



วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชภัฏลำปาง

RMUTL Journal
of Business Administration
and Liberal Arts

ผู้ทรงคุณวุฒิประจำฉบับ

รองศาสตราจารย์ เพ็ญจันทร์ รวยะวงศ์
รองศาสตราจารย์ ดร.วาริพน มงคลสมัย
รองศาสตราจารย์ ดร.พิชารณ ฐนิตเบญจสิทธิ์
รองศาสตราจารย์ ดร.วิรินทร์ อักษรนิตย์
รองศาสตราจารย์ ดร.รวีโรจน์ ศรีคำภา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปารุษา เกียรติศิริ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา ตันจันทร์พงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์ อวิโรธนานนท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อัญชลี รักอริยะธรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธิดา พัฒนศรีวิเชียร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรพร ศิริพันธ์
ดร.พริยา สมศักดิ์
ดร.ลัดดา ปินตา
ดร.บุญโรม สุวรรณพาหุ
ดร.ฐิติ ฐิติจำเริญพร
ดร.อาชวิน ใจแก้ว
ดร.เกรียงไกร เจริญผล
ดร.ประยงค์ คูศิริสิน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
มหาวิทยาลัยพายัพ
มหาวิทยาลัยพายัพ
มหาวิทยาลัยพายัพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยพายัพ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
มหาวิทยาลัยแม่โจ้



วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมณฑลล้านนา

RMUTL Journal
of Business Administration
and Liberal Arts

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.พิชาภพ พันธุ์แพ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.กัญฐณา ดิษฐ์แก้ว

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประทีป พิชทองกลาง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ เล้าหะเมทธิ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณพร ทีเก่ง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรไท ครุฑเวโช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เสธสุสุตา ปรีชานนท์

ดร.ตะวัน วาทกิจ

ดร.สุภรพรรณ คนเฉียบ

ดร.ปณิธิ อมาตยกุล

อาจารย์ณฐา อภิธาวิณวสุ

อาจารย์นรินทร์ จิวิตัน

ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ

ศาสตราจารย์ ดร.อรัญญา ตัญค์มกีร์

ศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร จวงตระกูล

รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน

รองศาสตราจารย์ อรพิน สันติธีรากุล

รองศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์

รองศาสตราจารย์ ดร.จกกลดินทร์ แสงอาสภวิริยะ

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก

รองศาสตราจารย์ อนเนก ชิตเกษร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นักวิชาการอิสระ

มหาวิทยาลัยราชภัฏ ลำปาง

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

มหาวิทยาลัยพายัพ

รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา อารีย์
รองศาสตราจารย์ ดร.เปรมวิทย์ วิวัฒน์เศรษฐ์
รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฤทัย พานิช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลภัสสรดา พิษณุธีรนาถ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทียน เลรามัญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นณวิช สนิทนราทร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา สุขเพชร
ดร.ระวี เผ่าหอม

มหาวิทยาลัยพายัพ
มหาวิทยาลัยพะเยา
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏ ลำปาง
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
มหาวิทยาลัยพายัพ
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)
มหาวิทยาลัยฉะเชิงเทราและเทคโนโลยีและธุรกิจ

ผู้ประสานงาน

นายณัฐพงศ์ นิลคำ
นางสาวจุฑามาศ สุวิมลเจริญ

บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบความถูกต้องทางวิชาการ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ข้อความ
และบทความในวารสารราชชมภพล้านนา เป็นแนวคิดของผู้เขียน มิใช่ความคิดเห็นของ
คณะผู้จัดทำ และมีข้อความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ และกองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์
คัดลอก แต่ให้อำนาจที่มา

บทบรรณาธิการ

เรียนผู้อ่านที่เคารพทุกท่านครับ วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชชมงคลล้านนา จัดทำโดย คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เป็นวารสารที่ตีพิมพ์บทความที่ผ่านกระบวนการประเมินคุณภาพของบทความ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความอย่างน้อย 3 ท่าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมงานด้านวิชาการ และงานวิจัยที่สามารถใช้งานได้จริงในศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ ศิลปศาสตร์ และสหวิทยาการสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ วารสารนี้เปิดรับบทความวิจัยและบทความวิชาการของอาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา รวมทั้งสถาบัน และหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชชมงคลล้านนา จัดพิมพ์เป็นราย 6 เดือน (ปีละ 2 ฉบับ; ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม ถึงเดือนมิถุนายน และฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม ถึงเดือนธันวาคม) โดยมีการตีพิมพ์เผยแพร่ทั้งในรูปแบบรูปเล่มและออนไลน์

ปัจจุบันวารสารได้ตีพิมพ์ เป็นฉบับปีที่ 9 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม ถึงเดือนธันวาคม 2564 เนื้อหาภายในฉบับนี้จะประกอบไปด้วยบทความวิจัยจำนวน 8 เรื่องและบทความวิชาการจำนวน 2 เรื่อง บทความแรกจะเป็นบทความที่เกี่ยวกับการตลาดองค์กรที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ ตามด้วยบทความที่เกี่ยวกับแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชนบ้านแม่ขี้มูก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ จากนั้นจะเป็นบทความที่เกี่ยวกับผลกระทบของคุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในที่มีต่อคุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตามมาด้วยบทความที่เกี่ยวกับผลกระทบของการจัดการความเสี่ยงต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในลำปางซึ่งแนวโน้มของผู้ประกอบการในอนาคตจะให้ความสำคัญกับการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจและรักษาเอกลักษณ์ของตนเอง บทความต่อมาจะเป็นการประเมินต้นทุนในโครงการจัดทำแม่พิมพ์ปั๊มชิ้นส่วนรถยนต์โดยวิธีประมาณแบบพาราเมตริก ต่อมาคือบทความวิจัยการพัฒนาแผนการเรียนรู้ที่ใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงานในรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจสำหรับนักศึกษาบริหารธุรกิจ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา บทความต่อมาจะเป็นเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมวัดศรีวงค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ และบทความเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตระหนักรู้การท่องเที่ยวเชิงศาสนาของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเชียงใหม่ ตามด้วยบทความวิชาการที่เกี่ยวกับเรื่องที่ได้ความสนใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อหลายปีก่อนที่เกี่ยวกับบทเรียนกรณีหมู่ป่าติดถ้ำกับความเมตตากรุณาต่อตนเอง และบทความวิชาการเกี่ยวกับการแบ่งปันข้อมูลลูกบนโซเซียลมีเดีย โดยฉบับนี้จะมีบทความที่น่าสนใจรวม 10 บทความ ทั้งในเรื่องบริหารธุรกิจ สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ ครบทุกประเด็นตามวัตถุประสงค์ของวารสาร

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางวิกฤติของโรคระบาดโควิด19 สายพันธุ์โอมิครอนที่กำลังระบาดอย่างรวดเร็ว และสร้างความกังวลใจแก่ประชาชนเป็นจำนวนมาก หลายท่านยังคงมีความหวังว่ามวลมนุษยชาติจะสามารถฝ่าฟันวิกฤตินี้ไปได้โดยเร็ววัน พวกเราจะรอให้วันนั้นมาถึง อย่างไรก็ตามทุกคนต้องสร้างเสริมสุขภาพให้แข็งแรง อยู่เสมอ และไม่ประมาท ขอให้ทุกท่านโชคดีครับ



รองศาสตราจารย์ ดร.พิชาภ พันธ์แพ
บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย

กลยุทธ์การตลาดองค์กรรวม ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (ธุรกิจสตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ <i>สุภาชนู ศรีภักษ์ชัย และลัดดา ปินตา</i>	1-16
รูปแบบการจัดการธุรกิจชุมชน บ้านแม่ขี้มูก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ <i>นิศรา จันทรเจริญสุข และเพราพิลาส ประสิทธิ์บุรุษรักษ์</i>	17-26
ผลกระทบของคุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อคุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ: หลักฐานจากผู้ตรวจสอบภายในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย <i>พรรณษา เรือนน้อย, จีราภรณ์ พงศ์พันธ์พัฒนะ และแดน กุลรูป</i>	27-38
ผลกระทบของการจัดการความเสี่ยงต่อความอยู่รอดของธุรกิจ โรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง <i>อัจฉรา เมฆสุวรรณ</i>	39-52
การประเมินต้นทุนในโครงการจัดทำแม่พิมพ์ปั๊มสำหรับชิ้นส่วนรถยนต์ โดยวิธีประเมินแบบพารามตริก <i>สุخانรี ลิ้มปิโสภณ และต้นดุสิต ไปราณานนท์</i>	53-66
การพัฒนาแผนการเรียนรู้ที่ใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงานในรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจสำหรับนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ <i>อัจฉรินทร์ จิตต์ปรารพ และอนวัช จิตต์ปรารพ</i>	67-84
พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมวัดศรีวงค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ <i>ชนิษฐา ใจเป็ง</i>	85-98
Raising Awareness of Considerable Factors on Developing Sustainable Religious Tourism in Chiang Mai, Thailand for Chinese Travelers <i>Pachernwaat Srichai, Samart Suwannarat and Ravee Phoewhawm</i>	99-122

บทความวิชาการ

บทเรียนกรณีหมู่ป่าติดถ้ำกับความเมตตากรุณาต่อตนเอง <i>กิตานันท์ ชำนาญเวช, สาธิต ใจตรง, รัชนิยา พลพิบูลย์ และณัฐชุตตา สุภาพงษ์</i>	123-130
การแบ่งปันข้อมูลลูกบนโซเชี่ยลมีเดีย สิทธิเด็กที่พ่อแม่มองข้าม <i>นภาพรณ อาษาเพชร, มัณฑนา ภาคสุวรรณ และภควิทย์ ดำรงเกียรติศักดิ์</i>	131-146

กลยุทธ์การตลาดองค์รวม ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (ธุรกิจสตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่

Holistic Marketing Strategies That Impact The Performance of Start-Up Businesses in Chiang Mai, Thailand

สุภชัย ศรีกัญชัย^{1*} และลัดดา ปินตา²

Supachon Srikunchai^{1*} and Ladda Pinta²

¹ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

² อาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

¹ Student of Master of Business Administration, Faculty of Business Administration and Liberal Arts of Rajamagala University of Technology Lanna

² Lecturer of Master of Business Administration, Faculty of Business Administration and Liberal Arts of Rajamagala University of Technology Lanna

* E-mail: djnnew@gmail.com

Received September 25, 2021; Revised December 16, 2021; Accepted December 25, 2021

บทคัดย่อ

การศึกษากลยุทธ์การตลาดองค์รวมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงระดับความคิดเห็นของกลยุทธ์การตลาดองค์รวม และผลการดำเนินงาน 2) ศึกษากลยุทธ์การตลาดองค์รวมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานต่อวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ และ 3) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องเชิงประจักษ์ของแบบจำลองสมการโครงสร้างของผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยคือผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง และใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคสถิติสมการโครงสร้าง (SEM)

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดองค์รวมอยู่ระดับมากที่สุด เช่นเดียวกับระดับความคิดเห็นต่อผลการดำเนินงานที่อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งโมเดลสมการโครงสร้างของกลยุทธ์การตลาดองค์รวมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง Chi-Square = 79.240, $p = 0.081$, $df = 63$, $CMIN/df = 1.258$, $GFI = 0.974$, $AGFI = 0.951$, $RMSEA = 0.025$ และ $CFI = 0.993$ นอกจากนี้ยังพบว่าแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling: SEM) ที่ผู้ศึกษาวิจัยได้พัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สามารถยืนยันความสอดคล้องของตัวแปรกลยุทธ์การตลาดองค์รวมที่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยพิจารณาจากค่า Loading Factor พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ

การตลาดภายในองค์กร (Internal Marketing) เท่ากับ 0.31 รองลงมาคือ การตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing) การตลาดเพื่อความสัมพันธ์ (Relationship Marketing) และการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) โดยมีค่า Loading Factor เท่ากับ 0.30, 0.22 และ 0.18 ตามลำดับ

คำสำคัญ: การตลาดองค์กร, ผลการดำเนินงาน, วิสาหกิจเริ่มต้น, การตลาดภายในองค์กร, การตลาดแบบบูรณาการ, การตลาดเพื่อความสัมพันธ์, การตลาดเพื่อสังคม

Abstract

This research investigates 1) the attitudes towards holistic marketing strategies and their results, 2) the holistic marketing strategies that impact the performance of start-up businesses in Chiang Mai, and 3) the relativity of Structural equation modelling (SEM) for start-up businesses in Chiang Mai. This quantitative research employed statistical technique (SEM) for data analysis. The study sample consisted of 400 start-up businesses in Chiang Mai.

The study found that attitudes towards holistic marketing strategies and their results were at the highest. There was also a proof of relativity between structural model and holistic marketing strategies that impact start-up businesses in Chiang Mai with the IOC results being Chi-Square = 79.240, $p = 0.081$, $df = 63$, CMIN/df = 1.258, GFI = 0.974, AGFI = 0.951, RMSEA = 0.025 and CFI = 0.993. Moreover, the Structural Equation Modelling (SEM) which the researcher had developed from literature review and relevant concepts and theories significantly confirmed the correlation between holistic marketing strategies variables and the performance of start-up businesses in Chiang Mai. The results showed that internal marketing was the strongest factor in creating direct effect on the performance of start-up businesses in Chiang Mai with the standardized coefficient as of 0.31. Other marketing factors that directly impacted the performance of start-up businesses in Chiang Mai included integrated Marketing, relationship Marketing and social marketing with the standardized coefficient as of 0.30, 0.22, and 0.18 respectively.

Keyword: Holistic Marketing, Performance, Start-Up, Internal Marketing, Integrated Marketing, Relationship Marketing, Social Marketing

บทนำ

ระบบสังคมและเศรษฐกิจของประเทศไทยได้มีการปรับเปลี่ยนและเปลี่ยนแปลงตามบริบทของโลกที่มีลักษณะขยายตัวทางเทคโนโลยีอุตสาหกรรมภาคการผลิตและภาคการบริการ โดยในศตวรรษที่ 21 เป็นยุคแห่งเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกผัน (Disruption) ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการสื่อสารของผู้คนในสังคม การกระจายข่าวสารความรู้ และการเปิดรับข้อมูล

ข่าวสาร ที่สามารถทำได้ง่าย รวดเร็ว และทันที่เป็นยุคที่เทคโนโลยีในการสื่อสารทำให้ผู้คนก้าวข้ามข้อจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่ในขณะเดียวกัน ในมิติทางเศรษฐกิจก็มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตเพื่อทดแทนแรงงานคนมากขึ้น ทำให้การแข่งขันภายใต้ระบบเศรษฐกิจยุคดิจิทัลมีความซับซ้อนขึ้น เพราะวิธีการผลิตและการบริโภค เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากถึงแม้ว่าจะมีการผลิตที่ใช้ระบบดิจิทัลเข้ามาเพื่อลดต้นทุน

แต่ผู้บริโภคก็มีอำนาจในการต่อรองสูงขึ้นจากทางเลือกในการบริโภค (ธีรพงษ์ บุญรักษา และคณะ, 2564) หากกลับมาทบทวนลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย นับว่ามีความพร้อมของทำเลที่ตั้งที่มีศักยภาพ ที่พัฒนาให้เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจและประตูสู่ภูมิภาค มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะยึดหยุ่นสูง เอื้อต่อการลงทุนจากนักลงทุนต่างชาติ รวมทั้งการปรับตัวของประชากร ที่พร้อมก้าวสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 สะท้อนออกมาสู่การปรับตัวภายใต้เงื่อนไขการเปลี่ยนแปลงของโลกในด้าน (1) สภาพแวดล้อมทางการเมือง (2) สภาพแวดล้อมเศรษฐกิจระดับโลก (3) สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ และ (4) สภาพแวดล้อมทางด้านสังคม

จากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว ทำให้รัฐบาลชุดปัจจุบันเห็นความสำคัญของการปรับแผนการพัฒนาประเทศให้ก้าวสู่ประเทศไทย 4.0 โดยการวางเป้าหมายให้ประเทศไทยมีการพัฒนาประเทศโดยใช้การพัฒนาที่ยั่งยืนในกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี (2559) โดยใน 5 ปีแรกของการนำกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีมาใช้ รัฐบาลได้กำหนดประเด็นการพัฒนาพร้อมทั้งแผนงาน/โครงการสำคัญที่ต้องดำเนินการให้เห็นผลเป็นรูปธรรม เพื่อเตรียมความพร้อมคนสังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับ ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม ดังจะเห็นได้ว่า “ประเทศไทย 4.0” จึงเป็นการเปลี่ยนผ่านในองค์ประกอบสำคัญ คือ (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559) (1) เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม (Traditional Farming) ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) (2) เปลี่ยน

จาก Traditional SMEs ไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Start-Ups ที่มีศักยภาพสูง (3) เปลี่ยนจาก Traditional Services ไปสู่ High Value Services (4) เปลี่ยนแรงงานให้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและทักษะสูง

ปัจจุบันวิสาหกิจเริ่มต้น หรือ สตาร์ทอัพ (Startup) เป็นกลุ่มธุรกิจที่หลายฝ่ายให้ความสนใจ และในปี 2559 ประเทศไทยเริ่มมีการพูดถึงสตาร์ทอัพในวงกว้าง และได้กลายเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญสำหรับการเติบโตทางเศรษฐกิจ และความท้าทายสำหรับหลาย ๆ ประเทศ ดังนั้นความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ จึงเป็นหัวใจสำคัญของการจัดการสมัยใหม่ (Fayolle & Linan, 2014) ในระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2561 ภาครัฐและประชาคมสตาร์ทอัพ ได้พัฒนาระบบนิเวศสตาร์ทอัพ ในระดับสถาบันการศึกษาทั่วประเทศไทย สู่การเป็นสังคมแห่งการประกอบการ ทำให้เกิดสตาร์ทอัพเป็นจำนวนมาก รวมถึงบริษัทขนาดใหญ่มองเห็นโอกาสและร่วมลงทุนกับสตาร์ทอัพมีแหล่งบ่มเพาะ และเร่งสร้างเกิดขึ้นทั้งจากภาครัฐและเอกชน มีการสร้างเครือข่ายพันธมิตรระดับนานาชาติกว่า 25 ประเทศ กระตุ้นความสนใจ และดึงดูดนักลงทุนจากต่างประเทศ ส่งผลให้กรุงเทพมหานครกลายเป็นเมืองที่ดีที่สุดสำหรับสตาร์ทอัพอันดับ 1 ในเอเชีย (ปวิวรรต วงษ์สำราญ, 2018) แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของประเทศไทย ในการเป็นศูนย์กลางการสร้างวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) ระดับนานาชาติ ช่วยผลักดันให้เกิดกลุ่มวิสาหกิจเริ่มต้นขึ้นในประเทศไทย และส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างยั่งยืน ตลอดจนเป็นส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ และนโยบายของรัฐบาล ไปสู่การปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศที่เข้มแข็งและก้าวหน้าทั้งในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2560) โดยข้อมูลจาก Techsauce Startup Report 2561 ระบุถึงสถิติการลงทุนในสตาร์ทอัพไทย ตั้งแต่ปี 2558 มีการลงทุนในธุรกิจสตาร์ทอัพสูงถึง 1,146

ล้านบาท ในปี 2560 มีการลงทุนประมาณ 3,349 ล้านบาท และในปี 2561 ที่ผ่านมา การลงทุนลดลงเหลือเพียงประมาณ 1,933 ล้านบาท (BLT Bangkok, 2019)

อีกธุรกิจหนึ่งที่ถือว่ามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย คือ ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีจำนวนรวมกว่า 2.65 ล้านราย โดยคิดเป็นร้อยละ 99.8 มูลค่าของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของ SMEs หรือ GDP SMEs ในไตรมาสแรกของปี 2559 ขยายตัวร้อยละ 5.1 มีมูลค่า 1.49 ล้านล้านบาท โดยสัดส่วน GDP SMEs ขยับเพิ่มขึ้นจากปี 2558 คิดเป็นร้อยละ 42.3 ส่วนการส่งออกของ SMEs ในไตรมาสแรกของปี 2559 มีมูลค่ากว่า 200,043 ล้านบาท ขยายตัวจากช่วงเดียวกันของปี 2558 ถึงร้อยละ 22.0 อีกทั้ง SMEs ยังคงมีมูลค่าการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนมากที่สุด มีมูลค่าสูงกว่า 55,114 ล้านบาท โดยเฉพาะด้านธุรกิจภาคการค้าและบริการมีดัชนีความเชื่อมั่น เดือนมีนาคม พ.ศ. 2559 เท่ากับ 50.2 ปรับตัวสูงขึ้นเมื่อเทียบกับค่าดัชนีจากปี 2558 เช่นเดียวกับค่าดัชนีความเชื่อมั่นคาดการณ์นั้นจะมีค่าดัชนีอยู่ที่ระดับ 52.4 ซึ่งปรับตัวขึ้นเช่นกัน แสดงถึงความเชื่อมั่นของ SMEs ธุรกิจภาคบริการที่เพิ่มขึ้นเป็นลำดับอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานข้อมูลข่าวสารของราชการ, 2559)

จากการเปลี่ยนแปลงของการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายประเทศไทย 4.0 ทำธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่จะต้องเร่งปรับตัวเองให้กลายเป็น Smart SMEs เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และการเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน การประกอบธุรกิจที่เป็น Smart SMEs นั้น ต้องมีความพร้อมในการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ที่ผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการนำเอาเทคโนโลยีและสารสนเทศ เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินงาน

หรือเอานวัตกรรมใหม่ มาช่วยส่งเสริมในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดรายได้หรือ การลดต้นทุน อันจะส่งผลต่อผลการดำเนินงาน โดยในปี 2559 มีการคาดการณ์ว่าจะเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 3.1 และร้อยละ 3.2 ในปี 2560 ซึ่งภาคบริการสามารถเป็นปัจจัยใหม่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ที่จะช่วยให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นประเทศรายได้สูง และสร้างตำแหน่งงานใหม่จากปัจจัยเสริมต่าง ๆ

ในฐานะของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือเป็นศูนย์การเศรษฐกิจของภาคเหนือ โดยแผนยุทธศาสตร์การค้าของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ 1 (เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง แม่ฮ่องสอน) พ.ศ. 2560 - 2564 ได้กำหนดกรอบวิสัยทัศน์ คือ เศรษฐกิจการค้ากลุ่มจังหวัดก้าวหน้าด้วยนวัตกรรม และเชื่อมโยงการค้าท้องถิ่นสู่ตลาดโลก โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่สนับสนุนได้แก่ ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันการค้าของกลุ่มจังหวัดมีเป้าหมายเพื่อยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการให้เป็นวิสาหกิจสมัยใหม่ (Smart Enterprise) พร้อมกับสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่และกลุ่มสตาร์ทอัพ (Startup) ที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในโมเดลธุรกิจรูปแบบใหม่ (New Business Model) ให้สามารถเพิ่มมาตรฐานของสินค้าและบริการเชิงยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัด ให้ได้มาตรฐานสากลพร้อมกับการสร้างภาพลักษณ์ด้านเศรษฐกิจการค้าให้แก่กลุ่มจังหวัดและสินค้าเชิงยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัด นอกจากนี้ ยังเน้นการดึงดูดการค้าการลงทุนจากต่างประเทศเข้าสู่กลุ่มจังหวัด เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการค้าและเกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่เพื่อขับเคลื่อนกลุ่มจังหวัดเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2560)

จากข้อมูลข้างต้น แสดงได้ว่าวิสาหกิจเริ่มต้น หรือสตาร์ทอัพ ในปัจจุบันถือว่ามีเติบโตที่เพิ่มขึ้น แต่หากวิเคราะห์เชิงลึกแล้ว การดำเนินธุรกิจในสภาวะการแข่งขันที่สูง

ผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ได้ให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมมากขึ้นไป จนละเอียด หรือลืมนองรายละเอียดอื่น ๆ โดยเฉพาะด้านการตลาด และความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า (ศิริรินทร์ สายะสนธิ, 2560) ที่จะส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจที่ผิดพลาด หรือประสบปัญหาด้านความอยู่รอดในอนาคต ดังนั้น ธุรกิจวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ควรให้ความสำคัญด้านการตลาด ผ่านการกำหนดกลยุทธ์ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงลึก ที่เป็นประเด็นที่จะสนับสนุน และส่งเสริมให้ธุรกิจ ประสบผลสำเร็จ และบรรลุยังเป้าหมายที่วางไว้ โดยการใช้กลยุทธ์การตลาดองค์รวม รวมถึงการพัฒนาศักยภาพด้านการแข่งขันของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในด้านการบริหารจัดการ ซึ่งจะมีส่วนเสริมให้เตรียมพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ และรองรับการแข่งขันภายนอกทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้ ซึ่งจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจในทุกระดับ

จากบริบทกล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดองค์รวมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยนำหลักการพื้นฐานและแนวคิดจากงานวิจัยโดยตระหนักและให้ความสำคัญเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ และนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการปรับเปลี่ยนนโยบายและกลยุทธ์การบริหารใหม่ ๆ เพื่อให้ธุรกิจวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ ก้าวสู่การเป็น Smart SMEs หรือ Startup พร้อมมีผลการดำเนินงานที่ดีและนำไปสู่ความเสถียรภาพในการดำเนินงานประกอบธุรกิจของวิสาหกิจฯ ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความคิดเห็นของกลยุทธ์การตลาดองค์รวมและผลการดำเนินงาน

2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดองค์รวมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานต่อวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่

3. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องเชิงประจักษ์ ของแบบจำลองสมการโครงสร้างของผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นฐานความรู้สำหรับใช้ในการศึกษา โดยมีประเด็นการค้นคว้าดังนี้

1. ความหมาย และประเภทธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup Business)

Blank & Dorf (2012) ได้นิยามความหมายของคำว่าสตาร์ทอัพ ไว้ว่าเป็นองค์กรที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อค้นหารูปแบบธุรกิจที่สามารถทำซ้ำ และขยายขนาดได้ เป้าหมายของรูปแบบธุรกิจสตาร์ทอัพอาจเป็นรายได้ ผลกำไร

ชัยวัฒน์ ไบไม้ (2560) ได้ให้ความหมายของ ธุรกิจสตาร์ทอัพ หมายถึง การดำเนินธุรกิจรูปแบบหนึ่งบนพื้นฐานของการเป็นผู้ประกอบการโดยใช้นวัตกรรมเป็นตัวหลักในการขับเคลื่อน อย่างไรก็ตามสิ่งที่จะจัดว่าเป็นนวัตกรรมต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการอย่างครบถ้วน ได้แก่ ความใหม่ (Newness) ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ (Economic benefits) และการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ธุรกิจสตาร์ทอัพ หมายถึง องค์กรหรือบุคคลที่ดำเนินธุรกิจในขั้นเริ่มต้น หรืออาจเป็นผู้ประกอบการ SMEs ที่ดำเนินการมาแล้วแต่เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยนำเอานวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดสินค้าหรือบริการในรูปแบบใหม่ ที่จะช่วยอำนวยความสะดวก

ต่อผู้บริโภค และง่ายต่อการดำเนินงานขององค์กร หรือบุคคล พร้อมทั้งยังสามารถช่วยลดต้นทุน และสร้างรายได้แบบก้าวกระโดดให้กับองค์กรธุรกิจ

2. แนวคิดการจัดการตลาดองค์รวม (Managing a Holistic Marketing)

(Kotler & Keller, 2012) ได้ให้แนวปฏิบัติ ทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดองค์รวม โดยมีองค์ประกอบหลักอยู่ 4 ส่วน ได้แก่

2.1 การตลาดภายในองค์กร (Internal Marketing) คือ การบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ และเชื่อมโยงกันในทุกภาคส่วน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นมียอดขายจำหน่ายที่สามารถขับเคลื่อนให้องค์กรเป็นผู้นำทางการตลาดในอุตสาหกรรม

2.2 การตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing) โดยการมุ่งเน้นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดไปยัง 4Ps (Product-Price-Place-Promotion) และ 4Cs (Customer solution-Cost-Convenience-Communication)

2.3 การตลาดสร้างความสัมพันธ์ (Relationship Marketing) คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าแบบระยะยาวทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงจุดตามความต้องการ (CRM= Customer Relationship Management)

2.4 ความรับผิดชอบต่อทางการตลาดต่อสังคม (Socially Responsible Marketing) ทั้งนี้มุมมองดังกล่าวอยู่บนพื้นฐานที่ว่าผลของการดำเนินงานทางการตลาดอาจจะครอบคลุมไม่เพียงแต่ผู้ซื้อและผู้ขายแต่ยังส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่นที่อยู่ร่วมกันในสังคม

กล่าวโดยสรุปได้ว่าแนวความคิดการตลาดองค์รวม (Holistic Marketing) เป็นแนวคิดที่ยึดหลักการพัฒนา การออกแบบและการปฏิบัติการด้านการตลาด โดยมีกระบวนการและกิจกรรมรองรับแบบเปิดกว้างครอบคลุม กล่าวคือแนวความคิดการตลาดองค์รวมนี้จะให้ความสำคัญประเด็นที่เกี่ยวกับการตลาด การบูรณาการขอบเขตและ

องค์ประกอบของกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งการตลาดแบบองค์รวมนั้นเป็นแนวคิดกล่าวถึงหน้าที่ของทุกคนในองค์กรที่ต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหาร ฝ่ายบัญชี ฝ่ายผลิต หรือแม้กระทั่งพนักงานระดับปฏิบัติการ เพื่อองค์กรสามารถยืนหยัดอยู่ในธุรกิจและพร้อมที่จะตอบรับกับการเปลี่ยนแปลงนี้ได้อย่างมั่นคง ซึ่งการตลาดองค์รวมนั้นมีประโยชน์กับองค์กรในการสร้างรักษาและแสวงหาธุรกิจใหม่ พร้อมชี้ให้เห็นถึงการกำหนดโครงสร้างองค์กรหรือพิจารณาเพื่อปรับโครงสร้าง อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงการรวมกลุ่มและความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย แสดงให้เห็นถึงกระบวนการ การบริหารและวางรากฐานกลยุทธ์ทางการแข่งขันสำหรับกิจการได้ต่อไปแนวความคิดการตลาดองค์รวมนั้น ให้ความสำคัญกับทุกภาคส่วนทั้งในและนอกองค์กร

3. แนวคิดที่เกี่ยวกับการวัดผลการปฏิบัติงาน

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (2544: 92-94) ให้ความหมายว่าเป็นส่วนหนึ่งที่จะนำไปสู่การปรับปรุงในทุกด้านของการดำเนินงาน โดยการประเมินเป็นระบบย่อยของการวางแผน และการบริหารเพราะสามารถแสดงให้เห็นให้ผู้บริหารได้รับทราบถึงข้อดีและข้อด้อย อันนำไปสู่แนวทางการแก้ไข ปรับปรุงงานให้มีความเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และยังประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

พจน์ สะเพียรชัย (2546: 72) กล่าวถึงการวัดผลการปฏิบัติงานนั้นเป็นกระบวนการตัดสินใจคุณค่า โดยใช้วิธีการที่มีระบบแบบแผนในการรวบรวมข้อมูล หลักฐานและเหตุผลประกอบการตัดสินใจและพิจารณาว่ากิจกรรมนั้น ๆ มีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

กล่าวสรุปได้ว่าการวัดผลการปฏิบัติงานคือ เครื่องมือที่ใช้ในการวัดหรือประเมินผลการ

ดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งการกำหนดตัวชี้วัดนั้นมีวิธีการหลายวิธี ตัวชี้วัดประสิทธิภาพเป็นสิ่งที่ต้องมาควบคู่กับระบบการประเมินผล เนื่องจากสามารถบ่งชี้ถึงสิ่งที่วัดหรือประเมินนั้นมีสถานะเช่นใด จากนั้นถึงเป็นภาระหน้าที่ของผู้ประเมินที่ต้องผลที่ได้มาทำการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ และให้คำแนะนำหรือกำหนดถึงแนวทางการปฏิบัติต่อไป โดยมีแนวคิดที่สำคัญอีกประการหนึ่ง

4. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประวิตร สายแก้ว, จินดารัตน์ ปิณณิ และเกสสินี หมั่นไธสง (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาด ภายในกับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทโรงแรมในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาด ภายใน กับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงแรมในประเทศไทย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งสิ้น 107 คน ผลการวิจัยพบว่า (1) กลยุทธ์การตลาดภายใน ด้านการ แบ่งเป็นข่าวสารข้อมูลร่วมกันมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านลูกค้า (2) กลยุทธ์การตลาดภายใน ด้านการมอบอำนาจให้พนักงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านกระบวนการธุรกิจภายในองค์กร (3) กลยุทธ์การตลาดภายใน ด้านการลดความแตกต่างของสถานภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้ และเจริญเติบโต

พัทตร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์องค์กรของเครือซิเมนต์ไทย (SCG) ในมุมมองของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติองค์กรเครือซิเมนต์ไทย โดยส่วนใหญ่มีทัศนคติความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีภาพลักษณ์ในเชิงบวก ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับ

ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในระดับเห็นด้วย ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ขององค์กร ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ขององค์กร

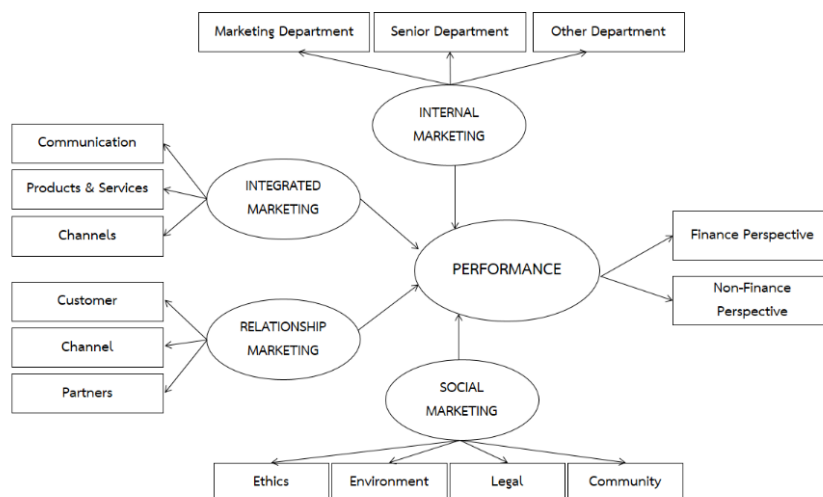
นุจรี เตชะสุกิจ (2557) ศึกษาถึง “ประสิทธิภาพ การสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำหอมต่างประเทศ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลการสื่อสารทางการตลาดของน้ำหอมต่างประเทศ และศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำหอมต่างประเทศ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของอิทธิพลการสื่อสารทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำหอมต่างประเทศ ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาด ด้านการกระตุ้นจิตใจ, ด้านการระลึกถึงสินค้า และด้านความสัมพันธ์กับลูกค้าส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำหอมต่างประเทศ ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ด้านการแจ้งข้อมูลข่าวสารไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมต่างประเทศ ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า ด้านรูปแบบวิธีการสื่อสาร ทางการตลาดผ่าน สื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมต่างประเทศมากที่สุดที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ราณี อมรินทร์รัตน์ (2560) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของการตลาดเชิงสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จของการตลาดเชิงสัมพันธ์นั้น องค์กรจะต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กร ที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นหลัก โดยทุกภาคส่วนภายในองค์กรมีส่วนร่วมทุกระดับ และนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และโปรแกรมการจัดการลูกค้าสัมพันธ์มาใช้ เพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึกของลูกค้า และกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้ง

ใช้การตลาดทางตรง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ที่เรียกว่า การตลาดแบบหนึ่งต่อหนึ่ง เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าแต่ละราย โดยมอบผลประโยชน์ทั้ง 3 ประการให้แก่ลูกค้า ได้แก่ ด้านการเงิน สังคม และประโยชน์ทั้งด้านการเงินและสังคม เพื่อความสัมพันธ์ระยะยาวกับองค์กร

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่กล่าวมาแล้วนั้น ผู้วิจัยได้นำมาประมวล และนำมาปรับเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ตัวอย่าง จากผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ที่เข้าร่วมโครงการ เกี่ยวกับการพัฒนาผู้ประกอบการสตาร์ทอัพของ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และสมาชิกในกลุ่ม Facebook: startup cnx - สตาร์ทอัพ เชียงใหม่ โดยใช้การพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม AMOS โดยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) จากตัวแปรสังเกตได้ 15 ตัวแปร (Hair et al, 1995 อ้างใน ชีระวัฒน์ สุชีสาร, ดุษฎี โยเหลา, เสกสรรค์ ทองคำบรรจง และนิยะดา จิตต์จรัส, 2555)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีข้อคำถามปลายปิดและเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับคุณวุฒิ ด้านการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน ตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบในองค์กร ขนาดของธุรกิจ ประเภทของภาคธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินกิจการ และทุนหมุนเวียนในธุรกิจ จำนวน 9 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดองค์รวมของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นข้อคำถามปลายปิดที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรโมเดลสมการโครงสร้าง ได้แก่ ตัวแปรการตลาดภายใน

องค์กร (Internal Marketing) ตัวแปรการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing) ตัวแปรการบริหารความสัมพันธ์ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Relationship Marketing) และตัวแปรการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) จำนวน 43 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการสำรวจผลการดำเนินงานของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยวัดจากเครื่องมือการวัดผลเชิงดุลยภาพ (Balanced Scorecard) ที่เกี่ยวข้องกับมุมมองด้านการเงิน และมุมมองที่ไม่เกี่ยวกับการเงิน ซึ่งประกอบไปด้วยมุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา เป็นข้อคำถามปลายปิดและเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว จำนวน 12 ข้อ

ซึ่งแบบสอบถามได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน และได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามค่าความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ได้ค่ารวมเท่ากับ 0.86 มากกว่า 0.70 ซึ่งให้เห็นว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรง (Reliability) ผู้วิจัยจึงสามารถนำแบบสอบถาม ไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) การวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง (Structural Model) การประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล (Parameter Estimation from The Model) ด้วยวิธี ML (Maximum Likelihood) และการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (Goodness of Fit Measures)

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง พบว่าเป็นเพศชาย ร้อยละ 59 มีอายุเฉลี่ย 41 - 50 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ด้านการทำงานเกิน 10 ปี และเป็นผู้บริหารระดับสูงขององค์กร โดยธุรกิจที่ดำเนินการอยู่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก และธุรกิจส่วนใหญ่เป็นประเภทธุรกิจให้บริการผ่านอิเล็กทรอนิกส์ (E-Service) ซึ่งมีระยะเวลาดำเนินการโดยเฉลี่ย 2 - 4 ปี และมีเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจ 1 - 5 ล้านบาท

การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดองค์รวมของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาดองค์รวม โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) โดยกลยุทธ์การตลาดองค์รวมที่มีความเห็นมากที่สุดคือด้านการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมา คือ ด้านการตลาดเพื่อสังคม (SRM) ($\bar{X} = 4.30$) ด้านการตลาดเพื่อความสัมพันธ์ (RM) ($\bar{X} = 4.26$) และด้าน การตลาดภายในองค์กร (IMK) ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

การวิเคราะห์การวัดผลการดำเนินงานในมุมมองเกี่ยวกับด้านการเงิน (Financial Perspective) และ มุมมองที่ไม่เกี่ยวกับด้านการเงิน (Non-Financial Perspective) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการวัดผลการดำเนินงานในมุมมองเกี่ยวกับด้านการเงิน (Financial Perspective) และมุมมองที่ไม่เกี่ยวกับด้านการเงิน (Non-Financial Perspective) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า ระดับความคิดเห็นที่มากที่สุด ได้แก่ คุณภาพสินค้า/บริการเป็นที่ยอมรับและลูกค้ามีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) รองลงมาคือ สถานะทางการเงินขององค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$)

หลักเกณฑ์ในการปรับเงินเดือนพนักงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$) หลักเกณฑ์ ในการจ่ายค่าล่วงเวลาแก่พนักงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ การให้อำนาจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) ระดับความถี่ในการร้องเรียนลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) การจัดทำแผนดำเนินงานของ องค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$) ระบบ ควบคุม คุณ ภาพ ของ การ ให้ บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$) ระดับการให้ การสนับสนุน และส่งเสริมความรู้ทักษะ ในการทำงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) ระบบการเบิกจ่ายเงินเดือนพนักงาน และระดับ การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น อยู่ ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) และระบบจ่ายค่าล่วงเวลา แก่พนักงาน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.10$) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้ ที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อประมาณ ค่าพารามิเตอร์ต่าง ๆ ของโมเดลกลยุทธ์การตลาด องค์กรรวม ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของ วิสาหกิจเริ่มต้น (ธุรกิจสตาร์ทอัพ) ในจังหวัด เชียงใหม่ ประกอบด้วยตัวแปรที่มีมาตรวัดแบบช่วง (Interval Scale) ทั้งหมด 13 ด้าน โดยใช้การวิเคราะห์ ถดถอยพหุคูณ ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาค่า Tolerance มีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 ถ้าหากค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่า ตัวแปรเป็นอิสระจากกัน แต่ถ้าค่าเข้าใกล้ 0 แสดง ว่าเกิดปัญหา Multicollinearity ส่วนค่า VIF จะมีค่าเป็น 1 ซึ่งตัวแปรอิสระจะเกิดปัญหา Multicollinearity ก็ต่อเมื่อ ค่า VIF มีค่าตั้งแต่ 10 ขึ้นไป (Hair and et.al., 2010) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติที่ใช้/ดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์
CMIN	$P > 0.05$	0.081
CMIN/df	< 3.00	1.258
GFI	≥ 0.90	0.974
AGFI	≥ 0.90	0.951
RMSEA	< 0.08	0.025

สรุปผ่านเกณฑ์โมเดลที่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์โมเดลของกรอบแนวคิด ที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรแฝงของกลยุทธ์การตลาดองค์กรรวม มีองค์ประกอบหลัก 4 องค์ประกอบด้วยกัน (Kotler & Keller, 2012) ได้แก่ (1) การตลาด ภายในองค์กร (Internal Marketing: IMK) มีตัว แปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร คือ ด้านแผนก/ ฝ่ายการตลาด (IMK1) ด้านผู้บริหารระดับสูง (IMK2) และด้านพนักงานแผนกอื่น ๆ (IMK3)

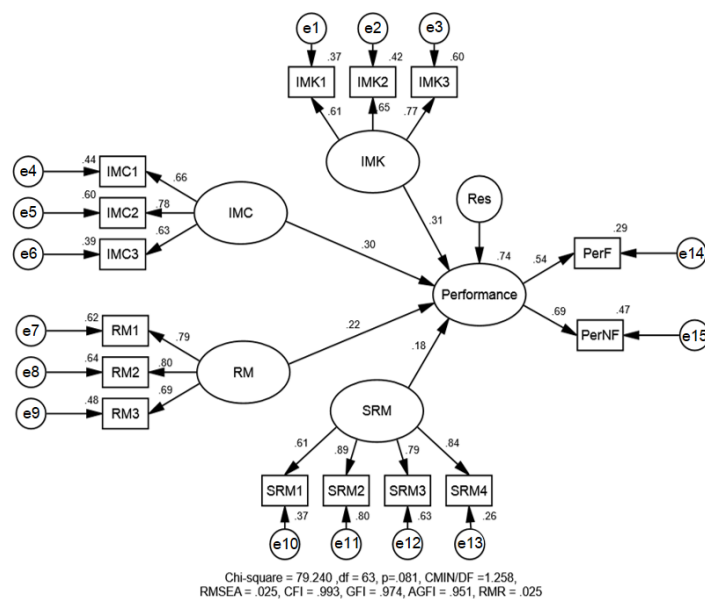
(2) การตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing: IMC) มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัวแปร คือ ด้านการสื่อสารทางการตลาด (IMC1) ด้าน ผลิตภัณฑ์และบริการ (IMC2) และด้านช่องทางการ สื่อสาร (IMC3) (3) การตลาดเพื่อความสัมพันธ์ (Relationship Marketing: RM) มีตัวแปรสังเกต ได้จำนวน 3 ตัวแปร คือ ด้านลูกค้า (RM1) ด้าน ช่องทาง (RM2) และด้านการเป็นหุ้นส่วน (RM3) (4) การตลาดเพื่อสังคม (Societal Marketing:

SRM) มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 4 ตัวแปร คือ ด้านจริยธรรม (SRM1) ด้านสิ่งแวดล้อม (SRM2) ด้านกฎหมาย (SRM3) และ ด้านสังคม (SRM4)

ส่วนตัวแปรตามคือ ผลการดำเนินงาน (Performance) มีตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 2 ตัวแปร คือ ด้านการเงิน (Finance Perspective: PerF) และไม่เกี่ยวกับด้านการเงิน (Non-Finance Perspective: PerNF)

โดยจากผลการกำหนดโมเดลกลยุทธ์การตลาดองค์รวมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากความกลมกลืนของโมเดลในภาพรวม (Overall Model Fit Measure) พบว่า สัดส่วนค่าสถิติ Chi-Square (CMIN)

เท่ากับ 79.24 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 60 ค่า CMIN/df เท่ากับ 1.258 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ น้อยกว่า 3 เมื่อทำการพิจารณาดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่า ดัชนีทุกตัวได้แก่ GFI = 0.974, AGFI = 0.951, CFI = 0.993 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ส่วนดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า 0.08 พบว่าดัชนี RMSEA = 0.025 ถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน จึงสรุปได้ว่า กลยุทธ์การตลาดองค์รวมที่มีอิทธิพลต่อผลดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงในภาพที่ 2 และตารางที่ 1



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดของกลยุทธ์การตลาดองค์รวมที่มีอิทธิพลต่อวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่

จากภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดของกลยุทธ์การตลาดองค์รวม ที่มีอิทธิพลต่อวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ และตารางที่ 1 คำนวณการถดถอยมาตรฐาน (Standardized Regression Weights) ทำให้สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่าโมเดลของกรอบแนวคิด “กลยุทธ์การตลาดองค์รวมที่มีอิทธิพล

ต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือมีความตรงเชิงภาวะสันนิษฐานที่สอดคล้องกับค่าสถิติ

การวิเคราะห์สมมติฐานในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการวิเคราะห์ค่าพารามิเตอร์ข้างต้น มาใช้ประกอบคำอธิบาย

เพื่อตอบคำถามการวิจัย และสมมติฐานของการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ในภาพที่ 2 ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 (H1) องค์ประกอบด้านการตลาดภายในองค์กร (Internal Marketing) ของกลยุทธ์การตลาดองค์รวม ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่

สามารถสรุปได้ว่า การตลาดภายในองค์กร (IMK) มีความสำคัญต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ เท่ากับ 0.31 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าโมเดลนี้มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย โดยสามารถอธิบายได้ว่า กลยุทธ์การตลาดองค์รวมด้านการตลาดภายในองค์กร มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานข้อที่ 2 (H2) องค์ประกอบด้านการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing) ของกลยุทธ์การตลาดองค์รวม ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่

สามารถสรุปได้ว่า การตลาดแบบบูรณาการ (IMC) มีความสำคัญต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ เท่ากับ 0.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าโมเดลนี้มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย โดยสามารถอธิบายได้ว่า กลยุทธ์การตลาดองค์รวมด้านการตลาดแบบบูรณาการ มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานข้อที่ 3 (H3) องค์ประกอบด้านการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าผู้บริโภค

กลุ่มเป้าหมาย (Relationship Marketing/ Customer Relationship Management) ของกลยุทธ์การตลาดองค์รวม ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่

สามารถสรุปได้ว่า การตลาดเพื่อความสัมพันธ์ (RM) มีความสำคัญต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ เท่ากับ 0.22 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าโมเดลนี้มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย โดยสามารถอธิบายได้ว่า กลยุทธ์การตลาดองค์รวมด้านการตลาดเพื่อความสัมพันธ์ มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานข้อที่ 4 (H4) องค์ประกอบด้านการตลาดเพื่อสังคม (Socially Responsible Marketing or Corporate Social Responsibility) ของกลยุทธ์การตลาดองค์รวม ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่

สามารถสรุปได้ว่า การตลาดเพื่อสังคม (SRM) มีความสำคัญต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ เท่ากับ 0.18 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าโมเดลนี้มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย โดยสามารถอธิบายได้ว่า กลยุทธ์การตลาดองค์รวมด้านการตลาดเพื่อสังคม มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่

จากการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ของสมมติฐานในการวิจัย สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน (Results of the Hypothesis Testing)

เส้นทางสมมติฐานการวิจัย (Path Proposed)	P-Value	ผลการทดสอบ (Supported)
Performance <--- IMK	***	H1 (ยอมรับ)
Performance <--- IMC	***	H2 (ยอมรับ)
Performance <--- RM	***	H3 (ยอมรับ)
Performance <--- SRM	***	H4 (ยอมรับ)

*** P = 0.01

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดองค์กรที่มีอิทธิพล ต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) สามารถอภิปรายผลการศึกษาที่สอดคล้องตามสมมติฐานของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

1) กลยุทธ์การตลาดองค์กรรวม ด้านการตลาดภายในองค์กร (Internal Marketing) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับการศึกษาของประวิตร สายแก้ว (2552) พบว่า กลยุทธ์การตลาดภายในมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานเพื่อก่อให้เกิดทักษะในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมสนับสนุนการตัดสินใจในการดำเนินงาน และสามารถเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลให้แก่กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่สนใจนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจ

2) กลยุทธ์การตลาดองค์กรรวม ด้านการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีค่าพารามิเตอร์ เท่ากับ 0.30 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยสอดคล้องกับ นุจรี เตชะสุกิจ (2557) พบว่า

ประสิทธิภาพ การสื่อสารการตลาด ด้านการกระตุ้นใจ, ด้านการระลึกถึงสินค้า และด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำหอมต่างประเทศ ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ด้านการแจ้งข้อมูลข่าวสารไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมต่างประเทศ ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า ด้านรูปแบบวิธีการสื่อสารทางการตลาดผ่านสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมต่างประเทศมากที่สุดที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) กลยุทธ์การตลาดองค์กรรวม ด้านการตลาดเพื่อความสัมพันธ์ (Relationship Marketing) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีค่าพารามิเตอร์ เท่ากับ 0.22 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยสอดคล้องกับ ภาณี อมรินทร์รัตน์ (2560) ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จของการตลาดเชิงสัมพันธ์นั้น องค์กรจะต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นหลัก โดยทุกภาคส่วนภายในองค์กรมีส่วนร่วมทุกระดับ และนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และโปรแกรมการจัดการลูกค้าสัมพันธ์มาใช้เพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึกของลูกค้า และกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งใช้การตลาดทางตรง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ที่เรียกว่า การตลาดแบบหนึ่งต่อหนึ่ง เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์

ระยะยาวกับลูกค้าแต่ละราย โดยมอบผลประโยชน์ ทั้ง 3 ประการให้แก่ลูกค้า ได้แก่ ด้านการเงิน สังคม และประโยชน์ทั้งด้านการเงินและสังคม เพื่อความสัมพันธ์ระยะยาวกับองค์กร

4) กลยุทธ์การตลาดองค์รวม ด้านการตลาด เพื่อสังคม (Social Marketing) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยสอดคล้องกับ พัทธศรีสุภาภรณ์ ศรีสวัสดิ์ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) กับภาพลักษณ์องค์กรของเครือซิเมนต์ไทย (SCG) ในมุมมองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติองค์กรเครือซิเมนต์ไทย โดยส่วนใหญ่มีทัศนคติความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีภาพลักษณ์

ในเชิงบวก ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นในระดับเห็นด้วย ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ขององค์กร ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ขององค์กร

จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยสามารถพัฒนาสามารถสร้างเป็นโมเดลเชิงประจักษ์ขององค์ความรู้ใหม่ในความสำคัญของกลยุทธ์การตลาดองค์รวม (Holistic Marketing) ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อใช้เป็นโมเดลในการพัฒนางานวิจัยในครั้งต่อไป ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ระดับความสำคัญขององค์ประกอบกลยุทธ์การตลาดองค์รวม ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษากลยุทธ์การตลาดองค์รวม ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนา ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. วิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่ ควรให้ความสำคัญกับการตลาดองค์รวม

(Holistic Marketing) ทั้ง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การตลาดภายในองค์กร (Internal Marketing) การตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing) ด้านการตลาดเพื่อความสัมพันธ์ (Relationship Marketing) และ การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) เพื่อจะส่งผลที่ดีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

2. ภาครัฐควรมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ในการพัฒนาองค์ความรู้ของกลยุทธ์การตลาดองค์รวม (Holistic Marketing) ต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ) ผ่านหน่วยงาน องค์กร ชมรมต่าง ๆ เช่น ผ่านสภาหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ เครือข่ายนักธุรกิจรุ่นใหม่ (YEC Chiangmai) เป็นต้น เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและเกิดการนำไปปฏิบัติเพื่อความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจต่อไป

3. องค์กรควรส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพบุคลากรภายในองค์กร ให้มีทักษะและเกิดความรู้ความเข้าใจกลยุทธ์การตลาดองค์รวม (Holistic Marketing) เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนการดำเนินงานของธุรกิจไปยังเป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้

4. องค์กรควรให้พนักงานทุกคนในองค์กรมีบทบาทร่วมในการกำหนดนโยบาย แผนปฏิบัติงานด้านการตลาด เพื่อให้บุคลากรในองค์กรตระหนักและเห็นความสำคัญ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนของธุรกิจ และส่งผลที่ดีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติมที่อาจมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (ธุรกิจสตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่

2. ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพด้านความคิดเห็นของบุคลากรในองค์กร หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ของวิสาหกิจเริ่มต้น (ธุรกิจสตาร์ทอัพ) ในจังหวัดเชียงใหม่

3. ควรมีการศึกษากับกลุ่มตัวอย่าง และประชากรในสถานที่ที่แตกต่างกัน เช่น จังหวัดอื่น ๆ หรือพื้นที่อื่น ๆ เพื่อนำมาทำการศึกษาเปรียบเทียบกับงานวิจัยฉบับนี้ว่ามีความแตกต่าง หรือสอดคล้องกันอย่างไร ซึ่งสามารถนำผลที่ได้มาพัฒนา ปรับปรุง หรือพัฒนาการบริหารงานของวิสาหกิจเริ่มต้น (ธุรกิจสตาร์ทอัพ) ได้

เอกสารอ้างอิง

- ชัยวัฒน์ ใบไม้. (2560). สตาร์ทอัพ: นิยาม ความสำคัญ และแนวทางการวิจัย. *วารสารนักบริหาร*, 37(2), 10-21.
- ธีรพงษ์ บุญรักษา, นันทิยา ดวงภูมิ และกรรณัฏ เตชะวงศ์เสถียร. (2564). สมรรถนะผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมในศตวรรษที่ 21. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 16(1), 143-162.
- ธีระวัฒน์ สุชีสาร, ดุษฎี โยเหลา, เสกสรรค์ ทองคำบรรจง และนิยะดา จิตต์จรัส. (2555). การศึกษาความเที่ยงตรงของการประมาณค่าในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับภายใต้เงื่อนไขวิธีการประมาณค่าและขนาดตัวอย่างที่ต่างกัน. *วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 17(1), 95-106.
- นุจรี เตชะสุกิจ. (2557). *ประสิทธิภาพการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อน้ำหอมต่างประเทศ*. (ค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ประวิตร สายแก้ว, จินดารัตน์ ปิณณ์ และเกสินี หมั่นไธสง. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดภายในกับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทโรงแรมในประเทศไทย. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 31(119-120), 109-122.
- พจน์ สะเพียรชัย. (2546). *ผู้บริหารสถานศึกษากับการวิจัยเพื่อสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้*. กรุงเทพมหานคร: สำนักนโยบายและแผนแห่งการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- พัทตร์ศุภางค์ ศรีสวัสดิ์. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)*

- กับภาพลักษณ์องค์กรของเครือซีเมนต์ไทย (SCG) ในมุมมองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.(การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ราณี อมรินทร์รัตน์. (2560). ปัจจัยความสำเร็จของการตลาดเชิงสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. *วารสารวิจัยและพัฒนาวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 12(1), 1-8.
- ศศิรินทร์ สายะสนธิ. (2560). *ทำไม Startup ในไทยถึงไม่ค่อยประสบความสำเร็จ?*. สืบค้น 18 สิงหาคม 2560, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/760159>
- สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. (2544). *วิธีวิทยาการประเมิน: ศาสตร์แห่งคุณค่า*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานข้อมูลข่าวสารของราชการ (สขร.). (2559). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2559*. สืบค้น 2 ธันวาคม 2559 จาก <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CA/BINFOCENTER2/DRAWER039/GENERAL/DATA0000/00000429.PDF>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *รายงานการประชุมคณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ (กคส.). คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ (กคส.).* สืบค้น 2 ธันวาคม 2559, จาก <http://www.nesdb.go.th/morenews.php?cid=232&filename=index>
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานภาคเหนือ. (2563). *9 ประเภทธุรกิจ Startup มีอะไรบ้าง* มาทำความเข้าใจกันเถอะ!! สืบค้น 1 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.facebook.com/118479366725999/posts/141467717760497/>
- สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2560). *แผนยุทธศาสตร์กลุ่มการค้าจังหวัดภาคเหนือ 1 พ.ศ. 2560-2564*. สืบค้น 15 ธันวาคม 2560, จาก http://www.ops.moc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=3580.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2559). *แนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0*. สืบค้น 1 สิงหาคม 2560 จาก https://planning2.mju.ac.th/government/20111119104835_planning/Doc_25590823143652_358135.pdf
- Blank, S. and B. Dorf. (2012). *The Start-up Owner's Manual : The Step-by-Step Guide for Building a Great Company*, Pescadero. CA: K&S Ranch.
- BLT Bangkok. (2019). *จับตาสตาร์ทอัพไทยก้าวสู่ยูนิคอร์นภายใน 5 ปี*. สืบค้น 1 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.bltbangkok.com/news/4756/>
- Fayolle Alain and Francisco Liñán. (2014). The Future of Research on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663-666.
- Hair, J., et al. (2010). *Multivariate data analysis (7th de.)*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education International.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing management*. 14th Ed. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
- ปวิวรรต วงษ์สำราญ. (2018). *ยักษ์ธุรกิจอัด 3.5 หมื่นล้าน ปั่นสตาร์ทอัพ!*. สืบค้น 1 สิงหาคม 2561, จาก <https://www.terrabkk.com/news/193063>

แนวทางการจัดการธุรกิจชุมชน บ้านแม่จู้มูก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่

Guidelines for Community Business Management of Baan Mae Kee Mook, Mae Jaem District, Chiang Mai

นิศรา จันทร์เจริญสุข^{1*} และเพราพิลาส ประสิทธิ์บุรุษ²

Nisara Janjaroensuk^{1*} and Phraophilat Prasitbureerak²

¹ สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

² สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

¹ Department of Business Administration, Faculty of Business Administration and Liberal Arts of Rajamagala University of Technology Lanna

² Department of Accounting, Faculty of Business Administration and Liberal Arts of Rajamagala University of Technology Lanna

* E-mail: nisaraj09@gmail.com

Received August 8, 2021; Revised October 1, 2021; Accepted December 25, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทชุมชน และแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชน ใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง ได้แก่ผู้นำชุมชน และผู้นำกลุ่ม ชุมชนบ้านแม่จู้มูก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 17 ราย เครื่องมือวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชนโดยให้ผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วม วิเคราะห์เนื้อหาแล้วเรียบเรียงนำเสนอด้วยการบรรยาย ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนมีผู้นำที่เข้มแข็ง สมาชิกในชุมชนมีความรู้ มีภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชนมีพื้นที่เหมาะสำหรับการทำการเกษตร แต่ประสบปัญหาภัยแล้ง และมลพิษทางอากาศ ส่วนในการจัดตั้งกลุ่มธุรกิจชุมชนนั้น มีการจัดตั้งกลุ่ม แต่ไม่มีการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม สำหรับแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชน เริ่มที่การจัดทำแผนแม่บทชุมชน การออกแบบโครงสร้าง การนำหลักการตลาดมาใช้ในการพัฒนาสินค้าชุมชน การส่งเสริมความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น การนำทุนชุมชนมาใช้ให้เหมาะสม เพื่อให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้และมีวิถีชีวิตที่ถูกต้อง สร้างความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเอง สามารถพัฒนาเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ในอนาคต

คำสำคัญ: แนวทางการจัดการ, การจัดการธุรกิจชุมชน

Abstract

The objectives of this research were to study community context and develop a model of community business management. The 17 participants were selected from community leaders and group leaders in Baan Mae Kee Mook Community, Amphur Mae Jaem, Chiang Mai through a specific sample selection method. The data were collected by using an interview schedule concentrated on community business management. The participants, who were involved in community business management, were requested to take part in analyzing the content, arranging and presenting it in verbal speech. The results showed that the community had a strong and reliable leader and knowledgeable members full of useful local wisdom. The location of the community was suitable for farming despite the problems of drought and air pollution. In terms of community business organization, some business groups were formed, but there were not any concrete operations. As for the guidelines for community business management, they should start with the preparation of community master plan. Besides, there should be structure designing, application of marketing principles to help develop community products, encouragement of knowledge and local wisdom, and appropriate usage of community funds in order to support learning and correct way of thinking in the community, build strength and self-reliance, and enable the community to develop into a successful community enterprise group in the future.

Keyword: Guidelines for Management, Community Business Management

บทนำ

การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องพัฒนาทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมไปพร้อมกัน ด้านการเมืองควรเน้นเรื่องความร่วมมือของภาคประชาชนเพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบายด้านเศรษฐกิจคือ การแก้ไขปัญหาความยากจนโดยการเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย ลดหนี้สิน ด้านสังคมและวัฒนธรรมคือ การพัฒนาความสัมพันธ์ของคนในสังคมให้ปราศจากความขัดแย้ง มีความสามัคคีกัน มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน (วิภาวี ฤกษ์นะภุติ, 2556) โดยนโยบายขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม ด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน ควบคู่ไปกับการเชื่อมโยงกับประชาคมโลก ตามแนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งกองบริหารงานวิจัย และประกันคุณภาพการศึกษา (2559) สรุปสิ่งที่คนไทย

จะได้รับจากนโยบายดังกล่าว ดังนี้ 1) สังคมไทยเป็นสังคมที่มีความคาดหวัง เปี่ยมสุข สมานฉันท์ และพอเพียง 2) คนไทยจะได้รับโอกาสทางการศึกษาที่มีคุณภาพ และได้รับสวัสดิการทางสังคมที่เหมาะสมตลอดทุกช่วงชีวิต เป็นคนทันโลกทันเทคโนโลยีสามารถอยู่บนเวทีโลกได้อย่างภาคภูมิใจ และสามารถมีส่วนร่วมกับนานาชาติเพื่อทำให้โลกดีขึ้นน่าอยู่ขึ้น 3) เป็นเกษตรกร 4.0 ที่หลุดพ้นจากกับดักความยากจน โดยผันตัวเองจากเกษตรกรผู้ผลิต มาเป็นผู้ประกอบการทางการเกษตรสมัยใหม่ (Smart Farmers) มีการบริหารจัดการที่ดี มีต้นทุนการผลิตต่ำ สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการเกษตรจากการแปรรูป 4) เป็น SME 4.0 ที่สามารถสร้างหรือใช้นวัตกรรมเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ ในการสร้างมูลค่าในสินค้าและบริการ มีความสามารถทางการค้าขายสามารถเข้าถึงตลาดในประเทศ ตลาดอาเซียน

และตลาดโลก ทำให้มีรายได้สูงขึ้น มีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น และมีอนาคตที่สดใส และ 5) เกิดจังหวัด 4.0 ที่มีการกระจายความเจริญทั่วประเทศ เศรษฐกิจขยายตัว สามารถทำงานในถิ่นฐานบ้านเกิดได้โดยไม่ต้องเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ หรือเมืองใหญ่ เนื่องจากมีช่องทางโอกาสและงานที่ดีกระจายอยู่ในทุกจังหวัดทั่วประเทศ

ธุรกิจชุมชนเป็นแนวทางหนึ่ง ในการยกระดับรายได้ ชีวิตความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของชาวบ้าน หรือเกษตรกรในชนบทที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ แต่เป็นกลุ่มคนที่ยากจนที่สุดของประเทศ หากกลุ่มชาวบ้านหรือกลุ่มเกษตรกรเหล่านี้ มีรายได้สูงขึ้นจะส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยในการประกอบธุรกิจชุมชน ควรมุ่งเน้นสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัตถุดิบในชุมชน โดยคนในชุมชน เพื่อคนในชุมชน ซึ่งอภิชัย พันธเสน (2546) ให้ความหมายของธุรกิจชุมชนว่า หมายถึงการทำธุรกรรมโดยสมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมทุน ร่วมผลิต และดำเนินธุรกิจ และร่วมรับผลประโยชน์จากการทำธุรกิจ การทำธุรกิจชุมชน นอกจากจะก่อให้เกิดการจ้างงานในชุมชนหรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่วัตถุดิบในชุมชนแล้ว ยังมีเป้าหมายสูงสุดคือ เพื่อให้ชุมชนมีสวัสดิการที่ดีขึ้น มีความรักใคร่สามัคคี ชุมชนเข้มแข็งและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน และสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (2563) ได้ให้ความหมายธุรกิจเพื่อชุมชน ว่าเป็นกระบวนการผลิต และการตลาด หรือการจำหน่ายจ่ายแจก ของกินของใช้ สินค้าและบริการ โดยคนในชุมชนหรือ “ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อชุมชน” ที่เป็นคนในชุมชน เพื่อความเข้มแข็งของคนในชุมชน ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อชุมชน เป็นการร่วมกันผลิต และจำหน่ายจ่ายแจกของกินของใช้ สินค้าและบริการที่เป็นกิจการของคนในชุมชน เพื่อสร้างผลตอบแทนให้คนในชุมชน และดำเนินการโดยคนในชุมชน

บ้านแม่ขี้มูก (บ้านสองธาร) ตำบลบ้านทับ อำเภอมะเข่ จังหวัดเชียงใหม่ มีประชากร 163 คน รวม 83 ครัวเรือน (องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านทับ, 2562) มีลักษณะภูมิประเทศที่เป็นป่าและภูเขาสูงชัน พื้นที่ป่าส่วนใหญ่ถูกแปรสภาพเป็นไร่ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ก่อเกิดปัญหาหมอกควัน และปัญหาสุขภาพอันเนื่องมาจากการเผาไร่เพื่อเตรียมพื้นที่ปลูกข้าวโพด ปัญหาหน้าดินถูกชะล้างลงสู่ที่ต่ำ ปัญหาดินถล่ม และปัญหาการใช้น้ำในหลายด้าน จากปัญหาดังกล่าวในปี 2558 ได้มีความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน ภาคประชาชน และภาควิชาการ เพื่อจะดำเนินโครงการ พื้นที่ระบบนิเวศชุมชนป่าเสื่อมโทรมจากการทำเกษตรเชิงเดี่ยว เป็นการทำเกษตรยั่งยืนแบบผสมผสาน โดยน้อมนำศาสตร์พระราชาคือ “การปลูกป่า 3 อย่าง ประโยชน์ 4 อย่าง” มาใช้ในการพัฒนา รวมถึงชุมชนได้มีการรวมตัวเพื่อจัดตั้งกลุ่มในชุมชนได้แก่ กลุ่มสตรี กลุ่มเยาวชน กลุ่มทอผ้า กลุ่มจักสาน กลุ่มเลี้ยงวัวเลี้ยงควาย กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเอามื้อ และกลุ่มผู้ปลูกไม้ผลปลอดภัย แต่ต้องพบกับปัญหาในการจัดการธุรกิจชุมชน การพัฒนาอาชีพ เริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิต การแปรรูป และการจัดจำหน่าย

การศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชน บ้านแม่ขี้มูก อำเภอมะเข่ จังหวัดเชียงใหม่ จะช่วยให้ชุมชนมีแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชนที่เหมาะสม สมาชิกในชุมชนเห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการรวมกลุ่มกันของประชาชนในชุมชน เพื่อการจัดการธุรกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ เสริมสร้างธุรกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนบ้านแม่ขี้มูก ตำบลบ้านทับ อำเภอมะเข่ จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อหาแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชนบ้านแม่ขี้มูก ตำบลบ้านทับ อำเภอมะเข่ จังหวัดเชียงใหม่

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

สำนักมาตรฐานการศึกษา, สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ, กระทรวงศึกษาธิการ (2545) ได้เขียนถึงธุรกิจชุมชน สรุปได้ดังนี้ ธุรกิจชุมชนเป็นช่องทางและโอกาส สำหรับผู้ที่มีความต้องการในการประกอบธุรกิจด้วยตัวเองร่วมกับสมาชิกคนอื่น เน้นการสร้างงานในท้องถิ่นเป็นสำคัญ ก่อให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่น เพื่อส่งผลผลิตไปยังธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เพื่อผลิตเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐาน สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน โดยธุรกิจชุมชนจะประสบความสำเร็จได้ต้องรับผิดชอบต่อผู้บริโภคด้วยการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง จำหน่ายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานความปลอดภัย ให้ข้อมูลทั้งในจุดเด่นและข้อจำกัดของสินค้าและบริการนั้นอย่างครบถ้วน ชัดเจนและตรงไปตรงมา จำหน่ายสินค้าและบริการในราคาที่เหมาะสม สมเหตุสมผลกับคุณภาพและโอกาส ดำเนินธุรกิจด้วยจริยธรรม และให้ผู้บริโภคมีอิสระในการตัดสินใจ ทั้งนี้ลักษณะของธุรกิจชุมชนจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหารรายได้จากยอดขายในระยะเริ่มต้นไม่มากนัก ผลิตสินค้าในปริมาณที่สามารถคุ้มทุน และได้กำไรเพื่อแบ่งให้แก่สมาชิกตามปกติ ต้นทุนในการดำเนินกิจการต่ำ ธุรกิจชุมชนดำเนินงานโดยเน้นให้คนมีงานทำ แต่ในสภาพการทำงานที่เป็นมิตร และมีความสุขเน้นการประหยัดไม่ฟุ่มเฟือย การติดต่อและการให้บริการกับลูกค้า เป็นไปอย่างใกล้ชิด การเริ่มต้นธุรกิจทำได้ง่าย โดยคณะบุคคลที่ไม่ใช่เครือญาติ มีวัตถุประสงค์ที่จะทำธุรกิจร่วมกัน เพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มและชุมชน การที่มีบุคคลจำนวนหนึ่งสนใจทำธุรกิจร่วมกัน มีผลทำให้ปัญหาเงินทุนไม่เป็นอุปสรรค เพราะใช้เงินลงทุนไม่มาก ทุกคนเป็นสมาชิก ไม่มีเจ้าของผูกขาด แต่อาจมีตัวแทนของกลุ่มที่ได้รับเลือกทำหน้าที่บริหารจัดการ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิก

ณรงค์ บุญสววยขวัญ (2554) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการกลุ่มสรุปได้ดังนี้ 1) การเกิดกลุ่ม องค์กร ความเป็นชุมชนพื้นที่เดียวกัน มีประวัติศาสตร์ร่วมกัน มีประสบการณ์ร่วมกัน มีกระบวนการจัดการความเคลื่อนไหวของกลุ่ม องค์กร ขบวนการทางสังคม 2) กลุ่มองค์กร มีเป้าหมาย วัตถุประสงค์ที่เป็นประโยชน์ต่อทางสาธารณะชัดเจน และมีการดำเนินงานอย่างอิสระ 3) ลักษณะการจัดการกลุ่ม แนวทางแรกคือการยอมรับกลุ่มองค์กร ที่มีการจัดโครงสร้างที่ชัดเจน เป็นทางการ แนวทางที่สองคือยอมรับการจัดการจัดกลุ่มองค์กรแบบหลวม ๆ หรือองค์กรแบบชาวบ้าน เป็นกลุ่มองค์กรที่ไม่เคร่งครัดกับกฎระเบียบของรัฐ ไม่มีความซับซ้อน การแบ่งงาน มีกระบวนการปฏิสัมพันธ์ที่เรียบง่าย ขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละพื้นที่ 4) แรงเกาะเกี่ยวหรือเงื่อนไขของการเกาะเกี่ยวร่วมกันในกลุ่ม องค์กร ขบวนการมี 3 ประการคือ (1) กฎระเบียบของกลุ่ม อาจเป็นลายลักษณ์อักษร สมาชิกช่วยกันสร้างขึ้นมาเองมากกว่าที่จะให้รัฐหรือสถาบันจากภายนอกสร้างขึ้น (2) แรงเกาะเกี่ยวหรือยึดโยงให้ปัจเจกบุคคลมาเป็นสมาชิกกลุ่ม องค์กร ในการจัดการกับกลุ่มองค์กรชาวบ้าน หรือองค์กรแบบปฐมนิยามมาจากบรรทัดฐาน ค่านิยม ประเพณีวัฒนธรรม (3) เงื่อนไขทางอุดมการณ์ ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนทัศนคติต่าง ๆ เป็นปัจจัยร้อยรัดความเป็นกลุ่มองค์กรร่วมกัน 5) การมี “กิจกรรมที่ต่อเนื่อง” เพราะกิจกรรม คือ เครื่องมือหรือสื่อ ที่จะสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกด้วยกัน 6) ศักยภาพภายใน ความเข้มแข็งของกลุ่ม องค์กร ขบวนการทางสังคมเกิดจากการจัดการด้วยศักยภาพ หรือทรัพยากรภายใน ทั้งด้านทุน สติปัญญา วัสดุสิ่งของ หรืออาจมาจากการช่วยเหลือสนับสนุนจากองค์กรภายนอก 7) ผู้นำ ในกระบวนการกลุ่ม องค์กรจะต้องมีผู้นำที่มีคุณลักษณะที่มีความเข้มแข็ง หลักการสำคัญของผู้นำคือ ต้องมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ

ผู้นำจะมีความจำเป็นต่อการขับเคลื่อนกลุ่มองค์กร 8) ความไว้วางใจ เป็นพื้นฐานสำคัญในองค์กรต่าง ๆ และหน่วยทางสังคม ความไว้วางใจเป็นสิ่งที่สามารถสังเกตและวัดได้ จากพฤติกรรมทางลบ และพฤติกรรมทางบวก 9) การเชื่อมโยงเครือข่ายที่มีลักษณะโยงใยถึงกัน และพร้อมที่จะปฏิบัติงานหรือการรื้อยรัดเอาความพยายาม และการดำเนินงานของฝ่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ และรูปธรรม เพื่อปฏิบัติการกิจอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกัน โดยที่แต่ละฝ่ายยังคงปฏิบัติการกิจหลักของตนต่อไปอย่างไม่สูญเสียเอกลักษณ์ และปรัชญาของตนเอง โดยเป็นการรวม หรือการเชื่อมต่ออย่างหลวม ๆ ตามภารกิจความจำเป็น 10) การเกณฑ์ เป็นกระบวนการที่เกิดจากแรงบันดาลใจและความตั้งใจของผู้นำ ที่เป็นผู้โน้มน้าวที่สามารถสร้างความเข้าใจให้แก่ประชาชนจำนวนมากจนสามารถทำให้มีผู้เข้าร่วมขบวนการ หรือ

เป็นส่วนหนึ่งของขบวนการในการดำเนินกิจกรรมได้หรือที่เรียกว่า “ระดม”

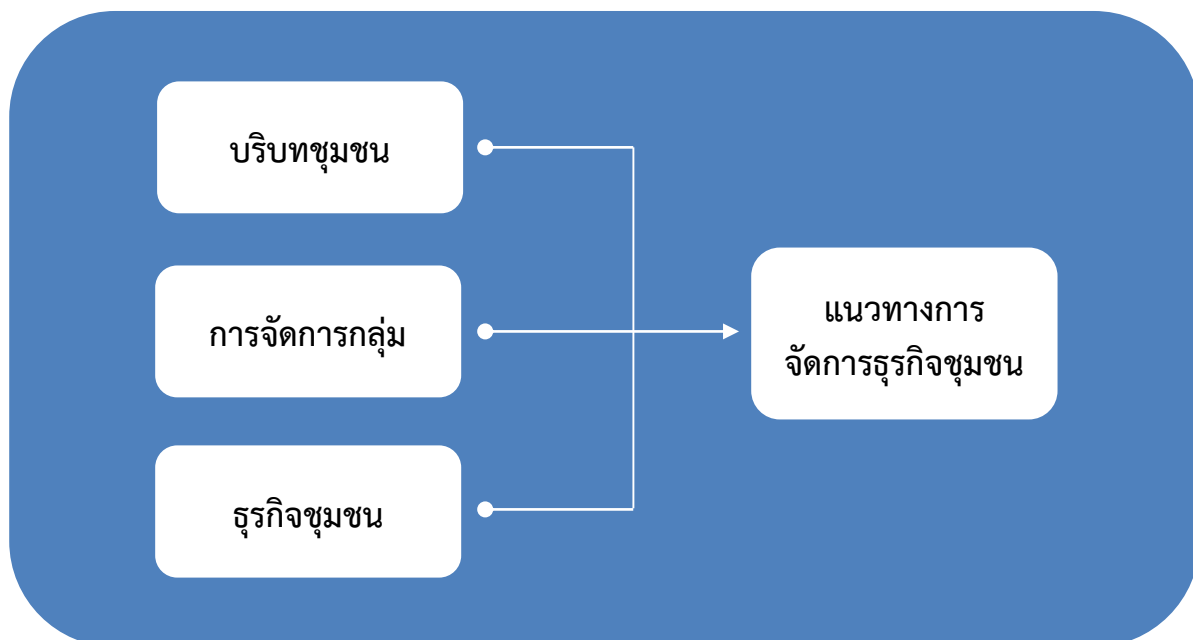
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) ทำการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และบทสนทนาเอกสาร ต่าง ๆ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยให้ผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล วิเคราะห์เนื้อหาแล้วเรียบเรียงนำเสนอด้วยการบรรยาย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ใช้วิธีการจัดประชุม และสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องซึ่งเป็นผู้นำชุมชน และผู้นำกลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง พร้อมทั้งจัดหมวดหมู่ แยกประเภท ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วน วิเคราะห์และสรุปประเด็นสำคัญเพื่อให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการศึกษา

การศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชน บ้านแม่ขี้มูก ตำบลบ้านทับ อำเภอมะนัง จังหวัด เชียงใหม่ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยตาม วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ 2 ข้อ ดังนี้

1. บริบทชุมชนบ้านแม่ขี้มูก ตำบลบ้านทับ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าชุมชน บ้านแม่ขี้มูกมีจุดเด่นในเรื่อง ผู้นำชุมชนมีความ เข้มแข็ง ชุมชนมีปราชญ์ชาวบ้านซึ่งมีความรู้ มีภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้า การจักสาน และ สมุนไพร ชุมชนมีภูมิประเทศที่สวยงามกว้างใหญ่ เหมาะสำหรับการทำการเกษตรและเลี้ยงสัตว์ และ ยังคงสภาพวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิมไว้ นอกจากนี้ ประชาชนในชุมชนยังให้ความสำคัญกับการ ส่งเสริมการศึกษาแก่บุตรหลาน และยึดถือ ขนบธรรมเนียมประเพณีตามวิถีพุทธ ส่วนจุดด้อย ของชุมชนคือ ทำเลที่ตั้งอยู่บนที่สูง การคมนาคม ไปสู่ชุมชนยังไม่สะดวกปลอดภัย ชุมชนยังประสบ ปัญหาเรื่องแหล่งน้ำ สำหรับใช้ในการอุปโภค บริโภคในหน้าแล้งอันเนื่องมาจากการตัดไม้ทำลาย ป่าเพื่อทำการเกษตร และยังมีมลพิษทางอากาศ ที่เกิดจากการเผาขยะ และการเผาจากการทำไร่ ข้าวโพด ในส่วนของเศรษฐกิจชุมชนนั้น พบว่า ชุมชนมีพื้นที่ทำกิน และพื้นที่ทำการเกษตรเป็น ของตนเอง แต่ส่วนใหญ่ เป็นพื้นที่ไม่มีเอกสารสิทธิ สมาชิกในชุมชนประมาณร้อยละ 70 ประกอบ อาชีพและมีรายได้จากการขายข้าว และรับจ้างทั่วไป ส่วนในการจัดตั้งกลุ่มธุรกิจชุมชนนั้น มีการจัดตั้งกลุ่ม แต่ไม่มีการดำเนินงานอย่างจริงจัง และเป็นรูปธรรม

2. แนวทางการจัดการธุรกิจชุมชน บ้านแม่ขี้มูก ตำบลบ้านทับ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์

ข้อที่ 1 สามารถนำมากำหนดแนวทางการจัดการ ธุรกิจชุมชนโดยการจัดทำแผนแม่บทชุมชน ด้านการพัฒนาชุมชน ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม และสาธารณสุข ด้านการปกครองและการรักษา ความสงบเรียบร้อย และด้านการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และภูมิปัญญา ท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วม ในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน การดำเนินการ แบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ต้องเน้นความต้องการของชุมชนเป็นหลัก ให้ชุมชนมีบริบทอย่างพอเพียง เพื่อ “ลดการซื้อเพื่อ การบริโภค” ในการกำหนดวิสัยทัศน์นั้น ผู้นำชุมชนใช้วิธีประชุมระดมสมองผู้นำกลุ่ม เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และทิศทาง ในการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มที่ชัดเจน อย่างมีส่วนร่วม โดยยึดมั่นในการดำเนินงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ใช้ทรัพยากรโดยไม่ทำลาย สิ่งแวดล้อม และเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชน มีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน การกำหนด โครงสร้างโดยมีผู้นำกลุ่ม และสมาชิกกลุ่มซึ่งมีหน้าที่ ความรับผิดชอบต่ออย่างชัดเจนในการดำเนินงาน ด้านการผลิต การขาย และการบันทึกบัญชี มีการ จัดสรรรายได้และผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม มีข้อบังคับที่จะต้องถือปฏิบัติร่วมกัน ส่วนในด้าน การบริหารการตลาดนั้น สมาชิกกลุ่มได้นำข้อมูล ทางการตลาดมาใช้ในการพัฒนาสินค้า เช่น ความต้องการของลูกค้า การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย แหล่งจำหน่ายสินค้า เป็นต้น รวมถึงการกำหนด ขั้นตอนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า ที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาด และได้รับการ ยอมรับจากลูกค้า



ภาพที่ 2 ภาพการจัดประชุม และสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องซึ่งเป็นผู้นำชุมชน และผู้นำกลุ่ม

อภิปรายผล

ศึกษาบริบทชุมชน โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชน ชุมชนบ้านแม่ขี้มูก ตำบลบ้านทับ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้ ชุมชนบ้านแม่ขี้มูกหรือบ้านสองธาร เป็นชุมชนที่มีภูมิประเทศที่สวยงาม พื้นที่เหมาะสำหรับการทำ การเกษตร เลี้ยงสัตว์ และยังคงสภาพวิถีชีวิต ชุมชนดั้งเดิม ยึดถือขนบธรรมเนียมประเพณี ตามวิถีพุทธ โดยชุมชนตั้งอยู่บนที่สูง การคมนาคม ยังไม่สะดวกปลอดภัย ในหน้าแล้งจะประสบปัญหา เรื่องแหล่งน้ำสำหรับใช้ในการอุปโภคบริโภค เนื่องมาจากการตัดไม้ทำลายป่า เพื่อทำการเกษตร และยังมีมลพิษทางอากาศที่เกิดจากการเผาขยะ และการเผาจากการทำไร่ข้าวโพด ด้านเศรษฐกิจ ชุมชนนั้น ชุมชนมีการจัดตั้งกลุ่มธุรกิจชุมชน แต่ยังไม่ได้นำมาดำเนินงานอย่างจริงจัง และเป็นรูปธรรม เพื่อให้ชุมชนมีแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชน ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม ผู้นำชุมชนจัดให้มีการประชุมระดมสมองผู้นำกลุ่ม เพื่อจัดทำแผนแม่บทชุมชน การกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และทิศทางการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มที่ชัดเจน อย่างมีส่วนร่วม โดยยึดมั่นในการดำเนินงาน ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ใช้ทรัพยากรโดยไม่ ทำลายสิ่งแวดล้อม และเปิดโอกาสให้สมาชิกใน ชุมชนมีส่วนร่วม ในการวางแผนการดำเนินงาน การกำหนดโครงสร้าง กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ

ของสมาชิกอย่างชัดเจน มีข้อบังคับที่จะต้องถือ ปฏิบัติร่วมกัน การส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มได้รับการ พัฒนาความรู้ ความสามารถ การนำทุนชุมชน มาใช้ให้เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ วรรณะ บุญสวยขวัญ (2554) ที่ได้อธิบายการจัดการทางสังคม ว่าการจัดองค์กร เน้นความสัมพันธ์แบบราบอาจะ เป็นความสัมพันธ์เชิงวัฒนธรรม ไม่เน้นสาย บังคับบัญชาและกฎหมายเป็นเครื่องมือ แต่เน้น ความไว้วางใจ แต่ก็มีการใช้กฎหมายหรือระเบียบ องค์กรเป็นเครื่องมือในบางองค์กร นโยบายมาจากการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจของทุกฝ่าย มีการกิจชัดแต่มีการปรับตลอดเวลาตามสถานการณ์ มีการกระทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เป็นองค์กร ขนาดเล็ก เป้าหมายเพื่อประโยชน์สาธารณะชน ผู้นำ เป็นผู้นำในทีมมิใช่เป็นผู้บังคับบัญชา แต่เป็น ผู้ที่มีบทบาทในการประสานงาน อำนวยความสะดวก ไม่มีอำนาจตามกฎหมาย แต่การยอมรับมาจาก ศรัทธา ความเชื่อและไว้วางใจ ความสามารถ เฉพาะบุคคลหรือบุคลิกภาพส่วนตัวสูง ความไว้วางใจ เป็นกระบวนการที่ต้องจัดการโดยผู้นำ สร้างขึ้น เพื่อให้สมาชิกมีความรู้สึก โดยมีบทบาทชัดเจน การเชื่อมโยงเครือข่ายเป็นความสัมพันธ์ในระดับ กลุ่มองค์กร ที่มาจากความสมัครใจ ต้องมีความ อิสระ และมีความเท่าเทียมในการกระทำร่วมกัน โดยมักจะมีรูปแบบเครือข่ายผ่านผู้นำ แกนนำ, การเกณฑ์ หรือการระดม เป็นการกระทำผ่านการ เกณฑ์บุคคล เกณฑ์หรือระดมความรู้ ความคิด

ทรัพย์สิน โดยที่มาจากประเด็นปัญหาความต้องการร่วมของผู้คน และสอดคล้องกับ ปิยะดา พิศาลบุตร (2561) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปราจีนบุรี ที่พบว่าการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนจังหวัดปราจีนบุรี จะต้องพัฒนาไปพร้อม ๆ กัน ทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านผู้นำและการบริหารวิสาหกิจ ด้านการวางแผนการดำเนินงาน ด้านการบริหารการตลาด ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล ด้านการบริหารสมาชิก และด้านการจัดการสินค้าและบริการ

ส่วนแนวทางการจัดการธุรกิจชุมชน ด้านการบริหารการตลาด สมาชิกกลุ่มได้นำข้อมูลทางการตลาดมาใช้ในการพัฒนาสินค้า รวมถึงการกำหนดขั้นตอนการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาด และได้รับการยอมรับจากลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ กังสตาล กนกหงส์ (2561) ที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาและการจัดการเครือข่าย ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพืชผักอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการให้เครือข่ายมีการจัดทำฐานข้อมูลสารสนเทศด้านการผลิต และด้านการตลาด รวมไปถึงข้อมูลการบริหารจัดการภายในกลุ่ม นอกจากนี้มีการส่งเสริมความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาความสามารถในการจัดการความรู้ พัฒนาการนำทุนชุมชนมาใช้ให้เหมาะสม เกิดความร่วมมือในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเอง เกิดการเรียนรู้และมีวิถีชีวิตที่ถูกต้อง เพื่อให้กลุ่มมุ่งผลลัพธ์ในการดำเนินงานคือ “การลดรายจ่าย การเพิ่มรายได้ และการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสมาชิกกลุ่ม” ทั้งนี้เพื่อให้สามารถประเมินประสิทธิภาพ และความสำเร็จของการบริหารจัดการกลุ่มได้ จะมีการคำนวณหาต้นทุนในการผลิต ต้นทุนการบริหารจัดการสินค้า และมีการประเมินความพึงพอใจของสมาชิก ในด้านการพัฒนาความรู้ความสามารถ และทักษะของสมาชิก รวมถึงประโยชน์ที่ชุมชน

ได้รับจากกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์สำหรับการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มธุรกิจชุมชนให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง สามารถพัฒนาเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ในอนาคต และสอดคล้องกับ เสรี พงศ์พิศ (2552) ได้สรุปว่าวิสาหกิจชุมชนจะต้องมีองค์ประกอบอย่างน้อย 7 ประการคือ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน เป็นงานที่เกิดขึ้นภายในชุมชน 3) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน 4) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ทำให้ผลผลิตมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น 5) มีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรม อย่างเป็นระบบ 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ วิสาหกิจชุมชนเกิดได้สำเร็จได้ด้วย “ความรู้และปัญญา” 7) มีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมาย

สรุป

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการธุรกิจชุมชน บ้านแม่ขี้มูก ตำบลบ้านทับ อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางการจัดการจัดการธุรกิจชุมชนอย่างเหมาะสมแก่ชุมชน เป็นประโยชน์ต่อชุมชน เพื่อการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี เป็นต้นแบบให้สมาชิกกลุ่มเห็นถึงความสำคัญ และประโยชน์ของการรวมกลุ่มกันของประชาชนในชุมชน เพื่อสร้างอาชีพที่มั่นคง ธุรกิจชุมชนเข้มแข็ง การจัดการธุรกิจชุมชนมีจุดสำคัญ คือ การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนแม่บทชุมชน การกำหนดโครงสร้าง กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ การบริหารการตลาด การส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถ เพื่อให้คนในชุมชนสามารถนำความรู้ไปจัดการธุรกิจชุมชน ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง และพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

การจัดการธุรกิจชุมชนเป็นพื้นฐานในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้ ส่งผลต่อการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจของชาติ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในพื้นที่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบาย การพัฒนาและส่งเสริมอาชีพที่เชื่อมโยงลักษณะพื้นที่ บริบทวัฒนธรรม และศักยภาพของคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการจัดการธุรกิจชุมชน ต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงาน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้การสนับสนุน มีกระบวนการหนุนเสริมการจัดการธุรกิจชุมชน โดยเฉพาะการให้ความรู้ด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการเกษตร ด้านการแปรรูปผลผลิต ด้านการตลาด ด้านการบัญชี เป็นต้น รวมถึงการสนับสนุนแหล่งเงินทุน และการหาแหล่งจำหน่าย อีกทั้งควรมีการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชนเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ และสร้างอำนาจต่อรองด้านการค้า

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปนั้น ควรศึกษาเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพ และความสำเร็จของการจัดการกลุ่มธุรกิจชุมชน เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์สำหรับการพัฒนาแนวทางการจัดการกลุ่มธุรกิจชุมชนให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณขอบคุณผู้นำชุมชน และผู้นำกลุ่มชุมชน บ้านแม่ขี้มูก ตำบลบ้านทับ อำเภอมะเข่ จังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ที่ได้อนุญาตให้ทำการศึกษาวิจัย และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ที่สนับสนุนงบประมาณในการวิจัยครั้งนี้ ให้สามารถบรรลุผลสำเร็จได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2560). *Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน*. จาก www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf
- กังสดาล กนกหงส์. (2561). แนวทางการพัฒนาและการจัดการเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพืชผักอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 6(2), 261-270.
- ณรงค์ บุญสวยขวัญ. (2554). การจัดการทางสังคม: สังเคราะห์แนวคิดเพื่อการอธิบายการจัดการกลุ่มองค์กรประชาชนในสังคมชนบทไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 3(2), 167-200.
- ปิยะดา พิศาลบุตร. (2561). กลยุทธ์การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปราจีนบุรี. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 8(1), 105-120.
- วิภาวี ฤกษ์ชนะภูติ. (2556). การจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน: การเรียนรู้จากกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมและทอผ้าฝ้ายในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์*, 30(1), 165-188.
- สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน. (2563). *คู่มือการจัดทำแผนธุรกิจเพื่อชุมชน*. มีนาคม 2563. สำนักเลขานุการยุทธศาสตร์ชุมชนเข้มแข็ง สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- สำนักมาตรฐานการศึกษา, สำนักงานสภาพัฒนาการศษษา, กระทรวงศึกษาธิการ. (2545). *ชุดวิชาการจัดการธุรกิจชุมชน*.
- เสรี พงศ์พิศ. (2552). *คู่มือทำวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: พลังปัญญา.

องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านทับ. (2563). *สภาพทั่วไปข้อมูลประชากร*. สืบค้น 5 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.bantub.go.th/condition.php>

อภิชัย พันธเสน. (2546). *การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ผลกระทบของคุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในที่มีต่อคุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ: หลักฐานจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Effect of Best Attributes of the Internal Auditor on Information Technology audit Quality. : Evidence from in Thai Listed Companies.

พรณษา เรือนน้อย^{1*}, จีราภรณ์ พงศ์พันธ์พัฒน² และแดน กุลรูป²

Punsa Ruannoy^{1*}, Jeeraporn Pongpanpattana² and Dan Kulroop²

¹ นักศึกษาบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

² อาจารย์ประจำผู้รับผิดชอบหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

¹ Student of Master of Accounting, Faculty of Management Science of Lampang Rajabhat University

² Lecturer of Master of Accounting, Faculty of Management Science of Lampang Rajabhat University

* E-mail: punsa20@gmail.com

Received July 19, 2021; Revised November 13, 2021; Accepted December 25, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของคุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในที่มีต่อคุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 567 คนได้รับการตอบกลับจำนวน 101 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในด้านทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นพื้นฐาน และด้านทักษะการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องมีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ 2) คุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในด้านทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ และด้านทักษะความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจ ไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้นองค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นพื้นฐานของผู้ตรวจสอบภายใน และส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องซึ่งจะสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: คุณลักษณะที่ดี, ผู้ตรวจสอบภายใน, คุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ

Abstract

The objective of this research was to investigate the effect of the best attributes of the internal auditor on information technology audit quality. The data were collected by sending a questionnaire to 567 internal auditors of the companies listed on the Stock Exchange of Thailand, and 101 responses were received. The findings revealed that the best attributes of the internal auditors in general information technology knowledge and the best attributes of the internal auditors in continuous learning had positive impacts on information technology audit quality. Also, the best attributes of the internal auditors in critical thinking and the best attributes of the internal auditors in business acumen on information technology audit quality were not statistically significantly different. Therefore, the organizations should focus on developing the best attributes of the internal auditors in general information technology knowledge and preparing for continuous learning which can be used as an effective tool for information technology audits.

Keyword: Best Attributes, Internal Auditor, Information Technology Audit Quality

บทนำ

การตรวจสอบภายในทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้มีส่วนได้เสียว่าองค์กรจะมีระบบงานต่าง ๆ อย่างเพียงพอและเหมาะสมช่วยให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่เพิ่มขึ้นและเปลี่ยนแปลงตามกาลเวลา การตรวจสอบภายในจึงมีการเปลี่ยนแปลงจากการตรวจสอบตามความเสี่ยง ไปจนถึงการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงกฎ ระเบียบ กฎหมายการฉ้อโกง และการทุจริตการรายงานทางการเงิน และปัจจุบันการตรวจสอบภายในได้ปรับตัวจากอดีตไปสู่การตรวจสอบเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นสิ่งสำคัญมากยิ่งขึ้น อีกทั้งในปัจจุบันองค์กรเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นกลยุทธ์เพื่อสร้างการเติบโต และความสำเร็จให้แก่องค์กรในการเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน แต่การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศก็มีความเสี่ยงหลายประการที่ควรคำนึงถึง โดยหากองค์กรธุรกิจไม่มีการบริหารจัดการ และการรักษาความปลอดภัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่รัดกุมเพียงพอ ก็อาจส่งผลกระทบต่อ

ต่อการดำเนินงาน หรือสร้างความเสียหายต่อองค์กรธุรกิจและลูกค้าได้ ดังนั้นการควบคุมความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงเป็นเรื่องที่องค์กรธุรกิจต้องให้ความสำคัญ เพื่อให้การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ มาสนับสนุนการประกอบธุรกิจนั้นเกิดประโยชน์สูงสุด และเพื่อลดโอกาสความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561) จึงเกิดความท้าทายและโอกาสใหม่ ๆ ที่สำคัญสำหรับวิชาชีพตรวจสอบภายใน และจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ตรวจสอบภายใน จะต้องคำนึงถึงพัฒนาสมรรถนะของตนเองให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงไปของเทคโนโลยีขั้นสูงที่อาจส่งผลกระทบต่อวิธีการปฏิบัติงานได้ เนื่องจากหากผู้ตรวจสอบภายใน มีคุณลักษณะที่ดีจะสามารถส่งผลต่อคุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดีมากยิ่งขึ้น อีกทั้งสามารถรักษา และต่อยอดความสำเร็จขององค์กรไว้อย่างต่อเนื่องได้อีกด้วย

จากงานวิจัยในอดีตพบว่าผู้ตรวจสอบภายในมีบทบาทสำคัญในการผลักดันส่งเสริมการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์กรที่จะนำระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศมาใช้ (กิตติศักดิ์

แก้วบุตรดี และอัจฉรา กิจเดช, 2561) และลักษณะของผู้ตรวจสอบภายในมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพการตรวจสอบภายใน (Endaya & Hanefah, 2016) และยังพบผลสำรวจของสถาบันผู้ตรวจสอบภายในสากล (Institute of Internal Auditors : IIA) ซึ่งสำรวจจากผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจสอบภายในของอเมริกาที่เปิดเผยว่าบริษัทต่าง ๆ กำลังต้องการผู้ตรวจสอบภายในยุคใหม่ที่มีทักษะดังต่อไปนี้ (1) การคิดวิเคราะห์และมีวิจารณญาณ (Analytical and critical thinking) (2) ทักษะการสื่อสาร (Communication skills) (3) การสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล (Data mining and analytics) (4) ความรู้ทั่วไปด้านไอที (General IT knowledge) และ (5) ความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจ (Business acumen) (Johnson, 2012) รวมทั้งยังมีผลการวิจัยกล่าวไว้ว่าหัวใจสำคัญของการพัฒนาคนให้มีคุณภาพในศตวรรษที่ 21 มีทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็น คือ ทักษะการคิดวิเคราะห์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณและสามารถแก้ไขปัญหาได้ (Critical thinking and problem solving) และทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และรู้เท่าทันเทคโนโลยี (Computing and IT literacy) (จุฑามาส โหยังไทย, 2561) นอกจากนี้ยังพบว่าประสิทธิผลของการตรวจสอบภายในได้รับผลกระทบโดยตรงจากการฝึกอบรมและการพัฒนา (Training and development) ของผู้ตรวจสอบภายใน (Endaya & Hanefah, 2016) เนื่องจากทักษะการตรวจสอบภายในเชิงกลยุทธ์ทั้งด้านการสื่อสาร (Communication) ด้านการคิดวิเคราะห์ (Analytical thinking) และด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous learning) มีผลกระทบกับคุณภาพรายงานการตรวจสอบภายใน (กรรณิการ์ ตะภา, 2559) ซึ่งจะนำไปสู่คุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศได้แต่ยังมีงานวิจัยในอดีตที่พบว่ารูปแบบการสื่อสารที่เป็นการสื่อสารระหว่างบุคลากรในองค์กรไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงาน

ภายในองค์กร (พนิดา เกรียงทวีทรัพย์ และสุรมงคล นิมจิตต์, 2561) อีกทั้งพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ดำรงตำแหน่งในระดับเดียวกันขององค์กร และการแสดงความคิดเห็น เพื่อแก้ปัญหาระหว่างพนักงานที่อยู่ในหน่วยงานเดียวกัน ไม่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กรได้ (เบญจวรรณ แจ่มจำรูญ, 2557)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาผลกระทบของคุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อคุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศในมิติด้านทักษะความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจ (Business acumen) มิติด้านการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical thinking) มิติด้านทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นพื้นฐาน (General Information Technology Knowledge) และมิติด้านทักษะการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous learning) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 567 คน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563) ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการเสริมสร้างและพัฒนางานตรวจสอบภายในให้สามารถดำเนินการกำกับดูแลองค์กรให้สอดคล้องกับมาตรฐานและกรอบการดำเนินงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาผลกระทบของคุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อคุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ

การควบคุมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศนำมาซึ่งความเชื่อมั่นในความน่าเชื่อถือของข้อมูลสารสนเทศและการให้บริการข้อมูลสารสนเทศ

และสามารถช่วยลดความเสี่ยงที่เกิดจากการที่องค์กรนำเทคโนโลยีมาใช้ โดยมีแนวคิดด้านการควบคุมที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ (1) ความเชื่อมั่นจะเกิดขึ้นได้จากการมีการควบคุมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีการทำงานอยู่ภายใต้ระบบการควบคุมภายใน (2) การให้ความเชื่อมั่นโดยผู้ตรวจสอบภายใน เป็นการประเมินความเชื่อมั่นอย่างเที่ยงธรรมและเป็นอิสระว่า การควบคุมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศปฏิบัติงานตามที่ได้กำหนดไว้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2555) สอดคล้องกับซังพงศ์ อธิปัญญาวงศ์ (2559) ได้กล่าวไว้ว่าคุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง ความมีประสิทธิภาพและความมีประสิทธิภาพของกิจกรรมการวางแผน และการปฏิบัติงานตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงเครื่องมือ เทคนิค และวิธีการที่นำกรอบแนวคิด มาประยุกต์ใช้ในระหว่างการปฏิบัติงานตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ นอกจากนี้ Havelka & Merhout (2013) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ หน่วยงานผู้ตรวจสอบหน่วยงานผู้รับการตรวจสอบสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กระบวนการและวิธีการตรวจสอบ กระบวนการหรือระบบเป้าหมายที่ตรวจสอบ และคุณลักษณะของผู้ตรวจสอบ ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงได้ให้ความหมายของคุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Audit Quality) ได้ว่าหมายถึงความมีประสิทธิภาพ และความมีประสิทธิภาพของกิจกรรมการวางแผน และการปฏิบัติงานตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึง เครื่องมือ เทคนิค และวิธีการที่นำกรอบแนวคิดมาประยุกต์ใช้ในระหว่างการปฏิบัติงานตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายใน

คุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายใน (Best Attributes of the Internal Auditor)

หมายถึง ทักษะในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในที่จะช่วยให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ประกอบด้วย

1. ทักษะความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจ (Business acumen)

การนำกรอบแนวคิด COBIT 5 มาปรับใช้กับองค์กรธุรกิจจะสามารถทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร โดยที่องค์กรธุรกิจสามารถจัดให้มีกระบวนการต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิด COBIT 5 ที่องค์กรเห็นว่าเหมาะสมตรงกับที่องค์กรครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ที่จำเป็นสำหรับการกำกับดูแลและการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กร (ซังพงศ์ อธิปัญญาวงศ์, 2559) นอกจากนี้ผลสำรวจของสถาบันผู้ตรวจสอบภายในสากล (Institute of Internal Auditors : IIA) เปิดเผยทักษะห้าอันดับแรก ที่ต้องการสำหรับผู้ตรวจสอบภายในยุคใหม่ คือ (1) การคิดวิเคราะห์และมีวิจารณญาณ (Analytical and critical thinking) (2) ทักษะการสื่อสาร (Communication skills) (3) การสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล (Data mining and analytics) (4) ความรู้ทั่วไปด้านไอที (General IT knowledge) และ (5) ความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจ (Business acumen) (Johnson, 2012)

2. ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical thinking)

หัวใจสำคัญของการพัฒนาคนให้มีคุณภาพในศตวรรษที่ 21 คือทุกคนจะต้องมีทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่ง Critical thinking and problem solving หรือการมีทักษะการคิดวิเคราะห์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณและสามารถแก้ไขปัญหาได้เป็นหนึ่งในทักษะที่จำเป็นที่จะสามารถนำไปปรับใช้ในการเรียนรู้ได้ (จุฑามาส โหยังไทย, 2561) สำหรับผู้ตรวจสอบภายในของศตวรรษที่ 21 จะต้องเตรียมพร้อมเพื่อ “ตรวจสอบ” การปฏิบัติงานทุกอย่างที่มีความสำคัญโดยผู้ตรวจสอบจะต้องมีทักษะเชิงความคิดในการ

วิเคราะห์ และวิจารณ์เพื่อสร้างความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศที่หน่วยตรวจสอบภายในมุ่งเน้นมากที่สุดคือ การรักษาความมั่นคงปลอดภัยของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการปฏิบัติที่เป็นเลิศในการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ (ประจิต หาวัด และศรัณย์ ชูเกียรติ, 2560)

3. ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นพื้นฐาน (General Information Technology Knowledge)

ผู้ตรวจสอบภายในถือเป็นหัวใจสำคัญในการผลักดันส่งเสริมการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์กรที่จะนำระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศมาใช้ เป็นการให้สัญญาณเตือนภัยล่วงหน้า (Warning Signals) ของการประพตมิชอบหรือการทุจริตในองค์กร (กิตติศักดิ์ แก้วบุตรดี และอัจฉรา กิจเดช, 2561) สอดคล้องกับ Henderson, Davis, and Lapke (2013) ได้กล่าวไว้ว่าความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงด้านไอที (IT risks) และการควบคุมภายในเฉพาะงาน (Application controls) ของผู้ตรวจสอบภายในมีผลกระทบอย่างมากต่อการตรวจสอบภายในแบบบูรณาการ

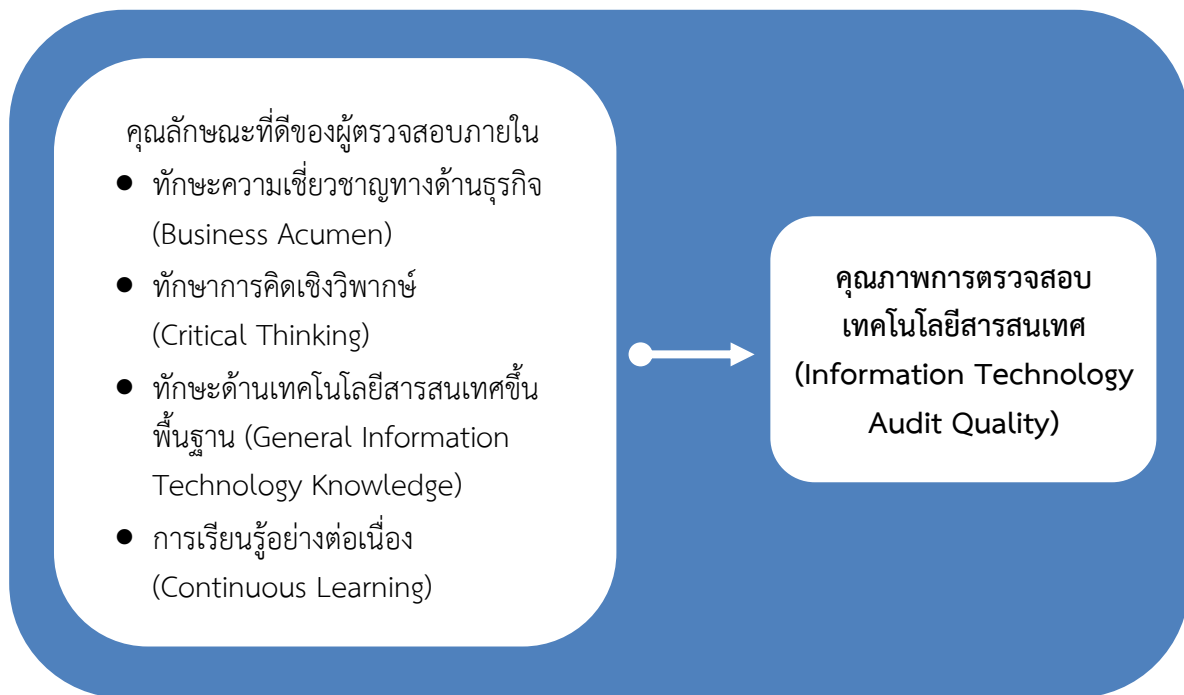
4. การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning)

การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Learning Continuity) หมายถึง การเข้ารับการอบรม เพื่อพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง และศึกษาระเบียบกฎหมายใหม่ (นริศรา ธรรมรักษา, 2563) สอดคล้องกับกรรณิการ์ ตะภา (2559) ได้ให้ความหมายการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning) ไว้ว่าหมายถึง วิธีการใช้ความสามารถ

ในการรับรู้คุณค่าของตนเอง ความต้องการในชีวิตและการทำงาน แสดงออกถึงความตั้งใจในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ ประยุกต์ใช้ข้อมูลและทักษะใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้มีความรู้ และความสามารถในการจัดการกับปัญหา และสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป อีกทั้งวิชาภรณ์เลิศสุบินรักษ์, อารีรัตน์ ปานศุภวัชร, และพลอยชมพู กิตติกุลโชติวุฒิ (2562) ได้กล่าวไว้ว่า ความเป็นเลิศในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning Excellence) หมายถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลอย่างถาวรซึ่งเกิดจากการมุ่งเน้นการปฏิบัติงานที่ยอดเยี่ยม มุ่งสู่คุณภาพสูงสุดโดยการพัฒนาความรู้ ประสบการณ์ ทักษะ ค่านิยม การฝึกฝน ทักษะ ความเชี่ยวชาญ และความพยายามในการปรับตัวตามสถานการณ์ โดยมีการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะช่วยสร้างองค์ความรู้ของตนเองให้เกิดขึ้น เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น มีคุณค่า รวมทั้งดำรงคุณภาพไว้ได้อย่างยั่งยืน ซึ่งการมีความรู้ด้านวิชาชีพอย่างมืออาชีพนั้น ยังส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างเป็นระบบรวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมด้วย (อัครวิทย์ รอบคอบ, 2561)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายใน ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และคุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรตาม จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 567 คน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และได้รับแบบสอบถามกลับมาจำนวน 101 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตรวจสอบภายใน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายใน ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ทักษะความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจ ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ ทักษะด้านเทคโนโลยี

สารสนเทศขั้นพื้นฐาน และทักษะการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็น ปัญหา และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การศึกษาในครั้งนี้ทดสอบแบบสอบถาม โดยแบ่งการทดสอบดังนี้ (1) หาความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และความตรงเชิงโครงสร้าง โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index: IOC) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ช่วยตรวจสอบและปรับแก้ไขแต่ละประเด็นเพื่อให้ได้เครื่องมือที่มีคุณภาพ น่าเชื่อถือได้ พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่าเฉลี่ย

ตั้งแต่ 0.75 - 1.00 โดยแต่ละข้อคำถามมีค่า IOC มากกว่า 0.5 แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามนั้นมีคุณภาพน่าเชื่อถือ ผ่านเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ (Hair et al., 2010) และ (2) การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ทดสอบโดยใช้การประเมินด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคอยู่ระหว่าง 0.784 - 0.895 ซึ่งเกินกว่า 0.7 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีคุณภาพที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2010)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

3.1 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามตามจำนวนประชากรที่ใช้ในการวิจัย และจัดส่งไปยังประชากร ได้แก่ผู้ตรวจสอบภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 567 คน เพื่อขอความอนุเคราะห์ และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามทางไปรษณีย์ เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2563 โดยแนบซองจดหมายติดแสตมป์ไปพร้อมกันจนครบจำนวนประชากร เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบกลับทางไปรษณีย์ภายใน 15 วัน หลังจากได้รับแบบสอบถาม

3.2 เมื่อครบกำหนดระยะเวลา 15 วัน ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาจำนวน 56 ฉบับ และเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2564 ปรากฏว่าได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาอีก จำนวน 50 ฉบับ รวมระยะเวลาในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล 90 วัน มีจำนวนแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จำนวน 4 ฉบับ มีจำนวนแบบสอบถามที่ถูกตีกลับเนื่องจากย้ายกิจการไม่ทราบที่อยู่ใหม่จำนวน 1 ฉบับ ดังนั้นแบบสอบถามที่นำไปวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 101 ฉบับ

3.3 นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับ และมีความสมบูรณ์ไปวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ สถิติพื้นฐานประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติที่ใช้วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MAR)

สมการพยากรณ์คุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ (ITAQ) ได้ดังนี้

$$ITAQ = \alpha_0 + \beta_1 BNA + \beta_2 CTK + \beta_3 GTK + \beta_4 CNL + \varepsilon$$

BNA = ทักษะด้านความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจ (Business acumen)

CTK = ทักษะด้านการคิดเชิงวิพากษ์ (Critical thinking)

GTK = ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นพื้นฐาน (General Information Technology Knowledge)

CNL = ทักษะด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning)

ITAQ = คุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology audit Quality)

ผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 93.50) อายุระหว่าง 30 - 40 ปี (ร้อยละ 43.50) ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 65.20) ประสบการณ์ในการทำงาน 5 - 10 ปี และตำแหน่งงานในปัจจุบันเป็นผู้ตรวจสอบภายใน (ร้อยละ 50.00)

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายใน

ตัวแปร	ITAQ	BNA	CTK	GTK	CNL	VIFs
$\bar{X}$		4.265	4.198	3.904	4.490	
S.D.		0.447	0.505	0.614	0.426	
ITAQ	1	0.465**	0.428**	0.639**	0.440**	
BNA		1	0.689**	0.539**	0.595**	2.413
CTK			1	0.518**	0.537**	2.348
GTK				1	0.404**	1.605
CNL					1	1.668

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในในแต่ละด้าน พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีโอกาสที่จะเกิดปัญหา

ความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบโดยใช้ค่า VIFs พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 1.605 – 2.413 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าไม่พบปัญหาเรื่องของการสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระสามารถทดสอบสมมติฐานต่อไปได้

ตารางที่ 2 การทดสอบผลกระทบของคุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในกับคุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ

คุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ (ITAQ)	คุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายใน		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	-0.133	0.085	-1.574	0.119
ทักษะความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจ (BNA)	0.143	0.110	1.304	0.196
ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ (CTK)	-0.125	0.108	-1.156	0.251
ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นพื้นฐาน (GTK)	0.527	0.089	5.896	0.000*
การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (CNL)	0.218	0.091	2.399	0.019*
F= 16.148 AdjR ² = .527 P=0.000				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 2 พบว่า คุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในด้านทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นพื้นฐาน มีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมี

นัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.000 และคุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในด้านทักษะการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง มีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.019 ยกเว้นคุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในด้านทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ และด้านทักษะความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของคุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในที่ส่งผลต่อคุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ตรวจสอบภายใน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. คุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในด้านทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นพื้นฐานมีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ แสดงให้เห็นว่า ผู้ตรวจสอบภายในให้ความสำคัญกับทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นพื้นฐาน ทั้งความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งจะสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Henderson et., al. (2013) พบว่าความรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงด้านไอที (IT risks) และการควบคุมภายในเฉพาะงาน (Application controls) มีผลกระทบอย่างมากต่อการตรวจสอบภายในแบบบูรณาการ และภากร ภินโยติลลชัย (2553) พบว่าผู้ตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถนำแนวการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศตามแนวทางของ COBIT มาใช้เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานตรวจสอบ และหัวหน้าหน่วยตรวจสอบสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสอบทาน และควบคุมงาน ซึ่งทำให้การตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถดำเนินการได้อย่างครอบคลุมตามระดับความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร และบรรลุวัตถุประสงค์ของการตรวจสอบ

2. คุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องมีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ แสดงให้เห็นว่าการที่ผู้ตรวจสอบภายในมีความมุ่งมั่นพัฒนาตนเองด้วยการฝึกอบรมหลักสูตรด้านวิชาชีพอย่างต่อเนื่องมีการศึกษาทุกระดับ คำสั่ง ประกาศ แนวปฏิบัติ คำชี้แจง ที่เกี่ยวข้อง จะสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับกรรณิการ์ ตะภา (2559) ที่ได้ศึกษาผลกระทบของทักษะการตรวจสอบภายในเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานการตรวจสอบภายในของเจ้าหน้าที่ตรวจสอบภายใน ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย พบว่าทักษะการตรวจสอบภายในด้านการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous learning) มีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานการตรวจสอบภายใน รวมทั้ง Endaya & Hanefah (2016) ที่พบว่าประสิทธิผลของการตรวจสอบภายในได้รับผลกระทบโดยตรงจากลักษณะของผู้ตรวจสอบภายในและการปฏิบัติงานของแผนกตรวจสอบภายในตลอดจนการสนับสนุนของสมาชิกองค์กร และได้กล่าวไว้ว่าคุณลักษณะของผู้ตรวจสอบภายในหมายถึงความเที่ยงธรรมการสื่อสารที่มีประสิทธิผล (Effective communication) ความเชี่ยวชาญและการดูแลอย่างมืออาชีพ (Proficiency and due professional care) และการฝึกอบรมและการพัฒนา (Training and development) อีกด้วย

3. คุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในด้านทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ ไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญกับคุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งอาจเกิดจากการที่ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ เป็นกระบวนการคิด พิจารณา และประเมินข้อมูลหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่คิดทุกด้านอย่างรอบคอบตามความเป็นจริง โดยใช้หลักเกณฑ์ที่กำหนด หลัก เหตุผล จนได้คำตอบที่เหมาะสมหรือดีที่สุดเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจ

หรือประเมินหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ จึงเป็นกระบวนการคิดที่มีปัญญาขั้นสูงนำหน้าค้นหาความจริง (จินดารัตน์ โพธิ์นอก, 2560) การคิดเชิงวิพากษ์จึงทำให้คนเราไม่เชื่อหรือคล้อยตามความเชื่อแบบเดิม สามารถสังเกตและไม่ด่วนสรุปเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ ช่วยให้คิดแบบรอบคอบตัดสินใจตามข้อเท็จจริงไม่ใช่อารมณ์ความรู้สึก และการคิดเชิงวิพากษ์ไม่ใช่พรสวรรค์แต่เป็นทักษะที่พัฒนาได้ แต่ต้องใช้เวลาและกระบวนการในการฝึกหัด กระตุ้นให้การสนับสนุนด้วยการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการคิด (จุฑามาส โหยงไทย, 2561) ดังนั้นเมื่อผู้ตรวจสอบภายใน มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องด้วยการฝึกอบรมหลักสูตรด้านวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง มีการศึกษากฎระเบียบ คำสั่ง ประกาศ แนวปฏิบัติ คำชี้แจงที่เกี่ยวข้อง จึงส่งผลให้มีการคิดเชิงวิพากษ์เพิ่มขึ้น แต่การคิดเชิงวิพากษ์นั้นส่วนใหญ่มักจะถูกนำมาใช้ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์หรือในสถานการณ์วิกฤต (Critical situation) ที่สำคัญหรือมีผลกระทบสูงต่อการตัดสินใจ ดังนั้นสำหรับสถานการณ์โดยทั่วไป ที่อาจไม่มีความสำคัญมากนักการคิดเชิงวิพากษ์อาจจะเกินความจำเป็นที่จะนำมาใช้ (กองบัญชาการศึกษา สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2557)

4. คุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในด้านทักษะความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ เนื่องจากบทบาทของผู้ตรวจสอบภายในมีหน้าที่ เป็นเครื่องมือของฝ่ายบริหาร ไม่ว่าจะเป็นการให้ข้อมูลและการเสนอแนะมาตรการแก้ไขที่เป็นประโยชน์ให้กับองค์กร จำเป็นต้องอาศัยความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ รวมทั้งการพัฒนาความรู้ในงานตรวจสอบ ความรอบรู้ในวิชาชีพความรู้อื่น ๆ ตลอดจนจัดเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอก ก็เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้การปฏิบัติงานตรวจสอบ

มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น และเป็นที่น่าเชื่อถือให้กับผู้บริหารและหน่วยงานรับตรวจ (อรพรรณ แสงศิระเวทย์, 2561) ดังนั้นการมองภาพรวมธุรกิจรอบด้าน สามารถตัดสินใจได้อย่างถูกต้องทันทั่วทั้งที่และเหมาะสมกับสถานการณ์ อาจเป็นบทบาทหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูงหรือเจ้าของกิจการมากกว่าผู้ตรวจสอบภายในส่งผลให้ทักษะความเชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจของผู้ตรวจสอบภายในจึงไม่เป็นปัจจัยหลักในการส่งผลต่อคุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ สอดคล้องกับกิตติศักดิ์ แก้วบุตรดี และอัจฉรา กิจเดช (2561) และธนาคารแห่งประเทศไทย (2561) ที่ได้กล่าวว่า หากผู้ตรวจสอบภายในมีทักษะเชิงความคิดในการวิเคราะห์ มีความเข้าใจอย่างเพียงพอในระบบความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศ มีเทคนิคในการควบคุมการตรวจสอบภายใน มีความตระหนัก และเข้าใจเกี่ยวกับความเสี่ยง สามารถประยุกต์ใช้วิธีการตรวจสอบที่หลากหลายได้จะเป็นปัจจัยที่จะส่งผลให้การตรวจสอบภายในมีประสิทธิภาพในการจัดการความเสี่ยงขององค์กรได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ความรู้เชิงวิชาการที่เกิดขึ้นใหม่จากงานวิจัยนี้คือ คุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายใน ด้านทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นพื้นฐานและด้านทักษะการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องมีผลกระทบเชิงบวก กับคุณภาพของการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนั้นผู้ตรวจสอบภายในควรให้ความสำคัญกับทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขั้นพื้นฐาน ทั้งความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยสามารถพัฒนาตนเองด้วยการฝึกอบรมหลักสูตรด้านวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง รวมถึงอาจมีการศึกษากฎ ระเบียบ คำสั่ง ประกาศ

แนวปฏิบัติ คำชี้แจง ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถพัฒนาคุณลักษณะของผู้ตรวจสอบภายใน และนำไปใช้ในการตรวจสอบด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้สามารถดำเนินการกำกับดูแลองค์กรให้สอดคล้องกับมาตรฐาน และกรอบการดำเนินงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับคุณลักษณะที่ดีของผู้ตรวจสอบภายในที่มีต่อคุณภาพการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือ ประชุมกลุ่มย่อยเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและละเอียดมากยิ่งขึ้นสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับงานวิจัยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรรณิการ์ ตะภา. (2559). ผลกระทบของทักษะการตรวจสอบภายในเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อคุณภาพรายงานการตรวจสอบภายในของเจ้าหน้าที่ตรวจสอบภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

กองบัญชาการศึกษา สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2557). รายงานผลสรุปการจัดกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับผู้บริหารภาครัฐหลักสูตรการคิดเชิงกลยุทธ์และการคิดเชิงวิพากษ์เพื่อยกระดับการตัดสินใจ. สืบค้น 13 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://edupol.org/eduOrganize/eLearning/superIntendent/doc/group03/32/03/04.pdf>

กิตติศักดิ์ แก้วบุตรดี, และอัจฉรา กิจเดช. (2561). บทบาทและความสำคัญของผู้ตรวจสอบภายใน ระบบบริหารจัดการความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ. *วารสาร Mahidol R2R e-Journal*, 5(2), 21-35.

จินดารัตน์ โพธิ์นอก. (2560). การคิดเชิงวิพากษ์. สืบค้น 13 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.dailynews.co.th/article/614294>

จุฑามาส โหยงไทย. (2561). การพัฒนาทักษะการคิดเชิงวิพากษ์กับศตวรรษที่ 21. *วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 9(2), 344-356.

ชัยพงศ์ อธิปัญญาวงศ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณค่าที่องค์กรได้รับจากการตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศตามกรอบแนวคิด COBIT. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2555). *ความเสี่ยงและการควบคุมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ*. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2563). *รายชื่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์*. สืบค้น 9 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://www.set.or.th/th/company/companylist.html>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2561). *แนวทางการตรวจสอบด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ*. สืบค้น 4 มิถุนายน 2564, จาก https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/PruReg_HB/RiskMgt_Manual/Documents/SA-IT_ExaminationGuideline.pdf

นริศรา ธรรมรักษา. (2563). ผลกระทบของทักษะในการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในที่มีต่อคุณภาพรายงานการตรวจสอบภายในของเจ้าหน้าที่ตรวจสอบภายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่จังหวัดเลย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 15(51), 24-32.

- เบญจวรรณ แจ่มจำรัส. (2557). ปัจจัยบรรยากาศในการสื่อสารภายในองค์กร กระบวนการในการสื่อสาร และสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประจิต หาวัด และศรัณย์ ชูเกียรติ. (2560). การตรวจสอบเทคโนโลยีสารสนเทศในมหาวิทยาลัย: การวิเคราะห์เนื้อหาสาระของรายงานการตรวจสอบภายในประจำปี. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 13(37), 5-14.
- พนิดา เกรียงทวีทรัพย์ และสุรมงคล นิมจิตต์. (2561). รูปแบบการสื่อสารที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กร: กรณีศึกษา สำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ. *วารสาร Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(3), 3374-3394.
- ภากร ภินโยติลกชัย. (2553). การตรวจสอบระบบเทคโนโลยีสารสนเทศตามแนวทางของ COBIT. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิชากรณ์ เลิศสุบินรักษ์ อารีรัตน์ ปานศุภวัชร และพลอยชมพู กิตติกุลโชติวุฒิ. (2562). ผลกระทบของความเป็นเลิศในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องที่มีประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรการประปาส่วนภูมิภาคเขต 8. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 11(1), 163 – 174.
- อรพรรณ แสงศิระเวทย์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของงานตรวจสอบภายในในมุมมองของผู้ตรวจสอบภายใน. *วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ (JISB)*, 4(3), 26-39.
- อัศววิช ครอบคอบ. (2561). ความเป็นมืออาชีพด้านการสอบบัญชีที่เป็นเลิศและความน่าเชื่อถือของการสอบบัญชี: การศึกษาเชิงประจักษ์ของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ราชมงคลล้านนา*, 6(1), 72-84.
- Endaya, K. A. and Hanefah, M. M. (2016). Internal auditor characteristics, internal audit effectiveness, and moderating effect of senior management. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 32(2), 160-176.
- Hair, J.F., and others. (2010). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). New Jersey: Pearson.
- Havelka, D. and Merhout, J. (2013). Internal information technology audit process quality: Theory development using structured group processes. *International Journal of Accounting Information Systems*, 14(3), 165–192.
- Henderson, D. L., Davis, J. M. and Lapke M. S. (2013). The Effect of Internal Auditors' Information Technology Knowledge on Integrated Internal Audits. *International Business Research*, 6(4), 147-163.
- Johnson, S. (2012). *Do Your Internal Auditors Have the Right Skills*. Retrieved October 1, 2020, from <https://www.cfo.com/auditing/2012/04/do-your-internal-auditors-have-the-right-skills>

ผลกระทบของการจัดการความเสี่ยงต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ในจังหวัดลำปาง

Effect of Risk Management toward Survival of Small Hotel Businesses in Lampang Province

อัจฉรา เมฆสุวรรณ^{1*}

Atchara Meksuwan^{1*}

¹ อาจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

¹ Lecturer Dr., Management Program, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University, Thailand

* E-mail: atchara.meksuwan@gmail.com

Received July 23, 2021; Revised November 19, 2021; Accepted December 25, 2021

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศ เพราะสร้างรายได้ให้กับคนภายในประเทศและทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความคิดเห็นของการจัดการความเสี่ยงและความอยู่รอดของธุรกิจ และ (2) เพื่อทดสอบผลกระทบของการจัดการความเสี่ยงต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง ประชากร คือ ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง จำนวน 99 ตัวอย่าง เครื่องมือ คือ แบบสอบถามเก็บจากผู้บริหารหรือผู้ประกอบการของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนาหาค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการความเสี่ยงโดยรวมและรายด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การประเมินความเสี่ยงเชิงบูรณาการ รองลงมา คือ การรายงานข้อมูลแบบครบวงจร การวางแผนความเสี่ยงแบบองค์รวม และการควบคุมติดตามอย่างเป็นระบบ 2) ความอยู่รอดของธุรกิจโดยรวมและรายด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การปรับตัวเพื่อการเปลี่ยนแปลง รองลงมา คือ ความได้เปรียบในการแข่งขัน และประสิทธิภาพองค์กร และ 3) ผลการทดสอบผลกระทบของการจัดการความเสี่ยงต่อความอยู่รอดของธุรกิจพบว่า การควบคุมติดตามอย่างเป็นระบบ การวางแผนความเสี่ยงแบบองค์รวม และการรายงานข้อมูลแบบครบวงจรมีผลกระทบเชิงบวกต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง แนวโน้มของผู้ประกอบการในอนาคตควรให้ความสำคัญในการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจและรักษาเอกลักษณ์เฉพาะของธุรกิจ เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดเล็กและมีข้อจำกัดในการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้น เมื่อเกิดปัญหาการดำเนินธุรกิจจะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างมั่นคง

คำสำคัญ: การจัดการความเสี่ยง, ความอยู่รอดของธุรกิจ, โรงแรมขนาดเล็ก

Abstract

Tourism plays an important role in the economic development of many countries because it generates income for people in the country and thus has a better quality of life. The purposes of this quantitative research were (1) to study the opinion level of risk management and business survival and (2) to test the impact of risk management on the survival of small hotel businesses in Lampang Province. The population was small hotel businesses in Lampang province. Number of samples was 99 hotels. The tool was a questionnaire collected from executives or entrepreneurs of small hotel businesses in Lampang province. The statistics used in the research were descriptive statistics for percentage, mean, and standard deviation. Besides, inference statistics used multiple regression analysis.

The results of the research showed that 1) overall and each aspect of risk management had a high average, namely integrated risk assessment, followed by comprehensive data reporting, holistic risk planning, and systematic monitoring; 2) the overall and individual business survival average were at a high level, namely the ability to adapt to change, followed by sustainable competitive advantage, and the effectiveness of organizational dynamics; and 3) the results of testing the impact of risk management on business survival were found that systematic monitoring and control, holistic risk planning, and comprehensive reporting had a positive impact on the survival of small hotel businesses in Lampang. Trends of future entrepreneurs should focus on managing business risks and maintaining business identity. This is because it is a small business and has limitations on how to generate additional income. When there is a problem with running a business will allow the business to continue stably.

Keyword: Risk Management, business survival, small hotel

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ภาครัฐและภาคเอกชนได้มีส่วนร่วมพัฒนาภาคการท่องเที่ยวในระยะยาว ด้วยการสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และได้พัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตามแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงได้กำหนดมาตรฐานด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงนิเวศ เชิงนิเวศทางทะเล

เชิงประวัติศาสตร์และเชิงวัฒนธรรม และประเพณี ซึ่งในการเข้ามาใช้บริการของนักท่องเที่ยวส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวมมีแนวโน้มสูงขึ้นตามไปด้วย ดังได้จากสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มากถึง 39.79 ล้านคน ซึ่งขยายตัวได้ถึงร้อยละ 4.24 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2561 ที่ผ่านมาเกิดประโยชน์ คือ สามารถสร้างรายได้ถึง 1.93 ล้านล้านบาท คนภายในใจชุมชนมีงานทำ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

สำหรับธุรกิจที่ควบคู่กับการยกระดับการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคทั่วประเทศไทยนั้น คือ ธุรกิจที่พักหรือโรงแรมเป็นธุรกิจที่มีการพัฒนาตามการเติบโตของภาคท่องเที่ยว ทั้งยังเป็นการนำเสนอเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ได้เป็นอย่างดีผ่านการตกแต่งภายในโรงแรม ส่วนใหญ่โรงแรมที่เน้นการตกแต่งเป็นเอกลักษณ์จะเป็นโรงแรมขนาดเล็กมีลักษณะของห้องพักเป็นแบบธรรมดา มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามความจำเป็นพื้นฐาน เช่น โทรทัศน์ โทรศัพท์ ห้องพักร่วมตัว มีอัตราค่าบริการที่ถูก โรงแรมขนาดเล็กจึงมีการเติบโตและได้รับความสนใจลงทุนจากผู้ประกอบการรายใหญ่เป็นจำนวนมาก เนื่องจากใช้เงินลงทุนไม่สูงนัก และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่าย ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในแต่ละจังหวัดต้องหาแนวทางการบริหารความเสี่ยงที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันทางธุรกิจมากขึ้น รวมถึงการนำแนวทางการบริหารจัดการองค์การปรับตัวรับความเสี่ยง การก้าวทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (วนิดา รักความสุข, 2562) การพัฒนาทรัพยากรให้มีคุณภาพ ทั้งด้านกำลังความสามารถ ความรู้ การพัฒนาระบบคิด และทักษะความชำนาญในการทำงาน รวมถึงด้านทรัพยากรอื่น ให้มีความพร้อมและก้าวหน้าต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด และเพื่อการปรับตัวให้ธุรกิจอยู่รอดในหลายด้าน เช่น การปรับปรุงรูปแบบโรงแรมให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ, การบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และการใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือในการสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าเป้าหมาย (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน, 2562)

จังหวัดลำปางเป็นอีกหนึ่งจังหวัดทางภาคเหนือที่มีสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนาอาราม สิ่งก่อสร้างที่เป็นศิลปะเก่าแก่ในรูปแบบล้านนา และธรรมชาติที่งดงาม ได้แก่ วัดพระธาตุลำปางหลวง อ.เกาะคา, อุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อน อ.เมืองปาน รวมถึงแหล่งเรียนรู้แห่งใหม่ที่รวม

ประวัติศาสตร์ของจังหวัดลำปางไว้ คือ อุทยานการเรียนรู้มิวเซียมลำปาง โดยปี พ.ศ. 2558 จังหวัดลำปางได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยและในปี พ.ศ. 2560 กรมการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยว ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้จังหวัดลำปางเป็นหนึ่งในจังหวัดเมืองรองตามโครงการ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด 12 จังหวัด ได้แก่ ลำปาง เพชรบูรณ์ น่าน บุรีรัมย์ เลย สมุทรสงคราม ราชบุรี ตราด จันทบุรี ตรัง ชุมพร และนครศรีธรรมราช โดยเป็นการท่องเที่ยวเมืองรองเชื่อมโยงกับเมืองหลัก ซึ่งเป็นโครงการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบต่อเนื่อง และทำให้เกิดการกระจายรายได้ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองให้มีความหลากหลายมากขึ้น จากสถิติภาพรวมของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศย้อนหลัง 6 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2557 - 2562 ภายใต้นโยบายการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดลำปางที่ส่งเสริมให้จังหวัดลำปางเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น ทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน พบว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวน 136,302 คน และรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวน 539.37 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,358,846 คน รายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 4,366.34 ล้านบาท และมีการคาดการณ์การท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2563 (สำนักงานสถิติจังหวัดลำปาง, 2559)

ต่อมาปลายปี พ.ศ. 2562 ได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกและในประเทศไทย ส่งผลให้การท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและทั่วโลกหยุดชะงักลง ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจโรงแรมได้รับผลกระทบโดยตรง จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ดังกล่าว ที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการ

ธุรกิจโรงแรม โดยเฉพาะผู้ประกอบการโรงแรมขนาดเล็กที่มีความวิตกกังวลต่อสถานการณ์และการปรับตัวมากที่สุด (เสาวณี จันทะพงษ์, 2564) เช่นเดียวกับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปางต่างประสบปัญหาและมีความวิตกกังวลเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ภายใต้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจำเป็นต้องมีผู้ประกอบการต้องมีการจัดการความเสี่ยง การปรับกลยุทธ์และการปรับตัว เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์ และผลกระทบที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (กวิณพ สายเพชร, 2564) อาจส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในอนาคตได้ ความพยายามในการปรับตัวด้วยการนำเสนอจุดแข็งธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดต่อไปได้ด้วยการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจ ประกอบกับการที่โรงแรมขนาดเล็กเป็นหน่วยธุรกิจที่ลงทุนไม่มาก รูปแบบการให้บริการไม่สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมเหมือนโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ (วัฒนา ทนงค์แพง และชวลีย์ ณ ถลาง, 2560) เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการความเสี่ยงรวมทั้งการปรับตัวของผู้ประกอบการโรงแรมขนาดเล็ก ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องศึกษาการจัดการความเสี่ยงและความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง เพื่อนำเสนอแนวปฏิบัติการพัฒนา ปรับปรุงการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก อันนำไปสู่การสามารถสร้างภูมิคุ้มกัน พร้อมทั้งเสริมสร้างโอกาสในการประสบความสำเร็จของผู้แข่งขันในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของการจัดการความเสี่ยง และความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง
2. เพื่อทดสอบผลกระทบการจัดการความเสี่ยงที่มีต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย ดังนี้

ทฤษฎีฐานทรัพยากร

การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรบนพื้นฐานของทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กร ด้วยการสร้างความแตกต่างของการให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ โดยทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV Theory) มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนให้องค์กรสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งภายใต้ตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามสภาพแวดล้อมที่เติบโตของเทคโนโลยีที่เป็นปัจจัยขับเคลื่อนธุรกิจ โดยองค์กรจำเป็นต้องมีทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ (1) ทรัพยากรที่มีตัวตน (Tangible Assets) ได้แก่ เงินทุน บุคลากรองค์กร เครื่องจักร เป็นต้น และ (2) ทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน (Intangible Assets) เป็นสินทรัพย์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ ได้แก่ เทคโนโลยี นวัตกรรม ทักษะ ความรู้ ความเชี่ยวชาญความชำนาญ ข้อมูล และชื่อเสียง เป็นต้น (Barney, 1991) ในแต่ละองค์กรมีทรัพยากรที่มีค่า หายาก ยากแก่การลอกเลียนแบบ และไม่สามารถทดแทนได้แตกต่างกันไป ทรัพยากรเหล่านี้เป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนขององค์กร (Ray, Barney and Muhanna, 2004) และเพื่อให้องค์กรอยู่รอดได้ภายใต้กระแสของการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทรัพยากรที่มีตัวตนองค์กรต้องสร้างจุดแข็งด้วยการพัฒนาให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดีภายใต้ขอบเขตการบริหารงานอย่างสร้างสรรค์ ผนวกกับเจตคติที่มุ่งมั่นสู่การเปลี่ยนแปลงปรับปรุงกระบวนการทำงานขององค์กร (Grant, 1991; Warnerfelt, 1984)

งานวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีดังกล่าวเป็นฐานคิดในการวิจัย โดยมีข้อสมมติว่า ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กมีการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันจากการใช้ทรัพยากรที่มีประโยชน์

ในองค์การที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการจัดการความเสี่ยงเพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เมื่อเผชิญกับสถานการณ์เหล่านั้นอย่างจริงจัง หากธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กสามารถนำวิธีการที่ได้จัดเตรียมไว้สำหรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น องค์การอาจอยู่รอดได้ และเกิดความแตกต่างของธุรกิจอย่างถาวร จึงจำแนกได้ 2 ตัวแปร คือ (1) การจัดการความเสี่ยง และ (2) ความอยู่รอดของธุรกิจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การจัดการความเสี่ยง (Risk Management)

ความเสี่ยงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในการดำเนินงานขององค์การ โดยทั่วไปความเสี่ยงจะเกิดขึ้นโดยไม่สามารถคาดได้อย่างชัดเจนว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้น แต่ผู้บริหารจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์จากข้อมูลที่มีอยู่เพื่อวางแผนหาแนวทางป้องกันปัญหาในการดำเนินงานขององค์การที่อาจทำให้ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือทำให้องค์การแก้ไขปัญหาได้ทันเวลาหรือมีปัจจัยเสี่ยงที่เกิดขึ้นน้อยที่สุด (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) สพร., 2564) องค์ประกอบของการจัดการความเสี่ยงแม้จะมีการจำแนกการจัดการความเสี่ยงไว้แตกต่างกัน โดยมีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยมุ่งเน้นการวิเคราะห์การจัดการความเสี่ยงของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่าผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปางมีการขับเคลื่อนทั้งภายในและภายนอกองค์การไม่มากนักน้อย ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ปัจจัยการจัดการความเสี่ยงของญาณิศา เผื่อนเพาะ (2562), จิรพร สุเมธีประสิทธิ์ และคณะ (2556), Marquardt (1996) และ Wilson (1999) ที่ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) การวางแผนความเสี่ยงแบบองค์รวม คือ การที่ผู้ประกอบการได้จัดทำเป้าหมาย กำหนดวิสัยทัศน์ วัฒนธรรมองค์การหรือโครงสร้างขององค์การที่ชัดเจน

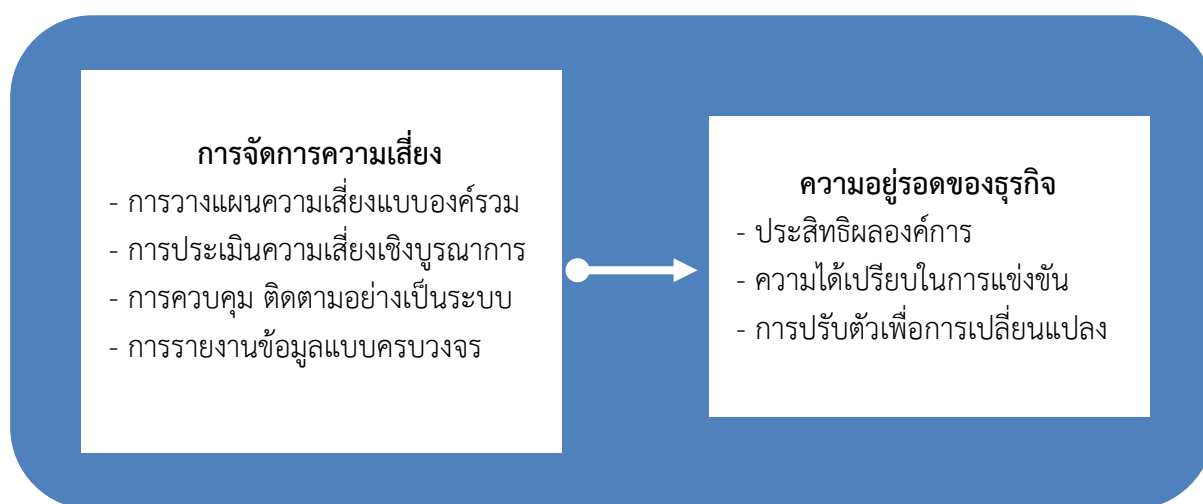
ร่วมกับการสื่อสารให้พนักงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความเสี่ยงอย่างแท้จริงร่วมกัน (2) การควบคุมและติดตามอย่างเป็นระบบ คือ การวางระบบสำหรับควบคุมภายในองค์การ โดยกำหนดให้ผู้บริหารทุกคนต้องควบคุมการปฏิบัติงานแต่ละหน่วยงานให้เป็นไปตามแผน ซึ่งไม่สามารถทราบได้ว่าการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้น จะเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดมากน้อยเพียงใดจนกว่าจะมีการติดตามประเมินกิจกรรมการทำงาน (3) การรายงานข้อมูลแบบครบวงจร คือ การเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และเป็นข้อเท็จจริงของการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ไปยังผู้บริหารได้รับทราบอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ และ (4) การประเมินความเสี่ยงเชิงบูรณาการ คือ การประเมินผลการจัดการความเสี่ยงว่าสามารถลดอุบัติเหตุหรือความเสี่ยงได้หรือไม่ โดยศึกษาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นย้อนหลังเพื่อดูผลสำเร็จของการบริหารความเสี่ยง เพราะเหมาะสมกับบริบทของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก

2. ความอยู่รอดของธุรกิจ

การดำเนินงานที่ระบุไว้ในระยะยาว ได้แก่ การทำกำไร ความสามารถในการทำธุรกิจระยะยาวท่ามกลางการแข่งขันที่ผลชัดเจนอย่างยั่งยืน การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลิตภาพขององค์การ ถึงแม้จะเผชิญกับอุปสรรคที่กระทบต่อธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างคาดไม่ถึง ดังนั้น เพื่อให้้องค์การสามารถเติบโตต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งได้ในสถานการณ์ที่กำลังเผชิญในปัจจุบัน ประกอบด้วยดัชนีชี้วัดที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 3 องค์ประกอบ (วรัญญา เยาวรัตน์ ลี และคณะ, 2560, หน้า 113) ได้แก่ (1) ประสิทธิภาพองค์การซึ่งธุรกิจมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การจัดการความรู้ การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ กระบวนการบริหารจัดการ ให้มีความก้าวหน้าต่อการ

เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เพื่อให้การดำเนินการของธุรกิจบรรลุผลสำเร็จหรือผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่กำหนด ธุรกิจต้องมีการพัฒนาอย่างมั่นคง (2) ความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นการนำเอาสมรรถนะหลักของธุรกิจหรือความสามารถเด่นของธุรกิจทั้งสินค้าหรือการบริการมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของธุรกิจผ่านการสร้างกลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันให้เกิดขึ้น 3 ประการ ได้แก่ กลยุทธ์การเป็นผู้นำเรื่องต้นทุน ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะเลือกใช้วิธีการลดต้นทุนมากกว่าการเพิ่มราคาขาย กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง เป็นการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในตัวสินค้าหรือบริการให้ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสูงสุด และกลยุทธ์การมุ่งจุดสนใจ

ด้วยการดึงเอาความคาดหวังที่ผู้บริโภคต้องการมาสร้างเป็นสินค้าหรือบริการในรูปแบบที่เป็นของธุรกิจ ดังนั้น การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนจึงเป็นเป้าหมายสำคัญในการนำให้ธุรกิจอยู่รอดได้และอยู่เหนือคู่แข่ง และ (3) การปรับตัวเพื่อการเปลี่ยนแปลง มีความเกี่ยวข้องกับผลผลิตที่เกิดความแตกต่างจากรูปแบบธุรกิจเดิม ปรับเปลี่ยนกิจกรรม เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดและเพื่อประสิทธิผลขององค์การ รวมถึงเป็นการปรับปรุงกรรมวิธีในการทำงาน โครงสร้างองค์การหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของมนุษย์ในองค์การ วัฒนธรรมองค์การ เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย ดังแสดงในภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การวางแผนความเสี่ยงแบบองค์รวมมีผลกระทบเชิงบวกต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง

สมมติฐานที่ 2 การประเมินความเสี่ยงเชิงบูรณาการมีผลกระทบเชิงบวกต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง

สมมติฐานที่ 3 การควบคุมและติดตามอย่างเป็นระบบมีผลกระทบเชิงบวกต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง

สมมติฐานที่ 4 การรายงานข้อมูลแบบครบวงจรมีผลกระทบเชิงบวกต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ในจังหวัดลำปาง ผู้วิจัยใช้เกณฑ์แบ่งตามขนาดของกิจการหรือจำนวนห้องพัก ซึ่งมีห้องพักต่ำกว่า 60 ห้อง ตามเกณฑ์การจัดกลุ่มขนาดโรงแรมของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2559) มีจำนวนทั้งสิ้น 130 แห่ง แหล่งที่มาจากฐานข้อมูลบริการออนไลน์ รายชื่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม กรมสรรพากร (ข้อมูล ณ วันที่ 12 มีนาคม 2564) ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการโรงแรม โดยสามารถเก็บข้อมูลได้ 99 ตัวอย่าง จากจำนวนทั้งสิ้น 130 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 76.15

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามปลายปิดและปลายเปิดที่ได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบถึงความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามที่ได้พัฒนาขึ้น กับเนื้อหาในทฤษฎี ด้วยเทคนิคการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence: IOC) ข้อคำถามที่ผ่านการคัดเลือกมีค่า IOC มากกว่า 0.600 เมื่อปรับแก้ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้บริหารหรือผู้ประกอบการโรงแรมขนาดเล็กที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน กับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ฉบับ แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบหาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า มาตรการรวมการจัดการความเสี่ยง มีค่าเท่ากับ 0.947 และมาตรการรวมความอยู่รอดของธุรกิจ มีค่าเท่ากับ 0.949 โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วน ต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของกิจการ ได้แก่ ตำแหน่งงานปัจจุบัน, เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ, จำนวนห้องพักทั้งหมดที่พร้อมให้บริการ ในลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่, ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของการจัดการความเสี่ยงและความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรม โดยข้อคำถามแบ่งเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ การจัดการความเสี่ยง ประกอบด้วย (1) การวางแผนความเสี่ยงแบบองค์รวม (2) การประเมินความเสี่ยงเชิงบูรณาการ (3) การควบคุมและติดตามอย่างเป็นระบบ และ (4) การรายงานข้อมูลแบบครบวงจร และความอยู่รอดของธุรกิจ ประกอบด้วย (1) ประสิทธิภาพขององค์กร (2) ความได้เปรียบในการแข่งขัน และ (3) การปรับตัวเพื่อการเปลี่ยนแปลง โดยข้อคำถามใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ ตามที่ Wade (2006) ได้กล่าวไว้ คือ น้อยที่สุด =1, และมากที่สุด =5 ซึ่งจะได้ระดับแนวโน้มความคิดเห็น คือ ระดับ 4.21 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด 3.41 - 4.20 หมายถึง มาก 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง 1.81 - 2.60 หมายถึง น้อย และ 1.00 - 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์กับผู้บริหารหรือผู้ประกอบการโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และเพื่อให้ได้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามตามจำนวนที่กำหนดไว้ จึงแจกแบบสอบถามออนไลน์ร่วมกับการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ตลอดจนการติดตามไปยังกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาตามระยะเวลาที่กำหนด และได้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 99 ชุด และได้ทำการตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาที่สามารถ

นำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ (1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ (2) วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของตัวแปรการจัดการความเสี่ยง และตัวแปรความอยู่รอดของธุรกิจ ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติอนุมานวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ทดสอบการมีอิทธิพลของตัวแปรต้น และตัวแปรตามในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยกำหนดค่านัยสำคัญ (Significance) ในระดับค่า 0.05 หรือระดับค่าความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 95 รวมทั้งยังมีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก จังหวัดลำปาง

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการจัดการความเสี่ยงต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง สามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งผู้จัดการโรงแรม เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-45 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยโรงแรมดำเนินงานมาเป็นระยะเวลา 5-10 ปี จนถึงปัจจุบัน มีจำนวนห้องพักระหว่าง 11-20 ห้อง
2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจ

โรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.685 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า การประเมินความเสี่ยงเชิงบูรณาการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมา คือ การรายงานข้อมูลแบบครบวงจร มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 การวางแผนความเสี่ยงแบบองค์รวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 และการควบคุมติดตามอย่างเป็นระบบ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.759 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยการเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า การปรับตัวเพื่อการเปลี่ยนแปลง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมาคือ ความได้เปรียบในการแข่งขัน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 และประสิทธิผลขององค์กร มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68

4. การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปรเพื่อตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ กับความอยู่รอดของธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า มีความสัมพันธ์กันในช่วง 0.215-0.812 โดยความสัมพันธ์ของการวางแผนความเสี่ยงแบบองค์รวม (HRP) กับการควบคุม ติดตามอย่างเป็นระบบ (SCM) มีค่าสูงสุด และความสัมพันธ์ของความอยู่รอดของธุรกิจ (SOB) กับการควบคุม ติดตามอย่างเป็นระบบ (SCM) มีค่าต่ำสุด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการจัดการความเสี่ยงและความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง

ตัวแปร	HRP	IRA	SCM	COR	SOB	VIF
	3.749	3.845	3.646	3.777		
S.D.	0.834	0.754	0.833	0.745		
HRP	1	0.763**	0.812**	0.581**	0.278**	3.970
IRA		1	0.685**	0.720**	0.541**	3.740
SCM			1	0.520**	0.215**	3.106
COR				1	0.672**	2.883
SOB					1	2.120

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรอิสระการจัดการความเสี่ยง ในแต่ละด้าน พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีโอกาสที่จะเกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปร

อิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ โดยใช้ค่า VIFs พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 2.120 - 3.970 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 (Gujarati and Porter, 2009) จึงไม่ทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Hair J.F. et al., 2010: 162-164)

ตารางที่ 2 การทดสอบผลกระทบของการจัดการความเสี่ยงและความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง

การจัดการความเสี่ยง	ความอยู่รอดของธุรกิจ (SOB)			
	ค่าสัมประสิทธิ์ (B)	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (β)	T	P-Value
ค่าคงที่ (a)	0.400		2.345	0.021
การวางแผนความเสี่ยงแบบองค์รวม (HRP)	0.272	0.299	3.873	0.000*
การประเมินความเสี่ยงเชิงบูรณาการ (IRA)	-0.062	-0.062	-0.822	0.413
การควบคุม ติดตามอย่างเป็นระบบ (SCM)	0.566	0.623	9.120	0.000*
การรายงานข้อมูลแบบครบวงจร (COR)	0.184	0.180	2.744	0.007*
AdjR ² = 0.853, F = 114.703, R ² = 0.860, R = 0.928, P = 0.000				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า การจัดการความเสี่ยง ประเด็นการวางแผนความเสี่ยงแบบองค์รวม การควบคุม ติดตามอย่างเป็นระบบ และการรายงานข้อมูลแบบครบวงจร มีผลกระทบเชิงบวกกับความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1, 3 และ 4 ส่วนการจัดการความเสี่ยง ประเด็นการประเมินความเสี่ยงเชิงบูรณาการ ไม่มีผลกระทบเชิงบวกกับความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด หรือค่า Adjusted R Square จากสมการตัวแบบซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.853 แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 85.30 และมีค่าสหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง (R^2) เท่ากับ 0.860 หรือคิดเป็นร้อยละ 86.00 สามารถเขียนในรูปสมการพยากรณ์ คือ ความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง

สมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$Y = 0.400 + 0.272HRP - 0.062IRA + 0.566SCM + 0.184COR$$

สมการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Z = 0.299HRP - 0.062IRA + 0.623SCM + 0.180COR$$

อภิปรายผล

จากผลการทดสอบสมมติฐานผลกระทบการจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง ดังต่อไปนี้

การวางแผนความเสี่ยงแบบองค์รวมมีผลกระทบเชิงบวกต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง เนื่องจากผู้ประกอบการได้เล็งเห็นถึงการวางแผนพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ การจัดทำเป้าหมาย วิสัยทัศน์ หรือจัดวางโครงสร้างในการบริหารงานของโรงแรมอย่างชัดเจน การจัดทำหลักเกณฑ์การจัดสรรงบประมาณค่าใช้จ่าย การจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบให้กับบุคลากรในโรงงาน การสื่อสารกฎระเบียบข้อบังคับการทำงานให้กับบุคลากรโรงแรมทราบ และการวางแผนหรือร่วมลงทุนกับเครือข่ายพันธมิตรของธุรกิจโรงแรม เป็นต้น ซึ่งการตั้งเป้าหมายอย่างชัดเจนทำให้ธุรกิจมีความแข็งแกร่ง พร้อมขับเคลื่อนการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นอย่างหลากหลายเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของ

วรรณพร ผิวดี (2555) ในประเด็นความเสี่ยงที่ต้องวางแผนตั้งรับกับเหตุการณ์ เพื่อป้องกันไว้ล่วงหน้าที่จะเกิดเหตุการณ์นั้นขึ้น ร่วมกับการติดตามคู่แข่งทางการตลาดว่าได้มีการพัฒนาด้านใดบ้าง ซึ่งอาจใช้วิธีการทดลองไปใช้บริการหรือติดตามข่าวสารต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมประเมินความเสี่ยงแบบรอบด้าน และนำข้อมูลมาคิดและต่อยอดพัฒนาธุรกิจ ด้วยการเรียงลำดับความเสี่ยงจากมากไปหาความเสี่ยงน้อยเพื่อแก้ไขปัญหาคำบริการจัดการความเสี่ยงต่อไปในอนาคต และสอดคล้องกับ Althonayan et al. (2011) สนับสนุนว่าธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องวิเคราะห์ความเสี่ยงขององค์กรโดยเชื่อมโยงข้อมูลทั้งภายในและภายนอก

การควบคุมและติดตามอย่างเป็นระบบมีผลกระทบเชิงบวกต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง เป็นไปได้ว่าธุรกิจโรงแรมมีขนาดเล็กสะดวกต่อการควบคุมดูแลทั่วถึงทุกส่วนงาน รวมไปถึงมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในการติดตามการบริหารงานโรงงาน รวมถึงมีการใช้ระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานและแจ้งผลการประเมินบุคลากรที่รับผิดชอบได้ทราบ จึงส่งผลให้การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมมีการดำเนินงานที่สะดวก และมีความรัดกุม เป็นไปตามผลวิจัยของ Marlena (2004, p. 43) ทำการวิจัยเรื่อง การควบคุมความเสี่ยงในโรงแรม ได้กล่าวถึงความเสี่ยงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นถาวร การที่จะหลีกเลี่ยงจากความเสี่ยงเป็นไปได้ยาก แต่สามารถสร้างแนวทางเพื่อป้องกันจากการสูญเสียที่เกิดจากความเสี่ยงได้บ้าง ซึ่งการควบคุมความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องจึงเป็นเป้าหมายหลักสำหรับองค์กรทุกแห่ง เริ่มจากการวิเคราะห์การดำเนินงานของอุตสาหกรรมโรงแรม สำหรับวิธีการควบคุมความเสี่ยงเปรียบเสมือนการวางแผนกลยุทธ์ในองค์กร หากองค์กรสามารถควบคุมสิ่งต่าง ๆ ในองค์กรที่มีความแตกต่างกัน รวมถึงการควบคุมด้านการเงินได้จะหมายถึงองค์กรสามารถรักษาความปลอดภัยของทรัพยากรทั้งองค์กรได้เช่นกัน

การรายงานข้อมูลแบบครบวงจร มีผลกระทบเชิงบวกต่อความอยู่รอดของธุรกิจ โรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง อาจเป็น เพราะ ว่า รูปแบบการบริหารจัดการของธุรกิจ โรงแรมขนาดเล็กมีการวางแผน จัดระบบการ ปฏิบัติงานอย่างชัดเจน ทำให้การเข้าถึงข้อมูล หรือการสืบค้นข้อมูลที่ต้องการจึงสะดวกและ รวดเร็ว รวมไปถึงการสื่อสารอย่างทั่วถึงทั้ง องค์กรได้ง่ายและทันต่อการตั้งรับและเตรียม รับมือกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับองค์กร Althonayan et al. (2011) สนับสนุนว่าธุรกิจ โรงแรมจำเป็นต้องวิเคราะห์ความเสี่ยงของ องค์กร โดยเชื่อมโยงข้อมูลทั้งภายในและ ภายนอก รวมถึงต้องมีข้อมูลสารสนเทศที่เพียงพอ เช่นกัน ซึ่งหากองค์กรขาดข้อมูลสารสนเทศหรือ มีข้อมูลสารสนเทศไม่เพียงพอจะทำให้เกิดความ เสี่ยงขึ้นกับองค์กรได้และต้องมีการควบคุมอย่าง เป็นระบบ นอกจากนี้ข้อมูลสารสนเทศของ โรงแรมต้องมีความน่าเชื่อถือแล้ว แต่สิ่งสำคัญ การสื่อสารกับพนักงานต้องมีความถูกต้อง แม่นยำ ครบถ้วน ครอบคลุม และทันเวลา และ Njagi (2016) ได้นิยามการบริหารความเสี่ยงเป็น สิ่งที่ช่วยให้การบริหารงานของธุรกิจโรงแรม สามารถหลีกเลี่ยงจากการล้มละลายได้ เนื่อง จาก การรายงานข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็น และมี ประสิทธิภาพ รวมถึงช่วยหลีกเลี่ยงความเสียหาย ต่อชื่อเสียงของธุรกิจโรงแรมและผลกระทบที่ เกิดขึ้นได้

การประเมินความเสี่ยงเชิงบูรณาการไม่มี ผลกระทบต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมใน จังหวัดลำปาง อาจเป็นไปได้ว่าผู้ให้ข้อมูลหลักครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้จัดการโรงแรม และมีประสบการณ์ ในการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 5-10 ปี ซึ่งถือเป็น ช่วงระยะเวลาที่เริ่มสะสมประสบการณ์สำหรับ พัฒนาธุรกิจ จึงทำให้ยังขาดมุมมองในการดำเนิน ธุรกิจเมื่อต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่มาจากภายนอก และอาจเป็นเพราะบทบาทที่ได้รับผิดชอบยังไม่

สามารถบริหารจัดการได้อย่างเต็มประสิทธิภาพซึ่ง ต้องผ่านความเห็นชอบจากเจ้าของธุรกิจโรงแรมอยู่ ซึ่งทำให้การตัดสินใจในการประเมินความเสี่ยง เบื้องต้นในบางครั้งทำได้ยากและอาจไม่ครอบคลุม กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าว สอดคล้องกับแนว ทางการบริหารความเสี่ยงของตลาดหลักทรัพย์แห่ง ประเทศไทย (2547) กล่าวว่าผู้บริหารทุกองค์การ ยอมรับการบริหารความเสี่ยงในองค์การ ซึ่งเป็น ความพยายามในการสร้างหรือเพิ่มมูลค่าให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ถึงแม้ความไม่แน่นอนอาจกระทบ ต่อการดำเนินธุรกิจ แต่ความไม่แน่นอนทางธุรกิจ เปรียบเสมือนดาบสองคม คือ อาจก่อให้เกิด ผลลัพธ์ทางบวกที่ก่อให้เกิดโอกาสแก่องค์การ หรือ อาจก่อให้เกิดผลลัพธ์ในทางลบซึ่งเป็นความท้าทาย ของผู้บริหารที่ต้องใช้ความสามารถและโอกาสให้ เกิดประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์องค์การ หรือ กำหนดระดับความเสี่ยงที่เหมาะสมกับองค์การที่ ยอมรับได้ ซึ่งองค์ประกอบหนึ่งของการบริหาร ความเสี่ยง คือ การประเมินความเสี่ยงเป็นขั้นตอน ที่เน้นการประเมินโอกาสและผลกระทบที่จะส่งผล ต่อวัตถุประสงค์องค์การทำให้ส่งผลกระทบระดับ ต่ำ และเกิดผลกระทบระดับสูงต่อเหตุการณ์ที่ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงต้องมีการประเมินความ เสี่ยงทั้งก่อนและหลังดำเนินการเพื่อเป็นการ ควบคุมการดำเนินงานอีกทางหนึ่ง สอดคล้องกับ ผลงานวิจัยของ โชติอาภาณ์ พัฒนาวงษ์ชัยกุลและ ชื่นจิตร อังวรารงค์ (2560) ผลการวิจัยพบว่า การ ประเมินความเสี่ยงขององค์การยังขาด ประสิทธิภาพเนื่องจากขาดการระบุความเสี่ยงที่ เกิดขึ้นจากภายในและภายนอกองค์การมี ผลกระทบต่อการปฏิบัติงาน ขาดการประเมิน ระดับความเสี่ยงและวิเคราะห์ผลกระทบของระดับ ความเสี่ยงรวมถึงโอกาสที่อาจเกิดความเสี่ยงขึ้นใน หน่วยงานต่อไป ขาดการพิจารณาถึงต้นทุนหรือ ค่าใช้จ่ายในการจัดการความเสี่ยงในหน่วยงาน รวมทั้งการติดตามผลการปฏิบัติตามวิธีการควบคุม ที่กำหนด เพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยงที่อาจจะ

เกิดขึ้น ทำให้องค์การไม่สามารถป้องกันหรือลดความเสี่ยงที่ทำให้องค์การดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพตามที่กำหนดไว้ได้ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริรัตน์ เกรียนเจริญกุล (2555) พบว่าการบริหารธุรกิจโรงแรมมีการกำหนดให้จัดทำรายงาน และมีการติดตาม ประเมินผลตามระยะเวลาที่เหมาะสมอย่างชัดเจน อีกทั้งควรให้ความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงการกำหนดระเบียบหลักเกณฑ์ การปฏิบัติตลอดจนกระบวนการต่าง ๆ ทั้งในการปฏิบัติงานและในการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์การอย่างชัดเจน เพื่อให้ถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด เพื่อลดความเสี่ยงหรือเหตุการณ์ที่อาจเกิดผลกระทบต่อองค์การและสามารถจัดการ และป้องกันความเสี่ยงได้อย่างทันทั่วที่ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปางควรให้ความสำคัญต่อการจัดการความเสี่ยงเชิงบูรณาการ เพราะสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ควรมีการวิเคราะห์โอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงและความรุนแรงจากผลกระทบที่จะเกิดขึ้นเพื่อใช้ในการตัดสินใจของผู้บริหาร รวมถึงจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงเพื่อเตรียมรับมืออย่างทันทั่วที่ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจโรงแรมอื่นได้ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของการจัดการความเสี่ยงและความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปาง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปางมีการจัดทำเป้าหมาย วิสัยทัศน์หรือโครงสร้างการบริหารงานของโรงแรมที่ชัดเจนนั้น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปางควรจัดทำแผนการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจอย่างเป็นลายลักษณ์อักษร ที่มีกระบวนการหรือแผนการดำเนินการจัดการความเสี่ยงที่ชัดเจน เพื่อให้เป็น

คู่มือสำหรับบุคลากรของโรงแรม และจัดการอบรมบุคลากรในโรงแรมให้เกิดความเข้าใจและเตรียมรับมือกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม

2. การประเมินความเสี่ยงเชิงบูรณาการไม่ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดลำปาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย -0.062 ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีรูปแบบการประเมินความเสี่ยงที่หลากหลาย และมีการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์การณ โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นพลวัต รวมถึงเหตุการณ์ที่กระทบต่อธุรกิจโดยไม่คาดคิด

3. องค์การที่มีความสามารถในการควบคุมภายในบริหารความเสี่ยงที่ดีจะสามารถเผชิญกับเหตุการณ์ที่มากระทบกับธุรกิจได้ ซึ่งควรนำมาวิเคราะห์ก่อนการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาเชิงนโยบาย

1. ถึงแม้ว่าสำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดลำปางจะมีการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงรุกของจังหวัดลำปาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พัก การเดินทางขนส่ง แผนการท่องเที่ยวตามปฏิทินกิจกรรม การจัดประชุมกลุ่มผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเพื่อหารือแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด แต่การสนับสนุนดังกล่าวของการท่องเที่ยวจังหวัดลำปางควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และควรวางแผนการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยเชิงพาณิชย์

1. ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดลำปางและเขตภาคเหนือควรสร้างเครือข่ายกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก โดยจัดให้มีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ในการนำข้อมูลที่ได้ประกอบการตัดสินใจแก่กลุ่มลูกค้าให้ได้เลือกเข้ามาใช้บริการ

2. ความอยู่รอดของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก ควรคำนึงถึงความสามารถในการรองรับการเปลี่ยนแปลงองค์การของผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรม ซึ่งมองลึกเข้าไปถึงทรัพยากรที่เป็นจุดแข็ง ของธุรกิจ ผ่านการบูรณาการความเสี่ยงได้อย่าง เหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

กวิณภพ สายเพ็ชร. (2564). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 (COVID-19) กับโอกาสในการปรับตัวทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 23(1), 207-219.

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562*. สืบค้น 27 เมษายน 2564, จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20200123132729.pdf.

จิรพร สุเมธีประสิทธิ์. (2563). *Business Risk - การบริหารความเสี่ยงทางธุรกิจต้องเข้มข้นมากขึ้น - เรื่องที่ 340*. สืบค้น 27 เมษายน 2564, จาก <https://chirapon.wordpress.com/tag/ความเสี่ยงทางธุรกิจ>.

โชติอาภาณ พัฒนาวงษ์ชัยกุล และชื่นจิตร อังวรารวงศ์. (2560). การประเมินประสิทธิภาพการควบคุมภายในตามแนวคิด COSO กรณีศึกษา: กองคลัง เทศบาลตำบลเมืองเก่า จังหวัดขอนแก่น. *วารสารบริหารธุรกิจศิลปศาสตร์ ราชชมคล้านนา*, 5(1), 82-96

ญาณิศา เผื่อนพะ. (2562). การจัดการความเสี่ยงในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 21(1), 191-199.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2547). *แนวทางการบริหารความเสี่ยง (ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

วนิดา รักความสุข. (2562). *แนวทางการจัดการความเสี่ยงและการบริหารการจัดการอย่างยั่งยืนของธุรกิจโฮสเทลในเขตจังหวัดชลบุรี*. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

วรรณพร ผิวดิ. (2555). *การศึกษากิจการความเสี่ยงของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท จังหวัดกระบี่*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

วรัญญา เยวรัตน์ ลี. (2560). *ปัจจัยสาเหตุที่ส่งอิทธิพลต่อการพัฒนาเพื่อความอยู่รอดขององค์การธุรกิจในประเทศไทย*. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

วัฒนา ทนงค์แสง และชวลี ณ ถลาง. (2560). รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กเขตพื้นที่จังหวัดตราด. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 13(3), 1-12.

ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจ ธุรกิจและเศรษฐกิจฐานราก ธนาคารออมสิน. (2562). *ธุรกิจโรงแรม*. สืบค้น 7 ตุลาคม 2562, จาก https://gsb.or.th/getattachment/2d71f78d-6d9a-4e68-934f-3c88a9aa4b73/hotel_11_61.aspx.

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) สพร. (2564). *นโยบายและคู่มือบริหารความเสี่ยง*. ส่วนความเสี่ยงและกำกับดูแล สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) สพร.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). *สำรวจการประกอบกิจการโรงแรมและเกสต์เฮาส์ พ.ศ. 2559*. สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

สำนักงานสถิติจังหวัดลำปาง. (2559). *สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง*. สืบค้น 7 ตุลาคม 2562, จาก http://lampang.nso.go.th/index.php?option=com_cont

- ent&view=article&id=273:2018-08-08-09-23-45&catid=105:2012-01-09-07-07-49&Itemid=657.
- สิริรัตน์ เกวียนเจริญกุล. (2555). *ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- เสาวณี จันทะพงษ์. (2564). *ผลกระทบและการปรับตัว (Resilience) ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารช่วงโควิด-19: วิเคราะห์จากหลักคิด Outside-In*. สืบค้น 26 ตุลาคม 2564, จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_26Oct2021.aspx.
- Althonayan, A., Keith, J. & Misiura, A. (2011). *Aligning Enterprise Risk Management with Business Strategy an Information System*. European, Mediterranean & Middle Eastern Conference on Information Systems 2011. May 30-31, 2011.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Grant, R.M. (1991) The Resource-Based Theory of Competitive Advantage. *California Management Review*, 33, 114-135.
- Gujarati, D.N. , & Porter, D.C. (2009). *Basic Econometrics* (5th Edition). New York: McGraw Hill.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New York: Pearson.
- Marlena, B. (2004). *Risk control methods in a hotel operation*. The Poznań University of Economics. https://www.academia.edu/5105962/Risk_control_methods_in_a_hotel_operation.
- Marquardt, M. J. (1996). *Building the Learning Organization: A System Approach to Quantum Improvement and Global Success*. New York: McGraw-Hill.
- Njagi, C. G. (2016). *The effects of risk management practices in performance of hotel in Mombasa county (Master of Science in Finance)*. Kenya: University of Nairobi.
- Ray, G., Barney, J. B., & Muhanna, W. A. (2004). Capabilities, business processes, and competitive advantage: Choosing the dependent variable in empirical tests of the resource-based view. *Strategic Management Journal*, 25(1), 23-37.
- Wade, V. M. (2006). *Likert-type scale response anchors*. Clemson International Institute for Tourism & Research Development, Department of Parks, Recreation and Tourism Management. Clemson University.
- Wernerfelt, B. (1984) The Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-180.
- Wilson, T.D. (1999). Models in information behaviour research. *Journal of Documentation*, 55(3): 249-270.

การประมาณต้นทุนในโครงการจัดทำแม่พิมพ์ปั๊มชิ้นส่วนรถยนต์ โดยวิธีประมาณแบบพารามตริก

The Project Cost Estimation for Die Making of Automotive Parts by Parametric Estimation Method

สุชนาริ ลิมปิโสภณ^{1*} และดันดุสิต โปราณานนท์²

Suchanare Limpisophon^{1*} and Dundusid Porananond²

¹ นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

² ประธานสาขาการบริหารโครงการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

¹ Student of Master of Business Administration, Faculty of Graduate School of Management and Innovation of King Mongkut's University of Technology Thonburi.

² Chairman of Project Management Program, Master of Business Administration, Graduate School of Management and Innovation, King Mongkut's University of Technology Thonburi.

* E-mail: suchanare.lim@gmail.com

Received June 14, 2021; Revised August 29, 2021; Accepted December 26, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประมาณต้นทุน ในโครงการจัดทำแม่พิมพ์ปั๊มชิ้นรูปชิ้นส่วนรถยนต์ของหน่วยงานเอกชนแห่งหนึ่ง รวมถึงพัฒนาและทดสอบแบบจำลองในการทำนายต้นทุนของโครงการจัดทำแม่พิมพ์ โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์ทางสถิติแบบการถดถอยพหุคูณ จากข้อมูลในโครงการจัดทำแม่พิมพ์ในอดีต ตั้งแต่ พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2563 จำนวน 35 โครงการ โดยใช้ข้อมูลจาก 29 โครงการในการพัฒนาต้นแบบสมการ และใช้ข้อมูลจากอีก 6 โครงการ ในการทดสอบความแม่นยำของการประมาณการต้นทุนโดยใช้ต้นแบบสมการดังกล่าว

จากผลการวิจัยและทดสอบสมมติฐานทางสถิติจากข้อมูล 29 โครงการ โดยการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน ร่วมกับการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประมาณต้นทุนในโครงการจัดทำแม่พิมพ์ตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ปัจจัยด้านน้ำหนักของแม่พิมพ์ ปัจจัยด้านขนาดของชิ้นงาน ปัจจัยด้านเวลาที่ใช้จัดทำแม่พิมพ์ ปัจจัยด้านวัสดุที่ใช้ทำชิ้นงาน ปัจจัยด้านความหนาของชิ้นงาน และปัจจัยด้านจำนวนครั้งในการทดสอบปั๊มชิ้นรูป นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณสามารถพัฒนาสมการทำนายต้นทุนโครงการจัดทำแม่พิมพ์ โดยใช้การคัดเลือกปัจจัยเข้าสมการโดยวิธีการเลือกแบบถดถอยหลัง (Backward Selection) พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านน้ำหนักของแม่พิมพ์ ปัจจัยด้านขนาดของชิ้นงาน และปัจจัยด้านเวลาที่ใช้จัดทำแม่พิมพ์ ที่เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อต้นทุนของโครงการ ซึ่งสามารถใช้เป็นตัวแปรในสมการทำนายต้นทุนของโครงการจัดทำแม่พิมพ์

หลังจากได้สมการต้นแบบในการทำนายต้นทุนแล้ว สมการดังกล่าวได้ถูกทดสอบโดยใช้ข้อมูลในอดีตของโครงการอีก 6 โครงการ ที่มาจากโครงการจัดทำแม่พิมพ์สำหรับปั๊มชิ้นรูปชิ้นส่วนรถยนต์ขนาดใหญ่ 3 โครงการ

และขนาดเล็ก 3 โครงการ พบว่าสมการต้นแบบในการทำนายต้นทุนให้ความแม่นยำสูงถึงร้อยละ 95 ซึ่งผลของงานวิจัยนี้สามารถต่อยอดนำไปใช้ในกระบวนการควบคุมต้นทุนของโครงการจัดทำแม่พิมพ์ในอุตสาหกรรมจริงได้ ทั้งจากตัวต้นแบบสมการในการประมาณต้นทุน และวิธีการในการพัฒนาแบบจำลองดังกล่าว

คำสำคัญ: การประมาณต้นทุน, การพัฒนาสมการทำนายต้นทุน, โครงการจัดทำแม่พิมพ์ปั๊มขึ้นรูปชิ้นส่วนรถยนต์

Abstract

The study aimed to find the factors influencing cost forecasting of press dies making for automotive parts forming projects from a private company. Including to develop and test the cost prediction equations for dies making projects derived from multiple regression statistical analysis processes using data from 35 projects of dies making during 2012 to 2020, which are divided into two parts, for model developing 29 projects and model testing 6 projects.

The results of data analysis from 29 project using Pearson correlation analysis together with Multiple regression analyzes, it was found that factor of dies weight, factor of part size, factor of time to produce dies, factors of part material, factors of part thickness and factor of the number of times to test that influence the cost estimate in the dies making project respectively. In addition, the multiple regression analysis results were able to develop a cost prediction equation for the dies making project. Using the selection of factors into the equation by the Backward selection method. It was found that the major factors that have significantly impact to cost are the factor of dies weight, factor of part size and factor of time to produce dies. These factors can be used as a variable in the cost prediction equation of a dies making project.

In final step, the cost forecasting equation has been tested by using data from 6 projects which are 3 large size projects and 3 small size projects. It was found that the cost prediction equation gave 95% accuracy which could be further extended to use for the cost control process of the dies making project for this industry for both of the model equation itself and methodology to develop this model.

Keyword: Cost Estimation, Cost Forecasting Equation Development, Press Dies Making for Auto Parts Forming Project

บทนำ

ในปัจจุบันธุรกิจยานยนต์ของประเทศไทย มีสภาพการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากมีอุปทานที่เพิ่มขึ้น ทั้งจากการผลิตชิ้นส่วนประกอบรถยนต์ในประเทศไทย และจากการนำเข้ารถยนต์จากต่างประเทศ ส่งผลให้อุตสาหกรรมยานยนต์

มีการปรับตัวในการจัดสรรต้นทุนในองค์กรให้ดีขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

ในการพัฒนารถยนต์โมเดลใหม่ มักมีต้นทุนในการจัดทำแม่พิมพ์ ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการขึ้นรูปชิ้นส่วนรถยนต์ที่ค่อนข้างสูง ซึ่งองค์กรได้มีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อลดต้นทุนในส่วนนี้ ให้มี

ความสามารถ ในการแข่งขันที่มากขึ้นเช่นกัน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการบริหารต้นทุนการจัดทำแม่พิมพ์จะมีความสำคัญมาก แต่เนื่องด้วยกระบวนการผลิตแม่พิมพ์มีความซับซ้อนหลายขั้นตอน ตั้งแต่การออกแบบหล่อขึ้นรูปแม่พิมพ์กัดผิวแม่พิมพ์ ประกอบแม่พิมพ์ ทดสอบแม่พิมพ์โดยการปั๊มขึ้นรูปจนกระทั่งติดตั้งแม่พิมพ์ที่เครื่องจักรจนเสร็จสิ้น ทำให้การประมาณต้นทุนเพื่อจัดการต้นทุนเป็นเรื่องยาก ซึ่งองค์กรส่วนใหญ่มักทำนายต้นทุนนี้ โดยการใช้ผู้เชี่ยวชาญประมาณ ซึ่งวิธีนี้มีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ทำให้องค์กรพยายามหลีกเลี่ยงวิธีนี้และเปลี่ยนมาใช้วิธีการประมาณต้นทุนจากการเทียบโครงการที่คล้ายคลึงกันในอดีต ซึ่งมีความแม่นยำค่อนข้างต่ำ โดยจากการศึกษา พบว่าทั้งวิธีการประมาณโดยผู้เชี่ยวชาญ และวิธีการประมาณแบบเทียบโครงการที่คล้ายคลึงกัน ยังให้ความแม่นยำอยู่ในระดับที่ยากต่อการจัดการต้นทุนของโครงการในอนาคต

การประมาณต้นทุนที่แม่นยำมีความสำคัญกับการควบคุมต้นทุนและยังเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การบริหารต้นทุนของโครงการประสบความสำเร็จ ด้วยการทำนายต้นทุนที่แม่นยำจะเกิดได้ โดยการศึกษาถึงความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนการจัดทำแม่พิมพ์ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงสนใจแนวคิดที่เกี่ยวกับการทำนายต้นทุน โดยการใช้ข้อมูลโครงการในอดีต เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำนายต้นทุน รวมถึงพัฒนาสมการทำนายต้นทุนการจัดทำแม่พิมพ์โดยใช้ทฤษฎีทางสถิติในการศึกษา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประมาณต้นทุนโครงการจัดทำแม่พิมพ์ปั๊มขึ้นส่วนรถยนต์

2. เพื่อพัฒนาสมการต้นแบบการประมาณต้นทุนโครงการจัดทำแม่พิมพ์ปั๊มขึ้นส่วนรถยนต์โดยใช้วิธีการทางสถิติ

3. เพื่อทดสอบสมการต้นแบบถึงความแม่นยำในการประมาณต้นทุนในโครงการจัดทำแม่พิมพ์ปั๊มขึ้นส่วนรถยนต์

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้เรียบเรียงแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษางานวิจัย ดังนี้

1. แม่พิมพ์ปั๊มโลหะ และการจัดทำแม่พิมพ์ (Press Dies and Dies Making Process)

การผลิตสินค้าในปริมาณมาก (Mass Production) มักจะใช้แม่พิมพ์เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการทำสินค้าในสายการผลิตนั้น ๆ มีลักษณะและรูปทรงที่เหมือนกัน โดยแม่พิมพ์ (Dies) จะมีนิยามที่หมายถึง สิ่งที่ใช้ขึ้นรูปวัสดุใด ๆ ให้เป็นไปตามรูปแบบเดียวกัน ซึ่งมีความประสงค์หลักเพื่อให้ชิ้นงานมีคุณภาพและมีความเที่ยงตรงเป็นไปตามแบบในระยะยาว ซึ่งแม่พิมพ์ที่ใช้ในการผลิตวัสดุในแต่ละชนิด จะมีรูปทรงที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งานและคุณสมบัติของวัสดุเอง ซึ่งสำหรับการผลิตวัสดุที่เป็นเหล็กแผ่นจะใช้แม่พิมพ์แบบปั๊ม (Press Dies) เป็นหลัก โดยวารุณีเปรมานนท์, และพงศ์พันธ์ แก้วดาทิพย์ (2560).

แม่พิมพ์ปั๊มขึ้นรูปแผ่นโลหะ (Metal Sheet Forming Press Dies) เป็นเครื่องมือพิเศษสำหรับการขึ้นรูปวัสดุโลหะซึ่งใช้แรงในแนวตั้งเคลื่อนที่ขึ้น และลงของเครื่องปั๊มในการขึ้นรูปโลหะแผ่น โดยมี 9 กรรมวิธีขึ้นรูปที่ใช้ประกอบกับแม่พิมพ์ปั๊ม ได้แก่ การปั๊มเจาะ (Blanking) การเจาะรู (Piercing) การดัด (Bending) การลากขึ้นรูป (Drawing) การปั๊มบุ (Embossing) การปั๊มจมน (Coining) การบีบอัด (Swaging) การผ่านขอบ (Shaving) การตัดขอบ (Trimming)

โดยแม่พิมพ์ปั๊มโลหะแบ่งได้เป็น 2 ชนิดของแม่พิมพ์ ได้แก่

1.1 แม่พิมพ์ปั๊มงานแบบขึ้นตอนเดียว (Single Die) คือ แม่พิมพ์ที่มีการปั๊มขึ้นงานได้ลักษณะงานแบบเดียว เช่น ตัดรูอย่างเดียว หรือตัด

เหรียญขึ้นงานอย่างเดียว

1.2 แม่พิมพ์ผสม (Compound Die) คือ แม่พิมพ์ทำงานตัดตั้งแต่สองกรรมวิธีขึ้นไป ให้อยู่ในการปั๊มในครั้งเดียว เช่นการตัดเหรียญ และเจาะรูอยู่ในการปั๊มงานหนึ่งครั้ง

1.3 แม่พิมพ์รวม (Combination Die) คือ แม่พิมพ์ที่ทำงานเหมือนแม่พิมพ์ผสม นอกจากทำงานตัดแล้วจะทำงานอย่างอื่นไปพร้อมกันได้ด้วย เช่นการตัดและการลากขึ้นรูป เป็นต้น

1.4 แม่พิมพ์แบบต่อเนื่อง (Progressive Die) คือ แม่พิมพ์ที่มีสถานีการปั๊มมากกว่าหนึ่งสถานี และแผ่นโลหะ (Strip) จะถูกป้อนผ่านแต่ละสถานี จนได้รูปร่างชิ้นงานที่ต้องการ และตัดชิ้นงานออกจากแผ่นโลหะที่สถานีการทำงานสุดท้าย

1.5 แม่พิมพ์ส่งผ่าน (Transfer Die) คือ แม่พิมพ์ที่มีสถานีการปั๊มมากกว่าหนึ่งสถานี คล้ายกับ แม่พิมพ์แบบต่อเนื่อง แต่ต่างกันที่ชิ้นงานที่ออกจากแต่ละสถานีปั๊มจะใช้กลไกอัตโนมัติส่งผ่านชิ้นงานไปสู่สถานีถัดไป จนได้ชิ้นงานที่ต้องการ

ธรรมณชาติ วันแต่ง (2018) ได้กล่าวไว้ว่า สำหรับกระบวนการจัดทำแม่พิมพ์ปั๊มทุกโครงการ จะมีขั้นตอนการจัดทำที่คล้ายคลึงกัน โดยจะเริ่มต้นจากการพิจารณาชิ้นส่วนที่ต้องการขึ้นรูป และวางแผนงานโดยการแยกกรรมวิธี ในการผลิตชิ้นส่วนของแต่ละสถานี โดย ขั้นตอนถัดมา จะดำเนินการจัดทำแม่พิมพ์ผ่านกระบวนการออกแบบ ซึ่งเป็นการกำหนดแนวทางเดินเครื่องจักรกลเพื่อกัดผิวแม่พิมพ์ จากนั้นเป็นการขึ้นแบบหล่อแม่พิมพ์ และหล่อแม่พิมพ์ หลังจากนั้นจะดำเนินการกัดผิวแม่พิมพ์ทั้งแบบหยาบและแบบละเอียด จากนั้นจึงประกอบแม่พิมพ์และทดลองปั๊มแผ่นโลหะ ก่อนส่งมอบแม่พิมพ์สู่ลูกค้า

2. แนวคิดการประมาณต้นทุน (Cost Estimation)

การวิเคราะห์และประมาณต้นทุน รวมถึง

การวัดประสิทธิผลของการประมาณต้นทุนเป็นหนึ่งในเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ที่ใช้ เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบทางเลือกของวิธีการประมาณต้นทุนให้ได้คุณประโยชน์มีความเหมาะสมกับต้นทุนที่สูญเสียไปมากที่สุดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของโครงการ ซึ่งโครงการสามารถคาดการณ์ต้นทุนได้แต่อาจไม่แม่นยำ แต่ถ้าต้องการความแม่นยำมากขึ้น จะต้องใช้รายละเอียด และเวลาในการประมาณต้นทุนจำนวนมาก โดยวิธีการประมาณต้นทุนสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภทดังนี้

2.1 สอบถามผู้เชี่ยวชาญ (Expert Judgement) คือการประมาณต้นทุนโดยการสอบถามบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ ในด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องหรือโครงการที่คล้ายคลึงกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลต้นทุนโครงการนั้น ๆ

2.2 การประมาณแบบอะนาโลกัส (Analogous Estimating) คือ การประมาณต้นทุนที่ใช้ข้อมูลต้นทุนของโครงการที่เคยเกิดขึ้นจริงในอดีตที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน มาเป็นพื้นฐานในการอ้างอิงสำหรับโครงการที่จะประมาณการต้นทุนในปัจจุบัน หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าการประมาณจากบนลงล่าง (Top-down Estimating) ยกตัวอย่างเช่น โครงการก่อนหน้านี้ที่คล้ายกันนี้มีต้นทุนเท่าไร โครงการนี้ก็จะมีต้นทุนประมาณเท่านั้น

2.3 การประมาณแบบพารามेटริก (Parametric Estimating) คือ การประมาณต้นทุนโดยใช้ความสัมพันธ์ทางสถิติของตัวแปรต่าง ๆ ของข้อมูลต้นทุนโครงการที่มีในอดีต มาสร้างแบบคำนวณ เพื่อประมาณการต้นทุนโครงการในปัจจุบัน โดยความแม่นยำของการประมาณการขึ้นอยู่กับความซับซ้อนและปริมาณของข้อมูลในอดีตที่ใช้อ้างอิง ยกตัวอย่างเช่น ต้นทุนการติดตั้งต่อตารางเมตร ต้นทุนก่อสร้างถนนต่อกิโลเมตร เป็นต้น

2.4 การประมาณการจากล่างขึ้นบน (Bottom-up Estimating) คือ การประมาณต้นทุนแบบละเอียด โดยคำนวณต้นทุนในกิจกรรมย่อยและรวมต้นทุนสะสมในกิจกรรมที่มีระดับสูงกว่าจนได้ต้นทุนรวมทั้งโครงการ ซึ่งความแม่นยำจะขึ้นอยู่กับความละเอียดในการแบ่งแยกกิจกรรมว่าถูกต้อง และสมบูรณ์เพียงใด แต่วิธีการนี้จะใช้เวลาในการประมาณต้นทุนมากตามไปด้วย

2.5 การประมาณการแบบจุด 3 จุด (Three-point Estimating) คือ การประมาณการที่พิจารณาถึงความไม่แน่นอนและความเสี่ยงที่จะเกิด โดยใช้ค่า 3 ค่า ในสถานการณ์ที่ดีที่สุด (CO) สถานการณ์ปกติ (CM) และสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด (CP) โดยการคำนวณหาค่าประมาณการจะสามารถหาได้จากสมการ

$$C_E = \frac{(C_O + 4C_M + C_P)}{6}$$

สำหรับการประมาณต้นทุนของโครงการมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลายงานวิจัย โดยส่วนใหญ่จะใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณในการกำหนดตัวแปรเข้าสมการ ตัวอย่างเช่น วรธนะ ประภาภรณ์ (2562) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปริมาณวัสดุก่อสร้างสำหรับอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก ระหว่างวิธีแบบจำลองการถดถอยเชิงซ้อน และวิธีโครงข่ายประสาทเทียม ที่เป็นการศึกษาโครงการก่อสร้างอาคารคอนกรีตเสริมเหล็กจำนวน 136 โครงการ เพื่อพัฒนาสมการต้นแบบด้วยวิธีการถดถอยเชิงซ้อน ซึ่งกำหนด 5 ปัจจัย ได้แก่ ปริมาณคอนกรีต ปริมาณเหล็กเสริมคอนกรีต ปริมาณแบบหล่อ ปริมาณงานก่อ และพื้นที่ประตูหน้าต่าง โดยมีการทดสอบจากการสุ่มตัวอย่างของข้อมูลที่ใช้ศึกษาจำนวน 44 โครงการ

นันทชัย กานตานันทะ, และ วุฒิชัย จันทร์อินทร์ (2560) ได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนาการถดถอยสำหรับการประมาณต้นทุน

ขั้นต้นงานก่อสร้างทอส่งก๊าซธรรมชาติโพลีเอทิลีนความหนาแน่นสูงในนิคมอุตสาหกรรมของประเทศ ไทย โดยประยุกต์ใช้วิธีแบบพารามетริก ในการวิเคราะห์ต้นทุนงานก่อสร้างทอส่งก๊าซธรรมชาติโพลีเอทิลีนความหนาแน่นสูงจำนวน 46 โครงการ เพื่อสร้างสมการต้นแบบประมาณต้นทุนโครงการ จากนั้นจึงทดสอบหาค่าความคลาดเคลื่อนที่ให้ค่าต่ำที่สุด เพื่อให้ได้สมการที่เหมาะสมที่สุด

เจษฎา ศรีสกุลไทย (2557) ได้ศึกษาการประมาณต้นทุนเบื้องต้นสำหรับโครงการก่อสร้างระบบรางคู่ โดยพิจารณาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อต้นทุนโครงการ พัฒนาศักยภาพทางสถิติในการประมาณต้นทุนโดยประยุกต์ใช้ทั้งหมด 3 วิธี ได้แก่ วิธีการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) วิธีการโครงข่ายประสาทเทียม (Artificial Neural Network) และวิธีการหาค่าที่เหมาะสม (Simplex Optimization) จากนั้นพัฒนาดัชนีที่ใช้ในการปรับแก้ต้นทุนที่เปลี่ยนไปตามช่วงเวลา เพื่อเป็นสมการทางสถิติการประมาณต้นทุนให้มีค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

อีกตัวอย่างของงานวิจัยเป็นของ ปารรภ ผดุงไทย (2544) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาสมการทางสถิติการประมาณต้นทุนโครงการก่อสร้างอาคารประเภทต่าง ๆ คือ หอพัก โรงแรม สำนักงาน อาคารเรียน และที่พักอาศัย โดยใช้วิธีการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) และกำหนดตัวแปรอิสระตามแนวทางการออกแบบทางวิศวกรรมและสถาปัตยกรรม ได้แก่ งานเตรียมงาน งานสถาปัตยกรรม งานโครงสร้าง งานสุขาภิบาล งานไฟฟ้า และงานปรับอากาศ ซึ่งสมการทางสถิติที่ได้มานั้นสามารถนำไปใช้ในการตั้งงบประมาณโครงการใหม่ และสามารถตรวจสอบความถูกต้องของการประมาณต้นทุนได้อย่างละเอียด

นอกจากนี้ยังมีวิธีการคิดต้นทุนตามกิจกรรม (Activity Based-costing) ในการประมาณการต้นทุนของโครงการ อย่างเช่น

งานวิจัยของธงชัย เอี่ยมคณิตชาติ (2543) ที่ได้มี การพัฒนาสมการทางสถิติการประมาณต้นทุนการ ติดตั้งงานด้านเครื่องกลในโครงการก่อสร้าง โรงไฟฟ้า ประกอบด้วย 21 กิจกรรมย่อย ใน 5 กิจกรรมหลัก และ 11 กิจกรรมย่อย ใน 5 กิจกรรมเสริม ซึ่งรวบรวมค่าใช้จ่ายทั้งทางตรงและทางอ้อม สร้างรูปแบบการปันส่วนตามกิจกรรม แล้วทำการ คำนวณต้นทุนรวมของโครงการ ซึ่งจะได้ความ ละเอียดแม่นยำสูง แต่ใช้เวลาในการประมาณ ต้นทุนค่อนข้างนาน

ตัวอย่างงานวิจัยเกี่ยวกับต้นทุนโครงการ ในต่างประเทศ ได้แก่งานวิจัยของ Gregory, P. (2016) ที่ได้ศึกษากระบวนการประมาณต้นทุน แบบพาราเมตริก (Parametric Estimating) สำหรับงานปรับปรุงอาคารของมหาวิทยาลัย อลาสก้า โดยการวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนงาน โครงการในอดีตจำนวน 50 โครงการ และพัฒนา เป็นสมการทางสถิติวิธีการถดถอยเชิงเส้น แบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อ อำนาจความสะดวกในการจัดตั้งงบประมาณ และ สามารถช่วยให้ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยมี ทางเลือกในการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

รวมถึง Zhang, H., Jiang, H., Xin, N., & Wang, F. (2014) ที่ได้ศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มี อิทธิพลต่อต้นทุนการสร้างท่าอากาศยานแห่งหนึ่ง ในประเทศจีน กำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งหมด 24 ปัจจัย ได้แก่ น้ำหนัก (Weight) ปริมาตร (Volume) จำนวนของโปรโตไทป์ (Number of Prototype) ความหนาแน่นของต้นทุนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (Cost Density of Electronics Parts) ความ หนาแน่นของต้นทุนอุปกรณ์เครื่องกล (Cost Density of Mechanical Parts) เป็นต้น และ นำไปพัฒนาสมการทางสถิติทางคณิตศาสตร์ โดย การวิเคราะห์แบบถดถอยแบบไม่เป็นเชิงเส้น (Non-linear Regression Analysis) เพื่อพัฒนา วิธีการประมาณต้นทุนการสร้างของท่าอากาศยาน ในประเทศจีน

ในส่วนของการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการ ประมาณราคาของแม่พิมพ์โดยตรง มีงานวิจัยของ Hassan, M.F. (2010) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อ ต้นทุน และพัฒนาโปรแกรมการจัดทำใบเสนอ ราคาของการจัดทำแม่พิมพ์ทุกประเภท โดยใช้ ข้อมูลจากการเสนอราคาการจัดทำแม่พิมพ์ของ บริษัทจัดทำแม่พิมพ์แห่งหนึ่ง รวมถึงมีการ สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผล ต่อต้นทุน ซึ่งได้แก่ ขนาดแม่พิมพ์ วัสดุที่ใช้ทำ แม่พิมพ์ น้ำหนักแม่พิมพ์ และความซับซ้อนในการ ทำแม่พิมพ์ จากนั้นนำข้อมูลที่สร้างสมการด้วย วิธีการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) มาใส่โปรแกรมการประมาณ ราคา เพื่อนำโปรแกรมไปใช้งานในอุตสาหกรรม จริง ซึ่งข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุน และวิธีการ ในการพัฒนาต้นแบบสมการในงานวิจัยเหล่านี้ได้ ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เช่นเดียวกัน

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบแนวทางวิธีการและปัจจัยในการ ประมาณต้นทุนแม่พิมพ์ปั๊มชิ้นส่วนรถยนต์ เพื่อสร้างสมการทางสถิติ

2. เก็บรวบรวมข้อมูล โครงการจัดทำ แม่พิมพ์ปั๊มชิ้นส่วนรถยนต์ตั้งแต่ พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2563 โดยการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง จำนวนทั้งหมด 35 โครงการ โดยแบ่ง ข้อมูลเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนข้อมูลที่ใช้พัฒนา สมการต้นแบบ จำนวน 29 โครงการ และ ส่วนข้อมูลที่ใช้ในการทดสอบความแม่นยำ จำนวน 6 โครงการ แบ่งเป็นแม่พิมพ์ขนาดเล็กและใหญ่ แบบละ 3 โครงการ ซึ่งข้อมูลที่ใช้ทดสอบ จะกำหนดจากขนาดกว้างและยาวของชิ้นงาน ที่มีขนาดไม่เกิน 1.5 ตารางเมตร เป็นแม่พิมพ์ ขนาดเล็ก และสำหรับแม่พิมพ์ที่ใช้ขึ้นรูปชิ้นงาน ที่มีขนาดมากกว่าหรือเท่ากับ 1.5 ตารางเมตร ขึ้นไป เป็นแม่พิมพ์ขนาดใหญ่

และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์จัดทำแม่พิมพ์ปั๊มโลหะขึ้นรูปชิ้นส่วนรถยนต์มากกว่า 5 โครงการ จำนวน 5 คน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนและการประมาณต้นทุนที่ใช้ในรอบแนวคิดในขั้นตอนถัดไป

3. ขั้นตอนการกำหนดกรอบแนวคิด โดยใช้ข้อมูลในขั้นตอนการกำหนดปัจจัย เพื่อการพัฒนาสมการที่ได้จากประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญและการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรต้นคือปัจจัยทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ขนาดชิ้นงาน เวลาที่ใช้ทำของแม่พิมพ์ น้ำหนักของแม่พิมพ์ และวัสดุที่ใช้ทำแม่พิมพ์ปั๊มชิ้นส่วนรถยนต์ และตัวแปรตาม คือต้นทุนการจัดทำแม่พิมพ์ โดยจะนำปัจจัยที่กำหนดจากกรอบแนวคิดไปใช้ต่อในขั้นตอนต่อไป

4. ขั้นตอนการตั้งสมมติฐาน จากข้อมูลที่ได้ในขั้นตอนก่อนหน้าทั้งจากประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญ และจากการทบทวนวรรณกรรม รวมถึงวัตถุประสงค์ที่มีความชัดเจนในการศึกษา ปัจจัยว่าปัจจัยสำคัญนั้นมีอิทธิพลต่อต้นทุนหรือไม่ จึงได้ตั้งสมมติฐานในการศึกษาดังนี้

H₀: ปัจจัยสำคัญที่กำหนดไม่มีผลกับต้นทุน

H₁: ปัจจัยสำคัญที่กำหนดมีผลต่อต้นทุน

โดยจะใช้วิธีการทดสอบสมมติฐานจากการใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 หมายความว่า หากปัจจัยมีค่าสำคัญ (Sig.) น้อยกว่าร้อยละ 5 ปัจจัยสำคัญที่กำหนดนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H₀) และจะยอมรับสมมติฐานทางเลือก (H₁) นั่นคือ ปัจจัยสำคัญที่กำหนดนั้นมีอิทธิพลต่อต้นทุน และในทางกลับกัน หากปัจจัยมีค่าสำคัญ (Sig.) มากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 5 ปัจจัยสำคัญที่กำหนดนั้นจะยอมรับสมมติฐานว่าง (H₀) และจะปฏิเสธสมมติฐานทางเลือก (H₁) นั่นคือ ปัจจัยสำคัญที่กำหนดนั้นไม่มีอิทธิพลต่อต้นทุนการจัดทำแม่พิมพ์ปั๊มชิ้นส่วนรถยนต์ ทดสอบความถูกต้องของสมการทางสถิติที่ได้มา โดยใช้ข้อมูล

โครงการก่อนหน้าที่ยังไม่ได้ใช้ในการพัฒนาสมการทางสถิติจำนวนหนึ่ง มาทำการทดสอบความถูกต้องของสมการทางสถิติ และสรุปผลการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงแนวทางการใช้งาน

5. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ โดยการนำข้อมูลโครงการจัดทำแม่พิมพ์ในอดีตมาพัฒนาสมการทางสถิติการประมาณต้นทุนโดยใช้วิธีการทั้งหมด 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ

6. ขั้นตอนการทดสอบความถูกต้องของสมการทางสถิติ และการสรุปผล โดยนำสมการต้นแบบทางสถิติไปคำนวณต้นทุนของโครงการจัดทำแม่พิมพ์แล้วนำไปเปรียบเทียบกับค่าต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง และทำการทดสอบความแม่นยำของสมการต้นแบบ โดยใช้ข้อมูลโครงการอีก 6 โครงการที่ไม่ได้รวมอยู่ในกลุ่มโครงการที่นำข้อมูลมาพัฒนาสมการทางสถิติ พร้อมทั้งสรุปผลการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงแนวทางการใช้งานของสมการทางสถิติที่ได้พัฒนาขึ้น

ผลการวิจัย

1. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการประมาณต้นทุน โดยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในการประมาณต้นทุนโครงการจัดทำแม่พิมพ์ปั๊มชิ้นส่วนรถยนต์มากกว่า 5 โครงการขึ้นไป จำนวน 5 คน พบว่า ผู้เชี่ยวชาญได้ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนของการจัดทำแม่พิมพ์ ซึ่งจากการประมาณความสำคัญตามลำดับเกณฑ์การให้น้ำหนักที่ผู้เชี่ยวชาญลำดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการจัดทำ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุน ได้แก่ ขนาดชิ้นงาน เวลาที่ใช้ทำของแม่พิมพ์ น้ำหนักของแม่พิมพ์ วัสดุที่ใช้ทำแม่พิมพ์ ความหนาของวัสดุที่ใช้ทำชิ้นงาน และกระบวนการทดสอบแม่พิมพ์ ตามลำดับ

เบื้องต้น ปัจจัยของขนาดชิ้นงานจะมีความสอดคล้องกับลักษณะของแม่พิมพ์ที่เกิดจากรูปร่างของชิ้นงานที่ต้องการขึ้นรูป ซึ่งหากชิ้นงานมีขนาดใหญ่จะทำให้ปัจจัยของน้ำหนักของแม่พิมพ์มากขึ้นด้วย เนื่องจากแม่พิมพ์ที่ใช้ในการขึ้นรูปชิ้นส่วนจะต้องมีขนาดครอบคลุมชิ้นงานทั้งหมดได้ และหากวัสดุที่ใช้ทำแม่พิมพ์มีส่วนของวัสดุที่มีราคาสูง อาจทำให้ต้นทุนของโครงการเพิ่มขึ้นได้ ไม่ว่าจะเป็นโครงการขนาดเล็กหรือโครงการขนาดใหญ่ ทั้งนี้ หากวัสดุที่ใช้ทำชิ้นงานมีความหนาแน่น จะส่งผลต่อสัดส่วนการใช้วัสดุที่ใช้ทำแม่พิมพ์ ซึ่งจะต้องมีวัสดุที่มีคุณภาพสูงเพิ่มขึ้น เนื่องจากแม่พิมพ์จะต้องทำหน้าที่ในการรับและส่งแรงหลายต้น ไปยังแผ่นโลหะที่มีความหนาแน่น เพื่อทำการขึ้นรูป นอกจากนี้ ปัจจัยด้านเวลาที่ใช้ทำแม่พิมพ์และกระบวนการทดสอบแม่พิมพ์นั้น เกิดจากความซับซ้อนของการออกแบบแม่พิมพ์ที่อาจเกิดขึ้นได้กับการผลิตแม่พิมพ์ทั้งโครงการขนาดใหญ่ และโครงการขนาดเล็ก

2. พัฒนาศักยภาพทางสถิติการประมาณต้นทุนจะใช้ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการประมาณต้นทุนที่เป็นต้นทุนคงที่ ที่ใช้ในการผลิตแม่พิมพ์ในโครงการจัดทำแม่พิมพ์เท่านั้นในการพัฒนาสมการทางสถิติ โดยมีได้รวมค่าบริหารจัดการในกระบวนการปั๊มขึ้นรูป เนื่องจากกระบวนการของโครงการจัดทำแม่พิมพ์จะสิ้นสุดในขั้นตอนสุดท้ายคือการส่งมอบแม่พิมพ์สำเร็จสู่ลูกค้า ซึ่งจะใช้ข้อมูลจำนวน 29 โครงการ มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรต้นที่เป็นปัจจัยสำคัญ และความสัมพัทธ์ระหว่างตัวแปรต้นกันเอง โดยค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อต้นทุนค่อนข้างมากมี 4 ปัจจัย ได้แก่ น้ำหนักแม่พิมพ์มีค่าสหสัมพันธ์ 0.924 ขนาดของชิ้นงานมีค่าสหสัมพันธ์ 0.908 ความหนาวัสดุของชิ้นงานมีค่า 0.803 และเวลาในการผลิตมีค่าสหสัมพันธ์ 0.784 ซึ่งทดสอบเงื่อนไขจากค่าสหสัมพันธ์ที่มากกว่า 0.50 โดยใน

ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อต้นทุนค่อนข้างน้อย ได้แก่ วัสดุที่ใช้ในการทำแม่พิมพ์มีค่าสหสัมพันธ์ 0.228 และจำนวนครั้งที่ใช้ในการทดสอบมีค่าสหสัมพันธ์ 0.163 ซึ่งทดสอบเงื่อนไขจากค่าสหสัมพันธ์ที่น้อยกว่า 0.50

เมื่อวิเคราะห์ความเหมาะสมของข้อมูลพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.958 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง (R^2) เท่ากับ 0.918 และค่าปรับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง (Adjust R^2) มีค่าเท่ากับ 0.896 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ

R	R^2	Adjust R^2	Standard Error of the Estimate
0.958 ^a	0.918	0.896	184,560.2683

เมื่อวิเคราะห์จากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ ดังตารางที่ 2 พบว่า ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 จะมี 3 ปัจจัยที่ปฏิเสธ H_0 เนื่องจากมีค่านัยสำคัญ (Sig.) น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่มีค่าอยู่ที่ 0.05 ได้แก่ ขนาดชิ้นงานที่มีค่านัยสำคัญที่ 0.047 เวลาที่ใช้ในกระบวนการผลิตมีค่านัยสำคัญ 0.035 และน้ำหนักของแม่พิมพ์มีค่านัยสำคัญ 0.001 ซึ่งสามารถลำดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนตั้งแต่มากไปน้อยได้จากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) โดยไม่คำนึงถึงเครื่องหมายพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนเป็นอันดับแรกคือน้ำหนักของแม่พิมพ์ ลำดับถัดไปคือขนาดของชิ้นงาน เวลาที่ใช้ในกระบวนการผลิตแม่พิมพ์ ความหนาของชิ้นงาน วัสดุที่ใช้ทำแม่พิมพ์ และลำดับสุดท้ายคือจำนวนครั้งที่ทดสอบที่เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อต้นทุนน้อยที่สุด

จากนั้น เมื่อใช้วิธีการคัดเลือกปัจจัยโดยใช้วิธีการเลือกแบบถดถอยหลัง (Backward Selection)

เนื่องจากเป็นวิธีการคัดเลือกตัวแปรอย่างง่ายที่ได้ผลไม่ต่างจากวิธีการเลือกแบบก้าวหน้า (Foreword Selection) โดยคำนึงถึงการจัดการปัจจัยที่มีอย่างจำกัด โดยลำดับตามค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของแต่ละปัจจัยสำคัญข้างต้น เพื่อนำตัวแปรที่เหมาะสมจากการทำนายทั้งหมดเข้าสมการ พบว่าจำนวนครั้งการทดสอบ คือ ปัจจัยที่มีค่านัยสำคัญมากที่สุด ซึ่งไม่มีนัยสำคัญจึงถูกขจัดออกจากสมการ

จากนั้น ดำเนินการทดสอบปัจจัยที่เหลืออยู่ในสมการต่อไป พบว่า ความหนาของวัสดุที่ใช้ทำชิ้นงานเป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญอีกจึงถูกขจัดออก และดำเนินการทดสอบปัจจัยที่เหลืออยู่ในสมการต่อไป พบว่า วัสดุที่ใช้ทำแม่พิมพ์เป็นปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญจึงถูกขจัดออกจากสมการ แล้วดำเนินการทดสอบปัจจัยที่เหลือในสมการ

พบว่า ปัจจัยที่เหลือในสมการมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งหมด จึงหยุดการคัดเลือกและได้สมการการทดสอบที่มีประสิทธิภาพการทำนายดังนี้

$$\text{Cost} = 2,768,035 - 74X_1 + 261X_2 + 1,152,982X_3$$

เมื่อ Cost คือ ต้นทุนโดยประมาณ

X1 คือ ขนาดชิ้นงาน (ตร.ซม.)

X2 คือ เวลาที่ใช้ในกระบวนการ (ชม.)

X3 คือ น้ำหนักของแม่พิมพ์ (ตัน)

จากข้อมูลตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนดิบของขนาดชิ้นงานเท่ากับ -74.438 กล่าวคือ หากกำหนดให้ขนาดชิ้นงานเพิ่มขึ้น 1 ตารางเซนติเมตร จะทำให้ต้นทุนการทำแม่พิมพ์มีค่าลดลง 74.438 บาท

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Standard Error	Beta		
ค่าคงที่	2,768,035.131	645,785.751		4.286	0.000
ขนาดชิ้นงาน	-74.438	35.417	-1.225	-2.102	0.047
เวลา	260.994	115.852	0.216	2.253	0.035
น้ำหนักแม่พิมพ์	1,152,981.835	307,722.201	2.129	3.747	0.001
วัสดุที่ทำแม่พิมพ์	798,228.476	485,216.335	0.127	1.645	0.114
ความหนาชิ้นงาน	-1,129,517.529	1,275,584.492	-0.157	-0.885	0.385
การทดสอบ	-35,531.762	42,459.142	-0.057	-0.837	0.412

3. การทดสอบสมการต้นแบบทางสถิติ โดยใช้ข้อมูลจากโครงการอื่นอีก 6 โครงการ ซึ่งประกอบด้วยโครงการทำแม่พิมพ์ปั๊มชิ้นรูปชิ้นงานขนาดเล็ก 3 โครงการ และชิ้นงานขนาดใหญ่ 3 โครงการ เพื่อทดสอบความถูกต้องของ

สมการทางสถิติ สำหรับการใช้จ่ายปัจจัยในการพัฒนาสมการทางสถิติต้นทุนของโครงการจัดทำแม่พิมพ์ปั๊มชิ้นส่วนรถยนต์ โดยค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างต้นทุนของโครงการจริงในอดีตกับต้นทุนของโครงการที่ได้จากสมการทางสถิติ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าความคลาดเคลื่อนจากการทดสอบสมการทางสถิติ

รายละเอียด การคำนวณ	โครงการ					
	30	31	32	33	34	35
กลุ่มโครงการ	แม่พิมพ์ขนาดใหญ่			แม่พิมพ์ขนาดเล็ก		
ต้นทุนโครงการ (บาท)	3,353,989	4,010,021	3,862,981	2,733,986	3,387,675	3,415,432
ต้นทุนประมาณ (บาท)	3,247,532	3,887,400	3,740,697	2,557,887	3,189,696	3,236,799
ค่าความคลาดเคลื่อน	3.28 %	3.15 %	3.27 %	6.44 %	6.21 %	5.52 %
ความคลาดเคลื่อนเฉลี่ย	3.23 %			6.06 %		
	4.64 %					

สรุปผลการดำเนินงานวิจัย

การประมาณต้นทุนโครงการจัดทำแม่พิมพ์ปั๊มขึ้นส่วนรถยนต์ โดยวิธีการประมาณแบบพาราเมตริกนี้ รวบรวมข้อมูลและปัจจัยประกอบการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อให้ได้ลำดับความสำคัญ 6 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากมากไปน้อย ได้แก่ ขนาดชิ้นงาน เวลาที่ใช้ทำของแม่พิมพ์ น้ำหนักของแม่พิมพ์ วัสดุที่ใช้ทำแม่พิมพ์ ความหนาของวัสดุที่ใช้ทำชิ้นงาน และการทดสอบแม่พิมพ์ ตามลำดับ

ทั้งนี้ เมื่อนำข้อมูลจาก 29 โครงการ มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางสถิติด้วยค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน พบว่า น้ำหนักของแม่พิมพ์ ขนาดของชิ้นงาน เวลาที่ใช้ในกระบวนการผลิตที่ วัสดุที่ใช้ทำแม่พิมพ์ ความหนาของวัสดุที่ใช้ทำชิ้นงาน และจำนวนครั้งที่ใช้ในกระบวนการทดสอบส่งผลต่อต้นทุนการจัดทำแม่พิมพ์ตามลำดับ

นอกจากนี้ ในการพัฒนาสมการทางสถิติการประมาณต้นทุนของโครงการจัดทำแม่พิมพ์ โดยใช้วิธีการสร้างสมการทางสถิติ ซึ่งใช้ข้อมูลจากการศึกษาปัจจัยในการกำหนดข้อมูลลงในโปรแกรม SPSS และวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุนจากมากไปน้อยได้แก่ขนาดของ

ชิ้นงาน เวลาที่ใช้ในกระบวนการผลิตแม่พิมพ์ ความหนาของชิ้นงาน วัสดุที่ใช้ทำแม่พิมพ์ และจำนวนครั้งการทดสอบ โดยใช้วิธีการเลือกปัจจัยเข้าสมการแบบถอยหลัง (Backward Selection) พบว่าทั้งหกปัจจัยมีเพียง สามปัจจัยที่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ได้แก่ น้ำหนักของแม่พิมพ์ ขนาดของชิ้นงาน เวลาที่ใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งมีค่านัยสำคัญน้อยกว่า 0.05

จึงสามารถสรุปได้ว่าทั้ง 3 ปัจจัยนี้มีอิทธิพลต่อการประมาณต้นทุนโครงการจัดทำแม่พิมพ์ที่จะใช้ในการสร้างสมการทางสถิติ ส่วนอีกหนึ่ง ปัจจัยมีค่านัยสำคัญมากกว่า 0.05 จะไม่ถูกนำมาใช้ในการสร้างสมการทางสถิติด้วยเนื่องจากเป็นปัจจัยที่ยอมรับสมมติฐาน

สำหรับการทดสอบสมการต้นแบบทางสถิติ เปรียบเทียบกับต้นทุนของโครงการจัดทำแม่พิมพ์ปั๊มขึ้นส่วนรถยนต์ที่เกิดขึ้นจริงพบมีค่าความคลาดเคลื่อนจากต้นทุนจริงอยู่ที่ร้อยละ 5 หรือมีค่าความแม่นยำที่ร้อยละ 95 ดังนั้นสมการดังกล่าวจึงมีความแม่นยำเพียงพอที่จะสามารถนำไปใช้งานได้จริงในการประมาณต้นทุนของโครงการปั๊มขึ้นรูปขึ้นส่วนรถยนต์โครงการอื่น ๆ ในอนาคต เป็นการปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการต้นทุนของโครงการ และสะดวกต่อการวางแผนและควบคุมต้นทุนของโครงการได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประมาณต้นทุน มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hassan M.F. (2010) ที่ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุน พบว่า ปัจจัยด้านขนาดของชิ้นงานมีอิทธิพลต่อต้นทุนมากที่สุดเช่นกัน

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต้นทุน จากความเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และผลของการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความสัมพันธ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) มีความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ปัจจัยด้านขนาดชิ้นงานมีอิทธิพลต่อต้นทุนเป็นอันดับที่ 1 และปัจจัยด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิตแม่พิมพ์มีอิทธิพลต่อต้นทุนเป็นลำดับสุดท้าย เหมือนกัน แม้ว่าในอันดับที่ 2 และอันดับที่ 3 จะมีความแตกต่างกัน แต่มีค่าความต่างของผลลัพธ์เพียงเล็กน้อย

3. ค่าปรับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสองที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล ที่มีค่าเท่ากับ 0.896 มีความสอดคล้องกันกับค่าความแม่นยำที่ได้จากการทดสอบต้นแบบสมการ ซึ่งความคลาดเคลื่อนจากการทดสอบค่อนข้างต่ำ ทำให้พิจารณาได้ว่าการประมาณต้นทุนโดยใช้ต้นแบบสมการทางสถิติที่พัฒนาขึ้นจากวิธีการดังกล่าว สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการประเมินต้นทุนโครงการในการสร้างแม่พิมพ์สำหรับชิ้นส่วนอุตสาหกรรมรถยนต์ได้เป็นอย่างดี

4. การประมาณต้นทุนโครงการที่ใช้กันอยู่ทั่วไปในอุตสาหกรรมจะการใช้การประมาณแบบใช้ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญเป็นหลัก โดยเทียบเคียงจากประสบการณ์จากโครงการในอดีตที่มีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งนอกจากจะมีความแม่นยำที่น้อยกว่าการประมาณโดยใช้ต้นแบบสมการที่ได้จากวิธีการทางสถิติเนื่องจากไม่สามารถระบุปัจจัยที่ส่งผลต่อต้นทุนได้อย่างชัดเจนแล้ว ยังเป็นวิธีที่ให้ผลการประมาณที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และความชำนาญของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละคน

5. ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปแบบคะแนนดิบ (Unstandardized Coefficients) ที่ให้สัมประสิทธิ์ของขนาดของชิ้นส่วนเป็นค่าลบ เนื่องจากขนาดของชิ้นส่วน สามารถแบ่งได้เป็น 2 ขนาด นั่นคือ ชิ้นส่วนขนาดเล็ก และชิ้นส่วนขนาดใหญ่ จึงทำให้สะท้อนค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ชิ้นส่วนที่มีขนาดใหญ่มากจะทำให้ต้นทุนรวมของอุปกรณ์มีค่าน้อยลง

6. จากผลการศึกษาพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนของโครงการจัดทำแม่พิมพ์ขนาดใหญ่จะมีค่าน้อยกว่าขนาดเล็ก เนื่องจากการจัดทำแม่พิมพ์ขนาดเล็กมีความละเอียด ในการดำเนินการมากกว่าแม่พิมพ์ขนาดใหญ่ ซึ่งทำให้มีความแปรผันของต้นทุนการจัดทำตามความยากง่ายของการจัดทำ และประกอบมากกว่าแม่พิมพ์ที่มีขนาดใหญ่

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษานี้เป็นการใช้ข้อมูล และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะของบริษัทยานยนต์แห่งหนึ่งในประเทศไทยเท่านั้น ปัจจัยบางปัจจัยที่มีผลต่อการประมาณต้นทุนที่ได้จากการศึกษานี้ อาจเป็นปัจจัยที่มีผลกับโครงการลักษณะเฉพาะในการทำงานขององค์กรนี้เท่านั้น โดยอาจจะมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ที่มีผลต่อการประมาณต้นทุนในโครงการแบบอื่นและองค์กรอื่นด้วยเช่นกัน

2. การพัฒนาสมการในงานวิจัยนี้ เป็นสมการทางสถิติโดยใช้ฐานข้อมูลในอดีตเฉพาะที่เป็นกรณีศึกษาเท่านั้น ซึ่งอาจมีต้นทุนของโครงการที่แตกต่างกัน ตามความเชี่ยวชาญ เทคโนโลยี ความรวดเร็วในการทำงาน รวมถึงค่าแรง และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของแต่ละบริษัท

3. งานวิจัยนี้ มีข้อจำกัดในส่วนของการใช้ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ ที่มีลักษณะการเก็บข้อมูลในช่วง พ.ศ. 2555-2563 รวม 8 ปี ซึ่งค่อนข้าง

เข้าข่ายข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลงตามเวลา ที่เรียกว่าข้อมูลแบบอนุกรมเวลา (Time Series) ด้วยขนาดจำนวนโครงการจัดทำแม่พิมพ์ที่มีอย่างจำกัด ประมาณ 3-4 โครงการต่อปี หากผู้สนใจมีฐานข้อมูลของจำนวนโครงการที่มากกว่า 50 โครงการ และอยู่ในช่วงเวลาที่มากกว่า 4 ปีขึ้นไป จะสามารถใช้การวิเคราะห์แบบอนุกรมเวลา เพื่อประกอบรวมด้วยได้เช่นกัน

เอกสารอ้างอิง

- เจษฎา ศรีสกุลไทย. (2557). *สมการทางสถิติการประมาณต้นทุนเบื้องต้นสำหรับงานวิศวกรรมของโครงการก่อสร้างระบบรางคู่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย เอี่ยมคณิตชาติ. (2543). *การประมาณต้นทุนการติดตั้งในโครงการก่อสร้างโรงไฟฟ้าโดยใช้ต้นทุนตามกิจกรรม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธรรมณชาติ วันแต่ง. (2561). *เทคโนโลยีแม่พิมพ์ปั๊มตัดโลหะ*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- นันทชัย กานตานันทะ และวุฒิชัย จันทรอินทร์. (2560). การพัฒนาตัวแบบการถดถอยสำหรับการประมาณต้นทุนขั้นต้น งานก่อสร้างท่อส่งก๊าซธรรมชาติโพลีเอทิลีนความหนาแน่นสูง ในนิคมอุตสาหกรรมของประเทศไทย. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 25, 656-669.
- ปรารภ ผดุงไทย. (2544). *สมการทางสถิติเพื่อการประมาณราคาอาคารสำหรับการตั้งงบประมาณ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- วารุณี เปรमानนท์ และพงศ์พันธ์ แก้วตาทิพย์. (2560). *แม่พิมพ์โลหะแผ่น งานขึ้นรูปโลหะ*. (พิมพ์ครั้งที่ 16). กรุงเทพฯ: ส.ส.ท.
- วรรณะ ประภาภรณ์. (2562). การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปริมาณวัสดุก่อสร้างสำหรับอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก ระหว่างวิธีแบบจำลองการถดถอยเชิงซ้อน และ วิธีโครงข่ายประสาทเทียม. *วารสารวิศวกรรมมหาวิทยาลัยนเรศวร*, 14, 84-102.
- Gregory Puckett. (2016). *Development of a Parametric Cost Estimating Model for University of Alaska System Renovation Construction*. (Master of Science Thesis). Alaska: University of Alaska Anchorage.
- Haifeng, Zh. (2014). *Research on the Cost Estimating of China's Aviation Aircraft Development Project Based on the Parametric Method*. Beijing: Seventh International Joint Conference on Computational Sciences and Optimization.
- Hassan, M.F. (2010). *Design and Development of eDMES : Tool. Dei and Mould Price Quotation Algorithms trough Industrial Expert Parameters*. (Master of Manufacturing Technology Thesis). Kuala Lumpur: University of Kuala Lumpur.
- Project Management Institute 2017. (2017). *The Project Management Body of Knowledge*. 6th ed. USA: Project Management Institute Inc.
- Puckett, G.G. (2016). *Development of a Parametric Cost Estimating Model*

*for University of Alaska System
Renovation Construction. (Master
of Science Thesis). Alaska: University
of Alaska Anchorage.*

Turner and J. Rodney. (1993). *Project-based
Management for Improving the
Processes for Achieving Strategic
Objectives*. London: Gower.

Zhang, H., Jiang, H., Xin, N., & Wang, F.,
(2014). *Research on the Cost
Estimating of China's Aviation
Aircraft Development Project
Based on the Parametric Method*.
2014 Seventh International Joint
Conference on Computational
Sciences and Optimization (pp.
335-338). Beijing: National Beijing
University.



การพัฒนาแผนการเรียนรู้ที่ใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงานในรายวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจสำหรับนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

The Development of English for Business Communication Lesson
Plans Using Task- Based Learning Activities for Business
Administration Undergraduates, Rajamangala University of
Technology Lanna, Chiang Mai

อัจฉรินทร์ จิตต์ปรารพ^{1*} และอนวัช จิตต์ปรารพ²

Acharin Chitprarop^{1*} and Anawat Chitprarop²

¹ อาจารย์วิชาเอกภาษาอังกฤษธุรกิจ หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

² อาจารย์วิชาเอกการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

¹ Business English, Faculty of Business Administration and Liberal Arts of Rajamangala University of Technology Lanna

² Marketing, Faculty of Business Administration and Liberal Arts of Rajamangala University of Technology Lanna

* E-mail: Acharinja@gmail.com

Received May 21, 2021; Revised October 29, 2021; Accepted December 26, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ พัฒนาแผนการเรียนรู้ที่ใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงานในรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ และเพื่อประเมินทักษะทางภาษาอังกฤษของนักศึกษาหลังการเรียนรู้ตามแผนการเรียนรู้ที่ใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงาน ในรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ จำนวน 75 คน ที่เรียนในรายวิชา ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ (English for Business Communication) ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2563 โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 3 ส่วน คือ 1) เครื่องมือในการสร้างและพัฒนบทเรียน ได้แก่ แบบสอบถามความต้องการและความสนใจของผู้เรียนในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ หลักสูตรแม่แบบ (Proto Syllabus) และแผนการเรียนรู้ ในรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ ที่ใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงาน จำนวน 6 แผนการเรียนรู้ 2) เครื่องมือประเมินผลเพื่อพัฒนาแผนการเรียนรู้ ได้แก่ แบบประเมินประสิทธิภาพแผนการเรียนรู้ที่ใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงาน และแบบประเมินความสามารถทางภาษาอังกฤษของผู้เรียนทั้งด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน และ 3) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล หลังจากเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงานแต่ละแผนการเรียนรู้ โดยสรุปผลการวิจัยได้ว่า แผนการเรียนรู้ที่ใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงาน ในรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจนั้นสามารถส่งเสริมทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษาอังกฤษของผู้เรียนให้มีคะแนนผ่านเกณฑ์ร้อยละ 50 ตามที่กำหนดไว้ได้

คำสำคัญ: การพัฒนาแผนการเรียน, ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารธุรกิจ, การเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงาน

Abstract

The purposes of this study were to develop lesson plans using task-based learning (TBL) activities in English for Business Communication course for Business Administration undergraduates and to assess the students' English language skills after using the TBL lesson plans. The participants were Business Administration undergraduates, Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna, Chiang Mai, who enrolled the English for Business Communication course in the second semester of 2020 academic in year. The experimental instruments consisted of 3 sections. In the first section, the instructional development tools were a survey questionnaire, a proto syllabus and lesson plans. In the second section, the lesson plan assessment, the lesson plan evaluation form and the four assessment forms of listening, speaking, reading, and writing skills were used. In the final section, the data were collected by using tests for listening, speaking, reading and writing skills. The finding showed that the lesson plans using task-based learning activities effectively enhanced 4 language skills: listening, speaking, reading, writing, of the learners whose scores surpassed the set criteria.

Keyword: Lesson plan development, English for Business Communication, Task-based learning

บทนำ

ภาษาอังกฤษเป็นเครื่องมือสื่อสารทางภาษาที่ยอมรับกันทั่วโลก และมีบทบาทสำคัญในวิถีชีวิตของผู้คน อีกทั้งภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสาร การศึกษาค้นคว้าแสวงหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย รวมถึงการดำเนินธุรกิจ และการประกอบอาชีพ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) โดยมีกฎบัตรอาเซียนมาตราที่ 34 ระบุให้ภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางเพื่อสื่อสารประสานการทำงานระหว่างกลุ่มประเทศอาเซียน (The working language of ASEAN shall be English) ส่งผลถึงการกำหนดมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา ประเทศไทย ได้กำหนดคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ ในศตวรรษที่ 21 ด้านทักษะในการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้

เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ให้บัณฑิตสามารถใช้ภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ ในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง ตามกาลเทศะและสอดคล้องกับวัฒนธรรมสากล (สำนักมาตรฐานและประเมินผลอุดมศึกษา, 2558)

ในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ พบว่าถึงแม้ผู้เรียนส่วนใหญ่มีโอกาสเรียนภาษาอังกฤษเป็นเวลาหลายปี มีความรู้ด้านคำศัพท์และโครงสร้างไวยากรณ์พอสมควร แต่ผู้เรียนส่วนใหญ่ไม่สามารถนำความรู้ภาษาอังกฤษไปใช้ตามสถานการณ์จริงได้ ดังที่ รมินตรา, ศศิธร, และยุพิน (2559) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้เรียนจำนวนไม่น้อยยังขาดความสามารถในการนำทฤษฎีความรู้ภาษาอังกฤษมาประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง หรือในการประกอบอาชีพอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ รณวีร์, วรศิริ, จารุณี, สลิลลา, นันทิยา, และธนากร (2563) พบปัญหาของนักศึกษาต่างชาติทักษะด้าน

การฟัง พูด อ่าน และเขียน ของผู้เรียน ในระดับอุดมศึกษา เนื่องจากการเรียนการสอน ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการใช้โครงสร้าง และรูปแบบ ภาษามากกว่าการฝึกฝนทักษะภาษา ในสถานการณ์ที่ใกล้เคียงกับความจริง ดังนั้น ความสามารถทางภาษาผู้เรียนจึงถูกวัด และ ประเมินผล ตามหนังสือแบบเรียนที่เน้นการท่องจำ เนื้อหาทางภาษาอังกฤษ และจากการได้ข้อมูล ย้อนกลับและข้อความคิดเห็นของสถานประกอบการ หลังจาก que ผู้เรียนเข้าฝึกสหกิจศึกษา หรือฝึกงาน พบว่า ผู้เรียนส่วนใหญ่ยังขาดทักษะการใช้ภาษา ภาษาอังกฤษ ทั้งทางด้านการฟัง พูด อ่าน เขียน ในสถานการณ์จริง และขาดความมั่นใจในการ สื่อสารภาษาอังกฤษ

การจัดการเรียนการสอนภาษาแบบ มุ่งปฏิบัติงาน เป็นแนวการสอนที่ยึดภาระงาน เป็นฐาน ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะภาษา ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ในขณะที่ทำภาระงาน ให้สำเร็จ ความรู้ด้านคำศัพท์และโครงสร้างจะเป็นผล ที่ได้จากการฝึกใช้ภาษาในขณะที่ทำกิจกรรม หรือ ปฏิบัติงาน (Lambert & Oliver, 2020) นักการศึกษา เชื่อว่ากระบวนการที่ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติงาน จนคล่องตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้จะทำให้ ผู้เรียนภาษาต่างประเทศสามารถใช้ภาษาอังกฤษ ในการติดต่อสื่อสาร และสามารถนำความรู้ และประสบการณ์ทางภาษา ที่ได้เรียนรู้ในชั้นเรียน ไปใช้ในชีวิตจริงได้ (Willis & Willis, 2007) การเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงาน (Task-Based Learning) มี 3 ขั้นตอนดังนี้ คือ 1) ขั้นตอนกิจกรรม ที่เน้นงานปฏิบัติ (Pre - Task) เป็นขั้นตอนแนะนำ หัวข้อ และงานหรือกิจกรรมที่ผู้เรียนจะได้ รับมอบหมาย ผู้สอนสำรวจหัวข้อในชั้นเรียน และ อธิบายประเด็น และสาระสำคัญของบทเรียน เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจการเรียนแบบใช้กิจกรรมที่เน้น งานปฏิบัติ 2) ขั้นระหว่างการทำกิจกรรมที่เน้น ปฏิบัติงาน (Task Cycle) นักเรียนทำกิจกรรม เป็นรายคู่หรือกลุ่มย่อย ผู้สอนทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยง

(Facilitator) คอยช่วยเหลือ สนับสนุน และ ให้คำแนะนำแก่ผู้เรียน 3) ขั้นตอนประเด็นของภาษา (Language focus) นักเรียนสำรวจ วิเคราะห์ และ อภิปรายร่วมกัน ในหัวข้อกิจกรรมที่กำหนด ให้ในใบงาน นักเรียนสามารถเรียนรู้และทบทวน คำศัพท์ สำนวน วลี รูปแบบประโยคในสถานการณ์ ต่าง ๆ

จากปัญหาการเรียนภาษาอังกฤษ และ แนวคิดการเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงาน ผู้วิจัยจึงได้ พัฒนาบทเรียนในรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อ การสื่อสารทางธุรกิจ (English for Business Communication) โดยใช้กิจกรรมการเรียนแบบ มุ่ง ปฏิบัติงาน เพื่อให้ผู้เรียนเกิดประสบการณ์ การเรียนรู้ด้านภาษาอังกฤษที่เน้นฝึกทักษะ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การฟัง พูด อ่าน และเขียน ขณะปฏิบัติการงานฝึกปฏิบัติงานในสถานการณ์ ทางธุรกิจ ที่ใกล้เคียงกับสถานการณ์จริง เพื่อ เสริมสร้างความพร้อมของผู้เรียนในการใช้ ภาษาอังกฤษ ในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ ได้ในชีวิตประจำวัน และการประกอบอาชีพใน อนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาแผนการเรียนที่ใช้กิจกรรมการ เรียนแบบมุ่งปฏิบัติงาน ในรายวิชาภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ
2. เพื่อประเมินทักษะทางภาษาอังกฤษ ของนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ หลังการเรียน ตามแผนการเรียน ที่ใช้กิจกรรมการเรียนแบบ มุ่งปฏิบัติงานในรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ทางธุรกิจ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. การพัฒนาบทเรียนการสอนภาษา เพื่อการสื่อสาร

- 1.1 การออกแบบหลักสูตรทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษาอังกฤษ

โอนีล (O'Neill, 2015) ได้กล่าวว่าการออกแบบหลักสูตรระดับอุดมศึกษานั้นเกี่ยวข้องกับการวางแผน ในการออกแบบหลักสูตรให้สอดคล้องกับนโยบายของสถาบันการศึกษา และการประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ จากแนวคิดข้างต้น การออกแบบหลักสูตรมี 3 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนปัญหา ขั้นพัฒนาหลักสูตร และขั้นประเมินผล ซึ่งการออกแบบหลักสูตรประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ได้แก่ การสำรวจความต้องการของนักเรียน กำหนดวัตถุประสงค์ เลือกเนื้อหา จัดลำดับเนื้อหา เลือกสรรประสบการณ์การเรียนรู้ จัดลำดับประสบการณ์การเรียนรู้ และการประเมินผล ซึ่งมีขั้นตอนคล้ายคลึงกับ ยัลเดน (Yalden, 1983 อ้างใน Massoud Rahimpour, 2010) ที่ได้แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน คือ สำรวจความต้องการของนักเรียน ระบุจุดมุ่งหมายของการออกแบบการสอน เลือกรูปแบบหลักสูตร สร้างหลักสูตรแม่แบบ และการนำหลักสูตรไปใช้ในโรงเรียน นอกจากนี้ ริชาร์ดส์ (Richards, 2006) ได้ระบุขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตร คือ ขั้นสำรวจความต้องการของนักเรียน พัฒนาจุดประสงค์ให้ตรงตามความต้องการของนักเรียน เลือกกิจกรรมการเรียนการสอนให้ตรงกับจุดประสงค์และขั้นประเมินผล

1.2 หน้าที่ของนักออกแบบหลักสูตรทางภาษา

ในฐานะผู้สอนภาษาเพื่อการสื่อสาร การออกแบบหลักสูตรเป็นขั้นตอนที่สำคัญ ก่อนการสร้างหลักสูตร มีหน้าที่ของนักออกแบบหลักสูตรภาษาว่า นักออกแบบหลักสูตรควรสำรวจความต้องการของผู้เรียน และผู้สอนว่ามีปัญหาที่ต้องการแก้ไขหรือไม่ พร้อมทั้งพิจารณาบทบาททางภาษาในสังคม และศึกษาครอบคลุมถึงนโยบายของรัฐบาล ซึ่งควรดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้ คือ 1) กำหนดจุดประสงค์ของการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน 2) ศึกษาหลักสูตรและจุดประสงค์รายวิชา 3) พิจารณาความเหมาะสม และความพร้อมทั้งครู นักเรียน แหล่งวิทยาการต่าง ๆ รวมทั้งวัสดุอุปกรณ์ที่จะนำมาใช้ และ 4) ศึกษาและ

วิเคราะห์รูปแบบภาษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Dubin & Olshtain, 2000)

1.3 การวางแผนการออกแบบการสอน

ผู้สอนที่ดีควรวางแผนล่วงหน้า และออกแบบการสอนให้เหมาะสมกับผู้เรียน มีขั้นตอนการออกแบบการสอน คือ กำหนดหัวข้อการสอน โดยตั้งจุดมุ่งหมายในแต่ละหัวข้อ กำหนดคุณสมบัติของนักเรียน กำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้ กำหนดเนื้อหาให้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ และสร้างข้อสอบก่อนการเรียน เพื่อวัดระดับความรู้ของนักเรียน โดยข้อสอบนั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับหัวข้อการสอน นอกจากนั้นต้องเลือกกิจกรรมการเรียนการสอน และแหล่งวิทยาการที่ส่งเสริมให้การเรียนการสอนบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ อีกทั้ง ต้องขอความสนับสนุนทางด้านบุคลากรงบประมาณ รวมทั้งอุปกรณ์และตารางเวลา สิ่งสำคัญ คือการวัดผลและการประเมินการเรียนรู้ของนักเรียนนั้นให้ยึดตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ (Dubin & Olshtain, 2000)

2. แนวคิดการจัดการเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงาน (Task-based learning)

2.1 องค์ประกอบและประเภทของกิจกรรมการเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงาน

การเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงานต้องมีการกำหนดองค์ประกอบที่สำคัญ เพื่อที่จะสามารถส่งเสริมความสามารถ ในการเรียนรู้ภาษา และองค์ประกอบที่นำมาใช้ ควรพิจารณาจัดลำดับให้เหมาะสมกับระดับความยากง่าย และความรู้ของผู้เรียน งานเพื่อการสื่อสาร (Task) มีองค์ประกอบทั้งหมด 6 ประการ ดังนี้

1) จุดมุ่งหมาย (Goal) ของการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารมี 3 ประการ ดังนี้ (1) เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ ในการสร้างสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งได้มาจากการแลกเปลี่ยนข้อมูล เช่น ความคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น ทศนคติ และความรู้สึกต่อกัน เพื่อนำไปสู่การบรรลุผลสำเร็จของงาน (2) เพื่อให้รอบรู้และเข้าใจข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ รอบตัว

โดยเป็นข้อมูลภาษาเป้าหมาย เช่น ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต นิตยสาร แผ่นพับ ประกาศ โฆษณา โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ และสามารถนำความรู้ที่ได้นั้นมาประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง (3) เพื่อพัฒนาทักษะฟัง พูด อ่าน เขียนของผู้เรียนตามจุดมุ่งหมายของการใช้ภาษาเชิงสร้างสรรค์ เช่น การแต่งนิทาน เขียนบทความสั้นๆ การนำเสนอผลงาน เป็นต้น (Nunan, 2004)

2) ตัวป้อนภาษา (Input) ตัวป้อนทางภาษาถือเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ ฝึกฝนกระบวนการคิด (Cognitive Process) อย่างเป็นระบบ ต่อเนื่อง และชัดเจน (Nunan, 2004) นอกจากนี้ พะเยา (2562) เสริมว่าผู้สอนควรจัดหาแหล่งข้อมูลเพื่อเป็นตัวป้อน และเป็นสื่อการเรียนการสอนอย่างแท้จริง ในการเรียนรู้ภาษา เช่น จดหมายต่าง ๆ รายการอาหาร เอกสารแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว แผ่นพับโฆษณาสินค้า เป็นต้น

3) กิจกรรม (Activities) หมายถึง สิ่งที่กำหนดว่า ผู้เรียนจะต้องปฏิบัติอย่างไร กิจกรรมที่นำมาใช้ ในการเรียนการสอนต้องมีลักษณะหลากหลาย และใกล้เคียงกับสถานการณ์ที่ใช้ภาษาในชีวิตจริง และก่อนการลงมือปฏิบัติงานผู้เรียนควรได้ฝึกฝนข้อมูลตัวป้อนทางภาษาก่อน ในสถานการณ์จำลอง เพื่อเกิดทักษะทางภาษา เช่น งานแบบเรียงลำดับและจัดประเภท งานแบบแก้ปัญหา เป็นต้น วิลลิส และวิลลิส (Willis & Willis, 2007) ได้เสนอประเภทของกิจกรรมต่าง ๆ ที่มุ่งพัฒนาความคิด กระตุ้นทักษะทางภาษา และสร้างเสริมทักษะทางสังคมของผู้เรียน ได้แก่ กิจกรรมสัมพันธ์เนื้อหา (Jigsaw Task) กิจกรรมการหาข้อมูลที่ขาดหายไป (Information Gap Task) เป็นต้น

4) บทบาทของผู้สอน (Teacher's role) ริชาร์ด (Richards, 2006) เสนอบทบาทสำคัญ 3 ด้านสำหรับผู้สอน คือ ด้านการวางแผน ด้านการนำหลักสูตรไปใช้ ด้านการวัด และประเมิน

5) บทบาทผู้เรียน (Learner's role) ในกระบวนการเรียนรู้ โดยใช้กิจกรรมการเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงาน ผู้เรียนต้องให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ ในการลงมือปฏิบัติกิจกรรม เพื่อให้การเรียนการสอนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้เรียนต้องทำความเข้าใจตัวป้อนทางภาษา ต้องนำลักษณะเด่น และคุณสมบัติของตนเองออกมาใช้ เพื่อปฏิบัติงาน ต้องมีความกระตือรือร้น มีความใส่ใจในงาน และต้องมีความตระหนักในความแตกต่าง ทางด้านการใช้ทักษะสติปัญญา และความสามารถทางทักษะกระบวนการของเพื่อนร่วมชั้นเรียน (Richards, 2006)

6) การจัดสภาพการณ์ในชั้นเรียน หมายถึง การจัดชั้นเรียนให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน และลักษณะการปฏิสัมพันธ์ในชั้นเรียน เช่น การปฏิบัติงานที่นักเรียนจะต้องเป็นผู้ดำเนินการเรียนด้วยตนเอง เช่น งานรายบุคคล แบบจับคู่ แบบกลุ่มย่อย และการปฏิบัติที่ครูเป็นผู้ดำเนินการเรียนทั้งชั้น การจัดสภาพชั้นเรียนเหล่านี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อจำลองสถานการณ์การใช้ภาษาเพื่อสื่อสารในชีวิตจริงนอกห้องเรียน ให้สัมพันธ์สอดคล้องกับกิจกรรมในชั้นเรียน ตามลักษณะของงาน เช่น กิจกรรมสัมพันธ์เนื้อหา กิจกรรมการหาข้อมูลที่ขาดหายไป การแก้ปัญหา เป็นต้น

2.2 ขั้นตอนและกระบวนการของกิจกรรมมุ่งปฏิบัติงานด้านธุรกิจ

ตามที่ วิลลิส และวิลลิส (Willis & Willis, 2007, อ้างใน พะเยา นุเสน, 2563) กล่าวถึงกิจกรรมแต่ละประเภทของการเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงานมี 3 ขั้นตอนคือ

1) ขั้นตอนปฏิบัติงาน (Pre-Task) คือ ขั้นตอนที่ผู้สอนบอกวัตถุประสงค์ ของการเรียนการสอน ผู้สอนเสนอหัวข้อ สอนคำศัพท์และโครงสร้าง เพื่อเตรียมความพร้อมทางภาษา ให้แก่ผู้เรียน เพื่อจะนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน โดยผู้เรียนเลือกปฏิบัติงานภายใต้หัวข้อที่ผู้สอนกำหนดไว้ตามความสนใจ ผู้สอนชี้แจงเกณฑ์การประเมินผล

ถึงแม้ว่าตามทฤษฎีของ Willis ในขั้นก่อนปฏิบัติงาน จะไม่มีการกล่าวถึงการสอนคำศัพท์ หรือโครงสร้าง ภาษา แต่การสอนภาษาอังกฤษแก่ผู้เรียนที่เรียน ภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศนั้น จำเป็นต้อง เตรียมความพร้อมทางภาษาในด้านการออกเสียง คำศัพท์ และโครงสร้างรูปแบบภาษาก่อนลงมือ ปฏิบัติงาน เพื่อช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ และนำไปใช้ได้ในการปฏิบัติงาน

2) ขั้นปฏิบัติงาน (Task Cycle) เป็นขั้นตอน ที่ผู้เรียนปฏิบัติงาน และได้ใช้ภาษาในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งวางแผน ทบทวนความรู้ เรียงลำดับเนื้อหา และวิธีในการนำเสนอผลงานตามสภาพที่คล้าย สถานการณ์จริงในชีวิตประจำวันของผู้เรียน เพื่อ นำเสนอผลงานหน้าชั้นเรียน ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน

(1) ปฏิบัติงาน (Task) ผู้เรียนลงมือ ปฏิบัติงาน ในลักษณะการทากิจกรรม เป็นเดี่ยว และคู่จากสถานการณ์ที่ผู้สอนกำหนดให้อย่างกว้างๆ

(2) การเตรียมนำเสนอ (Planning) ผู้เรียน เตรียมการรายงานผลการปฏิบัติงานต่อชั้นเรียน โดยมีครูคอยช่วยเหลือในด้านการใช้ภาษาของ ผู้เรียน

(3) รายงานต่อชั้นเรียน (Report) ผู้เรียน เสนอผลงานจากการปฏิบัติงานต่อชั้นเรียน

3) ขั้นมุ่งเน้นภาษา (Language Focus) เป็นขั้นตอนที่ผู้สอน และผู้เรียนร่วมอภิปรายถึง งานที่ได้ปฏิบัติ ผู้เรียนได้ชี้แจงปัญหา อุปสรรค และวิธีแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะที่ปฏิบัติงาน อีกทั้ง ผู้เรียนวิเคราะห์รูปแบบภาษาที่ผิดพลาด แก้ไขโครงสร้างทางภาษาที่ใช้ในการปฏิบัติให้ถูกต้อง โดยผู้สอนเป็นผู้ให้คำแนะนำ จากนั้นผู้เรียนฝึก รูปแบบภาษาอีกครั้งหนึ่ง (Ellis, 2003)

ดังนั้นจากแนวคิดการจัดการเรียนรู้แบบ มุ่งปฏิบัติงานจะสามารถช่วยให้ผู้เรียนได้มีโอกาส ฝึกภาษาในสถานการณ์จริง และสามารถใช้ภาษา ได้อย่างคล่องแคล่วอย่างเป็นธรรมชาติ พร้อมทั้ง สร้างความมั่นใจในตัวผู้เรียนในการผลิตภาษา

ผู้เรียนได้รับความเพลิดเพลิน และมีแรงจูงใจ ในการเรียนรู้ อีกทั้งการปฏิบัติงานช่วยเสริมสร้าง ทักษะทางสังคม และปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับ ผู้เรียน และในกลุ่มผู้เรียนด้วยกันเอง (นรมน บุรีแก้ว, 2552)

3. สื่อสภาพจริง (Authentic Material)

ริชาร์ดส์ (Richards, 2006) ได้ให้ความหมาย สื่อสภาพจริง คือ เนื้อหาความรู้ที่นำมาจาก หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร และสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ประเภทเสียง ได้แก่ แถบบันทึกเสียงการพูดที่อัด มาจากรายการต่าง ๆ ทางวิทยุหรือโทรทัศน์ การนำ สื่อสภาพจริงมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน ภาษานั้น เป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้เรียนได้มีโอกาสพัฒนา ฝึกฝนทักษะการใช้ภาษาของตนจากสื่อที่ใช้จริง ในชีวิตประจำวัน พรศักดิ์ หนูวงศ์ และพนิดา สุขศรีเมือง (2560) ได้อธิบายเสริมความหมาย ของสื่อสภาพจริงว่า เอกสารประเภทเขียนหรือสื่อ สิ่งพิมพ์ รวมทั้งสื่อทางอินเทอร์เน็ตที่ไม่ได้สร้างขึ้น มา เพื่อใช้ในการเรียนการสอนโดยเฉพาะ แต่มี จุดประสงค์ เพื่อใช้ในการสื่อความหมายในชีวิตจริง และสถานการณ์จริง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ โฆษณา บทความ ข่าว พยากรณ์อากาศ การ์ตูน คำแนะนำ วิธีใช้อุปกรณ์ ฉลากยา จดหมาย แผ่นพับ เป็นต้น

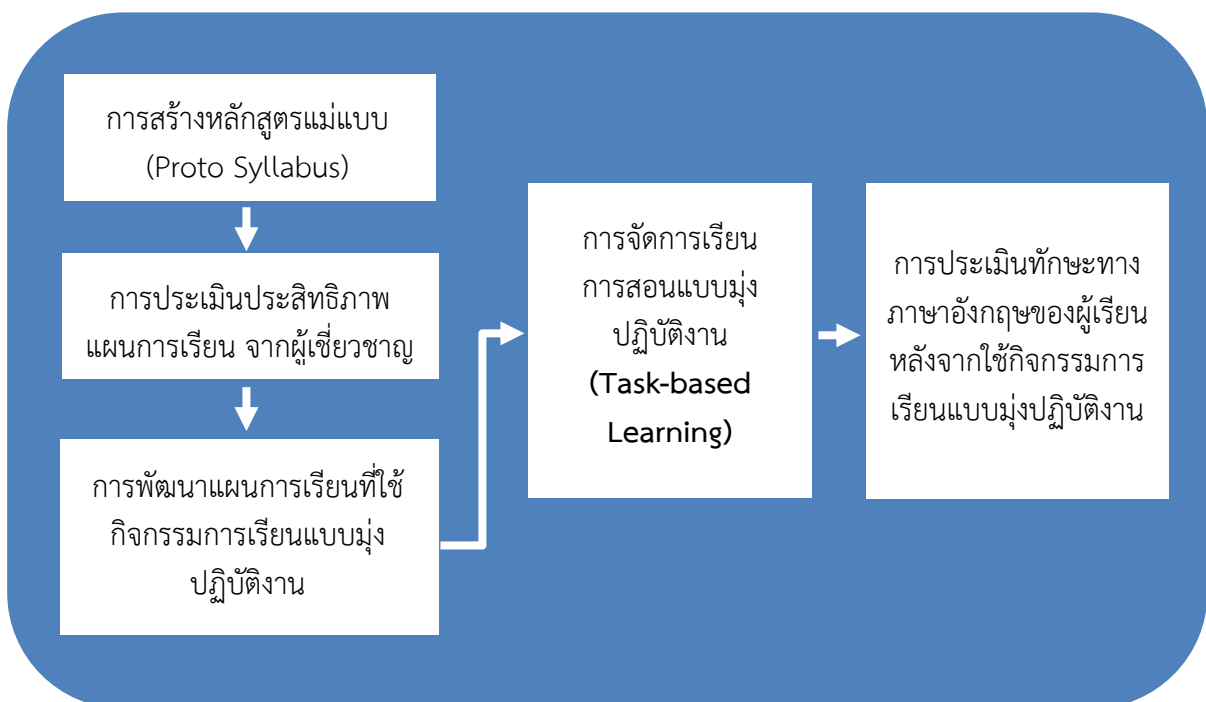
ครอว์ฟอร์ด (Crawford, 2002) กล่าวว่า สื่อสภาพจริงเป็นเอกสารที่มีเนื้อหาที่พบ ในชีวิตประจำวันจริง ๆ ในการนำสื่อสภาพจริง มาสอนในชั้นเรียนภาษาสามารถจะแก้ปัญหาด้าน ความซับซ้อนของไวยากรณ์ และความหมายได้ กล่าวถึงเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาจากสื่อสภาพ จริงไว้ดังนี้ 1) ความเที่ยงตรง (Validity) เนื้อหาที่มี ความเที่ยงตรง หมายถึง เนื้อหาที่เลือกเป็นไป ตามสภาพจริง และเนื้อหานั้นแสดงผลการเรียนรู้ ออกมาได้ตรงตามจุดประสงค์ เพราะว่าเป็น เนื้อหาเป็น สิ่งแรกที่จะนำมาพิจารณาการเรียนการสอน ตามหลักสูตร 2) ความสำคัญ (Significance) หมายถึง ความจริงตามเนื้อหาวิชา ใจความสำคัญ และความคิดรวบยอด ผลของการเรียนรู้ที่ดีที่สุด

คือ การพิจารณาใจความสำคัญหรือความคิดรวบยอด โดยใช้ข้อเท็จจริงจากวิชาเป็นพื้นฐาน 3) ความสนใจ (Interest) ความสนใจของผู้เรียนเป็นสิ่งที่ควรนำมาพิจารณาในการเลือกเนื้อหา ทั้งนี้เพราะถ้าเลือกเนื้อหาโดยละเลยความสนใจของผู้เรียนแล้ว จะทำให้การสอนเนื้อหานั้น เป็นเรื่องที่น่าเบื่อหน่ายสำหรับผู้เรียน ผลการเรียนรู้ก็จะออกมาไม่ดีนัก 4) ความสามารถที่จะเรียนได้ (Learning ability) การเลือกเนื้อหาควรพิจารณาว่าผู้เรียนจะเรียนได้หรือไม่ เป็นเกณฑ์สำคัญประการหนึ่งในการเลือกเนื้อหา เหตุผลในการกำหนดหลักสูตร และการสอนคือ ช่วยให้ผู้เรียนเกิดแนวคิด และความรู้ในข้อเท็จจริง ดังนั้นเนื้อหาที่เลือก จึงควรพิจารณาความสามารถในการเข้าใจ และสามารถเรียนรู้ได้ เป็นเกณฑ์สำคัญในการเลือกด้วย 5) ความสอดคล้องกับความเป็นจริงในสังคม (Consistency with social reality) เกณฑ์ข้อนี้เป็นข้อเสนอจากนักการศึกษาบางคนว่า เนื้อหาที่เลือกควรจะทำให้เกิดประโยชน์กับโลกรอบ ๆ ตัวเรา ซึ่งหมายความว่า

ควรจะสอดคล้องกับความเป็นจริงในสังคม ได้แก่ พัฒนาเจตคติ และค่านิยมที่เป็นสากล เข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติ การจัดการธรรมชาติ และการเปลี่ยนแปลงเข้าใจวัฒนธรรมกลุ่ม พัฒนาความคิดที่เป็นอิสระ ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ 6) การนำไปใช้ (Utility) การนำความรู้ไปใช้ มีประโยชน์สำหรับผู้เรียนในการจัดการทั้งในการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น และการประกอบอาชีพในปัจจุบันและอนาคต

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาแผนการเรียนรู้ที่ใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงาน ในรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ตามกระบวนการจัดการเรียนการสอน ดังแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ผู้เข้าร่วมการวิจัย คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 75 คน ที่ลงทะเบียนเรียนในรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ (English for Business Communication) ในภาคเรียนที่ 2 ประจำปีการศึกษา 2563

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเครื่องมือที่ใช้ในการประกอบ การวิจัยเป็น 3 ส่วน คือ

2.1.1 แบบสอบถามความต้องการ และความสนใจของผู้เรียน ในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น เพื่อสำรวจ ความสนใจ และความต้องการของผู้เรียนเกี่ยวกับ รูปแบบการเรียนรู้ เนื้อหาบทเรียน บทบาทของผู้สอน รูปแบบการจัดการเรียนการสอน สื่อ และอุปกรณ์ ช่วยสอนในรายวิชาดังกล่าว โดยให้ผู้เรียนเลือกระดับ ความสนใจ จากค่าคะแนน 5 ระดับ โดยอ้างอิงจาก มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ ลิเคอร์ต

2.1.2 หลักสูตรแม่แบบ (Proto Syllabus) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวม และวิเคราะห์ความต้องการ และความสนใจของนักศึกษาในการเรียน วิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ แล้วผู้วิจัยได้นำผลวิเคราะห์ดังกล่าวมาพัฒนา หลักสูตรแม่แบบ (Proto Syllabus) ซึ่งผู้วิจัยได้ ออกแบบให้สอดคล้องกับคำอธิบายรายวิชา ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจ และปรับปรุงพัฒนา โดยอ้างอิงจากผลวิเคราะห์จากแบบสอบถาม 2.1.1

2.1.3 แผนการสอนรายคาบ จำนวน 6 แผนการสอน แผนละ 2 คาบ ใช้เวลาสอนทั้งสิ้น 12 คาบ สอนทั้งสิ้น 12 สัปดาห์ แผนการสอนดังกล่าว สร้างตามแนววัตถุประสงค์ และงานที่กำหนดไว้ในหลักสูตรแม่แบบ

2.2 เครื่องมือประเมินแผนการเรียน ที่ใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงาน ได้แก่

2.2.1 แบบประเมินประสิทธิภาพ ของแผนการเรียนที่ใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบ มุ่งปฏิบัติงาน ได้ประเมินใน 6 หัวข้อหลัก คือ 1) จุดประสงค์การเรียนรู้ 2) เนื้อหา 3) ขั้นตอน การเรียนการสอน ได้แก่ขั้นก่อนปฏิบัติงาน ขั้นปฏิบัติงาน และขั้นมุ่งเน้นภาษา 4) ลักษณะ บทเรียน 5) การวัดและการประเมินผล 6) การนำไปใช้ จากนั้นได้นำแบบประเมินประสิทธิภาพ ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง ของเนื้อหา (Content Validity) ภาษาที่ใช้ และการประเมินที่ถูกต้องและนำมาหาค่าดัชนี ความสอดคล้องของเครื่องมือ IOC (Index of Item Objectives Congruence) โดยกำหนดเกณฑ์การ พิจารณา คือ เห็นว่า สอดคล้อง ให้คะแนน +1 ไม่แน่ใจ ให้คะแนน 0 เห็นว่า ไม่สอดคล้อง ให้คะแนน -1 การวิเคราะห์ข้อมูลความเหมาะสม สอดคล้องของแบบสอบถามความคิดเห็นโดยใช้ดัชนี ความสอดคล้อง (IOC) นำข้อที่รวบรวมจากความ คิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC โดยใช้ ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence) แล้วเลือกค่าดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป โดยกำหนดเกณฑ์การหาความ เชื่อมั่นกำหนดไว้ 0.80 ขึ้นไป ได้ค่าเท่ากับ 0.89 ใช้ แบบประเมินชุดนี้ทำการประเมินกับทุกแผน การ เรียนการสอน ในรายวิชา English for Business Communication

2.2.2 แบบประเมินความสามารถ ทางภาษาอังกฤษ ของผู้เรียนทั้งด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน โดยใช้แบบวัดความสามารถ ทางการฟัง พูด อ่าน และเขียน ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยปรับเกณฑ์การประเมินทักษะฟัง พูด อ่าน และ เขียนให้สอดคล้องกับผู้เรียนและภาระงาน หลังจากนั้นนำคะแนนวัดความสามารถแต่ละด้าน มาหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ แล้วนำคะแนนเทียบกับเกณฑ์ที่ปรับช่วงคะแนน เป็น 4 ช่วงคะแนน เพื่อแปลความหมายของ ระดับคุณภาพความสามารถทางการฟัง พูด อ่าน

และการเขียน ภาษาอังกฤษของผู้เรียนไว้ โดยปรับเกณฑ์จากกรอบอ้างอิงความสามารถทางภาษาจาก ฐิริชญา และวิภาดา (2561) ดังนี้

ช่วงคะแนน	ระดับคุณภาพความสามารถทางภาษาอังกฤษ
15 - 20	ดีมาก
11 - 15	ดี
6 - 10	พอใช้
0 - 5	อ่อน

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

2.3.1 แบบวัดความสามารถทางการฟัง หลังการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงาน โดยทดสอบความสามารถด้านการฟังจากแบบทดสอบลักษณะปรนัย (เลือกเติมคำตอบจากที่กำหนดให้) ผ่านการฟังบทสนทนาของเจ้าของภาษาเกี่ยวกับการทักทาย การติดต่อทางโทรศัพท์ และการสัมภาษณ์งาน ซึ่งเกณฑ์การประเมินความสามารถ ด้านการฟังนั้น ผู้เขียนได้ปรับมาจากเกณฑ์การประเมินการฟังจาก ชายุดา (2556) โดยกำหนดคะแนนเต็ม 20 คะแนน และเกณฑ์การตัดสินการผ่าน คือผู้เรียนมีคะแนนรวมร้อยละ 50 ขึ้นไป

2.3.2 แบบวัดความสามารถทางการพูด หลังการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงาน โดยใช้การประเมินตามสภาพจริงโดยแสดงบทบาทสมมติ ได้แก่ การตอบคำถามการสัมภาษณ์งาน การแนะนำตัว และการสนทนาทางโทรศัพท์ ซึ่งเกณฑ์การประเมินความสามารถ ด้านการพูดนั้น ผู้วิจัยปรับเกณฑ์ประเมินการพูดมาจาก ศิรินันท์ (2560) โดยปรับให้สอดคล้องกับลักษณะของผู้เรียนของผู้วิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกใช้เกณฑ์การประเมินความสามารถในการพูดภาษาอังกฤษ ดังนี้ 1) ความถูกต้อง 2) ความเหมาะสม 3) ความคล่องแคล่ว 4) ความพยายามในการสื่อสาร และ 5) การออกเสียงและสำเนียง โดยกำหนดคะแนนเต็ม

20 คะแนน เกณฑ์การตัดสินการผ่าน คือผู้เรียนมีคะแนนรวมร้อยละ 50 ขึ้นไป

2.3.3 แบบวัดความสามารถทางการอ่าน หลังการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงาน โดยทดสอบความสามารถด้านการอ่านจากแบบทดสอบลักษณะอัตนัย ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการอ่านประกาศรับสมัครงาน โฆษณาสินค้าและบริการ และอีเมลสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับมาจากเกณฑ์การประเมินการอ่านจาก ฌอนอมจิตต์ และคณะ (2559) โดยกำหนดคะแนนเต็ม 20 คะแนน และเกณฑ์การตัดสินการผ่าน คือผู้เรียนมีคะแนนรวมร้อยละ 50 ขึ้นไป

2.3.4 แบบวัดความสามารถทางการเขียน ภาษาอังกฤษหลังการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงาน ทำแบบทดสอบแบบอัตนัยที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเขียนอีเมลสอบถาม อีเมลขายสินค้า ประวัติย่อส่วนบุคคล จดหมายสมัครงาน ประเมินโดยใช้เกณฑ์การประเมินความสามารถด้านการเขียน ผู้วิจัยได้อ้างอิง และปรับมาจากเกณฑ์การประเมินผลสัมฤทธิ์ในการเขียนของ Jacob et al. (1981 อ้างใน สีนินาฏ มีศร, 2559) และ โดยกำหนดคะแนนเต็ม 20 คะแนน เกณฑ์การตัดสินการผ่าน คือผู้เรียนมีคะแนนรวมร้อยละ 50 ขึ้นไป

3. การดำเนินการใช้และปรับแผนการเรียนรู้ ผู้วิจัยได้ใช้แผนการสอน 6 แผนการเรียนรู้ ได้แก่ แผนการเรียนรู้ที่ 1 Nice to meet you แผนการเรียนรู้ที่ 2 Telephoning แผนการเรียนรู้ที่ 3

Buying and selling แผนการเรียนที่ 4 Job hunting แผนการเรียนที่ 5 Job interview และแผนการเรียนที่ 6 E-mail writing ซึ่งแผนการเรียนที่ 1, 2 และ 5 เน้นฝึกทักษะการฟัง พูด และแผนการเรียนที่ 3,4 และ 6 เน้นฝึกทักษะด้านการอ่านและเขียน โดยผู้วิจัยดำเนินการสอนแผนละ 2 คาบ ๆ ละ 3 ชั่วโมง ผู้วิจัยได้ทำการปรับแผนการเรียนรวมไปถึงการปรับขั้นตอนการเรียนการสอนบางขั้นตอนเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการเรียนการสอนที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนมากที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยมีการปรับแผนการเรียนเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยมีการปรับ 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การปรับขณะทดลองใช้แผนการเรียน ผู้วิจัยได้สังเกตถึงปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการจัดการเรียนการสอน และได้ปรับแก้วิธีการสอนให้มีความเหมาะสม ซึ่งเป็นการปรับเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยทันที

2. การปรับแผนการเรียนหลังการทดลอง ใช้แผนการเรียนเสร็จสิ้น คือ การนำปัญหาที่พบ ในการใช้แผนการเรียนมาปรับรูปแบบการสอน เนื้อหา และกิจกรรมในแผนการเรียนต่อไป เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับการเรียนรู้ของผู้เรียนมากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา (Research and Development) ผู้วิจัยดำเนินการสอนและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. นำแผนการเรียน จำนวน 6 แผนๆละ 2 สัปดาห์ รวมทั้งหมด 12 สัปดาห์ๆละ 3 ชั่วโมง รวมทุกแผนใช้เวลาทั้งหมด 36 ชั่วโมง ระหว่างการสอน

มีการประเมินประสิทธิภาพของแผนการสอนและการปรับแผนการสอนให้สอดคล้องกับสภาพการเรียนการสอนที่แท้จริงในแต่ละครั้ง เพื่อนำไปใช้ในการเรียนการสอนครั้งต่อไปให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

2. มีการประเมินความสามารถทางทักษะภาษาอังกฤษทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษาอังกฤษตามวัตถุประสงค์การวัดผลที่กำหนดไว้ในแต่ละแผนการเรียน

3. ทำการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลที่ได้ โดยใช้วิธีทางสถิติเพื่อนำมาสรุปผลในการทำวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

1. แบบสำรวจความต้องการและความสนใจของผู้เรียนในการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ (English for Business Communication) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ

2. แบบประเมินประสิทธิภาพของแผนการเรียนที่ใช้กิจกรรมมุ่งปฏิบัติงาน และแบบวัดความสามารถทางการฟัง พูด อ่าน และเขียน โดยการหาค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา

ในการวิจัยมีผลการศึกษา 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แสดงผลการประเมินประสิทธิภาพของแผนการเรียนวิชา English for Business Communication ทั้งหมด 6 แผนการเรียน ก่อนนำบทเรียนไปใช้ในการสอน ผลปรากฏดังตาราง 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยของประสิทธิภาพของแผนการเรียนรู้ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำบทเรียนไปใช้

หัวข้อการประเมินประสิทธิภาพของ แผนการสอน	แผนการ เรียนที่ 1	แผนการ เรียนที่ 2	แผนการ เรียนที่ 3	แผนการ เรียนที่ 4	แผนการ เรียนที่ 5	แผนการ เรียนที่ 6
1. จุดประสงค์การเรียนรู้	4	5	5	4	5	5
2. เนื้อหาของบทเรียน	4	5	4	4	5	5
3. ขั้นตอนการจัดการเรียนการสอน	4	5	4	4	5	5
4. ลักษณะของบทเรียน	5	4	5	5	4	4
5. การวัดและการประเมินผล	5	4	4	5	4	5
6. การนำไปใช้	5	5	4	5	5	5
ระดับความคิดเห็น	มาก	มากที่สุด	มาก	มาก	มากที่สุด	มากที่สุด
(ค่าเฉลี่ย)	(4.50)	(4.66)	(4.33)	(4.50)	(4.66)	(4.83)

จากตาราง 1 พบว่า แผนการเรียนรู้ที่ 2, 5 และ 6 มีความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.66, 4.66 และ 4.83 ตามลำดับ โดยผู้วิจัยได้นำผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขเนื้อหา ภาษา และการวัดประเมินผลให้ชัดเจนและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น เช่น การเลือกเนื้อหาและสื่อเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของเนื้อหา

การประเมินการพูด การแสดงบทบาทสมมติต้องบันทึกวิดีโอเพื่อสะดวกในการให้คะแนนที่แม่นยำมากขึ้น เป็นต้น

ตอนที่ 2 คะแนนความสามารถทางการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียนภาษาอังกฤษจากการปฏิบัติงานหลังการสอนในแผนการเรียนรู้ทั้ง 6 แผนการเรียนรู้ โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลปรากฏดังตาราง 2 และ 3

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยของคะแนนความสามารถของนักศึกษาด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษหลังจากการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงาน

แผนการเรียนรู้	แผนการเรียนรู้ 1 Nice to meet you	แผนการเรียนรู้ 2 Telephoning	แผนการเรียนรู้ 5 Job interview	ผ่าน/ไม่ผ่าน เกณฑ์ร้อยละ 50
คะแนนเฉลี่ยความสามารถด้านการฟัง (คะแนนเต็ม 20)	13.32	14.82	13.36	ผ่าน
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	2.74	1.86	2.64	-
คะแนนเฉลี่ยความสามารถด้านการพูด (คะแนนเต็ม 20)	15.64	15.87	13.04	ผ่าน
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	2.09	1.81	2.37	-

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนมีค่าเฉลี่ยคะแนนความสามารถด้านการฟังและพูดภาษาอังกฤษมากกว่าร้อยละ 50 กล่าวคือ คะแนนเฉลี่ยรวมด้านการฟังในแผนการเรียนมีค่า 13.32, 14.82 และ 13.36 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.74, 1.86 และ 2.64 ตามลำดับ คะแนนเฉลี่ยรวมด้านการเขียนในแผนการเรียนมีค่า 15.64, 15.87 และ 13.04 ตามลำดับ และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.09, 1.81 และ 2.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยของคะแนนความสามารถของนักศึกษาด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษหลังจากการใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงาน

แผนการเรียน	แผนการเรียน ที่ 3 Buying and Selling	แผนการเรียน ที่ 4 Job Hunting	แผนการเรียน ที่ 6 E-mail writing	ผ่าน/ไม่ผ่าน เกณฑ์ร้อยละ 50
คะแนนเฉลี่ยความสามารถด้านการอ่าน (คะแนนเต็ม 20)	16.46	15	16.46	ผ่าน
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	1.60	1.36	1.60	-
คะแนนเฉลี่ยความสามารถด้านการ เขียน(คะแนนเต็ม 20)	16.38	12.92	18.73	ผ่าน
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	3.00	3.25	1.74	-

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผู้เรียนมีค่าเฉลี่ยคะแนนความสามารถด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษมากกว่าร้อยละ 50 กล่าวคือ คะแนนเฉลี่ยรวมด้านการอ่าน มีค่า 16.46, 15 และ 16.46 ตามลำดับ และด้านการเขียน มีค่า 16.38, 12.92 และ 18.73 ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยนี้สรุปผลการวิจัยได้ว่า แผนการเรียนที่ใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงานในรายวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจสามารถส่งเสริมทักษะการฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษาอังกฤษของผู้เรียนโดยมีคะแนนผ่านเกณฑ์ร้อยละ 50 ตามที่ได้กำหนดไว้ การวิจัยครั้งนี้มีประเด็นสำคัญที่น่าสนใจและสามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้ คือ

1. แผนการเรียนที่ใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงานในรายวิชาภาษาอังกฤษ

เพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ เพื่อส่งเสริมความสามารถทางภาษาอังกฤษทั้งทางการฟัง พูด อ่าน และเขียน ทั้ง 6 แผนการเรียนได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีความเหมาะสมกับระดับความรู้ความสามารถของผู้เรียนเนื่องจากสาเหตุหลายประการดังนี้

1.1 การจัดการเรียนการสอนแบบมุ่งปฏิบัติงาน มีความเหมาะสมกับระดับความรู้ความสามารถและตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน เนื่องจากเนื้อหาที่นำมาสอนได้อ้างอิงจากผลสำรวจความต้องการของผู้เรียน แล้วนำมาสร้างเป็นหลักสูตรแม่แบบและพัฒนาต่อยอดเป็นแผนการเรียนทั้งหมด 6 แผนการเรียนซึ่งเนื้อหาการเรียนได้ปรับสอดคล้องกับความต้องการนำไปใช้ในชีวิตประจำวันและวิชาชีพทางด้านธุรกิจ อีกทั้งผู้วิจัยได้ปรับแผนการเรียนระหว่างปฏิบัติการสอนเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเรียนการสอนในแต่ละคาบให้เหมาะสม

กับสภาพแวดล้อมของผู้เรียน เช่น การพักท่าย ภาษาอังกฤษแบบเป็นทางการ การหางาน การเขียนจดหมายสมัครงาน การสัมภาษณ์งาน เป็นต้น เนื่องจากผู้เรียนเป็นนักศึกษาชั้นปีสุดท้าย จึงเลือกเนื้อหาให้เข้ากับความต้องการ ในความจำเป็น ในการหางานทำหลังจบการศึกษา ในแผนการเรียนรู้ที่ 5 Job interview การปรับเวลา ในการปฏิบัติงานแต่ละคนและขึ้นเน้นภาษา ให้สอดคล้องกับความสามารถในการรับรู้ของ ผู้เรียน การปรับแผนการเรียนนั้นได้อาศัยข้อมูล จากการจัดบันทึกข้อบกพร่องของผู้เรียนประกอบ กับผลสะท้อนความคิดเห็นของผู้เรียนแล้วนำมา ประกอบการพิจารณาพัฒนาแผนการเรียนรู้ ในคาบต่อไปให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

1.2 การเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงานที่มี ขั้นตอนการเรียนรู้ที่ชัดเจนช่วยให้ผู้เรียนปฏิบัติงาน ได้อย่างถูกต้อง กล่าวคือ มีขั้นตอนที่ชัดเจน และใน แต่ละขั้นตอนส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ภาษาของ ผู้เรียน ตั้งแต่การเปิดโอกาสให้ผู้เรียนเรียนรู้ โครงสร้าง คำศัพท์ที่สำคัญและจำเป็นต่อการ ปฏิบัติภาระงาน เมื่อผู้เรียนได้รับตัวป้อนทางภาษา ที่เพียงพอแล้ว ก็สามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติ ภาระงานโดยผู้เรียนจะต้องผ่านขั้นตอนวางแผน ปฏิบัติงาน และประเมินความสามารถของตนเอง อีกทั้งผู้เรียนได้ฝึกฝนโครงสร้างทางภาษาเพื่อ เน้นย้ำความรู้ทางภาษาและความเข้าใจที่ถูกต้อง ซึ่งงานวิจัยของ พิสมัย (2560) ได้สนับสนุนแนวคิด ดังกล่าวโดยได้ศึกษาการสอนแบบมุ่งปฏิบัติงาน โดยส่งเสริมความสามารถทางการพูดของนักศึกษา กล่าวว่าขั้นตอนของการเรียนการสอนที่ชัดเจนมี ส่วนช่วยให้ผู้เรียนเชื่อมโยงความรู้ในเนื้อหาของ บทเรียน โดยที่ผู้เรียนลงมือปฏิบัติจริงทุกขั้นตอน จึงมีส่วนช่วยให้ผู้เรียนมีความสามารถในการพูด เพิ่มขึ้น ดังนั้นกระบวนการที่เป็นขั้นตอนที่ ชัดเจนในแต่ละกิจกรรมการเรียนแบบมุ่ง ปฏิบัติงานสามารถส่งเสริมความสามารถทางการ พูดภาษาอังกฤษได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

Lou, Chen, and Chen (2016) พบว่าการเรียนรู้ แบบเน้นงานปฏิบัติทำให้ผู้เรียนมีความมั่นใจ ในการพูด มีความสนุกสนาน และมีความคล่องแคล่ว ในการพูดภาษาอังกฤษมากขึ้นหลังการเรียนรู้แบบ มุ่งปฏิบัติงาน ปัจจัยที่ทำให้ความสามารถในการใช้ ภาษาของผู้เรียนเพิ่มสูงขึ้นหลังจากการเรียนรู้ โดยใช้กิจกรรมแบบเน้นปฏิบัติงาน คือ ขั้นตอนต่างๆ ของการเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงานที่ชัดเจน เช่น แผนการเรียนรู้ที่ 4 Job hunting ในขั้นก่อนปฏิบัติงาน (Pre-task) ผู้สอนชี้แจงวัตถุประสงค์ว่าเรียนรู้คำศัพท์ สำนวนในประกาศรับสมัครงาน และเขียนประวัติ ส่วนตัวของตัวเองให้สอดคล้องกับตำแหน่งงาน ที่ประกาศรับสมัคร โดยผู้สอนได้สอนคำศัพท์ สำนวน และรูปแบบการเขียนประวัติส่วนตัว ขั้นปฏิบัติงาน (Task cycle) ผู้เรียนสืบค้นประกาศ รับสมัครงานที่ตนเองสนใจ ทำความเข้าใจประกาศ รับสมัครงาน และตอบคำถาม หลังจากนั้นนำมา เขียนประวัติส่วนตัวโดยย่อ ขั้นสุดท้ายคือ Language focus ภาษา ผู้สอนและผู้เรียนร่วม นำเสนอประกาศรับสมัครงานจากสื่อต่างๆ และ ประวัติส่วนตัว และร่วมอภิปรายถึงงานที่ได้ปฏิบัติ พร้อมให้คำแนะนำจากผู้สอน ขั้นตอนนี้ผู้เรียน ได้วิเคราะห์ และแก้ไขรูปแบบภาษาที่ผิดพลาด ให้ถูกต้อง ซึ่งช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนเรื่องคำศัพท์ และความรู้ และสามารถนำไปใช้ได้จริงในการ สมัครงานในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ของ วิลลิส และวิลลิส (Willis & Willis, 2007) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเรียนการสอนของการเรียน แบบมุ่งปฏิบัติงานประกอบด้วยขั้นตอนที่มีเป้าหมาย ของการปฏิบัติงานอย่างเด่นชัดในชั้นเรียน ตามลักษณะของภาระงาน ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียน เรียนรู้ภาษาอย่างเป็นขั้นตอน และสามารถนำไป ปฏิบัติภาระงาน ทั้งในชั้นเรียนและประยุกต์ใช้ ในชีวิตประจำวัน

1.3 การใช้กิจกรรมการเรียนแบบ มุ่งปฏิบัติงาน ผู้เรียนจะได้เรียนรู้ภาษาจากการ ปฏิบัติงาน จากการใช้สื่อสภาพจริงหรือใกล้เคียงกับ

สถานการณ์จริง ผู้สอนได้เปิดซีดี และคลิปปวีดีโอ บทสนทนาภาษาอังกฤษโดยเจ้าของภาษาซึ่งเกี่ยวกับการพูดแนะนำตัวเอง การสนทนาทางโทรศัพท์ และการสัมภาษณ์งาน เพื่อให้ผู้เรียนได้ฝึกฟัง พูด จนเกิดความคุ้นชิน และรู้วิธีการออกเสียงคำ และสำนวนต่างๆ จากเจ้าของภาษาอย่างถูกต้อง เพื่อเป็นตัวอย่างแก่ผู้เรียนในการปฏิบัติชิ้นงานอย่างถูกต้อง ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนมีโอกาสเห็นตัวอย่างภาษาเพื่อให้เกิดความเข้าใจในสถานการณ์ จึงสามารถเชื่อมโยงการปฏิบัติงานได้อย่างเป็นไปตามขั้นตอน และบรรลุเป้าหมายของการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับ ศิรินันท์ (2560) พบว่า ผู้เรียนมีทักษะการพูดภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้น หลังการจัดการเรียนรู้แบบเน้นงานปฏิบัติ เนื่องมาจากบทเรียนที่ใช้ โดยการจัดการเรียนรู้แบบเน้นงานปฏิบัติทำให้ผู้เรียนฝึกใช้ภาษา ผู้เรียนได้ใช้ศักยภาพของตนเองที่มีอยู่กับความรู้เดิม ผสมผสานเข้ากับความรู้ใหม่ในการถ่ายทอดสื่อสารออกมาเป็นผลงานของตนเอง เนื้อหาที่ใช้ในการจัดกิจกรรม เช่น คำศัพท์ ประโยค น่าสนใจ และผู้เรียนนำเนื้อหาจากการปฏิบัติงานไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ การใช้การเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงานนั้นเปิดโอกาสให้ผู้เรียนสำรวจภาษา และเรียนรู้ด้วยตัวเอง และให้ผู้เรียนฝึกฝน กระบวนการแก้ปัญหา ในการจัดสภาพการเรียนรู้ที่ใกล้เคียงกับสถานการณ์จริง ซึ่งจะช่วยพัฒนากระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ และนำไปประยุกต์ใช้กับปัญหาต่างๆในชีวิตประจำวัน ซึ่ง วิลลิส และวิลลิส (Willis & Willis, 2007) ได้สนับสนุนการใช้สื่อตามสภาพจริงสำหรับการเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงาน อันจะนำไปสู่การเรียนรู้ภาษาอังกฤษที่มีประสิทธิภาพมาก โดยเฉพาะผู้เรียนผู้ใหญ่ เช่น การฝึกฟัง พูดมาจากวิทยุ โทรศัพท์ ซีดี หรือฝึกกับเจ้าของภาษา ด้านทักษะการเขียน ได้แก่ จดหมาย บัตรเชิญ รายการอาหาร ข้าวในหนังสือพิมพ์ แผ่นพับโฆษณา เป็นต้น ดังนั้น การใช้สื่อจริงหรือใกล้เคียงกับสถานการณ์จริง เช่น

คลิปปวีดีโอหรือคลิปลเสียงสนทนาจากเจ้าของภาษา ประกาศรับสมัครงานจากเว็บไซต์องค์กรต่าง ๆ จดหมายสมัครงาน อีเมลสอบถาม เป็นต้น จะช่วยฝึกฝนทักษะทางภาษา และก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ เพราะผู้เรียนมีโอกาสดำเนินการลักษณะท่าทาง ฟังน้ำเสียงและสำเนียงการพูดภาษาอังกฤษ จากเจ้าของภาษา การเลือกใช้คำศัพท์ สำนวน ภาษาที่ใช้ในการเขียนจากสถานการณ์จริง จึงทำให้ผู้เรียนสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ความสามารถทางภาษาอังกฤษด้านการฟัง อ่าน พูด และเขียนของผู้เรียนผ่านเกณฑ์ร้อยละ 50 หลังจากการใช้แผนการเรียนภาษาอังกฤษโดยใช้กิจกรรมแบบมุ่งปฏิบัติงานด้านธุรกิจ ซึ่งมีประเด็นที่สามารถอภิปรายดังนี้

2.1 กิจกรรมที่ใช้ในการเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงานนั้นมีส่วนช่วยส่งเสริมความสามารถทางการฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษาอังกฤษของผู้เรียน กล่าวคือ การเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงานได้ทลายความสามารถของผู้เรียน ซึ่งช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนได้พัฒนาทักษะทางการพูดในการเจรจาต่อรองเพื่อหาความหมาย และก่อให้เกิดความมั่นใจในการแสดงออกทางทักษะภาษา พิกา และคณะ (Pica et al, 1993) ได้เสนอว่า กิจกรรมทางภาษาช่วยให้นักศึกษาได้ปฏิบัติงานในชั้นเรียน และได้ฝึกฝนทักษะทางภาษาของผู้เรียน โดยเฉพาะทักษะทางการฟังพูดเป็นทักษะหนึ่งที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคลในการปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อถ่ายทอดความคิด ความเชื่อ ความคิดเห็นของตนสู่บุคคลอื่น และเป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างกลุ่มผู้เรียน อันได้แก่ การถาม และการตอบ ข้อมูล การเล่าเรื่องของตนเองและบุคคลอื่น การแลกเปลี่ยนข้อมูล การแสดงความคิดเห็น นุนัน (Nunan, 1989) กล่าวเสริมว่า กิจกรรมในการเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงานกระตุ้นการฝึกใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารของผู้เรียนและพัฒนากระบวนการคิดวิเคราะห์ทักษะปฏิบัติงาน พะเยา (2562)

เปรียบเทียบทักษะการอ่าน และทักษะการเขียน ภาษาอังกฤษก่อน และหลังการใช้การสอนภาษา ที่มุ่งปฏิบัติงานที่กระตุ้นให้ผู้เรียนในชั้นเรียน มีปฏิสัมพันธ์กันในห้องเรียน เพื่อให้เกิดกระบวนการ เรียนรู้ภาษา โดยผู้เรียนได้รับมอบหมายเป็นงานคู่ หรืองานกลุ่ม โดยมีการวางแผนการปฏิบัติงาน และรายงานผลการปฏิบัติงาน ผู้เรียนได้วิเคราะห์ ภาษา ปรับปรุงแก้ไข และนำรูปแบบและโครงสร้าง ของภาษาไปใช้ในการปฏิบัติงานของตนเอง ทำให้ ผู้เรียนได้พัฒนางานเขียนตนเองเพิ่มขึ้นตามลำดับ

2.2 แผนการเรียนรู้ที่ใช้กิจกรรมการเรียนรู้ การสอนแบบมุ่งปฏิบัติงานมีขั้นตอนหรือวงจร การเรียนที่ค่อนข้างชัดเจน มีการประเมินการเรียนรู้ และกิจกรรมที่ชัดเจน ตามที่ ลอเรต (Lloret, 2003) กล่าวว่า การสอนภาษาแบบมุ่งงานปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ใช้ความคิดเป็นขั้นตอน ผ่านกระบวนการเพื่อฝึกแก้ปัญหา และการทำงาน เป็นกลุ่ม ซึ่งกิจกรรมการสอนมุ่งงานปฏิบัติ เป็นการสร้างประสบการณ์ในการใช้ภาษาอังกฤษ เป็นสื่อในการปฏิบัติงานที่มีขั้นตอนการทำงาน ที่ชัดเจนและมีการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับ วิลลิส และวิลลิส (Willis & Willis, 2007) ได้กล่าวถึงขั้นตอนกระบวนการเรียน การสอนของกิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงาน ไว้ 3 ขั้นตอน ดังมีรายละเอียดดังนี้คือ ขั้นก่อน ปฏิบัติงาน ผู้เรียนจะทราบถึงวัตถุประสงค์ของ การเรียนการสอน ว่าผู้เรียนจะต้องพูดในรูปแบบ และสถานการณ์ใดบ้าง นอกจากนี้ได้เรียนรู้คำศัพท์ สำนวนและโครงสร้าง เพื่อฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษ เพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติภาระงาน ซึ่งขั้นตอนนี้ ผู้เรียนมีโอกาสดำเนินกิจกรรม และงานต่าง ๆ เพื่อ เน้นให้เกิดทักษะทางภาษา ขั้นต่อมาคือ ขั้นปฏิบัติงาน เป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนได้ปฏิบัติงาน ทั้งงานเดี่ยว งานคู่ ขั้นตอนนี้ผู้เรียนได้ใช้ภาษา ที่เรียนมาในขั้นก่อนปฏิบัติงานมาวางแผน และ ฝึกซ้อม เพื่อการนำเสนอผลงานต่อชั้นเรียน และ ผู้สอนได้ชี้แจงเกณฑ์การประเมินผล ขั้นสุดท้าย คือ

ขั้นมุ่งเน้นภาษา เป็นขั้นตอนที่ผู้สอนและผู้เรียน ร่วมอภิปรายถึงงานที่ได้ปฏิบัติ ผู้เรียนได้ชี้แจง ปัญหาที่เกิดขึ้นขณะที่พูดหน้าชั้นเรียน และ แก้ไขปัญหาหลังจากได้รับคำแนะนำจากผู้สอน ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญขั้นตอนหนึ่ง เพราะ ผู้เรียนได้วิเคราะห์รูปแบบภาษาที่ผิดพลาด แก้ไข โครงสร้างทางภาษาให้ถูกต้อง ซึ่งทำให้ผู้เรียนจดจำ ในสิ่งที่ถูกต้องเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาการ ปฏิบัติงานในครั้งต่อไป นอกจากการแก้ไขปัญหาด้านทักษะทางภาษาทั้ง 4 ด้าน ของนักศึกษาแล้ว ความถูกต้องแม่นยำทางโครงสร้างภาษา ก็เป็น สิ่งจำเป็นที่ผู้เรียนได้รับการฝึกฝน และเน้นย้ำในขั้น มุ่งเน้นภาษาอีกครั้งหนึ่ง

2.3 ความสามารถทางภาษาทั้งการฟัง พูด อ่าน และเขียน โดยภาพรวมพบว่า ผู้เรียนมีความ มั่นใจและความกล้าแสดงออกมากขึ้น ผู้เรียน สามารถสื่อสารที่ราบรื่นต่อเนื่องเป็นธรรมชาติ มากขึ้น ถึงแม้ว่าการพูดและการเขียนจะไม่ถูกต้อง ตามหลักไวยากรณ์อย่างสมบูรณ์แบบแต่ผู้เรียน ก็สามารถสื่อสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการ สื่อสารทางธุรกิจ สอดคล้องกับ อาเหม็ด และบิดิน (Ahmed & Bidin, 2016) พบว่าหลังจากใช้ กิจกรรมการเรียนรู้แบบมุ่งปฏิบัติงาน คะแนน ความสามารถในการเขียนของนักศึกษาเพิ่มมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับคะแนนทดสอบก่อนเรียน อีกทั้งผู้เรียนมีความมั่นใจมากขึ้นในการเขียน ภาษาอังกฤษทั้งในและนอกห้องเรียน วาสนา และ สิทธิพล (2555) ได้พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ ภาษาอังกฤษโดยใช้รูปแบบการจัดการเรียนรู้ภาษา เพื่อการสื่อสารของนักเรียนผ่านกิจกรรม การเล่นเกม การแสดงบทบาทสมมติ และการทำ ใบงานทำให้นักเรียนมีโอกาสดำเนินภาษาเพื่อ การสื่อสารในสถานการณ์จริง ส่งผลให้นักเรียน มีความเชื่อมั่นในตนเองมากขึ้นรู้จักคิดและ ตัดสินใจด้วย นอกจากนี้ในแผนการเรียนรู้ท้าย ๆ ผู้เรียนมีความกระตือรือร้นในการมีส่วนร่วม ในกระบวนการเรียนการสอนมากขึ้น เนื่องจาก

บทเรียนตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน อีกทั้ง ยังใกล้เคียงกับบริบททางธุรกิจที่ผู้เรียน ศึกษาอยู่ เช่น การอ่านประกาศรับสมัครงาน การอ่านโฆษณาสินค้า เป็นต้น ผู้เรียนสามารถนำทักษะ การอ่านและคำศัพท์ทางธุรกิจไปปรับใช้ในวิชา ทางด้านธุรกิจอื่น ๆ ได้ ซึ่งจากผลสะท้อน ความคิดของผู้เรียนส่วนใหญ่เห็นว่าเนื้อหา ทางภาษา ที่เน้นเฉพาะด้านธุรกิจมีประโยชน์ ในชีวิตประจำวันและสายวิชาชีพทางธุรกิจของตน ในอนาคต ทั้งนี้พฤติกรรมการเรียนในกระบวนการ เรียนแบบมุ่งปฏิบัติงานทั้ง 3 ขั้นตอน คือผู้เรียน พยายามและตั้งใจร่วมกิจกรรมในชั้นเตรียมความ พร้อมทางภาษามากขึ้นหลังจากแผนการเรียนแรก เนื่องจากเห็นความสำคัญของขั้นตอนนี้เป็น ขั้นตอนที่ได้เรียนและฝึกฝนข้อมูลทางภาษา ซึ่งได้แก่คำศัพท์ สำนวนต่าง ๆ และไวยากรณ์ ที่จำเป็นต่อการผลิตทักษะทางภาษาอังกฤษ เพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ ส่วนในขั้นนำเสนอ ผู้เรียน นั้นเริ่ม มีความกล้าพูดและเขียน ภาษาอังกฤษมากขึ้น จากแผนการเรียนแรกถึง แผนการเรียนสุดท้าย เนื่องจากบรรยากาศ ในชั้นเรียนมีความเป็นกันเอง ทั้งในกลุ่มผู้เรียน และระหว่างผู้เรียนและผู้สอน

สรุปได้ว่าการเรียนการสอนภาษาอังกฤษ ที่เน้นการสื่อสารทางธุรกิจโดยการใช้การเรียน แบบมุ่งปฏิบัติงานด้านธุรกิจ ได้ส่งเสริม ความสามารถทางภาษาทั้ง 4 ด้านได้แก่การฟัง พูด อ่าน และเขียนภาษาอังกฤษของผู้เรียน เนื่องจาก เนื้อหามุ่งเน้นความต้องการของผู้เรียนเป็นสำคัญ เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ฝึกกิจกรรมที่เน้นการ ปฏิบัติงานโดยใช้สื่อการสอนจริง (Authentic Materials) และเรียนโดยใช้ขั้นตอนการเรียน แบบมุ่งปฏิบัติงานที่มีขั้นตอนอย่างชัดเจน ซึ่ง ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีกระบวนการทางความคิด ซึ่งก่อให้เกิดความเข้าใจและการเรียนรู้ ที่จะปฏิบัติงาน อย่างเป็นระบบแบบแผน ขั้นตอน การเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงาน มีการเตรียมความพร้อม

ทางภาษาโดยให้ตัวป้อนที่เข้าใจได้ และสามารถ นำมาใช้กับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความสนใจของ ผู้เรียน (Crawford, 2002) นอกจากนี้สื่อการเรียน ที่ใช้เน้นสื่อสภาพจริง ผู้เรียนจึงมีโอกาสดำทำ กิจกรรมต่าง ๆ สอดคล้องกับสถานการณ์จริง มากที่สุด อันสอดคล้องกับการศึกษาในปัจจุบัน ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนพัฒนาตนเองโดยมีเป้าหมายให้ ผู้เรียนสามารถใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ได้ในชีวิตประจำวันและการทำงานในอนาคต โดย ผู้เรียนสามารถคิด ปฏิบัติงานได้จริง และวิเคราะห์ แก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาแผนการ เรียนภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ โดยใช้กิจกรรมการเรียนแบบมุ่งปฏิบัติงานของ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ ผู้วิจัยมี ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

1. ควรมีการศึกษาและวิจัยตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม นอกเหนือจากความสามารถทางภาษา เช่น ควบคู่ศึกษาความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และความสามารถในการแก้ไขปัญหา เป็นต้น
2. ศึกษาการใช้กิจกรรมการสอนแบบ มุ่งปฏิบัติงานที่มีต่อความสามารถทางการพูด ฟัง อ่าน และเขียนในวิชาภาษาต่างประเทศอื่น ๆ เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาฝรั่งเศส เป็นต้น
3. ควรมีการศึกษาค้นคว้าการใช้การเรียนแบบ มุ่งปฏิบัติงานด้านการเรียนภาษาอังกฤษบูรณาการ กับสาขาวิชาอื่น ๆ เช่น ด้านวิศวกรรมศาสตร์ ด้านเกษตรศาสตร์ ด้านสถาปัตยกรรมศาสตร์ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ชายุดา จันทะปิตตา. (2556). การพัฒนาแบบฝึกเสริมทักษะการฟังภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 โรงเรียนบัวหลวงวิทยาคม จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*, 6(2), 197-211.
- ถนอมจิตต์ สารอด และคณะ. (2559). การพัฒนาทักษะการอ่านภาษาอังกฤษของนักศึกษาสาขาพลศึกษาด้วยกระบวนการคิดวิเคราะห์อย่างมีวิจารณ์ญาณ. *วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*, 33(3), 39-66.
- นรมน บุรีแก้ว. (2552). *การใช้การสอนภาษาแบบมุ่งปฏิบัติงานที่เน้นรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อเพิ่มพูนความสามารถในการฟัง พูด ภาษาอังกฤษและทักษะทางสังคมของนักเรียนระดับก้าวหน้า*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พะเยา นุเสน. (2562). *การใช้การสอนมุ่งงานปฏิบัติเพื่อพัฒนาทักษะการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษของนักศึกษาวิชาเอกภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 1(1), 2-16.
- พิสมัย กิ่งสกุล. (2560). *การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้แบบเน้นปฏิบัติงานเพื่อส่งเสริมความสามารถด้านการพูดภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พรศักดิ์ หนูวงษ์. (2560). *การใช้สื่อสภาพจริงเพื่อส่งเสริมความสามารถทางการอ่านภาษาอังกฤษ ความรู้ด้านคำศัพท์ และความคงทนในการจำคำศัพท์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ภูริชญา และวิภาดา ประสารทรัพย์. (2561). *การพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้กิจกรรมการสอนภาษาเพื่อการสื่อสารตามกรอบอ้างอิงความสามารถทางภาษาของสหภาพยุโรปสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 5*. *วารสาร มจร วิชาการล้านนา*, 7(2), 66-71.
- รมินตรา วรงค์ปกรณ์, ศศิธร อินตุน, และยุพิน อินทะยะ. (2559). *การใช้สื่อสภาพจริงเพื่อพัฒนาความสามารถในการอ่านและการเขียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3*. *Journal of Graduate Research*, 7(1), 15-29.
- ธณวีร์ พาผล, วรศิริ บุญเชื้อ, จารุณี นาคเจริญ, สลิลลา ศรีรัตนบัลล์, นันทิยา ศิลาชัย, และธนากร ขำศรี. (2563). *การวิเคราะห์ปัญหาทักษะการฟังและการอ่านในการทำข้อสอบโทอิกของนักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*. *Journal of Buddhist Education and Research*, 6(2), 239-251.
- วาสนา สิงห์ทองลา และสิทธิพล อาจอินทร์ (2555). *การพัฒนาทักษะการฟังภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5*. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 35(3), 56-64.
- ศิรินันท์ เอื้อนโธสงค์. (2560). *การจัดการเรียนรู้แบบเน้นงานปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างทักษะการพูดภาษาอังกฤษสำหรับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยศิลปากร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สินีนาง มีตร. (2559). *การพัฒนาแบบฝึกเสริมทักษะการเขียนภาษาอังกฤษตามแนวการสอนแบบอรรถฐานสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนศรีวิชัยวิทยา จังหวัดนครปฐม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต).

- มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักมาตรฐานและประเมินผลอุดมศึกษา. (2558). *กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย*. ค้นจาก <http://www.km.thaicyberu.go.th/linkfile/2553/TQF/index.html>.
- อัจฉรา ธรรมาภรณ์, และฤทัยชนนี สิทธิชัย. (2544). ผลของการสอนโดยใช้กิจกรรมที่เน้นงานปฏิบัติและวิธีการเสริมแรงต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ปัตตานี: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- Ahmed, R. and Bidin, S. (2016) The effect of task- based language teaching on writing skills of EFL learners in Malaysia. *Open journal of modern linguistics*, 6(3), 207-218.
- Crawford, J. (2002). *The role of materials in language classroom: Finding the balance* Cambridge: Cambridge University Press.
- Dubin, F., and Olshtain, E. (2000). *Course design*. (10th ed.) Cambridge: Cambridge University Press.
- Ellis, R. (2003) . *Task- based language learning and teaching*. Oxford: Oxford University Press.
- Janice Yalden. (1983) *The Communicative syllabus: Evolution, design and implementation*. Oxford: Pergamon Press.
- Lambert, C. and Oliver, R. (2020). *Using tasks in second language teaching: Practice in diverse contexts*. Bristol: Multilingual.
- Lloret, M. G. (2003). Designing task-based CALL to promote interaction: En busca de esmeraldas. *Language Learning & Technology*, 7(1), 86-104.
- Lou, Y., Chen, P. and Chen, L. (2016). Effects of a task- based approach to non-English- majored graduates' oral English performance. *Creative Education*, 7(4), 660-668.
- Massoud Rahimpour. (2010). Current trends on syllabus design in foreign language instruction. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 1660-1664. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.03.254>.
- Nunan, D. (2004). *Task-based language teaching*. Cambridge: Cambridge University Press.
- O' Neill, G. (2015). *Curriculum design in higher education: Theory to practice*, Dublin: UCD Teaching & Learning.
- Pica, T., Kanagy, R., & Falodun, J. (1993). *Choosing and using communication tasks for second language teaching and research*. Clevedon, UK: Multilingual Matters.
- Richards, J. (2006) . *Communicative language teaching today*. New York: Cambridge University Press.
- Willis, D., & Willis, J. (2007). *Doing task-based teaching*. Oxford: Oxford University Press.

พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมวัดคีรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

Behavior and Satisfaction of Thai Tourists Towards Wat Kiriwong Amphoe Muang, Nakhon Sawan.

ชนิษฐา ใจเป็ง^{1*}

Chanistha Jaipeng^{1*}

¹ สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

¹ Hotel and Tourism Management Chaopraya University

* E-mail: peeup@hotmail.com

Received March 17, 2019; Revised July 24, 2019; Accepted December 27, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมวัดคีรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมวัดคีรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ในช่วงเดือนพฤษภาคม ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2561 จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดคีรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านการคมนาคม ด้านการบริการ และด้านความปลอดภัย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และการหาค่าเฉลี่ย (Mean) มาใช้ในการวิเคราะห์

ผลการวิจัย พบว่า ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดคีรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุ 21 - 30 ปี มีสถานภาพโสด และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 5,001 บาท และในส่วนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดคีรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ทั้ง 5 ด้าน พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม มีความพึงพอใจมากที่สุด และด้านการคมนาคมมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว, พฤติกรรม, ความพึงพอใจ

Abstract

The objective of this study aims to: 1) study behaviors of Thai tourists towards Wat Kiriwong, Amphoe Muang, Nakhon Sawan 2) study satisfaction of Thai tourists towards Wat Kiriwong, Amphoe Muang, Nakhon Sawan during May to October 2018, a total of 400 people were collected by using questionnaires from a sample of Thai tourists traveling at Wat Kiriwong, Amphoe Muang, Nakhon Sawan. This study focuses on the tourist attractions and environment, the price of goods and services, the accessibility, services and security. Analyzed by descriptive statistic such as frequency, percentage, and mean.

The study found that most Thai tourists were male, aged 21 to 30, and single. They were general students with have income less than 5,001 baht. They graduated with upper graduate degree. The satisfaction towards Wat Kiriwong, Amphoe Muang, Nakhon Sawan in 5 factors found that the tourist attractions and environment are the most important things, the accessibility was less important.

Keyword: Tourism, Behavior, Satisfaction

บทนำ

นครสวรรค์เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์อีกจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ระหว่างภาคกลางและภาคเหนือ จึงเป็น “ประตูสู่ภาคเหนือ” และเป็นศูนย์กลางการคมนาคมที่สำคัญของภาคเหนือตอนล่าง และยังเป็นจังหวัดที่มีลักษณะเป็นเมืองท่องเที่ยวและแหล่งอุตสาหกรรมมากมาย ในจังหวัดนครสวรรค์มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ซึ่งได้แก่ วัดนครสวรรค์ วัดเขาวรรณนาถบรรพต วัดหนองโพธิ์ วัดคีรีวงศ์ ฯลฯ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดคีรีวงศ์ เพราะเป็นวัดที่สวยงาม และมีจุฬามณีมหาเจดีย์ เป็นสถานที่ที่มีพระบรมสารีริกธาตุของพระพุทธเจ้าประดิษฐานอยู่ อีกทั้งยังมีหอชมเมืองเป็นหอชมเมืองที่สามารถชมทิวทัศน์เมืองนครสวรรค์ได้ทั้งหมดอีกด้วย

วัดคีรีวงศ์ แต่เดิมเป็นวัดร้าง สันนิษฐานจากซากปรักหักพังอิฐเก่า และใบเสมา รวมทั้งพระพุทธรูปว่าสร้างขึ้นในสมัยกรุงสุโขทัยตอนปลาย แล้วรกร้างเสื่อมโทรม จนกระทั่งราวปี พ.ศ. 2504 มีพระธุดงค์แสวงบุญมาพบรกร้างอยู่ท่ามกลางป่าเขา จึงแจ้งให้กรมศาสนาและกรมศิลปากรเข้ามามีบูรณะ พบว่า

มีเจดีย์เก่าแก่กว่า 600 ปี ปัจจุบันพื้นที่ของวัดทั้งบนเขาตาวดิงส์ และที่ราบประมาณ 280 ไร่ ภายในวัดจะมีพระอุโบสถสมเด็จพระพุฒาจารย์ดิลกธรรมาภรณ์ ศาลาพุทธาณภาพ วิหารหลวงพ่อโตศักดิ์สิทธิ์ ทั้งนี้บนยอดเขาตาวดิงส์ เมื่อขึ้นไปจะได้สัมผัสการพระพุทธรูปหินสีที่องค์ใหญ่สร้างเมื่อ 2525 และจุฬามณีมหาเจดีย์ที่สร้างตรงฐานเจดีย์เก่าแก่ ภายในประดิษฐานพระพุทธรูปบาทจำลอง และพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์อีกมาก สำหรับจุฬามณีเจดีย์นั้น พุทธศาสนิกชนถือว่าเป็นเจดีย์บนสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ เพราะเขาภูพานี้สมเด็จพระพุฒาจารย์ (อาจาสาโร) แห่งวัดมหาธาตุตั้งชื่อให้เนื่องจากตั้งอยู่สุดทางถนนดาวดิงส์ รวมทั้งท่านยังแนะนำให้สร้างพระจุฬามณีเจดีย์ไว้บนยอดเขาด้วย ส่งผลให้ความมั่งคั่งมาตามคำคืนที่พระจุฬามณีมหาเจดีย์ ลอยเด่นเป็นสิททองอยู่บนปากฟ้าท่ามกลางความมืด ดังเช่นล่องลอยอยู่บนสวรรค์ จากที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มีการประกาศแนวทางด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยกระตุ้นการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ภายใต้แคมเปญ “Amazing Thailand Go Local หรือ เที่ยวท้องถิ่นไทย ชุมชนเติบโต เมืองไทยเติบโต” เพื่อให้เกิดการกระจายโอกาส

ในเชิงพื้นที่ โดยการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรองและชุมชน เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเพื่อให้เกิดการเตรียมความพร้อมและพัฒนาพื้นที่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสมดุลในทุกมิติเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป (กองเลขาการวัดศรีวังค์, 2560)

ความหลากหลายในหลาย ๆ ด้านในประเทศไทยทั้งวัฒนธรรม ประเพณี หรือความเป็นไทยต่าง ๆ มีรากฐานมาจากศาสนาพุทธ มาจากวิถีของศาสนาพุทธ เกือบทั้งหมด วิถีไทย วิถีพุทธ นำเสนอให้เห็นถึงวิถีซึ่งเป็นการดำรงอยู่ของศาสนาพุทธคู่วิถีไทยจนเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้แล้ว ซึ่งเป็นสิ่งที่ล้นเกล้ารัชกาลที่ 9 ของชาวไทยพุทธอย่างแท้จริง

ดังนั้น ผู้ศึกษาได้เล็งเห็นความสำคัญของพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมวัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ว่าเป็นอย่างใด องค์กรประกอบใดที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อที่จะทำให้ได้ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และแนวโน้มของธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องนำผลการศึกษาไปพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งนำข้อมูลจากการวิจัยในครั้งนี้ มาประกอบและการปรับปรุง พัฒนา วัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับทางวัด องค์กรต่าง ๆ และหน่วยงานราชการ ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถที่จะนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงสถานท่องเที่ยวและการให้บริการให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และเพื่อให้วัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยั่งยืน และอยู่คู่จังหวัดนครสวรรค์ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมวัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อวัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ประเทศไทยมีการจำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท โดยเอาแนวทางสากลมาปรับใช้ (วรรณ วรชานิช, 2546) ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวภายในประเทศ (Inbound Tourism) คือนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทยเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทย

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) คือการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักในประเทศไทยและเดินทางท่องเที่ยวอยู่ภายในประเทศ

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (Outbound Tourism) คือการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทยเดินทางออกไปยังประเทศอื่น จากโครงการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของชาวไทยในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553) ที่ได้มีการสำรวจในปี 2552 ทั้งในด้านของการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเก็บข้อมูลภาคสนามและการสัมภาษณ์แบบ Face-to-face 900 ราย และเก็บข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต (On-line Survey) 600 ราย ซึ่งผลการศึกษาจากการสนทนากลุ่ม และข้อมูลเอกสารด้านแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศพบว่าขั้นตอนและพัฒนาการของแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกันเป็นอย่างมากกับทฤษฎีความต้องการเพื่อการดำรงชีวิตของมาสโลว์ โดยแรงจูงใจพื้นฐานเบื้องต้นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเป็นความต้องการเติมเต็มทางด้านกายภาพ เช่น ความต้องการพักผ่อน

ทางร่างกายเกิดความ “รู้สึกอิสระ” (Freewill=อิสระ แห่งกายและจิต) ซึ่งเป็นความคาดหวังที่สำคัญยิ่งของผู้ที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน โดยรู้สึกผ่อนคลายจากความแตกต่างของสถานที่ท่องเที่ยวจากรูปแบบปกติในการดำรงชีวิตประจำวัน ต่อมา คือ แรงจูงใจที่ต้องการความมั่นใจด้านความปลอดภัย โดยพบว่ากลุ่มคนที่มีภาระผูกพัน คือ พ่อแม่ที่มีลูกเล็ก หรือลูกที่พาพ่อแม่เดินทาง มีแนวโน้มที่จะคำนึงถึงความปลอดภัยมากกว่ากลุ่มคนที่ในวัยกำลังศึกษาหรือเพิ่งเริ่มทำงาน และมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มักไปเที่ยวที่เดิม ๆ ที่ตนเองคุ้นเคย ขึ้นต่อมา คือ แรงจูงใจเพื่อตอบสนองความต้องการให้คนที่ตนรักมีส่วนร่วมรับรู้ถึงความสุขหรือประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่ได้รับการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยมีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อกระชับความสัมพันธ์ และเพิ่มพูนความรักระหว่างสมาชิกในครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อน และหากพบว่าคนที่ตนรัก และต้องการให้ร่วมเดินทางด้วยไม่สามารถเดินทางได้ การเดินทางอาจถูกยกเลิก หรือต้องเลื่อนแผนการเดินทาง ส่วนในขั้นแรงจูงใจที่ต้องการแบ่งปัน เพื่อแสวงหาความยอมรับนับถือและแรงจูงใจ ในการแสวงหาตัวตน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่สามารถระบุได้ว่ามีความก้าวหน้าถึงขั้นที่ใช้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการแบ่งปัน และแสวงหาการยอมรับนับถือ หรือเพื่อแสวงหาตัวตนซึ่งเป็นขั้นสูงสุดของมาสโลว์

แนวคิดด้านความพึงพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545) ได้อธิบายแนวคิดด้านการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าไว้ดังนี้ ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับความคาดหวังของลูกค้า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากการบริการกับความคาดหวังของบุคคล ซึ่งความคาดหวังนั้นเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีต

ของผู้ซื้อ ซึ่งมีความคาดหวังว่าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจอย่างมาก

นักการตลาดจะต้องค้นหา และวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาด (Marketing Concept) สำหรับวิธีการติดตาม และวัดความพึงพอใจของลูกค้าสามารถกระทำได้ด้วยวิธีต่าง ๆ ดังนี้

1) ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and Suggestion System) เป็นการหาข้อผิดพลาดของลูกค้านับว่าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการบริการ รวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่ธุรกิจนิยมใช้ ได้แก่ ธนาคาร โรงแรม โรงพยาบาล ภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

2) การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Surveys) อาจเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าโดยการวิจัยตลาดวิธีนี้องค์กรจะต้องเตรียมแบบสอบถาม เพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า โดยทั่วไปลูกค้ามักไม่สนใจวิธีแรก แต่ส่วนใหญ่มักเปลี่ยนไปซื้อจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการรายอื่นแทนที่จะเสนอแนะคำติชม ซึ่งเป็นผลให้องค์กรต้องสูญเสียลูกค้า เทคนิคต่าง ๆ ที่ใช้สำรวจความพึงพอใจของลูกค้ามีดังนี้

(1) การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (Rating Customer Satisfaction) ที่มีต่อบริการโดยอยู่ในรูปของการให้คะแนน อาทิ ไม่พอใจอย่างยิ่ง ไม่พอใจ พอใจ พอใจอย่างยิ่ง เป็นต้น

(2) การถามลูกค้าว่าได้รับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือไม่อย่างไร

(3) การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้บริการ พร้อมทั้งเสนอแนะประเด็นต่าง ๆ ที่ควรแก้ไขปัญหานั้น เรียกว่า การวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า (Problem Analysis)

(4) การถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่าง ๆ ของการบริการ เรียกว่าการให้คะแนนการทำงานการบริการ (Service Performance Rating) วิธีนี้จะช่วยให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของการบริการ

(5) การสำรวจความตั้งใจในการซื้อ หรือใช้บริการของลูกค้า (Repurchase Intention)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาชมวัดศรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ในการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน (Infinite Population) การใช้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ William.G. Cochran (1997: 76) โดยผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 มีค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 สัดส่วนของประชากรที่จะทำการสุ่ม 0.5 คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสูตร ดังนี้

$$\text{สูตร } \frac{n=P(1-P)(Z)^2}{d^2}$$

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม โดยกำหนด 50% (0.5)

Z = ความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้ 95% มีค่าเท่ากับ 1.96 (ผิดพลาด 5%)

d = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

$$\text{แทนสูตร } n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.5(0.5)(3.84)}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.96}{0.0025}$$

ฉะนั้นได้กลุ่มตัวอย่าง = 384

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาด และได้ให้ระดับความเชื่อมั่นงานวิจัยครั้งนี้จึงเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดศรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ การรับข้อมูลเกี่ยวกับวัดศรีวงศ์ วิธีการเดินทางท่องเที่ยว วัดคู่ประสงค์ที่เลือกมาท่องเที่ยว วัดศรีวงศ์ บุคคลที่เดินทางมากับนักท่องเที่ยว ในการท่องเที่ยววัดศรีวงศ์ฯ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยววัดศรีวงศ์ฯ ต่อคน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดศรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ในปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านการคมนาคม ด้านการบริการ และด้านความปลอดภัย ลักษณะของแบบสอบถามเป็นการวัดประเมินค่าตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's scale)

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ คือ การเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง

2) ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ คือ หนังสือ ตำรา เอกสารประกอบการสอน งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเว็บไซต์ต่าง ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทั้งหมดถูกนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมชุดสถิติสำเร็จรูปด้วยคอมพิวเตอร์ แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ จำนวน และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดศรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ สถิติที่ใช้คือ จำนวน และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดศรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ (Frequency), ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวัดประเมินค่าตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบดังนี้

5 คะแนน สำหรับความคิดเห็น

พึงพอใจมากที่สุด

4 คะแนน สำหรับความคิดเห็น

พึงพอใจมาก

3 คะแนน สำหรับความคิดเห็น

พึงพอใจปานกลาง

2 คะแนน สำหรับความคิดเห็น

พึงพอใจน้อย

1 คะแนน สำหรับความคิดเห็น

พึงพอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมาย เพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย ในช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แปลความว่า

พึงพอใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 แปลความว่า

พึงพอใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 แปลความว่า

พึงพอใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 แปลความว่า

พึงพอใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แปลความว่า

พึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานที่ดำเนินการศึกษาวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษา และรวบรวมข้อมูลบริเวณภายในวัดศรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

ระยะเวลาการดำเนินการ

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัย ตั้งแต่ เดือน พฤษภาคม - ตุลาคม 2561

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่วัดศรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 และเพศหญิง จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมา คือ อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 อายุ 12 - 20 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 อายุ 51 - 60 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 รองลงมา คือ สถานภาพสมรส จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ

48.50 รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 ส่วนใหญ่เป็น อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมา คือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 อาชีพเกษตรกร จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และอาชีพอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,001 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมา คือ รายได้ 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 รายได้ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 รายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และรายได้ 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50

2. ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับวัดศรีวังค์ฯ จากญาติ/เพื่อนแนะนำ จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์ของจังหวัด จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 วารสารท่องเที่ยว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 อินเทอร์เน็ต จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และข่าวทางวิทยุ โทรทัศน์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ส่วนใหญ่

เดินทางโดยรถส่วนตัว จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.00 รองลงมา คือ รถรับจ้าง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 บริการนำเที่ยว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และอื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพร จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมา คือ เพื่อพักผ่อน หย่อนใจ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 เพื่อขนานสานกล่าว/แก้บน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.25 ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยววัดศรีวังค์กับเพื่อน จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือ ญาติ พี่น้อง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 บิดา-มารดา จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 คู่สมรส จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 และอื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยววัดศรีวังค์ฯ ต่ำกว่า 250 บาทต่อคน จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมา ประมาณ 251 - 500 บาท ต่อคน จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ประมาณ 501 - 750 บาทต่อคน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 และประมาณ 751 - 1,000 บาทต่อคน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75

3. ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ในแต่ละด้านมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. บรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความร่มรื่น สงบ เหมาะสำหรับการพักผ่อน และทำบุญ	4.00	พึงพอใจมาก
2. สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า, น้ำดื่มหรือน้ำใช้, โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การได้ดี	3.61	พึงพอใจมาก
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.91	พึงพอใจมาก
4. แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและความเหมาะสมในการจัดสถานที่ได้อย่างเหมาะสม	4.25	พึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	3.94	พึงพอใจมาก

ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับความพึงพอใจ ในแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและความเหมาะสมในการจัดสถานที่ได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาด้านบรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความร่มรื่น สงบ เหมาะสำหรับการพักผ่อน และทำบุญ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ด้านความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.91) ด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า, น้ำดื่ม/น้ำใช้, โทรศัพท์สาธารณะ) และด้านมีคุณภาพ ใช้การได้ดี (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยมีเฉลี่ยรวมของด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมอยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย 3.94) ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 ด้านราคาสินค้าและบริการ

ด้านราคาสินค้าและบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ/ราคาเหมาะสม/มีความสะอาด	3.67	พึงพอใจมาก
2. ร้านจำหน่ายสังฆทาน และสัตว์ปล่อย มีจำนวนเพียงพอ/ราคาเหมาะสม	3.80	พึงพอใจมาก
3. ในเรื่องการสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้าย/สัญลักษณ์การให้ความรู้ เช่น แผ่นพับเอกสาร และอื่น ๆ	3.56	พึงพอใจมาก
4. เจ้าหน้าที่ร้านค้าให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี	3.80	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.70	พึงพอใจมาก

ผลการวิจัย พบว่า ด้านเจ้าหน้าที่ร้านค้าให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.80) ซึ่งมีระดับคะแนนเท่ากับ ด้านร้านจำหน่ายสังฆทาน และสัตว์ปล่อย มีจำนวนเพียงพอและราคาเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.80) ด้านร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม มีจำนวน

เพียงพอและราคาเหมาะสม มีความสะอาด (ค่าเฉลี่ย 3.67) และด้านการสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้าย/สัญลักษณ์การให้ความรู้ เช่น แผ่นพับเอกสาร และอื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของด้านราคาสินค้าและบริการอยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย 3.70) ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 3 ด้านการคมนาคม

ด้านการคมนาคม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. การเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มีความสะดวก/ ปลอดภัย/ มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	3.75	พึงพอใจมาก
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีการบริการรถโดยสารประจำทาง (รถสี่ล้อแดง/ รถตุ๊กตุ๊ก/ อื่น ๆ)	3.40	พึงพอใจปานกลาง
3. สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ใกล้ตัวเมือง การเดินทางเดินถึงสะดวกสบาย	3.66	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.60	พึงพอใจมาก

ผลการวิจัย พบว่า ด้านการคมนาคมในเรื่องของการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มีความสะดวก/ ปลอดภัย/ มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมา คือด้านสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ใกล้ตัวเมือง การเดินทางเดินถึงสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.66) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ใกล้

ตัวเมือง การเดินทางเดินถึงสะดวกสบาย (ค่าเฉลี่ย 3.66) และด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีการบริการรถโดยสารประจำทาง (รถสี่ล้อแดง/ รถตุ๊กตุ๊ก/ อื่น ๆ) (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของการคมนาคมอยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย 3.60) ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4 ด้านการบริการ

ด้านการบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. มีระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม	3.72	พึงพอใจมาก
2. มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/ เพียงพอ/ สะดวกต่อการใช้งาน	3.59	พึงพอใจมาก
3. มีคำแนะนำ (เอกสารหรือบุคลากร หรือป้ายประกาศ หรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน	3.85	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.72	พึงพอใจมาก

ผลการวิจัย พบว่า ด้านการบริการในเรื่องของคำแนะนำ (เอกสารหรือบุคลากรหรือป้ายประกาศหรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมาจะเป็นในเรื่องของด้านระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม(ค่าเฉลี่ย 3.72) และ

ด้านในเรื่องของการบริการห้องน้ำ-ห้องสุขาที่สะอาด/ เพียงพอ/ สะดวกต่อการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของการบริการอยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 5 ด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย	3.90	พึงพอใจมาก
2. การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย/ปลอดภัย	3.84	พึงพอใจมาก
3. ภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	3.87	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87	พึงพอใจมาก

ผลการวิจัย พบว่า ด้านมีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมาจะเป็นในเรื่องของภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 3.87) และเรื่องของการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย /ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของด้านความปลอดภัย อยู่ที่ (ค่าเฉลี่ย 3.87) ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำประเด็นสำคัญมาใช้ในการอภิปรายผลการศึกษ ถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ที่มีต่อวัดศรีวงศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ แบ่งออกเป็น 5 ด้าน เมื่อพิจารณาผลโดยรวมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยว พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อม (ค่าเฉลี่ยรวม 3.93) มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด รองลงมา ด้านความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ยรวม 3.87) ด้านการคมนาคม (ค่าเฉลี่ยรวม 3.75) ด้านการบริการ (ค่าเฉลี่ยรวม 3.72) และด้านราคาสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ยรวม 3.70) มีระดับความพึงพอใจมากเท่ากันตามลำดับ ในแต่ละด้านมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว	ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม
ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม	3.94
ด้านความปลอดภัย	3.87
ด้านการบริการ	3.72
ด้านราคาสินค้าและบริการ	3.70
ด้านการคมนาคม	3.60

4. ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม พบคือ นักพิราบที่มีจำนวนมาก บางครั้งมูลนก ส่งกลิ่นเหม็น อีกทั้งทางขึ้นไปยัง

วัดศรีวงศ์ค่อนข้างมีความชัน นักท่องเที่ยวที่ขับรถไปเองต้องมีความชำนาญในการขับรถขึ้นไป

อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังวัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 ส่วนใหญ่มีอายุ 21 - 30 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 มีรายได้ต่ำกว่า 5,001 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ซึ่งสอดคล้องกับฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) ได้กล่าวว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ โดยนักท่องเที่ยวจะมีความต้องการมีอำนาจซื้อ และเต็มใจจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการ ที่กำหนดในเวลานั้น

ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้นำประเด็นสำคัญมาใช้ในการอภิปราย ผลการศึกษาถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับวัดศรีวังค์ จากญาติ/เพื่อนแนะนำ จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถส่วนตัว จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87.00 วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไหว้พระขอพร จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยววัดศรีวังค์กับเพื่อน จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยววัดศรีวังค์ต่ำกว่า 250 บาทต่อคน จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.50

ข้อมูลระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามและความเหมาะสมในการจัดสถานที่ ได้อย่างเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.25) สอดคล้องกับการศึกษาของ วรพร ฉายกิจ (2557) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย โดยรวมในระดับมาก และรายด้านคุณค่าทางศิลปกรรม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ทั้งนี้วัดศรีวังค์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เป็นวัดที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และมีบรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยวที่ดี จึงเหมาะต่อการพักผ่อน และทำบุญ

ด้านราคาสินค้าและบริการ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านราคาสินค้าและบริการมากที่สุด คือ ด้านเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 3.80) สอดคล้องกับการศึกษาของ ทศนัวรรณ วิบุตขมานนท์ (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวในระดับมาก

ด้านการคมนาคม

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในการคมนาคมมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.85) คือ ด้านการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มีความสะดวก ปลอดภัย และมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน สอดคล้องกับการศึกษาของ พัสดร์ หิรัญญการ (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวองค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจขององค์ประกอบเกือบทุกด้านของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกองค์ประกอบ

ด้านการบริการ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านการบริการมากที่สุด คือ ด้านการบริการในเรื่องของคำแนะนำ (เอกสารหรือบุคลากรหรือป้ายประกาศหรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.85) สอดคล้องกับการศึกษาของ เพชรรัตน์ มีสมบุรณ์พูนสุข ญัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ และคณะ (2556) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจเรื่องความเหมาะสมของกิจกรรมทางวิชาการ เช่น การบรรยาย ประวัติความเป็นมา การแสดงนิทรรศการ และการสาธิตการผลิตและการแปรรูปสินค้า เป็นต้น แต่ทั้งนี้วัดศรีวังศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ มีพระภิกษุสงฆ์จำวัดอยู่เป็นจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องมีเวลาเปิด-ปิด ทำการเป็นเวลาเพื่อพระภิกษุสงฆ์ที่จำวัดอยู่ได้ทำวัตร และเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ไปปฏิบัติได้ทำสมาธิ

ด้านความปลอดภัย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านความปลอดภัย มากที่สุด คือ ด้านมีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวกปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.90) ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร (2552) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจ พบว่านักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความพึงพอใจด้านความปลอดภัย ในระดับปานกลาง เนื่องจากวัดศรีวังศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเป็นจำนวนมาก จึงทำให้ต้องมีสถานที่จอดรถที่มีความปลอดภัย เพื่อรักษาทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

ที่มาท่องเที่ยวยังวัดศรีวังศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์

สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดศรีวังศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ครั้งนี้ เมื่อพิจารณาผลการวิจัยโดยรวมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวยังวัดศรีวังศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อวัดศรีวังศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ในภาพรวมทั้ง 5 ด้าน พบว่าการประเมินในด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อม ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับที่มีความพึงพอใจมาก และนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญในด้านบรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความร่มรื่น สงบ เหมาะสำหรับการพักผ่อนและทำบุญ และด้านการคมนาคม พบว่า มีระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด ทั้งนี้ควรมีการปรับปรุงและพัฒนา เพื่อใช้เป็นกลยุทธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวยังวัดศรีวังศ์ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เพิ่มขึ้น และเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้และความอนุเคราะห์เป็นอย่างยิ่งจากนักท่องเที่ยวผู้ให้ความร่วมมือ และสละเวลาในการตอบแบบสอบถามทุกท่าน รวมถึงคณะกรรมการวัดศรีวังศ์ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยวที่วัดศรีวังศ์ หายที่สุด ผู้วิจัยขอขอบพระทัยอันพึงมีจากงานวิจัยฉบับนี้ แด่วัดศรีวังศ์ และผู้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กองเลขานุการวัดคีรีวงศ์. (2560). *ประวัติวัดคีรีวงศ์*. สืบค้น 30 พฤษภาคม 2561, จาก www.watkiriwong.net
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2553). *ททท. แอกลงแผนการตลาดท่องเที่ยวประจำปี 2554*. สืบค้น 1 สิงหาคม 2561, จาก <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=95300>
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2542). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทัศนวรรณ วิบุษกษมานนท์. (2545). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน*. (วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปวีณา ทวีวงศ์โอฬาร. (2552). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เพชรรัตน์ มีสมบุรณ์พูนสุข, ญัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ, ไพวรรณ เกาศรี และสุภาภรณ์ ประสงค์ทัน. (2556). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง 2556. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 16, 142-154.
- พัสดร์ หิรัญญการ. (2554). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวองค์พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม*. (ค้นคว้าอิสระหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วรพร ฉายกี. (2557). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัยจังหวัดสุโขทัย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณ วรณานิข. (2539). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2545). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร.
- Cochran, William. G. (1997). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley and Sons.
- William.G. Cochran. (1997). *Sampling Techniques*. A Wiley publication in applied statistics Wiley series in probability and mathematical statistics. Wiley Eastern



Raising Awareness of Considerable Factors on Developing Sustainable Religious Tourism in Chiang Mai, Thailand for Chinese Travelers

Pachernwaat Srichai¹, Samart Suwannarat¹ and Ravee Phoewhawm^{2*}

¹ Social Research Institute, Chiang Mai University

² International Business School (IBS), Chongqing Technology and Business University

* E-mail: rtcm999@yahoo.com

Received February 15, 2019; Revised June 10, 2019; Accepted December 27, 2021

Abstract

This study aims to raise awareness of the considerable factors on developing sustainable religious tourism in Chiang Mai for Chinese travelers. The study examines the mission and strategy of different religious institutions to determine how they sustain their practical beliefs and highlights the challenges faced by each institution for Chinese travelers to acquire the foreknowledge in supporting sustainable religious tourism in Chiang Mai. An interview was conducted with six key institution administrators. A purposive sampling method was conducted with the institutions. An open-ended question was asked about their organization's mission and strategy, challenges faced, and considerable factors for developing sustainable religious tourism. The interviews were recorded on a video to let the interviewee speak naturally. The spoken words were played back and written into a digital document. Documentation was also carried out to review the events. Based on the results, the discussion pointed out the following issues on raising awareness: 1. Institutions being part of an educational network in developing society, 2. Coordination amongst institutions for utilizing knowledge, skills and expertise to make a solid contribution to the cause, 3. Education as the bridge for understanding, learning and business trade.

Keyword: Chinese Travelers, Education, Religious Tourism, Strategy, Sustainability

Introduction

The people from mainland China are heavily fond of traveling to places or areas that showcase events for shopping, sightseeing, recreation, and leisure (Liu, Li and Yang, 2015). Chinese travelers tend to visit sites in large groups to share the

experience and moments with each other as a family and develop their friendship status with people whom they are highly acquainted with (Zhao, Zhu and Hao, 2018). One way to bond with relatives and friends is by taking an incursion trip that features religious attractions. Religious activities

bring about curiosity and wonder for Chinese travelers as it enhances their spiritual wellbeing (Huang and Chu, 2019). Studies on religious tourism indicate that it has been around for ages and has been a part of local people's identity, cultural values, and social beliefs, thus allowing visitors to obtain a better understanding of how people live their lives in a changing environment and modestly adapt to their surroundings (Camilleri, 2018). However, there have been cases where religious tourist sites in northern Thailand have been put at risk of being unsustainable due to being continuously exposed to foreign travelers who expect that the authenticity of practical beliefs is configured to their itinerary schedule.

1.1 Threats to a Sustainable Religious Tourism

Places that have once been praised for their religious tradition have to compromise their values in order to attract more foreign tourists to gain more revenue share. Sacred grounds had to be demolished in order to provide the proper roads for transporting visitors, provide a comfortable parking space for tour buses, and keep the supply flow of goods available for hungry appetites and purchasing souvenirs (Sonchaem et al., 2017). Holy relics had to be relocated to areas that are meant to attract the attention of travelers so that they can be lured to visit other areas that give them a buying impulse of rare items (Asawachi, 2018). Local worshippers are often

interrupted by the noise and crowd, making it impossible to carry out the function of making offerings to the divine spirit (Morris and Nguyen, 2018). At worst, these worshippers are aghast to smell cigarette smoke and see a display of uncourteous behavior on the temple ground they hold dearly (Khaosod.com, 2015). What makes matter worst is the mound of garbage that temple caretakers have to be responsible for without having the proper equipment to maintain the sanitation (Ming, 2018) for other visitors to be impressed upon; eventually, they also bring more garbage to dispose of as they don't want to hold it with them.

With the tourism authority in China looking to promote more traveling services linked to religion, Chiang Mai offers a splendid haven that has locals practicing in the diverse belief of Buddhism (95%), Islam (4.6%), Hindu and Sikh (1%), and Catholic/Christianity (.7%) while being part of the cultural mosaic that makes all feel welcomed to socialize and engage in trade. However, it's essential that religion is given the proper acknowledgment and space to let it serve the true mission purpose and not coerced to serve the commercialized visiting mass (Shakeela and Weaver, 2018) otherwise, the sustainability of the ritual services, divine customs, holy ceremonies, and consecrated ceremonies will become diluted as a cheap novel tour for visitors and not worth returning in future traveling.

Research Aim & Questions

This study aims to raise awareness of the considerable factors on developing sustainable religious tourism in Chiang Mai for Chinese travelers. In order to achieve the aim, the work examines the mission and strategy of different religious institutions to determine how they sustain their practical beliefs. Also, the research highlights the challenges faced by each institution for Chinese travelers to acquire foreknowledge in supporting sustainable religious tourism in Chiang Mai. To reach the aim, the study proposes the following questions:

1. What is the mission and strategy of each different religious institution in sustaining the practical beliefs?
2. What challenges does each institution face for Chinese travelers to have the foresight on supporting sustainable religious tourism in Chiang Mai?
3. What are the considerable factors on developing sustainable religious tourism

for Chinese travelers to be aware of?

Literature Review

3.1 Chiang Mai and its charms

Chiangmai is located in the north of Thailand. It's been a popular place for travelers from all around the world due to its cultural hospitality and natural wonderland with many attractions. Chiang Mai is a national and international potential tourism site for visitors to make their spiritual merit (Choe and O' Regan, 2021) and experience other interesting cultural-religious activities. Thailand was announced by the Chinese government in 1988 to grant permission for Chinese people to visit. Since then, Thailand has been noticing an increasing number of Chinese tourists interested in visiting sites and activities related to religion (Sangakorn, 2013).

According to a report by the Chiang Mai Province Office (2021), there are locals who practice the following faith:

	Religions in Chiang Mai	Number of Faith Practitioners	Percent
1	Buddhism	1,519,879	91.80
2	Christianity (Protestant/Catholic)	92,716	5.60
3	Other religions	23,345	1.41
4	Islam	19,371	1.17
5	Hinduism/Sikhism/Brahmanism	331	0.02
		1,655,642	100.00

Figure 1: Religion and Faith Practitioners in Chiang Mai

Source: The Chiang Mai Provincial Cultural Office (2021) from the National Statistical Office of Thailand. (2012). The 2010 Population and Housing Census. Population Statistics Group, Social Statistics Bureau, National Statistical Office. Bangkok

From the figure above, there have been different religions practiced in Chiang Mai. The latest figures from the Chiang Mai Provincial Cultural Office indicate that more practitioners of the Buddhist faith overwhelm religions such as Christianity, other types of beliefs, Islam, and Hinduism/Sikhism/Brahmanism. Although Buddhism has a large number of followers,

Chiang Mai is still considered a distinctive province rich in religious and cultural diversity. Chiang Mai has become one of the popular tourist sites for visitors to be enriched in the pluralistic elements of culture, religion, and traditions from various groups. The number of religious people is displayed in the pie graph as follows.

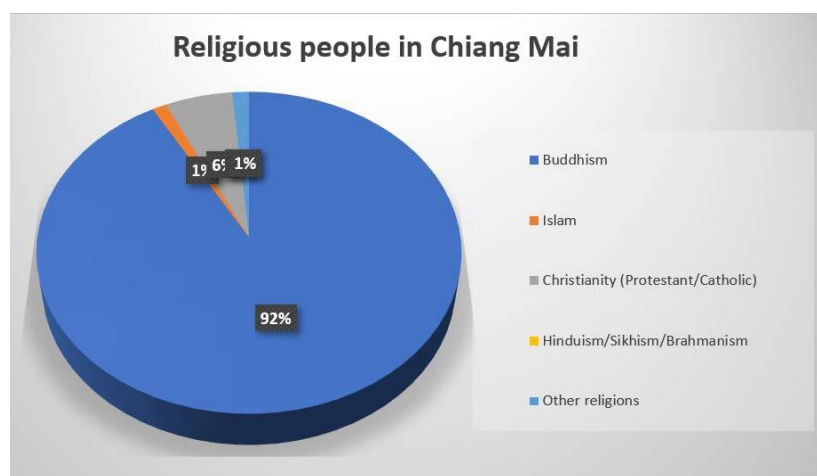


Figure 2: Number of Religious People in Chiang Mai

Source: The Chiang Mai Provincial Cultural Office (2020)

Religion in Chiang Mai has a fascinating cultural history that can be seen through many sacred sites and temples scattered throughout the area. Excluding the law stating that the King must be Buddhist, there is no official Thailand religion, which means that all Thai nationals enjoy religious freedom. However, Buddhism is the most common faith with approximately 91.80 % of the population. In comparison, the Muslim population in

Chiang Mai is scattered throughout the province. Two of Christianity's significant denominations had been recognized in Chiang Mai, including The Church of Christ in Thailand and The Roman Catholic Church.

Sangkakorn (2008) found that the most favorite to least favorite place or activity of Chinese visiting Chiang Mai were temples and cultural sites

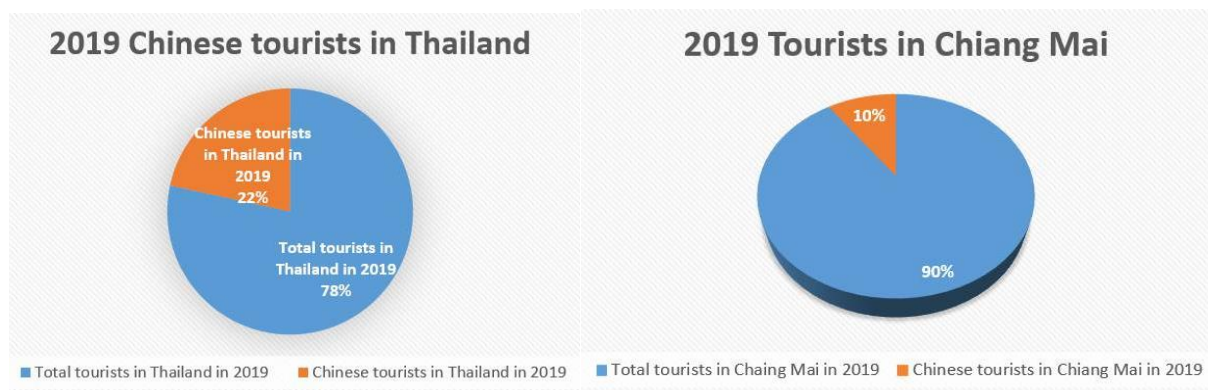


Figure 3: Number of Chinese Tourists in Thailand and Chiang Mai in 2019

Source: Ministry of Tourism and Sports (2021)

Figure three shows the number of Chinese tourists entering Thailand and the percentage visiting Chiang Mai in 2019. In 2019, Chiang Mai had earned more than 102,300 million Baht from tourism alone (Ministry of Tourism and Sports, 2021). It would be better if other cultural tourism aspects of Chiang Mai could motivate more tourists from China to visit or re-visit the city.

3. 2 Sustainability in Religious Tourism: Mission and Strategy of Institutions

Sustainability is an idea to maintain the flow of resources to meet the current needs with the conceptual intention of not compromising the needs of future generations. As a strategy for organizations and leaders, sustainability is about balancing the operation of being conscience of generating products with higher consumer value, effectively managing risks, improving the work culture, developing the wellbeing of all stakeholders involved, and ensuring that the business reputation is approved in the

public's mind (Smith, 2008). Religious tourism is mainly derived from the visitors themselves who are on a divine mission to be in closer touch with their beliefs by performing on the worship, making offerings, doing ritual traditions, and engaging in a dialogue with fellow believers for spiritual researching (Rasul, F., Fatima, U. and Sohail, 2016). Sustainable religious tourism is the strategic practice for keeping the ideas and training authentic while balancing the related events to be in harmony with the surrounding environment.

Religion is part of a nation's culture that shapes the way individuals in a group perceive a particular issue dealing with politics, society, economics, and other aspects of human lives when traveling to another nation or being a host to foreign travelers, which can either change their viewpoints or others who they come in contact with (Nyaupane, Timothy and Paudel, 2015). Those who travel to visit important religious sites are mainly motivated to explore the culture of the

people, how beliefs are practiced, and how sacred objects are worshipped so that they can get a better feel to meet their own spiritual fulfillment (Gokalp et al., 2016). A study done by Luz (2020) mentions the importance of those who make the pilgrimage to visit certain sites that are based solely on a spiritual quest. In contrast, the believers want to be at ease with their struggle by practicing the faith at a location that helps them return to one that is original and pure. Although a number of pilgrimage travelers bring in a lot of revenue for shrine maintenance, local businesses and help to boost the nation's economy, there are still some negative impacts from too many visitors who have carelessly spoiled the essence and prestige of sacred areas by contributing to noise pollution, traffic jams, excess garbage waste, and environmental degradation which have put onerous stress on the local people who have to compromise their wellness/wellbeing for the sake of others trying to earn an income from the event (Rashid, 2018). A study done by Collins et al. (2015) pointed to the issue of the conflict of interests amongst stakeholders and suggested that whatever may be the perception or framing that influence the behavior of individuals and groups there needs to be a collective approach for developing sustainable grounds for disagreements to be solved, issues to be addressed with sincerity, and that all interests are fully understood with compliance to increase the benefits.

Government institutions, religious organizations, and the local community are key players in developing a sustainable framework that would promote religious tourism as a mutual benefactor in the lives and livelihood of all. According to Mandal et al. (2017), when people know that their roles and functions are integrated as part of a strategic value-chain, they can provide valuable insights and essential information for designing a framework that would give tourists a meaningful experience. For such a sustainable framework to take shape, Lin et al. (2017) provide the idea of assessing cultural themes and relevant concepts to pinpoint out the values that are highly critical for developing the quality service standards in reinforcing a positive impression amongst travelers to make a return visit in the future.

3.3 Sustainability in Religious Tourism: Challenges of Institutions

Those who make the pilgrimage from abroad are coming from a diverse cultural background shaped by their government's policy, social environment, social media thoughts which are a part of their daily lives enhancing their traveling experience (Kartal, Tepeci and Atli, 2015) and lets them be fully aware of what they determine as positive or negative towards their happiness and self-satisfaction (Kim and Kim, 2019). Collins-Kriener and Walls (2015) stated that these individuals making the pilgrimage don't really consider themselves as being tourists because they see themselves as making the journey for

spiritual reasons unlike normal travelers who enter the nation for curiosity or pleasure, thus raising mindfulness for institutions to accommodate a smooth entry process into the nation and moderate security, as well as for commercial sectors to provide what is needed and not push certain items, such as food, beverages, or services, that may be deemed as inappropriate to their beliefs. While there are a large number of literature works cautioning about overcrowding of people, which is detrimental in the view of a sustainable religion (Collins-Kreiner, 2020). The truth is that religious sites also need a lot of spiritual travelers to constantly make visits and spend their income which will be used for developing the infrastructure around essential areas that are holy and sacred. Atlas et al. (2015) pointed out that religious travelers have many options to choose from to go on their spiritual quest, which serves as a reminder that if devout places no longer carry that magnificent luster. Then they will lose out on being strongly noticed as a destination image to other holy sites that outperform them in meeting these unique visitors' needs. In a study that looks into religion and entrepreneurship by Farmaki et al. (2020), sustaining religious tourism will have to require parallel cooperation between the entrepreneurs and religious organizations; the authors state that religion may either directly or indirectly encourage, support and strengthen entrepreneurship or it may inhibit entrepreneurship. Although it's good

for both sides to share their resources, the test is on the religious leadership's resolve to not compromise its ethical principles and moral values for showcasing its sacred artifacts to make quick cash.

In the practice of toleration, religious institutions must take careful notice between travelers who are ideally there for spiritual fulfillment and ones who are only on recreational leisure. The latter type of visitors can be described as being led by a curiosity that is not fully aware of what is right nor wrong, lacking the ability to comprehend customary procedures that are significant to the beliefs, and unintentionally causing disruption to devotees who are in the middle of carrying out their practice for reaching enlightenment (Shinde, 2015). While some faith believers understand that religion has to cope with modern times, they apply an onerous reminder in private settings to ensure that the leadership endorses the teachings and practical beliefs to be rigorously genuine with the origin and ban all thoughts from giving in to the temptations of being used as a cash making tool for other commercial tourism sidelines to inject more, but unnecessary, income (Küpelı, Koc and Hassan, 2018).

3.4 Sustainability in Religious Tourism: Factors and Awareness

Implementing the idea of sustainable religious tourism is highly dynamic, whereas the internal and external environmental factors interchange with one another to provide a complex abstract that

needs to be learned and analyzed for grasping the issue. Çakmak and Dilek (2018) discovered that just because something is built to accommodate religious travelers more effectively, it does not exactly translate into a mass demand in the thousands making reservations and arrangements to come to the place. Organizations or institutions promoting religious tourism need to understand that this is a niche market where travelers have already decided what they need to have when making their excursion abroad from their home country. It is important to understand what constitutes their behavior with regards to such principles that are deemed as being acceptable, such as from consuming food and beverages to engage in banking and finance, tourism planning, determining the appropriate cosmetics for purchasing, communicating to people who are functioning on their jobs, and accessing proper travel and transport services for their members as well as themselves (El-Gohary, 2016). A study done by Aulet and Vidal (2018) illustrated the importance of religious sites needing to have some space for rituals to occur out of respect, otherwise it will lose many faithful followers who abhor the sight of religious premises being operated as an entertainment theatre which rapidly destroys the credibility as an actual place for prayers and worship. Based on the assessment, Fourie et al. (2015) indicated that religion carries a strong personal interest and wonder in visitors wanting to know more about how local

people practice faith in their everyday lives, and those tour operators should always have information available about certain religious places or events. Religious sites welcoming tourists can serve in meeting the needs of travelers who are need of some material comfort and spiritual confidence to help them recharge their soul as they wait to go back to work in their home country, according to the research of Jaelani, Setyawan and Hasyim (2016) who were evaluating groups from a need's perspective. Although some individuals, especially the younger ones, may lean more towards materialistic interest than being fully devoted to a particular faith, they have a keen sense of what is happening around the world and have identified how religion has become part of the conflict. Wani et al. (2015) encourage the leaders of faith in attempting to demonstrate how religion can be applied as a method for achieving peace, consensus, peaceful co-existence, and cooperation among the commonalities to build that bridge of trust and consensus for further action; and the first tool that religious communities can use is civilizational dialogue to build trust and consensus among themselves. Religious tourism is part of the local community, and the local community thrives on a healthy balance of the economy, society, and environment that co-exist and collaborates with the ideas in place, thus creating a sustainable climate for people to perform their ceremonious beliefs with peace and

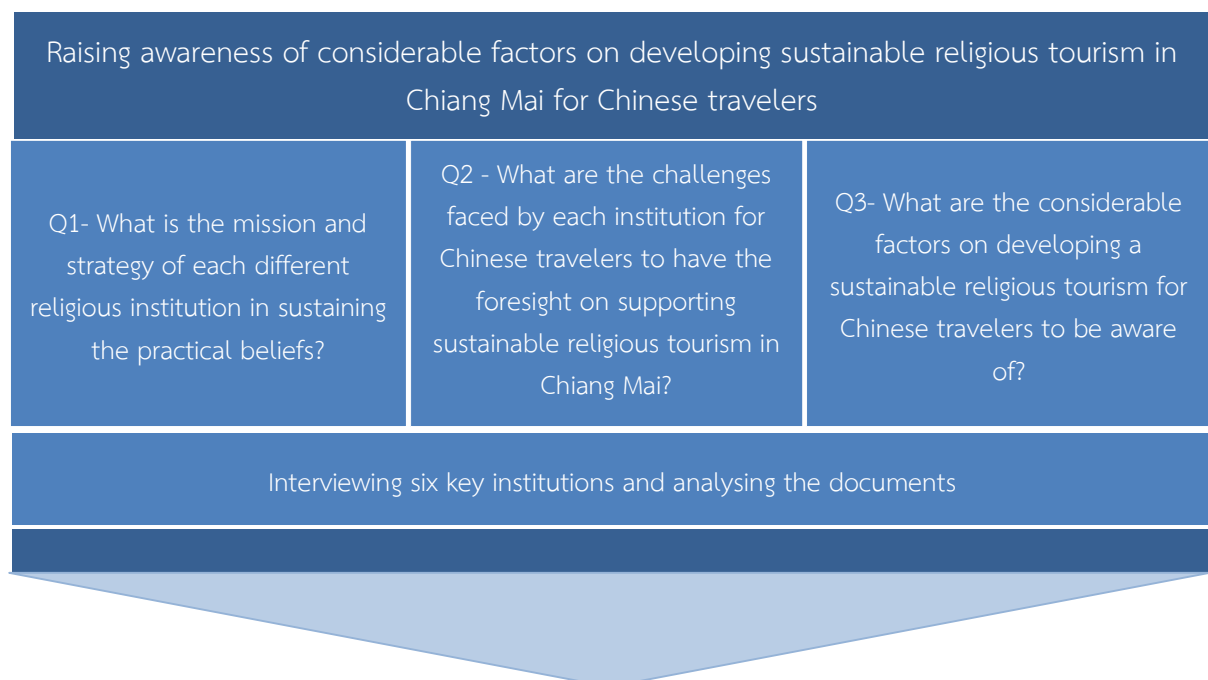
goodwill toward others (Zouni and Digkas, 2019). Nevertheless, there are some tourists who may feel that the guards of faith have been mostly orientated around the status quo of practice and have not kept up to date on the current needs of belief in modern times, thus triggering a sense for hierarchical reform to question itself on how it is going to adapt in the long run to please the long-time followers who are not ready for change and for the ones who are pushing for the difference (Terzidou, Scarles and Saunders, 2017). As these old guards encounter more of the new religious tourist in the future, an initiative needs to be taken

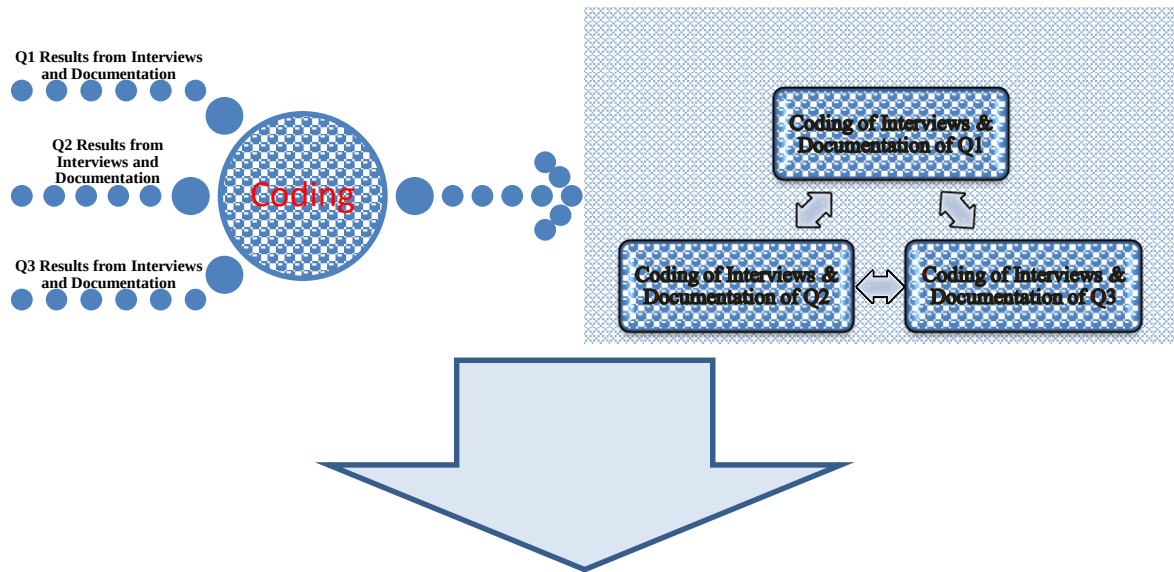
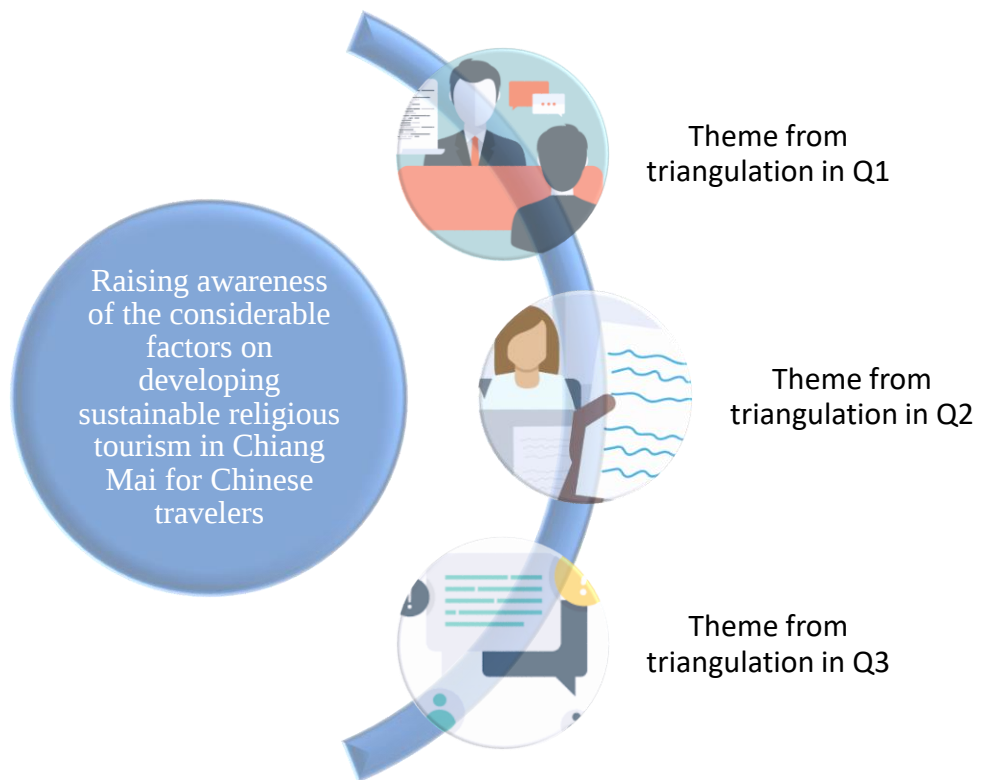
for learning about what those individuals are going through with their emotional feelings, educational interaction, and social experiences for developing a better sense of respect and understanding each other culture (Cortese, D'Ambrosio and Petracca, 2019).

Conceptual Framework

The conceptual framework for 'raising awareness of considerable factors on developing sustainable religious tourism in Chiang Mai for Chinese travelers' is given below.

Stage 1



Stage 2*Stage 3*

(Jentoft and Olsen, 2017)

Figure 4 was designed in the form of triangulation to get a better validity for the research aim to provide greater insight and understanding with the findings (Jentoft and Olsen, 2017). The theoretical framework begins at stage 1 with the arrangement of the research aim on “raising an awareness on the considerable factors on developing sustainable religious tourism in Chiang Mai for Chinese travelers”. Three research questions were developed to reach the aim by inquiring about the following:

1. The mission and strategy of each different religious institutions in sustaining the practical beliefs.
2. The challenges faced by each institution for Chinese travelers to have the foresight on supporting religious tourism in Chiang Mai.
3. The considerable factors on developing a sustainable religious tourism for Chinese travelers to be aware of.

To answer the three questions, the method of interviewing and documentation were implemented separately to gather the data.

Stage 2 is the process of allocating the data from the interview and documentation. The data are to be coded to highlight the keywords that appear most frequently from interviewing and documentation. Upon codification, the information is set for triangulation of the two methods to determine where the keywords connect, which will be provided as themes based on the study.

Stage 3 arranges the themes from stage 2 to be utilized for providing information on the aim of “raising awareness of the considerable factors on developing sustainable religious tourism in Chiang Mai for Chinese travelers”. The themes will provide insights on areas that need to be developed or initiated to uphold sustainability in religious tourism

Research Methodology & Results

5.1 Data Collection Method

An interview was conducted with six key institution administrators. A purposive sampling method was conducted with McGilvary College of Divinity, The Chiang Mai Provincial Cultural Office’s Administrator, The Catholic Mission Chiang Mai Diocese, the Provincial Islamic Council in Chiang Mai, the Chiang Mai Islamic Learning Institute, and the National Buddhist Office of Thailand.

McGilvary College of Divinity is an institute in charge of Protestantism in Chiang Mai under the division of administrative areas of churches in Thailand, while Chiang Mai Provincial Cultural Office is an agency that operates at the provincial level in charge by the Ministry of Culture. The office is responsible for serving the people, promoting and supporting people, groups, organizations, and local organizations to participate in religious missions, arts, and cultures. Also, it is responsible for the coordination and performing of duties as a governmental agent of the Ministry of Culture in the

region. The Catholic Mission Center Chiang Mai Diocese is a Roman Catholic Diocese with a total population of 5,709,443. As of 2014, there are 68,975 Catholics with 15,080 Catechumens. The Office of Provincial Islamic Council in Chiang Mai is in charge of the Muslim with the collaboration of the Department of Local Administration.

An open-ended question was asked about their organization's mission and strategy, challenges faced, and considerable factors for developing sustainable religious tourism. The interviews were recorded on a video to let the interviewee speak naturally. The spoken words were played back and written into a digital document. Documentation was also carried out to review the events that they had done from the past and to understand the tasks performed in meeting their mission and strategy objectives, challenges encountered and how they were resolved, and issues addressed for developing sustainable religious tourism. The study location was concentrated in the Chiang Mai provincial area. Interviewing appointments were set in advance out of respect for the senior figures to contemplate the questions sent beforehand so that each minister could provide an in-depth response to the inquiries for the interview process. Unfortunately, the Sikh and Hindu committee were not available for doing the interview.

The replies from the interviews and

highlights from documentation were sorted separately for coding which were then transcribed into a tabular format. The coded table was set up for triangulation from the interviews and documentation to see where the keywords and messages from each method connected and provided meaning from the scheme (Chu and Ke, 2017). Each of the triangulated methods featured its own code and was converted into themes. The next part of this section provides the information for the three research questions. This is followed by an insightful discussion with regards to "raising awareness of the considerable factors on developing sustainable religious tourism in Chiang Mai for Chinese travelers". *The results are in the appendix section.

5.2 Mission and Strategy of Each Different Religious Institutions in Sustaining the Practical Beliefs

Religious institutions such as the McGilvary College of Divinity are committed to being the source of practice, learning, research, and knowledge for their followers of the faith. As an organization, the emphasis is on promoting the youth to be the banner for carrying out the teaching and being financially sustainable to provide the budget that supports their events of spreading the faith. Whereas the Catholic Mission is more orientated in utilizing the relationship with the divine spirit and humanity for developing by targeting those who have a lesser fortune than others. The Catholic Mission is ongoing with their idea

through dissemination and pastoral care training and teaching for the sake of increasing the number of followers and practitioners to keep the religion progressing. The Provincial Islamic Council stresses the spiritual identity of holding one's nationality in self-esteem and divine beliefs as being centered on how one carries out his life in general. The Chiang Mai Islamic Learning Institute is set forth to be the bridge for helping people understand Islam in a better light and hoping that the teachings will be integrated with other beliefs to create balance and harmony. The Chiang Mai Provincial Cultural Office assumes the role of developing and providing services for learning and research on religion, arts, and culture that supports morality and ethics, fostering the sense of Thai values and national identity. This institution integrates the ideas from other religions, arts, and cultures to become methods that inspire citizens on proud of being Thai and living in a peaceful and sustainable society. The National Buddhist Office of Thailand oversees the standard and procedures for any affairs that deal with the maintenance and status of temples in the provincial areas. The bureau promotes, supports, and coordinates in disseminating Buddhism and Buddhism-religious education by supervising and controlling the quality of education in schools and providing learners with moral knowledge and the development of Buddhists-religion. All of these six institutions commend on being

able to cooperate and coordinate with the works of others whenever an auspicious date arrives for celebration for that particular religion. The Chiang Mai Provincial Cultural Office takes on the leading role of getting each religious institution involved to showcase goodwill and amity for sustaining a society that welcomes all to practice their faith. Bacsı (2017) discussed how religious diversity could contribute to the cultural identity of a nation as travelers can get a better experience to visibly explore and learn how people can congregate in commerce, hold holy ceremonies, and educate one another in peaceful ways. The uniqueness of letting different religious institutions handle their own mission affairs while at the same time valuing the sense of cooperation, collaboration, and coordinating with their fellow peer's divine matters make it worthwhile for people to see the different rays of light but always return to their faith without any compromising. Such an experience that showcases a variety of different religious tourism helps make travelers use their leisure time with quality, which serves the purpose of the types of visitors that the religious organization wants (Brendan, 2015).

5.3 Challenges Faced by Each Institution for Chinese Travelers to Have the Foresight on Supporting Sustainable Religious Tourism in Chiang Mai

Each religious institution that is not involved with Buddhism faces challenges of their own to keep themselves visible and

active in credibility and trust as they perform in the eye of the public followers. For the McGilvary College of Divinity, followers can easily forget about the teachings and practice as they set out on the journey to find jobs in big urban areas and not be able to support the local network for getting new members to join the faith. Also, members with diverse ethnic and national backgrounds are having difficulty maintaining their quality of life due to not having citizenship which limits them from gaining a proper educational degree and finding working opportunities. Furthermore, the church is not equipped in evangelism to persuade newcomers to become part of the faith. The Catholic Mission shares the same issue with McGilvary College with regards to their members' quality of life situation; not having citizenship makes it challenging to provide for themselves and their families. In addition, the number of followers of the Catholic religion, especially with the younger generation, has been drastically reducing. The Provincial Islamic Council knows that no matter how much merit is made or helping in charity, it cannot win over the minds of the younger generation who are more interested in the trends going on in social media. The concern is that the morals are missing from the previous teachings of Islam. Therefore, there is pressure on the parents to indoctrinate the fundamental Islamic principles in their family not as a force from the institution but to be aware that Allah will not accept

them if they do not make that commitment. Another issue of concern is that there are some members who are involved with drug trafficking which seriously puts the institution at risk of being associated with the illegal activity. The Chiang Mai Islamic Learning Institute noticed that the unity amongst Muslim followers still needs to be developed as there are those who still tend to do things on their own. The Institute has been making an effort to have an open dialogue in the community to help counter the prejudice and negative outlook against the religion and devotees in order to help people be dispelled of the myth or misunderstanding that creates fear, ignorance, and hate in their minds. However, in order to support the positive causes, they need ongoing support in funding to keep this dialogue viable. The Chiang Mai Provincial Culture Center has no problems in providing coordination and support for any religious institution that wants to have an activity that develops peace and harmony in the community. However, they cannot get too much involved or they will be labeled as being biased and favoring one religion over the other. As for the National Buddhist Office of Thailand, the establishment is concerned with the lack of agency-level to carry out their tasks on supporting the decentralization of the Buddha's business center and not being able to effectively provide the proper support for the Sangha's idea.

Religion as any other entity in a

social community has its aims and goal to accomplish. As being part of diversity within the culture, religion can showcase how people who are dedicated to a mission can find ways of sustaining the lives of people are in unfortunate circumstances, solve conflicts and disputes, and demonstrate how powers can be combined to collaborate with others who have a different belief (Bacsi, 2017). The challenges that religious institutions face can also be seen as an analogic metaphor for tourists to see how these lessons, success or failure, can be applied with their organizations back home. The performance by religious figures narrates a nation's culture blending in everyday politics, society, economy, and technology that shapes a civilization (Tomljenović and Dukić, 2017).

5.4 Considerable Factors on Developing a Sustainable Religious Tourism for Chinese Travelers to be Aware of

The religious institutions have been active in working closely with each other, but due to time and resources, and other commitments, there has not been any real working collaboration. The works through education and health have given sustainable space and positive recognition by the government and social community. By far, education seems to be the essential factor that enables the institutions to be simultaneously in closer contact with their groups, such as families, religious administrators, and schools, and develop

plans for creating more practitioners and leaders to spread the message of faith. Families are considered the critical nucleus for a religion to be held in the highest esteem. The message in the teachings promotes ways for the parents and children to stay strong as a family while abiding by the guidelines for good living under the divine belief. The ministers provide the infrastructural support to help followers get access to education and work opportunities so that the wellbeing of the family is looked after with graceful intentions. The institutions provide partnerships for training and development with other government institutions that require the expertise for a particular staff seminar. They also welcome foreign visitors who want to learn and make a trade with their key contacts. But with any events that are to be done on an international level, it is best to make contact with the Chiang Mai Provincial Cultural Office first to explain the details and let the office take on the leading role with other religious institutions to know what their role will be in the event.

Sustainable religious tourism should be considered with the projects and ideas that institutions do to maintain their mission. The root of these concepts is on nurturing lives to be fulfilled with the consideration of utilitarian and intrinsic values (Lean, 2009), which should give foreign visitors a good sense of how to be appropriately engaged with the activities. Those who are new to traveling in this aspect will come with their own frame of

mind on what's best for the situation. With social media and moderate culture being influenced by global society, travelers will have to consider the fact that they can create a change that can either support the traditional rituals and values or degrade the beauty into a cheap commercial cash line for tourist entertainment. Thus the power is in their presence when encountering locals performing their beliefs (Suntikul, 2018).

Discussion About “Raising Awareness of Considerable Factors on Developing Sustainable Religious Tourism in Chiang Mai for Chinese Travelers”

For travelers coming from mainland China to be engaged with religious tourism in Chiang Mai, Thailand, it is recommended that the outlook be more lenient on being part of a sustainable form to support the religious institutions in helping them to achieve their mission aims and objectives. Religious tourism is about connecting with other fellow human beings; thus, individuals' minds, souls, and spirits contribute to sustainability by reinforcing a path that reaches out to the people in the community for support (Varga et al., 2018).

6.1 Institutions Being Part of an Educational Network in Developing Society

The practical ideas of religious institutions seem to be more applicable in the Chiang Mai social community when it is part of an educational network. This is not

precisely by default but the religious values and principles have much more meaning as they are integrated with how people are coping with life and their social environment. As the institutions are maintaining their sustainability through the education channel, Chinese visitors who can offer high support of human resources, technological know-how, develop educational framework policies, and apply appropriate methods for promoting the messages and values of the religious teachings and ideas would gain a lot more in a travel experience. Travelers can make some time in helping to spread the faith into the social community.

Learning is one of the key ideas for establishing the institution as a resource center for knowledge and for developing one's path towards serving the principles, being educated, instilling a sense of national pride in being Thai, and taking on the role as a minister to help spread the beliefs to followers and novice practitioners. These religious institutions indeed emphasized learning as an ideal method for establishing the resource center of the religious institution to hold credibility in being the resource for knowledge and wisdom. Moreover, with education being highly valued in the culture the learning is applied as a path for helping people practice their faith with deep devotion, obtain a better understanding of the principles, sustain the beliefs with new leaders to carry out the mission and build good relations with

others who have different beliefs. Therefore, an exchange of ideal methods for learning effectively from one's working background experience in China would be a wonderful way to not only sustain the mission purpose but also build a good cultural relationship with one another. Engaging in these types of activities would help travelers to see how religious tourism is part of life's rhythm and that the traveling itself is the very basic nature of how people live in their own worldly affairs (Yunus Mohd Noor and Ainshah Muzamli Shah, 2017). Cooperation with other institutions is highly valued. There is a tremendous will to work or cooperate on religious events, which is deemed to collaborate on peace and goodwill towards each other. Tourists from China will eventually have some difficulties communicating with their Thai colleagues when participating in the cooperation event as they meet with other diverse followers of the faith. While the translation gadget or tour guide translator may be available to get the communications across the travelers are given a unique opportunity in creating and co-creating value to assist the institutions of fulfilling their spiritual prosperity of followers, establishing their trust and well-being as the host community, and being able to meet the satisfaction of tourists' requirements while developing the prestige and aura of the locals' historical, cultural, and natural environment (Paniccia, Leoni and Baiocco, 2017).

6.2 Coordination Amongst Institutions for Utilizing Knowledge, Skills and Expertise to Make a Strong Contribution to the Cause

Some of the religious institutions are challenged by many factors that are making their number of supporting followers dwindle. For Chinese spiritual travelers, it is good to be mindful of the dynamic environment that is causing the challenges of keeping the foundation sustainable. Seeing the reality of struggle but being able to draw the spiritual concepts to overcome obstacles while comforting the souls of others to make progress is an exclusive experience for travelers to understand what religion truly means in life (Varnavas, Rodosthenous, and Vogazianos, 2018).

One of the constant challenges is getting strong cooperation from a key government agency to assist in granting legal status to the younger generation to perform their faith freely and be given more educational opportunities to enhance their quality of life. The youth still need proper mentoring in order to be raised in good mental health with a strong spirit. The other challenge is a reality check on being aware that religion can sometimes be replaced with other moderate things that draw more interest in life like social media or the latest technological gadget; thus religion has to keep up with the young generation's influences in life. What is a genuine concern with the institutions is that the number of followers has been declining lately as there

are more preoccupied with making a living that is far away from their hometown as well as changes in the social environment. A sustainable institution requires a good, strong number of followers who keep the practical beliefs flourishing with others as their lives go through disruption and changes. The quality in numbers provides a practical impact with each other in having common respect towards each other to find a proper solution while giving others a positive impression that the situation can be resolved (Emmanuel, 2014). In addition, maintaining a good relationship with other institutions requires a solid coordinated effort amongst individuals and groups to sustain the idea and acquire sufficient resources to achieve the aims and objectives of the institution. Human resources that are combined to help one other to get closer to their aims and objectives without expecting anything in return can be a perfect example of kindness and compassion that enlightens the idea of how tourism can bring people together (Weaver and Jin, 2016). Chinese visitors taking part in this endeavor can make a positive contribution by brainstorming with the local religious leaders on assisting in finding effective methods for the younger individuals to be exposed to more opportunities in learning and work, and integrating social media that will balance their leisure along with their practice of faith. Most importantly, Chinese visitors will need some vital patience and reason with their Thai religious colleagues

to see some positive results.

6.3 Education as the Bridge for Understanding, Learning and Business Trade

Education is a trade that supports other religious institutions' mission objectives in Chiang Mai. Education acts as the social mainstream that brings people together from different ways of thinking and working together in balanced harmony. Chinese visitors who want to be a helping hand that promotes sustainability should foresee how their resources fit with the needs of others. Topics of discussion that provide lessons for moral and ethical behavior development are integrated as part of a curriculum or course outline to help learners understand how faith can be applied in daily life. Education is applied as a method for getting highly involved in the community as well as making an essential contribution towards social development with the locals. With education as a valued trade in sustaining religious tourism, it strengthens the local community's economic health and rearing positive leaders to become a part of the socio-cultural, political, and environmental conditions to help the less fortunate have hope (Egresi, Bayram and Kara, 2012). It's been acknowledged that certain ethnic tourist groups from mainland China have been recently taking part in activities and events that have been hosted in Chiang Mai. While these ethnic groups already have a purpose for visiting their religious hosts, other groups from China are more

than welcome to discuss business and trade that supports the ideal principles of Halal. Promoting the business trade with Halal would be considered as helping to spread the education and learning with regards to the positive messages of the religious customs to others who are curious about the Islamic faith while also solidifying the practical belief of followers in China to feel a sense of purity in their daily life. However, when engaging in trade, there's always a tendency to exchange gifts as a sign of graciousness and goodwill towards others. The symbolic actions of giving gifts communicate itself to be the beginning or confirming a courteous pact of a business relationship. Sometimes the value in price or generosity of the gift would be a measure to determine how strong the relationship will be or what kind of reciprocation should be taken to maintain a strong bond of making business trade in the long term (Adler and Offutt, 2018).

Conclusion

This study attempted to raise awareness of the considerable factors for Chinese travelers entering Chiang Mai under a sustainable religious tourism program. Religious tourism in this aspect would be for the travelers to make a soulful contribution to help the cause of each institution's mission aims and objectives. Therefore, the considerable factors for raising awareness in this study points to the following issues:

1. Institutions being part of an educational network in developing society.

2. Coordination amongst institutions for utilizing knowledge, skills, and expertise to make a strong contribution to the cause.

3. Education as the bridge for understanding, learning, and business trade.

These three factors are not only about being mindful but to also serve as a guideline for action for Chinese travelers.

However, the idea that one will be coming for leisurely shopping and fun-filled recreational activities for this type of travel will not draw any interest from most prospective tourists. Those who decide to go on this type of trip would be travelers who have already instilled an initiative attitude that see themselves assisting to their best of their abilities with each religious institution's idea of being part of an ongoing educational network. Also, these travelers would have to know their own capabilities and capacity in providing assistance with the coordination of other people's knowledge, skills, and expertise to accomplish the cause's goal. Furthermore, the idea of education being valued as a partner for developing society has to be planned with results leading to the institution being able to sustain itself for the long term. When all is said and done, those genuinely interested in foregoing sustainable religious tourism should find a traveling agent to help them make the critical contacts for the trip with a particular interest to occur.

References

- Adler Jr., G.J. and Offutt, S. (2018). The gift economy of direct transnational civic action: how reciprocity and inequality are managed in religious “partnerships, *Journal for the Scientific Study of Religion*, 56(3), 600-619.
- Asawachai, P. (2018). The impact of religious tourism on Buddhist monasteries: an examination of nine temples in Ang Thong, *Electronic Journal of Open and Distance Innovative Learning (e-JODIL)*, 8(1), 238-258.
- Atlas, R. , Hanan, H. , & Mohd Wasilan, N. (2015) . Islamic monuments as tourism destination image’, In N. Othman, & S. Othman, *Islamic Tourism: Discovery of Values and Knowledge*, pp.21-32.
- Aulet, S. and Vidal, D. (2018). Tourism and religion: sacred spaces as transmitters of heritage values, *Church, Communication and Culture*, 3(3), 237-259.
- Bacsi, Z. (2017) . Tourism and diversity, *Deturope*, 9(2), 25-57.
- Bacsi, Z. (2017) . Cultural diversity and tourism competitiveness, *International Scientific Conference on Tourism and Security*, ZalaKaras, 325-336.
- Brendan, C (2015). Tourism culture: Nexus, characteristics, context and sustainability, *Tourism Management*, 53, 229-243.
- Çakmak, F. and Dilek, S. (2018). Religion and tourism in Turkey, *International Journal of Economic and Administrative Studies*, ÜİİD-IJEAS, 22, 209-224.
- Choe, J., & O’ Regan, M. (2021, January 30). Faith Manifest: Spiritual and Mindfulness Tourism in Chiang Mai, Thailand. *Religions*, 11(4) , 177. MDPI AG. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/rel11040177>
- Chu, H. and Ke, Q. (2017) . Research methods: What's in the name? *Library and Information Science Research*, 39, 284-294.
- Camilleri, M. A. (2018). The tourism industry: an overview, In *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*, 1, 3-27.
- Collins- Kreiner, N. (2020) . A review of research into religion and tourism: launching the annalsof tourism research curated collection on religion and tourism, *Annals of Tourism Research*, 82, 1-22.
- Collins Kreiner, N. Shmueli, D.F. and Gal, M. B. (2015) . Understanding conflicts at religious-tourism sites: The Baha'i World Center, Israel, *Tourism Management Perspectives*, 16, 228-236.
- Collins- Kreiner, N. and Wall, G. (2015) . Tourism and religion: spiritual journeys and their consequences, In S. D. Brunn (Ed.) *The Changing*

- World Religion Map*, Springer, 689-707.
- Cortese, F. D'Ambrosio, I. and Petracca, M. (2019). A possible synergy between culture and religion for the sustainability of tourism of Pompeii', *Sustainability*, 11, 22-31.
- Egresi, I., Bayram, B. and Kara, F. (2012). Economic impact of religious tourism in Mardin, Turkey, *Journal of Economics and Business Research*, 2, 7-22.
- El-Gohary, H. (2016). Halal tourism, is it really Halal? *Tourism Management Perspectives*, 19, 124-130.
- Emmanuel, O.K. (2014). Religious tourism and sustainable development: a study of Eyo Festival in Lagos, Nigeria', *International J. Soc. Sci. & Education*, 4(2), 524-534.
- Farmaki, A. Altinay, L. Christou, P. and Kenebayeva, A. (2020). Religion and entrepreneurship in hospitality and tourism, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(1), 148-172.
- Fourie, J. Rosselló, J. and Santana-Gallego, M. (2015). Religion, religious diversity and tourism, *Kyklos*, 68(1), 51-64.
- Gokalp, M. O., Kayabay, K., Akyol, M. A., Eren, P. E. and Koçyiğit, A. (2016, December). Big data for industry 4.0: A conceptual framework. In *2016 International Conference on Computational Science and Computational Intelligence (CSCI)*, 431-433.
- Huang, J. and Chu, J. (2019). Tourist experience at religious sites: a case study of the Chinese visiting the Sheikh Zayed Grand Mosque, *Journal of China Tourism Research*, 1938-8160, -25.
- Jaelani, A. Setyawan, E. and Hasyim, N. (2016). Religious heritage tourism and creative economy in Cirebon: the diversity of religious, cultures and culinary, *Social and Administrative Sciences*, 3(1), 63-76.
- Jentoft, N. and Olsen, T.S. (2017). Against the flow in data collection: How data triangulation combined with a 'slow' interview technique enriches data, *Qualitative Social Work*, 1-15.
- Kartal, B. Tepeci, M. and Atli, H. (2015). Examining the religious tourism potential of Manisa, Turkey with a marketing perspective, *Tourism Review*, 7(3), 214-231.
- Khaosod English. (2015). Chinese tourist filmed kicking Chiang Mai temple bell', *KhaoSod English*, <http://www.khaosodenglish.com/life/2015/02/22/1424603910/>
- Kim, B. and Kim, S. (2019). The effect of religious tourism experiences on personal values, *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 7(2), Article 9, 85-93.

- Küveli, T.S. Koc, B. and Hassan, A. (2018). Understanding religion- based tourism terminology in the context of the hotel industry, *Anatolia*, 29(2), 252-266.
- Lean, G.L. (2009). Wellness and Tourism: Mind, Body, Spirit, Place, edited by Robyn Bushell and Pauline J. Sheldon, Cognizant: New York.
- Lin, Z. Chen, Y. and Filieri, R. (2017). Resident-tourist value co-creation: the role of residents' perceived tourism impacts and life satisfaction, *Tourism Management*, 61, August, 436-442.
- Liu, X. Li, J.J. and Yang, Y. (2015). Travel arrangement as a moderator in image- satisfaction- behavior relations: an investigation of Chinese outbound travelers, *J. Vacat. Mark.*, 21, 225-236.
- Luz, N. (2020) 'Pilgrimage and religious tourism in Islam' , *Annals of Tourism Research*, 82, 1-9.
- Mandal, S. Korasiga, V.R. and Das, P. (2017). Dominance of agility in tourism value chains: evidence from India, *Tourism Review*, 72(2), 133-155.
- Ming, H. (2018). Cross-cultural differences and cultural stereotypes in tourism - Chinese tourists in Thailand, *Journal of Hotel & Business Management*, 1(1), 1-5.
- Ministry of Tourism and Sports. (2021). Domestic Tourism Statistics Q1-Q4 (Classify by region and province). Retrieved June 5, 2021, from https://www.mots.go.th/more_new_s_new.php?cid=618
- Morris, J. and Nguyen, S. (2018). Thai temple banned Chinese tourists while it built special toilet facilities' . Retrieved June 5, 2021, from <https://www.thaiaaminer.com/thai-news-foreigners/2018/07/03/chinese-tourists-visit-thailand-behaviour-thai-people/>
- National Statistical Office of Thailand. (2012). The 2010 Population and Housing Census. Population Statistics Group, Social Statistics Bureau, National Statistical Office. Bangkok.
- Nyaupane, G.P. Timothy, D.J. and Poudel, S. (2015). Understanding tourists in religious destinations: a social distance perspective, *Tourism Management*, 48, 343-353.
- Paniccia, P.M.A., Leoni, L. and Baiocco, S. (2017). Interpreting sustainability through co- Evolution: evidence from religious accommodations in Rome, *Sustainability*, 9(2301), 1-19.
- Rashid, A.G. (2018). Religious tourism – a review of the literature, *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 1(2), 150-167.
- Rasul, F., Fatima, U. and Sohail, S. (2016). Religious tourism and entrepreneurial development: a case study hazrat data Ganj Bakhsh Shrine, *A Research Journal of South Asian Studies*, 31(1), 275-289.

- Sangkakorn, K. (2013). Modern Chinese tourists' behavior in Chiang Mai after the movie "Lost in Thailand". Conference: The Second Sino-Thai Strategic Research Seminar. October 2013. Xiamen, China.
- Sangkakorn, K. (2008). The Study of Competitive Strategy on Tourism of Thai and Countries within the Greater Mekong Sub-region with Respect to the Expansion of Chinese Tourist Market. Chiang Mai: Nopburi Co.Ltd.
- Shakeela, A. and Weaver, D. (2018). "Managed evils" of hedonistic tourism in the Maldives: Islamic social representations and their mediation of local social exchange, *Annals of Tourism Research*, 71, 13-24.
- Shinde, K.A. (2015). Religious tourism and religious tolerance: insights from pilgrimage sites in India, *Tourism Review*, 7(3), 179-196.
- Smith, B.G. (2008). Developing sustainable food supply chains, *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 363(1492), 849-861.
- Sonchaem, W. Phuditthanawong, W. Hutachareon, R. and Hinjiranan, P. (2017). Influential factors on tourism potential of Buddhist temples: Case study of Buddhist temples in cultural conservation zone of Bangkok Metropolitan Administration (Rattanakosin and Thonburi), *Kasetsart Journal of Social Sciences*, November, 1-6.
- Suntikul, W. (2018). Cultural sustainability and fluidity in Bhutan's traditional festivals, *Journal of Sustainable Tourism*, 26(12), 2102-2116.
- Terzidou, M. Scarles, C. and Saunders, M.N.K. (2017). Religiousness as tourist performances: a case study of Greek Orthodox pilgrimage, *Annals of Tourism Research*, 66, 116-129.
- Tomljenović, R. and Dukić, L. (2017). Religious tourism – from a tourism product to an agent of societal transformation, Sitcon, Religious Tourism and The Contemporary Tourism Market, Singindum International Tourism Conference - Belgrad, Serbian Republic, June, pp.1-8.
- Varga, P., Zivkovic, P., Rouger, M.A. and Terrier, L. (2018). Sustainability from a religious perspective: Muslim hosts' religious perceptions on western tourism, *Marketing Sustainable Tourism Products*, BEST EN Think Tank XVIII: Conference Proceedings, pp.241-266.
- Varnavas, A. P., Rodosthenous, N. and Vogazianos, P. (2018). Religious tourism as a tool for sustainability: the case of Cyprus, *Journal of Social Sciences Research*, 4(11), 285-293.

- Wani, H. Abdullah, R. and Wei Chang, L. (2015). An Islamic perspective in managing diversity, *Religions*, 6, 642–656.
- Weaver, D.B. & Jin, X. (2016). Compassion as a neglected motivator for sustainable tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 24(5), 657-672.
- Yunus Mohd Noor, A. and Ainshah Muzamli Shah, N. (2017). Islamic tourism in Langkawi Island: enhancing sustainability of Islamic value, *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 15(24), 1-13.
- Zhao, Z. Zhu, M. & Hao, X. (2018). Share the Gaze: representation of destination image on the Chinese social platform, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(6), 726-739.
- Zouni, G. & Digkas, D. (2019). Marketing suggestions for multi- religious tourism development: the case of Thessaloniki, *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 5(2), 27-35.

บทเรียนกรณีหนูป่าติดถ้ำกับความเมตตากรุณาต่อตนเอง

Lesson from the case of the cave-trapped Wild Boars soccer team in accordance with their self-compassion

กิดานันท์ ชำนาญเวช^{1*}, สารณ ใจตรง¹, รัชณี พลพิบูลย์¹ และณัฐชดา สุภาพจน์¹Kidanan Chumnavech^{1*}, Satorn Jaitrong¹, Ratchanee Polpi boon¹ and Natchuda Supapoj¹¹ สาขาวิชาจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม¹ Psychology Program Faculty of Education Chandrakasem Rajabhat University

* E-mail: kidanan1@yahoo.com

Received February 26, 2020; Revised July 18, 2021; Accepted December 28, 2021

ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า ช่วงระยะเวลาตั้งแต่ 23 มิถุนายน พ.ศ. 2561 - 10 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 รวมจำนวน 17 วัน ผู้คนทั่วโลกล้วนเฝ้าติดตามหน้าจอทุกชนิด เพื่อเอาใจช่วยให้ภารกิจการค้นหาทีมหมูป่าที่ติดอยู่ในถ้ำนั้นประสบผล นักวิชาการต่างออกมาให้ความรู้รวมถึงความเห็นเรื่องการอดอาหารว่า บุคคลจะสามารถอดอาหารได้ยาวนานเพียงใด จากข้อมูลที่รังสรรค์ กาญจนะวณิช อาจารย์แพทย์โรคหัวใจ ภาควิชาอายุรศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้อธิบายถึงภาวะร่างกาย เมื่อต้องขาดอาหารเป็นเวลานาน ในช่วงยุคน้ำแข็งหลายครั้งที่ผ่านมา เป็นช่วงเวลาอันเลวร้ายของมนุษยชาติที่ต้องพบกับความอดอยากแสนสาหัส แต่เป็นช่วงเวลาสำคัญทางประวัติศาสตร์ของเผ่าพันธุ์มนุษย์ที่มีวิวัฒนาการโดยการคัดเลือกสายพันธุ์ทางธรรมชาติ (natural selection) ให้ร่างกายเราปรับตัวมีกลไกมากมายเพื่อมีชีวิตรอดเมื่อต้องขาดอาหารเป็นเวลานาน เมื่อเริ่มขาดอาหาร น้ำตาลกลูโคสในกระแสเลือด อันเป็นเชื้อเพลิงหลักของ อวัยวะต่าง ๆ ของร่างกาย (ยกเว้นเซลล์กล้ามเนื้อหัวใจ ที่ภาวะปกติใช้กรดไขมันเป็นเชื้อเพลิงหลัก) เริ่มลดต่ำลง สิ่งที่เกิดขึ้นสิ่งแรกคือ อาการหิว สมองสังให้เราหาอาหารมากินเพื่อรักษาระดับน้ำตาลในเลือด แต่หากไม่มีอาหารกิน ร่างกายก็จะสลาย Glycogen

ซึ่งเป็นเหมือนกับข้าว ที่สะสมเก็บน้ำตาลในตับ และกล้ามเนื้อสลายออกมาเป็นน้ำตาลในกระแสเลือด (กระบวนการ Glycogenolysis) ให้อวัยวะต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมองใช้ แต่หากยังคงขาดอาหารต่อไปเป็นวัน ๆ Glycogen ที่สะสมในตับและกล้ามเนื้อเริ่มร่อยหรอ ร่างกายก็มีแผนสำรองโดยเริ่มหันมาสร้างน้ำตาลให้สมอง (Gluconeogenesis) จากกรดอะมิโน และกลีเซอรอล และสลายไขมันที่สะสมออกมา เป็นกรดไขมัน (fatty acid) และ ketone เพื่อให้อวัยวะอื่น ๆ ใช้เป็นพลังงานแทนน้ำตาล หากการขาดอาหารยังดำเนินต่อไปหลายสัปดาห์ และเมื่อไขมันที่สะสมเริ่มหมด ร่างกายก็ต้องหันมาสลายโปรตีนจากอวัยวะต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งจะมีผลทำให้การทำงานของอวัยวะภายในต่าง ๆ เริ่มทำงานผิดปกติ ช่วงนี้ระบบการเผาผลาญพลังงานลดลงเพื่อรักษาพลังงาน อัตราการเต้นของหัวใจจะลดลง

ระหว่างที่ทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือบุคคลอื่น ๆ ที่เข้ามาให้ความช่วยเหลือ ให้กำลังใจในการค้นหาทีมหมูป่าที่ติดอยู่ในถ้ำ และต่างก็ภาวนาขอให้สมาชิกทีมหมูป่าทุกคนรอดชีวิต และทีมค้นหาพบทีมหมูป่าโดยเร็ว เมื่อการค้นหาประสบผลสำเร็จ ก็พบว่า สมาชิกทุกคนในทีมยังคงมีชีวิต มีสติ รับประทานอาหาร สามารถควบคุมอารมณ์ และมีกำลังใจ

ที่เข้มแข็ง มีความปรารถนาให้ตนเองรอดชีวิต ทั้งนี้ การที่ทีมหมูป่ามีสภาพร่างกายรวมถึงสภาพจิตใจ เข้าสู่ภาวะปกติรวดเร็วกว่าที่ได้คาดการณ์ไว้ จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะดังกล่าวเป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต เนื่องจากเป็นคุณลักษณะหนึ่งที่ทำให้มนุษย์สามารถรับมือ และเผชิญต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิต โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งภายใต้สถานการณ์ที่กดดันหรือยากลำบาก ซึ่งคุณลักษณะนี้มีชื่อเรียกว่า เมตตากรุณาต่อตนเอง (Self-compassion) (Cassisa & Neff, 2019) ทั้งนี้อาจกล่าวสรุปในเบื้องต้นได้ว่า สมาชิกของทีมหมูป่าเป็นบุคคลที่มีลักษณะของความเมตตา กรุณาต่อตนเอง



ภาพที่ 1 ดอยนางนอนทอดยาวทางฝั่งตะวันตกของถนนพหลโยธิน
ที่มา: อนุสร พุ่มพวง (2020)

ความเมตตา กรุณาต่อตนเอง คือ ความสามารถของบุคคลที่มีความเข้าใจในตนเอง ยอมรับความเป็นไปของตนเอง เปิดใจยอมรับความจริงที่เกิดขึ้น ไม่กล่าวโทษตนเองแม้เมื่อเกิดความผิดพลาด (กิดานันท์ ชานาญเวช, 2561) เมื่อบุคคลเผชิญความยุ่งยากในชีวิต หากมีความเมตตา กรุณาต่อตนเอง เขาเหล่านั้นก็จะผ่านสถานการณ์อันยุ่งยากไปได้ ดังแนวคิดของเนฟ (Neff, 2003a: 87) บุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มศึกษา และพัฒนาแนวคิดความเมตตา กรุณาต่อตนเองได้กล่าวว่า ความเมตตา กรุณาต่อตนเอง หมายถึง ความสามารถที่บุคคลใส่ใจ เปิดใจ เข้าใจต่อความทุกข์ตนเอง สามารถเผชิญกับความรู้สึก สถานการณ์โดยไม่ปฏิเสธ หลีกเลียงหรือหลีกหนีความทุกข์นั้น มีความปรารถนาในการแก้ไขเยียวยาความทุกข์ของตนด้วยความมีสติ เมตตา อารี ความเข้าใจในความ เป็นมนุษย์ที่สามารถประสพกับความทุกข์ และความทุกข์ที่เกิดขึ้นล้วนเป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นได้ในชีวิตมนุษย์ทุกคน

อีกทั้งความเมตตา กรุณาต่อตนเองไม่ใช่ ความเห็นแก่ตัว การสงสารตัวเอง หรือการยึดถือตนเอง เป็นศูนย์กลาง (Goldstein และ Kornfield, 1987) เนื่องจากความเมตตา กรุณาต่อตนเอง มีพื้นฐานการมองโลก และชีวิตตามความเป็นจริงว่า มนุษย์ทุกคนเกิดมาจะต้องเจอทั้งสุขและทุกข์ เหมือนกับเหรียญที่ต้องมี สองด้าน สุข และทุกข์ จึงเกิดขึ้นสลับกันไปแบบนี้เหมือนกันหมดทุกคน ไม่มีใครหลีกเลี่ยงความจริงนี้ได้ ดังนั้น บุคคลที่มีความเมตตา กรุณาต่อตนเองเมื่อต้องตกอยู่ในความทุกข์ยากความลำบาก ความผิดหวัง หรือความล้มเหลว เขาจะมองว่าสิ่งที่เกิดขึ้นนี้เป็นแค่ส่วนหนึ่งของชีวิต และทุกชีวิตจะต้องได้รู้จักความทุกข์ยาก ความลำบาก ความผิดหวัง หรือความล้มเหลว เหมือนกันหมด ซึ่งผิดกับความเห็นแก่ตัว การสงสารตัวเอง และการยึดถือตนเองเป็นศูนย์กลาง เพราะบุคคลที่มีสิ่งเหล่านี้จะคิดเข้าข้างตนเอง คิดว่าตนเองแตกต่าง จากคนอื่น จึงมักเปรียบเทียบ เมื่อเจอกับความผิดหวังจึงรู้สึกว่

ตนเองนำเสนอสาร โขคราย ทำให้เกิดเป็นความรู้สึกแปลกแยกตามมา

สอดคล้องกับปรินดา ตาสี (2560) ได้กล่าวว่า ความเมตตากรุณาต่อตนเองเป็นคุณลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ที่สร้างความสุข และสันติสุขให้เกิดขึ้นในสังคม เพราะการอยู่ร่วมกันในสังคมนั้นต้องมีความกรุณาต่อกัน และกันปรารถนาที่จะช่วยผู้อื่นที่อยู่รอบตัวเราพ้นจากความทุกข์ที่เกิดขึ้นกับเขา แต่ในขณะเดียวกันการที่คนเรานั้นหากจะให้อะไรกับผู้อื่นแล้วสิ่งสำคัญที่สุดคือ ตัวเราเองต้องมีสิ่งนั้นเสียก่อน และนั่นคือความกรุณาที่มีต่อตนเองนั่นเอง ดังนั้นจิตแห่งความเป็นผู้ที่มีความกรุณานั้นต้องเกิดต่อตัวเอง และผู้อื่น จึงจะเป็นความกรุณาที่สมบูรณ์และแนวคิดของความเมตตากรุณาต่อตนเองมาจากฐานแนวคิดทางพุทธศาสนาในโลกตะวันออกแล้วแผ่ขยายไปยังโลกตะวันตกโดยความหมายของความกรุณานั้นก็ขึ้นอยู่กับบริบททางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอัตมโนทัศน์แห่งตนที่แตกต่างกัน

จากการศึกษาทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีนักปรัชญานักจิตวิทยา นักวิชาการได้กล่าวถึงลักษณะ และองค์ประกอบของความเมตตากรุณาต่อตนเองไว้มากมาย ทั้งนี้แนวคิดหลักที่ใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์ของเยาวชนหมูป่าที่มีลักษณะและองค์ประกอบ ของความเมตตากรุณาต่อตนเองคือแนวคิดของเนฟ (Neff, 2003a: 87; กิดานันท์ ชำนาญเวช, 2561; ปรินดา ตาสี, 2560) บุคคลที่ได้ศึกษา และระบุเกี่ยวกับองค์ประกอบของความเมตตากรุณาต่อตนเองไว้จำนวน 3 องค์ประกอบ คือ

1. การให้ตนเองมีความสุข หรือความอารีต่อตนเอง (Self-Kindness) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่แสดงถึงการส่งผ่านความรู้สึกอันอบอุ่น และเข้าใจในตนเอง เมื่อต้องเผชิญกับความทุกข์ ความผิดหวัง ความล้มเหลว หรือรู้สึกถึงความไม่เพียงพอ เห็นคุณค่าในตนเอง เข้าใจ

ในจุดเด่นและจุดด้อย ชื่นชมและให้กำลังใจตนเองทั้งในยามสุขและทุกข์ แทนที่จะรู้สึกละเลยหรือโดยไม่กล่าวโทษ ต่ำหีนตนเองในสถานการณ์ดังกล่าว บุคคลจะรู้สึกอ่อนโยนต่อตนเองเมื่อพบกับประสบการณ์ที่เจ็บปวดแทนที่จะเกรี้ยวกราดเมื่อชีวิตเผชิญกับความผิดหวัง ทำให้สามารถยอมรับความเป็นจริงที่เกิดขึ้นได้

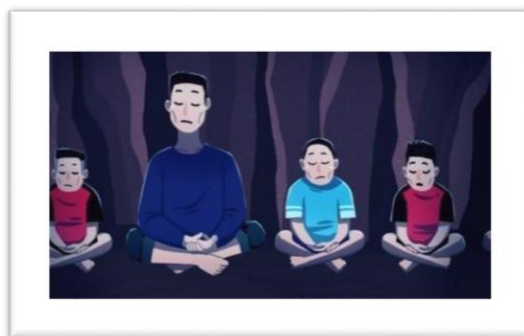
2. ความรู้สึกถึงความเท่าเทียมในความเป็นมนุษย์ (Common humanity) หรือการตระหนักในธรรมชาติของตน หมายถึง ความรู้สึกที่ตนเองก็เป็นเช่นบุคคลอื่น ๆ สามารถมีทั้งสุข และทุกข์ สิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตเป็นผลมาจากการมีอยู่ ของสิ่งต่าง ๆ รอบตัวที่บุคคลควบคุมได้เพียงเล็กน้อยตระหนักได้ว่า ทุกคนล้วนมีความแตกต่างกัน และให้คุณค่าในแต่ละบุคคลโดยปราศจากอคติต่อกันตลอดจนตระหนักได้ว่า ทุกคนล้วนมีความไม่สมบูรณ์ การเข้าใจเช่นนี้จะนำไปสู่ความเข้าใจว่า สิ่งที่เกิดขึ้น มิใช่เป็นผลเฉพาะแต่ตนเอง แต่เป็นผลจากองค์ประกอบทั้งหลายมารวมกันจึงเกิดเหตุเช่นนี้ บุคคลจึงไม่ตัดสินสิ่งที่เกิดขึ้น ยอมรับในความผิดพลาดได้ และมีความทุกข์เกิดขึ้นทุกคนเกิดความเมตตากรุณาและเข้าใจสิ่งที่เกิดขึ้น

3. การมีสติ (Mindfulness) หมายถึง การรับรู้อารมณ์และความรู้สึกของตนเองอย่างเป็นกลางรู้เท่าทันของความคิด โดยที่ไม่พยายามระงับ หรือเปลี่ยนแปลงความรู้สึกเหล่านั้น เป็นแต่เพียงการสังเกตสิ่งที่เกิดขึ้นในใจของตนเองอย่างไม่มี การตัดสิน มีความตระหนักในปัจจุบันมากกว่าเรื่องในอดีต หรือความวิตกกังวลในอนาคตที่ยังมาไม่ถึง พิจารณาการตัดสินใจของตนเองด้วยเหตุผลเมื่อสิ่งเหล่านั้นเกิดขึ้นและบุคคลรับรู้ เฝ้าจับตาสังเกต ปฏิบัติทางด้านลบก็จะถูกขจัดออกไป

ดังนั้น ความเมตตากรุณาต่อตนเอง (Self-compassion) ประกอบด้วย การให้ตนเองมีความสุข โดยจะเป็นการเข้าใจถึงความไม่สมบูรณ์แบบของความ เป็นมนุษย์ ด้วยความเชื่อที่ว่าไม่มีมนุษย์คนใดจะสมบูรณ์แบบในทุกเรื่อง หากตนเอง

มีความทุกข์ด้วยความผิดพลาดของตนเอง ก็จะพยายามทำความเข้าใจ และยอมรับกับสิ่งที่ตนเองประสบอยู่ แทนที่จะโกรธว่าชีวิตของตนเอง ก็จะได้รับรู้ด้วยความเข้าใจโดยปราศจากการตัดสิน นอกจากนี้ก็จะเป็นความรู้สึกถึงความเท่าเทียมในความเป็นมนุษย์ รับรู้ว่าคุณทุกคนล้วนมีทั้งความสุข และความทุกข์เช่นเดียวกัน จึงยอมรับสิ่งที่ตนเองต้องเผชิญอยู่โดยไม่มีการเปรียบเทียบกับบุคคลอื่น และไม่รู้สึกแปลกแยกจากบุคคลอื่นด้วยเช่นกัน ประการสุดท้าย ความเมตตากรุณาต่อตนเองประกอบด้วยการมีสติ

ซึ่งเป็นการสังเกต และรับรู้ความรู้สึกของตนเอง เมื่อประสบกับความทุกข์อย่างเป็นกลาง การที่โค้ชทีมหมูป่าพาให้ลูกทีมนั่งสมาธิในแต่ละวันที่ติดอยู่ในถ้ำก็เป็นการฝึกการมีสติ ดังนั้นเมื่อบุคคลมีสติจึงเป็นการรับรู้สิ่งที่เกิดขึ้นกับตนเอง ในปัจจุบัน เป็นการคงไม่ให้เกิดอารมณ์ทางลบ แก่นตนเอง ไม่ทุกข์ใจที่ตนเองต้องติดอยู่ในถ้ำ ไม่แน่ใจในอนาคตว่าจะได้รับการช่วยเหลือออกไปจากถ้ำหรือไม่ จิตใจจึงไม่ทรมานและอยู่ในความสงบ



ภาพที่ 2 ถ้ำแห่งคำสารภาพ
ที่มา: เดวิสปีซี่

แม้ทีมหมูป่าทั้ง 13 คน จะไม่ได้รับรู้ว่าคุณเขามีความเมตตากรุณาต่อตนเอง แต่พวกเขาก็มีสิ่งเหล่านี้พร้อมมูล ระหว่างที่ติดอยู่ในถ้ำได้มีการนั่งสมาธิ จากการนำของผู้ช่วยโค้ช ที่ชื่อเอกพล จันทะวงษ์ หรือที่เรียกกันว่า โค้ชเอก (posititioningmag.com, 2562) ที่อดีตเคยบวชมาก่อน ซึ่งก็หมายถึงขณะที่บวชเคยมีการฝึกสติมาก่อน การมีสติทำให้มีจิตที่จดจ่ออยู่กับปัจจุบัน มีการระลึกรู้ตัวอยู่เสมอ รู้จักโลกตามความเป็นจริง เข้าใจว่าตนเองไม่สามารถควบคุมให้ทุกสิ่งเป็นไปตามที่ใจหวัง เข้าใจว่าสรรพสิ่งล้วนมีการเปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ มีการเกิดขึ้น ตั้งอยู่ และดับไป (กิตานันท์ ขำนาญเวช, 2561) ในขณะที่มีการฝึกสติ จิตใจก็จะอยู่กับปัจจุบันไม่พะวงถึงอนาคตที่ยังมาไม่ถึงรวมถึงไม่เสียใจหงุดหงิด

กับสิ่งที่ผ่านมาแล้ว จึงทำให้ไม่ตื่นตระหนกไปจนเกินเหตุ และอาจทำให้วิ่งวนไปมาอย่างเปะปะ จนอาจทำให้ถึงแก่ชีวิตได้ในที่สุด ในขณะที่มีสติก็จะเข้าใจถึงความเท่าเทียม ในความเป็นมนุษย์ เพราะทุกคนที่ติดอยู่ในถ้ำล้วนแล้วแต่อยู่ในสภาพเดียวกัน และต้องพยายามทำให้ตัวเองมีความสุขในสถานการณ์ที่ยังไม่ทราบผล เมื่อรวมองค์ประกอบต่าง ๆ แล้ว เท่ากับว่าทีมหมูป่าทั้ง 13 คน มีความเมตตากรุณาต่อตนเองอย่างครบถ้วน

ความเมตตากรุณาต่อตนเองมีลักษณะดังที่ แนฟ (Neff: 2003) ได้กล่าวไว้ดังนี้

1. บุคคลที่มีความเมตตากรุณาต่อตนเอง จะมีความสุขในจิตใจ ไม่มีการวิพากษ์วิจารณ์ตนเอง เพราะหากวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นเพราะ

ตนเองที่ชักชวนหรือติดตามบุคคลอื่นเข้ามาในถ้าทำให้เกิดปัญหาไม่สามารถหาทางออกไปได้ ก็จะทำให้ทุกข์ใจและอาจจะหมดแรงกายและใจที่จะยืนหยัดเพื่อให้มีชีวิตอยู่ต่อไป

2. เนื่องจากความเมตตากรุณาต่อตนเอง ไม่มีการตัดสินหรือประเมิน ดังนั้นจึงไม่มีการเปรียบเทียบระหว่างตัวเองกับบุคคลอื่น เพราะการเปรียบเทียบจะนำมาซึ่งความไม่ปกติของใจ หากเปรียบเทียบแล้วตนเองดีกว่าก็จะเกิดความรู้สึกว่าตนเองเหนือกว่า เป็นความทุกข์ใจในเชิงบวก และหากเปรียบเทียบแล้วตนเองด้อยกว่า ก็จะเกิดความรู้สึกทำให้คิดในเชิงลบ ซึ่งจะส่งผลให้หมดกำลังใจในชีวิต

3. ความเมตตากรุณาต่อตนเอง จะช่วยจิตใจให้บุคคลประสบผลสำเร็จ ในกรณีของทิมหมูป่า ความเมตตากรุณาต่อตนเอง จะช่วยจิตใจให้ทิมหมูป่าไม่สิ้นหวัง และหมดกำลังใจ ทำให้มีแรงใจที่จะมีชีวิตอยู่ต่อไป เมื่อทิมค้นหาไปพบ จึงพบว่าทิมหมูป่านั้นแข็งแรง และมีกำลังใจที่ดี

4. ความเมตตากรุณาต่อตนเอง จะช่วยให้บุคคลจัดการกับปัญหาด้วยวิธีทางที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดการกับอารมณ์ที่ยุ่งยาก ในกรณีเช่นนี้ การที่ติดอยู่ในถ้าหากไม่มีการจัดการอารมณ์ที่ยุ่งยากของตนเองคงจะมีความยุ่งยากเกิดขึ้นไม่น้อย รวมถึงเมื่อเผชิญกับความเลวร้ายในชีวิต ความมีเมตตากรุณาต่อตนเองจะช่วยให้บุคคลที่เผชิญกับปัญหามีความคิดในการจัดการกับปัญหาที่เผชิญอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ความเมตตากรุณาต่อตนเอง ช่วยส่งเสริมสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคล การมีความเมตตากรุณาต่อตนเองของทิมหมูป่าทั้ง 13 คน ทำให้การติดอยู่ในถ้าแทนที่จะเป็นการทะเลาะเบาะแว้งระหว่างกัน หรือโทษกันไปมา ที่ทำให้เกิดสถานการณ์ที่เลวร้ายขึ้นกับทิม แต่การที่ทิมมีความเมตตากรุณาต่อตนเอง ช่วยให้เกิดการยอมรับซึ่งกันและกัน มีการให้อภัยบุคคลอื่น นอกจากนี้

ความเมตตากรุณาต่อตนเองก็ช่วยให้มีความเมตตากรุณาต่อบุคคลอื่นด้วย

จากคุณลักษณะของความเมตตากรุณา ในช่วงต้นจะเห็นได้การที่บุคคลนั้นมีความเมตตากรุณาต่อตนเองนั้นมีคุณประโยชน์อย่างมากมาย บุคคลจึงควรฝึกตนให้มีความเมตตากรุณาต่อตนเอง ทั้งนี้แนวทางในการพัฒนาความเมตตากรุณาในเชิงจิตวิทยานั้นสามารถกระทำได้หลายวิธี ได้แก่ การพิจารณารายบุคคล การพิจารณาแบบกลุ่ม การให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพจิต การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่เน้นการมีส่วนร่วมโดยใช้กิจกรรมการฝึกเพื่อการพัฒนาความเมตตากรุณาต่อตนเอง และเทคนิคทางจิตวิทยา ดังที่ เอร์เมอร์ และเนฟ (Germer & Neff) ได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนาความเมตตากรุณาต่อตนเอง (Germer & Neff, 2013) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1: สำรวจความเมตตากรุณาต่อตนเอง บุคคลจะค้นพบหรือเรียนรู้ความเมตตากรุณาต่อตนเองได้ในบรรยากาศที่ปลอดภัย เพื่อให้ผู้ฝึกมีความเมตตากรุณาต่อตนเองสังเกตความแตกต่างระหว่างการปฏิบัติต่อตนเองกับการปฏิบัติต่อคนที่เรารักซึ่งจะพบว่าเราปฏิบัติต่อตนเองอย่างเข้มงวดมากกว่า และเมื่อพิจารณาชีวิตของบุคคลอื่นรอบตัวเราก็จะพบว่าทุกชีวิตล้วนมีความทุกข์ (ความรู้สึกเท่าเทียมในความเป็นมนุษย์) ดังนั้นบุคคลจึงควรมีความเมตตากรุณาต่อตนเอง (การทำให้ตนเองมีความสุข) และรับรู้ความรู้สึกในปัจจุบันขณะของตนเอง (การมีสติ)

ขั้นตอนที่ 2: การฝึกสติ เป็นการฝึกการรับรู้และยอมรับสิ่งที่เกิดกับตนเองอย่างเป็นปัจจุบัน บุคคลจะเกิดความทุกข์ เนื่องจากจิตใจมีความวิตกกังวลกับอดีตที่ยังไม่มาถึง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้ฝึกจะได้รับ และการรับรู้ ถึงความรู้สึกในแต่ละขณะ และฝึกการรับรู้ลมหายใจเข้าและลมหายใจออกของตนเองในแต่ละขณะด้วยการบอกตนเองว่า “ฉันยังมีชีวิตอยู่และรู้สึกดีกับชีวิต” วิธีนี้จะช่วยให้บุคคล หยุดการรับรู้ที่วุ่นวาย

ในหลาย สิ่งรอบตัว อีกทั้งเป็นการช่วยลดความคิดว่าตนเองจะเป็นคนที่สมบูรณ์แบบ เข้าใจตนเอง และสามารถผิดพลาดได้

ขั้นตอนที่ 3: การฝึกเมตตาต่อตนเอง ความรักและความเมตตา การฝึกลักษณะเช่นนี้ จะเป็นการบอกตัวเองว่า “ฉันจะเมตตาต่อตัวของฉันเอง” ด้วยทำนองแบบฝึกสมาธิ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ จะสร้างให้เกิดความรู้สึกอบอุ่นในความรู้สึกภายในของผู้ฝึก และจะปลดปล่อยความรู้สึกวิตกกังวลที่ผ่านเข้ามาให้ออกไป ซึ่งเมื่อความเจ็บปวดในชีวิตที่ถูกซุกซ่อนไว้ปรากฏขึ้น ความเมตตาต่อตนเองก็จะเยียวยาความเจ็บปวดที่เกิดขึ้นนั้นให้หมดไป

ขั้นตอนที่ 4: ค้นพบเสียงแห่งความเมตตา กรุณาของตนเอง บทเรียนที่สำคัญของแบบฝึกหัดนี้คือการขยายวลีของความรักและความเมตตา สู่บทสนทนาในชีวิตประจำวัน ให้ความรู้สึกเหล่านั้นส่งผ่านจากภายในไปสู่ภายนอกอย่าง มั่นคงด้วยประโยคที่พูดกับตัวเองว่า “ฉันรักเธอนะ และไม่ต้องการให้เธอต้องมีความทุกข์” เพื่อให้ ความเมตตากรุณาใหม่ ๆ ได้ผ่านเข้าไปที่แก่น ของความมุ่งมั่นเหล่านั้นด้วยการใช้ภาษาที่ ช่วยสนับสนุนการตระหนักรู้ด้วยประโยค เช่น “เธอสามารถทำมันได้” “มีความกล้าหาญที่จะทำมัน” “ให้อภัยตัวฉันเองได้ไหม” หรือประโยคง่าย ๆ ที่ว่า “ฉันรักตัวของฉันเอง”

ขั้นตอนที่ 5: การดำรงชีวิตด้วยอย่าง มีเป้าหมาย ขั้นตอนนี้จะให้สำรวจสิ่งที่บุคคลให้คุณค่าหลักซึ่งสิ่งเหล่านี้จะมีความหมายในชีวิต และจะทำให้บุคคลจะเกิดความเมตตากรุณา และตอบสนอง ต่อสิ่งที่มีความสำคัญในชีวิตที่ตั้งไว้ วิธีนี้ เมื่อบุคคลเกิดความเมตตากรุณาต่อตนเองแล้วจะทำให้บุคคลค้นพบการดำรงชีวิตในปัจจุบันของตนที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมายหลักที่ตั้งไว้ในชีวิตของตนเองได้

ขั้นตอนที่ 6: ฝึกการบริหารจัดการอารมณ์ ที่เป็นอารมณ์เชิงลบของตนเอง อารมณ์ของบุคคล

ประกอบด้วย ความรู้สึกและสรีระเป็นความคิด และปฏิกิริยาตอบสนองทางกาย ตัวอย่างเช่น เมื่อ บุคคลรู้สึกโกรธเราจะใช้เวลาอย่างมากในใจเพื่อ แก่ต่างให้กับสิ่งที่เกิดขึ้นกับตนเอง และวางแผนว่า ตนเองควรจะพูดได้ตอบออกไปอย่างไรเราจะรู้สึก ถึงความตึงเครียดทางร่างกายบริเวณท้อง เช่นเดียวกับบุคคลที่พร้อมจะต่อสู้ มันจะยุ่งยากมากขึ้นในการบริหารจัดการอารมณ์ที่ยุ่งยาก เหล่านั้นด้วยการไล่ตามความคิดของตนเอง มากกว่าการสำรวจ สิ่งที่เกิดขึ้นทางกาย เมื่อ มีอารมณ์ และเราสำรวจสิ่งที่เกิดขึ้นกับร่างกายของ ตนเองอย่างช้า ๆ จะพบว่าความยุ่งยากในอารมณ์ ของตนเองเปลี่ยนไป การทำเช่นนี้เรียกว่า “การฝึกสติ” เพราะความมุ่งมั่นจะนำไปสู่ความสงบ ความมุ่งมั่นเป็นความเมตตากรุณาต่อร่างกายของ ตนเอง การยอมรับเป็นความเมตตากรุณาต่อจิตใจ ของตนเอง การทำให้สงบจะเป็นความเมตตากรุณา ต่ออารมณ์ของ ตนเอง เมื่อเราเผชิญความยุ่งยาก ทางอารมณ์ เราสามารถสร้างให้มีพื้นที่อันนุ่มนวล ในความคิดของเราให้ความรู้สึกที่ไม่สบายใจ เข้ามา อยู่บริเวณนั้นและทำให้สิ่งนั้นสงบลงด้วยความรัก และความเมตตา

ขั้นตอนนี้สามารถประยุกต์ใช้ในเรื่อง ความรู้สึกกายได้ด้วย โดยเราต้องบอกถึงความรู้สึก ทางลบที่เป็นความรู้สึกหลักที่เกี่ยวกับความเชื่อ ในเรื่อง “ความอาย” เช่น “ฉันเป็นคนลุ่มเหลว” “ฉันเป็นคนที่มีความบกพร่อง” และ “ฉันเป็นคน จี๋เงา” สามารถทำให้ความอายที่เกิดขึ้นลดลงให้ ความอายอยู่ที่ตัวโดยใช้การวิธีที่ใช้ความนุ่มนวล การยอมรับ ความสงบ

ขั้นตอนที่ 7: สัมพันธภาพที่เปลี่ยนแปลง ขั้นตอนนี้จะเน้นเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ ที่เจ็บปวดกับบุคคลอื่นเป็นความเข้าใจความ เจ็บปวดของบุคคลอื่นที่เกิดความทุกข์ทรมาน หรือ ความเจ็บปวดที่เกิดขึ้นจากการยุติความสัมพันธ์ ของเขาเหล่านั้น ความเจ็บปวดส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้น ในชีวิตของพวกเรา เกิดขึ้นเนื่องจากความสัมพันธ์

และสามารถบรรเทาลงได้ด้วยความสัมพันธ์ เช่นกันกับความเมตตากรุณาต่อตนเองที่เต็มไปด้วยสติ สิ่งเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในขั้นตอนแรกที่จะลดบาดแผลและสร้างการให้อภัยให้เกิดขึ้น (ทั้งตัวตนของตนเองและบุคคลอื่น) บุคคลจะเรียนรู้วิธีการใช้สิทธิ์แห่งความเมตตากรุณากับความยุ่งยากแห่งสัมพันธ์ภาพที่คงอยู่และใช้ความเมตตากรุณาด้วยการใช้ลมหายใจ โดยหายใจเข้าเพื่อตนเองและหายใจออกเพื่อบุคคลอื่นที่เราต้องการกลับไปมีความสัมพันธ์ด้วยอีกครั้ง

ขั้นตอนที่ 8: การยินดีต่อสิ่งที่เข้ามาในชีวิต ขั้นตอนนี้จะสำรวจสิ่งที่คุกคามทางร่างกาย และจิตใจของตน และพยายามที่จะทำให้ตนเองผ่านสิ่งเหล่านี้ไปได้ เนื่องจากสิ่งเหล่านี้จะรบกวนการเข้าถึงความสุขของตนเองจึงต้องพยายามปลดปล่อยสิ่งที่เบียดเบียนให้ออกไปจากตน และมีความสุขกับชีวิตปัจจุบันอย่างเต็มที่

ขั้นตอนทั้ง 8 ขั้นตอนนั้นสามารถช่วยพัฒนาความเมตตากรุณาต่อตนเองถ้าบุคคลได้หมั่นฝึกฝนก็จะช่วยเพิ่มความเมตตากรุณาต่อตนเอง ได้ซึ่งก็จะทำให้บุคคลมีความสุขสงบในชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ประกอบทั้ง 3 ของความเมตตากรุณาต่อตนเอง ได้แก่ (ความรู้สึเก่าเทียมในความเป็นมนุษย์ การทำให้ตนเองมีความสุข และการมีสติ) นั้น ล้วนมีความสัมพันธ์กัน เช่น การให้ตนเองมีความสุขหากมีองค์ประกอบข้อนี้ บุคคลก็จะไม่ทำให้ตนอยู่ในสถานการณ์ที่ทำให้ตนเองเกิดทุกข์ เมื่อเกิดสิ่งที่เป็นทุกข์เมื่อได้ฝึกตนในเรื่องเหล่านี้ บุคคลก็จะนำพาให้ตนเองพ้นจากสถานการณ์นั้น ๆ นอกจากนี้กับองค์ประกอบย่อยข้อที่กล่าวว่า ความรู้สึเก่าเทียมในความเป็นมนุษย์ เนื่องจากมนุษย์มักเปรียบเทียบส่วนที่ตนเองด้อยกับบุคคลที่เหนือกว่าจึงเกิดความทุกข์เมื่อเปรียบเทียบแล้วตนเองด้อยกว่า ซึ่งหากได้เปรียบเทียบในทุก ๆ ด้าน จะพบว่ามนุษย์ทุกคนล้วนประสบทั้งความสุขและความทุกข์เช่นเดียวกัน หากแต่ต่างกันด้วยรูปแบบที่แต่ละบุคคลต้องเผชิญ

ดังคำกล่าวที่ว่า “ทุกข์ของใครก็ยิ่งใหญ่ที่สุดสำหรับผู้นั้นแล้ว” เมื่อพบเช่นนี้บุคคลจะรับรู้ว่าคุณคนล้วนเผชิญกับความทุกข์ด้วยกันทั้งสิ้นความทุกข์ในใจของเราที่มีอยู่ก็จะผ่อนคลายลง เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ทำให้ตนเองมีความสุขเนื่องจากคลายความทุกข์ที่มีอยู่ในใจของตนเองลง และองค์ประกอบสุดท้ายของความเมตตากรุณาต่อตนเองคือการมีสติ บุคคลเมื่อมีสติก็จะมีชีวิตอยู่กับปัจจุบัน ซึ่งก็จะมีผลทำให้บุคคลนั้น ๆ มีความสุขไม่เปรียบเทียบกับบุคคลอื่น องค์ประกอบย่อยทั้ง 3 ของความเมตตากรุณาต่อตนเองนั้นเอื้อต่อกัน การพัฒนาองค์ประกอบย่อย องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งก็จะมีผลกระทบต่องค์ประกอบอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน ดังนั้น เราจึงควรฝึกตนให้มีความเมตตากรุณาต่อตนเองจากวิธีดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้ชีวิตในปัจจุบัน

หากบุคคลฝึกให้มีความเมตตากรุณาต่อตนเอง ไม่ว่าจะเกิดสถานการณ์ใดขึ้นเช่น ในปัจจุบัน การเกิดสถานการณ์โควิด - 19 ที่ยังไม่มีที่ท่าว่ามนุษย์จะสามารถควบคุมสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้สำเร็จ บุคคลที่มีความเมตตากรุณาต่อตนเองก็จะเข้าใจสถานการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างมีจิตใจที่สงบ ไม่ร้อนรุ่มจนกระวนกระวาย เพราะเชื่อไว้รัสตดูจะโจมตีบุคคลอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกหน้า การทำสงครามกับสิ่งที่มองไม่เห็นด้วยตาเปล่า จึงต้องมีจิตใจที่มั่นคง และปฏิบัติตามกฎกติกาของฝ่ายสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด มีการใช้หน้ากากอนามัย ล้างมือบ่อย ๆ ตามรูปแบบที่ถูกต้อง หรือแอลกอฮอล์ล้างมือ ไม่ใช่มีสัผัสหน้าตา ไม่อยู่ในที่ชุมชนและใช้ภาชนะส่วนตัวในการรับประทานอาหารและดื่มน้ำ เป็นต้น เป็นเช่นนี้บุคคลดูเหมือนจะมีจิตใจที่สงบ มั่นคงไม่หวั่นไหวไปตามการสั่นสะเทือนของสังคม ความเข้าใจเช่นนี้จะสามารถใช้กับสถานการณ์อื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตได้ทุกสถานการณ์

เอกสารอ้างอิง

- กิตานันท์ ชำนาญเวช. (2561). *การศึกษาและพัฒนาความเมตตากรุณาต่อตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏด้วยโปรแกรมการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบบูรณาการ*. (ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต จิตวิทยาการแนะแนวและการปรึกษาเชิงจิตวิทยา). สุโขทัย: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เดวิสปีชี. (2563). *ถ้าแห่งคำสารภาพ*. สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.paradise.id/post/article/gua-pengkuan>.
- ปริยดา ตาสี. (2560). *การศึกษาและการเสริมสร้างความกรุณาต่อตนเองของนักศึกษาสังคมสงเคราะห์โดยการให้คำปรึกษากลุ่ม*. (ปริญญาานิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. จิตวิทยาพัฒนามนุษย์และการให้ คำปรึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รังสฤษฎ์ กาญจนะวณิช. (2561). *หมอไขข้อข้องใจ จะเกิดอะไรขึ้นกับร่างกาย ถ้าต้องอดอาหารเป็นเวลานาน*. สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://www.khaosod.co.th/special-stories/news_1291184.
- อนุสร พุ่มพวง. (2020). *ดอยนางนอนทอดยาวทางฝั่งตะวันตกของถนนพหลโยธิน*. สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.geogis.com/index.php/geography/>.
- Posititioningmag. (2561). *ตะลึง! "โค้ชเอก" ประกาศลาออกผู้ช่วยโค้ช "ทีมหมูป่าอะคาเดมี"*. สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://positioningmag.com/1221674>
- Cassisa, C., and Neff, K. D. (2019). The promise of self-compassion for solos. *GPSolo*, 36(3), 18-21.
- Goldstein, J., and Kornfield, J, (1987). Seeking the heart of wisdom: The poth of healthy attitude toward oneself. *Self and Identity*. 2(2), 85-101.
- Neff, K. D. (2003 a). Self-compassion: An alternative conceptualization of a healthy attitude toward oneself. *Self and Identity*, 2, 85-102. <https://doi.org/10.1080/15298860309032>
- Neff, K. D. and Germer. C. K. (2013). A Pilot Study and Randomized Controlled Trial of the Mindful Self-Compassion Program. *Journal of clinical psychology*, 69(1), 28-44. <https://doi.org/10.1002/jclp.21923>
- Neff, K. D., Hsieh, Y. P., & Dejitterat, K. (2005). Self-Compassion, Achievement Goals, and of the Mindful Self-Compassion Program. *Journal of Clinical Psychology*, 69(1), 28-44.

การแบ่งปันข้อมูลลูกบนโซเชียลมีเดีย สิทธิเด็กที่พ่อแม่มองข้าม

Sharenting: The Parents' Overlooked Children Rights Issues

นภาพรรณ อาชาเพชร^{1*}, มณฑนา ภาคสุวรรณ² และภควิชญ์ ดำรงเกียรติศักดิ์²Napawan Archaphet^{1*}, Mantana Pharksuwan² and Pakawich Damrongkiattisak²¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้² อาจารย์ประจำคณะสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแม่โจ้¹ Assistant Professor-Faculty of Information and Communication, Maejo University² Lecturer-Faculty of Information and Communication, Maejo University

* E-mail: trust1166@hotmail.com

Received August 9, 2021; Revised November 29, 2021; Accepted December 27, 2021

บทคัดย่อ

พฤติกรรมแบ่งปันข้อมูลของลูกผ่านโซเชียลมีเดียโดยพ่อแม่ (Sharenting) มีแนวโน้มสูงขึ้น พ่อแม่ส่วนใหญ่ มักโพสต์ภาพและคลิปวิดีโอที่แสดงถึงชีวิตประจำวันของลูก ภาพลูกทำกิจกรรมในโอกาสพิเศษ ภาพลูกแสดงอารมณ์หรือพฤติกรรมที่ทำให้รู้สึกอายเช่น ภาพเปลือยหรือกึ่งเปลือย ร้องไห้ หวาดกลัวเป็นต้น สาเหตุที่พ่อแม่มีพฤติกรรมดังกล่าวได้แก่ ความอยากได้รับการยอมรับ ความช่วยเหลือหรือผลประโยชน์ทางธุรกิจ การกระทำนี้ส่งผลกระทบต่อเด็กทำให้มีความมั่นใจ เห็นคุณค่าในตนเอง กล้าแสดงออก ส่วนผลกระทบทางลบ ทำให้เด็กถูกละเมิดสิทธิความเป็นส่วนตัว ถูกรังแกผ่านโลกโซเชียลหรือไม่ไว้วางใจพ่อแม่ ในต่างประเทศมีกฎหมายที่ป้องกันและห้ามพ่อแม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของลูกเช่น กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กและเยาวชนในประเทศสหรัฐอเมริกา กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป ส่วนในประเทศไทยมีพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 ด้านแนวทางปฏิบัติที่พ่อแม่ควรทำเมื่อแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกผ่านโซเชียลมีเดียได้แก่ การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว การขออนุญาตลูกก่อนโพสต์เนื้อหา การขอความช่วยเหลือจากผู้ให้บริการและหน่วยงานต่าง ๆ กรณีที่ลูกถูกละเมิด การแบ่งปันข้อมูลลูกบนโลกโซเชียลเป็นเรื่องที่พ่อแม่ต้องตระหนัก และให้ความสำคัญทั้งการเคารพสิทธิของลูก มีความรอบคอบ คำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดกับลูก ส่วนผู้ใช้โซเชียลมีเดีย สถาบันการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเด็ก สื่อมวลชน ฯลฯ ควรร่วมกันรณรงค์ให้ทุกฝ่ายตระหนักถึงความสำคัญของสิทธิเด็กและศึกษาเรื่องนี้มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การแบ่งปันข้อมูลลูก, โซเชียลมีเดีย, สิทธิเด็ก

Abstract

Sharenting is a behavior in which parents share information about their children through social media. This kind of activity is more popular and trending. Most of the parents post pictures and video clips showing their children's daily life, their children doing activities on special occasions and pictures that make the child feel embarrassed such as nude, semi-nude, or disturbing situations photos (e.g. crying or afraid). The causes of such behaviors include: to desire for recognition, assistance or business interests, etc. This kind of activity may have positive effects on children, for instance, boost their confidence, self-esteem, assertiveness, however, negative effects may also occur such as the privacy rights have been violated, being cyberbullied, and create distrust between children and their parents. In foreign countries, they have laws that prevent and prohibit parents from violating the privacy of their children such as Children's Online Privacy Protection Act of 1998, General Data Protection Regulation (GDPR). In Thailand have Child Protection Act, B.E. 2546 (2003), etc. Sharenting practices should including setting up privacy, asking for permission from children before posting, ask help from service providers and relevant authorities in case of child abuse. Sharing children's information online should be concerned by parents to be aware of and pay attention on respecting their children's right, being cautious, and consider any potential impact on their children. Moreover, social media users, any institution on children matter, mass media, and etc. should cooperate to all parties on realizing the importance of children's right and study on this matter.

Keyword: Sharenting, Social Media, Children's Rights

บทนำ

การใช้สื่อดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นเข้ามาเปลี่ยนแปลงชีวิตประจำวันของผู้คน ผลกระทบจากการใช้สื่อดิจิทัลเป็นประโยชน์ต่อคน และสังคมทั้งในแง่การติดต่อสื่อสาร การสร้างปฏิสัมพันธ์ และการสร้างชุมชนที่ก้าวข้ามขอบเขตด้านเวลา สถานที่ และบริบททางสังคม การเชื่อมความสัมพันธ์ผ่านโลกดิจิทัลที่สูงขึ้น ทำให้รูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของคนยุคนี้เปลี่ยนแปลงไป จากการสื่อสารกันแบบตัวต่อตัวถูกแทนที่ด้วยการสื่อสารแบบออนไลน์ (World Economic Forum, 2016)

ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้งานสื่อดิจิทัลทั่วโลกในเดือนกรกฎาคมปี 2564 พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่า 4.80 พันล้านคน หรือ

ร้อยละ 61.0 ผู้ใช้โซเชียลมีเดียมีจำนวน 4.48 พันล้านคน หรือเกือบร้อยละ 57.0 ซึ่งเกินครึ่งหนึ่งของประชากรทั่วโลก สำหรับประเทศไทยนั้น มีผู้ใช้งานเฟซบุ๊กเป็นอันดับ 8 ของโลก การโพสต์เนื้อหาเฉลี่ยคนละ 11 ครั้งต่อเดือน และใช้อินสตาแกรมมากเป็นอันดับที่ 16 (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2564) ด้านข้อมูลเกี่ยวกับรูปภาพพบว่า มีภาพจำนวนมากกว่า 350 พันล้านรูปถูกโพสต์บนเฟซบุ๊ก (Ahlgren, 2021) คนไทยนิยมโพสต์ภาพบนเฟซบุ๊กร้อยละ 57.0 ซึ่งเกือบร้อยละ 45.0 เป็นการโพสต์แบบสาธารณะ (iT24hrs, 2557) และคนไทยเริ่มคุ้นเคยกับการโพสต์ภาพหลาย ๆ ภาพบนอินสตาแกรม (Nutnon, 2561) ภาพและคลิปวิดีโอเด็กเป็นเนื้อหาประเภทหนึ่งที่ได้รับคามนิยม

เผยแพร่ซึ่งพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกบนโซเชียลมีเดียโดยพ่อแม่เรียกว่า “Sharenting”

บทความนี้จะสะท้อนให้เห็นถึงความปลอดภัยของยุคดิจิทัล จากอัลบั้มภาพถ่ายลูกที่อยู่ในบ้านสู่การแบ่งปันข้อมูลลูกบนโซเชียลมีเดีย ปรากฏการณ์ ข้อค้นพบจากงานวิจัย ผลกระทบที่เกิดขึ้น การบังคับใช้กฎหมายทั้งใน และต่างประเทศ รวมทั้งเสนอวิธีการป้องกันและแก้ไขปัญหาที่ผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมได้

จากภาพถ่ายประจำบ้านสู่ภาพ และ คลิปวิดีโอบนโซเชียลมีเดีย

ในอดีตเรามักเก็บภาพความทรงจำเกี่ยวกับครอบครัว เหตุการณ์สำคัญในชีวิตทั้งการทำงาน การทำกิจกรรมภายในครอบครัว หรือ การมีสมาชิกใหม่ผ่านการบันทึกภาพลงบนแผ่นฟิล์มแล้วอัดขยายเพื่อจัดเก็บเป็นอัลบั้มภาพถ่ายประจำบ้าน ที่ให้เฉพาะญาติ เพื่อนสนิท หรือ คนใกล้ชิดเท่านั้นได้ชื่นชม ซึ่งมีความเป็นส่วนตัวปลอดภัย และจำกัดการรับรู้ของคนที่อยู่รอบตัว จนกระทั่งเกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้อุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ ถูกพัฒนาให้มีคุณสมบัติการใช้งานที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ ทั้งใช้เพื่อติดต่อสื่อสาร รับส่งข้อมูล บันทึกภาพ เสียงหรือคลิปวิดีโอ ตลอดจนเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ ผู้คนทั่วโลกจึงติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายและรวดเร็ว คนในยุคนี้นิยมใช้อุปกรณ์สื่อสารถ่ายภาพ หรือคลิปวิดีโอ และเผยแพร่สู่โซเชียลมีเดียมากขึ้น ซึ่งพ่อแม่คือ คนกลุ่มหนึ่งที่มีพฤติกรรมดังกล่าว จากปรากฏการณ์นี้ทำให้ Collins Dictionary ได้บัญญัติคำว่า Sharenting ขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 2016 ซึ่งเกิดจากการผสมระหว่างคำว่า blend of sharing และ parenting หมายถึง การที่พ่อแม่ชอบแบ่งปันเรื่องราวเกี่ยวกับลูกผ่านโซเชียลมีเดียเป็นประจำทั้งการโพสต์ข้อความ การบรรยาย การแสดงความคิดเห็น เรื่องราว

(Stories) ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ฯลฯ (Collinsdictionary, 2016; Greaves, 2018a)

Greaves (2018a) ระบุว่าอัลบั้มภาพครอบครัวในยุคนี้ สามารถบันทึกได้ตั้งแต่ก่อนเกิดจนกระทั่งหลังตาย การเลี้ยงลูกในวันนี้กลายเป็นการแบ่งปันประสบการณ์ทางดิจิทัล ซึ่งการเข้าถึงนี้ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนและไม่มีขอบเขต ผลจากงานวิจัยในหลายทวีปและหลายประเทศ มีความสอดคล้องกับปรากฏการณ์ดังกล่าวเช่น ข้อมูลจากประเทศฝั่งยุโรปพบว่ากลุ่มตัวอย่างครอบครัวชาวโปแลนด์สร้างรอยเท้าดิจิทัล (Digital Footprint) ให้ลูกตั้งแต่ยังอยู่ในครรภ์ด้วยการโพสต์ภาพอัลตราซาวด์ เกือบร้อยละ 50.0 โพสต์ชื่อและวันเกิดของเด็กในช่วงเดือนแรกหลังเด็กเกิด และมักบันทึกข้อมูลแทบทุกช่วงเวลาในชีวิตเด็ก ภาพเด็กที่ถูกโพสต์ส่วนใหญ่เป็นภาพชีวิตประจำวัน เช่น ภาพเด็กเล่นของเล่น นอนหลับ รับประทานอาหารกับครอบครัว รองลงมาเป็นภาพเด็กขณะอยู่นอกสถานที่หรือในวันหยุด ภาพเด็กทำกิจกรรมพิเศษเช่น ภาพวันทำพิธีศีลจุ่ม ภาพวันคริสมาสต์ ภาพวันแรกในโรงเรียนอนุบาล ภาพงานเลี้ยงวันเกิดหรือเฉลิมฉลองต่าง ๆ ภาพที่ถ่ายโดยช่างภาพมืออาชีพ ขณะเดียวกันมีภาพที่ทำให้เด็กรู้สึกอายด้วย โดยกลุ่มตัวอย่าง 3 ใน 5 แบ่งปันภาพถ่ายที่ไม่เหมาะสมของลูกบนโซเชียลมีเดียอย่างน้อย 1 ภาพ ซึ่งภาพที่ถูกโพสต์มากที่สุดได้แก่ ภาพเปลือยหรือกึ่งเปลือยขณะเด็กอาบน้ำ หรืออยู่บนชายหาด ภาพแนวตลกที่เด็กอยู่ในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น นั่งบนกระโถน ร้องไห้ นอนผัดทำ ใบหน้าที่เลอะเทอะหลังจากรับประทานอาหาร ซึ่งภาพเหล่านี้มักมีคนแสดงความคิดเห็นที่ไม่เหมาะสม (Brosch, 2016, pp. 230-231) นอกจากนี้มีรายงานจาก Children’s Commissioner for England (2018, p. 2) ที่นำเสนอว่าพ่อแม่ชาวอังกฤษโพสต์ภาพและวิดีโอลูกบนโซเชียลมีเดียประมาณ 1,300 ภาพ ก่อนเด็กจะอายุ 13 ปี รวมทั้งเปิดเผยข้อมูลอื่น ๆ เกี่ยวกับเด็ก

ขณะที่ในประเทศสหรัฐอเมริกานั้นมีผล การสำรวจข้อมูลจากพ่อแม่จำนวนกว่า 500 คน ที่มีลูกอายุตั้งแต่ 0-4 ขวบพบว่าโดยเฉลี่ยพ่อแม่ โพสต์ภาพราว 1,000 ภาพก่อนลูกจะอายุ 5 ขวบ ซึ่งพ่อแม่จำนวนมากไม่ได้ตั้งค่าความเป็นส่วนตัว และภาพส่วนใหญ่ที่โพสต์นั้นระบุสถานที่ ๆ ถ่ายภาพไว้ด้วย พ่อแม่เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับลูก มากถึงร้อยละ 74.0 ทำให้สืบถึงที่อยู่ของลูกได้ ร้อยละ 51.0 เผยแพร่ข้อมูลที่นำอายุของลูก ร้อยละ 56.0 และข้อมูลที่ไม่เหมาะสมร้อยละ 27.0 (พันส์คัตต์ อาภาขจร, 2559)

ด้านข้อมูลในทวีปเอเชียพบว่าประเทศจีน เรียกปรากฏการณ์ที่พ่อแม่แบ่งปันเรื่องของลูก บนสื่อออนไลน์มากเกินไปว่า "โซ่ หวา" หรือ หมายถึง เด็กที่อยู่ท่ามกลางสปอตไลท์ จากผลการ สืบค้นความคิดเห็นของผู้ปกครองชาวจีนพบว่า ร้อยละ 80.0 โพสต์รูปลูกทางโซเชียลมีเดียและ แอปพลิเคชันสนทนาวีแชต (BBC News, 2019) ส่วนในประเทศญี่ปุ่นนั้นเมื่อปี 2558-2559 เกิด กระแสที่พ่อแม่ถ่ายและโพสต์ภาพลูกโดยการ เปรียบเทียบใบหน้าลูกกับข้าวปั้นและแขนของลูก กับขนมปังแถว ซึ่งความนิยมดังกล่าวมีมากจนเกิด เป็นแฮชแท็ก #MyBaby'sGotTheBestBreadPhoto (Campus-star, 2016; Post Today, 2559)

สำหรับผลงานวิจัยในประเทศแถบเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นพ่อแม่ ยุคมิลเลนเนียล หรือเจนวายชาวอินโดนีเซียสื่อสาร ภาพลูกบนโซเชียลมีเดียในลักษณะภาพที่แสดงถึง ความทุ่มเทในการเลี้ยงลูก ภาพเด็กที่น่าสนใจ สนุกสนาน สวยงาม พ่อแม่บางคนมีช่องเป็นของตนเองเพื่อแชร์งานอดิเรก โปรโมทสินค้า เสื้อผ้า และเกมสำหรับเด็กที่เพิ่มพูนความรู้และทักษะ (Latipah et al., 2020, p. 4811) ส่วนพฤติกรรม แบ่งปันข้อมูลลูกผ่านโซเชียลมีเดียของพ่อแม่ คนไทยนั้นใช้วิธีการส่งผ่านไลน์ เฟซบุ๊ก แมสเซนเจอร์ หรือโพสต์ผ่านเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม ซึ่งภาพ ที่ส่งหรือโพสต์นั้นได้แก่ ภาพแสดงพัฒนาการ

เติบโตของเด็กเช่น หน้าตาเปลี่ยนแปลง เริ่มคลาน ภาพความไร้เดียงสา ภาพลูกน่ารัก สดใส เป็นธรรมชาติ ภาพลูกในโอกาสพิเศษเช่น วันเกิดลูก ลูกเป็นดรัมเมเยอร์ ลูกแข่งขันกีฬา ลูกไปโรงเรียน วันแรก ภาพที่โชว์เพราะอยากให้ลูกมีชื่อเสียง ภาพลูกแสดงพฤติกรรมที่ตลก ภาพที่ทำให้ลูกรู้สึกอาย ฯลฯ (ธนรัช ตั้งคะประเสริฐ, 2558; นิภาพร ทับหุ่น, 2560) นอกจากนี้มีผลจากงานวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียของแม่เจนเอ็กซ์เอ็ม ในกรุงเทพมหานครแสดงออก 3 รูปแบบคือ 1. พฤติกรรมเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์โดยกลุ่ม ตัวอย่างรู้สึกดีขึ้นที่ได้คุยกับกลุ่มแม่ที่มีพฤติกรรม เลี้ยงลูกลักษณะเดียวกัน 2. พฤติกรรมเกี่ยวข้องกับ ข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างได้เรียนรู้จาก ประสบการณ์ ของแม่คนอื่นที่แชร์บนโซเชียลมีเดีย และ 3. พฤติกรรมเกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์ ทางสังคมซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้แสดงและเปิดรับ ความคิดเห็นของแม่คนอื่น (นภัสวรรณ วงศ์ศิริสาข และกิตติโชค นิธิเสถียร, 2561, หน้า 126-127)

จากข้อมูลและผลของการวิจัยในประเทศ ต่าง ๆ พบว่าพฤติกรรมแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูก ผ่านโซเชียลมีเดียมีความคล้ายคลึงกัน โดยพ่อแม่ มักโพสต์ภาพลูกตั้งแต่ยังอยู่ในครรภ์ ภาพหรือ คลิปวิดีโอที่แสดงพัฒนาการเติบโต ภาพลูก ในโอกาสพิเศษ ภาพที่ทำให้ลูกรู้สึกอาย รวมทั้ง โพสต์ชื่อ วันเกิด กิจกรรมที่ลูกชอบทำ สถานที่ลูก ชอบไป พ่อแม่บางคนสร้างเพจหรือช่องวิดีโอ ของลูกเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นซึ่งพฤติกรรม เหล่านี้ทำให้เกิดการสร้างรอยเท้าดิจิทัลให้แก่ลูก จนอาจนำไปสู่ผลกระทบต่างๆ ต่อเด็ก

แรงจูงใจ สาเหตุและปัจจัยที่ทำให้พ่อแม่ แบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูก

นักวิชาการและนักวิจัยหลายคนระบุว่า แรงจูงใจและสาเหตุที่ทำให้พ่อแม่ยุคนี้นิยมแบ่งปัน ข้อมูลเกี่ยวกับลูกผ่านโซเชียลมีเดียมีหลายประการ ได้แก่ (Greaves, 2018b; Wagner and Gasche,

2018, p. 982; BBC News, 2019; Ranzini et al., 2020, p. 1; Latipah et al., 2020, pp. 4809-4811)

1. ความต้องการแสดงออกถึงตัวตนหรือความรู้สึก บางครั้งพ่อแม่อาจรู้สึกโดดเดี่ยวหรือต้องการระบายอารมณ์ ซึ่งการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกนั้นทำให้พวกเขารับรู้ว่ามีพ่อแม่คนอื่นที่คิด และรู้สึกเหมือนกัน

2. ความต้องการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับเพื่อน ครอบครัวและคนอื่นผ่านการให้ข้อมูลปัจจุบันเกี่ยวกับลูก

3. ความต้องการแสดงความภาคภูมิใจในตัวลูก ขณะเดียวกันพ่อแม่บางคนโพสต์ความสำเร็จของลูกเพื่อเติมเต็มคุณค่า สถานะ และตัวตนของตนเอง นอกจากนี้พ่อแม่บางคนต้องการทำให้คนอื่นรู้สึกอิจฉา

4. ความต้องการแสดงความสามารถในการดูแลลูกหรือคิดว่าพ่อแม่คนอื่นไม่รู้วิธีดูแลลูกอย่างถูกต้อง เนื่องจากแต่ละคนมีมุมมองที่แตกต่างกัน บางคนจึงแบ่งปันข้อมูลเรื่องการเป็นพ่อแม่ที่ดีของลูกในแต่ละช่วงวัย

5. ความต้องการให้หรือรับคำแนะนำ ความช่วยเหลือ การยืนยันหรือได้รับการสนับสนุนจากคนอื่นเกี่ยวกับสิ่งที่ตนเองคิดหรือทำ เนื่องจากบางคนขาดความมั่นใจ การแบ่งปันข้อมูล และได้รับความคิดเห็นหรือ การตอบรับในทางบวกทำให้พ่อแม่รู้สึกว่าคุณเองมีประโยชน์ และรู้สึกมีความสุขเป็นพิเศษเมื่อเพื่อน ครอบครัวหรือญาติติดตาม ปฏิบัติตามข้อมูลที่แบ่งปันนั้น

6. ความต้องการค้นหาคนที่คิดเหมือนกันในกลุ่มหรือชุมชนบนโลกเสมือน และมีส่วนร่วมสร้างสภาพแวดล้อมของชุมชนให้ดีขึ้นด้วยการแบ่งปันข้อมูล ประสบการณ์และกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับลูก

7. ความต้องการผลประโยชน์ทางธุรกิจด้วยการโปรโมทสินค้าของตนเองเช่น เสื้อผ้าหรือของเล่นที่ส่งเสริมพัฒนาการของลูก

นอกจากแรงจูงใจและสาเหตุดังกล่าวแล้ว คุณลักษณะของสื่อใหม่เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เอื้อต่อพฤติกรรมแบ่งปันข้อมูลของพ่อแม่ เนื่องจากอุปกรณ์ดิจิทัลมีราคาถูก คุณสมบัติการใช้งานของอุปกรณ์สื่อสาร แอปพลิเคชัน โซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์มีความหลากหลาย ใช้งานง่าย ถ่ายได้ทั้งภาพนิ่งหรือคลิปวิดีโอ รวมทั้งแก้ไข ตกแต่งภาพหรือตัดต่อวิดีโอได้ การถ่ายโอนข้อมูลสะดวก การใช้บริการโซเชียลมีเดียและเว็บไซต์ส่วนใหญ่ไม่มีค่าใช้จ่าย พื้นที่จัดเก็บมหาศาล และข้อมูลไม่สูญหาย พ่อแม่สามารถบันทึกช่วงเวลาและพัฒนาการต่าง ๆ ของชีวิตลูกเก็บไว้เป็นความทรงจำในรูปแบบดิจิทัลได้ การโพสต์ ส่งหรือแสดงเนื้อหาให้ผู้อื่นดูทั้งแบบต่อหน้าและผ่านโซเชียลมีเดียทำได้ตลอด 24 ชั่วโมงและทุกที่ควบคุมการเผยแพร่ของข้อมูล และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกันเช่น แสดงความคิดเห็น กดปุ่มแสดงความรู้สึก แชร์ ส่งต่อหรือติดแท็กข้อปัญหาโซเชียลมีเดียของผู้อื่นให้มีส่วนร่วมกับเนื้อหานั้น ชุมชนต่าง ๆ บนโลกออนไลน์สามารถให้คำแนะนำและช่วยเหลือได้ทันที (Greaves, 2018a; Commissioner for Children and Young People, 2020; Latipah et al., 2020, p. 4811; ธนะรัชต์ ดังคะประเสริฐ, 2558)

พฤติกรรมแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกผ่านโซเชียลมีเดียของพ่อแม่เกิดจากความต้องการแสดงความสามารถในการดูแลลูก ความอยากได้รับการยอมรับ การสนับสนุนหรือช่วยเหลือผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นผ่านการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การได้รับจำนวนถูกใจ (like) ฯลฯ บางคนต้องการนำเสนอสินค้าเกี่ยวกับเด็กเพื่อผลประโยชน์ นอกจากนี้ด้วยคุณลักษณะของสื่อดิจิทัลที่หลอมรวมเทคโนโลยีต่างๆ ไว้ในเครื่องมือสื่อสารเดียวทำให้การแบ่งปันข้อมูลลูกผ่านโซเชียลมีเดียทำได้อย่างรวดเร็ว ง่าย สะดวก ฯลฯ

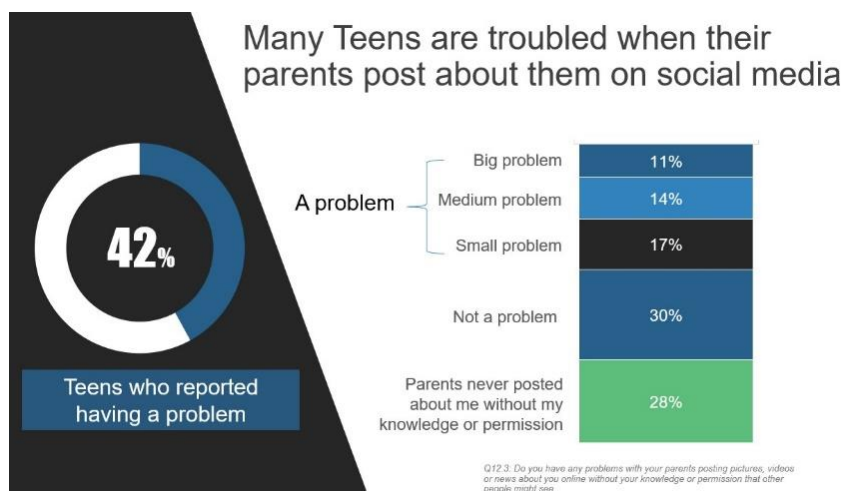
ลูกเสี่ยงภัยออนไลน์เพราะพ่อแม่

การแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกได้รับความนิยมนอกจากพ่อแม่ทั่วโลกมานานแล้ว ส่วนใหญ่มักคิดว่าการกระทำดังกล่าวเป็นเรื่องธรรมดา สามารถทำได้ทั้งที่การนำเสนอข้อมูล ภาพหรือคลิปวิดีโอลูกอาจเป็นการละเมิดสิทธิหรือนำความเสี่ยงมาสู่เด็ก

จากรายงานของธนาคาร Barclays ในประเทศอังกฤษพบว่าข้อมูลสำคัญ 3 ส่วนที่ใช้ในการขโมยข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ ชื่อ วันเดือนปีเกิด และที่อยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ผู้ปกครองมักเป็นคนโพสต์เองหรือคนอื่นสามารถเดาได้จากภาพถ่ายของเด็กในวันเกิดที่มีการติดแท็กสถานที่ที่อยู่ การอัปเดตบัญชีโซเชียลมีเดียของพ่อแม่ การเปิดเผยข้อมูลเหล่านี้ทำให้เด็กมีความเสี่ยงหรือได้รับผลกระทบเช่น ถูกรังแก ถูกขโมยอัตลักษณ์หรือข้อมูลส่วนบุคคลที่อาจถูกนำไปใช้เพื่อการฉ้อโกง (Children's Commissioner for England, 2018)

นักวิจัยจากมหาวิทยาลัยวอชิงตัน และมหาวิทยาลัยมิชิแกนของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างพ่อแม่และเด็กจำนวน 249 คู่ พบว่าเด็กที่อายุระหว่าง 10 - 17 ปี ซึ่งเติบโตมาพร้อมกับโซเชียลมีเดียต้องการควบคุมภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของตนเอง โดยเด็กย้ำว่าพ่อแม่ไม่ควรโพสต์ภาพและเรื่องราวของเด็กก่อนได้รับ

อนุญาต (รัตพล อ่อนสนิท, 2559) ขณะที่ผลการสำรวจเมื่อปี 2017 พบว่ามากกว่า 1 ใน 4 ของเด็กอายุ 10-12 ปี บอกว่ารู้สึกอายและวิตกกังวลเมื่อพ่อแม่โพสต์ภาพของพวกตนบนโลกออนไลน์ (Commissioner for Children and Young People, 2018) ในประเทศจีนนั้นมียุวกชนที่เรียกร้องให้สภายุวกชนประจำเขตสนับสนุนให้มีการอภิปรายเกี่ยวกับพฤติกรรมและการแชร์เรื่องของลูกบนโลกออนไลน์ โดยกลุ่มเยาวชนระบุว่าพ่อแม่มักโพสต์ภาพผลการเรียน ผลงานศิลปะในเชิงการแข่งขันที่ไม่สร้างสรรค์ทำให้เด็กรู้สึกกดดัน (BBC News, 2019) ข้อมูลเหล่านี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของบริษัทไมโครซอฟท์ ซึ่งสำรวจจากวัยรุ่นใน 25 ประเทศทั่วโลกเช่น รัสเซีย อังกฤษ สหรัฐอเมริกา โปแลนด์ เยอรมัน สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฯลฯ พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 42.0 มีปัญหากับพ่อแม่ที่โพสต์เรื่องของพวกเขา โดยในจำนวนนี้ร้อยละ 11.0 บอกว่าเป็นปัญหาใหญ่ ร้อยละ 14.0 บอกว่าเป็นปัญหปานกลาง และร้อยละ 17.0 บอกว่าเป็นปัญหาเล็กน้อย นอกจากนี้สองในสามหรือร้อยละ 66.0 ระบุว่าเคยตกเป็นเหยื่อของความเสียหายทางออนไลน์อย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้กลุ่มตัวอย่างกังวลว่าประสบการณ์ออนไลน์เชิงลบที่คล้ายกันจะเกิดขึ้นซ้ำอีก (Beauchere, 2019)



ภาพที่ 1 ผลการสำรวจเรื่อง “Civility, Safety and Interaction Online 2019” โดยบริษัทไมโครซอฟท์
ที่มา: Beauchere, 2019

การแบ่งปันข้อมูลลูกผ่านโซเชียลมีเดีย นอกจากเป็นการละเมิดสิทธิของลูกแล้วอาจทำให้เด็กมีความเสี่ยงต่าง ๆ เช่น ถูกรังแก ถูกขโมยตัวตน หรือข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งผู้ไม่หวังดีอาจนำไปใช้ก่ออาชญากรรมทางออนไลน์ ผลของการวิจัยในหลายประเทศสะท้อนให้เห็นว่าเด็กมีความกังวลเกี่ยวกับพฤติกรรมดังกล่าวและต้องการให้พ่อแม่ขออนุญาตตนเองก่อนโพสต์เนื้อหา

ผลกระทบเชิงบวกหรือเชิงลบ พ่อแม่ต้องชั่งน้ำหนัก

การแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกผ่านโซเชียลมีเดียสร้างผลกระทบได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ โดยเชิงบวกเช่น พ่อแม่ได้ติดตามพัฒนาการเติบโตและบันทึกภาพความทรงจำเกี่ยวกับลูกตั้งแต่วัยเด็กเกิดมีพื้นที่บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับลูก ช่วยเชื่อมความสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางทำให้ครอบครัว ญาติ เพื่อนและคนอื่นได้ติดตามความเคลื่อนไหว มีเพื่อนใหม่บนโลกออนไลน์ เกิดการแบ่งปันข้อมูล ความรู้ใหม่ การสนับสนุนและช่วยเหลือพ่อแม่ที่มีสถานการณ์คล้ายคลึงกันเช่นกรณีลูกเจ็บป่วย ปัญหาการเลี้ยงดูลูก นอกจากนี้ช่วยลดการแยกตัวจากคนอื่น ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างผู้แบ่งปันข้อมูลกับผู้ใช้งานนั้นมีทั้งการให้ความรู้ บทเรียนและพลังงานใหม่ เกิดการอภิปรายสำหรับคนที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม ทำให้พ่อแม่ที่แบ่งปันข้อมูลรู้สึกภาคภูมิใจที่ลูกเติบโตและมีพัฒนาการดีกว่าเด็กคนอื่น (Greaves, 2018a; Latipah et al., 2020, p. 4815)

ข้อมูลจากงานวิจัยของ Latipah et al. (2020, pp. 4812-4815) สนับสนุนว่าการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกของกลุ่มตัวอย่างพ่อแม่ในประเทศอินโดนีเซียทำให้เกิดผลกระทบเชิงบวก 3 ด้านได้แก่ 1. ผลกระทบต่อความรู้ความเข้าใจโดยการแบ่งปันเนื้อหาเกี่ยวกับการสอนลูกเช่นการศึกษาสำหรับเด็ก การเจริญเติบโต การส่งเสริมให้ลูกรักการอ่านหนังสือทำให้พ่อแม่คนอื่นได้รับทั้ง

ความรู้และประสบการณ์ 2. ผลกระทบต่ออารมณ์หรือทัศนคติ การแบ่งปันเนื้อหาหรือการสนทนาเกี่ยวกับวิธีการที่ผู้ปกครองจะตอบสนองต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการของเด็กมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่พ่อแม่มีต่อลูกเพราะทำให้รู้และเห็นจากสิ่งที่พ่อแม่คนอื่นปฏิบัติเช่นการศึกษาที่ช่วยพัฒนาศักยภาพ การสอนเกี่ยวกับความสำคัญของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เด็กควรชื่นชมเพื่อประโยชน์ทางความรู้และอารมณ์ การสอนให้เด็กทำกิจกรรมเพื่อพัฒนาประสาทสัมผัสทั้ง 5 เช่น พาลูกไปซื้อของที่ตลาด สอนให้ลูกปีนต้นไม้เพื่อฝึกความกล้าหาญและความคิด 3. ผลกระทบต่อศีลธรรมและศาสนา เนื่องจากพ่อแม่มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการชี้แนะให้ลูกทำสิ่งที่ดี ดังนั้นการแบ่งปันภาพหรือคลิปวิดีโอเกี่ยวกับการศึกษาศาสนา การให้ลูกละหมาดหรือสวดภาวนาตั้งแต่อายุน้อยจึงช่วยสร้างแรงจูงใจให้พ่อแม่คนอื่นปฏิบัติแบบเดียวกันกับลูกของตนเองได้

ด้านผลกระทบเชิงบวกต่อลูกนั้นอาจทำให้เด็กเห็นคุณค่าในตนเอง มีความมั่นใจ กล้าแสดงออก มีชื่อเสียง มีคนชื่นชอบหรือติดตาม ซึ่งอาจนำมาสู่การเป็นผู้นำเสนอสินค้า หรืองานแสดงต่าง ๆ

ขณะเดียวกันการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกผ่านโซเชียลมีเดียมากเกินไปอาจส่งผลกระทบเชิงลบต่อจิตใจ การพัฒนาอัตลักษณ์และบุคลิกภาพที่เด็กพยายามจะสร้าง ซึ่งจะทำให้เกิดปัญหาการสูญเสียความเป็นตัวเอง การเสพติดตัวตนในโลกออนไลน์ ที่ถูกพ่อแม่ประกอบสร้าง การเห็นคุณค่าในตนเองที่เด็กอาจวัดจากจำนวนถูกใจ (like) ว้าว (wow) ความคิดเห็นในเชิงบวกหรือรู้สึกกดดันในการวางตัวต่อหน้ากล้องเพื่อให้พ่อแม่โพสต์ภาพที่สมบูรณ์แบบ ส่วนพ่อแม่อาจเปรียบเทียบระหว่างลูกของตนเองกับลูกคนอื่นทำให้รู้สึกด้อย ไม่มั่นคง เกิดความเกลียดชังเมื่อมีคนไม่เห็นด้วยกับเนื้อหาที่โพสต์ (Commissioner

for Children and Young People, 2020; Latipah et al., 2020, p. 4815; ปาณิภา สุขสม, 2563, หน้า 24; ภาวิณี คงฤทธิ์, 2564) สิ่งเหล่านี้พ่อแม่ควรตั้งคำถามว่า กำลังหล่อหลอมให้ลูกเป็นแบบที่ตนเองต้องการ แบบที่คนในสังคมโซเชียลมีเดียต้องการหรือแบบที่ลูกเป็นตัวของตัวเอง พ่อแม่กำลังสร้างความกดดันให้ลูกอยู่บนความคาดหวังของพ่อแม่และคนอื่นที่อยากเห็นแต่ภาพลักษณ์ด้านดีของเด็กหรือไม่

นอกจากนี้การกระทำดังกล่าวอาจทำให้ลูกมีความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางกายภาพและทางโลกไซเบอร์เช่น ลูกกลายเป็นที่รู้จักโดยที่เขาไม่ต้องการ รู้สึกรู้สีกว่า สูญเสียความเป็นส่วนตัว เมื่อมีคนมาพูดคุยหรือขอถ่ายภาพ ลูกอาจถูกรังแกผ่านโลกไซเบอร์ (Cyberbullying) โดยได้รับข้อความแสดงความคิดเห็นที่ไม่สร้างสรรค์ทั้งจากคนที่รู้จัก และไม่รู้จัก ซึ่งอาจทำให้เด็กถูกล้อเลียน เครียด อาย กลัวการเข้าสังคม ดังตัวอย่างข่าวที่ Apple Martin ลูกสาวของนักแสดง Gwyneth Paltrow แสดงความไม่พอใจบนอินสตาแกรมหลังจากแม่โพสต์ภาพของทั้งคู่ขณะเล่นสกี Apple ระบุว่าเคยบอกแม่ไม่ให้โพสต์ภาพของตนเองก่อนได้รับความยินยอม ซึ่งเมื่อความเห็นนี้เผยแพร่สู่สาธารณะหลายคนจึงวิจารณ์ Apple ที่ต่อว่าแม่ผ่านสื่อ ขณะที่คนอีกกลุ่มแสดงความคิดเห็นว่า Apple มีสิทธิปกป้องภาพลักษณ์ของตนเอง เนื่องจากแม่แชร์ภาพดังกล่าวกับผู้ติดตามจำนวนกว่า 5 ล้านคน (The Guardian, 2019) หรืออีกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา Izabel Laxamana เด็กวัย 13 ปี ถูกพ่อถ่ายคลิปวิดีโอทำโทษด้วยการกลั่นแกล้ง เนื่องจากไม่พอใจพฤติกรรมของ Izabel หลังคลิปวิดีโอนี้ถูกเผยแพร่ออกไป Izabel ได้ฆ่าตัวตาย (New York Daily News, 2015) สำหรับประเทศไทยนั้นก็มีกรณีแม่คนหนึ่งถูกบุคคลที่ไม่รู้จักนำภาพลูกที่ตนเองโพสต์แอบอ้างว่าเป็นหลาน นานหลายปีจนทำให้ผู้อื่นเข้าใจผิด

ซึ่งบางข้อความที่โพสต์นั้นทำให้เด็กและครอบครัวรู้สึกไม่ปลอดภัย (Amarin Baby & Kids, 2559) การใช้โซเชียลมีเดียทุกวันนี้ไม่ได้จ่ายด้วยเงิน แต่จ่ายด้วยข้อมูลของผู้ใช้งานที่ถูกสร้างเป็นรอยเท้าดิจิทัล ดังนั้นเด็กอาจตกเป็นเป้าหมายของการถูกขโมยอัตลักษณ์ดิจิทัล การถูกขูดคู้ข้อมูลส่วนบุคคล การฉ้อโกงออนไลน์ที่นำข้อมูลของเด็กไปใช้ในการฉ้อโกง เพื่อแสวงหาประโยชน์ทางเพศหรือล่วงละเมิดทางเพศ ซึ่งภาพของเด็กก็มีโอกาสถูกนำไปใช้โดยคนที่มีรสนิยมร่วมเพศกับเด็ก (Paedophile) การถูกบริษัทต่าง ๆ นำข้อมูลไปใช้เพื่อผลประโยชน์เชิงธุรกิจหรืออาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของเด็กในอนาคต และการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกอาจส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ในครอบครัว การโพสต์เนื้อหาที่ไม่ได้ดูอันตรายหรือเรื่องที่ลูกอยากเก็บไว้เป็นส่วนตัวโดยไม่ได้อ่านหรือขออนุญาตลูกก่อน อาจทำให้ลูกรู้สึกไม่พอใจ อาย ทุกข์ใจ ผิดหวังในตัวพ่อแม่ (Beauchere, 2019; Greaves, 2018b; Commissioner for Children and Young People, 2020; ปาณิภา สุขสม, 2563, หน้า 24)

พฤติกรรมแบ่งปันข้อมูลลูกผ่านโซเชียลมีเดียนี้มีทั้งผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ โดยเชิงบวกได้แก่ การมีพื้นที่บันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับลูก ช่วยเชื่อมความสัมพันธ์ เกิดการแบ่งปันข้อมูล การสนับสนุนและช่วยเหลือกับคนใกล้ชิด เพื่อนใหม่ และชุมชนบนโลกออนไลน์ ส่วนผลกระทบเชิงลบได้แก่ เด็กสูญเสียความเป็นส่วนตัว ถูกคนอื่นล้อเลียน วิวาทวิจารณ์ ถูกนำข้อมูลส่วนตัวไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม ดังนั้นพ่อแม่จึงควรตระหนักถึงผลดีผลเสียที่อาจเกิดขึ้นกับลูก และตนเองก่อนแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับเด็ก

การแบ่งปันข้อมูลส่วนตัวลูกบนโลก ไซเบอร์ หลายประเทศถือว่ามีความผิด ทางกฎหมาย

ในต่างประเทศได้ให้ความสำคัญกับการป้องกันและห้ามพ่อแม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของลูก เช่น กฎหมายของประเทศฝรั่งเศสระบุว่า การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับคนอื่น รวมทั้งเด็ก โดยไม่ได้รับความยินยอมมีความผิด โดยมีบทลงโทษคือ จำคุก 1 ปีหรือปรับเป็นเงิน 45,000 ยูโร (ประมาณ 1.7 ล้านบาท) (Commissioner for Children and Young People, 2020) ส่วนประเทศเยอรมนี ห้ามพ่อแม่หรือผู้ปกครองของเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 14 ปี เช็คว่าเด็กอยู่ที่ไหนบนโลกออนไลน์ (ปาณิภา สุขสม, 2563, หน้า 25) ขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกา มีกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กและเยาวชน (Children's Online Privacy Protection Act of 1998: COPPA) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการเก็บข้อมูลส่วนบุคคล จากการใช้อินเทอร์เน็ตของเด็กอายุต่ำกว่า 13 ปี ที่กำหนดว่าเด็กกลุ่มนี้ไม่ควรอยู่บนสื่อสังคมออนไลน์ โดยผู้ดำเนินการเว็บไซต์เชิงพาณิชย์หรือบริการออนไลน์ต้องติดประกาศนโยบายการขอข้อมูลส่วนบุคคลบนเว็บไซต์ หากขอข้อมูลจากเด็กต้องแจ้ง ขออนุญาตพ่อแม่หรือผู้ปกครองก่อนจัดเก็บ ประมวลผลหรือเปิดเผยข้อมูล พ่อแม่หรือผู้ปกครองมีสิทธิตรวจสอบ แก้ไขหรือลบข้อมูลของเด็กที่จัดเก็บ ประมวลผลได้ตลอดเวลา มีสิทธิป้องกันการขอข้อมูลเพิ่ม การนำไปใช้หรือเปิดเผย ด้านสหภาพยุโรป มีการบังคับใช้กฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป (General Data Protection Regulation: GDPR) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนมีสิทธิควบคุมข้อมูลส่วนบุคคลของตน โดยต้องแจ้งให้ประชาชนทราบวัตถุประสงค์ และความโปร่งใสในการรวบรวมข้อมูล หากนำข้อมูลไปประมวลผลต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของ

และการใช้ข้อมูลต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่แจ้งเท่านั้น รูปภาพจัดว่าเป็นหนึ่งในข้อมูลส่วนบุคคลที่นำมาเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตไม่ได้ กฎหมายนี้ยังมีหลักว่าด้วยเรื่องสิทธิการถูกลืม (Right to be forgotten) คือ สิทธิของผู้ให้ข้อมูลในการสั่งให้ลบข้อมูลส่วนบุคคลที่ถูกเผยแพร่บนโลกออนไลน์ (นิภาพร ทับหุ้น, 2560; สุขวสา ถมั่งรักษัสัตว์, 2562, หน้า 140-141; ภาวิณี คงฤทธิ์, 2564)

ด้านประเทศไทยนั้นยังไม่มีกฎหมาย หรือพระราชบัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลของเด็กไว้โดยเฉพาะ ที่ผ่านมามีเพียงพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 ซึ่งใช้กับเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี สำคัญคือ การกำหนดให้ทุกคนปฏิบัติต่อเด็กโดยคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของเด็ก พ่อแม่และผู้ปกครองมีหน้าที่อุปการะเลี้ยงดู อบรมสั่งสอนพัฒนาเด็ก และคุ้มครองสวัสดิภาพเด็ก โดยส่วนที่สอดคล้องกับการคุ้มครองเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลของเด็ก ความยินยอมในการให้และเก็บข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กได้แก่ มาตรา 27 ที่ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาหรือเผยแพร่ทางสื่อมวลชนหรือสื่อสารสนเทศประเภทใดซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับตัวเด็กหรือผู้ปกครอง โดยเจตนาที่จะทำให้เกิดความเสียหายแก่จิตใจ ชื่อเสียง เกียรติคุณหรือสิทธิประโยชน์อื่นใดของเด็ก หรือเพื่อแสวงหาประโยชน์สำหรับตนเองหรือผู้อื่นโดยมิชอบ อย่างไรก็ตามเนื้อหาของพระราชบัญญัตินี้ไม่ได้ครอบคลุมถึงการให้ความยินยอมจากเด็กหรือผู้ปกครองในการเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลของเด็ก (สุขวสา ถมั่งรักษัสัตว์, 2562, หน้า 138-139) และในมาตรานี้ยังมีช่องว่างทางกฎหมายคือ กรณีผู้ปกครองหรือผู้อื่นถ่ายภาพเด็กเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ แม้บุคคลเหล่านี้ไม่มีเจตนาให้เด็กได้รับความเสียหาย แต่อาจเกิดความเสียหายต่อเด็กได้ และการถ่ายภาพเด็กเผยแพร่สู่โลกออนไลน์โดยเด็กยินยอมหรือไม่ยินยอมซึ่งอาจมีเจตนาหรือไม่มีเจตนาให้เด็กได้รับความเสียหาย แต่การกระทำดังกล่าวอาจ

ทำให้เด็กถูกรังแกผ่านโลกโซเชียลได้เช่นกัน (นาจรี ชยะบุตร, 2564, หน้า 233)

จากสิทธิเด็กขั้นพื้นฐานที่มี 4 ประการซึ่งได้แก่ 1. สิทธิที่จะมีชีวิตอยู่ 2. สิทธิที่จะได้รับการพัฒนา 3. สิทธิที่จะได้รับความคุ้มครอง และ 4. สิทธิในการมีส่วนร่วม ดังนั้นการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกผ่านโซเชียลมีเดียเช่น ภาพลูกในชุดนักเรียนหรือชุดว่ายน้ำ การแชร์สถานที่ ๆ ทำให้รู้ว่าลูกอยู่ที่ไหนอาจทำให้เด็กมีความเสี่ยงถูกลักพาตัว ล่อลวง ฯลฯ ส่วนการโพสต์ภาพลูกแสดงอารมณ์ หรือท่าทางที่ทำให้ลูกรู้สึกอาย อาจทำร้ายจิตใจเด็ก พฤติกรรมลักษณะนี้ของพ่อแม่จึงอาจเข้าข่ายละเมิดสิทธิเด็กด้านการได้รับความคุ้มครองและขาดการมีส่วนร่วมตัดสินใจ แบ่งปันข้อมูลส่วนตัวจากเด็ก (ETDA, 2563) นอกจากนี้การแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับเด็กผ่านโซเชียลมีเดียอาจมีความผิดตาม พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 และ พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 ด้วย

ด้านผู้ให้บริการโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ฯลฯ มีนโยบายที่สอดคล้องกับกฎหมายเหล่านี้โดยระบุว่าผู้ใช้งานจะต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 13 ปี ซึ่งหากบัญชีใช้งานที่ละเมิดข้อตกลงพื้นฐาน อาจถูกผู้ให้บริการระงับบัญชีใช้งานนั้นได้

ในต่างประเทศมีข่าวเกี่ยวกับปัญหาการแบ่งปันข้อมูลลูกผ่านโซเชียลมีเดียเช่น เมื่อปี 2559 ที่ประเทศออสเตรีย Anna Maier อายุ 18 ปี ดำเนินคดีกับพ่อแม่ที่โพสต์ภาพถ่ายวัยเด็กทั้งภาพเปลือย ภาพขณะกำลังเข้าห้องน้ำ ฯลฯ บนเฟซบุ๊กกว่า 500 ภาพเป็นเวลานานหลายปี ภาพเหล่านี้ทำให้ Anna รู้สึกอาย ซึ่งแม้ว่าจะขอร้องให้ลบภาพหลายครั้ง แต่ Anna กลับถูกปฏิเสธว่าพ่อแม่มีสิทธิ์ใช้ภาพลูกอย่างเต็มที่ Anna จึงยื่นคำร้องต่อศาลเพื่อให้พ่อแม่จ่ายค่าเสียหายและให้ศาลมีคำสั่งลบรูปภาพดังกล่าว (ข่าวสด, 2559; นาจรี ชยะบุตร,

2564, หน้า 235) อีกกรณีเกิดขึ้นในประเทศเนเธอร์แลนด์ ศาลมีคำสั่งตัดสินให้ยายคนหนึ่งมีความผิดฐานละเมิดกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของสหภาพยุโรป (GDPR) โดยต้องจ่ายค่าปรับ และลบภาพถ่ายหลานที่โพสต์ลงเฟซบุ๊กและพินเทอเรสต์ (Pinterest) เนื่องจากไม่ได้รับความยินยอมจากพ่อแม่เด็ก การกระทำดังกล่าวทำให้ภาพหลานซึ่งเป็นข้อมูลส่วนบุคคลถูกเผยแพร่สู่สาธารณะ บุคคลที่สามสามารถเข้าถึงข้อมูล และนำภาพเด็กไปใช้อย่างไม่เหมาะสมได้ (Natthorn Subhasaram, 2563)

ในประเทศไทยมีกรณีอื่นเกิดขึ้นเมื่อปี 2564 ที่จังหวัดเพชรบูรณ์ แม่คนหนึ่งถูกมิจฉาชีพนำภาพลูกของตนเองไปโพสต์ลงเพจหนึ่งบนเฟซบุ๊กเพื่อขอรับบริจาคเงิน เป็นค่าใช้จ่ายในการรักษาลูกที่ป่วยเป็นโรคหัวใจ ซึ่งมีคนเข้าใจผิดและโอนเงินไปยังบัญชีของผู้แอบอ้างจำนวนมาก ทำให้ครอบครัวของผู้ที่ถูกนำภาพไปใช้ต้องดำเนินการทางกฎหมาย (ไทยรัฐออนไลน์, 2564) ดังนั้นหากพ่อแม่พบว่าภาพหรือคลิปวิดีโอถูกผู้อื่นละเมิด สิ่งที่ควรทำคือ การรวบรวมหลักฐาน รายงานปัญหาต่อผู้ให้บริการ และอาจขอให้ผู้อื่นช่วยเหลือด้วย นอกจากนี้ควรนำหลักฐานไปใช้ประกอบการแจ้งความที่สถานีตำรวจในท้องที่หรือกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (บก.ปอท.) เพราะถึงแม้จะจับตัวผู้กระทำความผิดไม่ได้ แต่ช่วยให้พ่อแม่ปฏิเสธความรับผิดชอบหรือการกระทำใด ๆ ที่เกิดจากการมีคนนำภาพหรือคลิปวิดีโอถูกไปใช้สร้างความเสียหายแก่ผู้อื่นได้ (Amarin Baby & Kids, 2559)

การแบ่งปันข้อมูลลูกผ่านโซเชียลมีเดียอาจทำให้เกิดปัญหาการละเมิดสิทธิเด็ก เข้าข่ายการกระทำที่ผิดกฎหมาย ในต่างประเทศและประเทศไทย มีกฎหมายที่ป้องกันและห้ามพ่อแม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของลูก แต่การดำเนินคดียังมีน้อย ดังนั้นเพื่อลดปัญหาความขัดแย้ง

ภายในครอบครัวและการกระทำความผิดที่อาจเกิดขึ้น พ่อแม่จึงควรสอบถามความยินยอมจากลูก และมีความรอบคอบก่อนแบ่งปันข้อมูลลูกบนโลกไซเบอร์

แนวทางปฏิบัติที่พ่อแม่ควรทำเพื่อป้องกันปัญหา

วิชาการและองค์กรต่างๆ (Greaves, 2018a, 2018b; Commissioner for Children and Young People, 2020; ETDA, 2563; ธนะรัชต์ ประเสริฐ, 2558, หน้า 102-103) ได้นำเสนอแนวทางปฏิบัติที่พ่อแม่ควรทำเมื่อแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกบนโลกไซเบอร์โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ตั้งค่าความเป็นส่วนตัวส่วนตัว จำกัดคนที่เห็นโพสต์และเข้าถึงข้อมูล พ่อแม่ควรทบทวนว่าเพราะอะไรจึง แบ่งปันข้อมูลลูก เนื้อหาอะไร และอย่างไร หากเปลี่ยนบทบาทกับลูกยังต้องการทำอย่างนั้นหรือไม่ ลูกและคนอื่นจะรู้สึกอย่างไร ถ้าข้อมูลนั้นถูกเผยแพร่สู่สาธารณะ คำนี้ถึงผลกระทบที่ต้องการให้ลูก เพื่อนร่วมโรงเรียน เพื่อนร่วมงาน นายจ้างหรือหุ้นส่วนในอนาคตเห็นโพสต์ ภาพหรือคลิปวิดีโอหรือไม่ นอกจากนี้ควรกำหนดขอบเขตส่วนบุคคลให้ชัดเจนเกี่ยวกับข้อมูลของลูกที่ยินดีแบ่งปันกับคนอื่น และอะไรที่ห้ามเผยแพร่ต่อ กรณีที่แบ่งปันข้อมูลหรือแสดงความคิดเห็นในเว็บไซต์สาธารณะต้องไม่เปิดเผยชื่อลูก ปิดการตั้งค่าตำแหน่งในกล้อง และลบข้อมูลต่าง ๆ ก่อนโพสต์ภาพ รวมทั้งตั้งค่า การแจ้งเตือนเมื่อชื่อของลูกไปปรากฏบนเว็บไซต์ต่าง ๆ

2. หารือ และยอมรับ กฎความเป็นส่วนตัวทางโลกออนไลน์เหมือนในโลกออฟไลน์ พ่อแม่ควรส่งเสริมวัฒนธรรมการเคารพซึ่งกันและกัน มีมารยาทและขอความยินยอมจากลูกก่อนโพสต์เนื้อหา โดยควรสอนเรื่องเหล่านี้ตั้งแต่เด็ก ให้ลูกมีโอกาสตัดสินใจเกี่ยวกับทางเลือกต่าง ๆ กรณีที่ลูกยังเล็กและไม่สามารถตัดสินใจได้เอง ให้คำนึงถึงประโยชน์ของเด็ก หากไม่แน่ใจไม่ควรโพสต์

เนื้อหา นั้น ถ้าลูกเห็นตัวอย่างที่ดี ลูกจะปฏิบัติตาม และใช้โซเชียลมีเดียด้วยความเคารพต่อคนอื่นเช่นเดียวกัน

3. อย่าแบ่งปันข้อมูลที่ทำให้ลูกมีความเสี่ยง เช่น ที่อยู่ ชื่อโรงเรียน เครื่องแบบนักเรียน วันเกิด รวมทั้งไม่โพสต์เรื่องส่วนตัวหรือเรื่องน่าอายของลูก เช่น ภาพลูกนั่งบนกระโถน เปลือยหรือกึ่งเปลือย เนื่องจากข้อมูลเหล่านี้อาจถูกขโมยโดยคนแปลกหน้าหรือปรากฏบนเว็บไซต์ของพวกเร้าใคร่เด็ก รวมทั้งไม่ควรโพสต์ภาพหรือคลิปวิดีโอ ที่ลูกแสดงอารมณ์ฉุนเฉียว หงุดหงิด โกรธ กลัว ร้องไห้ เสียใจ หรือสถานการณ์ที่พ่อแม่กำลังลูกเพราะอาจสร้างบาดแผลทางจิตใจให้แก่เด็ก และอาจทำให้เกิดปัญหาความไว้วางใจระหว่างคนในครอบครัว

4. เมื่อคับข้องใจเกี่ยวกับการเป็นพ่อแม่หรือผิดหวัง ไม่ควรใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสั่งสอนหรือทำให้ลูกอาย เช่น ถามความคิดเห็นคนอื่นเกี่ยวกับความสกปรก ห้องที่ลูกทำรก เพราะหากเพื่อนและคนอื่นกดถูกใจหรือแสดงความคิดเห็น อาจทำให้เกิดปัญหาตามมา ลูกอาจเห็นเนื้อหาเหล่านั้น พ่อแม่จึงควรพิจารณาว่าลูกหรือ คนอื่นจะตีความหมายต่อสิ่งที่ตนเองโพสต์ว่าอย่างไร

5. พ่อแม่ควรเรียนรู้วิธีการขอความช่วยเหลือจากผู้ให้บริการและหน่วยงานต่าง ๆ เมื่อรู้ว่า มีโพสต์ที่ไม่เหมาะสมหรือละเมิดต่อความต้องการของตนเองหรือละเมิดเด็ก

จากผลงานวิจัยในประเทศเยอรมัน และออสเตรเลีย พบว่ากลยุทธ์ที่กลุ่มตัวอย่างแม่ใช้เพื่อลดความเสี่ยงในการแบ่งปันข้อมูลของลูกได้แก่ การใช้โมติคอนหรือสติ๊กเกอร์ปิดบังใบหน้าลูก การถ่ายภาพไม่ให้เห็นใบหน้าหรือถ่ายภาพด้านหลังของลูก การพิจารณาก่อนโพสต์ว่าเนื้อหานั้นไม่ทำให้ลูกมีความเสี่ยงและอายในอนาคต การแชร์เฉพาะช่วงเวลาพิเศษและหลีกเลี่ยงกิจวัตรประจำวันเพื่อลดจำนวนโพสต์ การปกปิดข้อมูล เช่น ชื่อ อายุ ที่อยู่ และโพสต์ภาพขณะลูกยังเป็นทารกเท่านั้น เนื่องจากช่วงเวลานี้เด็กดูไม่

ค่อยแตกต่างกันจึงยังไม่ถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว (Wagner and Gasche, 2018, pp. 983-984)

ผู้เขียนได้นำแนวทางปฏิบัติที่พ่อแม่ควรทำเมื่อแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกบนโลกโซเชียล

มาสรุปเป็นแนวทาง 4P ซึ่งได้แก่ 1. Privacy 2. Permission 3. (Before) Posting และ 4. Pursue Support ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แนวทางปฏิบัติที่พ่อแม่ควรทำเมื่อแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกบนโลกโซเชียล

สิ่งที่พ่อแม่ควรทำเมื่อแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกบนโลกโซเชียลได้แก่ การตั้งค่าความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัย การสอบถามความยินยอมจากลูก การพิจารณาและมีความรอบคอบก่อนแบ่งปันข้อมูลลูกกับผู้อื่น รวมทั้งการมีความรู้เกี่ยวกับวิธีการจัดการปัญหาเมื่อลูกถูกละเมิด

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สถิติผู้ใช้งานอุปกรณ์สื่อสาร อินเทอร์เน็ต และโซเชียลมีเดียทั่วโลกมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี พ่อแม่เป็นคนกลุ่มหนึ่งที่ใช้โซเชียลมีเดียมาก ซึ่งหนึ่งในพฤติกรรมนั้นคือ การแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูก (Sharenting) โดยการโพสต์ภาพหรือคลิปวิดีโอลูก เช่น ชีวิตประจำวัน การทำกิจกรรม ในโอกาสพิเศษ แรงจูงใจและสาเหตุที่นั่นเกิดจากความต้องการแสดงความภาคภูมิใจและความสามารถในการดูแลลูก ความอยากได้รับ

การยอมรับ ความช่วยเหลือผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น นอกจากนี้ด้วยคุณลักษณะของสื่อดิจิทัลทั้งความง่าย ความสะดวก คุณสมบัติการใช้งานที่หลากหลาย การติดต่อสื่อสารทำได้ทุกที่ ทุกเวลา ฯลฯ พ่อแม่ยุคนี้จึงนิยมใช้โซเชียลมีเดียบันทึกความทรงจำเกี่ยวกับลูกและแบ่งปันข้อมูลนั้นกับผู้อื่น การกระทำดังกล่าวอาจทำให้เกิดผลกระทบเชิงบวกหรือเชิงลบต่อลูก มีผลกับความสัมพันธ์ในครอบครัว เข้าข่ายการละเมิดสิทธิเด็กซึ่งมีความผิดทางกฎหมายหรือ พ.ร.บ.ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นสิ่งที่พ่อแม่ควรทำคือ การปรับทัศนคติที่ว่าตนเองเป็นเจ้าของลูก พ่อแม่ต้องเคารพความเป็นส่วนตัว และฟังความคิดเห็นว่าลูกคิดอย่างไรที่พ่อแม่นำข้อมูลส่วนตัวของเด็กไปเผยแพร่

การแบ่งปันข้อมูลลูกผ่านโซเชียลมีเดียสามารถทำได้ แต่พ่อแม่ควรมีความรู้และทักษะดิจิทัลเช่น การตั้งค่าความปลอดภัยในการใช้งาน การตระหนักถึงผลกระทบของรอยเท้าดิจิทัล การพิจารณาก่อนโพสต์ ส่งข้อความ ภาพหรือคลิปวิดีโอเกี่ยวกับลูกซึ่งต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของเนื้อหา เสื้อผ้า สถานการณ์ ฉาก ไม่โพสต์ชื่อ-นามสกุลจริง เลขบัตรประชาชน สถานที่เรียนหรือสถานที่ลูกชอบไป และอาจใช้โมติคอนปิดบังใบหน้าลูก ทำลายน้ำหรือสัญลักษณ์ติดไว้บนภาพเพื่อให้การนำไปใช้งานต่อมีข้อจำกัด รวมทั้งหมั่นตรวจสอบข้อความแสดงความคิดเห็นหรือการกระทำของคนอื่นที่มีปฏิสัมพันธ์กับโพสต์ ภาพหรือคลิปวิดีโอลูก หากพบว่าไม่เหมาะสมควรจัดการปัญหาอย่างมีสติเช่น สื่อสารผ่านช่องทางส่วนตัวอย่างนุ่มนวลเพื่ออธิบายเหตุผล บอกความรู้สึกว่าไม่สบายใจกับเนื้อหานั้นและต้องการให้อีกฝ่ายทำอะไร พ่อแม่อาจซ่อนหรือลบข้อความที่ไม่สร้างสรรค์ เก็บหลักฐาน บล็อกหรือกดยางงานพฤติกรรมของผู้ที่สร้างปัญหา หรือดำเนินการทางกฎหมาย

หากลูกรู้สึกไม่สบายใจที่พ่อแม่แบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง อาจลองหาวิธีการสื่อสารเพื่อ

อธิบายความคิด ความรู้สึกหรือปัญหาที่เกิดจากพฤติกรรมดังกล่าว บอกความต้องการว่าอยากให้พ่อแม่ทำอะไรเช่น ขออนุญาตตนเอง ซ่อน หรือลบเนื้อหา เลือกคนที่แบ่งปันข้อมูล กรณีที่ลูกไม่กล้าบอกอาจปรึกษากับผู้ใหญ่ที่ไว้ใจและสนิทสนมกับพ่อแม่เพื่อให้เป็นสื่อกลางในการแก้ไขปัญหา

ส่วนผู้ใช้โซเชียลมีเดียเมื่อพบพฤติกรรมแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับลูกที่ไม่เหมาะสมของพ่อแม่ซึ่งอาจเป็นเพื่อนสนิทญาติหรือคนใกล้ชิด อาจหาวิธีการสื่อสารผ่านช่องทางส่วนตัวกับพ่อแม่เหล่านั้นโดยอธิบายเหตุผล ชี้ให้เห็นถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับเด็กและครอบครัว ซึ่งประโยชน์ที่ใช้สื่อสารนั้นควรแสดงให้เห็นถึงเจตนาที่ดี หรือหากเกิดเหตุการณ์ที่เด็กถูกละเมิดเช่น ถูกนำภาพไปใช้ ถูกรังแกผ่านโลกโซเชียล ผู้รับรู้อาจช่วยพ่อแม่ได้กรรวบรวมหลักฐานหรือกดยางงานไปยังผู้ให้บริการ

ด้านหน่วยงานต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเด็ก สื่อมวลชน ฯลฯ ควรร่วมกันรณรงค์ให้พ่อแม่และคนในสังคมมีความรู้และตระหนักถึงการเคารพสิทธิเด็ก โดยอาจผลิตสื่อหรือจัดกิจกรรมเช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับภัยความเสี่ยงทางดิจิทัลที่อาจเกิดจากการแบ่งปันข้อมูลลูก การรู้เท่าทันดิจิทัล การป้องกันและวิธีการแก้ไขปัญหาเมื่อถูกละเมิด การเชิญตัวแทนพ่อแม่ที่มีประสบการณ์จากการแบ่งปันข้อมูลลูกผ่านโซเชียลมีเดีย ครู นักจิตวิทยานักกฎหมาย และเด็กที่ได้รับผลกระทบจากพฤติกรรมดังกล่าวมาร่วมแลกเปลี่ยนทรรศนะสำหรับหน่วยงานทางกฎหมายควรทบทวน พ.ร.บ.ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและอาจศึกษากฎหมายของต่างประเทศเพื่อนำมาปรับใช้และขอเสนอแก้ไขเนื้อหา ส่วนนักวิชาการหรือผู้ที่สนใจอาจทำงานวิจัยเกี่ยวกับปัญหาดังกล่าวซึ่งศึกษาได้หลายแง่มุมทั้งการสื่อสาร กฎหมาย จิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์ เพื่อเสนอแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2564). เปิดสถิติคนไทยเสพติด 'ออนไลน์ โซเชียล' สูงติดอันดับโลก. สืบค้น 30 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/950958>
- ข่าวสด. (2559). ทนไม่ไหว สาววัย 18 ยื่นฟ้องพ่อแม่ บังคับลบภาพแก้ผ้าล่อนจ้อนวัยเด็กออกจากเฟซบุ๊ก. สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2564, จาก https://www.khaosod.co.th/monitor-news/news_12338
- ไทยรัฐออนไลน์. (2564). แม่อุ้มลูกน้อยแฉจ๊อบโจรโซเชียล เอารูปเด็กไปโพสต์ขอรับบริจาค. สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.thairath.co.th/news/local/northeast/2051281>
- ธนัช ดั่งคะประเสริฐ. (2558). บทบาทการสื่อสารรุกรุกผ่านเฟซบุ๊ก. (การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นภัสวรรณ วงศ์สิริสาข และกิตติโชค นิธิเสถียร. (2561). พฤติกรรมการใช้โซเชียลมีเดียที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารทดแทนนมแม่ในมารดาเจนเอเรชั่นเอ็มที่มีบุตรอายุไม่เกิน 1 ปี ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย. *วารสารราชชมกล้านนา*. 6(1), 119-130.
- นาจรี ชยะบุตร. (2564). ปัญหาทางกฎหมายในการคุ้มครองสิทธิเด็กจากการถูกถ่ายภาพลงสื่อออนไลน์. สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jopag/article/view/254564/170214>
- นิภาพร หับหุ้น. (2560). รักลูกต้องหยุดโพสต์. สืบค้น 30 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.thaihealth.or.th/Content/4882รักลูกต้อง'หยุด'โพสต์.html>
- ปาณิภา สุขสม. (2563). การแชร์ข้อมูลส่วนตัวของพ่อแม่กับคุณค่าความเป็นส่วนตัวของเด็กในสื่อสังคมออนไลน์. สืบค้น 30 กรกฎาคม 2564, จาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NBTC_Journal/article/view/244747/168121
- พันธ์ศักดิ์ อาภาขจร. (2559). โพสต์รูปลูกออนไลน์: ภัยที่พ่อแม่มองข้าม. สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.isranews.org/content-page/item/52503-a-67328.html>
- ภาวณี คงฤทธิ์. (2564). 'Sharenting' เมื่อการโพสต์รูปด้วยความรักของพ่อแม่อาจกำลัง 'ละเมิดสิทธิ' ของลูก. สืบค้น 30 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.the101.world/the-perils-of-sharenting/>
- รัตพล อ่อนสนิท. (2559). ถามกันก่อนไหม? งานวิจัยชี้เด็กๆ ไม่พอใจที่พ่อแม่เอารูปของตนโพสต์ลงโซเชียลมีเดียโดยไม่ถามก่อน. สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2564, จาก <http://www.voathai.com/a/social-media-kids-ro/3228593.html>
- สุขวสา ฅมรงค์สัตว์. (2562). การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของเด็กบนสื่ออิเล็กทรอนิกส์. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 20(1), 131-145.
- Ahlgren, M. (2021). 35+สถิติ Facebook และข้อเท็จจริงสำหรับ 2021. สืบค้น 30 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.webhostingrating.com/th/facebook-statistics/>
- Amarin Baby & Kids. (2559). เตือนพ่อแม่ก่อนโพสต์ภาพลูกคิดสักนิด เลี่ยงโดนแอบอ้างเอาภาพลูกไปใช้. สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2564, จาก <http://www.amarinbabyandkids.com/pre-school/pos-image-child-beware-is-impersonated/>

- BBC News. (2019). โฟสต์ภาพเด็กทางโซเชียลมีเดียเหมาะสมหรือไม่ในความเห็นผู้หญิงเวียดนาม-จีน. สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.bbc.com/thai/features-48301599>
- Beauchere, J. (2019). *Teens say parents share too much about them online – Microsoft study*. Retrieved July 30, 2021, from <https://blogs.microsoft.com/on-the-issues/2019/10/09/teens-say-parents-share-too-much-about-them-online-microsoft-study/>
- Brosch, A. (2016). *When the Child is Born into the Internet : Sharenting as a Growing Trend among Parents on Facebook*. Retrieved July 30, 2021, from https://www.researchgate.net/publication/299601525_When_the_Child_is_Born_into_the_Internet_Sharenting_as_a_Growing_Trend_among_Parents_on_Facebook
- Campus-star. (2016). *ไอเดียสุดคิวท์ พ่อแม่ชาวญี่ปุ่นป้อนลูกเป็นข้าวปั้นโอนิกิริแล้วถ่ายรูป*. สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://lifestyle.campus-star.Com/picpost/42741.html>
- Children's Commissioner for England. (2018). *Who Knows What About Me?*. Retrieved November 15, 2021, from <https://www.childrenscommissioner.gov.uk/wp-content/uploads/2018/11/cco-who-knows-what-about-me.pdf>
- Collinsdictionary. (2016). *Definition of 'sharenting'*. Retrieved July 30, 2021, from <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/sharenting>
- Commissioner for Children and Young People. (2020). *Sharenting*. Retrieved July 30, 2021, from <https://www.cyp.com.au/wp-content/uploads/2020/03/202002-Fact-Sheet-Sharenting-V3-1.pdf>
- ETDA. (2563). *อวยลูกออนไลน์ นึกถึงใจลูกหรือยัง*. สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.etda.or.th/ThKnowledge-Sharing/Child-Protection-in-IFBL.aspx>
- Greaves, D. (2018a). *Supporting Parents Make Better Decisions If Sharing Online About Their Children: Respectful Sharenting*. Retrieved July 30, 2021, from <http://childcarepartnerships.hscni.net/wp-content/uploads/2018/03/Debbie-Greaves-Handouts-for-NCP-Conference-14.3.18.pdf>
- Greaves, D. (2018b). *Respectful Sharenting Top Tips For Parents*. Retrieved July 30, 2021, from <https://southerntrust.hscni.net/download/92/community-sector-1291/sharenting-booklet-shsct.pdf>
- The Guardian. (2019). *Apple Martin tells off mother Gwyneth Paltrow for sharing photo without consent*. Retrieved November 15, 2021, from <https://www.theguardian.com/films/2019/mar/29/apple-martin-tells-mother-gwyneth-paltrow-off-for-sharing-photo-without-consent?fbclid=IwAR06oP7WcbP8j9qiRwMY>

- rx2 xve2 nQmYc_mm_q7 3 - bFq6jv5MNa2v1_eC5Y0
- iT24hrs. (2557). *Thailand Zocial Awards 2014* เผยสถิติบนโลกออนไลน์และพฤติกรรมการใช้ Social Network ของไทย. สืบค้น 30 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.it24hrs.com/2014/thai-social-network-2014/>
- Latipah, E., Kistoro, H. C. A., Hasanah, F. F., Putranta, H. (2020). Elaborating Motive and Psychological Impact of Sharenting in Millennial Parents. *Universal Journal of Educational Research*. 8(10). 4807-4817.
- New York Daily News. (2015). *Washington teen jumps to death after being shamed in online video taken by dad*. Retrieved November 15, 2021, from <https://www.nydailynews.com/news/national/teen-kills-public-shaming-allegedly-dad-article-1.2247168>
- Nutnon. (2561). *สรุปทุกสถิติและพฤติกรรมคนไทยกับโซเชียลปี 2017* ในงาน *Thailand Zocial Awards 2018*. สืบค้น 30 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.rainmaker.in.th/interesting-things-in-2017-by-zocial-award-18/>
- Natthorn Subhasaram. (2563). *Data Protection ภาพถ่ายและวิดีโอบุคคล ต้องยินยอมก่อนประมวลผลหรือไม่*. สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://pdpa.online.th/content/8674/>
- Post Today. (2559). *น่ารักไปอีก ญี่ปุ่นตามเทรนด์โพสต์ภาพแขนจ๋าม้าลูกน้อยเทียบกับขนมปัง*. สืบค้น 15 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.posttoday.com/world/427341>
- Ranzini, G., Newlands, G. and Lutz, C. (2020). *Sharenting, Peer Influence, and Privacy Concerns: A Study on the Instagram- Sharing Behaviors of Parents in the United Kingdom*. Retrieved July 30, 2021, from https://www.researchgate.net/publication/346949359_Sharenting_Peer_Influence_and_Privacy_Concerns_A_Study_on_the_Instagram-Sharing_Behaviors_of_Parents_in_the_United_Kingdom
- Wagner, A. & Gasche, L. A. (2018). *Sharenting: Making Decisions about Other's Privacy on Social Networking Sites*. Retrieved July 30, 2021, from https://mkwi2018.leuphana.de/wp-content/uploads/MKWI_81.pdf
- World Economic Forum. (2016). *Digital Media and Society Implications in a Hyperconnected Era*. Retrieved July 30, 2021, from http://www3.weforum.org/docs/WEFUSA_DigitalMediaAndSociety_Report2016.pdf

คำแนะนำในการเตรียมบทความ/รูปแบบการอ้างอิง

เพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคลล้านนา

วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคลล้านนา เป็นเอกสารวิชาการ ออกปีละ 2 ฉบับ (ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม ถึง มิถุนายน และฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม ถึง ธันวาคม) รับพิจารณาบทความครอบคลุมสาขาทางมนุษยศาสตร์ โดยบทความแต่ละเรื่อง จะรับการประเมินคุณภาพทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวนอย่างน้อย 3 ท่านต่อฉบับ และบทความที่ส่งมาเพื่อรับการพิจารณา ลงตีพิมพ์ในฉบับนี้ จำกต้องไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาจากที่อื่น หรือได้รับการตีพิมพ์ในวารสารอื่นมาก่อน

เป็นวารสารเพื่อจัดเก็บรวบรวม และเผยแพร่องค์ความรู้ทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ และองค์ความรู้ด้านธุรกิจ โดยเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการแก่บุคคลทั่วไป และส่งเสริมให้อาจารย์ประจำ และผู้ทรงวุฒิในสาขาต่าง ๆ ได้เสนอผลงานทางวิชาการ: วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคลล้านนา นี้ อยู่สาส์ตรด้านบริหารธุรกิจ ศิลปศาสตร์ สหวิทยาการสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์

ขนาดของบทความ

บทความควรมีความยาวระยะระหว่าง 8-15 หน้า (ไม่รวมหน้าปก) พิมพ์หน้าเดียวบนกระดาษ A4 พิมพ์แบบแนวตั้ง (Portrait) ใส่หมายเลขหน้าทุกหน้าที่ด้านขวาของกระดาษ (Page setup) และส่วนระยะขอบ (margins) ดังนี้

ด้านบน (Top) 2.54 ซม.

ด้านล่าง (Bottom) 2.54 ซม.

ด้านซ้าย (Left) 2.54 ซม.

ด้านขวา (Right) 2.54 ซม.

ขอบเย็บกระดาษ (Gutter) 0 ซม.

หัวกระดาษ (Header) 1.25 ซม.

ท้ายกระดาษ (Footer) 1.25 ซม.

รูปแบบการพิมพ์บทความ

พิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft word 2003 ขึ้นไปรูปแบบตัวอักษร (Font) ให้ใช้ตัวอักษร TH SarabunNew หรือ TH SarabunPSK และขนาดอักษร (Size) 16 ระยะห่างระหว่างบรรทัด 1 บรรทัด

ประเภทผลงานวิชาการ

1.บทความวิชาการ (Academic article)

ประกอบด้วย บทนำ สารระสำคัญที่จะเสนอสรุปและเอกสารอ้างอิง

2.บทความวิจัย (Research article)

ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการดำเนินการวิจัย ผล อภิปรายผล สรุปผลหรือข้อเสนอแนะ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และเอกสารอ้างอิง

3.บทความปริทัศน์ (Review article)

ประกอบด้วย บทนำ สารระปริทัศน์ในประเด็นต่าง ๆ อภิปรายผล กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และเอกสารอ้างอิง

4.บทวิจารณ์หนังสือ (Book article)

ประกอบด้วย ชื่อหนังสือที่ต้องการนำมาวิจารณ์ ชื่อผู้เขียนและสังกัด ชื่อผู้แต่งหนังสือ รายละเอียดการตีพิมพ์ของหนังสือ ภาพหน้าปกหนังสือ รายละเอียดการวิจารณ์หนังสือให้แสดงข้อดีและข้อด้อยของหนังสือ และข้อเสนอแนะควรมีจำนวนหน้าอยู่ระหว่าง 3-5 หน้า

รายละเอียดของหัวข้อหลักแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนหน้าปก (Title page) ประกอบด้วย

ชื่อเรื่อง (Title)

ไม่ควรใช้ชื่อเรื่องที่ยาวเกินไป ควรมีความกระชับ ชัดเจน และครอบคลุมเนื้อหาสำคัญ

ผู้เขียน (Author)

ระบุชื่อ และนามสกุลของผู้เขียนทุกคน โดยไม่ต้องใส่ตำแหน่งหน้าชื่อ

ที่อยู่ (Address)

ให้ระบุสังกัดและสถานที่ติดต่อโดยละเอียด เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ลานนา ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ 50300 เป็นต้น และอีเมล (เฉพาะผู้ติดต่อหลัก)

***ส่วนของหน้าปกต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ**

2. ส่วนของเนื้อหา (Content) ประกอบไปด้วย**บทคัดย่อ (Abstract)**

บทคัดย่อต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษและเขียนให้อยู่คนละหน้า และให้ใส่ชื่อเรื่องไว้บนบทคัดย่อ ขนาดตัวอักษร 18 นิ้ว ตัวหนา โดยบทคัดย่อควรระบุจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์โดยย่อของงานวิจัย ขอบเขตของงานวิจัยและผลวิจัยหลัก และมีจำนวนคำระหว่าง 300-350 คำ และต้องมีคำสำคัญจำนวน 3-5 คำ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อเรื่องที่ทำการศึกษาด้วย

บทนำ (Introduction)

กล่าวถึงที่มาของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เขียนเพื่อนำเสนอประเด็นปัญหาการวิจัยและการตีกรอบปัญหาการวิจัยให้ชัดเจน ประกอบด้วยความเป็นมาของปัญหาการวิจัยและความสำคัญ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives)

ควรกำหนดวัตถุประสงค์ให้มีความเป็นไปได้ และสามารถปฏิบัติได้จริง นอกจากนี้ยังควรมีความชัดเจน เพื่อเข้าถึงความหมายได้ตรงกัน

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในงานวิจัยเพื่อนำไปสู่สมมติฐานในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย (Materials and methods)

เขียนบรรยายถึงวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย วิธีการทดลอง วิธีการสุ่ม เป็นต้น และควรเขียนบรรยายให้สามารถทำการทดลองได้

ผล (Result)

เขียนบรรยายผลการวิจัยให้ละเอียด และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา หากมีภาพ แผนภูมิ หรือตารางที่เกี่ยวข้องให้ใส่ลงในส่วนของผลด้วย

อภิปรายผล (Discussion)

กล่าวเน้นถึงการค้นพบที่สำคัญของงานวิจัยและอาจเชื่อมโยงผลเพื่อ เปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เคยมีค้นคว้าไว้ก่อน

กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)**(Auknowledgement)**

ให้กล่าวถึงแหล่งเงินทุนที่ได้รับในการทำวิจัยเท่านั้น (หาก ไม่มีไม่ต้องใส่หัวข้อนี้ในบทความ)

เอกสารอ้างอิง (References)

ข้อกำหนดการเขียนเอกสารอ้างอิง มีดังนี้

1. การอ้างอิงใช้ระบบ APA 6

2. จำนวนบทความที่นำมาอ้างอิงต้องไม่เกิน 20 บทความ แต่ละบทความไม่ควรมีอายุเกิน 10 ปี(แต่หากเป็นบทความที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีซึ่งมีอายุมากกว่า 10 ปี อนุโลมให้นำมาใช้อ้างอิงได้)

3. ต้องมีการอ้างอิงจากบทความที่เกี่ยวข้องที่มีการตีพิมพ์ในวารสารบริหารธุรกิจ และศิลปศาสตร์ราชชมกล้านนา อย่างน้อย 1 บทความ

วิธีการอ้างอิงในเนื้อหา

อ้างอิงโดยใช้ชื่อภาษาอังกฤษเท่านั้น และใช้ระบบนามปี (นามสกุล , ปี หรือ นามสกุล (ปี)) เช่น Weasly (2015) หรือ(Weasly ,2015) หากมีผู้แต่ง 2 คน ให้ใส่ชื่อและนามสกุลทั้งสองท่าน เช่น Weasly and Potter (2015) หรือ (Weasly and Potter, 2015) หากมีผู้แต่งมากกว่า 2 คน ให้ใส่ชื่อนามสกุลของผู้แต่งแรก และตามด้วย “et al.” เช่น Weasly et al.(2012) หรือ (Weasly et al,2012) เป็นต้น

การส่งบทความฉบับ 2 ช่องทาง โดย

กำหนดส่งเอกสารเพื่อประกอบการพิจารณา
ลงตีพิมพ์ Microsoft word 1ชุดตามช่องทางดังนี้

1. ส่งบทความผ่านอีเมล :

balajournal@rmutl.ac.th

2. เว็บไซต์: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/balajhss/index>