Ulaga, W. and Chacour, S. (2001). Measuring customer-perceived value in business markets. **Journal of Industrial Marketing Management** 30 : 525 - 540.

Underwood, R.L., Klein, N.M. and Burke, R.R. (2001). Packaging communication: attentional effects of product imagery. **The Journal of Product & Brand Management** 10 (7) : 403 -22.

Venter, K., van der Merwe, D., de Beer, H., Kempen, E. and Bosman, M. (2011). Consumers perceptions of food packaging: an exploratory investigation in Potchefstroom, South Africa. **International Journal of Consumer Studies** 35 (3) : 273 - 281.

Vazquez, D., Bruce, M. and Studd, R. (2003). A case study exploring the packaging design management process within a UK food retailer. **British Food Journal** 105 (9) : 20 - 31.

Wells, L.E., Farley, H. and Armstrong, G.A. (2007). The importance of packaging design for own-label food brands. **International Journal of Retail & Distribution Management** 35 (9) : 677 - 690.

Woodall, T. (2003). Conceptualizing ‘value for the customer’: an attributional, structural and dispositional analysis. **Academy of Marketing Science Review** 12 : 1 - 41.

แนวทางการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา

The Guideline of Packaging Development for Banana Chips to Competitive Advantage of Raweewan Community Enterprise of Maechai District, Phayao Province

ณภัทร ทิพย์ศรี[1*], ภัทราพร สมเสมอ[2], จักรกฤษ เขียวคำปัน[2], ศุภกิจ จันทร์แก้ว[4], สุพนิตา ยะทะ[5]
Naphat Thipsri[1*], Pattraporn Somsamer[2], Jukrit Kaewkhampan[2], Suphakit Junkaew[4], Supanita Yata[5]

[1,2,3,4,5] มหาวิทยาเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย 99 หมู่ 10 ต.ทรายขาว อ.พาน จ.เชียงราย 57120
[1,2,3,4,5] Rajamangala University of Technology Lanna Chiangrai 99 M.10 Saikhaw Sub-district, Phan District, Chiangrai Province 57120
[*] naphat6473@gmail.com, 0636353639

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มสมาชิกกลุ่ม จำนวน 10 คน และผู้บริโภคกล้วยทอดกรอบ จำนวน 30 คน ของวิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ และวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า วิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา จำนวนสมาชิกกลุ่ม มีทั้งสิ้น 10 คน แบ่งหน้าที่การทำงานชัดเจนตามสายการผลิต ให้ความเอาใจใส่ดูแลต่อกัน มุ่งเน้นการผลิตกล้วยหอมทองทอดกรอบเป็นผลิตภัณฑ์หลัก ประกอบด้วย 2 รสชาติ คือ รสหวาน และรสเค็ม มีลักษณะพิเศษ คือ กรอบ บาง อร่อย สีเหลืองนวลชวนรับประทาน ราคาสินค้าเหมาะสมและราคาเดียวกับผู้ขายรายอื่น จัดจำหน่ายให้กับพ่อค้าในจังหวัดพะเยาและอำเภอใกล้เคียง และเปิดจำหน่ายหน้าร้านของตนเอง ปัจจุบันได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาว และได้รับการรับรองมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำหรับแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการกำหนดเป้าหมายของบรรจุภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ซึ่งบรรจุภัณฑ์ใหม่เน้นการออกแบบให้สามารถแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ สำหรับด้านโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เป็นกระดาษคราฟท์สีน้ำตาล สามารถลดมลพิษด้านสิ่งแวดล้อม นำมารีไซเคิล ย่อยสลายได้ง่าย และประหยัดต้นทุน แต่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อันนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

คำสำคัญ: การพัฒนาบรรจุภัณฑ์, กล้วยกรอบ, ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

Abstract

This research had a purpose to study the guideline of packaging development for banana chips to competitive advantage of Raweewan community enterprise of Maechai district, Phayao province. The data was collected by using interview. The president and member of 10 person, and 30 consumer were target group for this study. The data analysis was content analysis. The results found that Raweewan community enterprise of Maechai district, Phayao province had 10 members, had a division of work as production process, and pay attention to group member. They focused on the banana chips production. That consisted of 2 flavors as sweet and salty. It had identity some frame delicious. For product price was same with competitor and distributed to merchants in the Phayao province and nearby. In addition, they were open their own stores. Currently, the product was selected as One Tambon One Product 4 Star and get a certificate from the Food and Drug Administration (FDA). Furthermore, the guideline of packaging development for banana chips to competitive advantage considered target setting of the packaging to respond the needs of customers properly. The new packaging emphasized on the design to demonstrate the identity of the product. For the structure of the packaging was brown kraft paper. Reduce environmental pollution, recycle biodegradable and cost

บทนำ

ปัจจุบันรัฐบาลให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนของเศรษฐกิจชุมชน เนื่องจากเศรษฐกิจชุมชนเป็นรากฐานการหล่อเลี้ยงของเศรษฐกิจประเทศ ถ้าหากเศรษฐกิจชุมชนมีความมั่นคง แข็งแรง ย่อมส่งให้ระบบเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศแข็งแรงด้วยเช่นกัน วิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบการขนาดเล็กเพื่อจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งพาตนเองและความเพียงพอของครอบครัวและชุมชน ซึ่งเป็นกิจการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าการให้บริการ เพื่อสร้างรายได้และเพื่อพึ่งพาตนเองได้อย่างเข้มแข็งและมีสวัสดิการที่ดี วิสาหกิจรวีวรรณกล้วย กรอบ ตำบลเจริญราษฎร์ อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา เป็นอีกหนึ่งวิสาหกิจชุมชน ที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อนำกล้วยมาแปรรูปเป็นกล้วยกรอบ รสชาติต่าง ๆ เพื่อให้สามารถเก็บไว้รับประทานได้นานยิ่งขึ้น รวมถึงจำหน่ายเป็นของฝากแก่นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าที่สนใจซึ่งมาจากภูมิปัญญาของท้องถิ่น ทั้งนี้การจัดการของวิสาหกิจรวีวรรณกล้วย กรอบได้จัดตั้งขึ้นมาหลายปีมาแล้ว โดยเริ่มจากสมาชิกที่ว่างจากการทำงาน ทำสวน และมีความสนใจในการแปรรูปกล้วยเนื่องจากในหมู่บ้านมีการปลูกกล้วยกันมากร่วมกันแปรรูปกล้วยหอมทองเป็นกล้วยกรอบออกจำหน่ายตามร้านค้า ต่าง ๆ ในหมู่บ้านและปัจจุบันครอบคลุมทั่วจังหวัดพะเยา

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์กล้วยกรอบใช้บรรจุภัณฑ์เป็นถุงพลาสติก มีตราสินค้าภายใต้รวีวรรณกล้วยกรอบ ลูกค้าทั่วไปนิยมมาแวะซื้อผลิตภัณฑ์ที่ร้านค้า โดยเน้นเป็นของฝาก แต่ยังขาดบรรจุภัณฑ์แบบกล่องสำหรับหิ้วไปเป็นของฝากแก่คนรู้จัก ดังนั้นเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขันและสามารถตอบความสนองความต้องการของลูกค้าได้ การสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สะดวก และง่ายต่อการนำไปใช้งาน กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์จึงเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ

ที่เป็นจุดขายที่สำคัญในการสร้างแรงดึงดูดลูกค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายในที่ดีและน่าสนใจมาก ซึ่งถือได้ว่ากลยุทธ์ทางการแข่งขันเพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ในยุคปัจจุบัน (กฤษณา

สิกขมาน, 2551) เนื่องจากความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นความสามารถขององค์กรที่กระทำได้ดีกว่าคู่แข่งขัน เช่น การสร้างความแตกต่างในการแข่งขัน โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์และองค์กร เพิ่มขีดความสามารถในการดึงดูดความสนใจแก่ลูกค้ามาซื้อสินค้ามากขึ้น อันก่อให้เกิดความเติบโตของธุรกิจ (นันทพัทธ์ โนนศรีเมือง, อนิรุทธ์ ผงคลี และ แคทลียา ชาปะวัง, 2555)

จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลและหาแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบร่วมกับผู้ประกอบการวิสาหกิจรวีวรรณกล้วย กรอบ ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้นำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน และพัฒนากลยุทธ์ทางการแข่งขันโดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อหาแนวทางการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนรวีวรรณกล้วยกรอบ ต.เจริญราษฎร์ อ.แม่ใจ จ.พะเยา

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการด เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2561 : เว็ปไซต์)

ลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 7 ประการ ดังนี้

1. ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
2. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร ทุน แรงงานในชุมชน เป็นหลัก
3. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
4. เป็นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานภูมิปัญญาสากล
5. มีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ
6. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
7. มีการพึ่งพาตนเองของครอบครัวและชุมชนเป็นเป้าหมาย เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

ประโยชน์ของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย ดังนี้

1. การรวมตัวกันของเกษตรกรในการประกอบธุรกิจในระดับชุมชน มีความมั่นคง ได้รับการรับรองตามกฎหมาย
2. การส่งเสริมความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาความสามารถในการจัดการ ตรงตามความต้องการที่แท้จริง
3. ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง พึ่งพาตนเองได้ สามารถแข่งขันทางการค้าในอนาคต

4.2 แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์นับว่ามีบทบาทต่อการดำเนินการทางด้านการตลาด ซึ่งเป็นกลวิธีทางการตลาดที่สำคัญที่สามารถสร้างความสนใจจากลูกค้า (Customers Attention) บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่ห่อหุ้มหรือภาชนะที่ใช้เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปยังแหล่งผู้บริโภคหรือแหล่งที่ใช้ประโยชน์เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกับเมื่อแรกผลิตให้มากที่สุด หรือกล่าวได้ว่าบรรจุภัณฑ์เป็นหน่วยรูปแบบวัตถุภายนอกที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดผลประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค (จิติมา เสือทอง และคณะ, 2555)

โอมรินทร์ โทนุสินทธิ์ (2552) ได้กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หน่วยรูปแบบที่ทำหน้าที่ปกป้อง คุ้มครองหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายนอกให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดผลประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค ขณะที่ มัทธนี ปราโมทย์เมือง และคณะ (2559) ได้ให้ความหมาย บรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อไว้ว่า หมายถึง ศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการคุ้มครอง ปกป้องสินค้าจากผู้ผลิตตนถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัยด้วยต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม

จากความหมายข้างต้นจึงสรุปได้ว่า บรรจุภัณฑ์นั้นหมายถึง เรื่องของวิทยาศาสตร์และเรื่องของศิลป์ที่ใช้เพื่อการบรรจุสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและทำให้เกิดความเสียหายกับสิ่งแวดล้อม และบรรจุภัณฑ์นั้นจะต้องปกป้องตัวสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดีจากแหล่งผลิตจนถึงมือลูกค้าโดยไม่ได้รับความเสียหาย ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์นั้นๆ จะต้องมีต้นทุนการผลิตที่ไม่สูงมากจนเกินไป การที่มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมจะช่วยลดความเสียหายและสามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้น

บทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

ปัจจุบันบทบาทและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์มีส่วนในการสนับสนุนอุตสาหกรรมต่างๆ เป็นอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากบรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ รักษาคุณภาพของผลผลิตให้เก็บไว้ได้คงคุณภาพให้นานที่สุf และส่งถึงปลายทางอย่างสมบูรณ์

สุทธิเกตติ์ ทัดพิทักษ์กุล (2545) ให้กล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบันพอสรุปได้ดังนี้

1. กิจกรรมด้านการตลาดมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทำให้สินค้าในปัจจุบันแทบจะไม่มีความแตกต่างกันเพื่อเป็นการสร้างหรือตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค จำเป็นต้องเสนอความแตกต่างหรือเสนอสิ่งเร้าอย่างอื่น เพื่อเรียกร้องความสนใจและทำให้เกิดการทดลองซื้อสินค้าหรือซื้อซ้ำ

2. รูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) ของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าต่างๆ เริ่มเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

ผู้บริโภคใช้เวลาและมีเวลาในการจับจ่ายซื้อสินค้าน้อยลง แนวโน้มการจับจ่ายของผู้บริโภคจะมีลักษณะแวะที่เดียวซื้อของได้ครบทุกอย่าง (One Stop Shopping) มากขึ้น ดังนั้นทำให้สินค้าในปัจจุบันจำเป็นต้องขายตัวเองและเมื่อถูกนำไปวางเรียงชั้นก็จะเป็นต้องมีความโดดเด่นพอที่จะกระตุ้นผู้บริโภคหรือหยิบผลิตภัณฑ์นั้นๆ ขึ้นมาพิจารณาและอาจซื้อต่อไป

3. กลุ่มผู้บริโภค (Consumer Influence) ยอมจ่ายเงินเพิ่มเพื่อซื้อสินค้าที่อำนวยความสะดวกหรือเพื่อแสดงความมีระดับของตนเอง ทำให้การออกแบบการบรรจุภัณฑ์มีส่วนสำคัญเพราะบรรจุภัณฑ์สามารถที่จะบ่งบอกถึงระดับและภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ บางครั้งเป็นเรื่องแปลกที่สินค้าไม่แตกต่างกันแต่ผู้บริโภคมักจะเข้าใจว่าสินค้าราคาแพงมักจะเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี

4. บริษัทในปัจจุบันเน้นกลยุทธ์การสร้างภาพพจน์มากขึ้น เนื่องมากจากการแข่งขันที่รุนแรง ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบหรือการใช้สีที่เหมาะสมก็จะสามารถสร้างภาพพจน์ให้กับธุรกิจได้

5. การใช้บรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่หรือมีคุณสมบัติพิเศษออกไปสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อทำให้สินค้าเกิดการทดลองใช้เร็วขึ้น สามารถเพิ่มยอดขายและมีโอกาสติดตลาดได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายในด้านอื่นลดลงไปได้ เช่น ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย ฯลฯ มีสินค้าหลายตัวที่สามารถประสบความสำเร็จในตลาดได้อย่างรวดเร็วโดยใช้กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์

หลักการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

มัทธนี ปราโมทย์เมือง และคณะ (2559 : 14-16) ได้กล่าวถึงหลักการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย ดังนี้

1. การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ทางด้านการตลาด สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้นในเวลาเดียวกัน มีโอกาสลดต้นทุนสินค้าอันนำไปสู่ความสามารถทำกำไรสูง เนื่องจากการตลาด ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ กลุ่มเป้าหมาย การสนองความต้องการ และกำไร ดังนั้น การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ จำเป็นต้องหาข้อมูลจากตลาด พร้อมทั้งค้นหาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในรูปของการบริโภคสินค้าหรือบริการ ส่วนการตอบสนองความต้องการนั้นต้องใช้กลไกทางด้านส่วนผสมทางการตลาด เพื่อชักจูงให้ผู้ซื้อเลือกซื้อสินค้าเราแทนที่จะซื้อของคู่แข่งขันเพื่อบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2. สภาวะการจัดจำหน่ายสมัยใหม่ ในระบบการจัดวางสินค้าจำหน่ายจะวางขายหลากหลายเพื่อเปรียบเทียบการเลือกซื้อ ผู้ซื้อจะใช้เวลาน้อยมาก ณ จุดขาย ในขณะที่มีสินค้าให้เลือกมากมาย ดังนั้น บรรจุภัณฑ์ในยุคนี้จำเป็นต้องออกแบบให้ได้รับความสนใจอย่างเร่งรีบ โดยมีเวลาผ่านตาบนหิ้ง ในช่วงเวลา 10-50 วินาที ที่จะสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าเพื่อตัดสินใจซื้อ ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงเป็นบทบาทสำคัญทางด้านการตลาดที่จะกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของ ผู้ซื้อได้อย่างทันท่วงทีเมื่อพบเจอ

3. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นออกแบบงานพิมพ์แบบ 3 มิติที่เป็นพาณิชย์ศิลป์ ทั้งนี้ บุคลากรที่รับผิดชอบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทางกราฟฟิกส์ นอกจากเป็นนักออกแบบแล้วยังต้องเป็นคนช่างสังเกต มีความรู้ทางด้านธุรกิจ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนั้นเป็นสิ่งและเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ทางธุรกิจการจำหน่ายในการออกแบบข้อมูลที่ผู้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ควรรู้ ได้แก่ 1) ด้านการตลาด ต้องคำนึงถึงเป้าหมาย การจัดกลยุทธ์ การ

วางแผนการตลาด การส่งเสริมการจำหน่าย เป็นต้น ตลอดจนการจัดวางสินค้าเพื่อจำหน่าย ณ จุดขาย

เพื่อหาจุดเด่นของสินค้าเพื่อขาย (Unique Selling Point) 2) ตัวสินค้าที่จะใช้บรรจุ ต้องทราบถึงคุณลักษณะของตัวสินค้าอย่างถ่องแท้ คุณสมบัติเด่นของสินค้าที่จะสนองความต้องการของลูกค้า และ 3) กลุ่มเป้าหมาย หรือกลุ่มผู้ซื้อ จำเป็นต้องทราบความต้องการของสถานะของผู้บริโภค เพื่อทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการและการบริโภคของลุ่มเป้าหมาย

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่พึงให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ซื้อไม่ได้เป็นผู้บริโภค เช่น สินค้าของฝาก การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะต้องสร้างภาพพจน์ที่ดี เพิ่มคุณค่าแก่สินค้าให้เหมาะสมกับเป็นสินค้าฝาก โดยบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องสร้างมโนภาพ (Imaginary) ที่ดีต่อตัวสินค้า พร้อมทั้งมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึงความสะดวกในการนำกลับและพิจารณาถึงระยะเดินทางพอสมควรก่อนจะถึงมือผู้บริโภคด้วย

4.3 แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นวิธีการที่ทำให้สินค้ามีคุณภาพที่ดีที่สุด มีต้นทุนที่ต่ำกว่า และแหล่งทำเลที่ตั้งเหมาะสมกว่าคู่แข่งขัน โดยต้องสร้างความแตกต่าง 3 ด้าน ได้แก่ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Low-cost leadership) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) และการมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน (Focus or Niche) (Porter, 1980)

ในขณะที่ สุพานี สฤษฏ์พานิช (2553:12) ได้ให้ความหมายความได้เปรียบทางการแข่งขัน ว่าเป็นการบรรลุถึงความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านความแตกต่าง เช่น การมีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง ไม่ว่าจะด้านคุณภาพการใช้งาน ความคงทน รูปแบบการเลือกใช้ที่มากกว่า ประโยชน์การใช้งานมากกว่าและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฏ์ (2554 : 56-57) ได้กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นความสามารถที่เป็นเลิศ 3 ด้าน คือ ขายสินค้าและบริการที่ดีกว่า ขายสินค้าที่ถูกกว่า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เร็วกว่าคู่แข่งขัน ซึ่งสรุปได้ ดังนี้

การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) หมายถึงสินค้าและบริการที่พิเศษไปจากสินค้าและบริการขององค์กรอื่น ทำให้ผู้ซื้ออยากใช้สินค้าและยินดีที่จะจ่ายซื้อสินค้านั้นในราคาที่สูงกว่าสินค้าอื่น

ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) หมายถึงองค์กรสามารถผลิตสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่งขันและเปรียบเทียบกับประโยชน์ใช้สอยของสินค้านั้น ส่งผลให้องค์กรมีกำไรสูงกว่าปกติ เนื่องจากต้นทุนต่ำ

การตอบสนองโดยรวดเร็ว (Quick Response) เป็นการสร้างความได้เปรียบด้านความเร็วในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การตัดสินใจทางการบริหารที่รวดเร็วที่ส่งผลโดยตรงต่อลูกค้า สามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ผลิตสินค้าตรงตามความต้องการคำสั่งซื้อของลูกค้า และส่งมอบได้อย่างรวดเร็ว

นอกจากนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550 : 129-135) กล่าวถึง ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีดังนี้

1. การสร้างความแตกต่าง เป็นการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างไปจากคู่แข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความมีคุณค่าที่มอบให้แก่ลูกค้า หรือกระบวนการผลิตเพื่อสร้างความแตกต่าง โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ

สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าสูงสุด ด้วยการสร้างความแตกต่างวิธีต่าง ๆ ได้แก่ การสร้างภาพลักษณ์ การพัฒนาคุณภาพและการใช้หลักการบริหารจัดการคุณภาพโดยรวม การสร้างคุณค่าตราสินค้า

2. ความได้เปรียบด้านต้นทุน เป็นการใช้ต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่งขัน ทำให้ราคาต่ำกว่าคู่แข่งขัน สามารถสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดและกำไรให้สูงขึ้นได้

3. การมุ่งเฉพาะส่วน เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านต้นทุนหรือด้านความแตกต่างอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมุ่งไปที่กลุ่มลูกค้าเฉพาะหรือในตลาดที่แคบ

4. การเข้าสู่ตลาดแรกเริ่ม จะสามารถสร้างผลประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรและขีดความสามารถที่มาก่อน เพราะการเข้าสู่ตลาดเป็นรายแรกทำให้เกิดข้อได้เปรียบจากการเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี

5. การสร้างพลัง เป็นการปฏิบัติการร่วมกัน ทำให้เกิดพลังเหนือกว่าต่างคนต่างทำ การร่วมกันปฏิบัติการทำให้ผลการปฏิบัติเหนือกว่า ทำให้เกิดการคุณค่าเพิ่ม ลดต้นทุนการปฏิบัติการการลงทุนทำให้ผลการปฏิบัติการเหนือกว่าคู่แข่งขัน

5. วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม จำนวน 10 คน และผู้บริโภคผลิตภัณฑ์กล้วยหอมทองทอดกรอบ จำนวน 30 คน ของวิสาหกิจชุมชนรวีวรรณ กล้วยกรอบ ต.เจริญราษฎร์ อ.แม่ใจ จ.พะเยา เป็นจำนวนขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมให้ข้อมูลจนอิ่มตัวได้ (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ ใช้สำหรับสัมภาษณ์ประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม เกี่ยวกับข้อมูลธุรกิจและแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และ ผู้บริโภคกล้วยกรอบ เพื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคกล้วยหอมทองทอดกรอบ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูล คือ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และบรรยายเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยหอมทองทอดกรอบของวิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา

6. ผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจ รวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา นำเสนอรายละเอียด ดังนี้

6.1 ข้อมูลการดำเนินงานของวิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2543 โดยนางรวีวรรณ ธนะแพทย์ ซึ่งเป็นประธานกลุ่ม ด้วยมีแนวคิดนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาแปรรูปเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น โดยเริ่มจากชักชวนสมาชิกที่มีเวลาว่างจากการทำนาทำสวน และมีความสนใจในการแปรรูปกล้วย เนื่องจากในหมู่บ้านได้ปลูกกล้วยหอมทองจำนวนมาก จำนวนสมาชิกกลุ่ม มี 10 คน มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน แบ่งตามสายงานการผลิต ได้แก่ แกะหรือปอกเปลือกและล้างกล้วย ทอดกล้วย ปรุงรส และบรรจุกล้วย สมาชิกทุกคนจะมีความรู้และ

ทักษะการผลิตกล้วย เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีความสนใจในการทำกล้วยทอดกรอบ และสมาชิกทุกคนจะต้องอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุขไม่ขัดแย้งซึ่งกันและกันให้การดูแลเอาใจใส่ต่อกัน

ปัจจุบันวิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา ผลิตกล้วยหอมทองทอดกรอบจำหน่าย กล้วยทอดกรอบมีลักษณะพิเศษ คือ กรอบ บาง อร่อย สีเหลืองสวยนวลชวนน่ารับประทาน ราคาสินค้าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และราคาเดียวกับผู้ขายรายอื่น ได้แก่ ขนาด 100 กรัม ราคา 20 บาท, ขนาด 250 กรัม ราคา 50 บาท, หรือ ขนาด 1 กิโลกรัม ราคา 200 บาท การจัดจำหน่าย ได้แก่ โดยการส่งให้กับพ่อค้าในจังหวัดพะเยา เช่น ร้านขายของฝากบริเวณขนส่งจังหวัดพะเยา ตลาดสดแม่ต๋ำ ตลาดสดแม่ใจ และอำเภอใกล้เคียง เป็นต้น ขณะเดียวกันยังจำหน่ายโดยการเปิดหน้าร้านของตนเอง ซึ่งขายของฝากให้กับบุคคลทั่วไปที่สนใจมาซื้อเพื่อการบริโภคเองหรือ ซื้อไปฝากผู้อื่น

การจำหน่ายกล้วยทอดกรอบของกลุ่มรวีวรรณกล้วยกรอบ เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น ภายใต้แบรนด์ “รวีวรรณ” กล้วยทอดกรอบมีความกรอบอร่อยและสีสวยของกล้วยหอมทองทอดกรอบซึ่งแตกต่างจากกล้วยฉาบทั่วไป ได้พัฒนาสูตรที่เอกลักษณ์เฉพาะ หอม บาง กรอบ อร่อย ปัจจุบันผลิตอยู่ 2 รสชาติ ได้แก่ รสหวาน รสเค็ม และได้รับความนิยมจากผู้บริโภคโดยทั่วไปเพื่อซื้อเป็นของฝาก ปัจจุบันได้พัฒนาธุรกิจให้ได้รับมาตรฐานและการยอมรับเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า จึงได้ขึ้นทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยสำนักงานเกษตรอำเภอแม่ใจ จ.พะเยา และได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ 4 ดาว จากกรมพัฒนาชุมชน ตลอดจนได้รับการรับรองจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดพะเยา ได้เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เลขที่ มผช.1038/2554 และผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยกรอบของวิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา พบว่า จากการศึกษาผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา ปัจจุบันการผลิตกล้วยทอดกรอบ ประกอบด้วย 2 รสชาติ ได้แก่ รสเค็ม และรสหวาน โดยลักษณะบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบัน คือ ถุงพลาสติกแบบสี่เหลี่ยมผนึกมิดชิดเพื่อคงคุณภาพและความสะอาดของผลิตภัณฑ์ โทนสีบรรจุภัณฑ์แสดงถึงรสชาติของผลิตภัณฑ์กล้วยทอดกรอบ สีเขียว บ่งบอกถึงรสเค็ม และสีฟ้า บ่งบอกถึงรสหวาน รายละเอียดแสดงในบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วยตราสินค้า “รวีวรรณ” ส่วนประกอบ วิธีการจัดเก็บรักษา ข้อมูลโภชนาการ สถานที่ผลิต และสัญลักษณ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ น้ำหนักของผลิตภัณฑ์ 80 กรัม ซึ่งขนาดผลิตภัณฑ์นี้เหมาะกับรับประทานได้พอดีในแต่ละครั้ง แต่อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยกรอบที่หน้าร้าน มีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อไปเป็นของฝากให้กับญาติมิตร หรือคนรู้จัก จึงมีความต้องการหรือปรารถนาซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ปริมาณที่พอเหมาะสำหรับซื้อไปเป็นของฝาก และสะดวกต่อการพกพา เนื่องจากปัจจุบันยังคงเป็นถุงขนาด 80 กรัม ซึ่งต้องซื้อจำนวนหลายถุงและใส่ถุงบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่รวมกันอีกขั้นหนึ่ง ทำให้ความรู้สึกของลูกค้ายังไม่ค่อยมีมูลค่าสำหรับนำไปฝากผู้อื่น

ดังนั้น จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม และผู้บริโภคกล้วยกรอบ จึงสรุปได้ว่าควรมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยกรอบเพิ่มขึ้นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์อันนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์กล้วยกรอบ เป็นผลิตภัณฑ์

ที่มีความโดดเด่น และแตกต่างจากคู่แข่งขันผลิตภัณฑ์กล้วยกรอบ เนื่องจากผู้ผลิตและจำหน่ายกล้วยกรอบบริเวณใกล้เคียง เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีบรรจุภัณฑ์ด้วยถุงพลาสติกคล้ายคลึงกันกับที่มีอยู่ วิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบจึงเป็นรายแรกที่พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งขัน ประกอบกับสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์อันตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้านั่นเอง

จากการวิจัยครั้งนี้ จึงมีแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยกำหนดเป้าหมายของบรรจุภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ใหม่ออกแบบให้สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ สำหรับด้านโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เป็นกระดาษคราฟท์สีน้ำตาล ช่วยลดปัญหามลพิษทางด้านสิ่งแวดล้อม นำมารีไซเคิล ย่อยสลายได้ง่าย และช่วยประหยัดต้นทุนแต่สามารถมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้ รูปแบบทรงสี่เหลี่ยมแบบมีสายหิ้วสามารถใช้ทดแทนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุงได้ กล่องกระดาษสามารถพับขึ้นรูปและจัดวางแสดงสินค้าได้ง่าย ไม่ต้องติดกาว สำหรับรายละเอียดด้านหน้า ด้านหลัง และด้านข้างกล่อง แสดงรายละเอียด ดังนี้

ภาพที่ 2 แสดงบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง

ด้านหน้ากล่องติดพลาสติกใสให้โปร่งใสเห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในกล่อง ตราสินค้าเป็นรูปคนที่สื่อถึงรวีวรรณ ซึ่งเป็นผู้ที่ริเริ่มการผลิตกล้วยหอมทองทอดกรอบและเป็นผู้นำกลุ่มที่มุ่งมั่นการพัฒนาธุรกิจขึ้นมาจนเป็นที่รู้จักและยอมรับจากบุคคลทั่วไป และบรรจุภัณฑ์หน้ายังสื่อถึงชื่อของวิสาหกิจชุมรวีวรรณ ของฝาก อ.แม่ใจ จ.พะเยา เพื่อสร้างความจดจำให้กับผู้บริโภคที่ซื้อไป

ด้านหลังของกล่อง แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับตราสินค้า “รวีวรรณ” ตลอดจนแสดงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เรื่องราวของกล้วยหอมทองทอดกรอบที่มีคุณลักษณะที่โดดเด่นเฉพาะของกล้วยหอมทองทอดกรอบรวีวรรณกล้วย กรอบ และแสดงถึงส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ และข้อมูลโภชนาการของผลิตภัณฑ์

ด้านข้างของกล่อง ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านแรก แสดงรายละเอียดถึงการเก็บรักษา เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สำหรับอีกด้าน แสดงรายละเอียดถึงสถานที่ทำการการผลิต เบอร์โทรศัพท์ Facebook และ Line เพื่อใช้สำหรับการติดต่อหรือการเข้าถึงของลูกค้าที่ต้องการติดต่อกับผู้ขายหรือผู้ผลิต

อย่างไรก็ตาม บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นครั้งนี้เป็นบรรจุภัณฑ์ภายนอก และยังมีบรรจุภัณฑ์ชั้นในอีกชั้น เป็น

ถุงพลาสติกใสสำหรับบรรจุผลิตภัณฑ์กล้วยกรอบขนาด 200 กรัม จำนวน 2 ถุง บรรจุลงในบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาขึ้นมา

ครั้งนี้ เพื่อมีเป้าหมายในการขายสำหรับเป็นของฝากที่ลูกค้าซื้อไปฝากคนรู้จักเป็นชุดกล่องหิ้ว สร้างความสวยงาม และความสะดวกสบาย เหมาะกับลูกค้าที่ต้องการซื้อเป็นชุดกล่อง (Box Set) โดยไม่ต้องซื้อเป็นถุงย่อยขนาด 80 กรัม จำนวนหลายถุง และขณะเดียวกันบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ยังเหมาะกับการจำหน่ายในช่วงเทศกาลที่เป็นชุดของฝากหรือของขวัญได้เช่นกัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา สามารถอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

การดำเนินงานของวิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา เป็นการดำเนินงานในรูปของวิสาหกิจชุมชน โดยประธานกลุ่มมีแนวคิดการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาแปรรูปเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ กลุ่มมุ่งการผลิตกล้วยหอมทองทอดกรอบจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์หลัก มีลักษณะเด่น คือ กรอบ บาง อร่อย สีเหลืองนวลสวยงาม ราคาเดียวกับคู่แข่งขัน ขายส่งให้กับพ่อค้าในจังหวัดพะเยาและใกล้เคียง และเปิดร้านขายหน้าร้านของตนเอง มีการสร้างแบรนด์ภายใต้ชื่อ “รวีวรรณ” ขณะเดียวกันผลิตภัณฑ์ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาว และได้รับการรับรองมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ทั้งนี้ การจัดตั้งของวิสาหกิจชุมชนเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการ อื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการ ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน(กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2561: เว็บไซต์) ซึ่งผลผลิตที่สร้างขึ้นมามาจากกระบวนการในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร ทุน แรงงานในชุมชน เป็นหลัก ร่วมกันสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรม เป็นฐานภูมิปัญญาของชุมชน เพื่อสร้างความเข้มเข็ง พึ่งพาตนเองได้ และนำไปสู่การแข่งขันในตลาดต่อไปนั่นเอง ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า วิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ จึงเป็นกิจการที่ผลิตกล้วยกรอบเพื่อสร้างรายได้และพึ่งพาตนเองได้อย่างเข้มเข้ม ซึ่งนำเอาทรัพยากรจากท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นกล้วยทอดกรอบออกมาจำหน่ายเพื่อสร้างความอยู่รอด และสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน

สำหรับแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่า ปัจจุบันวิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา ผลิตกล้วยทอดกรอบ ประกอบด้วย 2 รสชาติ ได้แก่ รสเค็ม และรสหวาน ใช้ถุงพลาสติกเป็นบรรจุภัณฑ์แบบสี่เหลี่ยงผนิดมิดชิด โทนสีแสดงถึงรสชาติผลิตภัณฑ์ และแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ตราสินค้า ส่วนประกอบ วิธีเก็บรักษา ข้อมูลโภชนาการ สถานที่ผลิต และสัญลักษณ์ที่ได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ลูกค้าส่วนใหญ่มาซื้อสินค้าที่หน้าร้าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อไปเป็นของฝากแก่คนรู้จัก แต่ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายและบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุงพลาสติกแบบสวยงาม คือ ขนาด 80 กรัม ซึ่งเป็นถุงขนาดเล็ก และต้องซื้อจำนวนหลายถุงและนำไปใส่ถุงบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่รวมกันอีกขั้นหนึ่ง ดังนั้น จากรูปแบบบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันยังไม่ค่อยตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกรณีต้องการซื้อไปฝากหรือเป็นของที่ระลึก ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ จึงนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบใหม่เพิ่มเติมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะกรณีซื้อไปเป็นของฝากและเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกแบบให้ตรงความต้องการกลุ่มเป้าหมาย แสดงถึงเอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ สำหรับโครงสร้างผลิตภัณฑ์เป็นกระดาษคราฟท์สีน้ำตาล สามารถลดมลพิษด้านสิ่งแวดล้อมได้ นำมารีไซเคิล ย่อยสลายได้ง่าย และช่วยประหยัดต้นทุนตลอดจนสามารถเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างคุณค่าให้กับผู้ที่ได้รับผลิตภัณฑ์ได้ ขณะเดียวกันบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ยังเป็นแบบทรงสี่เหลี่ยมแบบมีสายหิ้วสามารถใช้ทดแทนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นถุงได้ กล่องกระดาษแบบสายหิ้วสามารถพับขึ้นรูปและจัดวางแสดงสินค้าได้ง่ายไม่ต้องติดกาว โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ติดพลาสติกใสให้

โปร่งใสเห็นผลิตภัณฑ์ รายละเอียดบนกล่องประกอบด้วย ตราสินค้า ชื่อของวิสาหกิจ เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบ ข้อมูลโภชนาการ วิธีการเก็บรักษา เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ OTOP และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สถานที่ทำการผลิต เบอร์โทรศัพท์ Facebook และ Line เพื่อใช้ในการติดต่อผู้ผลิตได้ สอดคล้องผลการศึกษาของกฤษณา สิกขมาน (2551) ได้ศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยตาก กรณีศึกษากล้วยตากบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกบรรจุภัณฑ์ลักษณะเป็นกล่องกระดาษรูปแบบมาตรฐานทรงหกเหลี่ยม มีฝากเปิดปิดและหูหิ้ว รองลงมา จะเลือกผลิตภัณฑ์ลักษณะเป็นกล่องกระดาษรูปแบบมาตรฐานทรงสี่เหลี่ยมลูกบาศก์มีหูหิ้วและบรรจุภัณฑ์ลักษณะเป็นกล่องกระดาษรูปแบบมาตรฐานทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีหูหิ้ว จึงกล่าวได้ว่าบรรจุภัณฑ์นับว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจสามารถเป็นสื่อโฆษณา และเป็นจุดขายแก่ผู้ซื้อโดยตรง ซึ่งแสดงถึงชื่อเสียงของผู้ผลิต ตราสินค้า สรรพคุณและวิธีใช้สินค้า ตลอดจนช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้สินค้าและองค์กรได้ โดยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาแก่สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมกระบวนการนำกลับมาใช้ใหม่ ขณะเดียวกัน บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามสะดุดตายังสามารถสร้างความประทับใจและเกิดการกระตุ้นซื้อสินค้า จากผลการศึกษาครั้งนี้ กล่าวได้ว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยกำหนดเป้าหมายให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องเป็นสิ่งที่สำคัญเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ อาทิ ประหยัดต้นทุน ความแตกต่างของบรรจุภัณฑ์จากคู่แข่งขันในพื้นที่เดียวกัน สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ และมีความสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าในการมาซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นนั่นเอง

อย่างไรก็ตามการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันอื่น ๆ นอกจากนั้น ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น อันนำไปสู่ความเติบโตในการดำเนินธุรกิจต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา และได้รับความอนุเคราะห์จากวิสาหกิจชุมชนรวีวรรณกล้วยกรอบ อ.แม่ใจ จ.พะเยา และผู้บริโภคผลิตภัณฑ์กล้วยกรอบที่เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลเพื่อให้งานครั้งนี้บรรลุตามเป้าหมายผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

กฤษณา สิกขมาน. (2551). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยตากบางกระทุ่ม. **วารสารศรีปทุมปริทัศน์**. ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2551 : 103-110.

กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2561). **วิสาหกิจชุมชนน่ารู้ [ออนไลน์]**. ได้จาก http://www.sceb.doae.go.th/Ssceb2.htm

จิติมา เสือทอง และคณะ. (2555). **การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้านเขียวขจี จังหวัดนนทบุรี**. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

นันทพัทธ์ โนนศรีเมือง, อนิรุทธ์ ผงคลี, และ แคทลียา ชาปะวัง. (2555). ผลกระทบของความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่ได้รับ ISO14001 ในประเทศไทย. **วารสารการบัญชีและการจัดการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม 2555 : 98-108.

ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์ และประสพชัย พสุนนท์. (2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ. **วารสารปาริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ**. ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 ตุลาคม-ธันวาคม 2559 : 31-48.

มัทธนี ปราโมทย์เมือง และคณะ. (2559). **การศึกษาเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัย ในการเพิ่มยอดจำหน่ายสินค้าแก่ชุมชนจากผลผลิตคงเหลือทางการเกษตร กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิต อ.เดิมบางนางบวช จ. สุพรรณบุรี.** รายงานวิจัยคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). **การบริหารเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา.** กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเทกซ์.

สุทธิเกตติ์ ทัดพิทักษ์กุล. (2545). อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ รวมพลังแสดงศักยภาพ. **วารสารส่งเสริมทางลงทุน**. 13 ตุลาคม 2545 : 30-32.

สุพานี สฤษฏ์พานิช. (2553). **การบริหารเชิงกลยุทธ์ แนวคิดและทฤษฎี.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

โอมรินทร์ โทนุสินทธิ์. (2552). **การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หมู่บ้านประสพสุข จังหวัดนครราชสีมา.** ศิลปนิพนธ์ศิลปศาสตร์บัณฑิต โปรแกรมวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

Porter M. E. (1980). **Competitive Strategy : Techniques for Analyzing industries and Competitors.** New York. The Free Press.

การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปกลุ่มสตรีบ้านแม่กี้ดหลวง

Development of processed banana packaging for woman's group of Baan Mae Kurd Luang

นางสาวศิรินภา พรมมาแบน1* และ นางศศิธร ทองเปรมจิตต์2

Miss Sirinapa Prommaban1* and Mrs. Sasithorn Thongpremjit2

1,2, สาขาวิชาเทคโนโลยีการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

95 หมู่ 2 ถ.เชียงใหม่-ลาปาง ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300

1*ajsirinapa@gmail.com, เบอร์โทรศัพท์ 083-2063918

2ajgluay@gmail.com, เบอร์โทรศัพท์ 083-2000362

บทคัดย่อ

ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนของไทยยังขาดความรู้ความเข้าใจในด้านการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับช่องทางการตลาดและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆเพื่อจำหน่ายเป็นของฝากแก่นักท่องเที่ยว การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาแนวทางการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค และสร้างเป็นแม่แบบให้กลุ่มได้นำไปประยุกต์ใช้

ผลจากการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้งและกล้วยฉาบภายใต้ชื่อตราสินค้าแม่ละออ มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ซื้อเป็นของฝากประจำท้องถิ่น ตลาดกลุ่มลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจง (Niche Market) จึงได้นำเอาจุดเด่นของอัตลักษณ์ (Identity) สถาปัตยกรรมสถานที่ท่องเที่ยวมาปรับใช้ คือ"ประตูด่านพรมแดนแม่สอด - เมียวดี" ที่ตั้งอยู่บนยอดเขาติดชายแดนและกำหนดอัตลักษณ์โทนสี คือ สีเหลืองจำปา โดยทำการจัดวางกราฟิก 2 รูปแบบ เมื่อประเมินผลการออกแบบจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์และผู้ประกอบการ พบว่าทั้ง 2 กลุ่มให้คะแนนผลประเมินกราฟิกรูปแบบที่ 2 มากกว่ารูปแบบที่1 ผู้วิจัยจึงนำมาปรับใช้ให้เกิดเป็นธีม (Theme) เดียวกัน

ด้านวัสดุและโครงสร้างพบว่า บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) ควรเลือกใช้วัสดุที่สามารถยืดอายุการเก็บรักษาและสะดวกในการใช้งานอีกทั้งสัมพันธ์กับระดับ Position ทางการตลาด ฉะนั้น ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้งและกล้วยฉาบกรอบ ผู้ประกอบการสามารถเลือกใช้ประเภทถุงพลาสติกซึ่งขึ้นอยู่กับอายุการเก็บที่ต้องการ ดังนี้ ลามิเนทประเภทที่1 ชนิดใส มีอายุการเก็บ 3-6 เดือน ลามิเนทประเภทที่2 ถุงทึบที่มีอลูมิเนียมชั้นกลาง มีอายุการเก็บ 6-12 เดือน ลามิเนทประเภทที่3 ชนิดทึบที่มีอลูมิเนียมฟอยล์ (Aluminium foil) มีอายุการเก็บ 12-18 เดือน สามารถพิมพ์บนถุงโดยตรงหรือการพิมพ์บนสติกเกอร์ ส่วนผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้งนั้นจัดรวมหน่วยในบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) ทั้งหมด 10 ชิ้น น้ำหนักสุทธิ 250 กรัม มีลักษณะเป็นกล่องพับได้ (Folding Carton) รูปทรงจั่ว (Gable-Top) ใช้กระดาษดูเพล็กซ์ชนิดเคลือบ (Coated Duplex Board) อีกทั้งควรออกแบบกล่องให้มีการทิ้งร่องรอยการเปิดครั้งแรก (Tamper Evi-

dence) ส่วนด้านถุง Shopping bag ใช้กระดาษอาร์ตการ์ด 160 – 190 แกรม

คำสำคัญ: กล้วยแปรรูป, บรรจุภัณฑ์, กลุ่มสตรีบ้านแม่กื้ดหลวง

Abstract

Thai entrepreneurs are lack of knowledge and understanding on the use of packaging materials to suite for marketing and packaging design with local identities to distribute as souvenirs to tourists. This research aims to study product placement and packaging. To design and develop packaging to meet the needs of consumers. And to create an archetype for the group of entrepreneurs to apply.

The results of the study found that baked banana with honey and sweet banana crisps, under the brand: Mae La-or, focus on the main target who buy local souvenirs (Niche Market). The researchers therefore took the prominence of local identity i.e. the architectural tourism attraction. The “Mae Sod – Myawadee border gate” is located at the top of the mountain at the border. The identity colour scheme is yellow Champa (Thai flower). There are 2 forms of graphic designs. The evaluating result of the designs from 2 groups of the experts of packaging and entrepreneurs found that both groups figured the 2nd graphic design more than the 1st graphic design. The researchers had adapted them to be the same theme.

In terms of material and structure, the Individual Package should use materials that can extend the shelf life and ease of use, as well as the market position. Therefore, the entrepreneur is able to choose plastic bags that depends on the desired shelf life for baked banana with honey and sweet banana crisps as follows: Laminate Type 1 – transparent bags for 3 to 6 months shelf life, Laminate Type 2 – solid bags with aluminium in middle layer for 6 to 12 shelf life and Laminate Type 3 – solid bags with aluminium foil for 12 to 18 months shelf life. The graphic can be printed directly on the bag or printed on a sticker. The baked banana with honey is divided into 10 inner packages. Net weight is 250 grams in the folding carton with gable top. The package is made of Coated Duplex Board and is designed to leave the trace after the first opening (Tamper Evidence). The shopping bag is made of coated paper, 160 – 190 grams.

Keywords: processed banana, packaging, woman’s group of Baan Mae Kued Luang

1. บทนำ

กล้วยแปรรูปกลุ่มสตรีบ้านแม่กื้ดหลวงเริ่มต้นจากการรวมกลุ่มสตรีภายในชุมชน ที่ใช้เวลาว่างจากการประกอบอาชีพหลักมาทำอาชีพเสริม โดยนำกล้วยน้ำว้าพันธุ์มะลิอ่องซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ปลูกภายในชุมชนมาแปรรูปได้อย่างหลากหลาย เช่น กล้วยอบน้ำผึ้ง กล้วยสุกทอด กล้วยกรอบแก้ว กล้วยฉาบเค็มและกล้วยฉาบหวาน เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชน ต่อมาจึงจำหน่ายในตลาดท้องถิ่นและภายในจังหวัดภายใต้แบรนด์ “แม่ละออ” ปัจจุบันผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปหลายแบรนด์เริ่มมีการแข่งขันที่สูงขึ้น และต้องหาช่องทางการจัดจำหน่ายให้ตรงตามความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีไลฟ์สไตล์แตกต่างไปจากในอดีต โดยผู้บริโภคยุคปัจจุบันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมักคำนึงถึงความโดดเด่นสวยงามพร้อมกับประโยชน์หน้าที่ใช้สอย ความสะดวกสบาย เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การเพิ่มกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่แตกต่างไปจากเดิม จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ทำให้ยอดการจัดจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น เช่นการจำหน่ายเพื่อเป็นของขวัญและของฝาก ดังนั้นเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานจึงเกิดแนวคิดเลือกจากผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มที่มียอดขายดี คือ กล้วยอบน้ำผึ้งและกล้วยสุกทอด มาปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สามารถคุ้มครองปกป้องและช่วยเสริมตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) ให้แข็งแกร่งขึ้น ซึ่งจะเป็นตัวช่วยให้สอดคล้องกับรสนิยมตลาดกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีและกราฟิกที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนสอดคล้องกับข้อกฎหมายบนฉลากบรรจุภัณฑ์ประเภทอาหาร ซึ่งต้องมีข้อความที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยากำหนดไว้ ด้วยเหตุนี้ การวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาและวิเคราะห์ผู้บริโภค จุดแข็งจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ วัสดุที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางการวางตำแหน่งบรรจุภัณฑ์ (Packaging Positioning) ตลอดจนนำไปสู่กระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูปกลุ่มสตรีบ้านแม่กื้ดหลวงที่คำนึงทั้งทางด้านวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์และรูปแบบ ซึ่งบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของ “ต้นทุน” ถือว่าเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ควบคู่ไปกับความสัมพันธ์ระหว่างบรรจุภัณฑ์กับราคา เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันทางการตลาดอย่างยั่งยืนต่อไป

2.วัตถุประสงค์

2.1 ศึกษาแนวทางการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูปกลุ่มสตรีบ้านแม่กื้ดหลวง

2.2 ศึกษาแนวทางการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูปกลุ่มสตรีบ้านแม่กื้ดหลวงให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

2.3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูปกลุ่มสตรีบ้านแม่กื้ดหลวงเพื่อสร้างเป็นแม่แบบให้กลุ่มได้นำไปประยุกต์ใช้

3. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูปกลุ่มสตรีบ้านแม่กื้ดหลวง” โดยใช้บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือทางการตลาด เพื่อช่วยเพิ่มจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปให้มีอัตลักษณ์ผ่านการเล่าเรื่องราวบนบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นที่มาของการจดจำแบรนด์ (Brand)และสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภค โดยใช้หลักกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์

DuPuis and Silva (2008: 86 อ้างถึงใน ปฐวี ศรีโสภา, 2553: 14) ได้กล่าวถึง การสื่อสารอัตลักษณ์ลงบนสินค้า ที่นิยมใช้วิธีสื่อสารผ่าน ภาพ ข้อความโฆษณา ตราสัญลักษณ์ และสี ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อสื่อ

ถึงตัวตน จุดขายที่แตกต่างของสินค้า และการเน้นย้ำเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าด้วยตราสินค้า การแสดงตราสินค้าย่อย หรือสิ่งพิเศษในสินค้า และการนำเสนอจุดขาย

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

Ries and Trout (2515 อ้างถึงใน วรรณิสา สืบค้า, 2557: 6) กล่าวไว้ว่า การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการค้นหาพัฒนาและสื่อสารถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายให้มีการรับรู้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นเหนือกว่าหรือแตกต่างจากคู่แข่ง ตลอดจนเป็นการกำหนดขอบเขตของเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และกำหนดบุคลิกของผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสมอง ความคิด จิตใจของลูกค้า ทำอย่างไรผลิตภัณฑ์ของเราจึงจะครองใจลูกค้าได้ ในอดีตผลิตภัณฑ์มีไม่มากผู้บริโภคจึงไม่มีสิทธิ์เลือกซึ่งแตกต่างจากปัจจุบันที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ผลิตภัณฑ์ที่สามารถครองใจลูกค้าได้ จึงอยู่รอดในธุรกิจ (รังสรรค์ เลิศในสัตย์, 2549 อ้างถึงใน วรรณิสา สืบค้า, 2557: 6)

สมพงษ์ เฟื่องอารมณ์ (2550: 283) ได้กล่าวว่า การวางตำแหน่งบรรจุภัณฑ์ (Packaging Positioning) หมายถึง คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นผลิตภัณฑ์นั้น โดยจะต้องแตกต่างจากคู่แข่งเพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับเขา ซึ่งต้องคำนึงดังนี้ กลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านพฤติกรรม ตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ซึ่งจะทำให้สอดคล้องกับการกำหนดตำแหน่งบรรจุภัณฑ์ วัสดุและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตำแหน่งของบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งโดยนำมาเปรียบเทียบข้อดีข้อด้อยกับตำแหน่งของบรรจุภัณฑ์เรา

3.3 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์

มยุรี ภาคลำเจียก (2556) ได้กล่าวถึงการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์ เทคโลโลยี และศิลปะมาประยุกต์ใช้กับบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สามารถทำหน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์ (ป้องกันความเสียหาย และรักษาคุณภาพของสินค้า จากแหล่งผลิตจนถึงจุดขาย) และทำหน้าที่เสริมเชิงการตลาด (ให้ความสะดวกในการใช้ มีความสวยงาม และส่งเสริมการขาย) ได้อย่างสมบูรณ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การออกแบบโครงสร้างและการออกแบบกราฟิก

3.3.1) การออกแบบโครงสร้าง หมายถึง การกำหนดแบบของบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวกับวัสดุ รูปแบบ รูปทรง ขนาด สมบัติ วิธีการบรรจุ การเปิด และปิดใช้ใหม่ (ถ้ามี) เป็นการออกแบบที่อาศัยความรู้ทางวิทยาศาสตร์และวิศวกรรม ซึ่งมีกระบวนการวิจัยและทดสอบเป็นขั้นสอน เพื่อให้โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่หลักได้อย่างสมบูรณ์สามารถแปรรูปและขึ้นรูปในเชิงอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และในราคาต้นทุนที่เหมาะสม

วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ต้องป้องกันการซึมผ่านของออกซิเจนและความชื้นได้ดี วัสดุที่ป้องกันการซึมผ่านของออกซิเจนปานกลางถึงต่ำมักนิยมใช้กับอาหารที่มีอายุการเก็บไม่สูง (ดังตารางที่1)

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบค่า WVTR และค่า OTR ระหว่างฟิล์มแก้วกับลามิเนตทั้ง 3 ประเภท เพื่อทำถุงมาตรฐาน

3.3.2) การออกแบบกราฟิก หมายถึง การสื่อความหมายด้วยการสร้างสรรค์ความคิดการนำองค์ประกอบของรูปภาพ ลวดลาย สัญลักษณ์ ตัวอักษร สี และรูปทรงพิเศษ มาสร้างภาพลักษณ์ภายนอกของบรรจุภัณฑ์ โดยอาศัยความรู้ทางศิลปะ นำมาถ่ายทอดให้เกิดความเข้าใจในอันที่จะส่งผลทางด้านจิตวิทยาต่อผู้อุปโภคบริโภค เพื่อส่งผลในการตอบสนองต่อ การดึงดูดความสนใจ, การให้มโนภาพถึงสรรพคุณ และประโยชน์ของ

ผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน, การกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำผลิตภัณฑ์ผู้ผลิตและตราสินค้า (brand) ของผลิตภัณฑ์ เช่นเดียวกับการออกแบบศิลปะท้องถิ่น ที่เป็นการศึกษาเพื่อหาสิ่งที่สามารถสะท้อนถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น เช่น จากคำขวัญ ประจำจังหวัด ประเพณีต่างๆ โดยนำมาใช้สะท้อนภาพลักษณ์ของท้องถิ่นลงบนบรรจุภัณฑ์สำหรับส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่น เพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยวให้ซื้อกลับไปเป็นของฝาก และการใช้รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่สื่อความหมายเพื่อเป็นของฝาก (ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541 : 205)

3.4 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด

กลยุทธ์การตลาด คือการนำช่องทางการจัดจำหน่ายและสภาวะคู่แข่งขันมาเป็นแนวความคิดในการออกแบบให้สนองกับจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ ด้วยเหตุนี้ในแง่ของนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบอาจเขียนเป็นสมการออกแบบ ดังนี้

(ปุ่น คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541 : 179) การออกแบบ = คำบรรยาย + สัญลักษณ์ + ภาพพจน์

ฟิล์มพลาสติกที่ทำถุง	ค่าประมาณ WVTR (ก./ตร.ม.วัน)	ค่าประมาณ OTR (ลบ.ซม./ตร.ม.วัน)
ฟิล์มแก้ว (CPP)	7	3000
ลามิเนตประเภทที่1 PET 12/MPET 12/LLDPE 80	4	70
ลามิเนตประเภทที่2 PET 12/MPET 12/LLDPE 60	2	4
ลามิเนตประเภทที่3 PET 12/AL 9/PA 15/CPP 70	0.3	0.3

Design = Words + Symbols + Image ดังรายละเอียดดังนี้

1) มีรูปแบบที่สวยงามโดดเด่นสะดุดตา

2) มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นที่แตกต่างจากสินค้าจากแหล่งอื่น

3) มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้าที่ครบถ้วนและชัดเจน

4) มีเครื่องหมายมาตรฐาน และสัญลักษณ์ต่างๆ ระบุไว้บนฉลาก

ชัยรัตน์ อัศวางกูร (2548) ได้กล่าวถึง หลักการวิเคราะห์กระบวนการทางการตลาดบนบรรจุภัณฑ์ (Marketing) ที่นักออกแบบสามารถนำมาใช้ประกอบการพิจารณาในการออกแบบนั้น อาจเลือกใช้วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลการตลาด (3C), กำหนดตลาดกลุ่มเป้าหมาย (STP) หรือกำหนดกลยุทธทางการตลาด (4P)

4.วิธีการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาอัตลักษณ์เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความแตกต่างจากท้องตลาดและคู่แข่ง

ดำเนินการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านแม่กื้ดหลวง อัตลักษณ์ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก แหล่งที่มาของวัตถุดิบและทรัพยากร สถานที่ท่องเที่ยว ความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับด้านการตลาดรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม และรายละเอียดของบรรจุภัณฑ์คู่แข่งในท้องถิ่น เพื่อวางตำแหน่งการขายของสินค้า (product positioning) และวางตำแหน่งบรรจุภัณฑ์ (packaging positioning) ให้สนองต่อความต้องการทางการตลาด เช่น จุดเด่น-จุดด้อยของแบรนด์, ระดับทางการตลาด, ช่องทางการตลาดที่จัดจำหน่าย, คุณลักษณะกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคหลักและรอง, จุดเด่นของ

ผลิตภัณฑ์ และต้นทุนหมุนเวียนหรือทรัพยากร โดยการสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ประกอบการ ด้วยเครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) โดยมีเนื้อหาและจุดมุ่งหมายตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนในการพัฒนาและออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

2.1 ดำเนินการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สมบัติทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ สาเหตุเสื่อมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อการเลือกใช้วัสดุและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันการเสื่อมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ข้อมูลด้านการขนส่งและการจัดจำหน่าย เพื่อให้บรรจุภัณฑ์สามารถลำเลียงและขนส่งจากแหล่งผลิตจนถึงมือผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 กำหนดรูปแบบ รูปทรงและมิติบรรจุภัณฑ์

2.3 ศึกษาสมบัติวัสดุบรรจุภัณฑ์และกำหนดวัสดุในแต่ละรูปแบบของบรรจุภัณฑ์

2.4 เสนอแบบร่าง (sketch) ให้กับผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญเพื่อเลือกโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

2.5 นำแบบร่างที่เลือกมาจัดทำ drawing ที่ระบุมิติที่สำคัญ

2.6 พัฒนาแบบร่างด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator, Adobe Photoshop และโปรแกรม SketchUp

2.7 จัดทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบด้านโครงสร้างโดยใช้วัสดุที่กำหนดตามแบบร่าง

2.8 ประเมินในด้านราคาของบรรจุภัณฑ์และความสามารถในการผลิตของผู้ประกอบการ

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนในการพัฒนาและออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์

3.1 ดำเนินการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเลือกใช้เครื่องมือทางการตลาดอย่างง่ายคือ 3C ได้แก่ Company เราคือใคร? ค้นหาโอกาส จุดแข็งหรือข้อด้อยเพื่อนำมาใช้ในการเสริมความได้เปรียบ, Costomer ใครคือลูกค้าเรา? พฤติกรรมการบริโภค รสนิยมเพื่อออกแบบให้โดนใจกลุ่มเป้าหมาย และCompetitor คู่แข่งของเราคือใคร? พิจารณาจุดเด่นจุดด้อยของแต่ละรายคู่แข่ง โทนสีที่ใช้คือสีเหลืองของน้ำผึ้งและสีเขียวเหลืองของกล้วย ได้นำมาจากอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และยังเป็นการสื่ออารมณ์ของสีซึ่งส่งผลต่อมุมมองและพฤติกรรมของมนุษย์ จึงใช้โทนสีร้อนรวมถึงสีตรงข้ามอย่างสีเขียว ที่ให้ความรู้สึกมีรสชาติ มีชีวิตชีวา สนุกรื่นเริง และกลุ่มสีนี้ยังดูโดดเด่นสะดุดตาชวนให้ลิ้มลอง (ชัยรัตน์, 2548)

3.2 ศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์คู่แข่งหรือสินค้าจากชุมชนอื่นในจังหวัดตาก เพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่แตกต่างด้วยการเลือกใช้โทนสีและกราฟิกบรรจุภัณฑ์

3.3 เสนอแบบร่าง (sketch) ให้กับผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญเพื่อเลือกกราฟิกบรรจุภัณฑ์

3.4 พัฒนาแบบร่างด้วยโปรแกรม Adobe Illustrator, Adobe Photoshop และโปรแกรม SketchUp

3.5 จัดทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบเพื่อนำไปประเมินและเลือกต้นแบบกราฟิก

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์และเลือกต้นแบบบรรจุภัณฑ์

ใช้วิธีการวิเคราะห์และเลือกต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมเพื่อสร้างเป็นต้นแบบให้กลุ่มผู้ประกอบการได้นำไปประยุกต์ใช้ โดยรูปแบบการวิจัยสนทนากลุ่ม (focus group discussion) และในส่วนด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ได้ใช้แบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์สรุปผล โดยนำแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีกราฟิกทั้ง 2 รูปแบบ ส่วนด้านการเลือกใช้วัสดุโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในแต่ละรูปแบบได้เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียหรือข้อจำกัดของวัสดุบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท โดยอ้างอิงทฤษฎีจากคู่มือบรรจุภัณฑ์มาตรฐานสำหรับผู้ประกอบการอาหาร SME (มยุรี

ภาคลำเจียก, 2560) ซึ่งขึ้นอยู่กับราคาขาย ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ อายุการเก็บของผลิตภัณฑ์ วิธีการบรรจุ ตลาดเป้าหมาย ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วยอาจารย์นักวิชาการ และตัวแทนผู้นำกลุ่มสตรีบ้านแม่กื้ดหลวง จำนวนทั้งหมด 8 ท่าน จากนั้นนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสนทนาและแบบสอบถามมาสรุปผลโดยใช้สถิติวิเคราะห์ แล้วนำมาเรียบเรียงและนำเสนอในรูปแบบการบรรยาย

5. ผลการวิจัย

1. ผลจากการศึกษาแนวทางการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูปกลุ่มสตรีบ้านแม่กื้ดหลวง พบว่า ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้งและกล้วยฉาบภายใต้ชื่อตราสินค้าแม่ละออ มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ซื้อเป็นของฝากเมื่อมาเที่ยวในท้องถิ่นอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เช่น นักท่องเที่ยวที่มาในลักษณะครอบครัว รองลงมาเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่เป็นวัยรุ่นที่ชอบรับประทานของว่างขนมขบเคี้ยว ในด้านตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ได้นำผลิตภัณฑ์คู่เทียบแบรนด์ “ปิยะรส” อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก มาเปรียบเทียบข้อดีข้อด้อยของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ระดับทางการตลาดซึ่งเดิมทางกลุ่มผู้ประกอบการมุ่งเน้น ตลาดลูกค้าทั่วไป (Mass Market) มีรูปแบบและมาตรฐานเดียว จะไม่เป็นที่จดจำของลูกค้าและขาดอัตลักษณ์โดยเฉพาะโทนสีและกราฟิกบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีความแตกต่างจากท้องตลาดทั่วไป จึงควรสร้างตลาดกลุ่มลูกค้าเฉพาะเจาะจง (Niche Market) โดยมีการปรับเปลี่ยนตามสภาพสังคม อย่างกลุ่มรสนิยมชื่นชอบสินค้าที่เกี่ยวข้องกับคาร์แรกเตอร์ตัวการ์ตูน ซึ่งเน้นการออกแบบเพื่อตอบสนองลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้ตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างนักท่องเที่ยวที่ซื้อเป็นของฝาก ฉะนั้นวัสดุและการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการตลาดซึ่งเน้นการยืดอายุการเก็บรักษา

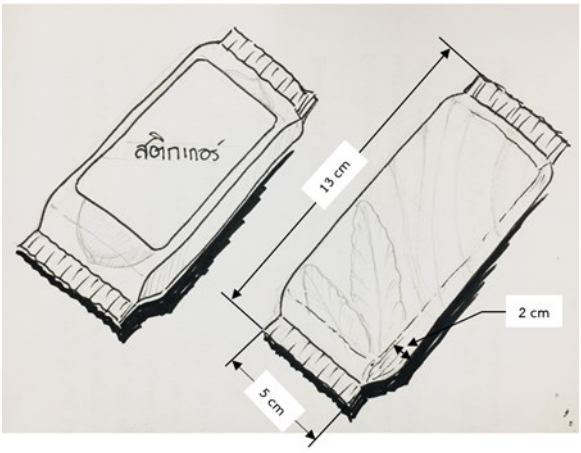
ดังนั้นการศึกษาแนวทางการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จึงต้องกำหนดขอบเขตของเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และกำหนดบุคลิกของผลิตภัณฑ์ให้เหนือกว่าหรือแตกต่างจากคู่แข่ง (วรรณิสา สืบค้า, 2557: 6) สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านอารมณ์และความรู้สึกของโทนสีที่เป็นอัตลักษณ์ในการออกแบบและเลือกใช้วัสดุโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถยืดอายุการเก็บรักษาให้เหมาะสมกับช่องทางการจำหน่าย

2. ผลจากการศึกษาแนวทางการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูปกลุ่มสตรีบ้านแม่กื้ดหลวงเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

2.1 การประเมินโครงสร้างและการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปจากกลุ่มสตรีบ้านแม่กื้ดหลวง ได้แก่ กล้วยอบน้ำผึ้งและกล้วยฉาบเดิมใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม ทำให้ผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บสั้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องปรับปรุงเพื่อให้สามารถยกระดับของสินค้าและสามารถแข่งขันได้ในยุคการค้าที่มีการแข่งขันสูง ซึ่งผู้วิจัยได้ยึดหลักการประเมินโครงสร้างและการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ โดยอ้างอิงทฤษฎีจากคู่มือบรรจุภัณฑ์มาตรฐานสำหรับผู้ประกอบการอาหาร SME (มยุรี ภาคลำเจียก, 2560) ดังนี้

2.1.1 ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง ทางกลุ่มได้ใช้กล้วยน้ำว้าพันธุ์มะลิอ่องที่ปลูกเองในท้องถิ่นมาแปรรูปด้วยแหล่งปลูกที่อุดมสมบูรณ์จึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์แม่ละออมีความแตกต่างจากคู่แข่ง กล้วยอบน้ำผึ้งจะมีความเหนียวนุ่ม แต่ด้วยลักษณะการเสื่อมสภาพของกล้วยอบน้ำผึ้งเมื่อเก็บรักษาไว้ระยะเวลาหนึ่ง คือการเกิดเชื้อรา ดังนั้นความต้องการทางบรรจุของผลิตภัณฑ์ชนิดนี้คือการบรรจุในสภาวะไร้อากาศและป้องกันการซึมผ่านความชื้นได้ดี

- บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง เดิมทางกลุ่มผู้ประกอบการเน้นกลุ่มลูกค้าทั่วไป (Mass Market) โดยมีบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย ทั้งหมด 10 ชิ้น ซึ่งถุงทำจากพลาสติก PP ชนิดใส ปิดผนึกด้วยความร้อน ซึ่งทั้งหมดบรรจุในกล่องรวมหน่วย(Inner Package) น้ำหนักสุทธิ 250 กรัม พลาสติกแต่ละชนิดมีสมบัติและการใช้งานแตกต่างกันไป เนื่องจากถุงที่ทำมาจากพลาสติกชั้นเดียวไม่สามารถให้สมบัติที่ต้องการได้อย่างครบถ้วน คือไม่สามารถป้องกันความชื้นและการซึมผ่านของก๊าซออกซิเจนได้ดีพอ ดังนั้น บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package) จึงส่งผลให้กล้วยอบน้ำผึ้งมีอายุการเก็บได้ไม่เกิน 10 วัน ฉะนั้นจึงเหมาะกับการจัดจำหน่ายในกลุ่มตลาดเดิมหรือขายหมดภายในระยะอันสั้น บรรจุภัณฑ์ที่ต้องการยืดอายุผลิตภัณฑ์ควรมีการนำพลาสติกต่างชนิดกันมาประกบเข้าด้วยกัน หรือใช้พลาสติกประกบกับวัสดุอื่น อย่างแผ่นเปลวอลูมิเนียม (Aluminium Foil) กลายเป็นฟิล์มพลาสติกหลายชั้น เรียกว่า ลามิเนต (Laminate) ใช้ทำถุงที่สามารถให้สมบัติต่างๆเพิ่มขึ้นมากกว่าฟิล์มพลาสติกชั้นเดียว อีกทั้งยังเหมาะแก่การจำหน่ายตลาดลูกค้าเฉพาะเจาะจง (Niche Market) นักท่องเที่ยวที่ซื้อเป็นของฝาก จากการศึกษาความต้องการทางการบรรจุของกล้วยอบน้ำผึ้ง มีแนวทางการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย 3 แนวทางคือ แนวทางที่1 ถุงลามิเนตประเภทที่1 ถุงใสสามารถป้องกันไอน้ำและก๊าซออกซิเจนได้ดีปานกลาง มีอายุการเก็บนานพอควรประมาณ 3-6 เดือน ผลิตจากฟิล์มพลาสติกใสประกบ 2 ชั้น ใช้วิธีพิมพ์ฉลากบนสติกเกอร์ติดลงบนถุง แนวทางที่2 ถุงลามิเนทประเภทที่2 ชนิดทึบสามารถป้องกันไอน้ำและก๊าซออกซิเจนได้ดีมาก ผลิตจากฟิล์มพลาสติกใสประกบ 3 ชั้น ฟิล์มชั้นนอกและชั้นในเป็นฟิล์มพลาสติกใส ส่วนชั้นกลางเป็นฟิล์ม PET ที่เคลือบด้วยไอของอลูมิเนียม มีอายุการเก็บนานมากประมาณ 6-12 เดือน แนวทางที่3 ถุงลามิเนทประเภทที่3 ชนิดทึบสามารถป้องกันไอน้ำและก๊าซออกซิเจนได้ดีมากๆ และสามารถทนต่อสภาวะการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนผลิตจากฟิล์มพลาสติกและ Aluminium foil ประกบ 5 ชั้น ทุกชั้นเป็นฟิล์มพลาสติกใส ยกเว้นชั้นที่2 ซึ่งคือ Aluminium foil ที่มีความทึบ มีอายุการเก็บนานมากประมาณ 12-18 เดือน ซึ่งทางเลือกที่2-3 สามารถพิมพ์บนถุงโดยตรงหรือการพิมพ์บนสติกเกอร์



รูปที่1 ลักษณะบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง

(A ภาพร่างที่ได้จากการร่างแบบจากแนวความคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยกล้วยอบน้ำผึ้ง)

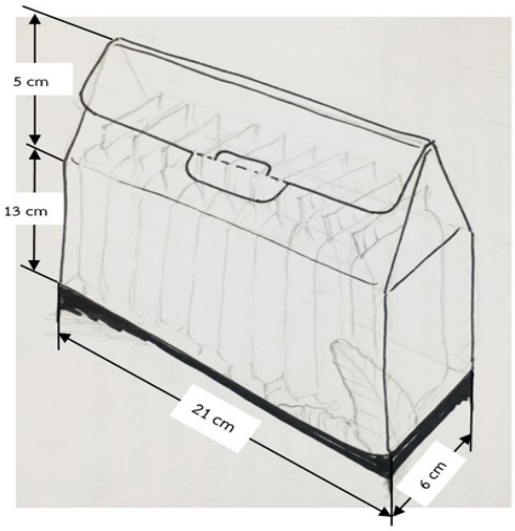
รูปที่2 ลักษณะบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง

(B ภาพบรรจุภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้งที่ผ่านการออกแบบทำจากวัสดุฟิล์มพลาสติกและ Aluminium foil)

- บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package)

ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้งจัดรวมหน่วยในบรรจุภัณฑ์ชั้นใน ทั้งหมด 10 ชิ้น น้ำหนักสุทธิ 250 กรัม มีลักษณะเป็นกล่องพับได้ (Folding Carton) รูปทรงจั่ว (Gable-Top) ซึ่งหน้าที่หลักคือป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์จากแรงกระทบกระเทือนและอำนวยความสะดวกแก่การจำหน่าย ผู้วิจัยได้แนะนำชนิดกระดาษแข็งที่นิยมใช้ทำกล่องบรรจุอาหารที่มีความเหมาะสม คือ กระดาษดูเพล็กซ์ชนิดเคลือบ (Coated Duplex Board) ซึ่งเป็นกระดาษที่ชั้นบนเป็นเยื่อกระดาษที่ฟอกขาว ชั้นล่างลงมาเป็นเยื่อเศษกระดาษ ผิวบนเป็นสีขาวและมีผิวล่างเป็นสีเทาหรือสีน้ำตาลอ่อน (กระดาษขาวเทา) ควรB

รูปที่4 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ชั้นใน



ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง ด้านหน้า

(B ภาพบรรจุภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้งที่ผ่านการออกแบบ

ทำจากวัสดุกระดาษดูเพล็กซ์ชนิดเคลือบ ด้านหน้า)

เลือกชนิดเคลือบที่ผิวบนเพื่อให้มีผิวเรียบและเหมาะกับการพิมพ์ อีกทั้งควรออกแบบกล่องให้มีการทิ้งร่องรอยการเปิดครั้งแรก (Tamper Evidence)

A

รูปที่3 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ชั้นในผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง

(A ภาพร่างที่ได้จากการร่างแบบจากแนวความคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นในกล้วยอบน้ำผึ้ง)

B

รูปที่4 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ชั้นใน ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง ด้านหน้า

(B ภาพบรรจุภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้งที่ผ่านการออกแบบทำจากวัสดุกระดาษดูเพล็กซ์ชนิดเคลือบ ด้านหน้า)

C

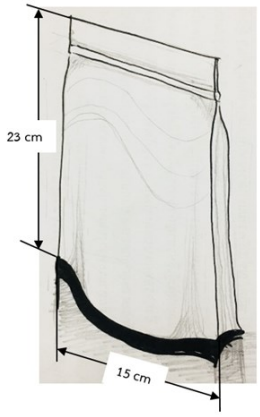
รูปที่5 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ชั้นใน ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง ด้านหลัง

(C ภาพบรรจุภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้งที่ผ่านการออกแบบทำจากวัสดุกระดาษดูเพล็กซ์ชนิดเคลือบ ด้านหลัง)

2.1.2 ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบกรอบ ตราแม่ละอองมีลักษณะเป็นแผ่นบางและกรอบ จัดเป็นอาหารขบเคี้ยวที่มีความเปราะ แตกหักง่าย และมีไขมันสูง ดังนั้นบรรรจุภัณฑ์ที่ใกล้ชิดผลิตภัณฑ์มากที่สุดจึงต้องป้องกันการแตกหักของสินค้าได้ดี และป้องกันการซึมผ่านของอากาศได้ดี เพื่อป้องกันการเหม็นหืนของผลิตภัณฑ์

- บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบกรอบ น้ำหนักสุทธิ 200 กรัม ด้วยผลิตภัณฑ์มีลักษณะเป็นแผ่นกรอบหากเกิดการกดทับในระหว่างการขนส่งอาจทำให้สูญเสียรูปทรงซึ่งไม่น่ารับประทาน ฉะนั้นถุงฟิล์มที่ใช้ต้องสามารถป้องกันการแตกหักของผลิตภัณฑ์รวมถึงป้องกันไอน้ำและก๊าซออกซิเจนเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาตามความต้องการ จากการศึกษาความต้องการทางการบรรจุของกล้วยฉาบกรอบ มีแนวทางการเลือกใช้วัสดุบรรจุเฉพาะหน่วย 2 แนวทางคือ แนวทางที่1 เหมาะสำหรับการจำหน่ายในช่วงระยะเวลาที่สั้น สามารถใช้ถุงฟิล์มพลาสติกชั้นเดียว CPP (Cast Polypropylene Films) ใส หรือ “ฟิล์มแก้ว” ปิดผนึกด้วยความร้อน พิมพ์ฉลากบนสติกเกอร์ติดลงบนถุง ราคาถูก หาซื้อได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดในด้านการป้องกันไอน้ำและก๊าซออกซิเจนต่ำจึงเน้นการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ในระยะสั้น และแนวทางที่2 เน้นการจัดเก็บที่นานขึ้นโดยใช้ถุงที่เป็นวัสดุลามิเนทที่สามารถมีอายุการเก็บได้นานตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป เช่น ถุงลามิเนตประเภทที่1 ขึ้นรูปแบบ standing pouch มีสมบัติคือสามารถเก็บรักษาได้นานพอควร 3-6 เดือน ใช้วิธีพิมพ์ฉลากบนสติกเกอร์ ถุงลามิเนทประเภทที่2 ขึ้นรูปแบบ standing pouch ซึ่งสามารถพิมพ์บนถุงโดยตรงหรือพิมพ์บนสติกเกอร์เช่นเดียวกับถุงลามิเนทประเภทที่3 ส่วนถุงลามิเนทประเภทที่2 มีสมบัติการเก็บรักษาได้นานประมาณ 6-12 เดือน และถุงลามิเนทประเภทที่3 เก็บรักษาได้นานประมาณ 12-18 เดือน

A



รูปที่6 ภาพร่างบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบกรอบ (A ภาพร่างที่ได้จากการร่างแบบจากแนวความคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบกรอบ)

B

รูปที่7 ลักษณะบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบกรอบ (B ภาพบรรจุภัณฑ์กล้วยฉาบกรอบที่ผ่านการออกแบบทำจากวัสดุฟิล์มพลาสติกและ Aluminium foil)

A B

รูปที่8 ลักษณะถุง Shopping bag (A และ B ภาพร่างที่ได้จากการร่างแบบจากแนวความคิดการออกแบบถุง Shopping bag)

2.2 การพัฒนาและออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์

2.2.1 ที่มาการสร้างอัตลักษณ์ของกราฟิกบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด

จากการศึกษาความเป็นตัวตนของผลิตภัณฑ์โดยค้นหาจากเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อ.แม่สอด จ.ตาก ซึ่งเป็น อัตลักษณ์ (Identity) ที่มีอยู่แล้วตามธรรมชาติ แหล่งภูมิศาสตร์ สถาปัตยกรรม มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบกล่องพับได้ (Folding Carton) รูปทรงจั่ว (Gable -Top) ซึ่งกราฟิกบรรจุภัณฑ์ได้นำเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว อ.แม่สอด จากผลการศึกษาวิจัย คือ รูปแบบสถาปัตยกรรม “ประตูด่านพรมแดนแม่สอด – เมียวดี” อีกทั้งบ่งบอกถึงภูมิศาสตร์ที่ตั้งอยู่บนยอดเขาเปรียบเสมือนขุมทองการค้าของชาวแม่สอดที่เป็นประตูสู่เมือง “นครแม่สอด” ซึ่งเป็นอำเภอเล็กๆที่อยู่ติดชายแดน และเปี่ยมไปด้วยเสน่ห์ทั้งแหล่งท่องเที่ยวและเมืองเศรษฐกิจที่มีการค้าขายข้ามชายแดนระหว่างแม่สอดกับพม่า (ศศิธร, 2561) กำหนด อัตลักษณ์สี คือ สีเหลืองจำปา (Champa) รหัสสี T3060 ค่าสี CMYK คือ C 5 M 40 Y 100 K 0 อ้างอิงจาก Thai Tone Color (ดร.ไพโรจน์ พิทยเมธี อาจารย์ประจำภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

รูปที่9 อัตลักษณ์ของกราฟิกบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง

2.2.2 การจัดองค์ประกอบของกราฟิกกล้วยอบน้ำผึ้ง

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายฉลากบนบรรจุภัณฑ์อาหาร โดยนำมาจัดวางองค์ประกอบกราฟิก ซึ่งประกอบไปด้วย ตราสินค้า(Brand Name), ชื่อผลิตภัณฑ์(Product Name), จุดขาย ข้อความประชาสัมพันธ์ รายละเอียดสินค้า, ขนาดบรรจุ, เครื่องหมายรับรองคุณภาพ, ผู้ผลิต, วันผลิต/วันหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน

การจัดวางกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบการจัดองค์ประกอบ 2 รูปแบบ โดยการนำทฤษฎีกระบวนการทางตลาดบนบรรจุภัณฑ์มาใช้ประกอบในการออกแบบ

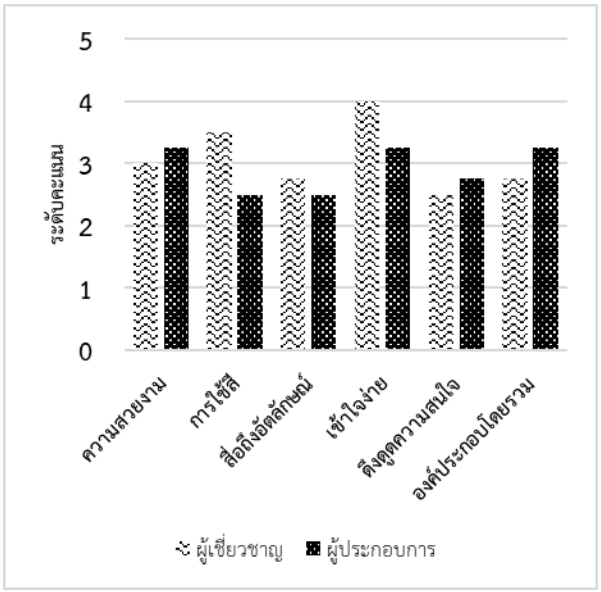
รูปที่10 การจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย
ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง รูปแบบที่**1**

รูปที่11 การจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย
ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง รูปแบบที่**2**

การประเมินความคิดเห็นต่อกราฟิกของบรรจุภัณฑ์

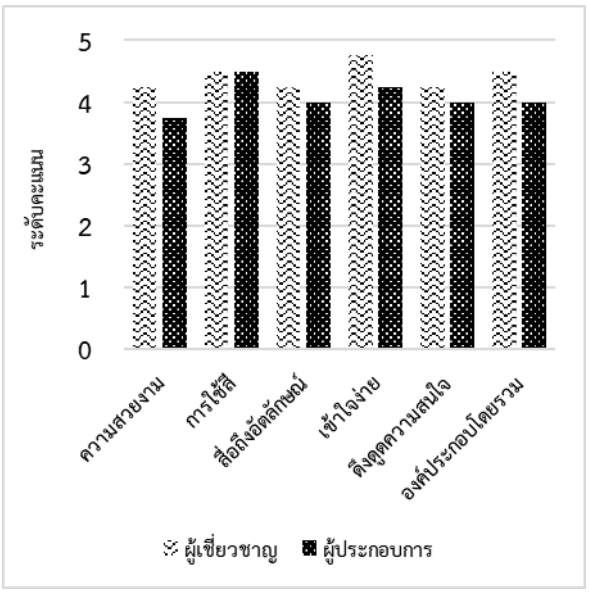
ผลการประเมินที่มีต่อการจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่1 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญได้ให้คะแนนด้านความเข้าใจง่าย มากที่สุด (4 คะแนน) รองลงมาคือ การใช้สี ความสวยงาม สื่อถึงอัตลักษณ์ องค์ประกอบโดยรวม และดึงดูดความสนใจตามลำดับ ส่วนผู้ประกอบการได้ให้คะแนนด้านความสวยงาม เข้าใจง่าย และองค์ประกอบโดยรวมมากที่สุด (3.25 คะแนน) รองลงมาคือ ดึงดูดความสนใจ การใช้สี และสื่อถึงอัตลักษณ์ตามลำดับ (รูปที่ 12)

ผลจากการประเมินที่มีต่อการจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่2 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญได้ให้คะแนนด้านความสวยงาม มากที่สุด (4.75 คะแนน) รองลงมาคือ ด้านการใช้สี องค์ประกอบโดยรวม สื่อถึงอัตลักษณ์ เข้าใจง่าย ดึงดูดความสนใจตามลำดับ ส่วนผู้ประกอบการได้ให้คะแนนด้านการใช้สีมากที่สุด (3.25 คะแนน) รองลงมาคือ ด้านความเข้าใจง่าย สื่อถึงอัตลักษณ์ ดึงดูดความสนใจ องค์ประกอบโดยรวมตามลำดับ (รูปที่ 13)

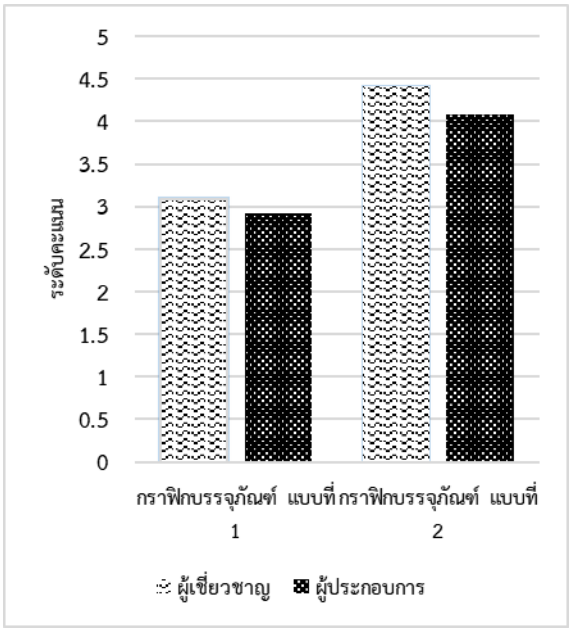


รูปที่12 ผลประเมินการจัดองค์ประกอบกราฟิก

บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยกล้วยอบน้ำผึ้งรูปแบบที่1



รูปที่13 ผลประเมินการจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยกล้วยอบน้ำผึ้งรูปแบบที่ 2



รูปที่14 ผลประเมินภาพรวมที่มีต่อการจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยกล้วยอบน้ำผึ้งทั้ง 2 รูปแบบ

เมื่อประเมินภาพรวมความรู้สึกของผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการที่มีต่อการจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ทั้ง 2 รูปแบบ พบว่า กราฟิกบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่1 เฉลี่ยแล้วผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนโดยรวม 3.08 คะแนน ผู้ประกอบการให้ 2.92 คะแนน และกราฟิกบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่2 ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนโดยรวม 4.42 คะแนน ส่วนผู้ประกอบการให้ 4.08 คะแนน ฉะนั้นทั้งผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการให้คะแนนการจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่2 มากกว่าแบบที่1 (รูปที่ 14)

6. อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการศึกษาหาแนวทางการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเสนอทางเลือกด้านการใช้วัสดุโครงสร้างบรรจุภัณฑ์พร้อมทั้งออกแบบกราฟิกที่ดึงเอาอัตลักษณ์ของสถาปัตกรรมท้องถิ่นของ อ.แม่สอด จ.ตาก มาใช้ในการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคและสร้างเป็นแม่แบบให้ทางกลุ่มได้นำไปประยุกต์ใช้ทั้งในรูปแบบการผลิตระบบอุตสาหกรรม (Mass) ในอนาคต และในรูปแบบ On demand สำหรับมียอดสั่งผลิตจำนวนน้อย ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual Package)

- ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง บรรจุ 1 ชิ้น/ซอง นำเสนอแนวทางการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ 3 แนวทาง คือ ถุงลามิเนตประเภทที่1, 2 และประเภทที่ 3 วัสดุที่มี

ความเหมาะสมในด้านการป้องกันการเสื่อมสภาพของกล้วยอบน้ำผึ้งคือการเกิดเชื้อรา จึงเป็นถุงลามิเนตประเภทที่3 ฟิล์มพลาสติกและ Aluminium foil เนื่องจากเป็นการบรรจุในสภาวะไร้อากาศและป้องกันการซึมผ่านความชื้นได้ดี

- ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบกรอบ น้ำหนักสุทธิ 200 กรัม/ซอง เสนอแนวทางการเลือกใช้วัสดุบรรจุ 2 แนวทาง คือใช้ถุงฟิล์มพลาสติกชั้นเดียว CPP (Cast Polypropylene Films) ใส หรือ “ฟิล์มแก้ว” และแนวทางที่2 เน้นการจัดเก็บที่นานขึ้นโดยใช้ถุงที่เป็นวัสดุลามิเนทที่สามารถมีอายุการเก็บได้นานตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป ฉะนั้นขนมขบเคี้ยวที่มีความกรอบจึงควรใช้ถุงลามิเนตประเภทที่3 เนื่องจากสามารถป้องกันการซึมผ่านของอากาศได้ดีซึ่งเป็นที่มาและสาเหตุของการเหม็นหืน **และ**ผลการวิจัยได้สอดคล้องกับคู่มือบรรจุภัณฑ์มาตรฐานสำหรับผู้ประกอบการอาหาร SME (มยุรี ภาคลำเจียก, 2560 : 14) กล่าวว่าบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยที่ส่งผลต่ออายุการเก็บมากที่สุดจึงควรคำนึงและเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ อายุการเก็บที่ต้องการ วิธีการบรรจุ ความสะดวกในการใช้ ความสวยงามเมื่ออยู่บนชั้นวางขาย ระบบในการขนส่งจำหน่าย พฤติกรรมของผู้บริโภค และตลาดเป้าหมาย

2. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package)

- ผลิตภัณฑ์กล้วยอบน้ำผึ้ง บรรจุ 10 ชิ้น น้ำหนักสุทธิ 250 กรัม/กล่อง มีลักษณะเป็นกล่องพับได้ (Folding Carton) รูปทรงจั่ว (Gable-Top) กระดาษดูเพล็กซ์ชนิดเคลือบ (Coated Duplex Board) มีลักษระผิวเรียบและเหมาะกับการพิมพ์เพื่อความสวยงาม อีกทั้งออกแบบกล่องให้มีการทิ้งร่องรอยการเปิดครั้งแรก (Tamper Evidence) ส่วนการจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ มี 2 รูปแบบ ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการให้คะแนนการจัดองค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2 มากกว่าแบบที่1 ดังนั้นเมื่อได้ตีมและโทนสีในการออกแบบกราฟิกทางผู้ประกอบการสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับบรรจุภัณฑ์แม่ละออเพื่อให้เกิดอัตลักษณ์และเป็นที่จดจำ

3. ถุงกระดาษสำหรับการจำหน่ายสินค้า บรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่าย ถุง Shopping bag ใช้กระดาษอาร์ตการ์ด 160 – 190 แกรม เป็นกระดาษที่เหมาะสำหรับงานพิมพ์ที่เน้นคุณภาพและเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มสามารถจำหน่ายตลาดลูกค้าเฉพาะเจาะจง (Niche Market) ด้านเทคนิคการออกแบบกราฟิกได้แสดงถึงอัตลักษณ์ (Identity) ท้องถิ่น โดยเป็นการส่งเสริมการขายของสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่นนั้นๆและเสนอแก่นักท่องเที่ยวให้ซื้อกลับไปเป็นของฝาก

7. สรุป

แนวทางการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ตอบโจทย์ตลาดเป้าหมายเฉพาะเจาะจง (Niche Market) ควรนำเทคนิคการออกแบบทั้งโครงสร้างและกราฟิกที่แสดงถึงอัตลักษณ์ (Identity) ท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายของสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่นและเสนอแก่นักท่องเที่ยวให้ซื้อกลับไปเป็นของฝากประจำอำเภอหรือจังหวัดนั้นๆ เช่นกรณี ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปมีเหมือนกันทุกจังหวัดทุกพื้นที่ แต่สิ่งที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ถึงความถึงอัตลักษณ์ (Identity) ท้องถิ่นนั้นๆ ได้แก่ แหล่งปลูก อัตลักษณ์ของท้องถิ่น ภูมิศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ดังนั้นการออกแบบจึงจำเป็นต้องดึงอัตลักษณ์มาใช้ให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งต่างท้องถิ่นหรือจังหวัดอื่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความการต้องซื้อของฝากกลับไปทุกครั้งที่มาเยือนถึงถิ่น

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยครั้งนี้ไปใช้โดยทางกลุ่มสตรีบ้านแม่กื๊ดหลวงสามารถนำแม่แบบที่ทางผู้วิจัยได้ศึกษาขึ้นมาเป็นทางเลือกบรรจุภัณฑ์กล้วยแปรรูปทั้งกล้วยอบน้ำผึ้งและกล้วยฉาบกรอบเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ตามตำแหน่งผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ (Position) ที่ได้เสนอ

เป็นทางเลือกให้ผู้ประกอบการ เนื่องจากต้องนำไปต่อยอดในรูปแบบการผลิตระบบอุตสาหกรรม (Mass) ได้ในอนาคต และรูปแบบในการสั่งผลิตในปริมาณน้อยเท่าที่ต้องการแบบ On demand สำหรับใช้ในการทดสอบตลาด

กิตติกรรมประกาศ

ได้รับทุนอุดหนุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาภายใต้โครงการความร่วมมือในการจัดการศึกษาเชิงบูรณาการการเรียนรู้ในสถานศึกษากับการนำวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปพัฒนาและยกระดับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือ 6 จังหวัด

เอกสารอ้างอิง

มยุรี ภาคลำเจียก. (2560) . **คู่มือบรรจุภัณฑ์มาตรฐานสำหรับผู้ประกอบการอาหาร SME**. กรุงเทพฯ : บริษัท จินดาสาส์นการพิมพ์ จำกัด.

มยุรี ภาคลำเจียก. (2556) . **บรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค.** (หน้า 13-14) . กรุงเทพฯ : บริษัทโรงพิมพ์หยี่เฮง.

งามทิพย์ ภู่วโรดม. (2550). **การบรรจุอาหาร.** กรุงเทพฯ : บริษัท เอส.พี.เอ็ม. การพิมพ์ จำกัด.

ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). **บรรจุภัณฑ์อาหาร.** กรุงเทพฯ: แพคเมทส์

ศศิธร ทองเปรมจิตต์. (2561). **การสร้างอัตลักษณ์กับงานออกแบบบรรจุภัณฑ์.** (หน้า 70-73) . เชียงใหม่: โชตนาพริ้นท์.- *วิทยานิพนธ์-งานวิจัย*

วรรณิสา สืบค้า. (2557) . **ตำแหน่งทางการตลาดของตราสินค้าไอศกรีมในการรับรู้ของผู้บริโภคในเขตชุมชนเมืองขอนแก่น.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2557.

ปฐวี ศรีโสภา. (2553) . **การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร; กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรสงคราม.**

วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553.

รัชฎาพร ใจมั่น, ปลูกเกษม ชูตระกูล และพัชราภา ศักดิ์โสภิณ. (2560) . **การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบชุดสาหรับผลิตภัณฑ์นราขนมไทย.** วิจัยและนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ นเรศวรวิจัย:ครั้งที่ 12 : 1833-1845.

กฤษณา สิกขมาน. (2551). **การพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยตาก กรณีศึกษากล้วยตากบางกระทุ่ม**. วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับ

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 8(1)

- เว็ปไซต์

ไพโรจน์ พิทยเมธี. (2561) . **Thai Tone Color** [ออนไลน์] ได้จาก: https://is.gd/XcvSny

พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนเขตจังหวัดพิจิตร

The Election Behavior of People in Phichit Province

สุภัทธนีย์ ขุนสิงห์สกุล[1*] และ พชรดนัย วัชรธนพัฒน์ธาดา[2]

Supattanee Kunsingsakun [1*] and Pacharadanai Watcharathanapattada[2]

[1]มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ 67000

[2]มหาวิทยาลัยพิษณุโลก (ส่วนอินโดจีน) ต.สมอแข อ.เมืองพิษณุโลก จ.พิษณุโลก 65000

[1]Phetchabun Rajabhat University. 83 M .11 Sadeng Sub-district Muang District Phetchabun 67000

[2]Phitsanulok University. Samo Khae Sub-district Muang District Phitsanulok 65000.

E-mail: Nine9dd@gmail.com. 0819623327

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนเขตจังหวัดพิจิตร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.) ศึกษาพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในเขตจังหวัดพิจิตร 2.) เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในเขตจังหวัดพิจิตร และ 3.) ศึกษาข้อเสนอแนะต่อระบบการเลือกตั้งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เหมาะสมในอนาคต ข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถาม ประชากรผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง จำนวน 12 อำเภอ จำนวน 400 ราย ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) โดยทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interviews) ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง นักวิชาการด้านการเมืองการปกครอง กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มตัวแทนภาคประชาชน ตัวแทนแต่ละกลุ่ม จำนวนกลุ่มละ 3 ราย โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาสรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิจัย พบว่า ภาพรวมประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เมื่อท่านไปใช้สิทธิเลือกตั้งท่านคิดว่าเป็นความรับผิดชอบในหน้าที่ของพลเมืองไทย ส่วนประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งในเขตของท่านอยู่เสมอ สำหรับการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชน พบว่าประชาชนที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนการศึกษา อาชีพ รายได้ ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลกับผู้สมัคร และระยะเวลาที่อาศัยในชุมชน ต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การศึกษาข้อเสนอแนะ สามารถสรุปได้ดังนี้คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีช่องทางในการกระจายข่าวสารแก่ประชาชนที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งและการปกครองให้มีความทั่วถึงและมีความสม่ำเสมอมากที่สุด รองลงมาคือควรยกเลิกบทลงโทษในกรณีไม่ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง ควรจะมีมาตรการในการควบคุมหัวคะแนนในพฤติกรรมที่ชักชวนให้ไปลงคะแนนมากเกินไป และความสามารถและผลงานของกลุ่มและผู้สมัครเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้ง

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเลือกตั้ง,ประชาชน

Abstract

Research Election behavior of people in Phichit province The objectives of this study were 1.) To study the election behavior of the people in Phichit province. 2.) Compare the election behavior of the people in Phichit province; and 3.) To study the recommendations of the local government organization in the future. Quantitative data by using questionnaire Qualitative data from key informants, in-depth interviews, are government officials involved in the election. Academic Politics Community leaders Public sector representatives. Three groups were interviewed using self-generated interviews as a tool to collect data. The results are summarized as follows.

The results showed that: The overall picture was very high ($\bar{X}$ = 3.85). When you go to vote, you are responsible for the duties of Thai citizens. The lowest mean score was Always keep up to date with your local election information. For comparison, public election behavior. It was found that people with different age, gender, and status did not differ in their education, occupation, income, personal relationship with the applicant. There was a statistically significant difference at .05 level in the community.

Study Suggestions Can be summarized as follows. Local governments should have the means to disseminate information to the public about elections and governance to the fullest and most consistent. Secondly, the penalty should be repealed in case of non-election. There should be measures to control the canvassing behavior that persuades them to vote too. The ability and performance of the group and the candidate is a key factor in the selection of candidates.

Keywords: election behavior, People

1. บทนำ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ที่มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 6 เมษายน 2560 ซึ่งการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ซึ่งเป็นการปกครองที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยผ่านสภาผู้แทนราษฎรในฐานะตัวแทน (Representative Emocracy) และหัวใจของระบอบประชาธิปไตยคือการเลือกตั้ง หัวใจของการเลือกตั้งคือการมีพรรคการเมือง อีกทั้งพรรคการยังเป็นตัวกลางในการเชื่อมประสานระหว่างประชาชนให้เกิดความตื่นตัวทางการเมืองและมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างรอบด้าน โดยมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการดำเนินการทางการเมือง กลไกในการคัดสรรผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นตัวแทนของประชาชน การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเพื่อบรรลุเป้าหมาย (Achievement Factors) ในทางการเมืองเพื่อจัดตั้งรัฐบาลเพื่อเข้ามาบริหารประเทศ รวมทั้งต้องพร้อมกับการเป็นฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎรหากแพ้การเลือกตั้ง (พัฒนะ เรืองใจดี, 2553:16)

ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2489 ถือได้ว่าเป็นรัฐธรรมนูญประชาธิปไตยฉบับแรกของประเทศไทยที่กำหนดสาระสำคัญให้ประชาชนมีเสรีภาพร่วมกันดำเนินกิจกรรมทางการเมืองและมีการตั้งพรรคการเมืองเพื่อดำเนินกิจกรรมทางการเมืองได้ถึงแม้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2489 ได้มีการรับรองสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการจัดตั้งพรรคการเมือง แต่ในช่วงเวลาดังกล่าวก็ไม่ได้มีการตรากฎหมายพรรคการเมืองขึ้นเพื่อสอดคล้องรองรับการจัดตั้งพรรคการเมืองแต่อย่างไร จนต่อมามีการประกาศใช้พระราชบัญญัติพรรคการเมือง พ.ศ. 2498 ซึ่งถือได้ว่าเป็นกฎหมายที่เกี่ยวกับพรรคการเมืองฉบับแรกของไทย แต่อย่างไรก็ตามก็มีบางช่วงของรัฐธรรมนูญไทยในแต่ละฉบับ

ที่เกิดจากการรัฐประหารของผู้มีอำนาจมีการปิดกั้นสิทธิเสรีภาพการจัดตั้งพรรคการเมืองของประเทศไทย ทำให้การพัฒนาการประชาธิปไตยผ่านระบบพรรคการเมืองหยุดชะงักลง เมื่อวิเคราะห์ลักษณะบทบาทและพฤติกรรมของพรรคการเมืองไทยเริ่มต้นตั้งอยู่บนพื้นฐานในระบบอุปถัมภ์หรือเป็นระบบพรรคเด่น พรรคเดียว (One Dominant Party) โดยที่ผู้มีอำนาจทางการเมืองนิยมตั้งพรรคการเมืองขึ้นมาเพื่อเป็นเป็นฐานอำนาจทางการเมืองของตนมิได้แสดงบทบาทในการเป็นตัวแทนของประชาชนตามวิถีทางระบอบประชาธิปไตยอย่าแท้จริง แต่อย่างไรก็ตามเมื่อมีการพัฒนาการของประชาธิปไตยอย่างต่อเนื่องบทบาทของพรรคการเมืองย่อมเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยหรือกลไกของรัฐธรรมนูญที่เป็นกรอบเชิงบังคับให้ปฏิบัติตาม พรรคการเมืองไทยย่อมแสดงบทบาทให้ประชาชนได้เห็นเพื่อคงสถานะที่จะได้รับการเลือกตั้งเป็นตัวแทนของประชาชนโดยผ่านระบบพรรคการเมือง ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ที่ได้มีการวางโครงสร้างในส่วนที่พรรคการเมืองที่จะต้องมีบทบาทสำคัญคือการสรรหาผู้นำและบุคลากรทางการเมือง ได้แก่ ที่มาของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรซึ่งเป็นระบบการเลือกตั้งแบบใหม่ ที่เรียกว่า ระบบการเลือกตั้งแบบจัดสรรปันส่วนผสม ด้วยเหตุเพราะกติกาที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งได้เปลี่ยนแปลงไปเกือบทั้งหมด โดยเฉพาะในส่วนของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ทั้งแบบเขตและแบบบัญชีรายชื่อที่มีผลบังคับใช้แล้ว ทำให้พรรคการเมืองอยู่ในสภาวะที่ต้องมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในกิจรรมทางการเมืองในหลาย ๆ ด้าน ที่จะเป็นตัวแทนของประชาชนในการรับการเลือกตั้งเพื่อไปใช้อำนาจอธิปไตย นำอุดมการณ์และแนวนโยบายไปบริหารประเทศโดยความชอบธรรม และระบบการเลือกตั้งอาจส่งผลกระทบต่อพรรคการเมือง (กิจบดี ก้องเบญภุช. 2557 : 34)

การเลือกตั้งเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างยิ่งในการกระบวนการทางการเมือง ในการปกครอง ระบบประชาธิปไตย เพราะไม่ว่าจะมีการเลือกตั้งที่ใดหรือแบบใด จุดร่วมสำคัญของการเลือกตั้ง คือ ระดมมติมหาชนเพื่อสร้างความชอบธรรมในการปกครอง นอกจากนั้นแล้วการเลือกตั้งยังเป็นแนวทางสำคัญในการเลือกสรรผู้บริหารเลือกสรรนโยบายของพรรค กลุ่มการเมืองที่เสนอตัวเข้ามารับใช้ประชาชน การเลือกตั้งมีความสำคัญในกระบวนการทางการเมือง การเลือกตั้งโดยวิธีการใช้สิทธิออกเสียงย่อมแสดงถึงการใช้ดุลพินิจ และการใช้สิทธิใช้เสียงของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ในการปกครองตนเอง กล่าวคือ ถ้าประชาชนจะเลือกบุคคลที่มีความสามารถอย่างแท้จริงเข้าไปเป็นตัวแทนของตนให้เป็นไปตามหลักการเลือกตั้งสากลที่บริสุทธิ์ ยุติธรรม ตามหลัก ของประชาธิปไตยผู้ที่จะไปใช้สิทธิจะต้องมีความอิสระและเต็มใจที่จะเลือกตัวแทนของเขาเอง ไม่ใช่เลือกด้วยแรงจูงใจอย่างอื่นที่เกิดจากการใช้อิทธิพลด้านต่าง ๆ บีบบังคับหรือให้ค่าตอบแทนในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (สถิตย์ ศรีชมชื่น. 2550 : 44)

การเลือกตั้งมีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากเป็นการแสดงออกทางด้านสิทธิเสรีภาพทาง ความคิดของประชาชนที่ต้องการตัวแทนของตนเองให้มีนโยบายในการบริหารในรูปแบบใดต้องให้มีการพัฒนาไปในทิศทางใดและต้องการผู้แทนของตนเองที่มีลักษณะเช่นใด การเลือกตั้งเป็นกลไกการใช้อำนาจอธิปไตยโดยการไปใช้สิทธิเลือกตั้งผู้แทนที่มีนโยบายตรงกับความต้องการของตนเองให้ไปใช้อำนาจอธิปไตยแทนตนด้วยความชอบธรรมเพื่อลดภาวะความตึงเครียด ขจัดความขัดแย้ง หรือการ สืบต่ออำนาจและเป็นกลไกที่จะควบคุมให้ผู้แทนที่ดำดงตำแหน่งจากการเลือกตั้งตระหนักอยู่เสมอว่า ต้องมีความรับผิดชอบต่อประชาชน เพราะประชาชนเป็นผู้กำหนดอนาคตทางการเมืองของตน ด้วยการเลือกหรือไม่เลือกตนกลับมาทำหน้าที่ผู้แทนอีก ดังนั้นการเลือกตั้งจึงมีผลกระทบต่อการ พัฒนาทางการเมืองโดยประชาชนจะสำนึกถึงความจำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่พลเมืองซึ่งต้องมี

ส่วนร่วมในการเลือกผู้แทนเลือกรัฐบาล (บวรศักดิ์ อุวรรณโณ. 2544 : 18)

ในส่วนของการปกครองในระดับท้องถิ่น (local government) นับเป็นพื้นฐานและหัวใจสำคัญของการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอย่างแท้จริง เนื่องจากมีความเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกับประชาชนโดยตรง ทั้งในด้านการให้บริการสาธารณูปโภค และสาธารณูปการต่าง ๆ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีตลอดจนการให้ความรู้ความเข้าใจอันถูกต้องดีงาม และสร้างความศรัทธาให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของตนให้เจริญก้าวหน้า ตามหลักการปกครองประชาธิปไตยซึ่งสิ่งสำคัญที่สุดของการปกครองระบอบประชาธิปไตย คือ การกระจายอำนาจการปกครองออกไปสู่ประชาชนโดยทั่วไปให้สามารถมีอิสระในการปกครองตนเอง (พีรพล ตัณฑโอภาส. 2539 : 3) ซึ่งการปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นพื้นฐานของการส่ง เสริมการปกครองในระบอบประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม ถือเป็นสถาบันที่ทำหน้าที่ให้การฝึกปฏิบัติระบอบประชาธิปไตยกับประชาชน โดยให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจในภารกิจของท้องถิ่นและเกิดความสำนึกในสิทธิ หน้าที่ของตนเองที่มีต่อชุมชน หน้าที่พลเมือง อันจะนำไปสู่การปกครองตนเองในที่สุด จึงกล่าวได้ว่าการปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นการปกครองของประชาชน โดยประชาชนและมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุดโดยมีตัวแทนของประชาชนเข้าไปทำหน้าที่ในองค์กรที่เรียกว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ท้องถิ่นที่จะทำภารกิจเพื่อตอบสนองปัญหาและความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นได้ตรงตามเป้าหมาย รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากที่สุด (โกวิทย์ พวงงาม และอลงกรณ์ อรรคแสง. 2547 : 34)

การเลือกตั้งเป็นกิจกรรมทางการเมืองหลักอย่างหนึ่งของการเมืองในสมัยใหม่ทุกระบบ ประเด็นที่น่าสนใจในเรื่องของการเลือกตั้ง คือ ใครเลือกใคร เมื่อไร และอย่างไร กล่าวคือใครบ้างที่ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เพศชายหรือหญิง มีรายได้ การศึกษาแตกต่างกันหรือไม่ มีแบบแผนว่าจะเลือกใคร พรรคใด และที่ตัดสินใจจะเลือกใคร ด้วยเหตุผลอะไร มีปัจจัยอะไรเป็นตัวกำหนด ในการตัดสินใจในการลงคะแนนเสียง เนื่องจากในปัจจุบันมีปัจจัยหลาย ๆ อย่างที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการลงคะแนนเสียง เช่น ปัจจัยด้านคุณสมบัติส่วนตัวของผู้สมัคร ด้านนโยบายของกลุ่ม ด้านผลงาน ด้านความสัมพันธ์ส่วนตัว ด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนด้านผลประโยชน์แห่งตนล้วนเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจลงคะแนนเสียงของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง (ณฐภณ ปัญญาคณานุกูล. 2548 : 49)

คณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมทางการเมืองด้านการเลือกตั้งของประชาชนเขตจังหวัดพิจิตร ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่จะสามารถชี้ให้เห็นได้ชัดถึงมุมมองของประชาชนในด้านที่ดีรวมไปถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆในการบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดพิจิตร รวมไปจนถึงสะท้อนวัฒนธรรมทางการเมืองและปัจจัยที่มีผลต่อการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งและสามารถสะท้อนถึงท่าทีหรือมุมมองที่ประชาชนในจังหวัดพิจิตร ว่ายอมรับหรือการปฏิเสธวิธีการเข้าสู่ตำแหน่งแบบเลือกตั้งหรือเชื่อมั่นว่าการเว้นวรรคการเลือกตั้งชั่วคราวเพื่อมุ่งแก้ไขปัญหาทางการเมืองท้องถิ่นต่าง ๆ ด้วยการใช้ระบบราชการนำนั้นจะเป็นการปรับให้ท้องถิ่นได้มีความพร้อมที่จะใช้วิธีการเลือกตั้งเพื่อให้ได้ผู้บริหารที่ดีมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับของประชาชนมากขึ้นได้ซึ่งเท่ากับว่ารัฏฐาธิปัตย์วางข้อยกเว้นของกระบวนการการเลือกตั้งอันเป็นลักษณะเด่นสำคัญประการหนึ่งของระบอบประชาธิปไตยตัวแทนสมัยใหม่ซึ่งอันที่จริงระบอบประชาธิปไตยทุกระบอบนั้นย่อมกำหนดข้อยกเว้นไว้เสมอในเงื่อนไขที่แตกต่างกัน ชี้ให้เห็นได้ถึงทัศนะของประชาชนว่ามองสภาวะการเมืองปัจจุบันในฐานะภาพกว้างกับการเมืองท้องถิ่นในฐานะภาพย่อย ให้มี

การปรับให้เข้ารูปเข้ารอย ข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยสามารถเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นและเพื่อการปรับปรุงการดำเนินงานการเลือกตั้งของจังหวัดพิจิตรต่อไป

2.วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในเขตจังหวัดพิจิตร

2.2 เพื่อศึก

3. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาแนวความคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในเขตจังหวัดพิจิตร

2.3 เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะต่อระบบการเลือกตั้งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัดพิจิตรที่เหมาะสมในอนาคตพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชนชนในเขตจังหวัดพิจิตร โดยคณะผู้วิจัยได้คัดเลือกตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

เป็นปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ ความสัมพันธ์กับผู้สมัคร ระยะเวลาที่อยู่ในชุมชน

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

พฤติกรรมการเมืองของประชาชนด้านการเลือกตั้งทางฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายบริหารของประชาชนในเขตจังหวัดพิจิตร

4.วิธีการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยผสมระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดดังนี้

4.1 การศึกษาค้นคว้าทางเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีข้อมูลเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative research and Quantitative research)

เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถาม ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) โดยทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interviews) ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง นักวิชาการด้านการเมืองการปกครอง กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มตัวแทนภาคประชาชน ตัวแทนในแต่ละกลุ่มอำเภอละ 3 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเองเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขอบเขตด้านประชากร (Population) และกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตจังหวัดพิจิตร ซึ่งมีจำนวน 432,352 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ เป็นการเลือกแบบสัดส่วน โดยใช้สูตรคำนวณของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane. 1973 : 727-728) ทั้งหมดจำนวน 400 ราย

เมื่อ n $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$ คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร

e คือ ความคลาดคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง ระดับความเชื่อมั่น 95% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านพื้นที่พื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

ได้แก่ จังหวัดพิจิตร

อำเภอ	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
เมืองพิจิตร	87,341	81
วังทรายพูน	19,891	18
โพธิ์ประทับช้าง	34,730	32
ตะพานหิน	54,245	50
บางมูลนาก	37,046	34
โพทะเล	48,211	45
สามง่าม	34,048	32
ทับคล้อ	35,148	33
สากเหล็ก	18,727	17
บึงนาราง	22,741	21
ดงเจริญ	16,059	15
วชิรบารมี	24,165	22
รวม	**432,352**	**400**

ขอบเขตด้านระยะเวลาดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2561 ถึงเดือน กันยายน พ.ศ. 2561 รวมเป็นระยะเวลา 4 เดือน

5. ผลการวิจัย

พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนเขตจังหวัดพิจิตร พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 58.62 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ33.53 มีสถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 48.41 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 45.52 มีอาชีพพนักงานบริษัทองค์กรเอกชน/ธุรกิจเอกชน คิดเป็นร้อยละ 48.23 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 ถึง15,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.56 ส่วนใหญ่แทบไม่เคยพูดคุยหรือไม่เคยพบปะพูดคุยหรือรู้จักเป็นการส่วนตัวกับผู้สมัครรับเลือกตั้งคิดเป็นร้อยละ 78.23 ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในชุมชนตั้งแต่ 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 86.23

ผลการสำรวจพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในเขตจังหวัดพิจิตร พบว่าภาพรวมประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.85) พิจารณาได้ดังนี้ ประเด็นที่อยู่ในระดับมากมี 12 ประเด็นเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ประเด็นที่ 14 เมื่อท่านไปใช้สิทธิเลือกตั้งท่านคิดว่าเป็นความรับผิดชอบในหน้าที่ของพลเมืองไทย ($\bar{X}$ =3.96) รองลงมาคือประเด็นที่ 11 เมื่อท่านไปใช้สิทธิเลือกตั้งท่านมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงให้เห็นว่าตนเองสนับสนุนกระบวนการเลือกตั้ง/ระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตย ($\bar{X}$ =3.89) รองลงมาคือประเด็นที่ 12 ทุกครั้งหรือส่วนใหญ่เมื่อท่านไปใช้สิทธิเลือกตั้งท่านคิดว่าเป็นการให้ความสำคัญกับสิทธิเสรีภาพทางการเมืองประชาธิปไตย ($\bar{X}$ =3.78) โดยมีประเด็น 2 ลำดับสุดท้าย คือ ประเด็นที่ 3 เมื่อมีการเลือกตั้งทุกครั้งท่านมีความตั้งใจและกระตือรือร้นในการไปใช้สิทธิลงคะแนน ($\bar{X}$ =3.48) และประเด็นที่ 13 ท่านไปใช้สิทธิเลือกตั้ง เมื่อได้รับการชักชวนการร้องขอจากครอบครัวญาติพี่น้อง เพื่อน เครือญาติ หรือคนรู้จัก ($\bar{X}$ =3.46) ตามลำดับ

มีประเด็นที่อยู่ในระดับปานกลาง 8 ประเด็น เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ประเด็นที่ 10 ความเป็นผู้มีชื่อเสียงเด่นดัง มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้ง ($\bar{X}$ =3.47) รองลงมาคือประเด็นที่ 7 ท่านคิดว่าความใกล้ชิดคุ้นเคยหรือเป็นเครือข่ายทางสังคมมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้ง($\bar{X}$ =3.46) รองลงมาประเด็นที่ 8 ท่านคิดว่าหัวคะแนนผู้คอยแนะนำหรือชักชวนให้ไปลงคะแนนมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้ง ($\bar{X}$ =3.26) โดย 2 ประเด็นลำดับท้ายคือ ประเด็นที่ 1 ท่านติดตามข้อมูล

ข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองการปกครองอยู่เสมอ ($\bar{X}$ =3.25) และประเด็นที่ 2 ท่านติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งในเขตของท่านอยู่เสมอ ($\bar{X}$ =3.16) ตามลำดับ

สำหรับวัตถุประสงค์ในศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในเขตจังหวัดพิจิตร พบว่าประชาชนที่มี เพศ อายุ สถานภาพต่างกันมีระดับความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน

ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกันมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่าคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 2 คู่ คือ 1) กลุ่มระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า กับ กลุ่มระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยประชาชนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดี มากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า และ2) กลุ่มระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า กับ กลุ่มปริญญาตรีขึ้นไป โดยประชาชนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปจะมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดี มากกว่าประชาชนที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า

ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่าคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 4 คู่คือ 1) กลุ่มอาชีพข้าราชการพนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจกับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทองค์กรเอกชน/ลูกจ้างทั่วไปธุรกิจเอกชน โดยประชาชนที่มีอาชีพข้าราชการพนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ จะมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดี มากกว่าประชาชนที่มีอาชีพพนักงานบริษัทองค์กรเอกชน/ลูกจ้างทั่วไป ธุรกิจเอกชน 2) กลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการพนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจกับกลุ่มที่มีอาชีพผู้ประกอบอาชีพด้านเกษตร/เลี้ยงสัตว์/ประมง โดยประชาชนที่มีอาชีพข้าราชการพนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจจะมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากกว่าประชาชนที่มีอาชีพผู้ประกอบอาชีพด้านเกษตร/เลี้ยงสัตว์/ประมง 3) กลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทองค์กรเอกชน/ลูกจ้างทั่วไปธุรกิจเอกชน กับกลุ่มที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบอาชีพค้าขาย/ร้านหรือธุรกิจส่วนตัว โดยประชาชนที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบอาชีพค้าขาย/ร้านหรือธุรกิจส่วนตัว จะมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากกว่าประชาชนที่มีอาชีพพนักงานบริษัทองค์กรเอกชน/ลูกจ้างทั่วไปธุรกิจเอกชนและ 4) กลุ่มที่มีอาชีพผู้ประกอบอาชีพด้านเกษตร/เลี้ยงสัตว์/ประมงกับกลุ่มที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบอาชีพค้าขาย/ร้านหรือธุรกิจส่วนตัว โดยประชาชนที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการ/ผู้ประกอบอาชีพค้าขาย/ร้านหรือธุรกิจส่วนตัวจะมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากกว่าประชาชนที่มีอาชีพผู้ประกอบอาชีพด้านเกษตร/เลี้ยงสัตว์/ประมง

ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 7 คู่ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ กลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท กับกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท โดยประชาชนที่มีรายได้ระหว่าง 10,001–15,000 บาท จะมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดี มากกว่าประชาชนที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รองลงมา คือ กลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทกับกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 25,001–30,000 บาท โดยประชาชนที่มีรายได้ระหว่าง 25,001–30,000 บาทจะมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากกว่าประชาชนที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท โดยมี 2 ลำดับสุดท้าย คือ กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท กับกลุ่มที่มี

รายได้ 30,000 บาทขึ้นไป โดยประชาชนที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป จะมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดี มากกว่าประชาชนที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 21,001–25,000 บาทกับกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 25,001–30,000 บาท โดยประชาชนที่มีรายได้ระหว่าง 25,001–30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดี มากกว่าประชาชนที่มีรายได้ระหว่าง 21,001–25,000 บาท

ประชาชนที่มีความสัมพันธ์ส่วนบุคคลกับผู้สมัครรับเลือกตั้งต่างกันมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 4 คู่ คือ 1) กลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติ โดยเป็นคนในครอบครัวเครือญาติกับกลุ่มที่เป็นเพื่อน/คนใกล้ชิด/คนคุ้นเคย หมายความว่า ประชาชนที่เป็นเพื่อน/คนใกล้ชิด/คนคุ้นเคยจะมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดี มากกว่าประชาชนที่เป็นคนในครอบครัวเครือญาติ 2) กลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติ โดยเป็นเพื่อน/คนใกล้ชิด/คนคุ้นเคยกับกลุ่มที่เป็นคนรู้จักแต่ไม่ถึงกับใกล้ชิดสนิทสนมพบปะกันบ้าง หมายความว่าประชาชนที่เป็นเพื่อน/คนใกล้ชิด/คนคุ้นเคยจะมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดี มากกว่าประชาชนที่เป็นคนรู้จักแต่ไม่ถึงกับใกล้ชิดสนิทสนมพบปะกันบ้าง 3) กลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติ โดยเป็นเพื่อน/คนใกล้ชิด/คนคุ้นเคยกับกลุ่มที่แทบไม่เคยพูดคุยหรือไม่เคยพบปะพูดคุยหรือรู้จักเป็นการส่วนตัว หมายความว่าประชาชนที่เป็นเพื่อน/คนใกล้ชิด/คนคุ้นเคยจะมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดี มากกว่าประชาชนที่แทบไม่เคยพูดคุยหรือไม่เคยพบปะพูดคุยหรือรู้จักเป็นการส่วนตัวและ 4) กลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติโดยเป็นสมาชิกร่วมกลุ่มสหกรณ์องค์กร หรือที่ทำงานกับกลุ่มที่แทบไม่เคยพูดคุยหรือไม่เคยพบปะพูดคุยหรือรู้จักเป็นการส่วนตัว หมายความว่าประชาชนที่เป็นสมาชิกร่วมกลุ่ม องค์กรหรือที่ทำงานจะมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดี มากกว่าประชาชนที่แทบไม่เคยพูดคุยหรือไม่เคยพบปะพูดคุยหรือรู้จักเป็นการส่วนตัว ประชาชนที่มีระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนมีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่าคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มี 2 คู่ คือ 1) กลุ่มที่อาศัยอยู่ในชุมชนระหว่าง 5-10 ปี กับกลุ่มที่อาศัยอยู่ในชุมชนมากกว่า 15 ปีโดยประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนมากกว่า 15 ปี จะมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมากกว่าประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนระหว่าง 5-10 ปี และ 2) กลุ่มที่อาศัยอยู่ในชุมชนระหว่าง 11-15 ปี กับกลุ่มที่อาศัยอยู่ในชุมชนมากกว่า 15 ปี โดยประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนมากกว่า 15 ปี จะมีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ในระดับดี มากกว่าประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนระหว่าง 11-15 ปี

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
เพศ	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
อายุ	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
สถานภาพ	ไม่ยอมรับสมมติฐาน
การศึกษา	เป็นไปตามสมมติฐาน
อาชีพ	เป็นไปตามสมมติฐาน
รายได้	เป็นไปตามสมมติฐาน
ความสัมพันธ์ส่วนบุคคล	เป็นไปตามสมมติฐาน
ระยะเวลาอาศัยอยู่ในชุมชน	เป็นไปตามสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยประเด็นที่เป็นไปตามสมมุติฐานคือ การศึกษา อาชีพ รายได้ ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลกับผู้สมัคร และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน

ที่ต่างกัน ส่งผลให้ประชาชนมีพฤติกรรมการเลือกตั้งเขตจังหวัดพิจิตรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยประเด็นที่ไม่ยอมรับสมมุติฐาน คือ เพศ อายุ และสถานภาพที่ต่างกัน ประชาชนมีพฤติกรรมการเลือกตั้งเขตจังหวัดพิจิตร ไม่แตกต่างกัน

และสำหรับวัตถุประสงค์ข้อสุดท้ายเพื่อการศึกษาข้อเสนอแนะต่อระบบการเลือกตั้งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เหมาะสมในอนาคตสามารถสรุปได้ดังนี้ คือขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ แต่ละแห่งควรมีช่องทางในการกระจายข่าวสารแก่ประชาชนเกี่ยวกับการเลือกตั้งและการปกครองให้มีความทั่วถึงและมีความสม่ำเสมอมากที่สุดรองลงมาคือ ควรยกเลิกกรณีประชาชนไม่ไปใช้สิทธิเลือกตั้งในการตัดสิทธิ์ของประชาชน กรณีไม่ได้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เพราะเป็นสิทธิเสรีภาพ ควรไปกำหนดโทษและมาตรการในการควบคุมหัวคะแนนในพฤติกรรมที่ชักชวนให้ไปลงคะแนนมากเกินไป และ กลุ่มที่สังกัด และผลงานเป็นรูปธรรมชัดเจนตรงกับความต้องการของประชาชนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้ง

6. อภิปรายผลการวิจัย

6.1 พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนเขตจังหวัดพิจิตร มีความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =3.85) ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ นางนุชปภาดา ธนวโรดม (2557) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสงค์ สาวเสม (2551) วิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหลักเมืองอำเภอเมืองจังหวัดราชบุรีผลการศึกษาวิจัยพบว่าระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหลักเมืองอำเภอเมืองจังหวัดราชบุรีทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ นัฏฐิกาล ศรีจันทร์โท (2552) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบาลนาภูอำเภอยางสีสุราช จังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่าประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลนาภู อำเภอยางสีสุราช จังหวัดมหาสารคาม มีส่วนร่วมทางการเมืองโดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ มานวิภา อินทรทัต และปรีชาญาณ วงศ์อรุณ (2554) ที่วิจัยเรื่องการศึกษาความเคลื่อนไหวทางการเมืองและพฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภา 2551 ผลการศึกษาพบว่าประชาชนในเขตกรุงเทพฯมีความตื่นตัวน้อยมากต่อการเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภาและไปใช้สิทธิเลือกตั้งเพียงร้อยละ 40 เทียบกับร้อยละ 53.86 และ 70.75 ในปี 2549 และ ปี 2543 ตามลำดับ และงานวิจัยของ ภูสิทธ์ ขันติกุล (2553) วิจัยเรื่องรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ ประชาชนเขตดุสิตกรุงเทพมหานครมีส่วนร่วมทางการเมืองในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ ส่วนรายด้านพบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมือง 2 ระดับ ได้แก่ ระดับปานกลาง และระดับต่ำ

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุบล ตินะโส กตัญญู แก้วหานาม และ ประสิทธิ์ คชโคตร ที่วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการลงคะแนนเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลโพน อำเภอคาม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมการลงคะแนนเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลโพน อำเภอคาม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =3.45)

6.2 การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกตั้งของ

ประชาชนในเขตจังหวัดพิจิตร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลสอดคล้องกับวิจัยของ นุชปภาดา ธนวโรดม (2557) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษาพบว่าเพศ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของประสงค์ สาวเสม (2551) วิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหลักเมืองอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาวิจัยพบว่า เพศและอายุ มีผลทำให้ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหลักเมืองมีส่วนร่วมทางการเมืองไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษามีผลทำให้ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหลักเมือง มีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยนัฏฐิกาล ศรีจันทร์โท (2552) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบาลนาภูอำเภอยางสีสุราช จังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า จำแนกตามเพศการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาและอาชีพพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิมรอน มะลูลีม และบุญเรืองศรีเหรัญ (มปพ.) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานีกรณีเลือกตั้งซ่อม พ.ศ.2554 ผลการศึกษาพบว่ารายได้ต่างกันทำให้การมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานีไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษา อายุ สถานภาพ การสมรสต่างกัน ทำให้การมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานีแตกต่างกันและประสงค์ สาวเสม (2551) วิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหลักเมืองอำเภอเมืองจังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาวิจัยพบว่า รายได้ต่อเดือนและอาชีพมีผลทำให้ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหลักเมืองมีส่วนร่วมทางการเมืองไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับ นางนุชปภาดา ธนวโรดม (2557) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษาพบว่าจำแนกตามอายุ การมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05

7. สรุป

7.1 สรุปผลการวิจัยและการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรจัดช่องทางในการกระจายข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนอย่างถั่วถึงและสม่ำเสมอ

2.) คณะกรรมการการเลือกตั้งควรทบทวนการยกเลิกบทลงโทษในกรณีไม่ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

3.) คณะกรรมการการเลือกตั้งควรมีมาตรการในการควบคุมหัวคะแนน

4.) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงมหาดไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ควรส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้นโดยการให้ความรู้ความเข้าใจและเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องแก่ประชาชน

5.) การให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแก่ประชาชนผ่านช่องทางที่หลากหลาย

7.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1.) ควรศึกษาแรงจูงในในการมีส่วนร่วมทางการ

เมืองและการเลือกตั้งของประชาชน

2.) ควรศึกษาบทบาทของประชาชนในกระบวนการประชาธิปไตยและการเลือกตั้ง

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยฉบับนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ได้ด้วยการให้ความช่วยเหลือแนะนำในการจัดทำ และแนวทางการแก้ไขให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยความกรุณาจากท่านอธิการบดีมหาวิทยาลัยพิษณุโลก และมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ที่ให้ความสะดวกด้านอำนวยการและประสานงาน ในการทำการวิจัยตลอดจนค้นคว้าหาข้อมูลในการจัดทำจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คณะผู้จัดทำต้องขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก และมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ สถานที่ทำงานอันเป็นที่รัก ที่มีโอกาสได้สนองคุณ ทำการวิจัยเพื่อนำผลการวิจัยมาพัฒนา ให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป

คณะผู้วิจัยขอน้อมรำลึกถึงอำนาจบารมีของคุณพระศรีรัตนตรัย และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายที่อยู่ในสากลโลกอันเป็นที่พึ่งให้คณะผู้วิจัยมีสติปัญญา ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอให้เป็นกตเวทิตาแด่บิดา มารดา ครอบครัว ตลอดจนผู้เขียนหนังสือ และบทความต่าง ๆ ที่ให้ความรู้แก่คณะผู้วิจัยจนสามารถให้การวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

ณฐภณ ปัญญาคณานุกูล. (2548). **พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชน : ศึกษากรณีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เขต 6 จังหวัดชลบุรี.** ปัญหากรณีพิเศษ รป.ม.ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.

ณัฐกาล ศรีจันทร์โท. (2552). **การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลนาภูอำเภอยางสีสุราช จังหวัดมหาสารคาม.** วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.

ณุชปภาดา ธนวโรดม. (2557). **พฤติกรรมการเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเทศบาลนครนครสวรรค์.** วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จังหวัดนครสวรรค์.

ประสงค์ สาวเสม. (2551). **การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหลักเมือง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี.** วิทยานิพนธ์ บธ.ม.: มหาวิทยาลัยราชภัฏจอมบึง.

สถิตย์ ศรีชมชื่น. (2550). **การเลือกตั้งนายกเทศมนตรีตำบลวังชัย เมื่อวันที่ 31 เดือนมกราคม พ.ศ. 2547.** วิทยานิพนธ์ ร.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อุบล ตินะโส กตัญญู แก้วหานาม และประสิทธิ์ คชโคตร. (2556). **พฤติกรรมการลงคะแนนเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์.** รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยรัฐประศาสนศาสตร์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์.

กิจบดี ชินเบญจภุช. (2555). **กฎหมายรัฐธรรมนูญและสถาบันการเมืองชั้นสูง.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

โกวิทย์ พวงงาม และอลงกรณ์ อรรคแสง. (2547). **คู่มือมิติใหม่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น : ผู้บริหารท้องถิ่นที่มาจากการเลือกตั้งโดยตรงจากประชาชน**.กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เสมาธรรม.

บวรศักดิ์ อุวรรณโณ. (2544). **การสร้างธรรมาภิบาลในสังคมไทย**. กรุงเทพมหานคร : วิญญูชน.

พัฒนะ เรืองใจดี. (2553). **กฎหมายว่าด้วยพรรคการเมือง.** สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ภูสิทธ์ ขันติกุลภูสิทธ์. (2553). **รูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร**. ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ปีงบประมาณ 2553. [On-line].Available: www.ssruir.ssru.ac.th/bitstream /ssruir/868/1/047_53.pdf.

มานวิภา อินทรทัตและ ปรีชาญาณ วงศ์อรุณ. (2554). **การศึกษาความเคลื่อนไหวทางการเมืองและพฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภา 2551 กรุงเทพมหานคร.** สถาบันพระปกเกล้า.[On-line]. Available: www.kpi.ac.th/new%20สว%.

สมชาย นาประเสริฐชัย. (2546) **. เทคโนโลยีกับการจัดการความรู้** [ออนไลน์] : http://www.ku.ac.th/emagazine/june46/it/khowledge.thme.

อิมรอน มะลูลีม และบุญเรืองศรีเหรัญ. (ม.ป.ป.). **การมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในการเลือกตั้งสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดปทุมธานีกรณีเลือกตั้งซ่อม พ.ศ.2554 ปทุมธานี** : มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลอลงกรณ์.[On-line]. Available:grad.vru.ac.th/pdf-journal/JourIS./19%20Anksorn.p.

Thomas, B. (2003) . **Lifelong learning in libraries with limited resource** [On-line]. Available : http://www.ifla.org/IV/ifla69/papers/205e-thomas.pdf.

Yamane, Taro.1973. **Statistics: An Introductory Analysis.** Third editio. Newyork : Harper and Row Publication.[On-line].Available: http://www1.si.mahidol.ac.th/km/node/824.

การเสริมสร้างหลักธรรมาภิบาลในวิถีประชาธิปไตยของผู้นำในตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน

Enhancement of Good Governance in the Democracy's Way of Sri Tia Municipality, Banthong Lamphun Province

พัลลภ หารุคำจา[1] *สกุณา คงจันทร์[2] นพดณ ปัญญาวีรทัต[3] วิจิตร เรือนอินทร์[4] ณัฐพล จนฺทิโก[5]

[1,2,3,4,5] บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่

[1,2,3,4,5] Graduate School Mahachulalongkornrajavidayalaya University Chiang Mai Campus, Tambon Su Thep, Amphoe Mueang, Chiang Mai ,50200.

*corresponding Author : E-Mail Panlob19@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการเสริมสร้างหลักธรรมาภิบาลในวิถีประชาธิปไตยของผู้นำในตำบลศรีเตี้ย อำเภอ บ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูนการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือวิจัยซึ่งผู้วิจัยโดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกับผู้นำที่มีประสบการณ์การบริหารจัดการชุมชน เป็นผู้นำกิจกรรมด้านพัฒนา ด้านปกครองเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปคืออดีตผู้นำหมู่บ้าน 2 คน ผู้นำหมู่บ้าน 9 คน แกนนำชุมชน 6 คนประชาขนในพื้นที่ 5 คน รวมเป็นจำนวน 22 คนผลการวิจัย พบว่า วิถีวัฒนธรรมชุมชนที่สัมพันธ์กับกระบวนการประชาธิปไตยของผู้นำวิถีวัฒนธรรมตำบลศรีเตี้ยมีกระบวนการเริ่มนับตั้งแต่การสร้างข้อตกลงในชุมชนโดยความเคารพอาวุโส สร้างความเสมอภาค การแบ่งหมวดหมู่บ้านต่าง ๆ การมีคณะกรรมการต่าง ๆ ช่วยกันดูแลรูปแบบการเสริมสร้างหลักธรรมาภิบาลโดยใช้กระบวนการประชาธิปไตยของผู้นำในเขตพื้นที่ตำบลศรีเตี้ย ยึดอุดมการณ์ที่ร่วมตัดสินปัญหากำหนดทิศทางในการปกครอง กำหนดตัวบุคคลที่จะทำหน้าที่ปกครองชุมชนท้องถิ่น เคารพในสิทธิหน้าที่หลักของความเสมอภาค เสรีภาพและศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์การปกครองระบอบประชาธิปไตยถือว่าทุกคนมีสิทธิเสรีภาพเท่าเทียมกัน ดำเนินงานผ่านโครงการศึกษาการปกครองท้องถิ่นไทย กรณีศึกษาการยกฐานะการปกครองเทศบาลตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูนวิเคราะห์หลักธรรมาภิบาลกับการส่งเสริมประชาธิปไตยของผู้นำในเขตพื้นที่ตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ผู้นำในเขตพื้นที่ตำบลศรีเตี้ยมีการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารจัดการชุมชน มี 6 ด้าน คือ 1) ด้านหลักนิติธรรม ยึดกฎหมายเป็นหลัก 2) ด้านหลักคุณธรรม ปลุกจิตสำนึกด้านคุณธรรม 3) ด้านหลักความโปร่งใส ทุกโครงการมีการประกาศตามขั้นตอนทางราชการ 4) ด้านการมีส่วนร่วม ผู้นำทุกหมู่บ้านเข้ามามีส่วนทุกขั้นตอนการทำงาน 5) ด้านความรับผิดชอบ เป็นคณะทำงานร่วมกัน และ 6) ด้านหลักความคุ้มค่า เน้นความประหยัด คุ้มค่า คุ้มทุนในการทำงาน

คำสำคัญ : หลักธรรมาภิบาล; วิถีประชาธิปไตย

Abstract

The research on Enhancement of Good Governance in the Democracy's Way of Sri Tia Municipality, Banthong Lamphun Province. Qualitative Research Data were collected by using interview as a research tool. The researcher selected the sample of the sample with leaders who had experience in community management and Leadership of Development .The most commonly accepted was the former two village leaders, 9 village leaders, 6 community leaders, 5 people in the area, and a total of 22 people. The research found that the culture of the community was related to the democratic processes of cultural leaders. Sri Tia Sub-district had been in the process of establishing a community based agreement with respect to seniority, create equality. There were various committees in charge of overseeing the model of good governance through the democratic process of leaders in the Sri Tia Sub-district. Conflicts of interest, determination of direction in government. Identify individuals who will serve the local community. Respect for the principal rights of equality. Freedom and human dignity Democratic rule holds that everyone had equal rights of liberty. Work through the Thai Local Governance Project: A case study of the Sri Tia Sub-district Administration, Banthong District, Lamphun Province by Analyze the principles of good governance and the democratic promotion of leaders in Sri Tia District. Banthong District, Lamphun Province, leader in Sri Tia Sub-district, had adopted the principles of good governance in the management of the community in six aspects: 1) the rule of law 2) The moral. Promote moral awareness 3) Main aspects of transparency. All projects are announced according to official procedures. 4) Participation Every village leader takes part in every step of the way. 5) Responsibility is a collaborative team and 6) the main value. Focus on cost savings in working capital.

Keywords: The main good governance; the Democracy's Way.

1. บทนำ

ประเทศไทยได้นำเอาระบอบประชาธิปไตยมาใช้ในการปกครองประเทศ ตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2475 เป็นต้นมา อำนาจอธิปไตยเป็นของปวงชนชาวไทย มีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข พระองค์ทรงใช้อำนาจนั้นทางรัฐสภา ทางคณะรัฐมนตรีและทางศาล จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องวางรากฐานการพัฒนาประเทศให้คนดี (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542) ได้ปกครองประเทศบ้านเมือง ดังปรากฏในพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงตรัสไว้ว่า "ในบ้านเมืองเรานั้นมีทั้งคนดีและคน ไม่ดี ไม่มีใครที่จะทำให้ทุกคนเป็นคนดีได้ทั้งหมด การทำให้บ้านเมืองมีความปกติสุขเรียบร้อย จึงมิใช่ทำให้ทุกคนเป็นคนดี หากแต่อยู่ที่การส่งเสริมคนดีให้คนดีได้ปกครองบ้านเมืองและคุมคนไม่ดี ไม่ให้มีอำนาจไม่ให้ก่อความเดือดร้อนวุ่นวายได้"

แท้ที่จริง การปกครองระบอบประชาธิปไตย โดย

ใช้รัฐธรรมนูญเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ อาจไม่ใช่คำตอบเดียวสำหรับสังคมไทยที่มีรากฐานทางวัฒนธรรมของตนเองมาอย่างแน่นหนา โดยเฉพาะวัฒนธรรมทางการเมืองของไทยที่ผูกโยงกับระบบอุปถัมภ์ ระบบเครือญาติ ระบบความเชื่อดั้งเดิมและพระพุทธศาสนา ฯลฯ ที่หล่อหลอมและขัดเกลาโลกทัศน์ของคนไทยมาช้านาน โดยแฝงอยู่ในอุดมการณ์ทางสังคม เป้าหมายแห่งชีวิต หลักวิธีคิด และวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน ซึ่งเป็นแบบแผนการดำเนินชีวิตของคนไทย และกลายเป็นพฤติกรรมทางการเมืองไทยที่ติดตัวมานับแต่อดีต และเป็นการยากที่จะเพิกถอนสิ่งเหล่านั้นให้หมดสิ้นไปในปัจจุบัน

ประเทศไทย ได้นำเอาหลักการบริหารกิจการที่ดีหรือหลักธรรมาภิบาลมาใช้ ที่ปรากฏเห็นได้ชัดเจน จากเอกสารสำคัญ ๆ ของทางราชการหลายฉบับ โดยเฉพาะสำนักงานข้าราชการพลเรือน ก็มีส่วนสำคัญในการผลักดันระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พุทธศักราช 2542 ซึ่งกำหนดหลักฐานไว้ 6 หลัก ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบและหลักความคุ้มค่า เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินการบริหารจัดการที่ดี หรือธรรมาภิบาลของรัฐ โดยเฉพาะเป็นการเริ่มต้นการแสดงออก และตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารกิจการที่ดี ภายหลังจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ (บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, 2542)

หลักธรรมาภิบาล (Good Governance) เป็นเหรียญคนละด้านกับการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ดังที่อานันท์ ปันยารชุน (2541) ยืนยันว่า แม้มีบางประเทศที่ไม่ใช้ระบอบประชาธิปไตยในการปกครองอย่างตะวันตก แต่ก็ให้ความสำคัญกับประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าเสรีภาพส่วนบุคคล เพราะรัฐมี Good Governance และประชาชนส่วนใหญ่มีความพอใจที่จะให้รัฐบาลบริหารต่อไปโดยไม่เรียกร้องเกินขอบเขต แต่ประเทศเหล่านี้ที่ไม่ได้เป็นประชาธิปไตยก็จะไม่สามารถอยู่อย่างยั่งยืนได้ เพราะสังคมจะต้องมีทั้งประชาธิปไตย และ Good Governance จะมีเพียงด้านใดด้านหนึ่งไม่ได้ เพราะระบอบประชาธิปไตยจะต้องอยู่ควบคู่กับ Good Governance ประเด็นปัญหาความขัดแย้งทางด้านการเมืองในปัจจุบัน ก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวทางการเมืองนอกระบบรัฐสภา ประชาชนมีความตื่นตัวทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง ที่อาจไม่ใช่อยู่ภายใต้อุดมการณ์ทางการเมืองในระบอบในประชาธิปไตยตามที่ควรจะเป็น เพราะขาดศรัทธาต่อรัฐธรรมนูญ

ชุมชนท้องถิ่นนับว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของระบอบสังคมมนุษย เพราะเป็นการจัดระบบของการอยู่รวมกันอย่างเป็นธรรมชาติก่อนที่จะได้มีการปกครองอย่างเป็นรูปธรรม การพัฒนาท้องถิ่นวันนี้ ถือว่าเป็นหัวใจของการพัฒนาสังคมโดยรวม เพราะต้องการวางรากฐานที่แข็งแรง การพัฒนาที่มีคุณภาพและยั่งยืน ต้องการยุทธศาสตร์ที่ดีและมีประสิทธิภาพ ประชาธิปไตยยังเป็นอุดมการณ์ที่ยกย่องคนเล็กคนน้อยให้มีโอกาสได้ลืมตาอ้าปาก รวมตัดสินปัญหา กำหนดทิศทางในการปกครองและกำหนดตัวบุคคลที่จะทำหน้าที่ปกครองประเทศหรือชุมชน เป็นอุดมการณ์ที่เคารพ ในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษยของบุคคล เป็นอุดมการณ์ที่บังคับให้คนชั้นสูง ต้องลดทิฐิลงมารับฟังความคิดเห็นของคนชั้นล่าง และเป็นอุดมการณ์ที่คนไทยอยากเห็นความกว้างหน้า ความใฝ่ฝันอยากจะเห็นความเจริญอกงามในสังคมไทย เป็นที่ทราบกันดีแลววาวัฒนธรรมการเมืองเป็นรากฐานสำคัญของระบอบประชาธิปไตย วัฒนธรรมการเมืองเป็นเรื่องที่เรียนรู้ได้และเรียนรู้รวมกันในรูปของชุมชน ประชาธิปไตยที่ใช้รูปแบบการปกครอง ระบอบประชาธิปไตย และวิธีการดำเนินชีวิตยึดหลักของความเสมอภาค เสรีภาพและศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย การปกครองระบอบประชาธิปไตยถือว่าทุกคนมีสิทธิเสรีภาพ เท่าเทียมกันและอำนาจอธิปไตยต้องมา

จากปวงชน หลักประชาธิปไตยในชุมชน หัวใจสำคัญคือการอบรมสั่งสอนความเปนประชาธิปไตยดวยการฝกฝนใหผูเรียนรูจักเคารพผูอื่น เคารพกติกา และเริ่มตนที่ตัวเอง เพราะการศึกษาเพื่อสรางความเปนพลเมือง หรือประชาธิปไตยนั้น ไมใชเปนแคเรื่องของความรูแตตองเปนเรื่องของการปฏิบัติดวย จึงตองเปนเรื่องที่ตองฝกฝนใหคนมองคนเสมอภาคกัน ใชกติกาและเคารพกติกาแกปญหา ฝกใหอดทนตอสิ่งที่แตกตางไปจากเรา ใหทุกคนปกครองกันเองและอยูรวมกันในชุมชนไดโดยปราศจากความขัดแยง (ไพศาล เครือแสง, 2557)

ในเขตพื้นที่ตำบลศรีเตี้ยตั้งอยู่อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน มีการปกครองแบ่งออกเป็น 9 หมู่บ้าน ต่อมาได้มรการแยกฐานะสภาตำบลเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2539 ตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 โดยประกาศใช้ในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 30 มกราคม 2539 ปัจจุบันองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับการจัดตั้งและเปลี่ยนแปลงฐานะเป็นเทศบาลตำบลศรีเตี้ยเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ.2551 ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญต่อการบริหารและการพัฒนาท้องถิ่นทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ตลอดจนการให้บริการสาธารณะแก่ประชาชนในท้องถิ่น และประสานความร่วมมือกับองค์กร หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนต่าง ๆ ในการพัฒนาท้องถิ่น ได้สร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่ตำบลศรีเตี้ยอย่างต่อเนื่อง แต่สภาพสังคมและเศรษฐกิจตำบลศรีเตี้ยปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปมีความเจริญและสภาพชุมชนมีความหนาแน่นประกอบกับทิศทางการพัฒนาท้องถิ่นปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปมีการแข่งขันเพื่อสร้างภาพลักษณ์และการยอมรับจากประชาชนและองค์กรต่างๆ คำว่าประชาธิปไตยชุมชนถูกท้าทาย เพราะวิธีการแข่งขันที่ดูเหมือนจะทำให้ประชาธิปไตยลดความเชื่อถือลง การเรียกร้องหาคำว่าธรรมาภิบาลจึงเกิดขึ้นตามมา เพื่อให้เกิดความโปร่งใส การตรวจสอบได้ การคุ้มค่า คุ้มทุนในวิถีประชาธิปไตยชุมชนที่ควรจะเป็นจึงจำเป็นจะต้องมีศึกษา วิเคราะห์ วิจารณ์ พัฒนาและสร้างความเข้าใจรูปแบบการเมืองการปกครองท้องถิ่นให้ไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเสริมกระบวนเรียนรู้ การเมืองภาคประชาชนให้เป็นที่สนใจและก้าวทันต่อเหตุการณ์บ้านเมืองปัจจุบัน คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาหลักธรรมาภิบาลว่ามีปฏิสัมพันธ์ต่อวิถีวัฒนธรรมชุมชนในชุมชนทองถิ่นอย่างไร และเสนอแนวทางในการดึงเอาวิถีวัฒนธรรมชุมชนมาใช้จะเป็นทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น โดยใช้กระบวนการประชาธิปไตยชุมชน ซึ่งจะนำเสนอรูปแบบของการพัฒนาหลักธรรมาภิบาลชุมชนกับวัฒนธรรมทางการเมือง และวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ชุมชนตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูนต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1. เพื่อศึกษาวิถีวัฒนธรรมชุมชนที่สัมพันธ์กับกระบวนการประชาธิปไตยของผู้นำ

2.2. เพื่อศึกษารูปแบบการเสริมสร้างหลักธรรมาภิบาลโดยใช้กระบวนการประชาธิปไตยของผู้นำในเขตพื้นที่ตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน

2.3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์หลักธรรมาภิบาลกับการส่งเสริมประชาธิปไตยของผู้นำในเขตพื้นที่ตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน

3. การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยมุ่งศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับหลักธรรมาภิบาล แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชน แนวคิดประชาธิปไตย และแนวคิดเกี่ยวกับประชาธิปไตยชุมชน โดยสามารถสรุปแนวคิดและทฤษฎีได้ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับหลักธรรมาภิบาล

คำว่า “Good Governance” แปลว่า “การบริหาร

กิจการที่ดี” เป็นคำที่นักวิชาการกล่าวถึงอย่างแตกต่างกันและแพร่หลาย เนื่องจากความมุ่งหมายในการขยายคำว่า Good Governance ให้ครอบคลุมถึงส่วนต่างๆ ของสังคมที่แตกต่างกันออกไป คำว่า Good Governance ในประเทศไทย ถูกใช้ครั้งแรกจากเอกสารของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ในหนังสือแสดงเจตจำนงกู้เงินจำนวน 17.2 พันล้าน ดอลล่าร์สหรัฐฯ เมื่อปี พ.ศ.2540 ที่ช่วยเหลือภายหลังการแสดงเจตจำนงของรัฐบาลไทย จากนั้นจึงเป็นจุดเริ่มทำให้นักวิชาการกลุ่มต่างๆ เริ่มสนใจในบริบทของสังคมไทยมากขึ้น (อานันท์ ปันยารชุน, 2541) หัวใจสำคัญของกระบวนการธรรมาภิบาล มีองค์ประกอบ 3 ส่วน ที่มีความเชื่อมโยงกัน ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมของทุกภาคในการบริหารจัดการสังคม (Participation) 2) ความโปร่งใสของกระบวนการตัดสินใจ (Transparency) ซึ่งทำให้การทุจริตและบิดเบือนผลประโยชน์ของภาคอื่นๆ ไปเป็นการกระทำของตนกระทำได้ยากหรือไม่ได้ 3) ความรับผิดชอบที่ต้องตอบคำถาม (Accountability) ถูกวิจารณ์ได้ รวมทั้งความรับผิดชอบในผลการตัดสินใจ และหลักการบริหารตามหลักธรรมาภิบาล 6 ประการ ได้แก่

1) หลักนิติธรรม หมายถึง หลักการปกครองภายใต้กฎหมายที่ครอบคลุมไปถึงเรื่องการตรากฎหมาย กฎ ระเบียบข้อบังคับและกติกาต่าง ๆ ให้ทันสมัย เป็นธรรม ตลอดจนเป็นที่ยอมรับของสังคมและสมาชิกอย่างยินยอมพร้อมใจ ถือปฏิบัติร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ เป็นธรรม ถือว่า เป็นการปกครองภายใต้กฎหมาย ไม่ใช้อำนาจตามอำเภอใจหรืออำนาจของตัวบุคคล โดยในระดับภาครัฐ กำหนดให้มีการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบที่ใช้ในการบริหารงานร่วมกันภายในภาครัฐ ในระดับองค์การ กำหนดให้มี กฎกติกา ที่ใช้ในการบริหารงานภายใน รวมถึงข้อตกลงในการสับเปลี่ยนหน้าที่ภายในองค์กร และในระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่เป็นราชการส่วนท้องถิ่น กำหนดให้มี การดำเนินงานตามวิธีทางการปกครอง ในการดำเนินการบริหารงาน มีกฎหมาย ระเบียบ ถือปฏิบัติในการบริหารงานหรือดำเนินการต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ฝ่ายบริหารส่วนกลาง ได้ให้อำนาจมาปฏิบัติตามกฎหมาย การบริหารจัดการภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น ได้ปฏิบัติตามระเบียบ กฎหมายต่าง ๆ แก่ ด้านบุคลากร และด้านการปฏิบัติงาน

2) หลักคุณธรรม หมายถึง เป็นการยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม โดยรณรงค์ เพื่อสร้างค่านิยมที่ดีงามให้ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรหรือสมาชิกของสังคมถือปฏิบัติ ได้แก่ ความซื่อสัตย์ สุจริต ความเสียสละ ความอดทน ขยันหมั่นเพียร ความมีระเบียบวินัย โดยในระดับภาครัฐ ผู้แทนประชาชนที่เข้าไปทำหน้าที่บริการราชการเข้าสู่หน้าที่ด้วยความชอบธรรม เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเมืองและฝ่ายประจำ จะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานทางคุณธรรมและจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ของรัฐอย่างเคร่งครัด ในระดับองค์กร เจ้าหน้าที่จะต้องปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ให้ความยุติธรรมแก่ประชาชนอย่างเท่าเทียมกัน รวมทั้งจัดระบบงานที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและปฏิบัติตามข้อบังคับ ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้ยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม ส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนพัฒนาตนเอง จากกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3) หลักการมีส่วนร่วม หมายถึง การทำให้สังคมไทยเป็นสังคมที่เปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างตรงไปตรงมา สามารถตรวจสอบความถูกต้องได้ โดยการปรับปรุงระบบและกลไกการทำงานขององค์กรให้มีความโปร่งใส มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารหรือเปิดให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวก ตลอดจนมีระบบหรือกระบวนการตรวจสอบประเมินผล ที่มีประสิทธิภาพ เป็นการสร้างความไว้วางใจวางใจซึ่งกันและกัน ช่วยให้การทำงานของภาครัฐและภาคเอกชนปลอดจากการทุจริตคอรัปชั่น ในองค์ปกครองส่วนท้องถิ่น มีภารกิจและ

บทบาทหน้าที่ในการให้การบริการต่อประชาชนในเขตพื้นที่ ตามสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและการบริหารงานของรัฐ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามความเจริญก้าวหน้าของสื่อเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว

4) หลักความโปร่งใส หมายถึง การทำให้สังคมไทยเป็นสังคมที่เปิดเผยข้อมูลข่าวสารอย่างตรงไปตรงมา สามารถตรวจสอบความถูกต้องได้ โดยการปรับปรุงระบบ กลไกการทำงานขององค์กรให้มีความโปร่งใส มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารหรือเปิดให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวก ตลอดจนมีระบบหรือกระบวนการตรวจสอบและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเป็นการสร้างความไว้วางใจวางใจซึ่งกันและกัน ช่วยให้การทำงานของภาครัฐและภาคเอกชนปลอดจากการทุจริตคอรัปชั่น ในองค์ปกครองส่วนท้องถิ่นส่งเสริมให้ประชาชนเข้าร่วมการบริหาร ตรวจสอบ เพื่อความโปร่งใส จากผู้ตรวจสอบทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน

5) หลักความรับผิดชอบ หมายถึง การทำให้สังคมไทย เป็นสังคมที่ทุกคน ทุกฝ่ายตระหนักในสิทธิหน้าที่ มีสำนึกในความรับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่ของตนและการใส่ใจในปัญหาสาธารณะรวมทั้งมีความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหา ตลอดจนเคารพในความคิดเห็นที่แตกต่าง โดยพยายามหาทางออกที่ทุกฝ่ายสามารถยอมรับร่วมกันได้ กล้ารับผลการกระทำของตนให้องค์ปกครองส่วนท้องถิ่น มีหน้าที่ ความรับผิดชอบ ต่อชุมชนสังคม มีความมุ่งหวัง ตั้งมั่นยึดถือในนโยบายที่ได้แถลงไว้กับประชาชนว่า ในการบริหารงานขององค์ปกครองส่วนท้องถิ่น จะเป็นไป เพื่อให้เกิดผลประโยชน์แก่ประชาชนอย่างสูงสุด

6) หลักความคุ้มค่า หมายถึง การบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการทำให้สังคมไทยเป็นสังคมที่รู้คุณค่าของทรัพยากรของชาติและบริหารงานด้วยความประหยัดมีประสิทธิภาพประสิทธิผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาครัฐ ซึ่งต้องให้บริการที่มีคุณภาพแก่ประชาชน ในระดับองค์กร ผู้บริหารต้องทบทวนงานในความรับผิดชอบทั้งหมด เพื่อพิจารณาถ่ายโอนงานที่ภาคธุรกิจเอกชนหรือภาคประชาชน ทำให้มีประสิทธิภาพสูงกว่าออกไปเลือกนำเทคโนโลยีมาใช้พัฒนาความสามารถของเจ้าหน้าที่ของรัฐ อย่างเป็นระบบต่อเนื่อง (บวรศักดิ์ อุวรรณโน, 2542)

2. แนวคิดประชาธิปไตย (The Principles of the Democracy)

วิวัฒนาการทางการเมือง การปกครอง ตั้งแต่อดีตโดยเฉพาะของโลกตะวันตก ซึ่งถือว่าเป็นต้นกำเนิดการปกครองในระบอบประชาธิปไตยของโลก ตามที่มีบันทึกไว้มีแนวคิดและหลักใหญ่ ๆที่มีลักษณะเป็นประชาธิปไตยแบบเสรีนิยม มีลักษณะ ดังนี้

(1) อำนาจอธิปไตยเป็นของประชาชนหรือของมหาชน

(2) ประชาธิปไตยเปิดโอกาสให้มีการเลือกตั้งผู้นำโดยเสรี

(3) ประชาธิปไตยเน้นการมีผู้นำที่มีความรับผิดชอบ

(4) ประชาธิปไตยมุ่งให้มีระบบกฎหมายที่ประกันความเสมอภาคของประชาชน

(5) ประชาธิปไตยยอมรับการมีพรรคการเมืองมากกว่าหนึ่งพรรคขึ้นไป

(6) ประชาธิปไตยส่งเสริมการมีความหลากหลายในชีวิตประจำวัน

(7) ประชาธิปไตยไม่มีการกีดกันกลุ่มสำคัญ ๆ จากการมีส่วนในการบริหารประเทศ

(8) การมีทัศนะคติแบบประชาธิปไตย

(9) ประชาชนมีความสำนึกในหน้าที่แห่งการเป็นพลเมืองดี

(10) เป็นความเชื่อมั่นในความดีของมนุษย์

โดยภาพรวม การปกครองระบอบประชาธิปไตยในสังคมปัจจุบัน ปรากฏแนวคิดที่มีหลักสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ 1) มีอำนาจอธิปไตยเป็นของปวงชน 2) ความเสมอภาคทางการเมือง 3)การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน 4) ความสิทธิเสรีภาพทางการเมือง และ 5) การยึดถือเสียงข้างมากเป็นเกณฑ์

นอกจาก แนวคิดประชาธิปไตยที่ปรากฏพบว่า มี 2 แบบ ได้แก่

1) ประชาธิปไตยเชิงอุดมคติ (Ideal Democracy) มุงเน้นให้ประชาชน มีอำนาจ (อธิปไตย) สำนึกในหน้าที่ และมีเสรีภาพในการเลือกสรรผู้ที่จะมาทำหน้าที่ปกครอง และรับผิดชอบการบริหารงาน โดยการออกกฎระเบียบ หรือกฎหมาย ผ่านระบบนักการเมือง (Politician) และพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนในสังคมให้เกิดความมั่นคงและสงบเรียบร้อย ตามศีลธรรมอันดีของประชาชน (มนุษย์)

2) ประชาธิปไตยเชิงปฏิบัติการหรือหน้าที่นิยม (Operative Democracy) มุ่งเน้น ในหน้าที่ของราษฎรหรือประชาชนที่มีต่ออำนาจอธิปไตยของตนเอง และใช้ความเสมอภาคในการมีส่วนร่วมทางการเมือง การปกครอง รวมถึงการแสดงออกทางความคิดเห็น เพื่อที่จะเป็นประโยชน์แก่ตนเองและสังคมส่วนรวม เช่น กรณีการใช้สิทธิในการเลือกตั้ง โดยถือว่า เป็นหน้าที่โดยตรงของประชาชนทุกคน (ลัทธิกาล ศรีวะรมย์ สุชัย ทองแก้วกูล, 2538)

3. แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชน

แนวคิดวัฒนธรรมชุมชนนับเป็นกระแสแนวคิดหนึ่งที่ได้รับความสนใจจากปัญญาชน นักวิชาการ นักศึกษา ปราชญ์ท้องถิ่น และองค์กรพัฒนาของศาสนา ลักษณะของแนวคิดวัฒนธรรมชุมชน_มีลักษณะที่มีการพยายามอธิบายถึงสิ่งที่สังคมหมู่บ้านมีอยู่แล้วในระบบวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมืองในสังคมหรือชุมชนของตนเอง เป็นอิสระจากรัฐ เป็นเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเอง และมีวัฒนธรรมที่เน้นคุณค่าของการช่วยเหลือเกื้อกูลกันเป็นสำคัญ และเชื่อว่าลักษณะดังกล่าวนี้เป็นคุณค่าเดิมแท้ของสังคมไทย

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2537) ได้ให้ข้อสนับสนุนว่าภายในชุมชนมีวัฒนธรรมของตนอยู่ก่อนแล้ว นั่นคือระบบคุณค่าที่รวบรวมมาได้จากประวัติศาสตร์ เป็นบทสรุปของความคิดและการปฏิบัติของชุมชนนั้นๆ เป็นวิถีชีวิตและทิศทางของการพัฒนาของชาวบ้านที่ร่วมกันสรุปขึ้นมา แกนกลางของวัฒนธรรมชุมชนคือการให้ความสำคัญแก่ความเป็นคน และความผสมกลมกลืน (Harmony) กันในชุมชน

ความเข้มแข็งของวัฒนธรรมชุมชน ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับการกำหนดกรอบและตัวชี้วัดสำหรับงานพัฒนาชนบท ในด้านความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนไว้ 2 ลักษณะใหญ่ คือ

1. องค์กรชุมชนเชิงวัฒนธรรม มีลักษณะเด่นคือการรวมตัวกันไม่เป็นองค์กรชัดเจน แต่มีพลังในการแก้ปัญหาสูง มีการรวมตัวกันเมื่อเกิดวิกฤต มีผลกระทบกว้างขวาง ตัวอย่างเช่นการรวมกลุ่มกันในหมู่บ้านเมื่อเกิดผลกระทบต่อชุมชน อาทิ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2. องค์กรเฉพาะวัตถุประสงค์ มีลักษณะเด่นคือมีโครงสร้างและวัตถุประสงค์ชัดเจน มีพลังในการแก้ปัญหาจำกัด ขึ้นอยู่กับจำนวนสมาชิกและเครือข่าย มีกิจกรรมต่อเนื่องไม่เฉพาะเมื่อเกิดวิกฤต มีผลกระทบเฉพาะกลุ่มสมาชิก ตัวอย่างเช่นองค์กรพัฒนาของภาครัฐหรือเอกชน กลุ่มออมทรัพย์ เกษตรทางเลือก เป็นต้น

เช่นเดียวกับที่เสรี พงษ์พิศ (2531) ได้เสนอ

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาที่ถือว่าเป็นฐานสำคัญของกระบวนการพัฒนา ไว้ดังนี้

1. การให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นวิถีชีวิตที่ได้รับการถ่ายทอดมาหลายชั่วอายุคน โดยมีระบบคุณค่าทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมของตนเอง ทำให้สังคมชนบทสามารถคงอยู่และพึ่งตนเองมาโดยตลอด การศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างรอบด้านและโดยที่ประชาชนมีส่วนร่วม ย่อมก่อให้เกิดสำนึกในคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ความภูมิใจและเชื่อมั่นในตนเอง การเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่เกิดขึ้นย่อมจะอยู่ในความควบคุมและการตัดสินใจของชาวบ้านทั่วไป

2. การค้นหาประสบการณ์ระดับชุมชนเพื่อยืนยันศักยภาพของภูมิปัญญาพื้นบ้าน แม้การเปลี่ยนแปลงสังคมยุคใหม่ จะก่อให้เกิดการครอบงำและการเอารัดเอาเปรียบจนชาวชนบทสูญเสียความเป็นตัวของตัวเอง และพึ่งตนเองได้น้อยลง แต่ก็ยังมีบุคคล กลุ่มบุคคลและชุมชนจำนวนไม่น้อย ต่อสู้เพื่อความเป็นตัวของตัวเอง มีทิศทางและจุดยืนที่มั่นคง

3. การพัฒนาทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ที่เกิดขึ้นจากสภาพความเป็นจริงของอดีตและปัจจุบันของสังคมไทย มิติความรู้ในเรื่องท้องถิ่นทั้งอดีตและปัจจุบันโดยขยายออกไปทั้งแนวราบและลึก และถึงจุดที่นักวิชาการและผู้เกี่ยวข้องกำลังบรรยายสรุปแนวคิดทฤษฎีจากความรู้และประสบการณ์ดังกล่าว ให้เป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพ

4. ความร่วมมือของทรัพยากรบุคคลจากทุกระดับและวงการ ผู้คนในทุกวงการและทุกระดับที่มีความคิด ความตั้งใจ และดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในแนวคล้ายคลึงกัน พร้อมที่จะให้ความร่วมมือและประสานงานขึ้นอยู่กับการสร้างเงื่อนไขที่เหมาะสมกับสถานการณ์และสถานภาพบุคคล องค์กรสถาบันและกลุ่ม แม้มีข้อจำกัดอยู่ไม่น้อยแต่หากมีความเคารพและศรัทธาต่อกันเป็นพื้นฐานความร่วมมือกันย่อมเป็นไปได้

4. แนวคิดเกี่ยวกับประชาธิปไตยชุมชน

ประชาธิปไตยชุมชน หมายถึง กระบวนการที่ให้ประชาชนทุกชนชั้นในสังคมทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม เพศ วัย มาใช้สิทธิร่วมกันในการกำหนดปัญหา ความต้องการของตนเอง เพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบายและวางแผนพัฒนาชุมชนในทุกด้าน ที่ตอบสนองกับความต้องการและแก้ปัญหาของชุมชน ที่มีความเป็นธรรม รวมทั้งคนร่วมกันปฏิบัติการตามแผนและติดตามตรวจสอบการทำงานร่วมกันระหว่างท้องที่ ท้องถิ่นและชุมชน (สน รูปสูง, 2553)

เป้าหมายสำคัญของประชาธิปไตยชุมชน คือ การปลุกความตื่นตัว ปลุกความตระหนักถึงสิทธิความเป็นประชาชนของคนในชุมชน ตามสิทธิชุมชนในรัฐธรรมนูญ ให้คนในชุมชนลุกขึ้นปกป้อง ลุกขึ้นมาจัดการปัญหาและแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง มีความเสมอภาคมีส่วนในการตัดสินใจในเรื่องของส่วนร่วมและเรียนรู้ร่วมกัน ในเรื่องของประชาธิปไตยโดยตรง ทำให้ประชาธิปไตยที่กินได้คือประชาธิปไตยที่สามารถแก้ปัญหาปากท้องของชาวบ้านได้จริงๆ

กระบวนการประชาธิปไตยชุมชนเป็นเครื่องมือหรือกลไกหนึ่งที่รวมคนให้เรียนรู้ร่วมกัน มาแก้ไขปัญหาร่วมกัน และมาทำงานพัฒนา โดยมีมิติทางการเมือง คือ การเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาท้องถิ่นร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายในระดับจังหวัด รวมทั้งยกระดับจิตของคนขึ้นให้มีความกล้าหาญ ให้มีความรับผิดชอบต่อชุมชนของตนเองและต่อนักการเมืองที่ได้เลือกมาด้วย

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเกี่ยวกับการเสริมสร้างหลักธรรมาภิบาลในวิถีประชาธิปไตยของผู้นำในพื้นที่ตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

(Qualitative Research) และการลงพื้นที่ภาคสนาม (field Study) ประกอบการจัดเก็บข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยนี้

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากับกลุ่มผู้นำในการปกครองท้องที่และแกนนำต่าง ๆ ในเขตพื้นที่ตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ใน 9 หมู่บ้าน โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกับผู้นำที่มีประสบการณ์การบริหารจัดการชุมชน เป็นผู้นำกิจกรรมด้านพัฒนา ด้านปกครองเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป คือ อดีตผู้นำหมู่บ้าน 2 คน ผู้นำหมู่บ้าน 9 คน แกนนำชุมชน 6 คน ประชาขนในพื้นที่ 5 คน รวมเป็นจำนวน 22 คน

2. เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ประกอบกับการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ระดมความคิดร่วมกัน โดยมีแบบบันทึกข้อมูลเป็นสมุดบันทึกที่ผู้วิจัยใช้สำหรับการบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ ประเด็นข้อคิดเห็นต่างๆ ที่ได้จากผู้ให้ข้อมูล รวมทั้ง บันทึกข้อสังเกตและการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัยเองในแต่ละช่วงของการศึกษาข้อมูลในพื้นที่เป็นการศึกษาเกี่ยวกับวิถีประชาธิปไตย โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับแกนนำหมู่บ้าน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้นในพื้นที่วิจัย เก็บข้อมูลกับหน่วยงานในพื้นที่ กิจกรรมต่าง ๆ ขอชุมชนกำหนดทีมงาน ประกอบด้วย ผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) ผู้จดบันทึก (Notetaker) และผู้ช่วยทั่วไป (Assistant) การสัมภาษณ์ จัดการสนทนากลุ่ม และสรุปผลกิจกรรม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้านปฐมภูมิและทุติยภูมิที่เกี่ยวกับธรรมาภิบาลและประชาธิปไตย สังเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเชิงพรรณนา

6. ผลการวิจัย

วิถีวัฒนธรรมชุมชนที่สัมพันธ์กับกระบวนการประชาธิปไตยของผู้นำโครงสร้างทางสังคมมี 2 ส่วนที่สำคัญ คือ ส่วนที่ไม่เปลี่ยนแปลงหรือคงที่กับส่วนที่เปลี่ยนแปลงหรือพลวัตความเปลี่ยนแปลงในสังคมมนุษย์ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน อาจแบ่งออกเป็นยุคสมัยตามประวัติศาสตร์ และมีวิวัฒนาการเรื่อยมาความล้าหลังทางวัฒนธรรม เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมกับความเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ไม่สมดุลกันทำให้เกิดปัญหาเกิดความสับสนวุ่นวายขึ้นในสังคมลักษณะของความสัมพันธ์ที่แสดงออกในรูปแบบของความเป็นญาติ ความเป็นเพื่อนบ้าน และความเป็นผู้นำ สิ่งเหล่านี้เป็นความสัมพันธ์ที่เรียกว่า ความเชื่อมโยงในแนวราบ ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนหนึ่งกับอีกชุมชนหนึ่ง จะต้องมีการให้เกียรติการเคารพ ซึ่งเรียกความสัมพันธ์ในแนวนี้ว่า ความเชื่อมโยงในแนวตั้งสังคมของกลุ่มต่างๆ มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันตามแต่ละบริบท การปฏิสัมพันธ์ในชุมชนนั้นเกิดขึ้นด้วยกิจกรรมที่แตกต่างหลากหลายทางวัฒนธรรมของตน ภูมิประเทศ และภูมิอากาศเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดสุนทรียภาพในสภาพแวดล้อมของชุมชนนั้นๆ โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นวัฒนธรรมชุมชน คือ วัฒนธรรมของชาวบ้านเป็นอิสระจากวัฒนธรรมชนชั้นกลางและชนชั้นสูง สัมพันธ์กับชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ ฐานที่สำคัญของชุมชนคือ ความมีคุณธรรมและจริยธรรม แต่ขณะเดียวกันก็ยอมรับข้อเสนอว่าชุมชนไม่ควรยึดติดกับวัฒนธรรมชุมชนเพียงอย่างเดียวหากจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนจารีตวิถีปฏิบัติเดิมให้สอดคล้องและเหมาะสมกับความต้องการและความจำเป็นของยุคสมัย จารีตวิถีปฏิบัติหรือวัฒนธรรม

ของชุมชน ส่วนใหญ่มักจะยึดหลักตามศาสนา ซึ่งพระพุทธศาสนาได้ปลูกฝังหลักธรรมที่สอดคล้องกับการปกครองไว้หลายหลักธรรมเช่นกัน หลักธรรมต่างๆ นั้นล้วนแต่เป็นการส่งเสริมการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย สอดคล้องกับหลักธรรมภิบาล เช่น หลักทศพิธราชธรรม หลักอธิปไตย 3 เป็นต้น การมีประชาธิปไตยที่ดีนั้น จะต้องเกิดจากการเรียนรู้ การปฏิบัติต้องได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐและคอยสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการบริหารที่ดี มีประสิทธิภาพตามหลักธรรมาภิบาลจากผู้นำขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงจะประสบผลสำเร็จเพื่อก้าวไปสู่การมีประชาธิปไตยที่ดีและแข็งแกร่งในชุมชนสืบต่อไป วิถีวัฒนธรรมชุมชนตำบลศรีเตี้ยมีกระบวนการเริ่มนับตั้งแต่การสร้างข้อตกลงในชุมชน โดยความเคารพอาวุโส สร้างความเสมอภาค การแบ่งหมวดหมู่บ้านต่างๆ การมีคณะกรรมการต่างๆ ช่วยกันดูแลจัดการชุมชนให้ไปตามแนวทางประชาธิปไตย

รูปแบบการเสริมสร้างหลักธรรมาภิบาลโดยใช้กระบวนการประชาธิปไตยของผู้นำในเขตพื้นที่ตำบล ศรีเตี้ย จากการศึกษาพบว่า ผู้นำตำบลศรีเตี้ยมีรูปแบบการเสริมสร้างธรรมาภิบาลโดยยึดอุดมการณ์ร่วมกัน คือ รวมตัดสินปัญหา กำหนดทิศทางในการปกครอง กำหนดตัวบุคคลที่จะทำหนาที่ปกครองชุมชนทองถิ่น เคารพในสิทธิหนาที่หลักของความเสมอภาค เสรีภาพและศักดิ์ศรีแหงความเปนมนุษย การปกครองระบอบประชาธิปไตยถือวาทุกคนมีสิทธิเสรีภาพเทาเทียมกัน ปลูกฝงจิตใจใหบุคคลมีความรับผิดชอบตอตนเองและสังคมชุมชน การสรางคุณธรรมจริยธรรมใหเปนรูปธรรมดำเนินงานผ่านโครงการศึกษาการปกครองท้องถิ่นไทย : กรณีศึกษาการยกฐานะการปกครองเทศบาลตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ผู้นำในเขตพื้นที่ตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน มีการประยุกต์หลักธรรมาภิบาลในการบริหารงานในชุมชนมี 3 ลักษณะ คือ 1. การเสริมสร้างคุณค่าและจิตสำนึกของคนในชุมชน ให้เกิดความตระหนักและเรียนรู้ที่จะ พัฒนาตนเอง 2. เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนในระดับวิพากษ์วิจารณ์ สะท้อนความคิดและอภิปราย การหาข้อสรุปการดำเนินงานร่วมกัน และการทดลองประยุกต์ใช้องค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง 3. การบริหารจัดการที่ดีโดยใช้หลักธรรมาภิบาล การศึกษาชี้ให้เห็นถึงการทำงานของผู้นำในการยึดหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการทำงานและบริหารงานท้องถิ่นเป็นไปตามหลักการด้านประชาธิปไตยการยึดเสียงข้างมาก คือเสียงส่วนใหญ่ เสียงประชาชนมาเป็นแนวทางในการวางนโยบายในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง อยู่ดีมีสุข มีความเสมอภาคทุกภาคส่วนของการทำงาน

วิเคราะห์หลักธรรมาภิบาลกับการส่งเสริมประชาธิปไตยของผู้นำในเขตพื้นที่ตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ผู้นำในเขตพื้นที่ตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน มีการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารจัดการท้องถิ่น มี 6 ด้าน คือ 1) ด้านหลักนิติธรรม ยึดกฎหมายเป็นหลัก 2) ด้านหลักคุณธรรม ปลุกจิตสำนึกด้านคุณธรรม 3) ด้านหลักความโปร่งใส ทุกโครงการมีการประกาศตามขั้นตอนทางราชการ 4) ด้านการมีส่วนร่วม ผู้นำทุกหมู่บ้านเข้ามามีส่วนทุกขั้นตอนการทำงาน 5) ด้านความรับผิดชอบ เป็นคณะทำงานร่วมกัน และ 6) ด้านหลักความคุ้มค่า เน้นความประหยัด คุ้มค่าคุ้มทุนในการทำงาน การศึกษาวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้หลักธรรมมาภิบาลนำมาสร้างเป็นกรอบในการวางแผนงาน และพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญหลายประการที่ต้องมีการดำเนินการให้สอดคล้องกันในทุกด้าน เช่น การศึกษา วัฒนธรรม เศรษฐกิจสังคมและการเมือง ข้อจำกัดในการพัฒนาประชาธิปไตยชุมชน คือ ประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ส่งเสริมในการพัฒนาระบอบประชาธิปไตย เช่น วัฒนธรรมการยอมรับ ความเชื่อทางศาสนา ค่านิยมและวิถีชีวิต เหล่านี้ล้วนเป็นจริยธรรม ในการสอนคนให้เป็นมนุษย์ และรู้ว่า

ประชาธิปไตยคือการให้เกียรติและเคารพผู้อื่น เคารพสิทธิของผู้อื่น และที่สำคัญต้องมีบทเรียนที่ส่งเสริมให้บุคคลทำความดี ยกย่องคนดีให้กำลังใจคนดี

7. สรุปและอภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง การเสริมสร้างหลักธรรมาภิบาลในวิถีประชาธิปไตยของผู้นำในตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน เป็นศึกษาเพื่อส่งเสริมการสร้างหลักธรรมาภิบาลในวิถีประชาธิปไตยชุมชน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผู้นำในเขตพื้นที่ตำบลศรีเตี้ยมีการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารจัดการชุมชน มี 6 ด้าน คือ 1) ด้านหลักนิติธรรม ยึดกฎหมายเป็นหลัก 2) ด้านหลักคุณธรรม ปลุกจิตสำนึกด้านคุณธรรม 3) ด้านหลักความโปร่งใส ทุกโครงการมีการประกาศตามขั้นตอนทางราชการ 4) ด้านการมีส่วนร่วม ผู้นำทุกหมู่บ้านเข้ามามีส่วนทุกขั้นตอนการทำงาน 5) ด้านความรับผิดชอบ เป็นคณะทำงานร่วมกัน และ 6) ด้านหลักความคุ้มค่า เน้นความประหยัด คุ้มค่า คุ้มทุนในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของนภาพร อติวานิชยพงศ์ (2547) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ธรรมาภิบาลในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น : กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแก้ว อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า อบต.ดอนแก้ว ได้รับรางวัลการบริหารจัดการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาลมาจากการใช้หลักการทำงานอย่างมีส่วนร่วม มีการวางแผนงานเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของกิจกรรมและให้สมาชิกในชุมชนได้รับประโยชน์อย่างมากที่สุด การบริหารจัดการโดยหลักธรรมาภิบาลดังกล่าวมีเงื่อนไขที่สนับสนุนให้ อบต.ประสบความสำเร็จหลายประการ คือ การที่องค์กรภายในชุมชนเองมีความเป็นธรรมาภิบาล มีวิสัยทัศน์ในการทำงานพัฒนาชุมชน ซึ่งนับว่าทุนทางสังคมของชุมชนดอนแก้ว ที่ทำให้ อบต. ได้รับแรงสนับสนุนจากองค์กรชุมชนเป็นสะพานเชื่อมไปสู่การระดมความร่วมมือจากชุมชนได้กว้างขวาง นอกจากนี้การที่ อบต. มีข้อเด่นในเรื่องของการทำงานด้วยความโปร่งใส ปราศจากมลพิษในเรื่องการทุจริตคอรัปชันได้ช่วยเสริมสร้างศรัทธาและความมั่นใจของสมาชิกในชุมชนที่จะเข้าร่วมกิจกรรมของอบต.ด้วยความเต็มใจความสำเร็จของการทำงานดังกล่าวเกิดขึ้นได้จากการมีทีมงานที่เข้มแข็งและมีอุดมการณ์ในการทำงานไปในแนวทางเดียวกัน จึงไม่เกิดความขัดแย้งในการกำหนดนโยบาย และการปฏิบัติงานของ อบต. และสอดคล้องกับวิจัยของสุธาวัลย์ เสถียรไทย (2546) เรื่อง ธรรมาภิบาล (Good Governance) และการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) ในกระบวนการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม จากผลการศึกษาพบว่า เงื่อนไขสำคัญที่จำเป็นต่อการเกิดธรรมาภิบาล คือ 1) การมีระบบการคานและถ่วงดุลอำนาจที่สามารถตรวจสอบได้โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน 2) การมีแรงจูงใจที่เหมาะสมสามารถเอาชนะและชดเชยผู้เสียหายได้อย่างมีประสิทธิผลและเป็นธรรม 3) การสร้างองค์ความรู้กระบวนการเรียนรู้ และค้นหาข้อมูลโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน 4) การป้องกันการคอรัปชั่นและลดการใช้อำนาจวิจารณญาณของเจ้าหน้าที่รัฐ 5) การลดต้นทุนดำเนินการ ในกระบวนการจัดการต่างๆ เพื่อให้ระบบมีประสิทธิภาพมากขึ้น 6) การส่งเสริมด้านจริยธรรมและคุณธรรม ตลอดจนสร้างจิตสำนึกที่ถูกต้องให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

การดำเนินงานส่งเสริมประชาธิปไตยของผู้นำในเขตพื้นที่ตำบลศรีเตี้ยจะประสบผลสำเร็จได้นั้น ผู้บริหารต้องนำมาปฏิบัติ เพื่อให้เป็นแบบอย่างแก่ประชาชน และต้องเร่งดำเนินการให้การศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้แก่ประชาชนมากกว่านี้ เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจถึงหลักธรรมาภิบาลมากยิ่งขึ้น จึงจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนโดยส่วนรวมและต่อการทำงานขององค์กร หลักธรรมาภิบาลมุ่งเน้นสร้างองค์กรและบุคคลากรให้มีประสิทธิภาพ และเป็นการชักชวนให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทร่วมกันบริหารจัดการบ้านเมือง ทำให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนอย่างสูงสุด

8. เอกสารอ้างอิง

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา.(2537). วัฒนธรรมไทยกับขบวนการเปลี่ยนแปลงสังคม. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นภาพร อติวานิชยพงศ์. (2547). ธรรมาภิบาลในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น: กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแก้ว อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ อบต. ดอนแก้ว. สำนักบัณฑิตอาสาสมัคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บวรศักดิ์ อุวรรณโณ.(2542).การสร้างธรรมาภิบาล Good Governance. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์วิญญูชน.

ไพศาล เครือแสง. (2557), ประชาธิปไตยในชุมชนท้องถิ่น อาจารยประจำสาขาวิชารัฐศาสตร คณะมนุษยศาสตรและสังคมศาสตรมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตรและสังคมศาสตร, หน้าที่ 112.

ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน กรุงเทพ มหานคร : สำนักพิมพ์อักษรเจริญทัศน์,2542), หน้า 216.

ลัทธิกาล ศรีวะรมย์ สุชัย ทองแก้วกูล, (2538) หลักรัฐศาสตร์, กรุงเทพมหานคร : SR printing, หน้า 22-23.

สุธาวัลย์ เสถียรไทย.(2546).ธรรมาภิบาล (Good Governance) และการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) ในกระบวนการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร : สถาบันธรรมรัฐ เพื่อการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม.

เสรี พงษ์พิศ. (2531).บรรณาธิการ. ทิศทางหมู่บ้านไทย. กรุงเทพมหานคร: เคล็ดไทย,.

สน รูปสูง. (2553). คู่มือประชาธิปไตยชุมชน. กรุงเทพมหานคร: สภาการพัฒนาการเมือง สถาบันพระปกเกล้า,

อานันท์ ปันยารชุน. (2541). “ธรรมรัฐ (Good Government) กับอนาคตของประเทศไทย”. ฐานเศรษฐกิจ. (18, 1265 (29 มี.ค.–1 เม.ย. 2541).

ตลาดผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่

Marketing products and services for the elderly in Chiangmai

เปรมศักดิ์ อาษากิจ[1] และหฤทัย อาษากิจ[2]

Premsak Asakit and Haruethai Asakit

[1] อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ (เอกการตลาด) คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

[2] อาจารย์หลักสูตรระบบสารสนเทศทางบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จังหวัดเชียงใหม่ 50300

E-mail: asakitpremsak@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ และค้นหาแนวทางการจัดการตลาดผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปที่อาศัยอยู่ใน 25 อำเภอ ของจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 398 คนโดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือ เพื่อสอบถามความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และหาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุกับข้อมูลพื้นฐาน ไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุ มีความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) เรียงลำดับดังนี้ กลุ่มสุขภาพและชะลอวัย (ค่าเฉลี่ย 4.26) กลุ่มอาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.97) กลุ่มบริการทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.92) กลุ่มเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.72) กลุ่มท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.37) และกลุ่มสินค้าอุปโภค/บริโภค (ค่าเฉลี่ย 2.58) และความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุกับข้อมูลพื้นฐาน ไคสแควร์ ด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ บริการ ผู้สูงอายุ

Abstract

The objectives of this research were to explore the demand for elderly products and services and to identify approaches for elderly products and services management of the public and private organizations in Chiang Mai Province. The sample of this research included the elderly who were aged 60 years and over, residing in 25 Districts of Chiang Mai Province. Interview form was employed as an instrument in collecting data from 398 elderly people by a Simple Random Sampling method. Data were then analyzed by Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, and Chi-Square for the relationship between the demand for elderly products and services and the fundamental data. Findings indicated, it showed that the demand for elderly products and services was averagely in the high level (3.64): health and anti-aging group (4.26), supplementary food/ healthy drinks group (3.97), financial service group (3.92), technology group (3.72), traveling group (3.37), and consumer products group (2.58), respectively. And chi-Square for the relationship between the demand for elderly products and services and the fundamental in data Gender, education level, career and income with statistical significance at the level of .05

Keywords: products, services, elderly

บทนำ

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 การเตรียมพร้อมด้านกำลังคนและการเสริมสร้างศักยภาพของประชากร ในทุกช่วงวัย มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพทุนมนุษย์ของประเทศ โดยพัฒนาคนให้เหมาะสมตามช่วงวัย เพื่อให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ การหล่อหลอมให้คนไทยมีค่านิยมตามบรรทัดฐานที่ดีทางสังคม เป็นคนดี มีสุขภาวะที่ดี มีคุณธรรมจริยธรรม มีระเบียบวินัย และมีจิตสำนึกที่ดีต่อสังคมส่วนรวม การพัฒนาทักษะที่สอดคล้องกับความต้องการในตลาดแรงงานและทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ ๒๑ ของคนในแต่ละช่วงวัยตาม ความเหมาะสม และการเสริมสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาคุณภาพของคนทั้งในเชิงสถาบัน ระบบโครงสร้างของสังคมให้เข้มแข็ง สามารถเป็นภูมิคุ้มกันการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การพัฒนาที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อคนและสังคมไทยหลายประการ เช่น โครงสร้างประชากรมีแนวโน้มประชากรวัยสูงอายุเพิ่มขึ้น ประชากรวัยเด็กและวัยแรงงานลดลง ขณะที่การย้ายถิ่นของประชากรส่งผลให้ความเป็นเมืองสูงขึ้น ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและจะเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ในปี 2568 โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะมีประชากรวัยสูงอายุมากที่สุดถึงเกือบ 1 ใน 3 ของประชากรสูงอายุทั้งประเทศ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12)

ศศิเพ็ญ ภูวพานิช (2553) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของไทยในการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจะมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจในหลายๆ ด้านทั้งการบริโภค การออมและการลงทุน การคลังของประเทศ ไปจนถึงภาคการประชากรผลิตที่ได้รับผลโดยตรงจากการลดลงของกำลังแรงงานและการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของอุปสงค์ในประเทศ ทำให้ภาครัฐควรต้องมีการวางแผนนโยบายอุตสาหกรรมและการลงทุนที่สอดคล้องกับโครงสร้างที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป ขณะที่ในส่วนการ

แก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่จะเกิดขึ้น ภาครัฐควรมีมาตรการเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมในกำลังแรงงานของประชากรโดยเฉพาะในกลุ่มสตรี และกระตุ้นให้มีการเพิ่มผลิตภาพในการผลิตโดยการปรับปรุงทุนมนุษย์ (Human capital) เทคโนโลยีและนวัตกรรม และการนำเครื่องจักรเข้ามาร่วมใช้ในการผลิตมากขึ้น เช่นเดียวกันกับ สมประวิณ มันประเสริฐ (2553) ที่ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของแบบแผนของการบริโภคในสังคมผู้สูงวัย พบว่าในปี 2573 สัดส่วนของการบริโภคสินค้าในครัวเรือนบางประเภทมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นและบางประเภทมีแนวโน้มลดลง นอกจากนี้การเป็นสังคมผู้สูงวัยยังทำให้เกิดส่วนเพิ่มในการบริโภคสินค้าและบริการกลุ่มที่เป็นการใช้จ่ายในครัวเรือน ได้แก่ เครื่องเรือนและค่าใช้จ่ายในบ้าน และที่อยู่อาศัยและสาธารณูปโภค ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าและบริการที่มีความยืดหยุ่นสูง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบความต้องการสินค้าของครัวเรือนจะส่งสัญญาณไปถึงภาคการผลิตและการจ้างงานในสาขานั้นๆ และสำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ (2553) กล่าวถึงตลาดสินค้าอาหารของญี่ปุ่นมีแนวโน้มว่าจะหดตัวลงเรื่อยๆ เพราะจำนวนประชากรที่ลดลง และการเข้าสู่ภาวะสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ซึ่งต้องการบริโภคน้อยลง ดังนั้นการศึกษาความต้องการ และแนวโน้มการพัฒนาอาหารและตลาดอาหารสำหรับผู้สูงอายุ ตลอดจนงานวิจัย กฎระเบียบ องค์กรภาครัฐ และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอาหารสำหรับผู้สูงอายุ ความต้องการอาหารของผู้สูงอายุโดยทั่วไป ผู้สูงอายุมีความต้องการอาหารคุณสมบัติที่เหมาะสม ได้แก่ อาหารที่จัดเตรียมง่าย อาหารที่เคี้ยวและกลืนได้ง่าย ไม่ทำให้สำลัก และอาหารที่ช่วยรักษาและบำรุงสุขภาพ ตลอดจนอาหารพิเศษสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องได้รับการดูแล หรือผู้ป่วยสูงอายุ นอกเหนือจากอาหารข้างต้น ผู้สูงอายุญี่ปุ่นต้องการอาหารปลอดภัย คุณภาพดี คงรสชาติแบบญี่ปุ่น สะดวกในการเตรียม และราคาเหมาะสม ด้วยอัตราค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารในครัวเรือนที่มีผู้สูงอายุมากกว่า 65 ปี จะสูงกว่าครัวเรือนทั่วไป แม้ว่ารายได้ของครัวเรือนผู้สูงอายุจะต่ำกว่าครัวเรือนทั่วไป โดยที่ครัวเรือนดังกล่าวจะใช้เงินเก็บออมมาเป็นค่าใช้จ่ายการพัฒนาอาหารสำหรับผู้สูงอายุผู้สูงอายุอุตสาหกรรมอาหารญี่ปุ่นได้ทำการพัฒนาอาหารสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อรองรับ Aging Society และความสะดวกของผู้ให้การดูแล ตลอดจน อาหารที่สะดวกในการจัดเตรียมสำหรับผู้สูงอายุที่สามารถดูแลตัวเองได้และยังสามารถทำงาน และทำกิจวัตรในชีวิตได้อย่างปกติ จนถึงผู้ที่ต้องการการดูแล และผู้ป่วย

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นหนึ่งใน 77 จังหวัดของไทย ซึ่งตั้งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศ ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 20,107 ตารางกิโลเมตร หรือใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ของ

ปี	จำนวนผู้สูงอายุ 60+ (คน)			ร้อยละของผู้สูงอายุ		
พ.ศ.	รวม	ชาย	หญิง	รวม	ชาย	หญิง
2538	1,061,000	504,000	557,000	9.54	8.96	10.13
2543	1,223,000	577,000	646,000	10.87	10.18	11.57
2548	1,341,000	625,000	716,000	11.88	11.00	12.77
2553	1,482,000	685,000	797,000	13.17	12.10	14.26

ประเทศ และมีจำนวนประชากรประมาณ 1.60 ล้านคน มากเป็นอันดับที่ 4 ของประเทศ แบ่งการปกครองออกเป็น 25 อำเภอ เป็นจังหวัดที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุดในภาคเหนือ จำนวนประมาณ 180,000 คน และมีอัตราการเพิ่มสูงขึ้นของผู้สูงอายุดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้สูงอายุในภาคเหนือ พ.ศ. 2538-2553 จำแนกตามเพศ

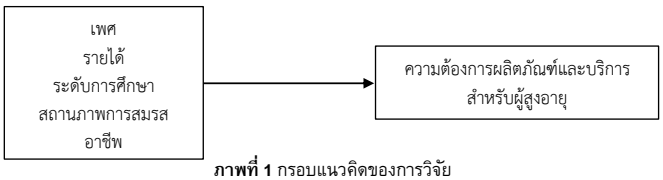
ที่มา: กองวางแผนทรัพยากรมนุษย์ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553

จากสถานการณ์ผู้สูงอายุภาคเหนือในปัจจุบัน และมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผลกระทบของสังคม

ผู้สูงอายุต่อภาคการผลิตของประเทศอาจแบ่งออกได้เป็น 2 ทาง คือ ทางด้านอุปทานและด้านอุปสงค์นั้น นอกจากระดับของรายจ่ายเพื่อการบริโภคที่ขึ้นอยู่กับระดับรายได้ของผู้สูงอายุแล้ว และเนื่องจาก "อายุ" เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลต่อลักษณะความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภค ดังนั้นการเข้าสู่สังคมชราภาพของประเทศไทย จึงน่าจะส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อ "รูปแบบ" การบริโภคที่จะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต การศึกษารูปแบบความต้องการสินค้าและบริการในอนาคต รูปแบบของการบริโภคในสังคมผู้สูงอายุเองก็จะเปลี่ยนไปจากเดิมด้วย เนื่องจากปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อแบบแผนการบริโภคและการใช้จ่ายของคน คือ วัยของผู้บริโภค โดยประชากรในแต่ละช่วงอายุและในแต่รุ่นมีความต้องการบริโภคสินค้าและบริการและมีรสนิยมที่แตกต่างกันออกไป ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “ตลาดผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่” เพื่อสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ และเพื่อค้นหาแนวทางการจัดการตลาดผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ นำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งให้ผู้สูงอายุและประเทศชาติได้ในระยะยาวต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อสำรวจความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

เพื่อค้นหาแนวทางการจัดการตลาดผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แสดงกรอบแนวความคิดให้เห็นถึงกระบวนการเชื่อมโยงเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ดังนี้ ดังภาพที่ 1

4.วิธีดำเนินการวิจัย

4.1ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปที่อาศัยอยู่ใน 25 อำเภอ ของจังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 398 คน

4.2เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview Form) เป็นเครื่องมือในการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 398 คน เพื่อสอบถามความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ตลาดผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 7 ข้อ แบ่งเป็นลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปตาราง และแปลผลด้วยการบรรยาย

2. แบบสอบถามความต้องการในการเตรียมความพร้อมของผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ ในแต่ละด้าน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ดังนี้

ด้านที่ 1 การเตรียมความพร้อมด้านสุขภาพอนามัย มีข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ

ด้านที่ 2 การเตรียมความพร้อมด้านการปรับตัวทางสังคมและจิตใจ มีข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ

ด้านที่ 3 การเตรียมความพร้อมด้านพฤติกรรมการออม มีข้อคำถามจำนวน 2 ข้อ

ด้านที่ 4 การเตรียมความพร้อมด้านพฤติกรรมการเรียนรู้ มีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปตาราง และแปลผลด้วยการบรรยาย

3. แบบสอบถามความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งตามผลิตภัณฑ์และบริการลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า(Rating Scale) มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 29 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำเสนอในรูปตารางพร้อมกับรูปภาพประกอบ (ธารินทร์ ศิลป์จารุ, 2551)

และการแจกแจงไคสแควร์ (Chi-Square) วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุกับข้อมูลพื้นฐานด้าน เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน นำเสนอในรูปตาราง และแปลผลด้วยการบรรยาย

ลักษณะข้อคำถามปลายเปิด (Open ended Question) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และรวบรวมความคิดเห็น

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	120	30.2
หญิง	278	69.8
ระดับการศึกษา		
ไม่ได้เรียนหนังสือ	97	24.4
ประถมศึกษา(ป.1 – ป.6)	209	52.5
มัธยมศึกษาตอนต้น(ม.1 – ม.3)	47	11.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย(ม.4 – ม.6)	15	3.8
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	13	3.3
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)	6	1.5
ปริญญาตรี	11	2.7
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.0
สถานภาพ		
โสด	25	6.3
สมรส	220	55.3
หม้าย	102	25.6
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	51	12.8
อาชีพ		
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	81	20.4
ค้าขาย	116	29.1
รับจ้าง	101	25.3
เกษตรกรรม	46	11.6
รับราชการ	42	10.6
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	0.5
บริษัทเอกชน	9	2.2
อื่นๆ	1	0.3

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่มีรายได้	44	11.1
ไม่เกิน 5,000 บาท	152	38.2
5,001 – 10,000 บาท	121	30.4
10,001 – 15,000 บาท	35	8.8
15,001 – 20,000 บาท	29	7.3
20,001 – 30,000 บาท	7	1.7
มากกว่า 30,000 บาท	10	2.5
จำนวนสมาชิกในครอบครัว		
1-3 คน	96	24.1
4-6 คน	180	45.2
7-9 คน	98	24.6
ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป	17	4.3
ไม่ตอบ	7	1.8
ประสบการณ์การเข้ารับการอบรม		
ไม่เคย	302	75.9
เคย	96	24.1
การเข้ารับการอบรม		
งานฝีมือและศิลปหัตถกรรม	87	38.5
เกมกีฬา	62	27.4
การเต้นรำ ฟ้อนรำ	17	7.5
การดนตรีและการร้องเพลง	18	8.0
การชมละคร ภาพยนตร์	4	1.8
การท่องเที่ยว	6	2.6
กิจกรรมช่วยเหลือสังคม	28	12.4
การพัฒนาด้านภาษา	4	1.8

5.2 ผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ความต้องการในการเตรียมความพร้อมของผู้สูงอายุในด้านการเตรียมความพร้อมด้านสุขภาพอนามัย ด้านการเตรียมความพร้อมด้านการปรับตัวทางสังคมและจิตใจ ด้านการเตรียมความพร้อมด้านพฤติกรรมการออม และด้านการเตรียมความพร้อมด้านพฤติกรรมการเรียนรู้ รายละเอียดดังตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของความต้องการในการเตรียมความพร้อมของผู้สูงอายุในแต่ละด้าน

ด้านที่ 1 การเตรียมความพร้อมด้านสุขภาพอนามัย	จำนวน	ร้อยละ
1. การเลือกรับประทานอาหารที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ		
รับประทานอาหารที่สะอาดครบทุกมื้อ	119	29.9
รับประทานอาหารที่สะอาด และครบตามหลักอาหาร 5 หมู่	159	39.9
รับประทานอาหารที่สะอาด ครบ และได้สัดส่วนตามหลักอาหาร 5 หมู่	88	22.1
รับประทานอาหารที่สะอาด ครบ ได้สัดส่วนตามหลักอาหาร 5 หมู่ และรู้จักรับประทานอาหารที่เหมาะสมในยามเจ็บป่วย	32	8.1
2. การออกกำลังอย่างสม่ำเสมอ และเหมาะสมกับวัย		
ต้องการกำหนดให้ตนเองได้ออกกำลังกาย	89	22.4
ได้ออกกำลังกายบ้างในรอบระยะเวลา 1 เดือน	189	47.5
ออกกำลังกายที่เหมาะสมกับตนเองได้ 1 ครั้ง /สัปดาห์	90	22.6
ออกกำลังกายที่เหมาะสมกับตนเอง 2 ครั้งขึ้นไป/สัปดาห์	30	7.5
3. การดูแลสุขภาพโดยการตรวจสุขภาพประจำปี		
ไม่ต้องการเข้ารับการตรวจสุขภาพประจำปี	37	9.3
เข้ารับการตรวจสุขภาพประจำปี เป็นบางปี	162	40.7
เข้ารับการตรวจสุขภาพประจำปี เป็นประจำทุกปี	174	43.7
เข้ารับการตรวจสุขภาพประจำปี และนำผลการตรวจมาดูแลตนเอง	25	6.3
4. การหาความรู้เรื่องการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อความปลอดภัยในบ้าน		
ไม่ต้องการหาความรู้เรื่องการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อความปลอดภัยในบ้าน	52	13.1
ต้องการหาความรู้เรื่องการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อความปลอดภัยในบ้านเบื้องต้น	193	38.5
จัดสภาพแวดล้อมเพื่อความปลอดภัยในบ้านได้อย่างถูกต้อง	131	32.9
ต้องการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อความปลอดภัยในบ้านโดยใช้เครื่องมือ/อุปกรณ์ช่วยเหลือ	22	5.5

ด้านที่ 2 การเตรียมความพร้อมด้านการปรับตัวทางสังคมและจิตใจ	จำนวน	ร้อยละ
1. การฝึกจิตและอารมณ์ของตน		
ไม่ต้องการฝึกจิตและอารมณ์ของตน	60	15.1
ต้องการฝึกจิตและอารมณ์ของตนบ้าง	211	53.0
ต้องการฝึกจิตและอารมณ์ของตนและเรียนรู้อารมณ์ของผู้อื่น	90	22.6
สามารถควบคุมจิตและอารมณ์ของตนเองได้ดีเมื่อเกิดเหตุการณ์ต่างๆ ขึ้น	37	9.3
2. การสัมผัสความอบอุ่นจากสัมพันธภาพภายในครอบครัวหรือญาติพี่น้อง		
ต้องการอยู่ใกล้ชิดกับครอบครัว	102	25.6
ต้องการอยู่ใกล้ชิดกับครอบครัว หรือญาติพี่น้องอย่างอบอุ่น	202	50.8
ต้องการสร้างความอบอุ่น และมีสัมพันธภาพที่ดีกับทุกคนในครอบครัว หรือญาติพี่น้อง	50	12.6
ต้องการได้รับการยอมรับมีความอบอุ่นและมีสัมพันธภาพที่ดีในครอบครัวหรือญาติพี่น้อง	44	11.0
3. การมีส่วนร่วมการทำงานกับสังคม		
ไม่ต้องการมีส่วนร่วมในการทำงานกับสังคม	35	8.8
มีส่วนร่วมในการทำงานกับสังคมเป็นบางครั้ง	135	33.9
มีส่วนร่วมในการทำงานกับสังคมเป็นส่วนใหญ่	205	51.5
มีบทบาทสำคัญในการทำงานกับสังคมได้เหมาะสมกับวัย	23	5.8
4. การได้รับความมั่นคงในชีวิต		
ต้องการได้รับความมั่นคงในชีวิตจากคนใกล้ชิดบ้าง	62	15.6
ต้องการได้รับความมั่นคงในชีวิตจากญาติพี่น้อง	173	43.5
ต้องการได้รับความมั่นคงในชีวิตจากญาติพี่น้องและสังคม	111	27.9
ต้องการได้รับความมั่นคงในชีวิตอย่างถาวร	52	13.1

ด้านที่ 3 การเตรียมความพร้อมด้านพฤติกรรมการออม	จำนวน	ร้อยละ
1. การวางแผนและการจัดทำแผนการออม		
ต้องการจัดการสินทรัพย์ของตนเองและครอบครัวอย่างเป็นระบบ และทำอย่างสม่ำเสมอ	92	23.1
ต้องการความรู้เรื่องจัดการสินทรัพย์ที่เหมาะสมกับคนในวัยตั้งแต่ 50 ปี ขึ้นไป	181	45.5
มีข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการสินทรัพย์บ้างแต่ต้องการความรู้เพิ่มเติม	116	29.1
ไม่มีความต้องการในการจัดการสินทรัพย์ของตนเองและครอบครัว	9	2.3
2. การหาความรู้เรื่องการออมและการลงทุน		
ต้องการหาความรู้เรื่องวิธีการ รูปแบบแหล่งการออมและการลงทุนและผลประโยชน์ต่างๆ	108	27.1
ต้องการหาความรู้เรื่องการออมและการลงทุนเพียงบางเรื่อง	149	37.4
ต้องการหาความรู้เรื่องวิธีการ รูปแบบและแหล่งการออมและการลงทุน	126	31.7
ไม่ต้องการหาความรู้เรื่องการออมและการลงทุนรูปแบบต่างๆ	15	3.8

ด้านที่ 4 การเตรียมความพร้อมด้านพฤติกรรมการเรียนรู้	จำนวน	ร้อยละ
1. ความสามารถในการใช้แหล่งการเรียนรู้ต่าง ๆ		
ไม่ต้องการใช้แหล่งการเรียนรู้	59	14.8
ต้องการเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้อย่างน้อยหนึ่งแหล่ง	208	52.3
สามารถเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้ได้อย่างหลากหลาย	111	27.9
มีหน่วยงานส่งเสริมสนับสนุนให้เข้าถึงแหล่งการเรียนรู้ได้หลากหลาย	20	5.0
2. การเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาตนเอง		
ไม่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเอง	58	14.6
ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้บ้าง	218	54.8
ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ให้เกิดประโยชน์	106	26.6
ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและต่อเนื่อง	16	4.0

ด้านที่ 4 การเตรียมความพร้อมด้านพฤติกรรมการเรียนรู้	จำนวน	ร้อยละ
3. การฝึกนิสัยการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง		
ไม่ต้องการฝึกนิสัยการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง	68	17.1
ต้องการฝึกนิสัยการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง	154	38.7
ต้องการฝึกนิสัยการเรียนรู้เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง	120	30.2
ต้องการใช้นิสัยการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาตนเอง	56	14.0
4. การได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการเรียนรู้จากหน่วยงานต่าง ๆ		
ไม่ต้องการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการเรียนรู้	93	23.4
ต้องการให้หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบสอบถาม/สำรวจความต้องการ	174	43.7
ต้องการให้หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบจัดส่งเสริมสนับสนุนการเรียนรู้	68	17.1
ต้องการให้หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบจัดการเรียนรู้ให้ต่อเนื่องเพื่อให้เกิดประโยชน์ที่ชัดเจน	63	15.8
5. การได้รับการพัฒนาทักษะในการเรียนรู้		
ต้องการได้รับการพัฒนาทักษะในการเรียนรู้	93	23.4
ต้องการได้รับการพัฒนาทักษะและเพิ่มพูนทักษะในการเรียนรู้	174	43.7
ต้องการได้รับการพัฒนาทักษะและเพิ่มพูนทักษะในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง	68	17.1
ต้องการได้รับการพัฒนาทักษะในการเรียนรู้และนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างจริงจัง	63	15.8

ผลการวิเคราะห์ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้สูงอายุมีความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) เรียงลำดับดังนี้ กลุ่มสุขภาพและชะลอวัย (ค่าเฉลี่ย 4.26) กลุ่มอาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.97) กลุ่มบริการทางการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.92) กลุ่มเทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 3.72) กลุ่มท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.37) และกลุ่มสินค้าอุปโภค/บริโภค (ค่าเฉลี่ย 2.58) รายละเอียดดังตารางที่ 4 ระดับความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุกับข้อมูลพื้นฐานด้าน เพศ อายุ สถานภาพ และรายได้

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุกับข้อมูลพื้นฐาน ด้วยไคสแควร์

จากตารางที่ 5 พบว่าความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ ขึ้นอยู่กับข้อมูลพื้นฐานด้าน เพศ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการกลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มบริการทางการเงิน กลุ่มสุขภาพและชะลอวัย และกลุ่มท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการกลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มอาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ กลุ่มบริการทางการเงิน กลุ่มสินค้าอุปโภค/บริโภค กลุ่มสุขภาพและชะลอวัย และกลุ่มท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับสถานภาพ มีจำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการกลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มอาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ กลุ่มสินค้าอุปโภค/บริโภค กลุ่มสุขภาพและชะลอวัย และกลุ่มท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับอาชีพ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการกลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มอาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ กลุ่มบริการทางการเงิน กลุ่มสินค้าอุปโภค/บริโภค กลุ่มสุขภาพและชะลอวัย และกลุ่มท่องเที่ยว และขึ้นอยู่กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการกลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มอาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ กลุ่มบริการทางการเงิน กลุ่มสินค้าอุปโภค/บริโภค กลุ่มสุขภาพและชะลอวัย และกลุ่มท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์และบริการกลุ่มเทคโนโลยี	ระดับความต้องการ			
	$\bar{x}$	SD.	แปลผล	ลำดับ
กลุ่มเทคโนโลยี				
โทรศัพท์มือถือสำหรับผู้สูงอายุ(จับยึดไม่หลุดมือ/ตัวหนังสือใหญ่)	4.38	1.02	มาก	1
เกมคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยให้ผู้สูงอายุไม่เหงาและทำให้สมองไม่ฝ่อ	2.42	0.99	น้อย	5
เทคโนโลยีที่สามารถโต้ตอบกับผู้สูงอายุ	3.67	1.03	มาก	4
การฝึกอบรมด้านอาชีพที่เหมาะสมกับวัยของผู้สูงอายุ	3.98	1.06	มาก	3
อุปกรณ์ออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ	4.12	0.98	มาก	2
ภาพรวมกลุ่มเทคโนโลยี	**3.72**	**0.76**	**มาก**	
กลุ่มอาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ				
ผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุง เช่น นม รังนก ซุปไก่ เป็นต้น	3.60	1.05	มาก	3
ผลิตภัณฑ์อาหารแคลอรี่ต่ำ	3.60	1.05	มาก	3
ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีสรรพคุณทางยา	4.30	0.83	มาก	2
ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีสรรพคุณด้านเสริมสร้าง ป้องกัน รักษา	4.39	0.87	มาก	1
ภาพรวมกลุ่มอาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ	**3.97**	**0.73**	**มาก**	
กลุ่มบริการทางการเงิน				
กองทุนรวม	3.78	0.79	มาก	4
กรรมธรรม์ประกันภัย	4.03	0.79	มาก	1
แพ็กเก็จเงินออมวัยเกษียณ	3.96	1.10	มาก	2
ระบบสวัสดิการ	3.93	1.08	มาก	3
ภาพรวมกลุ่มบริการทางการเงิน	**3.92**	**0.74**	**มาก**	
กลุ่มสินค้าอุปโภค/บริโภค				
ผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมผู้ใหญ่	2.96	1.05	ปานกลาง	1
ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในผู้ใหญ่	2.57	1.13	ปานกลาง	3
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทฟื้นความหนุ่มสาวต่อต้านความแก่	2.12	1.23	น้อย	4
ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีความอ่อนนุ่ม และย่อยง่าย	2.69	1.43	ปานกลาง	2
ภาพรวมกลุ่มสินค้าอุปโภค/บริโภค	**2.58**	**0.89**	**ปานกลาง**	
5. กลุ่มสุขภาพและชะลอวัย				
ความสะดวกโดยมีช่องทางพิเศษสำหรับผู้สูงอายุในโรงพยาบาล	4.51	0.69	มากที่สุด	2
ความสะดวกโดยมีสถานบริการสาธารณสุขใกล้บ้าน	4.54	0.64	มากที่สุด	1
ได้รับการเยี่ยมบ้าน การให้คำปรึกษาแนะนำการดูแลสุขภาพ	4.42	0.81	มาก	3
ศูนย์ให้คำปรึกษาสุขภาพ	4.41	0.78	มาก	4
การนวดและสปา	3.96	0.92	มาก	7
การจัดบริการการแพทย์ทางเลือกในการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ	4.01	0.81	มาก	5
ศูนย์อเนกประสงค์สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน	3.98	0.85	มาก	6
ภาพรวมกลุ่มสุขภาพและชะลอวัย	**4.26**	**0.60**	**มาก**	

ตารางที่ 4 ระดับความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่

ผลิตภัณฑ์และบริการกลุ่มบริการทางการเงิน	ระดับความต้องการ			
	$\bar{x}$	SD.	แปลผล	ลำดับ
กลุ่มท่องเที่ยว				
ทัวร์ธรรมะ	3.87	0.91	มาก	1
แพ็กเก็จโรงแรม	3.65	0.94	มาก	4
กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.78	0.94	มาก	2
กิจกรรมท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม	3.70	1.04	มาก	3
สถานที่ท่องเที่ยว สถานบันเทิงและโรงภาพยนตร์สำหรับผู้สูงอายุ	1.87	1.21	น้อย	5
ภาพรวมกลุ่มองเที่ยว	**3.37**	**0.76**	**ปานกลาง**	

ตารางที่ 4 ระดับความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ (ต่อ)

ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ	P-Value				
	เพศ	ระดับการศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้
กลุ่มเทคโนโลยี	.00*	.00*	.01*	.00*	.00*
กลุ่มอาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ	.07	.00*	.00*	.00*	.00*
กลุ่มบริการทางการเงิน	.01*	.00*	.29	.00*	.00*
กลุ่มสินค้าอุปโภค/บริโภค	.58	.00*	.00*	.00*	.00*
กลุ่มสุขภาพและชะลอวัย	.02*	.00*	.00*	.00*	.00*
กลุ่มท่องเที่ยว	.00*	.00*	.00*	.00*	.00*

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุกับข้อมูลพื้นฐาน ด้วยไคสแควร์

6. สรุป

ด้านที่ 1 การเตรียมความพร้อมด้านสุขภาพอนามัย พบว่าผู้สูงอายุมีการเตรียมความพร้อมในการเลือกรับประทานอาหารที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการครบตามหลักอาหาร 5 หมู่ มากที่สุด การออกกำลังอย่างสม่ำเสมอ และเหมาะสมกับวัย ได้ออกกำลังกายบ้างในรอบระยะเวลา 1 เดือน การดูแลสุขภาพโดยการตรวจสุขภาพประจำปี ได้เข้ารับการตรวจสุขภาพประจำปี เป็นประจำทุกปี การหาความรู้เรื่องการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อความปลอดภัยในบ้าน ต้องการหาความรู้เรื่องการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อความปลอดภัยในบ้านเบื้องต้น

ด้านที่ 2 การเตรียมความพร้อมด้านการปรับตัวทางสังคมและจิตใจ พบว่าผู้สูงอายุมีการเตรียมความพร้อมในแต่ละประเด็น ดังนี้ การฝึกจิตและอารมณ์ของตน ต้องการฝึกจิตและอารมณ์ของตนบ้างมากที่สุด การสัมผัสความอบอุ่นจากสัมพันธภาพภายในครอบครัวหรือญาติพี่น้อง ต้องการอยู่ใกล้ชิดกับครอบครัวหรือญาติพี่น้องอย่างอบอุ่น การมีส่วนร่วมการทำงานกับสังคม ได้มีส่วนร่วมในการทำงานกับสังคมเป็นส่วนใหญ่ การได้รับความมั่นคงในชีวิต ต้องการได้รับความมั่นคงในชีวิตจากญาติพี่น้อง

ด้านที่ 3 การเตรียมความพร้อมด้านพฤติกรรมการออม พบว่าผู้สูงอายุมีการเตรียมความพร้อมในแต่ละประเด็น ดังนี้ การวางแผนและการจัดทำแผนการออม ต้องการความรู้เรื่องจัดการสินทรัพย์ที่

เหมาะสมกับคนในวัยตั้งแต่ 50 ปี ขึ้นไป มากที่สุด การหาความรู้เรื่องการออมและการลงทุน ต้องการหาความรู้เรื่องการออมและการลงทุนเพียงบางเรื่อง

ด้านที่ 4 การเตรียมความพร้อมด้านพฤติกรรมการเรียนรู้ พบว่าผู้สูงอายุมีการเตรียมความพร้อมในแต่ละประเด็น ดังนี้ ความสามารถในการใช้แหล่งการเรียนรู้ต่างๆ โดยมีความต้องการเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้อย่างน้อยหนึ่งแหล่ง มากที่สุด การเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาตนเอง ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้บ้าง มากที่สุด การฝึกนิสัยการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ต้องการฝึกนิสัยการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการเรียนรู้จากหน่วยงานต่างๆ ต้องการให้หน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบสอบถาม/สำรวจความต้องการ การได้รับการพัฒนาทักษะในการเรียนรู้ ต้องการได้รับการพัฒนาทักษะและเพิ่มพูนทักษะในการเรียนรู้

ส่วนที่ 3 ความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าระดับความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) เรียงลำดับดังนี้ โทรศัพท์มือถือสำหรับผู้สูงอายุ(จับยึดไม่หลุดมือ/ตัวหนังสือใหญ่) (ค่าเฉลี่ย 4.38) อุปกรณ์ออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ (ค่าเฉลี่ย 4.12) การฝึกอบรมด้านอาชีพที่เหมาะสมกับวัยของผู้สูงอายุ(ค่าเฉลี่ย 3.98) เทคโนโลยีที่สามารถโต้ตอบกับผู้สูงอายุ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และเกมคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยให้ผู้สูงอายุไม่เหงาและทำให้สมองไม่ฝ่อ (ค่าเฉลี่ย 2.42)

กลุ่มอาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ พบว่าระดับความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) เรียงลำดับดังนี้ ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีสรรพคุณด้านเสริมสร้าง ป้องกัน รักษา (ค่าเฉลี่ย 4.39) ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีสรรพคุณทางยา (ค่าเฉลี่ย 4.30) และผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุง เช่น นม รังนก ซุปไก่ เป็นต้น และผลิตภัณฑ์อาหารแคลอรี่ต่ำ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

กลุ่มบริการทางการเงิน พบว่าระดับความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) เรียงลำดับดังนี้ กรรมธรรม์ประกันภัย (ค่าเฉลี่ย 4.03) แพ็กเก็จเงินออมวัยเกษียณ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ระบบสวัสดิการ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และกองทุนรวม (ค่าเฉลี่ย 3.78)

กลุ่มสินค้าอุปโภค/บริโภค พบว่าระดับความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.58) เรียงลำดับดังนี้ ผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมผู้ใหญ่ (ค่าเฉลี่ย 2.96) ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีความอ่อนนุ่ม และย่อยง่าย (ค่าเฉลี่ย 2.69) ผลิตภัณฑ์ชุดชั้นในผู้ใหญ่ (ค่าเฉลี่ย 2.57) และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทฟื้นความหนุ่มสาวต่อต้านความแก่ (ค่าเฉลี่ย 2.12)

กลุ่มสุขภาพและชะลอวัย พบว่าระดับความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) เรียงลำดับดังนี้ ความสะดวกโดยมีสถานบริการสาธารณสุขใกล้บ้าน (ค่าเฉลี่ย 4.54) ความสะดวกโดยมีช่องทางพิเศษสำหรับผู้สูงอายุในโรงพยาบาล (ค่าเฉลี่ย 4.51) ได้รับการเยี่ยมบ้าน การให้คำปรึกษาแนะนำการดูแลสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.42) ศูนย์ให้คำปรึกษาสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.41) การจัดบริการการแพทย์ทางเลือกในการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ เช่น การแพทย์แผนไทย (ค่าเฉลี่ย 4.01) ศูนย์อเนกประสงค์สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.98) และการนวดและสปา (ค่าเฉลี่ย 3.96)

กลุ่มท่องเที่ยว พบว่าระดับความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) เรียงลำดับดังนี้ ทัวร์

ธรรมะ (ค่าเฉลี่ย 3.87) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.78) กิจกรรมท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 3.70) แพ็กเก็จโรงแรม (ค่าเฉลี่ย 3.65) และสถานที่ท่องเที่ยวประเภทสวนสนุก สถานบันเทิงและโรงภาพยนตร์สำหรับผู้สูงอายุ (ค่าเฉลี่ย 1.87)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุกับข้อมูลพื้นฐานแต่ละด้านด้วยไคสแควร์ (Chi Square)

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุกับข้อมูลพื้นฐานด้าน เพศ พบว่าความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ ขึ้นอยู่กับข้อมูลพื้นฐานด้าน เพศ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการกลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มบริการทางการเงิน กลุ่มสุขภาพและชะลอวัย และกลุ่มท่องเที่ยว

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุกับข้อมูลพื้นฐานด้าน ระดับการศึกษา พบว่าความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ ขึ้นอยู่กับข้อมูลพื้นฐานด้าน ระดับการศึกษา มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการกลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มอาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ กลุ่มบริการทางการเงิน กลุ่มสินค้าอุปโภค/บริโภค กลุ่มสุขภาพและชะลอวัย และกลุ่มท่องเที่ยว

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุกับข้อมูลพื้นฐานด้าน สถานภาพ พบว่าความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ ขึ้นอยู่กับข้อมูลพื้นฐานด้าน สถานภาพ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการกลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มอาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ กลุ่มสินค้าอุปโภค/บริโภค กลุ่มสุขภาพและชะลอวัย และกลุ่มท่องเที่ยว

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุกับข้อมูลพื้นฐานด้าน อาชีพ พบว่าความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ ขึ้นอยู่กับข้อมูลพื้นฐานด้าน อาชีพ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการกลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มอาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ กลุ่มบริการทางการเงิน กลุ่มสินค้าอุปโภค/บริโภค กลุ่มสุขภาพและชะลอวัย และกลุ่มท่องเที่ยว

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุกับข้อมูลพื้นฐานด้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุ ขึ้นอยู่กับข้อมูลพื้นฐานด้าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบริการกลุ่มเทคโนโลยี กลุ่มอาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ กลุ่มบริการทางการเงิน กลุ่มสินค้าอุปโภค/บริโภค กลุ่มสุขภาพและชะลอวัย และกลุ่มท่องเที่ยว

7. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ตลาดผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัด ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางที่สำคัญดังต่อไปนี้

ผู้สูงอายุมีความต้องการให้มีการเข้ามาตรวจสุขภาพผู้สูงอายุอาทิตย์ละครั้งและให้ความรู้แก่ผู้สูงอายุในการดำรงชีวิตบั้นปลาย

ผู้สูงอายุมีความต้องการสิ่งแวดล้อมความเป็นอยู่ที่ดี

ด้านสุขภาพและชะลอวัย ผู้สูงอายุมีความต้องการดูแลและความสะดวกสบายเกี่ยวกับสุขภาพ เช่น ความสะดวกโดยมีสถานบริการสาธารณสุขใกล้บ้าน ความสะดวกโดยมีช่องทางพิเศษสำหรับผู้สูงอายุในโรงพยาบาล การได้รับการเยี่ยมบ้าน และการให้คำปรึกษาแนะนำการ

ดูแลสุขภาพ และศูนย์ให้คำปรึกษาสุขภาพ รวมถึงการจัดบริการการแพทย์ทางเลือกในการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ เช่น การแพทย์แผนไทย ศูนย์อเนกประสงค์สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน เป็นต้น

ด้านเทคโนโลยี ผู้สูงอายุมีความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่น โทรศัพท์มือถือสำหรับผู้สูงอายุ (จับยึดไม่หลุดมือ/ตัวหนังสือใหญ่) อุปกรณ์ออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ การฝึกอบรมด้านอาชีพที่เหมาะสมกับวัยของผู้สูงอายุ และเทคโนโลยีที่สามารถโต้ตอบกับผู้สูงอายุ เป็นต้น

อาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ผู้สูงอายุมีความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารที่มีสรรพคุณด้านเสริมสร้าง ป้องกัน รักษา ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีสรรพคุณทางยา เป็นต้น

7.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรจัดให้มีการเข้ามาตรวจสุขภาพผู้สูงอายุอาทิตย์ละครั้งและให้ความรู้แก่ผู้สูงอายุในการดำรงชีวิตบั้นปลาย

หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรจัดให้สิ่งแวดล้อมความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับผู้สูงอายุ

หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรจัดให้ความสะดวกสบายเกี่ยวกับสุขภาพ เช่น ความสะดวกโดยมีสถานบริการสาธารณสุขใกล้บ้าน ความสะดวกโดยมีช่องทางพิเศษสำหรับผู้สูงอายุในโรงพยาบาล การได้รับการเยี่ยมบ้าน และการให้คำปรึกษาแนะนำการดูแลสุขภาพ และศูนย์ให้คำปรึกษาสุขภาพ รวมถึงการจัดบริการการแพทย์ทางเลือกในการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ เช่น การแพทย์แผนไทย ศูนย์อเนกประสงค์สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อทำกิจกรรมร่วมกัน เป็นต้น

หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรจัดผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้งาน เช่น โทรศัพท์มือถือสำหรับผู้สูงอายุ(จับยึดไม่หลุดมือ/ตัวหนังสือใหญ่) อุปกรณ์ออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ การฝึกอบรมด้านอาชีพที่เหมาะสมกับวัยของผู้สูงอายุ และเทคโนโลยีที่สามารถโต้ตอบกับผู้สูงอายุ เป็นต้น

หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรจัดผลิตภัณฑ์ด้านอาหารเสริม/เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ผู้สูงอายุมีความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารที่มีสรรพคุณด้านเสริมสร้าง ป้องกัน รักษา ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีสรรพคุณทางยา เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาความต้องการด้านสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุที่อาจมีผลกระทบต่อความต้องการได้รับสวัสดิการ

8. เอกสารอ้างอิง

กัญญา ตั้งสุวรรณรังษี. (2548). **ความคิดเห็นของบุคลากรเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุในมหาวิทยาลัยรามคำแหง.** วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

คณะกรรมาธิการวิสามัญสวัสดิการผู้สูงอายุและการพัฒนาสังคมวุฒิสภา. (2534). **ปัญหาผู้สูงอายุและแนวทางแก้ไข.** กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

จรัสวรรณ เทียนประภาศ และพัชรี ตันศิริ. (2536). **การพยาบาลผู้สูงอายุ**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์รุ่งเรืองธรรม.

จารี ทองตำลึง. (2538). **ความคิดเห็นของผู้บริหารและอาจารย์ที่จะเกษียณอายุราชการเกี่ยวกับการจัดโครงการการศึกษาในมหาวิทยาลัยสำหรับผู้สูงอายุในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.** วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จำเรียง กรูมะสุวรรณ. (2536). **ประชากรผู้สูงอายุกับการจัดสวัสดิการในการพยาบาลผู้สูงอายุ.** กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์รุ่งเรืองธรรม.

ธารินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.** กรุงเทพฯ: เอส อาร์ พริ้นติ้ง แมสโปรดักส์.

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สานักนายกรัฐมนตรี.

รวมข่าวเศรษฐกิจไทยญี่ปุ่น. ตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุในญี่ปุ่น. (Online) : http://www.thaiceotokyo.jp/th (18 ตุลาคม 2553).

รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว. (2527). ผู้สูงอายุ. วารสารสุขศึกษา, 27 (7), 12-16.

วิไลวรรณ ตองเจริญ. (2533). **การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพและสรีรวิทยาในผู้สูงอายุในการพยาบาลผู้สูงอายุ.** กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์รุ่งเรืองธรรม.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). **พฤติกรรมองค์กร.** กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์มและไซแท็กซ์.

ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. (2534). **แนวทางการจัดบริการสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุ.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศศิเพ็ญ ภูวพานิช. (2553). **ผลกระทบของสังคมผู้สูงอายุต่อระบบเศรษฐกิจไทย.** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

สมประวิณ มันประเสริฐ. (2553). **มิติทางเศรษฐกิจของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร.** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

สุรกุล เจนอบรม. (2541). **วิทยากรผู้สูงอายุ.** กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะครุศาสตร์.

สำนักงานสถิติเชียงใหม่. **สมุดรายงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2546.** เชียงใหม่. สำนักงานสถิติเชียงใหม่, 2546.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2550). **สถิติผู้สูงอายุในประเทศไทย.** กรุงเทพ: ศูนย์รวบรวมข้อมูลและเผยแพร่.

อุบลรัตน์ เพ็งสถิตย์. (2546). **การอบรมเลี้ยงดู การบรรลุงานตามขั้นพัฒนาการและพฤติกรรมการพึ่งตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง.** กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะศึกษาศาสตร์.

การศึกษาปัจจัยที่สร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่

The Study of Factors promoting quality life of elders in Chiang Mai Province

ตะวัน วาทกิจ[1*] และ ลัดดา ปินตา[2]

Tawan Watakit[1*] and Ladda Pinta[2]

[1] อาจารย์ประจำสาขาศิลปศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

[2] อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

*E-mail: dr.tawan@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่สร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ เป็นผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของคอแครน (Cochran) ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน โดยประมาณค่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ของขนาดประชากรที่ต้องการ ทำให้สามารถกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างไว้อย่างต่ำที่สุด คือ 384 คน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนไป 3 เปอร์เซ็นต์ เพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนของข้อมูล จึงได้เก็บข้อมูลจากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 396 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยเริ่มจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม โดยกำหนดแบ่งเชียงใหม่ออกเป็น 25 เขตพื้นที่ ตามอำเภอต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ หลังจากนั้นใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุซึ่งมีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป และเป็น “ผู้ที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี” โดยวัดจากดัชนีชี้วัดคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลกฉบับสั้น ภาษาไทย หลังจากนั้นผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือวิจัยซึ่งวัดคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุโดยมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับ 4 ด้าน คือ สุขภาพ ครอบครัว สวัสดิการสังคม และเศรษฐกิจ โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าแอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's alpha) มีค่าความเชื่อมั่นรายด้านอยู่ระหว่าง .72 - .85 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .87 คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการบรรยายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และใช้สถิติอ้างอิง ได้แก่ สถิติทดสอบทีกรณีกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test independent) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า จากผู้สูงอายุ 396 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 65 -69 ปี มีสถานภาพสมรส อาศัยอยู่กับคู่สมรสโดยไม่มีบุตรหลานอาศัยอยู่ด้วย และใช้สิทธิบัตรทองในการรักษาพยาบาล จำนวน สำหรับปัจจัยที่เสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว ด้านสวัสดิการภาครัฐ และด้านเศรษฐกิจ ของผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ข้อสรุป ดังนี้ 1) ความแตกต่างด้านเพศ ไม่มีผลต่อปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว ด้านสวัสดิการภาครัฐ และด้านเศรษฐกิจ 2) อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว ด้านสวัสดิการภาครัฐ และด้านเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 3) สถานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว ด้านสวัสดิการภาครัฐ และด้านเศรษฐกิจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 4) พฤติกรรมการออกกำลังกายที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสุขภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิต, ผู้สูงอายุ, เชียงใหม่

Abstract

This study had the purpose to study factors that enhance good quality of life for the elders. The samples in this study is the elders in Chiang Mai. The size of the sample was determined by the Cochran formula in case of unknown size of population. Estimated proportion of interest in population is 0.5 of the desired population size. The sample size was set to at least 384 people. The researcher increased the number to 3 percent to prevent data discrepancies. Thus, data were collected from 396 samples. Multi-stage sampling was used. First, random cluster sampling was used to divide the area into 25 sub-districts in Chiang Mai After that, collecting data by specific selection and the sample was aged 60 years or older and had good quality of life evaluate by WHO Quality of Life-Brief-Thai. The instrument used for this study was the questionnaires with 5-scale of rating scales. It contained with elders in 4 contents such as Health, Family, Social-welfare, and Economic. Content validity was verified by 3 experts. The reliability of Cronbach's alpha of each scales were found between .72 and .85 and the total reliability was .87. The data were analyzed using descriptive statistics and inferential statistics, such as t-test for two independent sample groups and one-way ANOVA.

The study indicated that the general information of respondents were the elders 396 persons, married, lived with their spouses with no children living with them, and used social-welfare for medical treatment. The factors contributing to good quality of life in health, family, public welfare and economic of the elders in Chiang Mai had conclusion as follows: 1) The gender differences had no effect on quality of life in health, family, public welfare and economy. 2) The different of ages had affecting quality of life in health, family, public welfare and economic aspects significantly at 0.5 3) Different economic status affecting quality of life in health, family, public welfare and economy by significantly at .05 and 4) Different exercise habits influence of quality of life on health at .05 level of significant.

Keywords: Quality of life, Elders, and Chiang Mai.

1. บทนำ

การศึกษาเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความสุขและความอยู่ดีมีสุขของมนุษย์นั้นเริ่มต้นประมาณ ปี ค.ศ.1960 โดยมีการศึกษาอย่างแพร่หลายในหลายสาขาวิชา เช่น สังคมวิทยา จิตวิทยา ปรัชญา และเศรษฐศาสตร์ โดยการศึกษาเกี่ยวกับความสุขในเชิงสังคมวิทยานั้นเป็นการศึกษาที่พัฒนามาจากการศึกษาตัวชี้วัดทางสังคม (Social Indicators) เพื่อใช้เป็นตัวชี้วัดในแง่มุมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสุข (Gurin, G., Veroff, J. and Feld, 1960) สำหรับประเทศไทยได้เริ่มสนใจคำว่าความสุข โดยบรรจุคำว่าความสุข ให้เป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดนโยบายระดับประเทศ โดยประเทศไทยได้กำหนดให้ความสุขของประชาชนเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ของชาติ ซึ่งบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ซึ่งถือว่าเป็นก้าวแรกของรัฐบาลไทยที่เริ่มมองความผาสุกของประชาชนชาวไทยจากมุมมองทางสังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์ สำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ซึ่งเป็นฉบับปัจจุบัน ก็ยังสานต่อแนวคิดนี้อย่างต่อเนื่อง โดย “กำหนดทิศทางการพัฒนา ที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคง และยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข” โดยยึดคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา มุ่งเน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจมาเป็นการพัฒนาที่คนและเทคโนโลยี โดยให้ความสำคัญกับความอยู่เย็นเป็นสุขของประชาชนเป็นหลัก โดยใช้เศรษฐกิจเป็นเครื่องมือช่วยให้มนุษย์มีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีความสุข (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

ทั้งนี้ ปัจจุบันประเทศไทยกำลังประสบกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว ซึ่งภายใน 10 ปี (พ.ศ. 2563-2573) สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุต่อประชากรรวม จะเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าจากร้อยละ 9.4 เป็นร้อยละ 25.1 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) ซึ่งจะเห็นว่าผู้สูงอายุมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วหากเปรียบเทียบกับประชากรรวม ทำให้ผู้สูงอายุเริ่มเป็นปัญหาสำคัญ ทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และประเทศ เนื่องจากวัยสูงอายุเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงในทางเสื่อมถอยลงในทุกๆด้าน (ประนอม โอทกานนท์, 2554) โดยเฉพาะด้านสุขภาพทางกาย ซึ่งทำให้เกิดปัญหาสำคัญประการหนึ่งเกิดขึ้นกับจิตใจผู้สูงอายุ นั่นคือ สภาพจิตใจของผู้สูงอายุ มีงานวิจัยหลายชิ้น ยืนยันว่า การรับรู้สุขภาพกายมีความสัมพันธ์กันอย่างมากกับจิตใจของผู้สูงอายุ (รักษพล สนิทยา และวิราภรณ์ โพธิศิริ, 2554 ; วิทมา ธรรมเจริญ, 2555) ดังนั้น การที่ร่างกายหรือสุขภาพของผู้สูงอายุเสื่อมถอยลง ย่อมส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน สังคม ความสัมพันธ์ในครอบครัว

สำหรับการศึกษาวิจัยในทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีที่ผ่านมาในต่างประเทศในประเทศที่พัฒนาแล้ว ผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความสุขในระดับสูงและมีคุณภาพชีวิตที่ดี มักเป็นผู้ที่แต่งงานแล้ว มีการศึกษาที่สูง มีงานทำและมีรายได้สูง รวมถึงมีสุขภาพที่ดี นอกจากนี้ยังพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความสุขและอายุมีลักษณะเป็นโค้งรูปตัวยู โดยจะมีค่าต่ำสุดในช่วงอายุประมาณ 40 ปี และพบว่ากลุ่มตัวอย่างในช่วงวัยชราจะมีความสุขมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น (Oswald, 1997; Frey & Stutzer, 2000; Easterin, 2001; Blanchflower & Oswald, 2004) สำหรับในประเทศไทยการสำรวจความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดี สะท้อนให้เห็นว่าระดับความสุขและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุยังต่ำกว่ามาตรฐานของประชากรทั่วไป ความสุขและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุมักเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในสังคม และคุณภาพของความสัมพันธ์ในสังคม (ขวัญสุดา บุญทศ และขนิษฐา

นันทบุตร, 2560) เช่น ความสุขและคุณภาพชีวิตขึ้นอยู่กับบุตรหลาน และครอบครัว อย่างไรก็ตาม ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุยังมีการให้ความหมายที่แตกต่างกันไปตามบริบทและวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นๆ เช่น การศึกษาในภาคกลางของประเทศไทย พบว่า ความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีมีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ ความสามารถในการดูแลตนเอง และแรงสนับสนุนทางสังคม (จิตนภา ฉิมจินดา, 2555) ดังนั้น จากการที่ประเทศไทยมีจำนวนของประชากรผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ การศึกษาปัจจัยที่จะส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดีจึงเป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่มีประชากรสูงอายุมากเป็นอันดับ 3 ของประเทศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาปัจจัยที่สร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อที่จะได้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงวัยในจังหวัดเชียงใหม่

2.วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่เสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่

3. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยที่สร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ คณะผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ผู้สูงอายุ
2. แบบวัดคุณภาพชีวิต
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุ

คำที่ใช้เรียกบุคคลว่า ผู้สูงอายุ โดยทั่วไปเป็นคำที่ใช้เรียก บุคคลที่มีอายุมาก ผมขาว หน้าตาเหี่ยวย่น พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน ให้ความหมายคำว่า ชรา คือ การแก่ด้วยอายุ ชำรุดทรุดโทรม แต่คำนี้ไม่เป็นที่นิยม เพราะก่อให้เกิดความหดหู่ใจ และความถดถอยสิ้นหวัง ทั้งนี้ จากผลการประชุมของคณะผู้อาวุโสโดย พล.ต.ต. หลวงอรรถสิทธิสุนทร เป็นประธาน ได้กำหนดคำใหม่ว่า ผู้สูงอายุ แทนตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2512 เป็นต้นมา และได้เปลี่ยนความหมายของ วัยชรา ในความหมายที่ยกย่องให้เกียรติแก่ผู้ที่ชราว่า เป็นผู้ที่สูงอายุ ทั้งวัยวุฒิ คุณวุฒิ และประสบการณ์ (ภาวิณี วรประดิษฐ, 2554)

สุรกุล เจนอบรม (2541) ได้กำหนดการเป็นบุคคลสูงอายุว่า บุคคลผู้จะเข้าข่ายเป็นผู้สูงอายุมีเกณฑ์ในการพิจารณาแตกต่างกัน โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเป็นผู้สูงอายุไว้ 4 ลักษณะ ดังนี้

1. พิจารณาความเป็นผู้สูงอายุจากอายุจริงที่ปรากฏ (Chronological aging) จากจำนวนปีหรืออายุที่ปรากฏจริงตามปีปฏิทิน โดยไม่นำเอาปัจจัยอื่นมาร่วมพิจารณาด้วย

2. พิจารณาความเป็นผู้สูงอายุจากลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย (Physiological aging หรือ Biological aging) กระบวนการเปลี่ยนแปลงนี้จะเพิ่มขึ้นตามอายุขัยในแต่ละปี

3. พิจารณาความเป็นผู้สูงอายุจากลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจ (Psychological aging) จากกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจ สติปัญญา การรับรู้ และเรียนรู้ที่ถดถอยลง

4. พิจารณาความเป็นผู้สูงอายุจากบทบาททางสังคม (Sociological aging) จากบทบาทหน้าที่ทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป การมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคล ตลอดจนความรับผิดชอบในการทำงานลดลง

สำหรับในต่างประเทศ บุคคลแรกๆ ที่เริ่มศึกษาเกี่ยวกับวัยชรา คือ จอร์เจีย เอ็ม บาร์โร และแพททรีเซีย เอ สมิธ (Georgia M. Barrow, Patricia A. Smith, 1980) เชื่อว่า เป็นการยากที่จะกำหนดว่า ผู้ใดชราภาพ แต่สามารถพิจารณาจากองค์ประกอบต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ประเพณีนิยม (Tradition) เป็นการกำหนดผู้สูงอายุโดยยึดตามเกณฑ์อายุที่ออกจากงาน เช่น ประเทศไทยกำหนดอายุวัยเกษียณอายุครบ 60 ปี แต่ประเทศสหรัฐอเมริกากำหนดอายุ 65 ปี เป็นต้น

2. การปฏิบัติหน้าที่ทางร่างกาย (Body functioning) เป็นการกำหนดโดยยึดตามเกณฑ์ทางสรีรวิทยาหรือทางกายภาพ บุคคลจะมีการเสื่อมสลายทางสรีรวิทยาที่แตกต่างกันในวัยสูงอายุ

3. การปฏิบัติหน้าที่ทางด้านจิตใจ (Mental functioning) เป็นการกำหนดตามเกณฑ์ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ การจำ การเรียนรู้ และความเสื่อมทางด้านจิตใจ สิ่งที่พบมากที่สุดในผู้ที่สูงอายุ คือ ความจำเสื่อม ขาดแรงจูงใจ ซึ่งไม่ได้หมายความว่า บุคคลผู้สูงอายุทุกคนจะมีสภาพเช่นนี้อวัยวะต่าง ๆ ในร่างกายจะทำงานน้อยลง ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละบุคคล บางคนอายุ 50 ปี ฟันอาจจะหลุดทั้งปาก แต่บางคนอายุถึง 80 ปี ฟันจึงจะหลุด เป็นต้น

4. ความคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept) เป็นการกำหนดโดยยึดความคิดที่ผู้สูงอายุมองตนเอง เพราะโดยปกติผู้สูงอายุมักจะเกิดความคิดว่า “ตนเองแก่ อายุมากแล้ว” และส่งผลต่อบุคลิกภาพทางกาย ความรู้สึกทางด้านจิตใจและการดำเนินชีวิตประจำวัน สิ่งเหล่านี้จะเปลี่ยนแปลงไปตามแนวความคิดที่ผู้สูงอายุนั้น ๆ ได้กำหนดขึ้น

5. ความสามารถในการประกอบอาชีพ (Occupation) เป็นการกำหนดโดยยึดความสามารถในการประกอบอาชีพ โดยใช้แนวความคิดจากการเสื่อมถอยของสภาพทางร่างกายและจิตใจคนทั่วไปจึงกำหนดว่า วัยสูงอายุเป็นวัยที่ต้องพักผ่อน หยุดการประกอบอาชีพ ดังนั้น บุคคลที่อยู่ในวัยสูงอายุ จึงหมายถึง บุคคลที่มีวัยเกินกว่าวัยที่จะอยู่ในกำลังแรงงาน

6. ความกดดันทางอารมณ์และความเจ็บป่วย (Coping with stress and illness) เป็นการกำหนดโดยยึดตามสภาพร่างกายและจิตใจ ผู้สูงอายุจะเผชิญกับสภาพโรคภัยไข้เจ็บอยู่เสมอเพราะสภาพทางร่างกาย อวัยวะต่าง ๆ เริ่มเสื่อมลง นอกจากนั้นยังอาจเผชิญกับปัญหาทางด้านสังคมอื่น ๆ ทำให้เกิดความกดดันทางอารมณ์เพิ่มขึ้นอีก ส่วนมากมักพบกับผู้มีอายุระหว่าง 60-65 ปีขึ้นไป นอกจากนั้น

แบบวัดคุณภาพชีวิต

แบบวัดคุณภาพชีวิตฉบับย่อ ชุดภาษาไทย (WHOQOL-BREF-THAI) เป็นเครื่องมือวัดคุณภาพชีวิตที่พัฒนามาจากกรอบแนวคิดของคำว่า คุณภาพชีวิต ที่เป็นการประเมินค่าที่มีความเป็นปรนัย (Subjective) ซึ่งฝังแน่นอยู่กับบริบททางวัฒนธรรม สังคม และสภาพแวดล้อม เพราะว่า นิยามของคุณภาพชีวิต จะเน้นไปที่การรับรู้หรือการประเมินสภาพในเรื่องคุณภาพชีวิตของผู้ตอบ ไม่ได้คาดหวังที่จะเป็นวิธีการที่จะวัดในรายละเอียดของเหตุการณ์ หรือสภาพบริบทต่างๆ ในชีวิตของผู้ตอบ ทั้งนี้ความยาวของ WHOQOL-100 ซึ่งมีข้อคำถามถึง 100 ข้อ ทำให้ไม่สะดวกและมีข้อจำกัดในการใช้ เพราะต้องใช้เวลามากในตอบแบบสอบถาม ในปีเดียวกันองค์การอนามัยโลกได้พัฒนาแบบวัดคุณภาพชีวิตฉบับย่อ ซึ่งมีข้อคำถามเพียง 26 ข้อ โดยเลือกข้อคำถามจาก WHOQOL-100 ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) ซึ่งประเทศไทยได้แปล แบบวัดคุณภาพชีวิตฉบับย่อขององค์การอนามัยโลกมาเป็นภาษาไทย เรียกว่า แบบวัดคุณภาพชีวิตฉบับย่อ ชุดภาษาไทย (WHOQOL-BREF-THAI) และได้มีการวิจัยที่ได้ข้อสรุปว่า แบบวัดคุณภาพชีวิตฉบับย่อ ชุดภาษาไทย (WHOQOL-BREF-THAI) มี

ความเที่ยงตรงในการวัดใกล้เคียงกับชุด WHOQOL-100 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value <0.01) สามารถใช้ประเมินคุณภาพชีวิตแทนกันได้ ซึ่งแบบวัดคุณภาพชีวิตฉบับย่อ ชุดภาษาไทย (WHOQOL-BREF-THAI) ประกอบด้วย 2 ข้อคำถามที่ เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตและสุขภาพโดยรวม อีก 24 ข้อ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต (ศรีเมือง พลังฤทธิ, 2552) ว่าองค์การอนามัยโลกได้ปรับปรุงแบบประเมินลดข้อคำถามลงเหลือ 26 ข้อ ที่ของไทยเรียกว่า แบบวัดคุณภาพชีวิตฉบับย่อชุดภาษาไทย (WHOQOL-BREF-THAI) สามารถจัดกลุ่มได้เป็น 4 ด้าน (สุวัฒน์ มหัตนิรันดร์กุล, 2545) ได้แก่

1. ด้านร่างกาย (Physical domain) คือ การรับรู้สภาพทางร่างกายของบุคคล ซึ่งมีผลต่อชีวิตประจำวัน เช่น การรับรู้สภาพความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกาย การรับรู้ถึงความรู้สึกสุขสบายไม่มีความเจ็บปวด การรับรู้ถึงความสามารถที่จะจัดการกับความเจ็บปวดทางร่างกายได้ การรับรู้ถึงพละกำลังในการดำเนินชีวิตประจำวัน การรับรู้ถึงความเป็นอิสระที่ไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่น การรับรู้ถึงความสามารถในการเคลื่อนไหวของตน การรับรู้ถึงความสามารถในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันของตน การรับรู้ถึงความสามารถในการทำงาน การรับรู้ว่า ตนไม่ต้องพึ่งพายาต่าง ๆ หรือการรักษาทางการแพทย์อื่น ๆ เป็นต้น

2. ด้านจิตใจ (Psychological domain) คือ การรับรู้สภาพทางจิตใจของตนเอง เช่น การรับรู้ความรู้สึกทางบวกที่บุคคลมีต่อตนเอง การรับรู้ภาพลักษณ์ของตนเอง การรับรู้ถึงความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง การรับรู้ถึงความมั่นใจในตนเอง การรับรู้ถึงความคิด ความจำ สมาธิการตัดสินใจ และความสามารถในการเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ของตน การรับรู้ถึงความสามารถในการจัดการกับความเศร้าหรือกังวล การรับรู้เกี่ยวกับความเชื่อต่าง ๆ ของตนที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต เช่น การรับรู้ถึงความเชื่อด้านวิญญาณ ศาสนา การให้ความหมายของชีวิต และความเชื่ออื่น ๆ ที่มีผลในทางที่ดีต่อการดำเนินชีวิต มีผลต่อการเอาชนะอุปสรรค เป็นต้น

3. ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม (Social relationships) คือ การรับรู้เรื่องความสัมพันธ์ของตนกับบุคคลอื่น การรับรู้ถึงการที่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลอื่นในสังคม การรับรู้ว่า ตนได้เป็นผู้ให้ความช่วยเหลือบุคคลอื่นในสังคมด้วย รวมทั้งการรับรู้ในเรื่องอารมณ์ทางเพศหรือการมีเพศสัมพันธ์

4. ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) คือ การรับรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต เช่น การรับรู้การตนมีชีวิตอยู่อย่างอิสระ ไม่ถูกกักขัง มีความปลอดภัยและมั่นคงในชีวิตการรับรู้ว่าได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ดี ปราศจากมลพิษต่าง ๆ การคมนาคมสะดวก มีแหล่งประโยชน์ด้านการเงิน สถานบริการทางสุขภาพและสังคมสังเคราะห์ การรับรู้ว่าตนมีโอกาสที่จะได้รับข่าวสารหรือฝึกฝนทักษะต่างๆ การรับรู้ว่าตนได้มีกิจกรรมนันทนาการ และมีกิจกรรมในเวลาว่าง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม แบบวัดคุณภาพชีวิตฉบับย่อ ชุดภาษาไทย เป็นเพียงเครื่องมือวัดระดับคุณภาพชีวิตที่ใช้กับบุคคลโดยทั่วไป และไม่มีข้อจำเพาะในการใช้กับผู้สูงอายุ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ

ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่สร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ ที่คณะผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จึงเลือกปัจจัยที่น่าจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สายุอายุ ดังนี้

1) ปัจจัยด้านประชากร คือ

1.1 อายุเป็นตัวเลขซึ่งใช้กำหนดวัยของแต่ละบุคคล

สำหรับในประเทศไทยได้กำหนดนิยามของผู้สูงอายุ ว่าคือ บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุน้อย เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 60-64 ปี ผู้สูงอายุที่มีอายุปานกลาง เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 65-69 ปี ผู้สูงอายุที่มีอายุค่อนข้างมาก เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 70-79 ปี ซึ่งเริ่มจะมีปัญหาในการช่วยเหลือตนเองในชีวิตประจำวัน และผู้สูงอายุที่มีอายุมาก เป็นผู้ที่มีอายุ 80 ปีขึ้นไป ซึ่งมักจะต้องมีผู้ช่วยเหลือในการดำรงชีวิตประจำวัน(วรัทยา กุลเกลี้ยง, 2556) ซึ่งการที่มนุษย์มีอายุมากขึ้น จะส่งผลให้ร่างกายทรุดโทรมลง หรือมีโรคประจำตัวเพิ่มมากขึ้น ทำให้ต้องพึ่งพาคนในครอบครัวมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ผู้สูงอายุรู้สึกว่าตนเองเป็นภาระแก่คนในครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเจษฎา บุญทา (2545) เรื่องคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในตำบลแม่หอพระ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า อายุของผู้สูงอายุที่สูงมากขึ้นส่งผลให้ระดับการพึ่งพาผู้อื่นในชีวิตประจำวันที่สูงขึ้น นอกจากนี้ผู้สูงอายุยังรู้สึกว่าตนเป็นภาระต่อครอบครัวและสังคม

1.2 เพศ เป็นปัจจัยที่สัมพันธ์กับคุณภาพชีวิต อีกทั้งยังเป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพของบุคคลในสังคมซึ่งในสังคมไทยมักจะมีค่านิยมให้เพศชายเป็นหัวหน้าครอบครัว จากการศึกษาของประภาพร จินันทุยา (2536) เรื่องคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในชมรมทางสังคมผู้สูงอายุดินแดง พบว่า ผู้สูงอายุเพศชายมีคุณภาพชีวิตสูงกว่าเพศหญิง ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาของสมสุข สิงหปัญจนที (2540) และอารดา ธีระเกรียรติกำจน (2554) พบว่า ความแตกต่างด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพชีวิตที่ดี

1.3 สถานภาพสมรสผู้สูงอายุที่มีคู่สมรสอยู่ด้วยจะส่งผลให้มีผู้คอยช่วยเหลือ ให้กำลังใจ และพร้อมที่จะดูแล ทำให้รู้สึกมีความมั่นคงในชีวิตจึงทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นได้ จากการศึกษาของอารีวรรณ คุณเจตน์ (2541) พบว่าผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสด หม้าย หย่าร้าง ส่วนใหญ่มีคุณภาพชีวิตต่ำกว่าผู้สูงอายุสถานภาพสมรส ซึ่งสอดคล้องกับ มารศรี นุชแสงพลี (2532) ที่พบว่า ผู้สูงอายุที่สถานภาพสมรสมีความพึงพอใจในชีวิตสูงกว่าผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสดหม้าย หย่าร้าง เพราะผู้สูงอายุที่มีสถานภาพสมรสไม่ได้รู้สึกว่าอยู่เพียงคนเดียวลำพัง ทำให้มีกำลังใจในการดำ เนินชีวิตอันจะทำให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุสูงขึ้น

2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ รายได้เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์เพื่อสนองความต้องการต่างๆ และส่งผลต่อคุณภาพชีวิตโดยตรง เพราะผู้สูงอายุมีความต้องการในการดูแล รักษาสุขภาพ และผู้สูงอายุมักมีโรคประจำตัว จากการศึกษาของอุมาพร อุดมทรัพยากุล (2536) พบว่า ปัจจัยด้านรายได้ มีความสัมพันธ์ทิศทางบวกกับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่สูง และมีรายได้ที่มั่นคงมักจะมีการเก็บออมเพื่อใช้ในอนาคตซึ่งจะส่งผลให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ และมีรายได้ต่ำ (กัลยาณี ทองสว่าง, 2546)

3) ปัจจัยด้านสวัสดิการภาครัฐ สวัสดิการภาครัฐหรือที่รู้จักกันดีในนามสวัสดิการสังคม ซึ่งเป็นระบบการบริการทางสังคม ที่เกี่ยวกับการป้องกัน การแก้ไขปัญหา การพัฒนาและการส่งเสริมความมั่นคงทางสังคม เพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของประชาชน ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี สำหรับผู้สูงอายุจะได้รับสวัสดิการสังคมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ *3.1 ประกันสังคม (Social Insurance)* เป็นการสร้างหลักประกันความมั่นคงในการดำรงชีวิตและคุ้มครองลูกจ้าง ปัญหาการขาดรายได้เมื่อเกษียณอายุการทำงาน สภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ผู้สูงอายุได้รับการเกื้อหนุนจากครอบครัวน้อยลง โดยระบบประกันสังคมในประเทศไทย ประกอบด้วย กองทุนต่าง ๆ ดังนี้ 1) กองทุนประกันสังคมกรณีชราภาพ เป็นการส่งเสริมการ

ออมสำหรับกลุ่มแรงงานที่เป็นลูกจ้างในภาคเอกชนของกระทรวงแรงงาน 2) กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) เป็นการออมภาคบังคับสำหรับกลุ่มข้าราชการ 3) กองทุนสำรองเลี้ยงชีพสำหรับลูกจ้างประจำของส่วนราชการซึ่งจดทะเบียน (กสจ.) ผลประโยชน์ที่ได้รับ คือ เงินบำเหน็จลูกจ้างและเงินที่สมาชิกส่งสบทบเข้ากองทุน 4) กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เป็นจุดเริ่มต้นของการส่งเสริมการออมแบบสมัครใจ 5) กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ เป็นการออมแบบสมัครใจสำหรับกลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีกำลังการออม 5) กองทุนการออมชราภาพ (กอช.) กระทรวงการคลังเป็นผู้จัดตั้งกองทุน เป็นกองทุนการออมเพื่อการชราภาพขั้นพื้นฐานแบบสมัครใจ *3.2 ด้านการดูแลสุขภาพ* ประกอบ ด้วย 1) หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ถือเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนทุกคน ให้บริการครอบคลุมด้านการตรวจสุขภาพ การรักษาพยาบาล และการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ดำเนินงานโดยสานักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) 2) การบริการทางการแพทย์และการสาธารณสุขจาก พรบ.ผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 และแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2545-2564) มีการจัดช่องทางเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุแยกจากผู้รับบริการทั่วไปในแผนกผู้ป่วยนอก 3) โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล เป็นโครงการดูแลสุขภาพที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชนและท้องถิ่น บนพื้นฐานแนวคิด “หุ้นส่วนการดูแล” ประกอบด้วย ประชาชนในพื้นที่ สถานบริการสุขภาพ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 4) การดูแลที่บ้าน (Home Care) เป็นบริการสำหรับผู้สูงอายุอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเหมาะกับผู้ป่วยผู้สูงอายุที่อาการไม่รุนแรงและไม่สะดวกในการเดินทางมารักษาที่โรงพยาบาล เป็นการลดค่าเดินทางของผู้ใช้บริการ และผู้สูงอายุส่วนมากพึงพอใจที่จะรับการรักษาพยาบาลที่บ้าน (สุภาณี อ่อนชื่นจิตร และ ฤทัยพร ตรีตรง, 2549) 5) โครงการอาสาสมัครดูแลผู้สูงอายุ (อผส.) เป็นโครงการที่มุ่งแก้ไขปัญหาผู้สูงอายุขาดผู้ดูแล ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ ถูกทอดทิ้ง ถูกละเลยเพิกเฉย และผู้สูงอายุที่ได้รับการดูแลไม่ถูกต้อง โดยอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)

4) ปัจจัยด้านสุขภาพ เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งสำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากหากผู้สูงอายุมีโรคประจำหรือโรคเรื้อรัง จะส่งผลให้ความสามารถในการทำกิจกรรมต่างๆ รวมไปถึงส่งผลต่ออายุขัยที่ลดน้อยลง เนื่องจากการที่ผู้สูงอายุสามารถประกอบกิจกรรมต่างๆ ได้น้อยลง เนื่องจากสภาพร่างกายของผู้สูงอายุไม่เอื้ออำนวย และด้วยความไม่เอื้ออำนวยของร่างกายทำให้ผู้สูงอายุจำนวนมากขาดการออกกำลังกายที่เหมาะสมและออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ จากการศึกษาของอารดา ธีระเกียรติกาจร (2554) พบว่า การที่ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวหรือโรคเรื้อรัง เช่นโรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคหัวใจ ฯลฯ ส่งผลให้ผู้สูงอายุมองว่าคุณภาพชีวิตของตนเองต่ำลง

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

4.1 คณะผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ เป็นผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของคอแครน (Cochran) ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน โดยประมาณค่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ของขนาดประชากรที่ต้องการศึกษา ทำให้สามารถกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างไว้อย่างต่ำที่สุด คือ 384 คน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนไป 3 เปอร์เซ็นต์ เพื่อป้องกันการคลาดเคลื่อนของข้อมูล จึงได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 396 คน

4.2 คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) เริ่มจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยกำหนดแบ่งเชียงใหม่ออกเป็น 25 เขต

พื้นที่ ตามอำเภอต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ หลังจากนั้นใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Specific Selection) โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุซึ่งมีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และระบุตนเองว่าเป็น “ผู้ที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี” โดยวัดจากดัชนีชี้วัดคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลกฉบับสั้น ภาษาไทย นอกจากนี้คณะผู้วิจัยยังได้สร้างเครื่องมือวิจัยซึ่งวัดคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุโดยมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับ 4 ด้าน คือ สุขภาพ ครอบครัว สวัสดิการสังคม และเศรษฐกิจ โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าแอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's alpha) มีค่าความเชื่อมั่นรายด้านอยู่ระหว่าง .72 - .85 และมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .87 เพื่อใช้ตรวจสอบคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในบริบทของสังคมไทย

4.3 คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการบรรยายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และใช้สถิติอ้างอิง (Inferential statistics) ได้แก่ สถิติทดสอบทีกรณีกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test independent) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่

5. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า จากผู้สูงอายุ 396 คน ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.51 เป็นเพศหญิง จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.49 ผู้สูงอายุส่วนใหญ่อายุระหว่าง 65 -69 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.70 ผู้สูงอายุส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับคู่สมรสโดยไม่มีบุตรหลานอาศัยอยู่ด้วย จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.28 และผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้สิทธิบัตรทองในการรักษาพยาบาล จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 87.37 สำหรับปัจจัยที่เสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว ด้านสวัสดิการภาครัฐ และด้านเศรษฐกิจ ของผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ข้อสรุป ดังนี้ 1) ความแตกต่างด้านเพศ ไม่มีผลต่อปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในภาพรวม ดังตารางที่ 1 2) อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว และด้านเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ดังตารางที่ 2 3) สถานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว ด้านสวัสดิการภาครัฐ และด้านเศรษฐกิจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ดังตารางที่ 3 4) พฤติกรรมการออกกำลังกายที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสุขภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ดังตารางที่ 4

6. อภิปรายผลการวิจัย

คณะผู้วิจัย ขออภิปรายข้อสรุป ที่ได้จากงานวิจัยชิ้นนี้ ดังนี้ 1) ความแตกต่างด้านเพศ ไม่มีผลต่อปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในภาพรวม ซึ่งคณะผู้วิจัยเชื่อว่า ผู้สูงอายุเพศชายและหญิง มีคุณภาพคุณภาพชีวิตที่ดีไม่แตกต่างกัน เนื่องจากว่า ปัจจุบันความแตกต่างของบทบาททางเพศในด้านบทบาททางสังคม การทำงาน หรือเศรษฐกิจ มีลดน้อยลงจากในอดีตที่ผู้ชายจะมีโอกาสในสถานะทางสังคมที่สูงกว่าหญิง ทั้งด้านอาชีพและการยอมรับทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวาสนา อ่ำเจริญ (2552) เรื่อง การวิจัยการศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลบางนา อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี ที่พบว่า ผู้สูงอายุที่มีเพศแตกต่างกัน มีคุณภาพชีวิตที่ไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยภรณ์ เลาหบุตร (2557) เรื่อง คุณภาพ

ชีวิตของผู้สูงอายุในชุมชนหมู่ 7 ตำบลพลูตาหลวง อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี ว่า เพศสภาพที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่แตกต่างกัน 2) อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว และด้านเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในประเด็นนี้ คณะผู้วิจัยแบ่งผู้สูงอายุออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 60-64 ปี กลุ่มที่ 2 เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 65-69 ปี กลุ่มที่ 3 เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 70-79 ปี และกลุ่มที่ 4 เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุมาก คือ อายุ 80 ปีขึ้นไป ซึ่งพบว่า ผู้สูงอายุในกลุ่มที่ 4 คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุ 80 ขึ้นไปพบความแตกต่างกับผู้สูงอายุในกลุ่มที่ 1 ในด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว และด้านเศรษฐกิจ ซึ่งคณะผู้วิจัยขออภิปรายผล ดังนี้ ด้านร่างกาย ด้วยอายุที่มากขึ้น ทำให้ความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกายลดลงในทุกๆ ด้าน และมักมีโรคประจำตัวที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้จำเป็นต้องพึ่งพาคนในครอบครัวมากขึ้น สำหรับด้านครอบครัว ผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงด้านสถานะหรือบทบาทในครอบครัว จากการเป็นผู้ที่เคยเป็นหัวหน้าครอบครัว ก็กลายเป็นสมาชิกของครอบครัวที่ต้องพึ่งพาอาศัยสมาชิกในครอบครัวในเรื่องการดำรงชีวิตประจำวันมากขึ้น รวมถึงการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ ที่ผู้สูงอายุจะไม่มีรายได้ที่มั่นคงดังเช่นขณะยังประกอบอาชีพอยู่ (วรัทยา กุลเกลี้ยง, 2556) ปัจจัยเหล่านี้เองที่ทำให้ผู้สูงอายุที่มีอายุแตกต่างกัน มีปัจจัยที่สร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว และด้านเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอารีวรรณ คุณเจนต์ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในจังหวัดนนทบุรี พบว่า อายุมีผลทำให้ผู้สูงอายุ มีคุณภาพชีวิตที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และงานวิจัยของ ปิยภรณ์ เลาหบุตร (2557) ที่พบว่า ส่วนผู้สูงอายุที่มี อายุ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีคุณภาพชีวิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) สถานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว ด้านสวัสดิการภาครัฐ และด้านเศรษฐกิจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งสถานะทางเศรษฐกิจของผู้สูงอายุมาจาก ข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นเงินเก็บออมของผู้สูงอายุเพื่อใช้ในยามจำเป็น โดยแบ่งผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เป็นผู้สูงอายุที่มีเงินออม ต่ำกว่า 1 ล้านบาท กลุ่มที่ 2 เป็นผู้สูงอายุที่มีเงินออมตั้งแต่ 1 ล้านบาท จนถึง 2 ล้านบาท และกลุ่มที่ 3 เป็นผู้สูงอายุที่มีเงินออม ตั้งแต่ 2 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งพบว่าปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีทั้ง 4 คือ ด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว ด้านสวัสดิการภาครัฐ และด้านเศรษฐกิจของกลุ่มที่ 3 สูงกว่ากลุ่มที่ 1 ซึ่งขออภิปรายผลการวิจัยไว้ ดังนี้ การมีเงินออมไว้ใช้ยามชรา ของผู้สูงอายุสามารถสร้างความมั่นคงในด้านต่างๆ ให้กับผู้สูงอายุ มีผู้สูงอายุจำนวนไม่น้อยที่สามารถพึ่งตนเองได้ เพราะว่าได้สะสมความมั่งคั่งมามากเพียงพอต่อการดำรงชีวิตในวัยชรา ทำให้บางคนมีรายได้ แม้ยามเกษียณ เช่น ได้รับเงินบำนาญ หรือ เงินได้ประจำจากกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบบำนาญ หรือ ได้รับดอกเบี้ยจากเงินออม และเงินปันผลจากหุ้น เป็นต้น ซึ่งการมีเศรษฐกิจที่ดีจะช่วยลดการพึ่งพาบุคคลในครอบครัวนั้น อาจไม่ได้หมายถึง เพียงแต่เงินทอง หากแต่รวมถึงการพึ่งพาที่ไม่เป็นตัวเงิน เช่น การมีความสามารถในการจ้างบุคคลมาช่วยเหลือในการดูแลสุขภาพ การใช้ชีวิตประจำวัน รวมถึงความสะดวกสบายในการจับจ่ายใช้สอย การเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อน และไม่จำเป็นต้องพึ่งพิงระบบสวัสดิการสังคมภาครัฐมากนัก (ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์, 2551) 4) พฤติกรรมการออกกำลังกายที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสุขภาพที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในประเด็นนี้ คณะผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุ กลุ่มที่ 1 ออกกำลังกายเป็นประจำทุกวัน กลุ่มที่ 2 ออกกำลังกายบ้างบางครั้ง/ตามโอกาส และกลุ่ม

ที่ 3 ไม่ออกกำลังกายเลย โดยพบว่า ผู้สูงอายุกลุ่มที่ 1 รายงานว่า ตนเองมีปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสุขภาพสูงกว่าผู้สูงอายุในกลุ่มที่ 3 ซึ่งขออภิปรายผลของการวิจัยไว้ ดังนี้ การที่ผู้สูงอายุมีการเคลื่อนไหวอยู่เป็นประจำในท่าทางที่เหมาะสมกับอายุ จะช่วยลดและป้องกันการเสื่อมของร่างกายให้ช้าลง (Chodzko-Zajko WJ, Proctor DN, Fiatarone Singh MA, Minson CT, Nigg CR, Salem GJ, Skinner JS., 2009) โดยการออกกำลังกายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้สูงอายุ ผลดีของการออกกำลังกาย คือ ลดปัจจัยเสี่ยงต่อการเป็นโรคหัวใจและหลอดเลือด (Butler, R. N., Davis. R., Lewis. C. B., Nelson. M. E.,& Strauss. E., 1995) ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและความสมดุลของร่างกาย ลดการพลาดลื่นล้ม และเพิ่มสมรรถภาพด้านร่างกาย (Liu M and So H., 2008) และงานวิจัยชิ้นนี้ยังสอดคล้องกับการวิจัยในประเทศไทยของอมรรัตน์ เนียมสรรค์ นงนุช โอบะ และสมบูรณ์ ตันสุภสวัสดิกุล (2555) ที่พบว่า การออกกำลังกายแบบแอโรบิคสามารถช่วยให้ผู้สูงอายุมีความคล่องตัวเพิ่มมากขึ้น มีสมรรถนะทางกายที่ดีขึ้น และยังสามารถลดระดับความดันโลหิตในผู้สูงอายุที่มีโรคความดันสูงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 จึงจะเห็นได้ว่า ผู้สูงอายุที่มีการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจึงมีสุขภาพดีกว่าผู้สูงอายุที่ไม่ออกกำลังกายเลย

7. สรุปและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านอายุ โดยผู้สูงอายุที่มีอายุน้อย คือ มีอายุระหว่าง 60-64 ปี มีปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว และด้านเศรษฐกิจ มากกว่าผู้สูงอายุที่มีอายุมาก คือ มีอายุ 80 ปีขึ้นไป นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้สูงอายุที่มีเงินออม ตั้งแต่ 2 ล้านบาทขึ้นไป มีปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว ด้านสวัสดิการภาครัฐ และด้านเศรษฐกิจ สูงกว่าผู้สูงอายุที่มีเงินออมต่ำกว่า 1 ล้านบาท และพบอีกว่า พฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ มีปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีด้านสุขภาพ สูงกว่าผู้สูงอายุที่ไม่ออกกำลังกายเลย แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในผู้สูงอายุที่ออกกำลังบ้างเป็นครั้งคราว

สำหรับข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ คือ ปัจจัยด้านอายุ กล่าวคือ ด้วยอายุที่มากขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุมาก คือ ผู้สูงที่มีอายุ 80 ปีขึ้นไป มีความยากลำบากในด้านสุขภาพและการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งมักจะต้องมีผู้ช่วยเหลือในการดำเนินชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้สูงอายุมองตนเองว่าเป็นภาระของครอบครัว ทั้งนี้ ปัจจัยด้านอายุที่มากขึ้นเรื่อยๆ ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะช่วยช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและความสมดุลของร่างกาย ลดการพลาดลื่นล้ม และเพิ่มสมรรถภาพด้านร่างกาย ตลอดจนช่วยให้ลดระดับความดันโลหิตในผู้สูงอายุ ซึ่งจะช่วยให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพที่ดีและสามารถดำเนินชีวิตประจำวันได้ด้วยตนเองได้ยาวนานขึ้น รวมถึงลดภาระในการช่วยดูแลของสมาชิกในครอบครัวลง เนื่องจากสมรรถนะด้านร่างกายของผู้สูงอายุที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะเสื่อมลงอย่างช้าๆ มากกกว่าผู้สูงอายุที่ไม่อออกกำลังกายเลย สำหรับปัจจัยด้านเศรษฐกิจของผู้สูงอายุที่มีเงินออมเพื่อใช้ในยามจำเป็น มีผลอย่างยิ่งต่อปัจจัยที่สร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งในด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว ด้านสวัสดิการภาครัฐ และด้านเศรษฐกิจ ดังนั้น ก่อนจะเข้าสู่วัยชราหรือผู้สูงอายุ คือ มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป ควรมีการวางแผนการออมเงินหรือวางแผนการใช้ชีวิตหลังจากยุติการทำงาน เพื่อให้สามารถมีเงินเพียงพอต่อการดำรงชีวิตในวัยชรา ซึ่งการมีเศรษฐกิจที่ดีจะช่วยลดการพึ่งพาบุคคลในครอบครัว ทั้งด้านค่าใช้จ่ายส่วนตัว รวมถึงด้านสุขภาพ โดยมีความสามารถในการจ้างบุคคลมาช่วยเหลือในการใช้ชีวิตประจำวัน มีความสามารถในการจับจ่ายใช้สอย และเมื่อเจ็บป่วยก็ไม่จำเป็นต้องพึ่งพิงระบบสวัสดิการภาครัฐ

สำหรับข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป มีดังนี้ การศึกษาครั้งต่อไป ควรนำตัวแปรด้านอายุ เศรษฐกิจ และการออกกำลังกาย มาตรวจสอบถึงระดับอิทธิพลที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากค่าอิทธิพลของตัวแปรเหล่านี้ จะเป็นตัวบ่งชี้ที่ดีว่า ตัวแปรด้านอายุ เศรษฐกิจ และการออกกำลังกาย ตัวแปรใดมีขนาดของอิทธิพลที่ส่งไปยังคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด โดยใช้สถิติทดสอบ เช่น การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple-regression) หรือสร้างโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural. Equation Modeling) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ โดยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รวบรวมมาจากผู้สูงอายุเพื่อเทียบกับสถิติทดสอบว่ามีความสอดคล้อง (fit) กันหรือไม่ โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) จะช่วยให้งานวิจัยชิ้นนี้มีความสมบูรณ์และลุ่มลึกในเชิงวิชาการมากขึ้น

รูปภาพ ตาราง สมการ

ตารางที่ 1 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่สร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีแก่ผู้สูงอายุที่มีเพศแตกต่างกัน

t-test Independent	คะแนนเฉลี่ยของปัจจัยทั้ง 4 ด้าน					
ลักษณะประชากร เพศ	จำนวน	$\bar{X}$	SD.	t	df	Sig.
ชาย	204	3.79	0.40	0.117	394	0.733
หญิง	192	3.77	0.40			

ตารางที่ 2 แสดงความแตกต่างของปัจจัยที่สร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว ด้านสวัสดิการภาครัฐ และด้านเศรษฐกิจ ของผู้สูงอายุที่มีอายุแตกต่างกัน

ANOVA			
ปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี	F	df	Sig.
ปัจจัยด้านสุขภาพ	3.276	3	0.02
ด้านครอบครัว	5.090	3	0.00
ด้านสวัสดิการภาครัฐ	*1.008*	*3*	*0.58*
ด้านเศรษฐกิจ	4.923	3	0.00

ตารางที่ 3 แสดงความแตกต่างของปัจจัยที่สร้างเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีด้านสุขภาพ ด้านครอบครัว ด้านสวัสดิการภาครัฐ และด้านเศรษฐกิจ ของผู้สูงอายุที่มีสถานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน

ANOVA			
ปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี	F	df	Sig.
ปัจจัยด้านสุขภาพ	*2.223*	*2*	*0.31*
ด้านครอบครัว	6.060	2	0.00
ด้านสวัสดิการภาครัฐ	5.757	2	0.00
ด้านเศรษฐกิจ	9.127	2	0.00

ตารางที่ 4 พฤติกรรมการออกกำลังกายที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีในด้านสุขภาพที่แตกต่างกัน

ANOVA		ปัจจัยด้านสุขภาพ					
ลักษณะประชากร		จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD.	F	df	Sig.
พฤติกรรมการออกกำลังกาย	ออกกำลังกายเป็นประจำทุกวัน	40	4.06	0.49	3.567	2	0.03
	ออกกำลังกายเป็นบางครั้งถ้ามีโอกาส	195	3.99	0.46			
	ไม่เคยออกกำลังกายเลย	154	3.87	0.50			

เอกสารอ้างอิง

กัลยาณี ทองสว่าง. (2546). ***ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเคหะชุมชนออเงิน.*** รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทั่วไป, มหาวิทยาลัยบูรพา

ขวัญสุดา บุญทศ และขนิษฐา นันทบุตร. (2560). ความสุข ความทุกข์ และสุขภาพจิตผู้สูงอายุในชุมชนแห่งหนึ่งในภาคเหนือตอนบน ประเทศไทย. ***วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย.***, 62(3): 257-270.

จิตนภา ฉิมจนดา. (2555). ***ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสุขในชีวิตของผู้สูงอายุในชุมชน จังหวัดนครปฐม***. พยาบาล ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาลเวชปฏิบัติชุมชน. มหาวิทยาลัยคริสเตียน.

เจษฎา บุญทา. (2545). ***คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในตำบลแม่หอพระ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่.*** สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์. (2551). ความสามารถการออมของครัวเรือนไทยและความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ. ***วารสารเศรษฐศาสตร์ศรีนครินทรวิโรฒ.*** 4(4): 19-49.

ประนอม โอทกานนท์. (2554). ***ชีวิตที่สุขสมบูรณ์ของผู้สูงอายุไทย หลักการ งานวิจัย และบทเรียนจากประสบการณ์***. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประภาพร จินันทุยา. (2536) ***คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในชมรมทางสังคมผู้สูงอายุดินแดง.*** พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพยาบาลศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหิดล.

ปิยภรณ์ เลาหบุตร. (2557). ***คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในชุมชนหมู่ 7 ตำบลพลูตาหลวง อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี.*** รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ภาวิณี วรประดิษฐ. (2554). ***ผู้สูงอายุและภาวะสุขภาพผู้สูงอายุ***. [ออนไลน์] ได้จาก : http://trat.nfe.go.th/trat/topic5_old.php?page=10

มารศรี นุชแสงพลี. (2532). ***ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้สูงอายุ: ศึกษากรณีผู้สูงอายุในชุมชนบ่อนไก่กรุงเทพมหานคร***. สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รักษพล สนิทยา และวิราภรณ์ โพธิศิริ. (2554). ***ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาวะสุขภาพจิตของผู้สูงอายุในจังหวัดน่าน***. การประชุมวิชาการประชากรศาสตร์แห่งชาติครั้งที่ 3 มหาวิทยาลัยมหิดล, 16 -17 กุมภาพันธ์2554., หน้า 55-63.

วรัทยา กุลเกลี้ยง. (2556). ***คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครขอนแก่น อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น***. เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย ขอนแก่น.

วาสนา อ่ำเจริญ. (2552). ***การศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลบางนางอำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี***. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารทั่วไป, มหาวิทยาลัยบูรพา.

วิทมา ธรรมเจริญ. (2555). ***อิทธิพลของปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีต่อความสุขของผู้สูงอายุ***. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสถิติประยุกต์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สมสุข สิงหปัญจนที. (2540). ***คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่มีความดันโลหิตสูงชนิดไม่ทราบสาเหตุ***. พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาลผู้ใหญ่, มหาวิทยาลัยมหิดล.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.(2544) . ***แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8***. [ออนไลน์] ได้จาก : http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=3783

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.(2560) . ***แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12***. [ออนไลน์] ได้จาก : http://www. nesdb.go.th/ ewt_news.php?nid=6420

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560) ***จำนวนและสัดส่วนของผู้สูงอายุไทยในภาพรวม***. [ออนไลน์] ได้จาก : http://www.dop.go.th/th/know/1/45

สุภาณี อ่อนชื่นจิตร และฤทัยพร ตรีตรง. (2549). ***การบริการสุขภาพที่บ้าน.*** พิมพ์ครั้งที่ 2., คณะพยาบาลศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สุรกุล เจนอบรม. (2541). วิสัยทัศน์ผู้สูงอายุและการศึกษานอกระบบสำหรับผู้สูงอายุไทย. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการศึกษานอกโรงเรียน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวัฒน์ มหัตนิรันดร์กุล. (2545). เครื่องชี้วัดคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลกชุดย่อ ฉบับภาษาไทย. [ออนไลน์] ได้จาก : https://www.dmh.go.th/test/download/ files/whoqol.pdf

อมรรัตน์ เนียมสรรค์ นงนุช โอบะ และสมบูรณ์ ตันสุภสวัสดิกุล. (2555). ผลของการออกกำลังกายแบบแอโรบิคโดยใช้วงดนตรีโปงลางต่อสมรรถภาพทางกายและระดับความดันโลหิตของผู้สูงอายุความดันโลหิตสูง. ***วารสารการพยาบาลและสุขภาพ***. 6(2) : 62-75.

อารดา ธีระเกียรติกาจร. (2554). ***คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในเขตเทศบาล ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่***. เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อารีวรรณ คุณเจตน์. (2541). ***คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในจังหวัดจันทบุรี***. พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาลชุมชน, มหาวิทยาลัยบูรพา.

อุมาพร อุดมทรัพยากุล. (2536). ***ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุเขตเมืองสุพรรณบุรี.*** วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาชีวสถิติ, มหาวิทยาลัย มหิดล.

Blanchflower, David G. and Andrew J. Oswald (2005). Happiness and the Human Development Index: The Paradox of Australia. Australian ***Economic Review***., 38(3): 307-318.

Butler, R. N., Davis. R., Lewis. C. B.,Nelson. M. E., and Strauss. E. (1995). Physical fitness: Benefits of exercising for the older patient. ***Medicine & Science in Sports & Exercise***, 27(3): 641-647.

Chodzko-Zajko WJ, Proctor DN, Fiatarone Singh MA, Minson CT, Nigg CR, Salem GJ, Skinner JS. (2009). Exercise and physical activity for older adults. ***Medicine & Science in Sports & Exercise***. , 41(7): 1510-1530.

Frey, Bruno S. and Alois Stutzer (2000). Happiness, Economy and Institutions. ***Economic Journal*** 110 (466): 918-938.

Georgia M. Barrow and Patricia A. Smith. (1980). ***Aging, the Individual, and Society***. West Publishing Company, Minnesota, USA.

Gurin, G.; Feld, S.; Veroff, J. (1960). Americans View their Mental Health. A Nationwide Interview Survey. Arno Press, New York, USA.

Liu M and So H. (208). Effects of Tai Chi exercise program on physical fitness, fall related perception and health status in institutionalized elder. ***Taehan Kanho Hakhoe Chi***., 38(4): 620-628.

Oswald, Andrew J. (1997). Happiness and Economic Performance. ***Economic Journal.***, 107 (445): 1815-31.