



วารสาร

ปัญญาภิวัตน์

PANYAPIWAT JOURNAL

Volume 14 No. 2 May - August 2022



ISSN 2651-1088 (Online)

วารสารปัญญาภิวัตน์ (PANYAPIWAT JOURNAL)

ผ่านการรับรองคุณภาพของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย
(Thai-Journal Citation Index Centre-TCI) และอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 1
และฐานข้อมูล ASEAN Citation Index (ACI)

วารสารปัญญาภิวัฒน์ ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2565

PANYAPIWAT JOURNAL Volume 14 No. 2

May – August 2022

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

วารสารปัญญาภิวัฒน์ ปีที่ 14 ฉบับที่ 2

พฤษภาคม – สิงหาคม 2565

PANYAPIWAT JOURNAL Volume 14 No. 2

May – August 2022

จัดทำโดย

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

85/1 หมู่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ

ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด

จังหวัดนนทบุรี 11120

โทรศัพท์ 0 2855 1102, 0 2855 0908

โทรสาร 0 2855 0392



วารสารปัญญาภิวัตน์

PANYAPIWAT JOURNAL

ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2565 Vol. 14 No. 2 May - August 2022

ISSN 2651-1088 (Online)

วารสารปัญญาภิวัตน์ ได้ดำเนินการตีพิมพ์เผยแพร่อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ปัจจุบันเป็นวารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย TCI (Thai-Journal Citation Index Centre) กลุ่มที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และฐานข้อมูล ASEAN Citation Index (ACI)

วัตถุประสงค์

เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ ศิลปศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ นิเทศศาสตร์ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง สำหรับนักวิชาการ นักวิจัย อาจารย์ นักศึกษา และบุคคลทั่วไป

ขอบเขตผลงานที่รับตีพิมพ์

1. ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย สาขาบริหารธุรกิจ การจัดการ ศิลปศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ นิเทศศาสตร์ และสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. ประเภทผลงานวิชาการ ประกอบด้วย บทความวิจัย บทความวิชาการ และบทความปริทัศน์
3. ภาษาของผลงานวิชาการ ได้แก่ ภาษาไทยและอังกฤษ

นโยบายกองบรรณาธิการ

1. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ ต้องผ่านการพิจารณากลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer review) ในสาขาที่เกี่ยวข้องจากหลากหลายสถาบัน จำนวนอย่างน้อย 3 ท่านต่อบทความ โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่ทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ (Double-Blind Peer review)
2. บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อนและไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาของวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด รวมทั้งผู้เขียนบทความต้องไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่น
3. บทความ ข้อความ ภาพประกอบ และตารางประกอบ ที่ตีพิมพ์ในวารสารเป็นความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว ไม่เกี่ยวข้องกับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์แต่อย่างใด
4. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลง แก้ไข ชื่อ-สกุล และสังกัด ของผู้เขียนบทความ ไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้น หลังจากออกหนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความ
5. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการยกเลิกการตีพิมพ์บทความที่ออกหนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความเรียบร้อยแล้ว
6. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตัดสินใจการตีพิมพ์บทความในวารสาร

กำหนดพิมพ์เผยแพร่

ปีละ 3 ฉบับ

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคมถึงเดือนเมษายน

ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคมถึงเดือนสิงหาคม

ฉบับที่ 3 เดือนกันยายนถึงเดือนธันวาคม

อัตราค่าธรรมเนียม

การตีพิมพ์บทความละ 5,500 บาท

ติดต่อกองบรรณาธิการ

สำนักวิจัยและพัฒนา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

85/1 หมู่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

โทรศัพท์: 0 2855 1102, 0 2855 0908 โทรสาร: 0 2855 0392 อีเมล: journal@pim.ac.th

เว็บไซต์: <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/index>

อธิการบดี รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี และคณบดี **สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์**

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์พพร มหาสินไพศาล สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

รองศาสตราจารย์ ดร.ทวิตต์ มณีโชติ	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ดร.นฤมล เพ็ชรสุวรรณ	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

กองบรรณาธิการ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกสถาบัน

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.ชุตินา สัจจามันท์
ศาสตราจารย์ ดร.นฤกฤต วันตะเมธ
ศาสตราจารย์ ดร.วรเวศม์ สุวรรณระดา
ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ศักดิ์ ปั่นเหง่งเพชร
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนิดา ม่วงแก้ว
รองศาสตราจารย์ ดร.ธิตินันต์ ชาญโกศล
รองศาสตราจารย์ ดร.ประพนธ์ เจียรกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.พร้อมพิไล บัวสุวรรณ
รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี เจริญวานิช
รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยา วงษ์ขวลิตกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลทรัพย์ นาคนาคา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิณี เพชรสว่าง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนพงค์ อภิรทธา

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก วิทยาเขตบางนา
อดีตอาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ผู้ทรงคุณวุฒิภายในสถาบัน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณดา ทับทิมจรรยา
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาลิดา ศรีศรกำแพง
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิริสา โชติยะปุตตะ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สกุลศรี ศรีสารคาม
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาคร สมเสร็จ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิทธิธรณ์ คำรอด
 อาจารย์ณภเณณ์ สายสมบัติ

[illegible]

ฝ่ายจัดการและเลขานุการ

นางสาวนันทยา สงวนดิลกรัตน์

นางสาวหทัยชนก เสาร์สูง

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Reviewers)

ศาสตราจารย์ ดร.เนาวนิตย์ สงคราม	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ นาวาโท ดร.สมิทร สุวรรณ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
ศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ ภัทรธรรม	อดีตอาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Prof. Dr. Tang Zhimin	สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.ชลิต จินอนันต์	สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร ศูนย์บางกะดี
รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
รองศาสตราจารย์ ดร.ชูชาติ พ่วงสมจิตร	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.ฐาปนีย์ ธรรมเมธา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.ดารณี ศักดิ์ศิริผล	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.นฤมล กิมภากรณ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.นัตยา ปิณฑนานนท์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.นิรมล ศตวุฒิ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.นิสิต พันธมิตร	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.นวลฉวี ประเสริฐสุข	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี	อดีตอาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พร้อมพิไล บัวสุวรรณ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรี ชยากรโคกิต	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี เจริญวานิช	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
รองศาสตราจารย์ ดร.ราณี อีสัยกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.วัลภา สบายยิ่ง	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ	อดีตอาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขบท	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
รองศาสตราจารย์ ดร.สุติเทพ ศิริพิพัฒน์กุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.อภिरดา ชินประทีป	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ชนินทร์ ชุนหพันธ์รักษ์	อดีตอาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ขึ้นจิตต์ แจ้เจนกิจ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ประภาศรี พงศ์ธนาพานิช	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์พัชรี จิวพัฒน์กุล	อดีตอาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
รองศาสตราจารย์สมชาย หิรัญกิตติ	อดีตอาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก่อพงษ์ พลโยธา	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงศ์ จิตรนิรัตน์	มหาวิทยาลัยทักษิณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยา วงษ์สวัสดิ์กุล	วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก วิทยาเขตบางนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐินทร์ นาคสิงห์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิณี เพชรสว่าง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสนันท์ หัตถศักดิ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วสุธิดา นุริตมนต์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ลิ้มสมบุญชัย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรวิทย์ เลิศไทยตระกูล	มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริฉันท์ สติรกุล เตชพาหพงษ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารี ศรีปุณะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวรัตน์ แสงวิภาค	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุพงศ์ อวิรุทธา	มหาวิทยาลัยศรีปทุม

บทบรรณาธิการ

นวัตกรรมการเรียนรู้...มิติใหม่ของการศึกษาโลก

ในวันที่โลกเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดด และสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ก็ยังไม่มีที่สิ้นสุด ปัญหาอัตราการเกิดใหม่ของประชากรในหลายประเทศยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย โดยเฉพาะประเทศในแถบยุโรป และมีการคาดการณ์กันว่าในอีกไม่กี่สิบปีข้างหน้าประชากรโลกจะลดลง ซึ่งจะส่งผลให้การเติบโตของจีดีพีลดลงไปด้วยเช่นกัน ดังนั้น ทุกประเทศจึงควรเตรียมพร้อมรับมือ ทั้งการรองรับกับสังคมผู้สูงอายุ และการให้ความสำคัญกับอัตราการเกิด เพื่อสร้างสมดุลให้แก่จำนวนประชากรในแต่ละช่วงวัยให้มีความเหมาะสม

นอกจากนี้สถานการณ์โควิด 19 ยังส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว จึงเห็นได้ว่าสถาบันการศึกษาในหลาย ๆ ประเทศต้องปรับตัว ในการเรียนการสอนแบบออนไลน์ ทำให้ทุกคนสามารถเรียนได้จากทุกที่ ทุกเวลา ทุกสาขาวิชา ไม่ต้องเรียนอยู่ในรั้วมหาวิทยาลัยอีกต่อไป สร้างสังคมการเรียนรู้ที่หลากหลาย ด้วยมุมมองใหม่ ๆ ก่อให้เกิดนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์อันเป็นทักษะสำคัญที่สุด ซึ่งตอบโจทย์ต่อไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่ที่ไม่สนใจในใบปริญญา สถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งทั่วโลกมองภาพของการศึกษาในมิติใหม่ โดยไม่ยึดติดกับการสอนเฉพาะเนื้อหาทางวิชาการแต่ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้และฝึกปฏิบัติในการเรียนรู้ด้วยตัวเอง การเสริมสร้างทักษะการใช้ชีวิต รวมถึง

การกระตุ้นการเรียนรู้ด้วยตัวเองเพื่อความอยู่รอดในสังคมปัจจุบัน ดังนั้น การเรียนรู้แบบเชิงกว้างแบบบูรณาการข้ามศาสตร์ การเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ และการนำเทคโนโลยีการศึกษา Educational Technology หรือ EdTech มาใช้กับระบบการเรียนการสอนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น MOOC, Coursera, edX เป็นต้น นับเป็นอีกหนึ่งการพัฒนาของสถาบันการศึกษาในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะในประเทศไทยนั้น ได้มีการปลดล็อกการเรียนรู้ที่ไม่จำกัดอยู่แค่มหาวิทยาลัย โดยกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) ได้ขับเคลื่อนนโยบายเรียนข้ามสถาบัน เป็นการเปิดโอกาสให้ทุกคนมีอิสระในการเรียนในเรื่องที่ตนเองอยากเรียนโดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องรายวิชา สถาบันการศึกษา ผู้เรียนสามารถสะสมหน่วยกิตของรายวิชานั้น ๆ ให้เป็นส่วนหนึ่งของหน่วยกิตในหลักสูตรที่ผู้เรียนกำลังศึกษาอยู่ได้อีกด้วย

ดังนั้น มิติใหม่ของการศึกษาในยุคนี้ เป็นการเปลี่ยนผ่านสู่การเปิดโอกาสให้คนได้เรียนรู้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล นับเป็นนวัตกรรมการศึกษาที่สำคัญของวงการศึกษานานาชาติซึ่งจะเป็นการเพิ่มศักยภาพด้านศึกษาในโลกอนาคต

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์พพร มหาสินไพศาล

tippapornmah@pim.ac.th

สารบัญ

บทความวิจัย

TAIWAN'S COMPETITIVE IDENTITY IN SOUTHEAST ASIA <i>Suwannarat Meesomboonpoonsuk</i>	1
CONSUMERS PURSUING A SENSE OF SOCIAL PRESENCE: EMOTIONAL ENGAGEMENT OR FUNCTIONAL ENGAGEMENT <i>Chenicha Praphruetmon</i>	16
BEHAVIORAL DETERMINANTS ON ACCEPTANCE OF THAI E-MARKETPLACE <i>Jutha Juthasilaparutt and Sunida Piriypada</i>	32
กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทย ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ <i>ธีรศานต์ สหัสสพาศน์</i>	44
ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจโรงแรมที่จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย <i>ศุภเจตน์ จันทร์สาส์น และธันยกร จันทร์สาส์น</i>	57
ปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทน ในประเทศไทย <i>มัลลิกา ธรรมณรงค์ และวิจิต อ่อน</i>	74
APPLYING OF THE INFORMATION TECHNOLOGY IN AUTOMOTIVE INDUSTRY IN THE EASTERN REGION OF THAILAND <i>Nipapan Ananpalasak</i>	90
การคัดเลือกและการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยเสี่ยงบนห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมปลาทูน่า ประเทศไทยภายใต้สภาพแวดล้อมที่คลุมเครือ <i>สิริมา ศรีสวัสดิ์ และเดชรัตน์ สัมฤทธิ์</i>	104
การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน จังหวัดนครปฐม <i>อุบล วุฒิพรโสภณ พระปลัดประพจน์ อยู่สำราญ ณัฏฐา ณัฐโชติภักดี และปิยวรรณ หอมจันทร์</i>	118
การพัฒนาคู่มือประจำศูนย์การเรียนรู้การเกษตรตามหลักทฤษฎีใหม่ของนายสำราญ แดงพลับ <i>นวลเพ็ญ พ่วงพันธ์ และพิชญา ตียะรัตนาศัย</i>	133

การประเมินผลโครงการระหว่างดำเนินการผลิตปาล์มน้ำมัน กรณีศึกษา บริษัท สวนละออ จำกัด จังหวัดตาก <i>มลฤดี จันทรัตน์ และมนตรี คงตระกูลเทียน</i>	147
พลังชุมชน การมีส่วนร่วม ความพอเพียงกับการดำรงชีวิตของเกษตรกร บนพื้นที่ผลกระทบนาเกลือนาข้าว <i>ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด</i>	161
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการให้คำปรึกษาเลกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร <i>ภาวศุทธิ ตรีตรอง และปาลิดา ศรีศรกำพล</i>	176
นวัตกรรมสังคมเพื่อการดูแลบุคคลออทิสติกในประเทศไทย <i>เพ็ญทิพา แจ่มจันทร์เกษม และฉัตรวิรัช องค์กรสิงห์</i>	193
ความคิดเห็นของกลุ่มคนรักเพศตรงข้ามที่เป็นพนักงานองค์การเอกชนและข้าราชการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศ ให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย <i>ประจักษ์ ปฏิทัศน์</i>	206
การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรม ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย <i>นครินทร์ น้ำใจดี</i>	218
การพัฒนารูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ตามทฤษฎีขอบเขตทับซ้อนของอิทธิพล ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน <i>ดาวสวรรค์ วงศ์เสนา วิสุทธิ์ วิจิตรพัชรภรณ์ อัจฉรา นิยมภา และสนั่น ประจงจิตร</i>	232
ปัจจัยความสำเร็จและผลลัพธ์ในการพัฒนาวิชาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษา แบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของครูสภา <i>อังคณา วงษ์รักษา ปริญญะ มีสุข และทิพย์วิมล วงแก้วหิรัญ</i>	245
FACTORS AND OBSTACLES OF PRIVATE AND PUBLIC SECTOR EMPLOYEES' DECISION TO RESKILLING AND UPSKILLING ON DIGITAL SKILLS IN BANGKOK AND METROPOLITAN AREA <i>Nuchjarin Intalar and Tai Duc Pham</i>	259

อิทธิพลของความเครียดในการเรียนที่มีผลต่อผลการเรียนและความผูกพัน ในการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีทุนทางจิตวิทยาเป็นตัวแปรคั่นกลาง <i>ทัศนีย์ หอมกลิ่น อารยา ผลธัญญา และไชยันต์ สกุลศรีประเสริฐ</i>	277
แนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ <i>สายฝน เสกขุนทด</i>	293
TERTIARY STUDENT INTENTION TO USE BLOCKCHAIN-BASED ACADEMIC RECORDS: A CASE STUDY OF UBON RATCHATHANI PROVINCE, THAILAND <i>Charnsak Srisawatsakul and Waransanang Boontarig</i>	309
บทความวิชาการ	
การสร้างสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ <i>ณัฐพัชร อภิรุ้งเรืองสกุล วิโรจน์ เจษฎาภิรักษ์ และจันทนา แสนสุข</i>	326
A SCOR-BASED SUPPLY CHAIN MANAGEMENT FOR SUSTAINING COMMUNITY-BASED ENTERPRISES IN THAILAND <i>Wirachchaya Chanpuypetch and Suratin Tunyaplin</i>	344
บทความปริทัศน์	
ปริทัศน์การศึกษาการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนแบบเน้นภาระงาน <i>นลินทิพย์ วิภาวัฒนกุล</i>	359

TAIWAN'S COMPETITIVE IDENTITY IN SOUTHEAST ASIA

Suwannarat Meesomboonpoonsuk

Southeast Asian Studies Program, Thammasat University

Received: July 29, 2021 / Revised: November 23, 2021 / Accepted: January 5, 2022

Abstract

The outlook for Southeast Asian market remains robust due to its large labor force and the growth in its middle-class consumers. Hence, Southeast Asia is targeted by Taiwan to present its competitiveness via its New Southbound Policy (NSP). Taiwan and Southeast Asia have engaged with each other significantly through the Southeast Asian immigrants since 1960s. Moreover, Taiwan becomes important to the global economy since the world depends largely on its chip manufacturing. However, Taiwan's role in Southeast Asia is barely significant. In general, Southeast Asian consumers are not aware of Taiwan's brands. In terms of destination for Southeast Asian tourists, expats, and students, Taiwan has not been as popular as Japan and South Korea yet. Based on Simon Anholt's Competitive Identity (CI) approach, this research investigates Southeast Asian perceptions of Taiwan's competitiveness in six realms; culture, investment, brands, policy, people, and tourism. It illustrates qualitatively that the positive perception of Taiwan's Competitive Identity is greater than the negative one in every realm. Taiwan's responsible investment, friendly people, accountability policy, fascinating tourism, popular culture, and good quality of products are perceived by the respondents. However, the lack of branding and promotion has limited the positive perception to the small group of people. Interestingly, Taiwan has potential for exporting its popular culture but One-China Policy and its unstable domestic politics are the two threats that it must stay cautious. Furthermore, these threats will unavoidably affect Southeast Asia.

Keywords: Competitive Identity, Southeast Asia, Taiwan

Introduction

The process of globalization has transformed the world to be a single place where every nation has to compete with one another for the limited resources. Meanwhile, it also complicates the threats such as pandemics, natural disasters, terrorism, and

financial crises to the level that a nation cannot handle alone by itself. Hence, nation branding becomes increasingly important. Today, nations need to market their competitiveness so as to be able to join international organizations and trade agreements. Their member status will qualify

them to access the limited global resources and to raise their voice in order to protect their interest at the international forums.

Taiwan, which has been isolated from the global platform by China, is well aware of how important Competitive Identity (CI) is for its national prosperity and national security. As a result, in 2016, President Tsai Ing-wen pursued New Southbound Policy (NSP) right after her election victory with an attempt to expand and strengthen its ties with eighteen countries. Ten of them are from Southeast Asia namely Brunei, Cambodia, Indonesia, Laos, Malaysia, Myanmar, the Philippines, Singapore, Thailand, and Vietnam. However, the road to success is not rosy and full of thorns. Taiwan faces more hardships than others due to the fact that China is adamant about One-China policy which negatively affects Taiwan's national identity and international role. Taiwan lost its membership at the UN to China in 1971, and consequently lost diplomatic relations with Southeast Asian countries and many others. Products of Taiwan are admired for its good quality but the land of origin is barely perceived among Southeast Asian consumers. Taiwan tried to increase its international outreach to Southeast Asia during its two former President, Lee Teng Hui and Chen Shui-bian, but the result was not very apparent. The limited international creditability, unclear national identity, and One-China policy have driven Taiwan to shift its exports and investment from China to other markets with the aim to reduce its economic dependence on China. These challenges make

the case of Taiwan's CI unique and worth studying. Since Southeast Asia is targeted by the NSP, the perspectives from Southeast Asian experts will shed light on how Taiwan's CI has been perceived and how Taiwan should improve its presence in Southeast Asia.

Objectives

1. To describe some perceptions of Taiwan's CI in the seven Southeast Asian countries.
2. To explain the major causes of Taiwan's weak CI in the seven Southeast Asian countries.
3. To explore some possible ways to improve Taiwan's CI in the seven Southeast Asian countries.

Literature Review

Globalization

During 1970s, a lot of theorists have begun to notice about the emergence of globalization. "By the 1980s this was already becoming one of the key vogue concepts pushed in both the academic literature on management and in the popular business literature" (Jones, 2010, p. 7). "The economic interconnections among countries were dramatically increased with the advent of free-trade areas in the 1990s" (Thomas & Peterson, 2015, p. 3). Then, the term 'globalization' has become a buzzword since the 1990s. The term 'globalization' is quite contentious with various definitions. According to Ahmed (2013, p. 1), it means "the process of architecting this world order

through the institutions whose activities affect billions of people, multiple resources, and diverse cultures and environments as a large interconnected and interdependent system with a variety of subsystems within it". In view of this, Verde (2017) explains that the innovations of technology have made the movements of trades, capital, and people easier and freer. Such dynamic process is called globalization. "The world is becoming noticeably "smaller" as distant lands are being linked ever more closely together. At the same time, the world is becoming "larger" because our horizons have never been so broad" (Osterhammel & Peterson, 2009, p. 3). In conclusion, the globalization is the dynamic ongoing process that integrates countries around the world together as a single community via the innovations of technology. Every nation competes with each other for the limited resources in this competitive community. The international organizations who are influenced by the advanced economies are the key players in controlling the resources. They manage to maintain their power by sharing the resources only among their members. The concept of the globalization portrays the current global situation where Taiwan is struggling for its prosperity and security.

Nation Branding

The term 'nation brand' was first coined in Anholt (2007). Conforming with the process of globalization, nation branding gains substantial attention from both academic researchers and governments. "In the last

fifteen years, most nations have engaged in nation branding efforts, and as a result, nation brands today have high policy value" (Viktorin et al., 2018, p. 3). Nation branding is different from the product branding even though many of its techniques and strategies originate from product marketing. "What makes this kind of nation branding modern is not just the sophisticated use of commercial marketing techniques like focus groups, test runs, and market segmentation but also the realization that narrative influences perception" (Twitchell, 2004, p. 292). According to Valaskivi (2016, p. 53) 'nation branding' is "a transnationally circulating practice that has come to define some of the ways in which government represent their countries in the international arena as well as within the nation. Nation branding is a way to create competitiveness for the nation by using place marketing to articulate national identity and present them to the global audiences including their citizens. Whereas Aronczyk (2013, p. 2) provisionally defines it as "the result of the interpenetration of commercial and public sector interests to communicate national priorities among domestic and international populations for a variety of interrelated purposes". The effects of a nation brand include: "the public diplomacy; the interests of the export industry; enterprises and investors; destination marketing; and the identity and self-confidence of the people of the country" (Moilanen & Rainisto, 2009, pp. 28-29). Since nation branding could create great impacts on the whole nation and beyond, social responsibility

is supposed to be the first priority. “When applying the concept of a brand to nations rather than to mere products, there is an ethical obligation to do so in an honest, respectful manner and to acknowledge the limits of how appropriate it is to treat nations as brands” (Dinnie, 2015, p. 5). ‘Nation branding’ is a large scale of work and requires collaboration of efforts from the local and foreign experts from different fields of work. The review of the concept of nation branding explains why Taiwan pursues the NSP.

Competitive Identity (CI)

It is a theory created by Anholt (2007) as an extension of his nation branding by including national identity and politics and economics of competitiveness. Surowiec (2017, p. 21) criticizes that the extension does not reveal a *modus operandi* of nation branding and requires conceptual reflection and empirical insights. However, this research argues that it can more or less reveal a *modus operandi* of nation branding through qualitative research. Moreover, it qualitatively illustrates the nation’s brand image since most nations present their competitiveness via the six areas: policy, tourism, brands, culture, people, and investment.

Methodology

Qualitative method is selected for this research due to three reasons. Firstly, the issue of the identity and the status of Taiwan is quite sensitive not just only among Taiwanese but also among non-Taiwanese who relate to China in one way or another. The qualitative

method can help to reduce the chance of getting dishonest response from the respondents. Secondly, the case of Taiwan’s Competitive Identity is complicated, so it requires further discussion for the clarification. The qualitative method is useful when the researcher needs to understand as much as possible the perspectives attached by the participants. Thirdly, this research aims to obtain the ‘perception’, ‘opinion’, and ‘experiences’ from the participants which are subjective, so they are hard to quantify.

Multiple sources of evidence; direct observation, documentation, and expert interviews are used so as to construct validity and reliability of the case study evidence. Following the general analytic strategy, ‘theoretical propositions’ is used in order to provide guidelines for what to analyze and why. The theory used for this purpose is Anholt’s Hexagon of the Competitive Identity (CI). Due to the unique status of Taiwan, the case is pre-selected, and it is designed as an embedded single-case study. At the holistic level, Taiwan’s nation branding is the main unit whereas the six embedded units of analysis, which are based on the CI, exist as entities. Based on Anholt (2007), the six units are policy, tourism, brands, culture, people, and investment and can be explained as following: 1) Policy is the master plan that assign the role for the nation in the global community. For example, the role of the U.S. as the global leader was undermined by America First policy. The effective policy will attract attention and cooperation from

the public and it basically comes from the credibility of its government. 2) Tourism can impress the tourists greatly since it presents the nation's CI, e.g., history, culture, people, products, facilities, and prosperity of the country to the tourists. The impression may further attract workers and students. Nowadays, it is a main driver of economic growth for many countries. 3) Brands of the exported products and services and the outward investment can promote the national image through the success and ethics in doing business such as the good quality of products, responsible investment, and technology advancement, etc. The consumers will remember the brand or the name of the company and refer to the place of origin. 4) Culture is the way of life so it can be traditional and popular culture, e.g., language, religion, cuisine, social habit, movies, and music. Since it unites the nation in many ways, a nation will not survive without it. It reflects the national, subnational, or cross-national identity so it is more eloquent than commercial brands in promoting CI. 5) People are the representatives of national culture. Their behavior when they welcome tourists in their country or when they visit foreign country will create impression towards their nation. Celebrities such as politicians, athletes, and movie stars also promote the nation's CI through their success and fame. 6) Investment are the ways the institutes or agencies attract inward investment, expats, foreign labors, and foreign students into their country. It explains the nation's identity such as quality of life,

education system, and economic development.

Among the non-probability sampling strategies, 'expert sampling' is selected. In this strategy, experts are the key informants who are willing to share their special knowledge of the topic of interest which is 'Taiwan's CI in Southeast Asia' and their experiences with the 'Southeast Asian people'. The perception and experiences, that they share via semi-structured interviews, are considered as evidence of validity. As shown in Table 1, 'experts' in this study are fourteen natives of Southeast Asia. They are divided as seven males and seven females. They come from seven Southeast Asian countries namely Indonesia, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore, Thailand, and Vietnam. They are from different professional fields namely, International Relations, Social Science, Southeast Asian Studies, China and ASEAN Studies, Social Development, Filipino language, Finance, Development, and Regionalization. All of them have stayed in Taiwan before either as tourists or as one of the following: students, scholars, residents, military trainees, and employees. Among the ten targeted Southeast Asian countries, Cambodia, Brunei, and Laos are excluded here because they have significantly less exchange with Taiwan comparing with the selected seven countries. China has much stronger relations with Cambodia and Laos. For Brunei, who adopts sharia law which is Islam's legal system, Taiwan who is new to Muslim market has not been much attractive for Brunei citizens yet. Therefore, the number of tourists, experts, exchange students, migrants, and immigrants from Cambodia, Brunei, and

Laos are a lot less than the selected seven countries. Moreover, Taipei Economic and Culture Office has not been established in Cambodia and Laos yet.

Table 1 Demographics of respondents (experts from Southeast Asian countries)

Respondent's ID	Nationality	Gender	Occupation	Area of Expert	Purpose of Stay
E1	Indonesian	Female	Research Fellow	International Relations	Work
E2	Indonesian	Male	Lecturer	International Relations	Work
E3	Malaysian	Male	Research Fellow	Social Science	Work
E4	Malaysian	Male	Master Degree Student in Social Science	Southeast Asian Studies	Study and Work
E5	Vietnamese	Male	Researcher – Ph.D. Candidate	Social Science	Study
E6	Vietnamese	Male	Researcher – Ph.D. Candidate	Social Science	Study
E7	Thai	Female	Lecturer	China and ASEAN Studies	Study and Work
E8	Thai	Female	Lecturer	Social Development	Travel and Work
E9	Burmese	Female	Researcher – Ph.D. Candidate	Southeast Asian Studies	Study
E10	Burmese	Female	Lecturer	Southeast Asian Studies	Work
E11	Filipino	Male	Research Fellow	Southeast Asian Studies	Work
E12	Filipino	Female	Lecturer	Filipino Language	Travel
E13	Singaporean	Female	Fund Manager	Finance	Travel and Work
E14	Singaporean	Male	Regional Director	Development and Regionalization	Military Training and Work

Framework analysis is used for data analysis. It consists of familiarization, thematic analysis indexing, summarizing (including counting mentions), mapping and interpretation. Since the resulting frequency within the theoretical framework has something to do with the themes as appeared in Figure 2 and 3,

a common technic called counting mentions is justifiable. Consequently, it paves the way to the answer of the two research questions: 1) Why is Taiwan's Competitive Identity weak in Southeast Asia? 2) How should Taiwan present its Competitive Identity in Southeast Asia?

Results

The experts narrate their story about the factors that link them to Taiwan and their motivations in traveling to Taiwan. They also share their experience, opinion, and perceptions of Taiwan's CI in their country. The data can be

categorized into two sets which are the negative and the positive perception of Taiwan's CI in six realms. As shown in Figure 1, the positive perception is greater than the negative one in every realm.

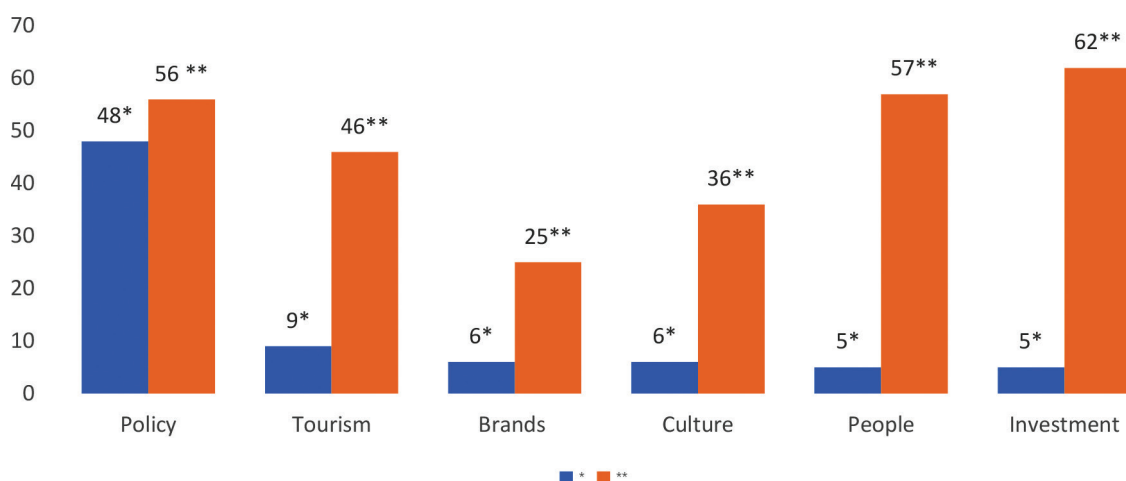


Figure 1 The Negative and Positive Perception of Taiwan's CI by Southeast Asian Experts

Note: The resulting frequency is based on the counting mentions within the framework of the hexagon of Competitive Identity (CI). The more the mentions are, the higher the resulting frequency becomes. The resulting frequency does not present scientific significance, but it presents the precision. * (The experts' negative perception in the realm.) ** (The experts' positive perception in the realm.)

The Negative Perception

As shown in Figure 2, the negative perception in the realm of 'policy' is predominant with the highest frequency at forty-eight while it is less than ten in the other realms. Insufficient promotion gains highest frequency at thirty-two. That is why Taiwan's CI is well-perceived only among Chinese diaspora but not locals who are the majority of the citizens. Second to it, is the political instability with the frequency at seven. The experts view that Taiwan's political instability can damage its CI especially when China tries to promote its One-China policy. Its

unstable domestic politics can cause Taiwan's vulnerable society and may disrupt the success of NSP. The third highest theme is foreign relations with the frequency at six. Taiwan is rather late in developing relations with Southeast Asian countries. Since Taiwan was placed under the governance of the Republic of China (ROC), it has always focused on affirming ties with the western countries especially the U.S. and the European countries but not with the small countries in Southeast Asia. It has just actively tried to affirm its ties with them after the launch of the NSP.

The fourth highest theme is government investment. Its frequency is at three since its urbanization is less competitive than Japan and South Korea. The negative perception of ‘tourism’ is quite low with the frequency at nine. The experts find that Tourism in Taiwan is less spectacular than in Japan and South Korea. However, they view that Taiwan’s medical tourism has enormous potential for penetrating Southeast Asian market but it lacks of promotion. The frequency of ‘brands’ is at eight which is mainly due to the lack of branding. Meanwhile, the frequency of ‘culture’

is at six because of its unpopularity. Cultural prejudice towards Southeast Asian people still exists and it is indecisive in its identity. In terms of ‘people’ its frequency is at five because many Taiwanese people are still insular and some of them have bias with Muslim people. In the realm of investment, it is less attractive than China because it offers less job opportunities, less economic advantage, lower wage-rate, and lacks of creative sector. Taiwan’s Formosa Ha Tinh Steel Corp scandal in Vietnam has caused bad reputation about Taiwan.

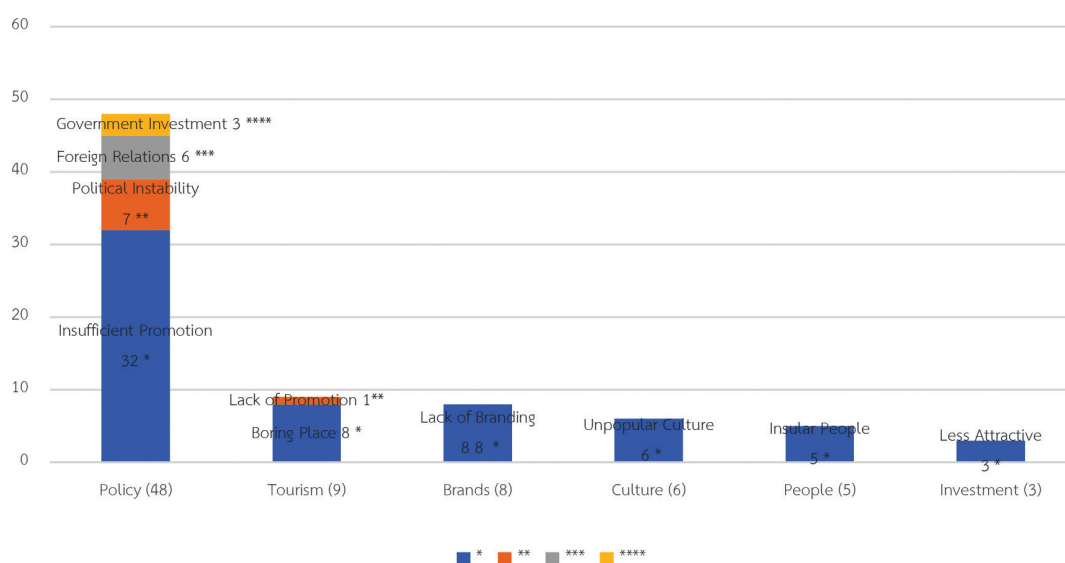


Figure 2 The Negative Perception of Taiwan’s CI by Southeast Asian Experts

Note: In the data set of the negative perception, the codes in each realm are categorized into one theme (except for the realm of policy and tourism) and they are labelled differently based on the mentions. The realm of policy and tourism are categorized into four and two themes consecutively because of the higher in number and the various contexts of the mentions. * (The theme gains the highest resulting frequency.) ** (The theme gains the second highest resulting frequency.) *** (The theme gains the third highest resulting frequency.) **** (The theme gains the lowest resulting frequency.)

The Positive Perception of Taiwan's CI

As shown in Figure 3, the positive perception of 'people' gains highest frequency at fifty-seven. The frequency for Taiwanese people including teenagers is at thirty-three which is highest theme in this realm. The experts find that Taiwanese people are friendly and trust-worthy and the teenagers are lovely, internationalized and open-minded.

Furthermore, Taiwanese celebrities such as F4 (a Taiwanese boy band who also starred in the Meteor Garden), Brigitte Lin Ching-hsia, Teresa Teng, and online-influencer are popular. The former President Chiang Kai-shek, President Tsai Ing-wen, Minister Audrey Tang, and Taipei Mayor Ko Wen Zhe are famous. Thus, the frequency of this theme is at fifteen. The last theme is P2P exchange.



Figure 3 The Positive Perception of Taiwan's CI by Southeast Asian Experts

Note: In the data set of the positive perception, the codes in each realm are categorized into three themes and they are labelled differently based on the mentions. * (The theme gains the highest resulting frequency.) ** (The theme gains the second highest resulting frequency.) *** (The theme gains the lowest resulting frequency.)

Its frequency is at nine because many experts are linked to Taiwan by Taiwanese people, so they realize how useful it is. In the realm of 'policy', the total frequency is at fifty-six which is just one less than the realm of people. Many of its policies such as political asylum for Myanmar people, respecting workers'

right, economic success, environmental friendliness, foreign aids, inclusive healthcare, free-visa program for foreigners, being sincere with ASEAN, knowledge transfer and talent exchange with Southeast Asian countries are perceived as credible. Its frequency is at twenty-one. Second to it is the democratic

quality with the frequency at nineteen. Taiwan's government is perceived as democratic, transparent, and evolving. The frequency for government investment is sixteen mainly due to its good facilities and convenient public transportation. In the realm of *'tourism'*, frequency is at forty-six. It is mainly due to its fascinating tourist places and landmarks such as National Palace Museum, 101 Building, Tamsui beach, Ximending, and night markets. Taiwan's bustling cities namely Taipei, Kaohsiung, Taichung, and Tainan are also interesting for Southeast Asian tourists. Thus, it gains frequency at twenty-nine. In general, Taiwan is a popular travel destination for its Muslim friendliness and convenience. Convenience here means short distance, budget travel, global city, and welcoming atmosphere. The frequency for this theme is sixteen. Promotion is the theme that gains only one frequency. The recent promotion is perceived to promote higher growth in its tourism. The frequency of *'investment'* is at forty-three. Taiwan's Education is admired for its good quality but affordable fee. Thus, the frequency of the foreign students recruiting is at twenty-two. Meanwhile, the employment opportunities are still attractive for Southeast Asian people with the frequency at eighteen. Its inward investment and trade promotion gain the frequency at three. The frequency of *'brands'* is at forty-three. The experts can name the products that Taiwan exports to and industries that Taiwan invests in their countries with the frequency at twenty-nine. Moreover, the good quality of Taiwan's products and the industries that Taiwan is specialized in gain

recognition with the frequency at eleven. However, only two names of the companies which are TSMC and Foxconn and one name of the restaurant which is Ding Tai Fung are mentioned. Thus, the frequency of brands and companies is only at three. The total frequency of *'culture'* is thirty-six. Taiwan's iconic dishes such as Braised Pork Rice Bowl, MiànXiàn (Vermicelli), Taiwanese Iron Egg, Egg Pancake, Oyster Omelet, and Green Tea Jelly receive a lot of praise. As a result, food gains the highest frequency at fifteen. Taiwanese entertainment such as Taiwanese films, TV series, and pop songs receive a lot of praise. The *'Meteor Garden'* (a TV series that was very popular throughout Asia in 2001) is still memorable for many people so its frequency is at eleven. Moreover, the Taiwan's social habits is well perceived and described as well-educated, offensive, sociable, and opened. Its frequency is at ten. The participation in civil society is quite active. Taiwan's history is quite unique, and its culture is fascinating because it is crafted by Japanese.

Discussion

The frequency of the positive perception is significantly higher than the negative one in every realm of the CI. It reflects that the overall CI or brand image of Taiwan is well perceived, but it is limited to among the Chinese diaspora and those who are already linked to Taiwan only. These people are not the majority of Southeast Asian population. Many locals in Southeast Asia are not aware of the presence of Taiwan. They cannot

differentiate Taiwan from China and from Thailand. China is Taiwan's major competitor and has undermined Taiwan's presence in many ways. However, the confusion between Thailand and Taiwan shows that Taiwan has not put enough effort on promoting its CI yet. Moreover, the low resulting frequency of both negative and positive perceptions in the realm of 'culture' and 'brands' are evident that Taiwan is lacking strategic branding and promotion. That's why the experts do not have much to talk about them.

Lack of Branding and Promotion

According to the data, products and investment from Taiwan are welcome in Southeast Asia but most people do not know that they are from Taiwan. Taiwan's good-quality products and its responsible investment fail to create widespread awareness of Taiwan's CI. Many nations have been successful in promoting the nation's branded products such as Washington Apple, Swiss Army knife, and Tokyo Banana. Product of Taiwan such as Alishan tea and Chia Yi Chicken Rice have not been branded yet. KOI Thé, ASUS, HTC, and ACER are praised for their good quality, but these brands are not boldly linked to Taiwan. Taiwanese computer manufacturers have grown rapidly but only a few companies manage to create their own brand. Those that are branded do not boldly promote Taiwan as their origin. It shows that Taiwan has not moved up to the own brand manufacturing (OBM) as planned yet. It may not affect its economy much for now but it is significantly undermining Taiwan's CI. The improvement

of Taiwan's brands will improve its shopping tourism which nowadays still has to rely on some Japanese brands. Interestingly, the experts find Taiwan as a Muslim-friendly destination. There are more halal restaurants in Taipei and more prayer rooms at the tourist places such as Taipei 101 and Taipei Main Station. The Islamic market is very attractive because the majority of the population in Southeast Asia is Muslim. Since Japan and South Korea have not succeeded in promoting themselves as Muslim friendly destination yet, Taiwan has great potential for Islamic tourism. Strategic promotion is necessary at the market penetration stage. To accomplish effective branding and promotion as mentioned above, it requires the co-operation from every sector: public, private, and people. The initiation, large fund, and strategic guidance from the government, the willingness from private sector in creating brands that link itself to Taiwan, the support from people as consumers and influencers are very important.

Enlarge the Scope of P2P and Export Popular Culture

The study shows that Taiwanese people, in general, are admirable and it is evident that the P2P exchange which is one of the four pillars of the NSP is on the right track. However, the P2P exchange, which is like a door-to-door sales, requires a lot of time and effort. To boost it, Taiwan should promote and export its popular culture first. After that, it can export traditional culture or aboriginal culture. Due to the overlapping history of China and Taiwan, it is quite hard for Taiwan to create uniqueness

from its traditional culture at the market penetration stage. On another hand, promoting Taiwan's aboriginal culture does not help much either. Taiwan's aboriginal culture may be interesting but quite difficult to adopt it. Thus, it may not attract many people and may require a lot of time and effort to reach the goal. When South Korea exports its K-pop to Southeast Asia at the initial stage, it begins with TV series like *Autumn in My Heart*, *Winter Sonata*, and *Full House* which portray the modern life and beautiful places in South Korea. Since it is easy to adopt by the viewers, K-pop can penetrate Southeast Asian quite fast. The data shows that Taiwan's popular culture such as food and TV series like *Meteor Garden* and *F4* are still attractive among their long-time fans. Their loyal fanbase can pave the way for the next generation of Taiwan's popular culture. Since popular culture emerged from the democratic system (majority of the people like it so it is popular), it can create a large level of brand awareness and boost its effective but slow P2P exchange. It is time for Taiwan to enlarge the scope of its P2P exchange by including its celebrities and youth to its strategy. Celebrities and are considered as the important resources for creating popular culture because they are the major presenter of popular culture whereas youths are the creators and the initial adopters of popular culture. Since the data shows that Taiwanese youths and celebrities are highly recognized by the experts. It shows that Taiwan has good resources for creating popular culture and consequently has great

potential for exporting it. Moreover, popular culture is a useful mean to promote its CI in Southeast Asia. Its success can create spillover effect on the realm of tourism, brands, and investment as well.

Policy is the Key to Success

'Policy' receives a lot of mentions from the experts both positively and negatively. It highlights the fact that the success of Taiwan's CI relies a lot on the realm of policy. The experts are quite confident with Taiwan in this realm and highly admire President Tsai Ing Wen and her administration for their democratic quality, transparency, and NSP even though they think that the promotion is still insufficient. Nevertheless, political instability is quite a concern. At the international level, whether Taiwan can counter with One-China policy or not is the major challenge. China has made clear that it will not tolerate any Taiwan independence incidents. China's government are always active in strengthening its ties with Southeast Asian countries and undermining Taiwan's presence. It highlights the importance of nation's CI which is the way to promote nation's prosperity and security. Consequently, the success of promoting the nation's CI especially for the case of Taiwan relies heavily on policy. The government as a policy maker plays a crucial role in strategically assigning the role for the nation in the global society such as 'global leader', 'friendly to environment', and 'peace maker'. Since the scale of nation branding is very large, the whole nation needs to co-operate with each other. Normally it takes ages to complete

nation branding. Although the concern about the instability of Taiwan's domestic politics is not much, it should not be overlooked. New leadership normally means new policy. Hence, continuity in President Tsai and her administration guarantees the continuity in the NSP. At the same time, Taiwan's government also needs to balance its relations with Southeast Asian countries well so as to guarantee the success in promoting its CI in this region. The success will attract the continuous support from Taiwanese people.

Conclusion

The unique case of Taiwan is evident that it is almost impossible to draw the boundaries between politics and business. The globalization has driven Taiwan to enthusiastically present its CI in Southeast Asia and beyond so as to gain recognition from the global society and access the limited resources. In this context, the research is conducted based on hexagon of Competitive Identity. The results lead to three major conclusions. Firstly, Taiwan's CI is weak in Southeast Asia because it lacks of strategic branding and promotion. Taiwan's high-quality products, fascinating tourism, and its responsible investment are well perceived only among some of those who are linked to Taiwan either by chance or by plan. This is evident that its P2P exchange is quite effective but rather slow in creating widespread brand awareness. To accomplish effective branding and promotion, it requires the cooperation from every sector: public, private, and people. The initiation, large fund, and strategic guidance

from the government, the willingness from private sector in creating brands that link itself to Taiwan, and the support from people as consumers and influencers are very important. Secondly, Taiwanese celebrities and youths are attractive and popular for Southeast Asian consumers. Thus, Taiwan should enlarge the scope of its P2P exchange by including celebrities and youths to the exchange via the export of its brands and popular culture. Thirdly, the success of Taiwan's nation branding relies heavily on 'policy'. Taiwan's government as a policy maker has to strategically lead the whole nation to promote its CI. Besides One-China Policy, Taiwan's political instability may damage its CI. The change of Taiwan's government may end its NSP. It is crucial for Taiwan's government to strengthen its unofficial relationship with Southeast Asia so as to pave the way for the success in its NSP and gain continuous support from Taiwanese people in the future election. In addition to the above three major conclusions, the research provides two implications for Southeast Asia as the targeted region by Taiwan's NSP. Firstly, Taiwan's outward investment to Southeast Asia will increase since it aims to divert its investment from China to Southeast Asia. It is a good opportunity for Southeast Asia to receive not just only investment but also the transfer of technology and know-how from Taiwan. To embrace such opportunity, Southeast Asian countries should improve its investment environment such as skills strategies for labor market and modernizing public utility. Secondly, there is no such thing as a free lunch.

Countries in Southeast Asia will unavoidably be pressured to choose sides between China who has great influence in Southeast Asia and Taiwan who enjoys unofficial relationship with the U.S. Thus, it is vital for Southeast Asian countries to balance the relations between both sides carefully.

References

- Ahmed, A. (2013). *New age globalization meaning and metaphors of new age globalization*. Palgrave Macmillan.
- Anholt, S. (2007). *Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions*. Palgrave Macmillan.
- Aronczyk, M. (2013). *Branding the nation: The global business of national identity*. Oxford University press.
- Berberoglu, B. (2010). *Globalization in the 21st century labor, capital and the state on a world scale*. Palgrave Macmillan.
- Dinnie, K. (2015). *Nation branding: Concepts, issues, practice*. Routledge.
- Jones, A. (2010). *Globalization: Key thinkers*. Polity Press.
- Moilanen, T., & Rainisto, S. (2009). *How to brand nations, cities and destinations*. Palgrave Macmillan.
- Osterhammel, J., & Petersson, N. P. (2009). *Globalization: A short history*. Princeton University Press.
- Surowiec, P. (2017). *Nation branding public relations and soft power: Corporatising Poland*. Routledge.
- Thomas, D. C., & Peterson, M. F. (2015). *Cross-cultural management: Essential concepts*. Sage.
- Twitchell, J. B. (2004). *Branded nation: The marketing of Megachurch, College, Inc., and Museumworld*. Simon & Schuster.
- Valaskivi, K. (2016). *Cool nations: Media and the social imaginary of the branded country*. Routledge.
- Verde, A. (2017). *Is globalisation doomed?: The economic and political threats to the future of Globalization*. Palgrave Macmillan.
- Viktorin, C., Gienow-Hecht, J. C. E., Estner, A., & Will, M. K. (2018). Beyond marketing and diplomacy: Exploring the historical origins of nation branding. In C. Viktorin, J. C. E. Gienow-Hecht, A. Estner, & M. K. Will (Eds.), *Nation branding in modern history* (pp. 1-26). Berghahn.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods*. Sage.



Name and Surname: Suwannarat Meesomboonpoonsuk

Highest Education: Ph.D., National Sun Yat-sen University

Affiliation: Thammasat University

Field of Expertise: Asia Pacific Studies

CONSUMERS PURSUING A SENSE OF SOCIAL PRESENCE: EMOTIONAL ENGAGEMENT OR FUNCTIONAL ENGAGEMENT

Chenicha Praphruetmon

Chinese International, Bangkok University

Received: March 21, 2022 / Revised: July 21, 2022 / Accepted: July 27, 2022

Abstract

Consumers are sometimes willing to pay higher prices for specific products or services (such as global brands). In the media field, academics and practitioners have long been concerned and explored the possible reasons. Using a sample of 356 Thai consumers, through SEM and regression analysis hypothesis testing, it was found that, based on media richness theory, this study aims to investigate the effect of media richness on two types of engagement (affective engagement and functional engagement) affected by social presence: impact on consumer attitudes of global brands, and influencing consumer attitudes toward global brands. Combining the relevant literature to build a theoretical model will help people understand how those higher production values are formed in the minds of consumers. The model can provide further exploration for scholars interested in this topic and can also help companies apply in marketing communication, market segmentation, target market selection, and product positioning.

Keywords: Functional Engagement, Emotional Engagement, Social Presence, Intelligent Agent, Intrinsic Enjoyment

Introduction

Due to the changes in the media environment caused by the advancement of digital technology, the number of people promoting and evaluating engagement products is gradually increasing. When we work on something, gain experience, and generate engagement, the evaluation of a thing will change. Unlike traditional face-to-face or one-to-one shopping, when the engagement experience is excellent, word-of-mouth communication will form and drive product

marketing communication (Wang et al., 2021).

The purchasing methods for consumers have also changed, and new purchasing methods based on online and social media shopping have been formed. Such a shopping trend is surging. If companies want sound marketing effects, the critical point is to give consumers a stronger engagement. With the help of users having a stronger engagement, while their engagement builds a sense of trust, they can also have a better consumption conversion

and achieve the interaction between social media users and enterprises through the instant chat service of social media to achieve (Bartschat et al., 2021).

In short, consumer engagement reflects the willingness of consumers to engage in conversations related to shopping. While improving consumer engagement is critical for businesses, in the context of consumer engagement product reviews, the number of retweets of others' posts, replies, and comments in immediate conversations is increasingly seen as crucial for information sharing and active conversations; the engagement of metrics in social media is still poorly understood. Given engagement's pervasive and beneficial impact on other areas of life, feel valued through social media.

Emotional or functional engagement is more important for consumers to gain a sense of presence in shopping?

Engagement is not as crucial in the internet age as in the past. Social media provides a platform for consumers to interact with others, which enriches the information obtained (Algharabat & Rana, 2021). Meanwhile, engagement is the behavior of forwarding content or expressing opinions on social media. Being recognized can bring a sense of belonging or presence (Ming et al., 2021), especially note that the higher the engagement, the more active the social presence is (Ming et al., 2021). Despite extensive research in this area, findings on the impact of media consumption on individual identity have been inconsistent. For example, some studies have shown that people who

need a sense of identity tend to use the Internet heavily, but this heavy consumption tends to have harmful effects, such as problematic Internet use (Shankar & Tewari, 2021). In a slightly different way, other research has shown that the effects of social media use by people who need a sense of identity are not always harmful. It can be positive or negative, depending on media usage patterns and experiences (Cheung et al., 2021).

Also implies that social presence is an essential factor that can improve online earnings (Algharabat et al., 2018; Amin et al., 2021; Ming et al., 2021). For example, when people have familiar or identified interaction partners in mediated environments, a more comfortable atmosphere can be created and a space of belonging (Shankar & Tewari, 2021). In addition, lonely people enjoy media experiences when they feel a social presence is vital for others, suggesting that social presence can facilitate the media experience of lonely individuals (Amin et al., 2021). Also, people with a higher social presence will be immersed in social media, so consumers are more evident in the shopping journey, and emotional or functional engagement is more prominent.

Therefore, this study proposes the following objectives:

1. This study analyzes how the two variables, functional engagement and emotional engagement, affect social presence through global brands' consumption attitudes.

2. This study also analyzes the moderating role of both intrinsic enjoyment and intelligent

agent on the functional engagement and emotional engagement global brand attitude relationships.

Literature Review and Research Hypothesis

1. Media Richness Theory (MRT)

The advancement of Internet technology, especially the emergence of mobile Internet technology, has promoted the vigorous development of social media. In this context, netizens are no longer passively and unidirectionally receiving information from publishers but can have two-way communication with publishers and other netizens. At first, social media appeared in the form of entertainment tools, such as social networking sites Facebook, Instagram, Line and WeChat, to name just a few. Later, marketers became keenly aware that social media can significantly improve the breadth and depth of information dissemination, And the cost is meager, so it is applied to the dissemination of marketing information, thus forming Social Media Marketing (SMM). Therefore, this study takes social media as the research background. The media richness theory refers to the influence of media characteristics on media selection, and from the perspective of media richness and task orientation, it believes that media with high media richness can reduce the uncertainty and ambiguity of information (Daft & Lengel, 1984). Uncertainty refers to the lack of information, that is, the difference between the processed information and the required information, and the increased information can reduce the uncertainty. Ambiguity refers

to multiple, even conflicting, interpretations of the same situation, resulting in confusion, and lack of understanding. In the process of information processing, the organization expects to improve the suitability between the medium and the task through the choice of the communication medium, to reduce the ambiguity and uncertainty of the information, and according to the needs of communication, the richness of the medium will be matched. Shopping on social media is characterized by rich media, which provides various helpful product information to satisfy consumers and facilitate their engagement and media interactions. Thus, rich media can influence consumer attitudes, prompting this study to link media richness in media enrichment theory with consumer attitudes to shopping on social media. Media enrichment theory has been used to explain how instant messaging triggers different user responses (Tseng et al., 2019; Wu et al., 2021). Media enrichment theory holds that communication channels have a set of objective characteristics that determine the ability of each channel to convey rich information; thus; effectively addressing uncertainty refers to the lack of information, that is, the difference between processed information and required information, Increased information can reduce the problem of uncertainty (Lengel & Daft, 1984). Media richness is used to describe the ability of a communication channel to convey rich information. In the process of information processing, the organization expects to improve the suitability between the medium

and the task through the choice of the communication medium, to reduce the ambiguity and uncertainty of the information, and according to the needs of communication, the richness of the medium will be matched. In doing so, the richness of the media significantly affects the performance of consumer engagement (Molinillo et al., 2020), justifying the adoption of media richness theory in this study.

Furthermore, by considering the attribution process, media enrichment theory helps explain why consumers' attitudes towards product information and engagement extend to consumption. In the following, this study will explain in detail how media enrichment theory and moderation model can explain each of the above processes.

2. Theoretical Framework

By combining theories related to this study's questions about social media buying Global brand, Emotional engagement and Functional engagement, intelligent agent-oriented moderation (Wu et al., 2021), a consumer social media Global brand buying Model, consumer engagement shows that more significant social media global brand purchase engagement predicts higher consumer attitudes and social presence, which is mediated by higher consumer social media shopping relationships (technical services and joy). In addition, this study predicts that two more angular factors will moderate the relationship between engagement and lower purchase attitudes in social media buying Global brands; Intrinsic enjoyment and engagement in the

overall technical service function of the Intelligent agent. The following is this study's social media buying Global brand engagement model.

3. Influence of Emotional Engagement on Global Brand Consumption Attitude During Social Media Shopping

This research defines emotional engagement as the degree to which consumers can fully convey their thoughts and feelings through social media (Algharabat & Rana, 2021). Then, by observing consumers' emotional engagement content and interactive dialogues on social media, we can understand consumers' needs and update their status from time to time (Mohammad et al., 2020). Novel and unique information can effectively attract consumers' attention, and consumers will be stimulated by such information and essentially give back. Therefore, the model of this study predicts that when consumers have a sense of emotional engagement with a product, it can improve their attitude toward Global brand consumption. Specifically, consumers think that the greater the emotional engagement of a product, the easier it is to improve their attitude towards consumption. Sharing or reposting with people around them or social friends can attract consumers' attention and curiosity, enhancing their sense of presence in interpersonal or social interaction.

Therefore, this study believes that the content of Emotional engagement between enterprises and consumers will attract potential consumer attitudes. Based on the above literature inferences, therefore, put forward the hypothesis:

H1: When consumers purchase global brands through social media, the higher their emotional engagement, the more significant the positive impact on their attitude.

4. Emotional engagement increases social presence when shopping using social media: Consumption Global brand attitude as a mediator.

Because consumers emotionally engage in their shopping through social media, global brands believe that they are more likely to share their feelings about the product with their friends and project their current engagement feelings to more comprehensive social media. In terms of presence, this attribution leads consumers to be willing to expose themselves on social media, increasing their sense of belonging (Rosenbaum et al., 2021). Thereby increasing their social presence on social media as a whole. Based on this discussion, Emotional engagement is considered a key driver of Social presence. Therefore, put forward the hypothesis:

H2: When consumers purchase a Global brand via social media, the better their emotional engagement, the more significant the positive impact on their social presence.

5. Influence of Functional Engagement on global Brand Consumption Attitude during Social Media Shopping.

Functional engagement also focuses on consumer behavior. Functional engagement is defined as the interaction of social media users with other users in the process of co-creating, communicating, and sharing content

(Lim et al., 2015) and provides an assessment of how businesses engage social media users (Qiu et al., 2020), functional engagement occurs when users share content from products. Another study found that when consumers engage in social media marketing interactions, they will pay attention to the message content and visual images. Fan group moderators must provide enough visual images and information to effectively enable users to support marketing activities and attract consumers to forward messages. Intent (Wang et al., 2019). Among them, multimedia content directly impacts people's senses and can effectively attract the attention of potential consumers (Lim et al., 2015).

Therefore, this study predicts that consumers with functional engagement have a higher attitude towards global brand consumption, increasing their attitude towards consumption from social media shopping, thereby improving their sense of social presence. Based on the above literature inferences, therefore, put forward the hypothesis:

H3: When consumers purchase a Global brand through social media, the higher their sense of functional engagement, the more significant the positive impact on the consumption attitude of the global brand.

6. Functional engagement increases social presence when shopping using social media: Consumption of global brand attitude as a mediator.

Media richness can foster social presence (Tseng et al., 2019), referring to consumers' interpersonal contact, personal

warmth, and emotional sensitivity to social media shoppers (Fernandes & Moreira, 2019). At the same time, when social media users interact with other people on social platforms, they feel together. As a result, consumers shopping on social media can enjoy the shared experience of group viewing without being together (Algharabat et al., 2018). There is also research finding that, albeit in a different place, it allows me to engage with social friends in the collective consciousness, which creates a buddy experience with any online user (Ming et al., 2021). therefore, put forward the hypothesis:

H4: When consumers purchase a Global brand through social media, the higher their sense of functional engagement, the more significant the positive impact on their social presence.

H5: When consumers purchase a Global brand through social media, the higher their sense of brand attitude, the more significant the positive impact on their socialpresence.

7. Intelligent agent and Intrinsic enjoyment as social media Shopping engagement—the importance of moderators of their relationship.

Intelligent agent: It refers to the degree to which consumers can immediately reply, prompt, and assist in obtaining product information smoothly through social media (Wu et al., 2021). In short, immediate, personalized, interactive, concise, and clear marketing messages can effectively attract consumers' attitudes, and consumers will respond to marketing activities (Tseng et al., 2019) (e.g.,

detailed product content, device services provided or ordering method) provide relevant and practical information to judge whether they meet their needs and evaluate the marketing message's usefulness. Furthermore, information content must be relevant to the individual consumer before it can be noticed. Consumers find advertisements more attractive because their content is relevant to their interests (Cheung et al., 2021). To effectively drive marketing activities, companies must use different methods to meet consumers' needs to increase product sales in the e-marketing environment (Qiu et al., 2020), therefore, put forward the hypothesis:

H6a: When shopping through social media, the higher the product information, the higher the impact of the functional engagement provided by the Intelligent agent on the consumption attitude of the Global brand.

H6b: When shopping through social media, the higher the product information provided by the Intelligent agent, the more significant the impact of Emotional engagement on Global brand consumption attitudes.

Intrinsic enjoyment: This is a fun-oriented job related to self-expression or self-entertainment, the motivation that results in pleasure when doing an activity related to self-enjoyment (Li, 2019). Is a person's behavior related to a preference-based activity that involves the highest emotional aspects? As an extension of this main research direction, Intrinsic enjoyment is seen as a dynamic concept that understands consumers' minds

about a product, which changes with the interest and attraction of an individual engagement, the context, and the media dealt with, and also indicates the degree of enjoyment (Shankar & Tewari, 2021), e.g., treat, happier, Kick has room for further discussion.

Social media shopping uses a social feature known as a state (Ma, 2021); shopping consumers usually have inherent enjoyment (Jiang et al., 2019). Great inner enjoyment is a state of enjoyment in which users experience pleasure and satisfaction in the shopping process and differs in different community settings (Li, 2019), A trait of engagement and satisfaction (Fernandes & Moreira, 2019). This spontaneous or participatory emotion of social shopping, such as entertainment, and intrinsic enjoyment, to name just a few, reasonably promotes user engagement as a form of constructive use but is not included in its definition. Note that the emotional aspect of user engagement refers to the user's inner experience and emotional attachment during the shopping process (Ma, 2021).

Following this meaning, some scholars even point to the critical role of Intrinsic enjoyment in consumers' purchase intention and behavior, therefore, putting forward the hypothesis:

H7a: In social media shopping, the higher the product information provided by Intrinsic enjoyment, the more significant the impact of functional management on the consumption attitude of the global brand.

H7b: When shopping through social media, the higher the product information

provided by Intrinsic enjoyment, the more significant the influence of Emotional engagement on Global brand consumption attitude.

Methodology

1. Samples and sampling

Past research shows that luxury products can function to boost self-esteem, express identity, and signal status. We propose that luxury products also have important signaling functions in relationships (Liu et al., 2021; Siepmann et al., 2021). Therefore, The study focused on luxury consumers, i.e. individuals with a high income, executive positions and living in capital cities (Deprince & Geerts, 2019). In our research, the participants were from Bangkok, is a city consumer of luxury (Oe et al., 2018).

This study adopts convenience sampling and conducts online questionnaire surveys for communities with luxury consumption propensities in China. The actual number of questionnaires is 891. After excluding invalid questionnaires, the final number of valid questionnaires is 356. The sample gender ratio is relatively close; 45.5% were male, and 54.5% were female (S.D. = 0.499). The age of the respondents was 24 to 38 years old the most (30.3%), 29 to 33 years old (26.7%), and 34 to 38 years old (22.2%) (S.D. = 1.273). 39.9% with a bachelor's degree, 39.3% with a college degree, and another 15.9% with a graduate degree or above (S.D. = 0.852), Please refer to Table 1.

2. Measurement

The questionnaire scales for each variable discussed in this study are all taken from the mature scales developed by scholars in the past. After many research tests, they have stable and good reliability and validity. Among them, emotional engagement is taken from the scale of Calder et al. (2009), and there are 4 items in the questionnaire. Functional engagement and social presence are also taken from the Lim et al. (2015) scale. Functional engagement is 4 items, and Social presence is 3 items in the questionnaire. Brand attitude is taken from the scale developed by Patrakosol and Lee (2013), and there are 5 items in the questionnaire. Intelligent agents and intrinsic enjoyment are taken from the scale developed by Wu et al. (2021). Intelligent agents are 6 items, and Intrinsic enjoyment is 5 items in the questionnaire.

Results

1. Reliability and Validity

After statistical analysis, each variable's Cronbach's Alpha value is greater than 0.780, and the CR value and AVE value are further scored according to the results, where the CR value is greater than 0.780. The square root value of the AVE value of each variable is also greater than the correlation coefficient with other variables; and Please refer to Table 1. It shows that the reliability of the variables is good, and the discriminative and acceptance validity are also within the acceptable range.

2. Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis)

After statistical analysis, the Cronbach's Alpha value of each variable is greater than 0.780, and the confirmatory factor analysis has obtained a fairly good fit (Model 1: $\chi^2 = 362.489$, $\chi^2/df = 1.173$, GFI = 0.934, AGFI = 0.919, CFI = 0.989, PCFI = 0.871, FMIN = 1.021, RMSEA = 0.022, CAIC = 836.860, SRMR = 0.0337), model 1 is also better than other alternative measurement models. The CR value and AVE value are further scored according to the results, where the CR value is greater than 0.83, and the square root value of the AVE value of each variable is also greater than the correlation coefficient with other variables; please refer to Table 1. It shows that the reliability of the variables is good, and the discriminative and acceptance validity are also within the acceptable range.

3. Structural Model Analyses

The direct relationship between the variables was analyzed by SEM to build 4 models, as shown in Table 2. Judging from the judgment of each index, and model 4 a fairly good fit was obtained ($\chi^2 = 102.669$, $\Delta\chi^2 = 26.79$, $\chi^2/df = 1.048$, GFI = 0.966, AGFI = 0.953, CFI = 0.999, PCFI = 0.816, FMIN = 0.289, RMSEA = 0.012, CAIC = 363.947, SRMR = 0.0254), and externally combined with hierarchical regression analysis to test the adjustment effect, as shown in Table 3, the final result can be obtained, as shown in Figure 1. Except H4 does supported, H1, H2, H3, H5, H6a, H6b, H7a, and H7b all received statistically significant support.

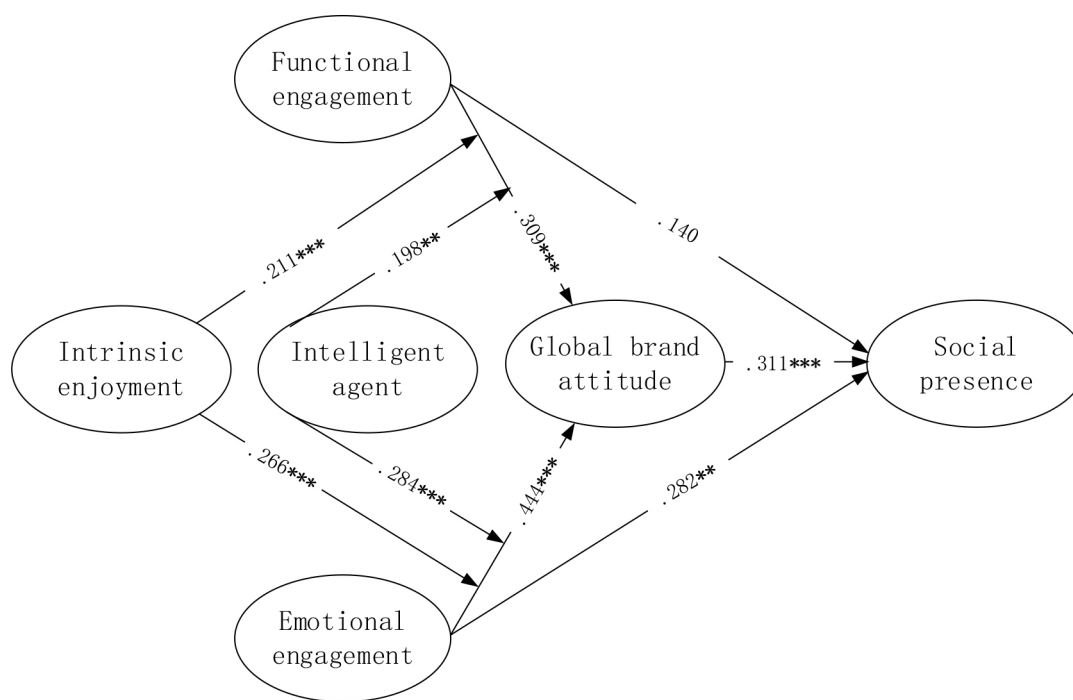


Figure 1 Analysis results

Note: * is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*** is significant at the 0.001 level (2-tailed).

Table 1 Means, standard deviations, CR, AVE, Cronbach's α and bivariate correlations among studied variables. (N = 356)

Variables	M	S.D.	1	2	3	4	5	6	CR	AVE	α	Skewness	Kurtosis
1. FN	4.277	.790	.791						.869	.693	.868	-2.847	7.250
2. EN	4.170	.917	.681**	.832					.900	.693	.900	-2.456	4.462
3. IN	4.197	.786	.304**	.292**	.778				.883	.606	.877	-2.876	7.123
4. IG	4.390	.499	.481**	.439**	.439**	.612			.780	.374	.780	-2.963	9.790
5. LBA	4.038	.848	.555**	.602**	.498**	.420**	.752		.866	.566	.864	-1.911	2.462
6. SP	2.541	.532	.477**	.528**	.352**	.340**	.504**	.807	.848	.651	.849	-2.787	6.223
Gender	1.540	0.499										-0.181	-1.978
Age	4.080	1.273										0.393	-0.316
Education	2.640	0.852										0.324	0.011

Note: * FN, Functional engagement; EN, Emotional engagement; IG, Intelligent agent; IN, Intrinsic enjoyment; LBA, Global brand attitude; SP, Social present.

** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

*** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). α refers to Cronbach's Alpha; the value of | the diagonal is the square root of AVE.

Table 2 Results of SEMs: Comparative fit index. (N = 356)

Model	Factors	χ^2	$\Delta\chi^2$	df	Δdf	χ^2/df	GFI	AGF	CFI	PCFI	FMIN	RMSEA	CAIC	SRMR
Model 1	FE>LBA, FE>LBA, LBA>SP	129.489		100		1.295	0.958	0.942	0.991	0.826	0.365	0.029	376.986	0.0493
Model 2	FE>LBA, FE>LBA, LBA>SP, EN>SP	104.918	24.571***	99	1	1.060	0.965	0.952	0.998	0.824	0.296	0.013	359.291	0.0268
Model 3	FE>LBA, FE>LBA, LBA>SP, FN>SP	111.217	18.272***	99	1	1.123	0.963	0.950	0.996	0.822	0.313	0.019	365.59	0.0307
Model 4	FE>LBA, FE>LBA, LBA>SP, EN>SP, EN>SP	102.699	26.79***	98	2	1.048	0.966	0.953	0.999	0.816	0.289	0.012	363.947	0.0254

Note: * FN, Functional engagement; EN, Emotional engagement; IG, Intelligent agent; IN, Intrinsic enjoyment; LBA, Global brand attitude; SP, Social present.

** Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

*** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Table 3 Hierarchical regression analysis results. (N = 356)

Variables	Intelligent agent						Intrinsic enjoyment					
	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4	Model 5	Model 6	Model 7	Model 8	Model 9	Model 10	Model 11	Model 12
Gender	.005	-.017	-.015	.005	-.008	.010	.005	-.029	-.011	.005	-.019	-.007
Age	-.033	-.014	-.011	-.033	-.042	-.050	-.033	.009	.002	-.033	-.019	-.020
Education	-.188***	-.108	-.096*	-.188***	-.113**	-.104*	-.188***	-.100	-.068	-.188***	-.106**	-.086
FE		.448***	.541***						.434***	.529***		
EN					.512***	.600***					.557***	.492***
IG		.192***	.270***		.182***	.328***						
IN							.359***	.469***	.359***		.344***	.435***
FN x IG			.198**									
next						.284***						
FN x IN									.266***			
EN x IN												.212***
R^2	.029**	.341***	.358***	.029**	.399***	.438***	.029**	.438**	.480***	.029**	.481***	.508***
ΔR^2	.037	.313	.018	.037	.371	.040	.037	.401	.043	.037	.451	.029
F-value	4.538**	37.805***	34.014***	4.538**	48.210***	47.180***	3.169**	54.533***	53.789***	4.538**	66.739***	62.205***

Note: * FN, Functional engagement; EN, Emotional engagement; IG, Intelligent agent; IN, Intrinsic enjoyment; LBA, Global brand attitude; SP, Social present.

** is significant at the 0.05 level (2-tailed).

*** is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**** is significant at the 0.001 level (2-tailed).

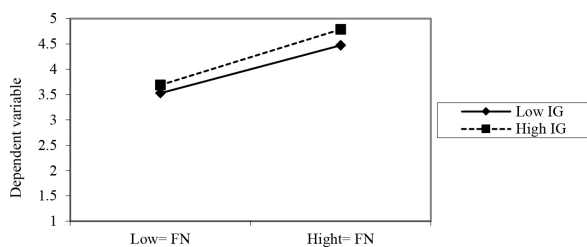


Figure 2 Social media shopping functional engagement and Intelligent agent on global brand attitude.

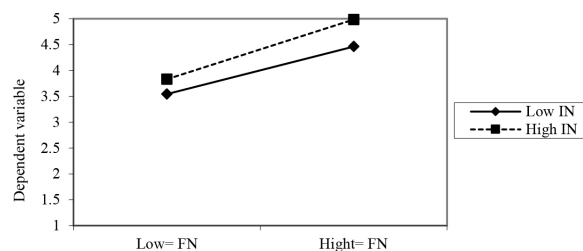


Figure 3 Social media shopping functional engagement and Intrinsic enjoyment on global brand attitude.

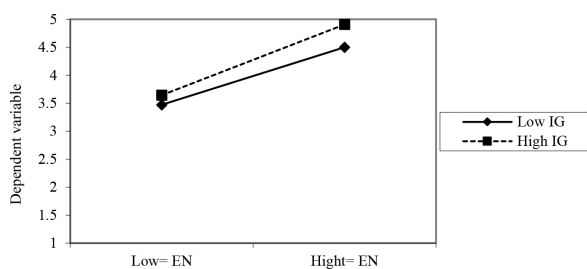


Figure 4 Social media shopping emotional engagement and Intelligent agent on global brand attitude.

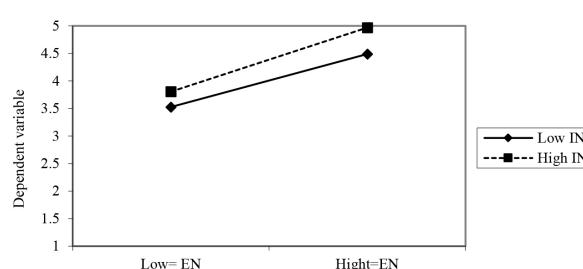


Figure 5 Social media shopping emotional engagement and intrinsic enjoyment on global brand attitude.

Conclusion

Means, standard deviations, and correlations for all variables included in the study (shown in Table 1). Demographic variables were not associated with engagement in social media buying Global brands or engagement in offline consumption. Emotional engagement and functional engagement measurements have significant zero-order correlations with consumer attitudes and social presence, providing preliminary evidence that consumer engagement in social media shopping relates to thinking, behavior, and attitudes during the buying process.

The main effect hypothesis test: Are social media Global brand shopping, emotional engagement and functional engagement related to consumer attitudes and social presence?

In order to test Hypothesis 1 and 3, the relationship between Emotional engagement and Functional engagement of consumers who purchased Global brands on social media; A significant positive correlation with Functional engagement (0.444, 0.309) supports Hypotheses H1, H3.

Hypothesis 2 and Hypothesis 4 of this study predict a positive relationship between Emotional engagement and Functional engagement of the global brand in social media purchases and consumers' social presence. (as shown in Table 4) After controlling for demographic variables, social media shopping Emotional engagement significantly positively predicts consumers' social presence (0.282), supporting Hypothesis 3. There was no significant correlation (0.140) between functional

engagement on social media shopping and social history, which does not support Hypothesis 4.

Mediating Hypothesis Test: Do social media users have a positive relationship between mediating social media shopping desire and social presence?

To test Hypothesis 5, predict the mediating effect of consumer attitudes, this study followed the procedure of (Anwar, 2018), using the Bootstrap method based on multivariate regression analysis to further test the mediating effect of quality of life. A structural equation model needs to be established, and AMOS tests the mediation effect.

Moderated Hypothesis Testing: Does providing product information and context moderate the relationship between social media shopping and global brand-consumer attitudes?

Mainly used hierarchical regression analysis to test the proposed hypothesis. This in data analysis study examines how the moderator effect of Intelligent agents and Intrinsic enjoyment affects Global brand attitudes towards functional participation in Intrinsic enjoyment. Statistical analysis results (shown in Table 2), followed by independent and moderated variables to form mean centers to avoid multicollinearity problems (Aiken et al., 1991). All estimated coefficients of variance inflation factor (VIF) in the calculated results were below 10 (Mason & Perreault Jr, 1991), indicating that multicollinearity did not affect the results.

Hypothesis 6 predicts that there is a positive relationship between the Intelligent agent and Functional engagement of consumers'

social media shopping and Global brand consumption attitude (Hypothesis 6a) and between the Intelligent agent and Emotional engagement of consumers' social media shopping and Global brand consumption attitude (Hypothesis 6b). Table 4 shows the results of hierarchical regression analysis models to test this hypothesis. Regarding global brand consumption attitudes, there is a significant interaction between consumers' functional engagement in social media shopping and the intelligent agent supporting product information provision, supporting Hypothesis 6a. Regarding consumer attitudes, there is a significant interaction between Intelligent agents supporting product information provision and Emotional engagement, providing support for Hypothesis 6b.

The results of the moderator variables (shown in Figure 2) show that, compared with consumption in social media shopping, in an information-rich digital age, consumers shopping through intelligent agents on social media, which conveniently provides product information functions, can increase consumption Consumers' consumption attitudes ($\beta = 0.198$, Model 3), the predicted positive relationship between consumers' Emotional engagement in social media shopping is higher and the functional engagement group-buying Global brand ($\beta = 0.284$, Model 6).

Hypothesis 7 predicts that intrinsic consumer enjoyment in social media shopping moderates the positive relationship between Functional engagement and Global brand consumption attitude (Hypothesis 7a) and

Emotional engagement and Global brand consumption attitude (Hypothesis 7b). For the model that predicts consumers' attitudes towards Global brand consumption (see Table 4), there is a significant interaction between consumers' Functional engagement and Intrinsic enjoyment, thus supporting Hypothesis 7a. There is a positive and significant interaction between consumers' Emotional engagement and Intrinsic enjoyment, which can predict Global brand consumption attitude ($\beta = 0.266$, Model 9) (see Table 4), this relationship supports Hypothesis 7b, the results of simple slope analysis (See Figure 3) It shows that for Intrinsic enjoyment is weaker than social media buying Global brand, the positive relationship between Emotional engagement and Global brand consumption attitude is weaker than engagement and Global brand consumption attitude is weaker ($\beta = 0.212$, model 1).

Discussion

According to the theoretical model proposed in this research, different engagements have different degrees of influence on the consumption attitudes of global brands. The external function of consumers' psychological perception lies in their influence on consumer global brands' attitudes and social presence. Emotional engagement enhances consumers' global brand attitudes and social presence; meanwhile, functional engagement reduces consumer global brands' attitudes and the social presence. In addition, when the information provided by the intelligent agent is relatively immediate, the positive impact of emotional

engagement on the attitude of global brands toward luxury consumption is stronger than that of functional engagement. Similarly, when intrinsic enjoyment is relatively optimistic, the positive impact of emotional engagement on the attitude of global brands' consumption and social presence is stronger than that of functional engagement.

1. Study limitations and contributions

This study uses intelligent agent and intrinsic enjoyment as a moderator variable to explain how consumer motivation affects global brands' consumption attitudes and supplements this topic to propose new ideas for related research for further exploration in future research. This research also supplements the theory of information richness to explore one of the main contextual factors that influence consumer motivations on luxury consumption attitudes, that is, to introduce information richness and open up new perspectives on contextual factors.

2. Study limitations and future studies

Posts with videos increase shares (Ji et al., 2019). Examine visual content such as images or videos to grasp individual attention more efficiently than plain text (Bartschat et al., 2021). Since consumer engagement in multimedia content can provide supplemental information, individuals can obtain additional information to better understand the content of the information; the richness of the media should facilitate understanding; therefore, the inclusion of images or the content of the videos tends to be low in word count and often gives people visual cues. Thus, individuals are more

likely to engage in misinformation dissemination triggered by a high degree of media richness.

Finally, future research could explore how much they affect the non-Global brand

and Global brand sustainable information processing. Such research will help brand managers structure messages to trigger the desired cognitive and emotional processes.

References

- Aiken, L. S., West, S. G., & Reno, R. R. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Sage Publications.
- Algharabat, R., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., Alalwan, A. A., & Qasem, Z. (2018). The effect of telepresence, social presence and involvement on consumer brand engagement: An empirical study of non-profit organizations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 139-149.
- Algharabat, R. S., & Rana, N. P. (2021). Social commerce in emerging markets and its impact on online community engagement. *Information Systems Frontiers*, 23(6), 1499-1520.
- Amin, M., Ryu, K., Cobanoglu, C., & Nizam, A. (2021). Determinants of online hotel booking intentions: Website quality, social presence, affective commitment, and e-trust. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 30(7), 845-870.
- Anwar, M. (2018). Business model innovation and SMEs performance—Does competitive advantage mediate? *International Journal of Innovation Management*, 22(7), 1-31.
- Bartschat, M., Cziehso, G., & Hennig-Thurau, T. (2021). Searching for word-of-mouth in the digital age: Determinants of consumers' uses of face-to-face information, internet opinion sites, and social media. *Journal of Business Research*, 141, 393-409.
- Calder, B. J., Malthouse, E. C., & Schaedel, U. (2009). An experimental study of the relationship between online engagement and advertising effectiveness. *Journal of Interactive Marketing*, 23(4), 321-331.
- Cheung, M. L., Pires, G. D., Rosenberger, P. J., Leung, W. K., & Sharipudin, M. N. S. (2021). The role of consumer-consumer interaction and consumer-brand interaction in driving consumer-brand engagement and behavioral intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 1-13.
- Daft, R., & Lengel, R. (1984). Information richness: A new approach to managerial behavior and organization design. *Research in Organizational Behavior*, 6, 191-233.
- Deprince, E., & Geerts, A. (2019). Evidence on expectations of luxury VS nonluxury consumers on facebook luxury brand pages. *Global Journal of Business Research*, 13(2), 81-94.
- Fernandes, T., & Moreira, M. (2019). Consumer brand engagement, satisfaction and brand loyalty: A comparative study between functional and emotional brand relationships. *Journal of Product & Brand Management*, 28(2), 274-286.

- Ji, Y. G., Chen, Z. F., Tao, W., & Li, Z. C. (2019). Functional and emotional traits of corporate social media message strategies: Behavioral insights from S&P 500 facebook data. *Public Relations Review*, 45(1), 88-103.
- Jiang, C., Rashid, R. M., & Wang, J. (2019). Investigating the role of social presence dimensions and information support on consumers' trust and shopping intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 263-270.
- Lengel, R. H., & Daft, R. L. (1984). *An exploratory analysis of the relationship between media richness and managerial information processing*, Department of Management, Texas A&M University.
- Li, C. Y. (2019). How social commerce constructs influence customers' social shopping intention? An empirical study of a social commerce website. *Technological Forecasting and Social Change*, 144, 282-294.
- Lim, J. S., Hwang, Y., Kim, S., & Biocca, F. A. (2015). How social media engagement leads to sports channel loyalty: Mediating roles of social presence and channel commitment. *Computers in Human Behavior*, 46, 158-167.
- Liu, X., Shin, H., & Burns, A. C. (2021). Examining the impact of luxury brand's social media marketing on customer engagement: Using big data analytics and natural language processing. *Journal of Business Research*, 125, 815-826.
- Ma, Y. (2021). Elucidating determinants of customer satisfaction with live-stream shopping: An extension of the information systems success model. *Telematics and Informatics*, 65, 1-17.
- Ming, J., Jianqiu, Z., Bilal, M., Akram, U., & Fan, M. (2021). How social presence influences impulse buying behavior in live streaming commerce? The role of SOR theory. *International Journal of Web Information Systems*, 17(4), 300-320.
- Mohammad, J., Quoquab, F., & Sodom, N. Z. M. (2020). Mindful consumption of second-hand clothing: The role of eWOM, attitude and consumer engagement. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 25(3), 482-510.
- Molinillo, S., Anaya-Sánchez, R., & Liébana-Cabanillas, F. (2020). Analyzing the effect of social support and community factors on customer engagement and its impact on loyalty behaviors toward social commerce websites. *Computers in Human Behavior*, 108, 1-12.
- Oe, H., Sunpakit, P., Yamaoka, Y., & Liang, Y. (2018). An exploratory study of Thai consumers' perceptions of "conspicuousness": A case of luxury handbags. *Journal of Consumer Marketing*, 35(6), 601-612.
- Patrakosol, B., & Lee, S. M. (2013). Information richness on service business websites. *Service Business*, 7(2), 329-346.

- Qiu, L., Hu, D., & Wang, Y. (2020). How do firms achieve sustainability through green innovation under external pressures of environmental regulation and market turbulence? *Business Strategy and the Environment*, 29(6), 2695-2714.
- Rosenbaum, M. S., Ramirez, G. C., El-Manstrly, D., & Sit, J. (2021). Shoppers' neural responses to the mere social presence of others: Insights from an enclosed mall. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 31(3), 281-298.
- Shankar, S., & Tewari, V. (2021). Understanding the emotional intelligence discourse on social media: Insights from the analysis of twitter. *Journal of Intelligence*, 9(56), 1-17.
- Siepmann, C., Holthoff, L. C., & Kowalczyk, P. (2021). Conspicuous consumption of luxury experiences: An experimental investigation of status perceptions on social media. *Journal of Product & Brand Management*, 31(3), 454-468.
- Tseng, F. C., Cheng, T., Yu, P. L., Huang, T. L., & Teng, C. I. (2019). Media richness, social presence and loyalty to mobile instant messaging. *Industrial Management & Data Systems*, 119(6), 1357-1373.
- Wang, L., Wang, Z., Wang, X., & Zhao, Y. (2021). Assessing word-of-mouth reputation of influencers on B2C live streaming platforms: The role of the characteristics of information source. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(7), 1544-1570.
- Wang, W., Chen, R. R., Ou, C. X., & Ren, S. J. (2019). Media or message, which is the king in social commerce?: An empirical study of participants' intention to repost marketing messages on social media. *Computers in Human Behavior*, 93, 176-191.
- Wu, J. J., Khan, H. A., Chien, S. H., & Wen, C. H. (2021). Effect of customization, core self-evaluation, and information richness on trust in online insurance service: Intelligent agent as a moderating variable. *Asia Pacific Management Review*, 27(1), 18-27.



Name and Surname: Chenicha Praphruetmon

Higher Education: Ph.D. Journalism and Communication,
Shanghai Jiaotong University

Affiliation: Bangkok University

Field of Expertise: Strategy for Consumer Communication

BEHAVIORAL DETERMINANTS ON ACCEPTANCE OF THAI E-MARKETPLACE

Jutha Juthasilaparutt¹ and Sunida Piriypada²

^{1, 2}International Collage, Panyapiwat Institute of Management

Received: July 2, 2021 / Revised: December 2, 2021 / Accepted: December 3, 2021

Abstract

The role of e-marketplace in Thailand is becoming increasingly important in Thai people's daily life because it is convenient and fast. As a result, online commerce has grown rapidly and simultaneously. This research was aimed to (1) investigate factors that affect the users' behavioral intentions for using e-marketplace by using the Extended Technology Acceptance Model (TAM) with customized external variables and (2) study which influencing factors are the key factors that make users use e-marketplace regularly.

An online survey questionnaire had been distributed to 416 people who were familiar with e-marketplace platforms, and the research data were analyzed with the use of the partial least square structural equation modeling (PLS-SEM). In the research findings, it was found that (1) sale promotion and game mechanic factors had significant effects on perceived usefulness, while sales promotion factor and family and friends factor had significant effects on perceived ease of use and (2) both perceived usefulness and perceived ease of use also had statistically significant effect on behavioral intentions of the users for the use of e-marketplace. In the conclusion, this paper presented the important administrative recommendations for creating satisfaction of e-marketplace users that would create higher acceptance for using e-marketplace in Thailand.

Keywords: E-marketplace, Technology Acceptance Model, Structural Equation Modeling, PLS-SEM, Thailand

Introduction

E-marketplace or electronic marketplace are known as the virtual marketplace. According to Siritida (2018), e-marketplace is the online platform that connect between sellers and consumers. People can trade goods and services, create the online communities, share data and information, and use payment

services. E-marketplace has become popular because they are easy to use, convenience and providing various choices for customers to choose before buying products. E-marketplace have increased benefits for both buyers and suppliers, and they have spent lots of money to attract (Nigam et al., 2020).

In Thailand, e-commerce expected to

reach 1.6 trillion baht at the end of 2020. The number was driven by coronavirus outbreak (International Trade Administration, 2021). Even there were only almost 15 million users who had shopped online, they had spent huge amount of money which are around 60,000 baht per year (Edgar, Dunn and Company, 2019). In today's context, most e-marketplace allow customers to compare price before purchasing (Murtaza et al., 2004). Therefore, it is the challenge for this market to understand what factors make users accept one platform over the others which this paper would focus on this point.

Research Questions

1. What are the main factors affecting behavior to use e-marketplace?
2. What is valuable information for e-marketplace providers to use for magnetizing new users?

Objectives

This study aims to achieve the following objectives:

1. To investigate factors that affect behavior's user intention for using e-marketplace by using Extended Technology Acceptance Model (TAM) with customized external

variables.

2. To study which influencing factors are the key that make users use e-marketplace regularly.

Significant of Research

This research emphasized on aspects of users' sides. It is important to understand users' aspects that play key roles on users' decisions on using e-marketplace. This would help e-marketplace marketers make extraordinary strategies to gain more users.

Literature Review

In the literature review part, the researcher explained the theories, variables, and the result of related literatures which relate to e-marketplace.

Introduction of relevant variables

Technology Acceptance Model (TAM)

TAM model, it is the tailored model from TRA model for using about computer acceptance (Davis, 1985). The capable of TAM is it helps explain and predict behavior of users whether they will accept the technology or not. TAM model has separated external variables from internal beliefs which divide to perceived usefulness and perceived ease of use.

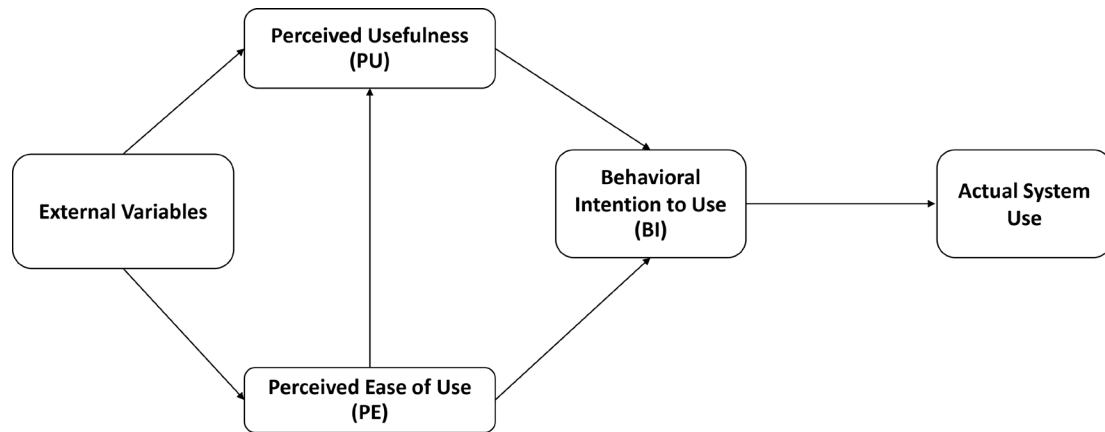


Figure 1 Extended Technology Acceptance Model (TAM)

Note: Adapted from Davis (1989)

Extended Technology Acceptance Model

In one of the experimental from Davis (1989), attitude variable was removed from the model because it could not cover total effects from perceived usefulness and perceived ease of use. Therefore, perceived usefulness and perceived ease of used were set to affect directly to behavioral intentions.

Perceived Usefulness (PU)

It is defined as degree of people's belief in the specific system whether it will increase their quality of lives (Davis, 1989).

Perceived Ease of Use (PE)

It is a degree of difficulty of the specific systems (Davis, 1989). The simplicity of the systems is one of the main factors for users whether they decide to continuously use the systems or not.

Behavioral Intention to Use (BI)

It is intention of people to utilize their acts for doing what they aim (Ajzen, 1991). The planned behavior is apart from theory

of reasoned action (Ajzen & Fishbein, 1980). Intention is assumed to receive effects from related factors.

Extended Variables

According to Gefen et al. (2003), the original TAM model could not explain all effects of e-shop purchasing. Therefore, other variables must be added to the model.

Sales Promotions (PR) was known as one of the essential variables that can drive growth on e-marketplace platform (Standing & Standing, 2015). In Thai market, customers who used e-marketplace got attracted by discounts and gifts that were promoted through various media and marketing activities (Deelers & Rattanapongpun, 2018). In the paper term, promotions are the marketing strategies.

Family and friends (FF) were other variables that had been chosen to use in this paper. They could directly tell a person or demonstrate to others or they can indirectly affect by observation (Strong & Eftychia, 2006). Another research also found out that a peer

group can influence a person to follow which led to conformity between people (Solomon et al., 2002)

Gamification (GM) was defined as the mechanism for providing gaming experiences in non-related game context (Sebastian et al., 2011). In one of the recent studies, researchers found out that achievement and reward

from a game in the shopping application can increase consumer's enjoyment which make they buy more goods (Lin et al., 2020), and it also as a positive impact on online platforms usage (Aparicio et al., 2021). Therefore, these variables would be used for making conceptual framework they have affected on intention to use e-marketplace.

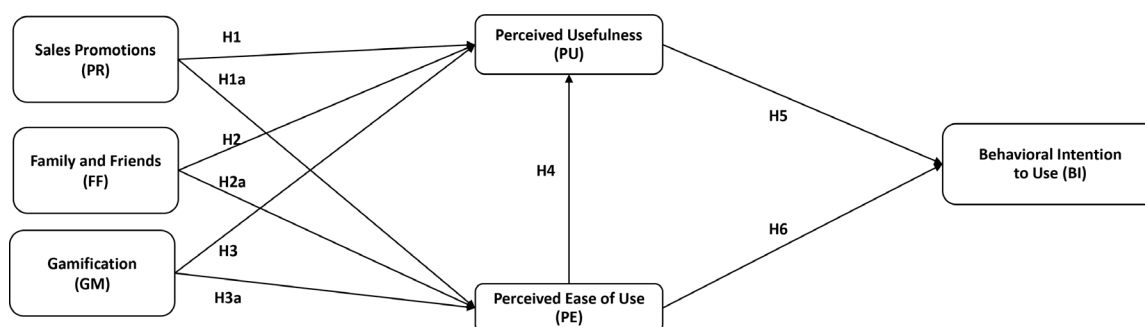


Figure 2 Conceptual Framework Adapted extended TAM model

Noted: Author's Calculation

Conceptual Framework

The conceptual framework of this paper was designed and modified from technology acceptance model which conducted from the literature review and adding extended variables.

Research Hypothesis

This research had nine hypothesizes that derived from literature review and conceptual framework.

H_1 : Sales Promotions positively influences Perceived Usefulness

H_{1a} : Sales Promotions positively influences Perceived Ease of Use

H_2 : Family and Friends positively influence Perceived Usefulness

H_{2a} : Family and friends positively influence Perceived Ease of Use

H_3 : Gamification positively influences Perceived Usefulness

H_{3a} : Gamification positively influences Perceived Ease of Use

H_4 : Perceived ease of use positively influences Perceived Usefulness

H_5 : Perceived Usefulness positively influences Behavioral Intention to Use

H_6 : Perceived Ease of Use positively influences Behavioral Intention to Use

Methodology

This research was mainly focus on the survey that emphasizes users of e-marketplace.

Population

This research used a quantitative method as we collect data and used Yamane method for calculating sample size. The target group was people who normally use e-marketplace in Thailand. These respondents

Sample size

The sample size calculated by using Yamane's formula with 95% confident interval. By using Yamane's formula, the number of the sample was equal to 400 persons.

Sampling Techniques

This research used exploration method for gathering information along with convenient sampling method and self-selected online surveys methods. The survey was in an anonymous form.

Data Collecting & Data Analysis

This survey questionnaire was divided into three parts which were demographics, general information, and the third part was designed to contribute to the concept of hypothesis in this research. Likert scale 1-5 method was used with the questions After that, this paper adapted Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM) model and computed with the composition modeling analysis software called Adanco version 2.2.1. This survey had been conducted between December 2020-January 2021.

Reliability tests

Cronbach's alpha was tested in a sample group, and it should not lower than

0.7 (Nunnally, 1978). The questionnaire had been tested two times with 30 respondents and the result were over 0.7 which mean they were acceptable.

Results

Research Analysis and Result

This research adapted various tools for analyzing data from the questionnaire survey. Demographic and general information used descriptive tools while variables and correlations used specific methods.

Descriptive analysis

There were 416 respondents that answered the questionnaire survey about the acceptance of e-marketplace in Thailand.

Demographic of Respondents

Most respondents were women as the amount was 270 persons, while men were 90 and LGBTQ were 56. Furthermore, the majority of the respondents were teenagers as their ages were around 20-30 years old. 80% of respondents had a job as government officers and private employees. 37% of respondents have income around 10,000-30,000 baht while 35% have income 30,000-50,000 baht. Only 18% have income over 50,000 baht and 11% have less than 15,000 baht.

General information of respondents about e-marketplace in Thailand

41% of respondents only enter e-marketplace 1 time per week or more while 17% of respondents entered e-marketplace every day. Shopee, Lazada, and Central Online were the top three e-marketplace that people chose which cover 98%, 76%, and 31% of

respondents, respectively. Most products that people bought from e-marketplace were fashion apparel, personal care, and consumer electronics products as they were top-three choosing categories in the survey.

Test of normality

To test normality characteristics, the researchers used skewness and kurtosis methods to measure. Skewness uses for observing the symmetry of variables. Skewness score should be -1 to 1 and kurtosis should be -2 to 2. The result indicated that all data is in the acceptable value even some were a bit over the normal rate. However, it was not too much for the calculations.

Test of internal reliability and convergent validity of the data

When the data was confirmed for SEM model. The researcher used Cronbach's alpha to test internal reliability. Average Variance Extracted (AVE), Composite Reliability (CR) and factor loadings were used for calculating convergent validity. AVE's minimum should be over 0.5 and CR value and factor loadings should be over 0.7 (Hair et al., 2017). From the result, all variables passed the criteria, which meant this survey were correlated with the validated measure. All results showed in Table 1.

Table 1 Measurement Model

Construct	AVE	CR	Cronbach's alpha
PR	0.6190	0.8661	0.7976
FF	0.6690	0.8896	0.8338
GM	0.7880	0.9488	0.9323
PU	0.5977	0.8813	0.8319
PE	0.7765	0.9124	0.8559
BI	0.7359	0.9175	0.8797

Variable correlations

Correlations between variables made researcher to understand the relationships whether they were unique or represented by other variables in the mode (Hair et al., 2017). For PLS-SEM, Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations (HTMT) was used and the value must not over 0.85, otherwise, it means variables are not highly correlated with other variable (Ab Hamid et al., 2017)

Hypothesis Analysis

According to table 2, sales promotion

affected on both perceived usefulness and perceived ease of use. Family and friends only affect to perceived ease of ease of use. Gamification affected to perceived usefulness. Next, perceived ease of use positively affected on perceived usefulness as H_4 was supported. Perceived ease of use also positively affected on behavioral intentions as H_5 was supported. Lastly, perceived usefulness positively affected behavioral intentions as H_6 was supported.

Table 2 Analysis of the Model

Effect	Path Coefficient	t-value	Cohen's f^2	p-value (2 sided)	Result
H_1 : PR $\rightarrow$ PU	0.175	4.174	0.047	0.000	Supported
H_{1a} : PR $\rightarrow$ PE	0.400	8.113	0.193	0.000	Supported
H_2 : FF $\rightarrow$ PU	0.073	1.438	0.009	0.151	Not supported
H_{2a} : FF $\rightarrow$ PE	0.262	5.209	0.082	0.000	Supported
H_3 : GM $\rightarrow$ PU	0.187	4.764	0.066	0.000	Supported
H_{3a} : GM $\rightarrow$ PE	0.030	0.689	0.001	0.491	Not supported
H_4 : PE $\rightarrow$ PU	0.522	8.330	0.415	0.000	Supported
H_5 : PU $\rightarrow$ BI	0.452	10.844	0.227	0.000	Supported
H_6 : PE $\rightarrow$ BI	0.334	6.497	0.124	0.000	Supported

Result of Hypothesis Paths Figure 3 illustrated that 52.3% of users accept e-marketplace as the hypothesis were tested by adapting technology acceptance

model with customized external variables to sales promotions, family and friends, and gamification. The path result is shown in the figure below:

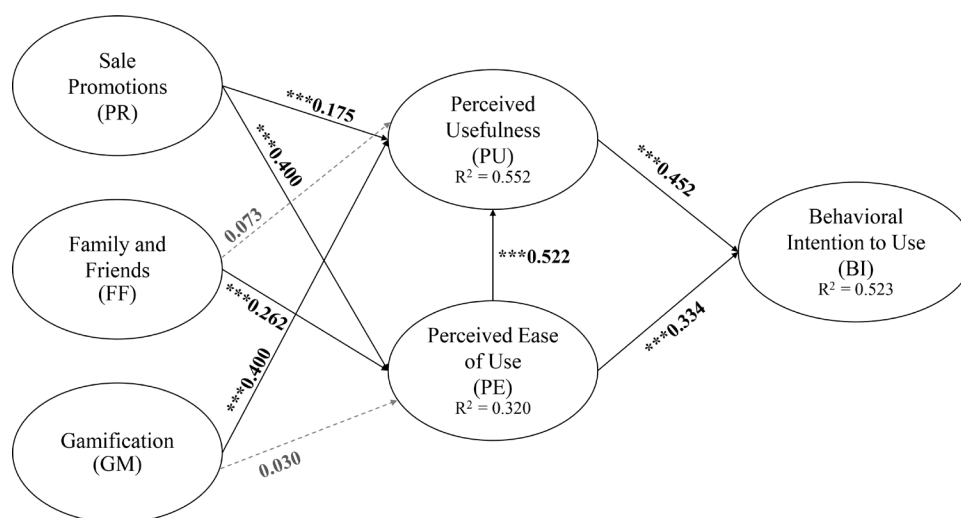


Figure 3 The Results of Structural Model

Note: Author's Calculation

R^2 for PU = 55.2%, R^2 for PE = 32.0%, R^2 for BI = 52.3%, *** $p < 0.001$

Author's calculation with ADANCO 2.2.1 Bootstrap

Effect on the model

By analyzing influencing 10 paths, perceived ease of use positively influences

to behavioral intention path was the strongest path while the rest of influence paths have range between 0.4 to 0.1.

Discussion and Contributions

Discussion

This research developed to observe the users' intentions to use e-marketplace by adapt technology acceptance model (TAM) to determine behavior of people. Perceived usefulness and perceived ease of use were important for people to accept the e-marketplace as other success research papers had tested.

Firstly, talking about promotions, it was one the all-time effective strategy that can change people behavior as it effects on both perceived usefulness and perceived ease of use as the result showed that H_1 and H_{1a} .

Next was family and friends. From the result, family and friends had slightly influenced on usefulness but, since, the result was not in significant level, as H_2 was rejected. However, it seemed to have positively influence on ease of use as H_{2a} was supported.

Gamification was variable H_3 and H_{3a} . It meant that it worked when people used functions of e-marketplace, but it required complex processes, so perceived ease of use was rejected. The result differed from what (Kamboj et al., 2020) found. They found that gamification was significant to perceived ease of use.

Theoretical Contributions

By using TAM model, it helped provide solutions to understand people's behaviors. This theory often uses for analyzing people on innovative technologies that occur to the societies the consist of two essential variables that analyze people's decisions

on using technologies which are usefulness, ease of use, and external variables that can be modified. Thus, the model helps provide clear information to researcher to study and understand acceptance's condition. TAM model also opens for researchers to use choose external factors without creating new model, hence, it is easier for other researcher to understand perceptions of Thai people even they come from different countries or study in different contexts.

Managerial Contributions

This research contributed benefits to the managerial contributions. Firstly, e-marketplace platform must focus on their promotions. It was undeniable that promotions attract customers to use e-marketplace in both ways that were usefulness and ease of use. In one paper, it mentioned that success of Thai e-marketplace was sales marketing because it was easy to use and effective in term of benefits (Naovararat & Juntongjin, 2015). Furthermore, promotion events could increase perceived usefulness and it also increased purchase intention (Sundjaja et al., 2020). Moreover, in another research, flash sale event and discount in Lazada could increase perceived ease of use (Pratama et al., 2019). This meant sales promotion increase both usefulness and ease of use if they were use in the right way.

Secondly, family and friends had effects to ease of use. Marketers can leverage this strength by adopting social media to set the marketing plan. This group used social media to exchange data, chat, and search

for information and one of the papers found that social media were extremely useful for their lives (Alduaij, 2019). This went along with another paper that confirmed that family and friends were one of the main influencers who could persuade elderly to purchase product through online channel (Charoenpiriyaves, 2020). Another Thai paper also found out that social media help users to find information which increases customer's buying intentions (Naovarat & Juntongjin, 2015). However, it was surprised that family and friends were insignificant on perceived usefulness such as in the work (Charoenpiriyaves, 2020; Vongurai, 2021). Although, this paper could not confirm the significant of relationship like other paper, but most paper likely to explain that this relationship often occurs with older people while most of the respondents in this paper were young people who were familiar with technology.

Thirdly, gamification was only affected on usefulness. Gamification required complex skills from users. Therefore, it must have easy and simple interface to use. Even gamification made users loyal to platform, if it was too complicated to do, users might consider the complicated processes in exchange for the benefit of use (Schuldt & Friedemann, 2017). For example, rewarding systems can increase value equity through cash back rewards, and developing virtual community can increase interaction between users, sellers, and service

providers (Widarto et al., 2019). The result of gamification in this paper differed from other paper such as Kamboj et al. (2020) because the questionnaire of others mentioned about how to access and play game while this paper focus on the value of time in exchange for prizes. Nonetheless, this paper mentioned convenience which was more accurate to perceived ease of use in this paper as they talked about how gamification fit in daily's lives.

Limitation and Suggestion

This result only test on 405 respondents, so the results might be varied if the sample size has changed. Another limitation was user interface variables had been removed from the actual test because it is unreliable when the sample size is bigger, so a new researcher can study more on this topic. Furthermore, according to Ajibade (2018), TAM model was suggested to use for conceptualizing the individual perception, so, this paper could be used for analyzing users' behaviors but not for addressing the use of business technology as there are available tutorials to study how to use. Further studies are required to explore more variables and elements that affect people who adapt to use e-marketplace among nationwide. They should be examined to unveil more reliable findings to understand the adaptation of e-marketplace that grow up every second and might become the main channel in the future.

References

- Ab Hamid, M. R., Sami, W., & Sidek, M. M. (2017). Discriminant validity assessment: Use of fornell & larcker criterion versus HTMT criterion. *Journal of Physics: Conference Series*, 890 (2017), 012163. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/890/1/012163>
- Adawi, M., Bragazzi, N., Villar, L. A., Boada-Grau, J., Vigil-Colet, A., Yildirim, C., Puente, G. D., & Watad, A. (2018). Translation and validation of the Nomophobia questionnaire (NMP-Q) in the Italian language: Insights from factor analysis. *JMIR mHealth and uHealth*, 6(1), e24. <https://doi.org/10.2196/mhealth.9186>
- Ajibade, P. (2018). *Technology acceptance model limitations and criticisms: Exploring the practical applications and use in technology-related studies, mixed-method, and qualitative researches*. Library Philosophy & Practice in 2018.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice-Hall.
- Alduaij, M. (2019). Employing the technology acceptance model to explore the trends of social media adoption and its effect on perceived usefulness and perceived ease of use. *Journal of Information Technology Management*, 11(2), 129-143.
- Aparicio, M., Carlos J., C., & Moises, R. (2021). Gamification and reputation: Key determinants of e-commerce usage and repurchase intention. *Heliyon*, 7(3), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06383>
- Charoenpiriyaves, K. (2020). *Online marketing strategies & older population* [Master's thesis]. Mahidol University. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/3687>
- Davis, F. D. (1985). *A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results*. Sloan School of Management: Massachusetts Institute of Technology.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Deelers, S., & Rattanapongpun, S. (2018). The factors that influence consumer with purchasing decisions process of e-commerce market niches. *Veridian E-journal Silpakron University*, 11(1), 2303-2323.
- Edgar, Dunn and Company. (2019). *E-commerce payments trends*. Jpmorgan. <https://www.jpmorgan.com/merchant-services/insights/reports/thailand>
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. (2003). Trust and tam in online shopping: An Integrated model. *MIS Quarterly*, 2, 51-93.

- Hair, J. F. Jr., Matthews, L., Matthews, R., & Sarstedt, M. (2017). PLS-SEM or CB-SEM: Updated guidelines on which method to use. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2), 107-123. <https://doi.org/10.1504/IJMDA.2017.087624>
- International Trade Administration. (2021, August 16). *E-commerce*. Trade. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/thailand-ecommerce#:~:text=According%20to%20a%20JP%20Morgan,regional%20forerunners%20for%20mobile%20commerce>
- Kamboj, S., Rana, S., & Drave, V. A. (2020). Factors driving consumer engagement and intentions with gamification of mobile apps. *Journal of Electronic Commerce in Organizations (JECO)*, 18(2), 17-35. <https://doi.org/10.4018/JECO.2020040102>
- Lin, Z., Zhen, S., Xiaotong, L., & Yuqiang, F. (2021). Gamification and online impulse buying: The moderating effect of gender and age. *International Journal of Information Management*, 61, 102267. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102267>
- Murtaza, M., Gupta, V., & Carroll, R. (2004). E-marketplaces and the future of supply chain management: Opportunities and challenges. *Business Process Management Journal*, 10(3), 325-335.
- Naovarat, S., & Juntongjin, P. (2015). Factor that affecting success of e-marketplace in Thailand. In *2015 International Conference on Computer Science and Information Systems* (pp. 24-25). ICCSIS-15.
- Nigam, A., Dewani, P., & Behl, A. (2020). Exploring deal of the day: An e-commerce strategy. *Benchmarking: An International Journal*, 27(10), 2807-2830. <https://doi.org/10.1108/BIJ-03-2020-0129>
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric theory*. McGraw-Hill.
- Pratama, R. I., Megadini, D. D., & Kusriandini, T. (2019). Effect of perceived ease of use, word-of-mouth communication, and brand image on decision to use lazada e-commerce services. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6, 173-186. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v6i1.533>
- Schuldt, J., & Friedemann, S. (2017). *The challenges of gamification in the age of Industry 4.0: Focusing on man in future machine-driven working environments*. IEEE.
- Sebastian, D., Dan, D., Rilla, K., & Lennart, N. (2011). From game design elements to gamefulness: Defining “Gamification”. In *The 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments* (pp. 9-15). <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>
- Siritida, P. N. (2018, January 30). *Permission for Commercial Banks and companies within financial business group to provide e-Marketplace Platform*. BOT. https://www.bot.or.th/Thai/PressandSpeeches/Press/News2561/n0761t_annex.pdf
- Solomon, Y., Warin, J., & Lewis, C. (2002). Helping with homework? Homework as a site of tension for parents and teenagers. *British Educational Research Journal*, 28(4), 603-622. <https://doi.org/10.1080/0141192022000005850a>

- Standing, S., & Standing, C. (2015). Service value exchange in B2B electronic marketplaces. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 30(6), 723-732.
- Strong, C., & Eftychia, S. (2006). The influence of family and friends on teenage smoking in Greece: Some preliminary findings. *Marketing Intelligence & Planning*, 24(2), 119-126.
- Sundjaja, A., M., Arisanto, G. V., & Fatimah, S. (2020). The Determinant factors of e-commerce usage behavior during flash sale program. *CommIT Journal: Communication and Information Technology*, 14, 65-72. <https://doi.org/10.21512/commit.v14i2.6582>
- Vongurai, R. (2021). Factors influencing consumer attitudes and purchase intentions of flash sale through online shopping platforms. *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University*, 11(1), 1-20.
- Widarto, R., Hatta, I. H., & Evi, T. (2019). Determinants of trust and customer loyalty on C2C e-marketplace in Indonesia. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 10(3), 119-129. <https://doi.org/10.34218/IJM.10.3.2019.012>



Name and Surname: Jutha Juthasilaparutt

Highest Education: Bachelor's Degree, Mahidol University

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Strategic Planning, Marketing, Process improvements, and Economics



Name and Surname: Sunida Piriypada

Highest Education: Doctor of Management in Technical Economics and Management, Dalian University of Technology

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Environmental Economics, Digital Marketing, and Consumer BEHAVIOR

กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทย ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ

STRATEGIES OF INCREASING COMPETITIVE CAPABILITY FOR THAI ONLINE BUSINESS ENTREPRENEURS IN THE LIVE COMMERCE MODEL

ธีรศานต์ สหัทธาศน์

Tirasan Sahatsapas

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

School of Business Administration, Sripatum University

Received: July 1, 2022 / Revised: August 5, 2022 / Accepted: August 8, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจออนไลน์ไทยที่ใช้รูปแบบการไลฟ์ คอมเมิร์ซ และพัฒนากลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจออนไลน์ไทยที่ใช้รูปแบบการไลฟ์ คอมเมิร์ซ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณในผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทย จำนวน 385 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยในขั้นแรกทำการสุ่มแบบโควตา ตามสัดส่วนประเภทของผู้ประกอบการ และทำการสุ่มแบบง่าย การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพโดยทำการสัมภาษณ์ในผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบการบริหารจัดการความสามารถทางการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทยในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ จำนวนตัวอย่าง 5 คน ได้แก่ ผู้บริหาร จำนวน 2 คน เจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคล จำนวน 1 คน พนักงานปฏิบัติงาน จำนวน 2 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของตัวแปร และทำการสรุปผลสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท และส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานธุรกิจออนไลน์ระหว่าง 2-5 ปี ปัจจัยการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ (Live Commerce) 3 อันดับ ได้แก่ ด้านศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ($\bar{X} = 3.82$) ด้านการจัดการวัตถุดิบ ($\bar{X} = 3.90$) และด้านเทคโนโลยีและการผลิต ($\bar{X} = 3.85$) ดังนั้นรูปแบบกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของธุรกิจซึ่งประกอบด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ การจัดการวัตถุดิบ การพัฒนาเทคโนโลยีและการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัย การจัดการธุรกิจและการตลาด การจัดระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมวิจัย ช่วยให้ผู้ประกอบการบริหารระบบและพัฒนากิจการดำเนินงานขององค์กรให้มีศักยภาพเพิ่มที่ในการทำงาน และการสนับสนุนจากภาคผลิตภัณฑ์และหน่วยงานสาธารณะ โดยการเพิ่มขีดความสามารถขององค์กร ควรทำ

ควบคู่กับการวัดผลสัมฤทธิ์การทำงานด้านความประหยัด ประสิทธิภาพการทำงาน และประสิทธิผลการทำงาน ร่วมด้วย เพื่อเป็นตัวชี้วัดถึงผลการทำงานในการปรับปรุงและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจตนเอง ให้พัฒนาอยู่เสมอทั้งในปัจจุบันและวางแผนการดำเนินงานเพื่ออนาคต

คำสำคัญ: ความสามารถทางการแข่งขัน ธุรกิจออนไลน์ โลฟ คอมเมอร์ซ

Abstract

The purposes of this research are to study the factors that increase the competitive capability of Thai online businesses that use the live commerce model, and to develop strategies for increasing the competitive capability of Thai online businesses that use the live commerce model. This study is a mixed-method research involving the quantitative and qualitative research methodologies. In the quantitative study, the research samples were 385 Thai online business entrepreneurs obtained by multi-stage sampling method. Initially, the quota sampling method was conducted based on the proportion of categories of the entrepreneurs, and then the simple random sampling method was conducted to obtain the samples. In the qualitative study, the research data was collected by conducting interviews of 5 people who were involved with the competitiveness management system for Thai online business entrepreneurs in the live commerce model. These 5 people consisted of 2 executives, 1 HR staff member, and 2 practitioners. The quantitative data was analyzed using the percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis for hypothesis testing according to the variables' priorities and then summarizing the hypothesis testing results at the .05 level of statistical significance.

The results of the study reveal that most of respondents are females, aged between 31-40 years, with single marital status, with the highest educational level of bachelor's degree, and with average monthly income of 20,001-30,000 baht. Most of them have been working in online business for 2-5 years. The three topmost factors for increasing the competitive capability of online business entrepreneurs in the live commerce model are the human resource potential factor ($\bar{X} = 3.82$), the raw material management factor ($\bar{X} = 3.90$), and the technology and production factor ($\bar{X} = 3.85$), respectively. Therefore, regarding the model of strategies for enhancing competitive capability of online business entrepreneurs in the live commerce model, the entrepreneurs should give importance to the development of factors that have impacts on increasing their business's competitive capability which consist of 7 factors, namely, human resources, raw material management, technology and production development, product development from up-to-date technology development, business and marketing management, organizing research industry database system helping entrepreneurs manage the system and develop the organization's operations to the full potential of the work, and the supports from

the product sector and public agencies. The increase of organizational capacity should be done in conjunction with economic performance measurement in the aspects of frugality, work efficiency, and work effectiveness in order to be the key performance indicators of the results of work improvement and increasing the competitive capability of their own business to constantly develop both at the present and in the operational planning for the future.

Keywords: Competitive Capability, Online Business, Live Commerce

บทนำ

ปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ผู้ประกอบการปรับเปลี่ยนลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจออนไลน์เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ได้รับความนิยม อีกทั้งยังมีแนวโน้มการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่น้อยกว่า 15,000 ราย แสดงให้เห็นว่าการลงทุนผ่านระบบเทคโนโลยีได้รับความนิยมและขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Ministry of Commerce, 2020)

รูปแบบของ “ไลฟ์ คอมเมิร์ซ” (Live Commerce) คือ การเชื่อมโยงระหว่างโซเชียลมีเดีย อีคอมเมิร์ซ และสตรีมมิ่ง แพลตฟอร์มเข้าไว้ด้วยกัน ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย หรืออาจจะผ่านโปรแกรมแอปพลิเคชัน ที่เป็นเหมือนเครื่องมือ (Solution) ในการโปรโมทสินค้า โดยผู้ซื้อและผู้ขายสามารถตอบโต้กันได้แบบเรียลไทม์ ทำให้เพิ่มยอดขายได้มากขึ้น เป็นอีกหนึ่งรูปแบบการขายออนไลน์ มีการเข้าถึงลูกค้าอีคอมเมิร์ซที่มีประสิทธิภาพสูงอันดับต้น ๆ ทั้งนี้ในตลาดประเทศไทยในช่วงโควิด 19 ระบาดมากในครั้งแรกปี พ.ศ. 2563 จะเห็นได้ว่าคนไทยมีการช้อปปิ้งผ่านออนไลน์มากขึ้นถึงร้อยละ 40 โดยการไลฟ์ขายสินค้าได้รับความนิยมจากกลุ่มนักช้อปปิ้งผ่านโซเชียลคอมเมิร์ซ โดยคนไทยนั้นช้อปปิ้งผ่านช่องทางไลฟ์มากที่สุดถึงร้อยละ 40 และรองลงมาคือ ช่องทางอีคอมเมิร์ซ ร้อยละ 35 และอื่น ๆ ร้อยละ 25 (MGR online, 2020) ซึ่งแสดงถึงทิศทางการลงทุนของบริษัทเล็ก ๆ ที่เริ่มเข้ามาลงทุนในธุรกิจออนไลน์มากขึ้น ปัจจัยที่เป็นตัวส่งเสริมการเจริญเติบโตของธุรกิจออนไลน์รูปแบบของ “ไลฟ์ คอมเมิร์ซ”

(Live Commerce) คือ อินเทอร์เน็ตที่เร็วขึ้น การจ่ายเงินที่ง่ายขึ้น ระบบ QR Code และเทคโนโลยี Cashless ต่าง ๆ ทั้งนี้ประเทศไทยได้รับอิทธิพลไลฟ์ คอมเมิร์ซมาจากประเทศจีน จากการที่ร้านค้าออนไลน์นำเข้าสินค้ามาจากประเทศจีนโดยตรง รูปแบบการขายในลักษณะนี้มีการเติบโตสูง จึงนำมาปรับใช้ในประเทศไทย ทำให้ธุรกิจรูปแบบของ “ไลฟ์ คอมเมิร์ซ” เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยพบว่า สัดส่วนการค้าผ่านการไลฟ์สดหรือไลฟ์ คอมเมิร์ซ (Live Commerce) ในประเทศไทยได้รับความนิยมและสร้างมูลค่าการค้าขายเท่ากับ 0.84 ล้านล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 22.14 ของการขายออนไลน์) (Electronic Transactions Development Agency [ETDA], 2020) จุดเปลี่ยนของการประกอบธุรกิจออนไลน์เนื่องจากวิกฤตโควิด 19 ทำให้ผู้บริโภคหันมาช้อปปิ้งออนไลน์ และตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าผ่านการติดตาม “ไลฟ์ คอมเมิร์ซ” จากร้านค้าและผู้มีชื่อเสียงในโลกออนไลน์ ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นและนำไปสู่การซื้อสินค้าในโอกาสที่สูงขึ้น ซึ่งในปี พ.ศ. 2568 คาดการณ์การใช้งานรูปแบบโซเชียลคอมเมิร์ซจะเข้าถึงร้อยละ 83 ของประชากร โดยรายได้เฉลี่ยต่อลูกค้า 1 รายต่อปี จะอยู่ที่ 283.33 ดอลลาร์ จากเดิม 243.17 ดอลลาร์ (Rinwong, 2021)

ด้วยความสำคัญข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทย ในรูปแบบการไลฟ์ คอมเมิร์ซ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทยในรูปแบบไลฟ์

คอมเมิร์ซ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาส่งเสริมให้กับธุรกิจออนไลน์ไทยและหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอันนำมาสู่ความแข็งแกร่งและเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจออนไลน์ไทยที่ใช้รูปแบบการไลฟ์ คอมเมิร์ซ
2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจออนไลน์ไทยที่ใช้รูปแบบการไลฟ์ คอมเมิร์ซ

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยขีดความสามารถการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ (Live Commerce) ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทยที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ (Live Commerce) ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทย

ทบทวนวรรณกรรม

ความสามารถในการแข่งขัน

Porter (1985) กล่าวว่า ความสามารถเพิ่มคุณค่าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ การพยายามสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการผลิต ต้นทุน ควรจะมุ่งประสิทธิภาพของการผลิตและปริมาณที่สูง และการสร้างความแตกต่างบนรากฐานความต้องการของลูกค้า ซึ่งถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจมากยิ่งขึ้น

Porter (1985 อ้างถึงใน Jarukornsakul, 2017) ได้ศึกษาปัจจัยการเพิ่มขีดความสามารถการประกอบการทางธุรกิจ สามารถแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านศักยภาพทรัพยากรมนุษย์
2. ด้านการจัดการวัตถุดิบ
3. ด้านเทคโนโลยีและการผลิต
4. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์
5. ด้านการจัดการธุรกิจและการตลาด
6. ด้านระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมวิจัยและการพัฒนา
7. ด้านการสนับสนุนจากภาคผลิตภัณฑ์ และหน่วยงานสาธารณะ

การศึกษาครั้งนี้ ได้นำแนวทางการศึกษาของ Porter (1985 อ้างถึงใน Jarukornsakul, 2017) มาปรับปรุงเพื่อใช้วิเคราะห์ปัจจัยการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจออนไลน์ไทยที่ใช้รูปแบบการไลฟ์ คอมเมิร์ซเพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์แบบสอบถามและสังเคราะห์บทสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ

ธุรกิจออนไลน์

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ การทำธุรกรรมซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ต โดยใช้เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันเป็นสื่อในการนำเสนอสินค้าและบริการต่าง ๆ รวมถึงการติดต่อกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ทำให้ผู้เข้าใช้บริการจากทุกที่ทุกประเทศหรือทุกมุมโลกสามารถเข้าถึงร้านค้าได้ง่ายและตลอด 24 ชั่วโมง (ETDA, 2021)

ประเภทของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Suwimoncharoen, 2016) ได้แก่

1. ธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business: B2B) หมายถึง ธุรกิจที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ผู้ประกอบการด้วยกัน โดยอาจเป็นผู้ประกอบการในระดับเดียวกันหรือต่างระดับกันก็ได้
2. ธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) หมายถึง การค้าระหว่างผู้ค้าหรือผู้ประกอบการกับผู้บริโภค เป็นการทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่รวมการขายส่ง การสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์
3. ธุรกิจกับรัฐบาล (Business to Government: B2G) หมายถึง การประกอบธุรกิจระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐ

4. ผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Consumer to Consumer: C2C) หมายถึง การประกอบธุรกิจระหว่าง ผู้บริโภคกับผู้บริโภค อาจเพื่อการติดต่อแลกเปลี่ยน ข้อมูล ข่าวสาร หรือแลกเปลี่ยนสินค้ากันเอง การ ประมูลสินค้า การขายของมือสอง เป็นต้น

ไลฟ์ คอมเมอร์ซ (Live Commerce) เป็นรูปแบบ การริ้วขายสินค้าออนไลน์ของประเทศจีนที่กำลัง ได้รับความนิยมอย่างสูง โดยมีรูปแบบคือ การสตรีมมิง ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียหรือผ่านโปรแกรมที่ เป็นเหมือนเครื่องมือในการโปรโมทสินค้าทั้งหลายให้ สื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าโดยตรง ผ่านรูปแบบ Video Streaming สำหรับประเทศจีนผู้นำตลาดอีคอมเมิร์ซ รายใหญ่ เช่น Alibaba หรือ JD.com เป็นต้น มีจุดเด่น ของไลฟ์ คอมเมอร์ซที่ช่วยผู้ขายสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ได้โดยตรง ตั้งแต่การซื้อขายสินค้า การรีวิวสินค้า ไปจนถึง การตอบคำถามต่าง ๆ ทำให้ไลฟ์ คอมเมอร์ซกลายเป็น เทรนด์การช้อปปิ้งออนไลน์ที่น่าจับตามอง และแน่นอนว่า เทคโนโลยี คือ สิ่งที่อยู่เบื้องหลังของการทำไลฟ์ คอมเมอร์ซ โดยเฉพาะเทคโนโลยีคลาวด์ และการใช้ AI ซึ่งถือเป็น หัวใจสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพให้การไลฟ์เป็นไป อย่างราบรื่น นำไปสู่การสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้ง ที่ดียิ่งขึ้นให้กับลูกค้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Chaisen (2019) ศึกษาแนวทางการเพิ่มขีด ความสามารถและนวัตกรรมบริการธุรกิจร้านอาหารยุค 4.0 เพื่อส่งเสริมและพัฒนาจังหวัดภูเก็ต เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาแนวทางการดำเนินงานธุรกิจร้านอาหารว่าควร เพิ่มขีดความสามารถและน่านวัตกรรมบริการใหม่ ๆ มาปรับใช้เพื่อส่งเสริมและพัฒนาจังหวัดภูเก็ตเป็นเมือง สร้างสรรค์ด้านอาหาร โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ผลการศึกษาพบว่า แนวทาง “PHUKET’s” คือ การ ออกแบบรายการอาหาร การพัฒนาบุคลากร การสร้าง เอกลักษณ์เฉพาะ การจัดการองค์ความรู้ การดำเนินงาน ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ และความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไปใช้ในธุรกิจ

Juma (2018) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถ ในการแข่งขันของผู้ประกอบการมุสลิมขนาดกลางและ ขนาดย่อมในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อความ สามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ทำการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการมุสลิมขนาดกลาง และขนาดย่อมจำนวน 384 ราย โดยอาศัยเทคนิค การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพล ต่อความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่ มุมมองศาสนา อิสลาม ความสามารถทางการตลาด ความสามารถในการปรับตัว การพัฒนาสินค้าและกลยุทธ์ ซึ่งเป็น ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยสำคัญ ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขัน

Jarukornsakul (2017) ศึกษาการเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยตาม นโยบายประเทศไทย 4.0 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ในประเทศไทย ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการ สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 8 ท่าน และวิเคราะห์ ข้อมูลตามแนวคิดความสามารถในการแข่งขันของ World Economic Forum (WEF) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของประเทศไทยประกอบด้วย 8 ประการ ได้แก่ 1) การศึกษาขั้นสูงและการฝึกอบรม 2) นวัตกรรม 3) โครงสร้างพื้นฐาน 4) ระดับการพัฒนาของธุรกิจ 5) สถาบัน 6) ประสิทธิภาพของตลาด 7) ประสิทธิภาพ ของตลาดแรงงาน และ 8) การพัฒนาตลาดเงิน

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบ ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ มี ขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลในประชากร ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทย จำนวน 12,883 ราย

(ข้อมูล ณ วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2563) คำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) จำนวน 385 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จากการแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการตามประเภทธุรกิจและขนาดของธุรกิจตามทะเบียนรายชื่อของกระทรวงพาณิชย์

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบการบริหารจัดการความสามารถทางการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทยในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ ซึ่งประกอบด้วย ผู้แทนระดับบริหาร ผู้ช่วยผู้บริหาร และพนักงาน ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 5 คน ประกอบด้วย ผู้บริหารและผู้ช่วยบริหารหรือผู้แทน จำนวน 2 คน เจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคล จำนวน 1 คน พนักงานปฏิบัติงาน จำนวน 2 คน คัดเลือกบริษัทธุรกิจออนไลน์ไทยในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ จำนวน 5 ธุรกิจ แบ่งเป็นธุรกิจอาหาร เครื่องดื่ม เครื่องสำอาง เครื่องนุ่งห่ม อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน/ของใช้อิเล็กทรอนิกส์ และอื่น ๆ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ในบุคลากรของบริษัท

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยเครื่องมือ 2 แบบ ดังนี้

1. แบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทยในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 3 ผลสัมฤทธิ์จากความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทย

2. แบบสัมภาษณ์ โดยสัมภาษณ์ประเด็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจออนไลน์ไทยที่ใช้รูปแบบการไลฟ์ คอมเมิร์ซ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการศึกษารายละเอียดของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดโครงสร้าง และเนื้อหาของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ พิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความถูกต้องด้านภาษา แล้วทำการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องและสมบูรณ์ครบถ้วน จากนั้นนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์พิจารณาตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่า IOC อยู่ในช่วงระหว่าง 0.8-1.0 ของทุกข้อคำถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่มีความตรงเชิงเนื้อหาหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) ไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าในตลาดนัดจตุจักร จำนวน 30 คน ซึ่งผลค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.95 สามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทยในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ (Live Commerce) ทำการบันทึกข้อมูลลงแบบสัมภาษณ์ จากนั้นนำแบบสัมภาษณ์มาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.4 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 44.9 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 68.1 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี ร้อยละ 61.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 61.0 และส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานธุรกิจออนไลน์ระหว่าง 2-5 ปี ร้อยละ 67.3

2. ผลการวิเคราะห์รูปแบบปัจจัยการจัดการขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ (Live Commerce) โดยแบ่งเป็น 7 ด้าน คือ ด้านศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.82$) ด้านการจัดการวัตถุดิบ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.90$) ด้านเทคโนโลยีและการผลิต ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.85$) ด้านการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.86$) ด้านการจัดการธุรกิจและการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.18$) ด้านระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมวิจัยและการพัฒนา ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.13$) และด้านการสนับสนุนจากภาคผลิตภัณฑ์และหน่วยงานสาธารณะ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.94$) (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ปัจจัยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ (Live Commerce)

ปัจจัยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ (Live Commerce)	Mean	S.D.	ระดับ
1. ด้านศักยภาพทรัพยากรมนุษย์	3.82	0.630	มาก
2. ด้านการจัดการวัตถุดิบ	3.90	0.690	มาก
3. ด้านเทคโนโลยีและการผลิต	3.85	0.646	มาก
4. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.86	0.563	มาก
5. ด้านการจัดการธุรกิจและการตลาด	4.18	0.602	มาก
6. ด้านระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมวิจัยและการพัฒนา	4.13	0.611	มาก
7. ด้านการสนับสนุนจากภาคผลิตภัณฑ์และหน่วยงานสาธารณะ	3.94	0.582	มาก

3. ผลการวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์จากความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทย โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านความประหยัด (Economy) ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.63$) ด้าน

ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.05$) และด้านความมีประสิทธิภาพ (Effectiveness) ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.22$) (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ผลสัมฤทธิ์จากความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทย

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการ ธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ (Live Commerce)	Mean	S.D.	ระดับ
1. ด้านความประหยัด (Economy)	3.63	0.754	มาก
2. ด้านความมีประสิทธิภาพ (Efficiency)	4.05	0.580	มาก
3. ด้านความมีประสิทธิภาพ (Effectiveness)	4.22	0.571	มาก

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ (Live Commerce) พบว่า การเพิ่มขีดความสามารถ

ในการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ (Live Commerce) ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ปัจจัยขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ

การเปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ		SS	df	MS	F	Sig.
ด้านศักยภาพทรัพยากรมนุษย์	Between Groups	36.343	2	18.172	44.399	.000*
	Within Groups	156.343	382	.409		
	Total	192.686	384			
ด้านการจัดการวัตถุดิบ	Between Groups	49.994	2	24.997	62.238	.000*
	Within Groups	153.425	382	.402		
	Total	203.418	384			
ด้านเทคโนโลยีและการผลิต	Between Groups	60.241	2	30.120	91.598	.000*
	Within Groups	125.614	382	.329		
	Total	185.855	384			
ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	Between Groups	56.915	2	28.457	109.722	.000*
	Within Groups	99.075	382	.259		
	Total	155.990	384			
ด้านการจัดการธุรกิจและการตลาด	Between Groups	55.319	2	27.659	103.197	.000*
	Within Groups	102.385	382	.268		
	Total	157.704	384			
ด้านระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมวิจัยและการพัฒนา	Between Groups	86.583	2	43.292	223.547	.000*
	Within Groups	73.978	382	.194		
	Total	160.561	384			
ด้านการสนับสนุนจากภาคผลิตภัณฑ์และหน่วยงานสาธารณะ	Between Groups	125.168	2	62.584	198.220	.000*
	Within Groups	120.609	382	.316		
	Total	245.777	384			

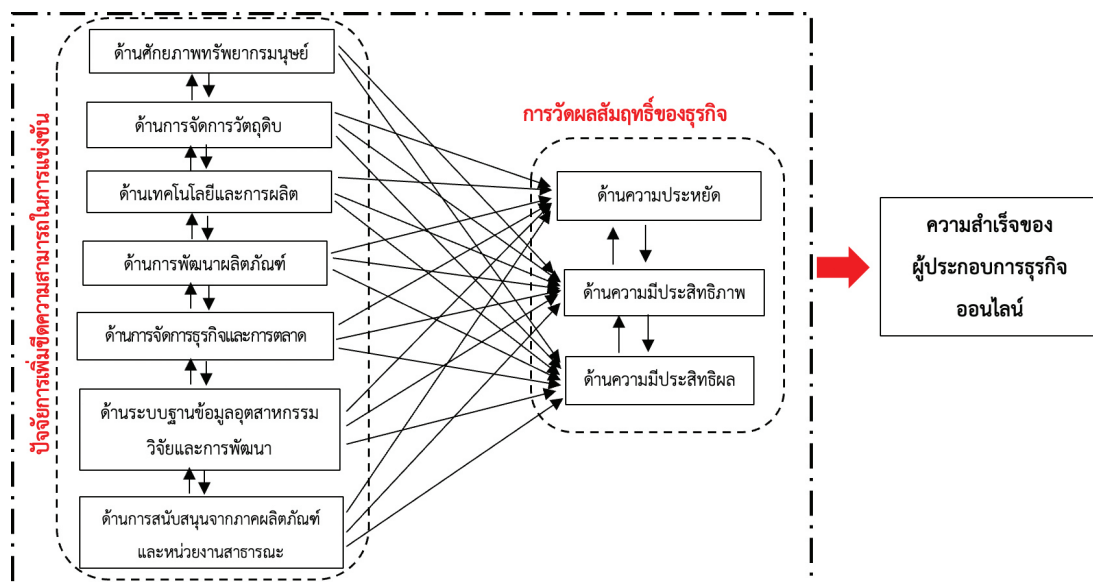
หมายเหตุ: **นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีสามเส้า เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาและความถูกต้องของข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทยที่ใช้รูปแบบการไลฟ์ คอมเมิร์ซ จากการศึกษาพบว่า แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การเพิ่มขีดความ

สามารถทางการแข่งขันของธุรกิจออนไลน์ไทยที่ใช้รูปแบบการไลฟ์ คอมเมิร์ซ การพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควรดำเนินการอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ซึ่งจากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์

ประกอบด้วย 7 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยสามารถวัดผลสัมฤทธิ์จากความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการซึ่งมีหลักการวัด ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ดังนั้นหากผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ท่านใดที่ตระหนักและเห็นความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจให้สามารถเจริญเติบโตและแข่งขันทัดเทียมกับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ จำเป็นต้องมีการพัฒนาปัจจัยทั้ง 7 ประการ และวัดผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินงานในการแก้ไขปัญหปัจจัยในด้านดังกล่าวอยู่เสมอ จนกว่าการวัดผลสัมฤทธิ์ของธุรกิจจะมีความสมบูรณ์ทั้งทางด้านปัจจัยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทุก ๆ ด้านให้ครบถ้วน ดังแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทยในรูปแบบไลฟ์ คอมเมอร์ซ (Live Commerce) (ภาพที่ 1) ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทยพบว่า ความสำเร็จ

ของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์คือ การมียอดขายผู้สั่งซื้อสินค้าในระบบออนไลน์ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ การมีจำนวนผู้เข้าชมออนไลน์จำนวนมากถือว่าการประสบความสำเร็จทางธุรกิจออนไลน์ การรักษากลุ่มลูกค้าเดิมที่มาซื้อสินค้าให้กลับมาซื้อสินค้าของตนเองอีกครั้ง โดยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทยในรูปแบบไลฟ์ คอมเมอร์ซนั้น ประการแรกคือ บุคลากรที่เป็นตัวขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจ ควรมีการส่งเสริมศักยภาพของบุคลากร มีการจัดอบรม และส่งเสริมความรู้ความสามารถเฉพาะด้านให้กับบุคลากรที่มีความสามารถ ประการที่สองคือ วัตถุประสงค์ เป็นการสรรหาวัตถุประสงค์หรือสารตั้งต้นในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ขององค์กร การให้ความสำคัญของวัตถุประสงค์ที่มีประสิทธิภาพและราคาที่เหมาะสม จะช่วยให้องค์กรได้เปรียบทางการแข่งขัน



ภาพที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ของการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทยในรูปแบบไลฟ์ คอมเมอร์ซ (Live Commerce)

อภิปรายผล

การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทยในรูปแบบไลฟ์คอมเมิร์ซ (Live Commerce) ประกอบด้วยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ควรมีการวางแผนการบริหารจัดการทรัพยากรขององค์กร ทั้งด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติเชิงบวกแก่พนักงานทั้งหมดขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Chaisen (2019) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารประสบความสำเร็จคือ การสร้างประสบการณ์การให้บริการที่ดีของบุคลากรต่อลูกค้า

2. ด้านการจัดการวัตถุดิบสามารถช่วยให้องค์กรมีการจัดการง่ายมากขึ้น ซึ่งหากธุรกิจมีการจัดการวัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องมีคลังเก็บสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Siriwisitkul (2016) พบว่า การส่งเสริมการเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการวัตถุดิบช่วยให้ผู้ประกอบการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ ลดต้นทุนการผลิต และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการการผลิต

3. ด้านเทคโนโลยีและการผลิตจะต้องพึ่งพาการใช้เทคโนโลยี ความสามารถและความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Juma (2018) พบว่า การที่ผู้ประกอบการมุสลิมมีความสามารถทางการตลาดเพิ่มขึ้นจะส่งเสริมให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นด้วย ความสามารถทางการตลาด ประกอบไปด้วย ความสามารถในการใช้ความรู้ เทคโนโลยี และทรัพยากรที่มีอยู่ซึ่งมีผลในการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

4. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ธุรกิจที่มีขนาดใหญ่จะมีความพร้อมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มากกว่าธุรกิจขนาดเล็ก และมีโอกาสได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Juma (2018) พบว่า ธนาคารอิสลามได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า มีผลต่อการปรับตัวให้เท่าทันกับ

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

5. ด้านการจัดการธุรกิจและการตลาด การจัดการธุรกิจออนไลน์ ต้องดำเนินการให้เป็นปัจจุบันเสมอ เนื่องจากเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว การจัดการธุรกิจและการตลาดภายใต้การนำเทคโนโลยีธุรกิจออนไลน์ช่วยให้การดำเนินงานธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Siriwisitkul (2016) พบว่า กลยุทธ์ในการแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญต่อการผลักดันอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ

6. ด้านระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมวิจัยและการพัฒนา ช่วยส่งเสริมให้สามารถดำเนินการเป็นธุรกิจ การพัฒนาการดำเนินงานขององค์กรอยู่เสมอจะส่งผลต่อศักยภาพการพัฒนาเป็นธุรกิจออนไลน์ไทยรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ (Live Commerce) ได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Juma (2018) พบว่า การพัฒนาสินค้าและกลยุทธ์การแข่งขัน จะเป็นตัวช่วยตรวจสอบอิทธิพลเชิงสาเหตุกับความสามารถในการแข่งขัน

7. ด้านการสนับสนุนจากภาคผลิตภัณฑ์และหน่วยงานสาธารณะ ธุรกิจออนไลน์ไทยรูปแบบไลฟ์คอมเมิร์ซ (Live Commerce) ควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งจะช่วยพัฒนาเป็นธุรกิจออนไลน์ไทยรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ (Live Commerce) ให้เติบโตยิ่งขึ้นได้ และการสนับสนุนจากภาคผลิตภัณฑ์และหน่วยงานสาธารณะควรมีการสนับสนุนทั้งธุรกิจออนไลน์ขนาดเล็กและขนาดใหญ่ เพื่อความทั่วถึงทางการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Singthanasarn (2019) พบว่า รัฐบาลควรกำหนดให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและวางแผนการส่งเสริม SME และประสานงานกับหน่วยงานรัฐต่าง ๆ โดยหน่วยงานจำเป็นต้องมีฐานข้อมูล SME ที่สมบูรณ์และมีบุคลากรที่มีความสามารถในการวางแผนและประเมินโครงการ เพื่อผลักดันโครงการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

เมื่อผู้ประกอบการธุรกิจมีการพัฒนาปัจจัยการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทยในรูปแบบไลฟ์ คอมเมอร์ซ (Live Commerce) แล้วนั้น จำเป็นต้องมีการวัดผลสัมฤทธิ์ของความสามารถขององค์กรที่เพิ่มขึ้น โดยประกอบด้วยปัจจัยการวัดความสำเร็จ 3 ประการ ดังนี้

1. ด้านความประหยัด (Economy) ช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาสินค้า ประหยัดเวลาในการดำเนินงาน และประหยัดทรัพยากรบุคคลในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Chaisen (2019) กล่าวว่า การพัฒนาขีดความสามารถและสร้างนวัตกรรมบริการธุรกิจร้านอาหาร ช่วยยกระดับเพิ่มรายได้ และสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้กับท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว

2. ด้านความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) ช่วยให้ภาพรวมของธุรกิจมีการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ช่วยประเมินการขายสินค้าและการซื้อสินค้ามีประสิทธิภาพ และช่วยให้การประสานงานขององค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Supaporn (2021) ที่ทำการศึกษาศาสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ

3. ด้านความมีประสิทธิภาพ (Effectiveness) ช่วยเพิ่มยอดขายได้มากขึ้น ช่วยให้ผลประกอบการของธุรกิจเพิ่มขึ้น และช่วยเพิ่มจำนวนลูกค้ามากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Singthanasarn (2019) ที่กล่าวว่า การวัดประสิทธิผลการดำเนินงานมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการดำเนินกลยุทธ์แบบสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

สรุปผล

รูปแบบกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมอร์ซ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่ 1) ทรัพยากรมนุษย์ องค์กรควรมีความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ในการประกอบธุรกิจ อีกทั้งกิจกรรมใดของธุรกิจที่สามารถลดจำนวนทรัพยากรมนุษย์ลงได้ ก็ควรมีการบริหารจัดการให้ดีขึ้นจะช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจ 2) การจัดการวัตถุดิบ ควรมีการจัดการวัตถุดิบขององค์กร มีการจัดการให้ดีขึ้น หากธุรกิจมีการจัดการวัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพอาจช่วยให้ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องมีคลังเก็บสินค้าก็ได้ 3) ด้านเทคโนโลยีและการผลิต ธุรกิจออนไลน์จำเป็นต้องพึ่งพาการใช้เทคโนโลยีและความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีอยู่เสมอ 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยจะทำให้มีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้มากกว่าธุรกิจอื่น อีกทั้งองค์กรควรแสวงหาการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐจะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นได้ 5) มีการจัดการธุรกิจและการตลาด จะช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรสะดวกยิ่งขึ้น 6) ระบบฐานข้อมูล อุตสาหกรรมวิจัยช่วยให้ผู้ประกอบการบริหารระบบและพัฒนากิจการดำเนินงานขององค์กรให้มีศักยภาพเต็มที่ในการทำงาน และ 7) ด้านการสนับสนุนจากภาคผลิตภัณฑ์และหน่วยงานสาธารณะ องค์กรที่มีความพร้อมให้เป็นธุรกิจออนไลน์ไทยรูปแบบไลฟ์ คอมเมอร์ซควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐอย่างทั่วถึง

เมื่อมีการพัฒนาและแก้ไขปัจจัยที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ แล้วนั้น ผู้ประกอบการควรมีการวัดผลสัมฤทธิ์การทำงานด้านความประหยัด ประสิทธิภาพการทำงาน และประสิทธิผลการทำงานร่วมด้วย เพื่อเป็นตัวชี้วัดถึงผลการทำงาน การปรับปรุงและเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจตนเองให้พัฒนาอยู่เสมอ ทั้งในปัจจุบันและวางแผนการดำเนินงานในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านการไลฟ์ คอมเมิร์ซ เช่น ช่วงเวลาในการไลฟ์ ความยาวในการไลฟ์

การต่อยอดคอนเทนต์การไลฟ์ไปยังแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ การเชื่อมโยงระบบการขายหลังบ้านเพื่อปิดการขาย เป็นต้น

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมเรื่องการตลาดรูปแบบการไลฟ์ คอมเมิร์ซอย่างเจาะลึก เพื่อเป็นประโยชน์แก่การพัฒนาวิชาการด้านการตลาดออนไลน์

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไทยในรูปแบบไลฟ์ คอมเมิร์ซ ควรมุ่งเน้นและให้ความสำคัญต่อการพัฒนาตนเองในด้านศักยภาพของผู้ไลฟ์ให้สามารถดึงดูดผู้ชมได้ตลอดการไลฟ์ บริหารจัดการสินค้าให้ทันต่อความต้องการของตลาดในต้นทุนที่แข่งขันได้ และ ใช้เทคโนโลยีในการจัดการกระบวนการทำงานให้ตอบสนองลูกค้าได้ตลอดเวลา

References

- Chaisen, C. (2019). Approaches to enhancing capacity and innovation of restaurant business in the 4.0 era to promote and develop Phuket as a creative food city. *Dusit Thani College Journal*, 13(3), 491-504. [in Thai]
- Electronic Transactions Development Agency (ETDA). (2020). *ETDA reveals that the value of Thai e-commerce in 2020 is at 3.78 trillion baht, expects in the year 64 to rise to 4.01 trillion baht*. Ministry of Digital Economy and Society. [in Thai]
- Electronic Transactions Development Agency (ETDA). (2021). *ETDA Annual Report 2021*. Electronic Transactions Development Agency (ETDA). [in Thai]
- Jarukornsakul, J. (2017). *Increasing Thailand's competitiveness according to the Thailand 4.0 Policy*. National Defense College. [in Thai]
- Juma, M. (2018). Factors affecting competitiveness of small and medium Muslim entrepreneurs in the Three Southern Border Provinces. *Academic Journal, Pacific Institute of Management Science*, 4(1), 218-230. [in Thai]
- Ministry of Commerce. (2020). *Commerce pointed out that Thai online trade continues to grow. Worried about the giant "platform" dominating the market*. Bangkok biz News. <https://www.bangkokbiznews.com/business/928491> [in Thai]
- MGR Online. (2020). *LIVE selling flourishing products Thai market rises 173%, breaking the record*. <https://mgronline.com/business/detail/9630000114610> [in Thai]

- Porter, M. E. (1985). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Rinwong, S. (2021). *Penetrating 2022 marketing trends, arming businesses survive!* Bangkok biz News. <https://www.bangkokbiznews.com/business/962301>
- Singthanasarn, P. (2019). Increasing the competitiveness of the canned food and dry food export business in Thailand based on the resource-based theory. *Journal of Economics and Management Strategies*, 6(1), 103-120. [in Thai]
- Siriwisitkul, S. (2016). *Increasing competitiveness that affects the business success of product operators one sub-district, one product in Pathum Thani Province*. North Bangkok University. [in Thai]
- Supaporn, N. (2021). Competitiveness and competitive advantages of Small and Medium Enterprise entrepreneurs (SMEs) in Nonthaburi Province. *Santapol College Academic Journal*, 7(2), 43-52. [in Thai]
- Suwimoncharoen, N. (2016). *A study of factors affecting the success of electronic commerce of online businesses in the wire rope industry*. College of Management Mahidol University. [in Thai]
- Unctad. (2006). *E-commerce and development report 2006*. www.unctad.org



Name and Surname: Tirasan Sahatsapas

Highest Education: Doctor of Philosophy (Management), Silpakorn University

Affiliation: School of Business Administration, Sripatum University

Field of Expertise: Digital Marketing and E-commerce

ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจโรงแรม ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

RELATIONSHIP BETWEEN LIQUIDITY AND PROFITABILITY OF HOTEL BUSINESSES LISTED IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

ศุภเจตน์ จันทร์สาสน์¹ และธัญกร จันทร์สาสน์²

Supachet Chansarn¹ and Thanyakorn Chansarn²

¹คณะเศรษฐศาสตร์และการลงทุน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ²คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

¹School of Economics and Investment, Bangkok University ²School of Accounting, Bangkok University

Received: February 3, 2021 / Revised: June 1, 2021 / Accepted: June 21, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจโรงแรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 9 แห่ง ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2562 โดยอาศัยการวิเคราะห์ Fixed Effects Regression และ Random Effects Regression สภาพคล่องในงานวิจัยเรื่องนี้วัดโดยอัตราส่วนทางการเงิน 2 ตัว ได้แก่ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว ในขณะที่ความสามารถในการทำกำไรวัดโดยอัตราส่วนทางการเงิน 2 ตัว ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมและอัตรากำไรสุทธิ จากการศึกษาพบว่า ทั้งอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม โดยหากอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วสูงขึ้น 1 เท่า จะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของธุรกิจโรงแรมที่ทำการศึกษาร้อยละ 1.305 และ 1.301 ตามลำดับ ในขณะที่ทั้งอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วไม่มีความสัมพันธ์กับอัตรากำไรสุทธิแต่อย่างใด อย่างไรก็ตาม สามารถสรุปได้ว่า สภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก ดังนั้นการบริหารสภาพคล่องที่เหมาะสมจะช่วยให้กิจการมีความสามารถในการทำกำไรสูงขึ้นได้

คำสำคัญ: สภาพคล่อง ความสามารถในการทำกำไร ธุรกิจโรงแรม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Abstract

This study is aimed to examine the relationship between liquidity and profitability of nine hotel businesses listed in the Stock Exchange of Thailand during 2000-2019 by employing the fixed effects and random effects regression analyses. Liquidity in this study is measured by two financial ratios, including the current ratio and the quick ratio; whereas profitability is measured by two ratios, including the return on assets ratio and the net profit margin. The findings reveal

that both the current ratio and the quick ratio are positively related to the return on assets ratio. That is, one time increase in the current ratio and the quick ratio will lead to 1.305 and 1.301 percent increases in the return on assets ratio, respectively. On the contrary, the findings indicate that neither the current ratio nor the quick ratio is related to the net profit margin. However, it is reasonable to conclude that liquidity and profitability are positively related. Therefore, the appropriate liquidity management will help improve the company's profitability.

Keywords: Liquidity, Profitability, Hotel Business, Stock Exchange of Thailand

บทนำ

ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) ซึ่งหมายถึง ความสามารถของกิจการในการสร้างผลกำไร (Profit) จากการดำเนินงาน เป็นหนึ่งในตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่สำคัญของกิจการ ดังนั้นการยกระดับความสามารถในการทำกำไรจึงถือเป็นเป้าหมายสำคัญของการบริหารกิจการทุกประเภท ทั้งนี้ความสามารถในการทำกำไรของกิจการจะถูกกำหนดโดยปัจจัยหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการบริหารเงินทุนหมุนเวียน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การกำกับดูแลกิจการ โครงสร้างเงินทุน โดยหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่กิจการต้องให้ความสำคัญ ได้แก่ การบริหารสภาพคล่อง

ในทางการเงิน สภาพคล่อง (Liquidity) หมายถึง ความคล่องตัวในการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์หรือหลักทรัพย์ให้เป็นเงินสดโดยไม่สูญเสียมูลค่าที่แท้จริง (Intrinsic Value) ในขณะที่สภาพคล่องของกิจการจะหมายถึง ความสามารถของกิจการในการชำระหนี้ระยะสั้น (Ross, 2019) ทั้งนี้สภาพคล่องถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของกิจการเป็นอย่างมาก เนื่องจากปัญหาการขาดสภาพคล่องจนไม่สามารถชำระหนี้ระยะสั้นได้ถือเป็นหนึ่งในสาเหตุหลักที่ทำให้กิจการจำนวนมากต้องประสบกับปัญหาทางการเงินและล้มละลาย

ดังนั้นการบริหารสภาพคล่อง (Liquidity Management) ซึ่งหมายถึง กระบวนการในการบริหารจัดการเงินสดและสินทรัพย์ของกิจการให้สามารถชำระหนี้และข้อผูกพัน (Obligation)

ระยะสั้นได้อย่างเหมาะสม จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญเป็นอย่างมากต่อการอยู่รอดของกิจการ (Ross, 2019)

โดยทั่วไปแล้วสิ่งที่เป็นอันตรายต่อกิจการคือ การที่มีสินทรัพย์สภาพคล่องน้อยเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับหนี้สินระยะสั้น เนื่องจากจะทำให้เกิดความเสียหายทางด้านสภาพคล่อง (Liquidity Risk) ซึ่งกิจการมีโอกาสที่จะไม่สามารถชำระหนี้ระยะสั้นได้เนื่องจากสินทรัพย์สภาพคล่องไม่เพียงพอที่จะรองรับหนี้สินที่ต้องชำระ และอาจส่งผลเสียร้ายแรงต่อความสามารถในการทำกำไรของกิจการจนอาจทำให้กิจการประสบกับภาวะล้มละลายได้

อย่างไรก็ตามการมีสภาพคล่องมากเกินไปก็ไม่ใช่สิ่งดีสำหรับความสามารถในการทำกำไรของกิจการเช่นเดียวกัน กล่าวคือ การที่กิจการมีสินทรัพย์สภาพคล่อง ได้แก่ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด (Cash and Cash Equivalents) มากเกินไป ย่อมทำให้เกิดต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) ไม่ว่าจะเป็นการสูญเสียโอกาสในการนำเอาสินทรัพย์สภาพคล่องที่มีไปลงทุนต่อหรือนำไปชำระหนี้ที่มีเพื่อลดภาระดอกเบี้ยเงินกู้ อีกทั้งยังอาจทำให้เกิดความเสี่ยงในการบริหารกิจการอย่างไม่ระมัดระวังเนื่องจากเห็นว่ามีเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดรองรับมากเกินไป และอาจทำให้ผู้ถือหุ้นและนักลงทุนเกิดความกังวลเกี่ยวกับการขาดโอกาสทางธุรกิจของกิจการและการขาดวิสัยทัศน์ของผู้บริหารเนื่องจากมีเงินสดมากแต่ไม่นำไปลงทุนให้เกิดประโยชน์

วัตถุประสงค์

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพคล่องกับความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจโรงแรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ทั้งนี้ธุรกิจโรงแรมถือเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ต้องบริหารสภาพคล่องให้มีประสิทธิภาพเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากความแปรผันตามฤดูกาล (Seasonal Variation) เป็นอย่างมาก กล่าวคือ รายรับของกิจการขึ้นอยู่กับภาวะเข้าพักของลูกค้ายิ่งมีความไม่แน่นอน (ลูกค้ามากในช่วงสุดสัปดาห์ วันหยุด และช่วง High Season) แต่มีรายจ่ายเกิดขึ้นตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นค่าแรงพนักงาน ค่าวัตถุดิบอาหาร ค่าใช้จ่ายบำรุงรักษา ฯลฯ ทำให้การสำรองเงินสดเพื่อรองรับค่าใช้จ่ายเหล่านี้ให้เพียงพอเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง

บททวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไร

สภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรถือเป็นมาตรฐานทางการเงินและผลการดำเนินงานที่สำคัญของกิจการ ซึ่งมักคำนวณอยู่ในรูปของอัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio) โดยอัตราส่วนทางการเงินที่ใช้วัดสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรมีหลายตัว (Ross et al., 2006) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. อัตราส่วนสภาพคล่อง (Liquidity Ratio) ที่สำคัญมีดังนี้

1.1 อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio) เป็นอัตราส่วนระหว่างสินทรัพย์หมุนเวียนและหนี้สินหมุนเวียน (สินทรัพย์หมุนเวียน/หนี้สินหมุนเวียน) บอกให้ทราบว่า กิจการมีสินทรัพย์หมุนเวียนเป็นกี่เท่าของหนี้สินหมุนเวียน

1.2 อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio) เป็นอัตราส่วนระหว่างสินทรัพย์หมุนเวียน

หักลบด้วยสินค้าคงเหลือและหนี้สินหมุนเวียน [(สินทรัพย์หมุนเวียน-สินค้าคงเหลือ)/หนี้สินหมุนเวียน] ทั้งนี้การคำนวณอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วตัดสินค้าคงเหลือออกจากสินทรัพย์หมุนเวียน เนื่องจากเป็นรายการที่สามารถเปลี่ยนแปลงเป็นเงินสดได้ต่ำกว่าเงินสดหรือรายการเทียบเท่าเงินสด จึงตัดออกเพื่อให้สะท้อนสภาพคล่องที่แท้จริงของกิจการ

2. อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) ที่สำคัญมีดังนี้

2.1 อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Assets: ROA) เป็นอัตราส่วนของการกำไรสุทธิต่อสินทรัพย์รวม $[(\text{กำไรสุทธิ}/\text{สินทรัพย์รวม}) \times 100]$ บอกให้ทราบว่า กิจการสามารถสร้างผลกำไรได้ร้อยละเท่าใดของสินทรัพย์รวม สะท้อนความสามารถในการใช้สินทรัพย์ทั้งหมดของกิจการในการสร้างผลกำไร

2.2 อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) เป็นอัตราส่วนของการกำไรสุทธิต่อส่วนของผู้ถือหุ้น $[(\text{กำไรสุทธิ}/\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}) \times 100]$ บอกให้ทราบว่า กิจการสามารถสร้างผลกำไรได้ร้อยละเท่าใดของเงินทุนของผู้ถือหุ้น สะท้อนความสามารถในการสร้างผลกำไรสุทธิให้แก่เจ้าของกิจการ (ผู้ถือหุ้น)

2.3 อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) เป็นอัตราส่วนของการกำไรสุทธิต่อรายได้รวม $[(\text{กำไรสุทธิ}/\text{รายได้รวม}) \times 100]$ บอกให้ทราบว่า กิจการสามารถสร้างผลกำไรได้ร้อยละเท่าใดของรายได้รวม สะท้อนความสามารถในการควบคุมค่าใช้จ่ายเพื่อสร้างผลกำไรของกิจการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีงานวิจัยจำนวนมากที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรของกิจการ อย่างไรก็ตามข้อค้นพบจากงานวิจัยในอดีตยังไม่สามารถให้ข้อสรุปได้อย่างชัดเจนว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้งสองเป็นอย่างไร เนื่องจากมีทั้งงานวิจัยที่พบว่า สภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไร

ความสัมพันธ์กันในเชิงลบ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก และไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน

ตัวอย่างของงานวิจัยที่ค้นพบความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไร ได้แก่ Umobong (2015) ซึ่งพบว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับอัตราการเจริญเติบโตของผลกำไรของกิจการในประเทศไนจีเรีย ในขณะที่ Kobika (2018) พบว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมและอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทในประเทศอินเดีย

ข้อค้นพบข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า หากกิจการมีสภาพคล่องสูงเกินไป ความสามารถในการทำกำไรของกิจการจะต่ำลง เนื่องจากสินทรัพย์สภาพคล่อง ได้แก่ เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด เป็นสินทรัพย์ที่มีผลตอบแทนต่ำ การมีสินทรัพย์สภาพคล่องมากเกินไปจะทำให้กิจการเสียโอกาสในการนำเอาสินทรัพย์ดังกล่าวไปทำประโยชน์ ทั้งการขยายการผลิต การเพิ่มการลงทุน และการชำระหนี้เงินกู้ อีกทั้งยังอาจทำให้เกิดความเสี่ยงในการบริหารกิจการอย่างไม่ระมัดระวัง เนื่องจากเห็นว่า มีสินทรัพย์สภาพคล่องรองรับมากพอส่งผลทำให้ความสามารถในการทำกำไรของกิจการต่ำลง และยังมีงานวิจัยอีกเป็นจำนวนมากที่ค้นพบความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างปัจจัยทั้งสอง ตัวอย่างเช่น Durrah et al. (2016) และ Al-Qadi และ Khanji (2018) พบว่าอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของบริษัทในประเทศจอร์แดน ในขณะที่มีเพียงอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตรากำไรสุทธิ และงานวิจัยของ Bibi และ Amjad (2017) ซึ่งพบว่าอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก

กับอัตรากำไรจากการดำเนินงานสุทธิของกิจการในประเทศปากีสถาน นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ Sattar (2020) พบว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมและอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทในประเทศปากีสถาน

ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า กิจการจะมีความสามารถในการทำกำไรสูงขึ้นหากมีสภาพคล่องสูงเกินไป ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อกิจการมีสินทรัพย์สภาพคล่องเพื่อรองรับการชำระหนี้ระยะสั้นมากขึ้น ก็จะมี ความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น ช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเอื้อต่อการระดมทุนหรือกู้ยืมเงินเพื่อลงทุน ขยายกิจการได้มากขึ้นโดยมีต้นทุนกู้ยืมที่ต่ำลง ช่วยให้ความสามารถในการทำกำไรของกิจการสูงขึ้นได้

ในขณะเดียวกันยังพบงานวิจัยจำนวนหนึ่งซึ่งค้นพบความสัมพันธ์ระหว่างสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรในทิศทางที่แตกต่างกันออกไปตามตัวชี้วัดของสภาพคล่อง ได้แก่ งานวิจัยของ Irawan และ Faturrohman (2015) ซึ่งพบว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทในประเทศอินโดนีเซีย แต่มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และงานวิจัยของ Waleed et al. (2016) ซึ่งพบว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตรากำไรสุทธิของบริษัทในประเทศปากีสถาน ในขณะที่อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับทุกตัวชี้วัด

นอกจากนี้ยังพบว่า มีงานวิจัยที่ไม่พบหลักฐานทางสถิติใด ๆ ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไร ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ Lartey et al. (2013) และ Ahmad (2016) และ Megaladevi (2018)

ในกรณีของประเทศไทยพบว่า มีงานวิจัยจำนวน

ไม่น้อยที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างไรก็ตามผลจากการวิจัยแต่ละเรื่องมีความแตกต่างกันออกไป ตัวอย่างเช่น Jarungklin (2011) พบว่า สภาพคล่องไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และ Dao และ Nguyen (2020) พบว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ กับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมและอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ในขณะที่ Muangjaroen (2018) พบว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมและอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมพลังงานและสาธารณูปโภค

จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้พบว่า ยังมีช่องว่างการวิจัยหลายประการเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทย กล่าวคือ ยังไม่พบงานวิจัยที่ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ซึ่งถือเป็นหนึ่งในธุรกิจที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งของประเทศไทย อีกทั้งงานวิจัยในอดีตยังไม่สามารถให้ข้อสรุปได้ว่า สภาพคล่องมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์หรือไม่และในทิศทางใด งานวิจัยเรื่องนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อเติมเต็มช่องว่างการวิจัยดังกล่าว

วิธีการวิจัย

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

งานวิจัยเรื่องนี้ครอบคลุมธุรกิจโรงแรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 9 บริษัท ประกอบด้วย 1) บมจ. เอเชียโฮเต็ล

2) บมจ. โรงแรมเซ็นทรัลพลาซา 3) บมจ. ดุสิตธานี 4) บมจ. ดี เอราวิ้น กรุ๊ป 5) บมจ. แกรนด์ แอสเสท โฮเทลส์ แอนด์ พรอพเพอร์ตี้ 6) บมจ. ลาгуน่า รีสอร์ท แอนด์ โฮเทล 7) บมจ. โอเอชทีแอล 8) บมจ. โรงแรมรอยัล ออคิด (ประเทศไทย) และ 9) บมจ. แชนกรี-ลา โฮเต็ล โดยได้เก็บรวบรวมข้อมูลทางการเงินของธุรกิจโรงแรมดังกล่าวในระหว่างปี พ.ศ. 2543-2562 รวมระยะเวลา 20 ปี ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ สินทรัพย์หมุนเวียน สินค้าคงเหลือ สินทรัพย์รวมหนี้สินหมุนเวียน หนี้สินรวม ส่วนของผู้ถือหุ้น ยอดขายรายรับรวม และกำไรสุทธิ โดยสืบค้นจากฐานข้อมูล SETSMART ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

แบบจำลองเศรษฐมิติ

เนื่องด้วยข้อมูลที่ทำการศึกษาวิเคราะห์ในงานวิจัยเป็นแบบ Panel Data ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจโรงแรมจำนวน 9 แห่งในช่วงเวลา 20 ปีระหว่าง พ.ศ. 2543-2562 รวมข้อมูลทั้งหมด 171 ปี-บริษัท ทำให้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุแบบ Pooled Ordinary Least Square ไม่เหมาะสมที่จะใช้วิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากกระบวนการวิเคราะห์ดังกล่าวไม่สามารถวิเคราะห์อิทธิพลของผลกระทบที่ไม่สามารถสังเกตได้ (Unobserved Effect) ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของความสามารถในการทำกำไรที่เป็นตัวแปรตามในงานวิจัยนี้ได้ ทำให้ตัวประมาณค่าจากกระบวนการ Pooled OLS มีลักษณะ Biased และ Inconsistent (Wooldridge, 2003) ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงเลือกใช้กระบวนการวิเคราะห์แบบ Fixed Effects Regression และ Random Effects Regression แทนเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว

1. แบบจำลอง Fixed Effects Regression

แบบจำลอง Fixed Effects Regression มีรูปแบบดังนี้

$$\text{PROF} = \beta_0 + \beta_1 \text{LIQ} + \beta_2 \text{LIQ}^2 + \beta_3 \text{DEBT} + \beta_4 \text{EFF} + \beta_5 \text{SALE} + \beta_6 \text{SIZE} + a + \mu \quad (1)$$

กำหนดให้

PROF = ตัวแปรความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วย 2 ตัวแปรย่อย ได้แก่

1) ROA = อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (%)

2) NPM = อัตรากำไรสุทธิ (%)

LIQ = ตัวแปรสภาพคล่อง ประกอบด้วย 2 ตัวแปรย่อย ได้แก่

1) CR = อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)

2) QR = อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (เท่า)

DEBT = ปริมาณหนี้สิน วัดโดยอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม (%)

EFF = ประสิทธิภาพการดำเนินงาน วัดโดยอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (เท่า)

SALE = การเติบโตของยอดขาย วัดโดยอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย (%)

SIZE = ขนาดของกิจการ วัดโดยสินทรัพย์รวมในรูปของ Natural Logarithm

a = ผลกระทบที่ไม่สามารถสังเกตได้ (Unobserved Effect) ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

จากการทบทวนวรรณกรรม อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) ถือเป็นหนึ่งในอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรที่สำคัญ อย่างไรก็ตามงานวิจัยเรื่องนี้ได้เลือกอัตราส่วนดังกล่าวเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการทำกำไรของกิจการ เนื่องจากอัตราส่วนดังกล่าวสะท้อนความสามารถในการสร้างผลกำไรสุทธิให้แก่เจ้าของกิจการเท่านั้น ไม่สามารถสะท้อนความสามารถในการทำกำไรในภาพรวมของกิจการได้แต่อย่างใด ตัวอย่างเช่น กิจการที่มีสัดส่วนเงินทุนของเจ้าของร้อยละ 20 ของสินทรัพย์รวม ย่อมมีอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) สูงกว่ากิจการที่มีสัดส่วนเงินทุนของเจ้าของร้อยละ 80 ของสินทรัพย์รวม แม้ว่าทั้งสองกิจการมีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) เท่ากันก็ตาม

จากแบบสมการข้างต้น สามารถปรับให้เป็นสมการค่าเฉลี่ยได้ดังนี้

$$\overline{PROF} = \beta_0 + \beta_1 \overline{LIQ} + \beta_2 \overline{LIQ^2} + \beta_3 \overline{DEBT} + \beta_4 \overline{EFF} + \beta_5 \overline{SALE} + \beta_6 \overline{SIZE} + a + \mu \quad (2)$$

หักลบสมการที่ (1) ด้วยสมการที่ (2) จะได้ว่า

$$\begin{aligned} PROF - \overline{PROF} &= \beta_1 (LIQ - \overline{LIQ}) \\ &+ \beta_2 (LIQ - \overline{LIQ})^2 + \beta_3 (DEBT - \overline{DEBT}) \\ &+ \beta_4 (EFF - \overline{EFF}) + \beta_5 (SALE - \overline{SALE}) \\ &+ \beta_6 (SIZE - \overline{SIZE}) + (\mu - \bar{\mu}) \end{aligned}$$

เมื่อหักลบสมการที่ (1) ด้วยสมการที่ (2) แล้ว จะทำให้ผลกระทบที่ไม่สามารถสังเกตได้ (นั่นคือ ตัวแปร a) หายไปจากสมการ ทั้งนี้สมการ Fixed Effects Regression จะมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล Panel Data หากผลกระทบที่สังเกตไม่ได้ (ตัวแปร a) ในสมการมีสหสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระในสมการอย่างน้อย 1 ตัว อย่างไรก็ตามหากผลกระทบที่สังเกตไม่ได้ดังกล่าวไม่มีสหสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระใด ๆ ในแบบจำลอง การวิเคราะห์ด้วยวิธี Random Effects Regression จะมีความเหมาะสมมากกว่า (Wooldridge, 2003)

2. แบบจำลอง Random Effects Regression ในกรณีที่ผลกระทบที่สังเกตไม่ได้ (ตัวแปร a) ในแบบจำลองไม่มีสหสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระใด ๆ ในแบบจำลอง การวิเคราะห์ด้วยวิธี Random Effects Regression จะมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล Panel Data มากกว่าวิธี Fixed Effects Regression ในกรณีนี้กำหนดให้

$$\text{Cov}(x_{it}, a_i) = 0,$$

โดย $t = 1, 2, \dots, 20$ และ $i = 1, 2, \dots, 9$

ในกรณีนี้ a จะเป็นส่วนหนึ่งของค่า Residual ซึ่งในที่นี้เรียกว่า Composite Error Term นั่นคือ v โดยที่ $v = a + \mu$ ทำให้แบบจำลอง Random Effects Regression มีรูปแบบดังนี้

$$\text{PROF} = \beta_0 + \beta_1 \text{LIQ} + \beta_2 \text{LIQ}^2 + \beta_3 \text{DEBT} \\ + \beta_4 \text{EFF} + \beta_5 \text{SALE} + \beta_6 \text{SIZE} + v$$

เนื่องจาก a เป็นส่วนหนึ่งของค่า Composite Error Term ในแต่ละช่วงเวลา ทำให้ v มีสหสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลา นั่นคือ

$$\text{Corr}(v_i, v_s) = \frac{\sigma_a^2}{(\sigma_a^2 + \sigma_\mu^2)}, t \neq s$$

กำหนดให้ σ_a^2 คือ ความแปรปรวนของ a และ σ_μ^2 คือ ความแปรปรวนของ μ

3. The Hausman Test

เมื่อทำการวิเคราะห์ Fixed Effects และ Random Effects Regression เป็นที่เรียบร้อยแล้ว จะทำการตัดสินใจว่าจะเลือกใช้แบบจำลอง Fixed Effects หรือ Random Effects Regression โดยอาศัยการทดสอบ Hausman Test ทั้งนี้การทดสอบ Hausman Test จะทำการทดสอบว่า ผลกระทบที่สังเกตได้ (a) มีสหสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระในแบบจำลองหรือไม่ หากพบว่ามีสหสัมพันธ์จะถือว่าแบบจำลอง Fixed Effects มีความเหมาะสมมากกว่า เนื่องจากแบบจำลอง Random Effects จะมีลักษณะ Biased และ Inconsistent ในทางตรงกันข้าม หากผลการทดสอบ Hausman Test ระบุว่า ผลกระทบที่สังเกตไม่ได้ไม่มีสหสัมพันธ์ใด ๆ กับตัวแปรอิสระจะถือว่าแบบจำลอง Random มีความเหมาะสมมากกว่า เนื่องจากมีลักษณะ Unbiased และ Consistent สมมติฐานหลัก (H_0) และสมมติฐานรอง (H_1) ในการ

ทดสอบ Hausman Test มีดังนี้

H_0 : Random Effects Model มีลักษณะ Unbiased และ Consistent (เลือก Random Effects)

H_1 : Random Effects Model มีลักษณะ Biased และ Inconsistent (เลือก Fixed Effects)

ทั้งนี้ในการวิเคราะห์จะมีแบบจำลองความสามารถในการทำกำไรที่จะทำการวิเคราะห์รวมทั้งสิ้น 4 แบบจำลอง (ตัวแปรความสามารถในการทำกำไร 2 ตัว x ตัวแปรสภาพคล่อง 2 ตัว)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 นำเสนอข้อมูลทางการเงินของธุรกิจโรงแรมที่ทำการศึกษาทั้ง 9 แห่ง ในปี พ.ศ. 2562 โดยพบว่า ธุรกิจโรงแรมที่ทำการศึกษามีขนาดที่แตกต่างกันค่อนข้างมาก โดยบริษัท โรงแรมเซ็นทรัลพลาซาเป็นธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ที่สุด นั่นคือ มีสินทรัพย์รวมถึง 27,589.60 ล้านบาท มีรายได้รวมเท่ากับ 5,363.40 ล้านบาท และมีกำไรสุทธิเท่ากับ 486.98 ล้านบาท สำหรับธุรกิจโรงแรมที่มีขนาดเล็กที่สุด ได้แก่ บริษัท โรงแรมรอยัล ออคิด (ประเทศไทย) ซึ่งมีสินทรัพย์รวมรายได้รวม และกำไรสุทธิ เท่ากับ 1,222.76 285.28 และ 54.53 ล้านบาท ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า มีธุรกิจโรงแรม 2 แห่งที่ประสบภาวะขาดทุนในปี พ.ศ. 2562 ได้แก่ บริษัท เอเชียโฮเต็ล และบริษัท โอเอชทีแอล ซึ่งขาดทุน 16.83 และ 58.11 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ข้อมูลทางการเงินของธุรกิจโรงแรมที่ทำการศึกษาศปี พ.ศ. 2562

บริษัท	CA	TA	CL	TL	EQ	SL	REV	PRO
ASIA	214.97	9,472.21	649.19	4,001.16	5,471.06	324.34	343.35	-16.83
CENTEL	4,661.22	27,589.60	5,129.20	13,445.98	14,143.62	5,175.44	5,363.40	486.98
DTC	5,287.95	14,237.07	3,749.22	8,332.58	5,904.50	1,139.51	1,804.85	265.94
ERW	1,456.33	17,834.26	3,360.31	11,892.97	5,941.29	1,727.26	1,732.22	196.66
GRAND	3,444.12	14,524.82	2,888.16	10,364.37	4,160.46	771.86	820.40	10.07
LRH	6,015.03	23,526.32	4,448.57	11,313.75	12,212.57	3,050.21	3,066.91	451.90
OHTL	296.67	3,201.26	848.76	2,937.51	263.76	365.17	374.48	-58.11
ROH	767.11	1,222.76	188.15	268.19	954.57	282.38	285.28	54.53
SHANG	3,350.00	9,276.76	523.51	635.37	8,641.40	714.73	733.95	154.20
Mean	2,832.60	13,431.67	2,420.56	7,021.32	6,410.36	1,505.66	1,613.87	171.70
S.D.	2,224.45	8,733.80	1,887.70	5,105.31	4,642.37	1,635.27	1,678.54	198.73

หมายเหตุ: 1. CA = สินทรัพย์หมุนเวียน TA = สินทรัพย์รวม CL = หนี้สินหมุนเวียน TL = หนี้สินรวม EQ = ส่วนของผู้ถือหุ้น
SL = ยอดขาย REV = รายรับรวม และ PRO = กำไรสุทธิ โดยข้อมูลทั้งหมดมีหน่วยเป็นล้านบาท
2. ASIA = เอเชียโฮเทล CENTEL = โรงแรมเซ็นทรัลพลาซ่า DTC = ดุสิตธานี ERW = ดิ เอราวัณ กรุ๊ป GRAND = แกรนด์
แอสเสท โฮเทลส์ แอนด์ พรอพเพอร์ตี้ LRH = ลาภูนา รีสอร์ท แอนด์ โฮเทล OHTL = โอเอชทีแอล ROH =
โรงแรมรอยัล ออคิต (ประเทศไทย) และ SHANG = แชนกรี-ลา โฮเทล

ค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนทางการเงินของธุรกิจโรงแรมที่ทำการศึกษาระหว่างปี พ.ศ. 2543-2562 แสดงดังตารางที่ 2 โดยพบว่าในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาศธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยมีความสามารถในการทำกำไรไม่สูงมากนัก โดยในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมและอัตรากำไรสุทธิ เท่ากับร้อยละ 1.471 และ 4.807 ตามลำดับ โดยบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมสูงที่สุดคือ บริษัท โอเอชทีแอล ซึ่งมีค่าเท่ากับร้อยละ 4.484 ในขณะที่บริษัทที่มีค่าเฉลี่ยของอัตรากำไรสุทธิสูงสุด ได้แก่ บริษัท แกรนด์ แอสเสท โฮเทลส์ แอนด์ พรอพเพอร์ตี้ ซึ่งมีค่าเท่ากับร้อยละ 21.658

เมื่อพิจารณาสภาพคล่องพบว่า โดยเฉลี่ยแล้วธุรกิจโรงแรมที่ทำการศึกษาในภาพรวมมีสภาพคล่องในระดับที่เหมาะสม นั่นคือ มีค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว เท่ากับ 1.323 และ 1.117 เท่า ตามลำดับ อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณารายบริษัทกลับพบว่า มีบริษัทจำนวนไม่น้อย

ที่มีสภาพคล่องในระดับที่ไม่เหมาะสม นั่นคือ มีอัตราส่วนสภาพคล่องต่ำกว่า 1 โดยในกรณีของอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนพบว่า มีธุรกิจโรงแรมจำนวน 4 บริษัทที่มีค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนต่ำกว่า 1 ในขณะที่มีธุรกิจโรงแรมจำนวนถึง 6 บริษัทที่มีค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วต่ำกว่า 1 ทั้งนี้ บริษัท แชนกรี-ลา โฮเทล เป็นบริษัทที่มีสภาพคล่องสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วเท่ากับ 3.607 และ 3.550 เท่า ตามลำดับ

ในด้านปริมาณหนี้สินพบว่า ในภาพรวมธุรกิจโรงแรมที่ทำการศึกษามีปริมาณหนี้สินต่ำกว่าส่วนของผู้ถือหุ้นเล็กน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมเท่ากับร้อยละ 44.979 โดยบริษัทที่มีปริมาณหนี้สินน้อยที่สุดคือ บริษัท แชนกรี-ลา โฮเทล ซึ่งมีหนี้สินเพียงร้อยละ 10.865 ของสินทรัพย์รวมเท่านั้น ในด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานเมื่อพิจารณาจากอัตรากาไรหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมพบว่า ในภาพรวม

ธุรกิจโรงแรมมีประสิทธิภาพการดำเนินงานไม่สูงนัก โดยมีค่าเฉลี่ยของอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมเพียง 0.127 เท่า ในขณะที่บริษัทที่มีค่าเฉลี่ยของอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมสูงสุด ได้แก่ บริษัท โอเอชทีแอล มีค่าเฉลี่ยเพียง 0.264 เท่า และในด้านการเจริญเติบโตของยอดขายพบว่า โดยเฉลี่ย

ธุรกิจโรงแรมในภาพรวมมีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายเท่ากับร้อยละ 8.737 ต่อปี อันเป็นผลมาจากการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยบริษัท แกรนด์ แอสเสท โฮเทลส์ แอนด์ พรอพเพอร์ตี้ มีค่าเฉลี่ยของอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูงที่สุดเท่ากับร้อยละ 35.916 ต่อปี

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนทางการเงินของธุรกิจโรงแรมที่ทำการศึกษาระหว่างปี พ.ศ. 2543-2562

บริษัท	ROA	NPM	CR	QR	DEBT	EFF	SALE
ASIA	-1.535	-45.961	0.519	0.443	64.635	0.044	6.070
CENTEL	1.359	7.160	0.488	0.375	57.202	0.184	9.779
DTC	1.808	10.684	1.148	1.089	36.161	0.138	4.173
ERW	0.315	2.669	0.549	0.492	65.321	0.088	5.366
GRAND	1.019	21.658	1.163	0.412	68.488	0.062	35.916
LRH	1.656	9.801	1.566	0.785	30.414	0.091	14.188
OHTL	4.484	15.215	0.574	0.548	54.710	0.264	-0.664
ROH	2.367	9.057	2.273	2.249	20.541	0.185	3.990
SHANG	1.695	15.506	3.607	3.550	10.865	0.081	4.109
รวมทั้งหมด	1.471	4.807	1.323	1.117	44.979	0.127	8.737

หมายเหตุ: ROA = อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ NPM = อัตรากำไรสุทธิ CR = อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน QR = อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว DEBT = อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม EFF อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม และ SALE = อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย

เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของความสามารถในการทำกำไรและสภาพคล่องของธุรกิจโรงแรมตลอดช่วงเวลาที่ทำการศึกษาพบว่า ความสามารถในการทำกำไรโดยเฉลี่ยของธุรกิจโรงแรมมีระดับต่ำอย่างชัดเจนในช่วงปี พ.ศ. 2543-2544 ช่วงปี พ.ศ. 2551-2552 ซึ่งเกิดวิกฤติ Sub Prime Mortgage Crisis ในประเทศสหรัฐอเมริกา และช่วงปี พ.ศ. 2554 ซึ่งเกิด

วิกฤติการณ์น้ำท่วมใหญ่ในประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2552-2555 เป็นช่วงเวลาที่ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยมีสภาพคล่องค่อนข้างต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยของอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วอยู่ระหว่าง 0.67-0.90 และ 0.41-0.67 เท่าตามลำดับ

ตารางที่ 3 สภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจโรงแรมที่ทำการศึกษ

ปี	สภาพคล่อง		ความสามารถในการทำกำไร		ปี	สภาพคล่อง		ความสามารถในการทำกำไร	
	CR	QR	ROA	NPM		CR	QR	ROA	NPM
2543	1.60	1.51	1.16	-17.86	2553	0.71	0.50	3.48	65.10
2544	1.27	1.17	-4.18	-117.52	2554	0.67	0.41	-1.63	-33.60
2545	1.08	1.01	1.88	15.06	2555	0.80	0.54	1.30	3.14
2546	0.95	0.86	2.33	14.77	2556	1.33	0.95	2.03	15.22
2547	1.28	1.05	3.59	22.24	2557	1.49	1.20	1.76	10.58
2548	1.31	1.20	2.41	16.10	2558	1.58	1.30	1.47	11.44
2549	1.34	1.23	2.31	15.28	2559	1.85	1.52	1.67	13.04
2550	1.17	1.03	1.97	10.79	2560	1.97	1.69	3.26	19.52
2551	1.18	0.98	0.50	1.18	2561	2.19	1.93	1.88	9.28
2552	0.90	0.67	0.39	-0.46	2562	1.83	1.62	1.21	7.87

หมายเหตุ: สถิติในตาราง คือ ค่าเฉลี่ยของธุรกิจโรงแรมที่ทำการศึกษทั้งหมดในแต่ละปี

ตารางที่ 4 นำเสนอผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ซึ่งทำเพื่อตรวจสอบปัญหา Multicollinearity โดยพบว่า ตัวแปรหลายคู่จะมีความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ความสัมพันธ์มีระดับต่ำนั่นคือ ไม่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรคู่ใดที่มีค่าสูงกว่า 0.7 หรือ

ต่ำกว่า -0.7 แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ขึ้นในการวิเคราะห์ สำหรับตัวแปร CR และ QR ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงถึง 0.968 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ไม่ได้เป็นตัวแปรอิสระในสมการเดียวกัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าข้อมูลมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์การถดถอย

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

	CR	QR	DEBT	EFF	SALE	SIZE
CR	1.000					
QR	0.968***	1.000				
DEBT	-0.573***	-0.586***	1.000			
EFF	-0.079	0.006	-0.095	1.000		
SALE	-0.014	-0.081	0.074	0.045	1.000	
SIZE	-0.092	-0.185**	0.192**	-0.490***	0.072	1.000

หมายเหตุ: *, **, *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ Fixed Effects และ Random Effects Regression กรณีที่ตัวแปรอิสระที่ชี้วัดสภาพคล่อง ได้แก่ CR (อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน) โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 2 แบบจำลองตามตัวแปรตามที่ชี้วัดความสามารถในการทำกำไร ได้แก่ 1) ROA (อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม) และ 2) NPM (อัตรากำไรสุทธิ) รายละเอียดมีดังนี้

กรณีตัวแปรตาม คือ ROA

ค่าสถิติ Hausman Test มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่า แบบจำลอง Random Effects มีลักษณะ Biased และ Inconsistent ดังนั้นจึงเลือกแบบจำลอง Fixed Effects เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง CR และ ROA จากตารางที่ 5 พบว่าค่า R-Square (Within) มีค่าเท่ากับ 0.203 แสดงว่าแบบจำลอง Fixed Effects สามารถอธิบายความแปรผันใน ROA ภายในธุรกิจโรงแรมแต่ละแห่งได้ร้อยละ 20.3 ในขณะที่ค่า R-Square (Between) มีค่าเท่ากับ 0.635 แสดงว่าแบบจำลองสามารถอธิบายความแตกต่างของ ROA ระหว่างธุรกิจโรงแรมแต่ละแห่งได้ร้อยละ 63.5

CR มีความสัมพันธ์กับ ROA ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 1.305 แสดงว่า หากอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนสูงขึ้น 1 เท่า จะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมสูงขึ้นร้อยละ 1.305 อย่างไรก็ตามตัวแปร CR² (อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนยกกำลังสอง) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมมีความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นตรง

DEBT (อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม) และ EFF (อัตรากำไรหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม) มีความสัมพันธ์กับ ROA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงลบและเชิงบวก ตามลำดับ ทั้งนี้พบว่า

หากอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมสูงขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมต่ำลงร้อยละ 0.067 ในทางตรงกันข้ามหากอัตรากำไรหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมสูงขึ้น 1 เท่า จะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมสูงขึ้นร้อยละ 32.368

สำหรับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ได้แก่ SALE (การเติบโตของยอดขาย) และ SIZE (ขนาดของกิจการ) พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับ ROA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กรณีตัวแปรตาม คือ NPM

ค่าสถิติ Hausman Test ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติสะท้อนว่าแบบจำลอง Random Effects มีลักษณะ Unbiased และ Consistent ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงเลือกแบบจำลอง Random Effects ทั้งนี้ค่า R-Square (Within) มีค่าเท่ากับ 0.079 แสดงว่าแบบจำลอง Random Effects สามารถอธิบายความแปรผันใน NPM (อัตรากำไรสุทธิ) ภายในธุรกิจโรงแรมแต่ละแห่งได้ร้อยละ 7.9 ในขณะที่ค่า R-Square (Between) มีค่าเท่ากับ 0.255 แสดงว่าแบบจำลองสามารถอธิบายความแตกต่างของ NPM ระหว่างธุรกิจโรงแรมแต่ละแห่งได้ร้อยละ 25.5

CR และ CR² ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในทุกระดับ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตรากำไรสุทธิไม่มีความสัมพันธ์กัน

DEBT มีความสัมพันธ์กับ NPM ในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หากอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมสูงขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตรากำไรสุทธิต่ำลงร้อยละ 0.738 ในทางตรงกันข้าม EFF มีความสัมพันธ์กับ NPM ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หากอัตรากำไรหมุนเวียนของสินทรัพย์รวมสูงขึ้น 1 เท่า จะทำให้อัตรากำไรสุทธิสูงขึ้นร้อยละ 168.506

สำหรับตัวแปรอิสระตัวอื่น ๆ ได้แก่ SALE และ SIZE พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับ NPM อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ Fixed และ Random Effects Regression กรณีตัวแปรอิสระ คือ CR

ตัวแปร	ตัวแปรตาม = ROA				ตัวแปรตาม = NPM			
	Fixed Effects Regression Model		Random Effects Regression Model		Fixed Effects Regression Model		Random Effects Regression Model	
	Coeff.	P-Value	Coeff.	P-Value	Coeff.	P-Value	Coeff.	P-Value
CR	1.305*	0.096	1.174*	0.072	-0.215	0.991	4.251	0.783
CR ²	-0.121	0.207	-0.111	0.176	0.051	0.983	-0.547	0.777
DEBT	-0.067***	0.001	-0.028*	0.056	-1.473***	0.002	-0.738**	0.036
EFF	32.368***	0.002	23.965***	0.000	235.483	0.341	168.506*	0.097
SALE	0.002	0.843	0.006	0.421	-0.042	0.829	0.048	0.785
SIZE	1.214	0.163	0.672*	0.073	17.661	0.400	13.176	0.137
Constant	-11.532	0.165	-7.351	0.056	-112.250	0.575	-101.848	0.263
Obs.	168		168		168		168	
R ² (Within)	0.203		0.214		0.086		0.079	
R ² (Between)	0.635		0.743		0.193		0.255	
Hausman	13.550**				8.589			
P-Value	0.035				0.127			

หมายเหตุ: *, **, *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 นำเสนอผลการวิเคราะห์ Fixed Effects และ Random Effects Regression กรณีที่ตัวแปรอิสระที่ชี้วัดสภาพคล่อง ได้แก่ QR (อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว) โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 2 แบบจำลอง ตามตัวแปรตามที่ชี้วัดความสามารถในการทำกำไร นั่นคือ ROA และ NPM รายละเอียดมีดังนี้

กรณีตัวแปรตาม คือ ROA

ค่าสถิติ Hausman Test ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าแบบจำลอง Random Effects มีลักษณะ Unbiased และ Consistent ดังนั้นจึงเลือกแบบจำลอง Random Effects ทั้งนี้ ค่า R-Square (Within) มีค่าเท่ากับ 0.228 แสดงว่าแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรผันใน ROA ภายในธุรกิจโรงแรมแต่ละแห่งได้ร้อยละ 22.8 ในขณะที่ค่า R-Square (Between) มีค่าเท่ากับ 0.636 สะท้อนว่าแบบจำลองสามารถอธิบายความแตกต่างของ ROA ระหว่างธุรกิจโรงแรมแต่ละแห่งได้ร้อยละ 63.6

QR และ ROA มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 1.301 แสดงว่า หากอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วสูงขึ้น 1 เท่า จะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมสูงขึ้นร้อยละ 1.301 อย่างไรก็ตามตัวแปร QR² (อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วยกกำลังสอง) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วและอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมมีความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นตรง

DEBT และ ROA มีความสัมพันธ์กันในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หากอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมสูงขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมต่ำลงร้อยละ 0.038 ในขณะที่ EFF และ ROA มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หากอัตรากำไรสุทธิของสินทรัพย์รวมสูงขึ้น 1 เท่า จะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมสูงขึ้นร้อยละ 24.316

SIZE มีความสัมพันธ์กับ ROA ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าหากกิจการมีขนาดใหญ่ขึ้นจะทำให้กิจการมีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมสูงขึ้น สำหรับ SALE พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับ ROA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กรณีตัวแปรตาม คือ NPM

ค่าสถิติ Hausman Test ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าแบบจำลอง Random Effects มีลักษณะ Unbiased และ Consistent ดังนั้นจึงเลือกแบบจำลอง Random Effects ทั้งนี้ค่า R-Square (Within) มีค่าเท่ากับ 0.081 แสดงว่าแบบจำลอง Random Effects สามารถอธิบายความแปรผันใน NPM ภายในธุรกิจโรงแรมแต่ละแห่งได้ร้อยละ 8.1 ในขณะที่ค่า R-Square

(Between) มีค่าเท่ากับ 0.233 สะท้อนว่าแบบจำลองสามารถอธิบายความแตกต่างของ NPM ระหว่างธุรกิจโรงแรมแต่ละแห่งได้ร้อยละ 23.3

QR และ QR² ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในทุกระดับ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วไม่มีความสัมพันธ์กับอัตรากำไรสุทธิ

DEBT มีความสัมพันธ์กับ NPM ในเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หากอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวมสูงขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อัตรากำไรสุทธิต่ำลงร้อยละ 0.793 สำหรับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ได้แก่ EFF SALE และ SIZE พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับ NPM อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ Fixed และ Random Effects Regression กรณีตัวแปรอิสระ คือ QR

ตัวแปร	ตัวแปรตาม = ROA				ตัวแปรตาม = NPM			
	Fixed Effects Regression Model		Random Effects Regression Model		Fixed Effects Regression Model		Random Effects Regression Model	
	Coeff.	P-Value	Coeff.	P-Value	Coeff.	P-Value	Coeff.	P-Value
QR	1.671**	0.049	1.301*	0.090	4.868	0.812	-0.307	0.986
QR ²	-0.164	0.113	-0.131	0.178	-0.511	0.838	-0.010	0.996
DEBT	-0.065***	0.001	-0.038**	0.021	-1.441***	0.002	-0.793**	0.031
EFF	29.203***	0.006	24.316***	0.000	212.960	0.405	164.633	0.101
SALE	0.004	0.634	0.007	0.340	-0.032	0.872	0.054	0.757
SIZE	1.222	0.158	0.949**	0.047	17.138	0.413	12.733	0.167
Constant	-11.354	0.170	-9.260*	0.054	-110.033	0.582	-91.182	0.345
Obs.	168		168		168		168	
R ² (Within)	0.235		0.228		0.086		0.081	
R ² (Between)	0.564		0.636		0.185		0.233	
Hausman	5.120				8.640			
P-Value	0.401				0.195			

หมายเหตุ: *, **, *** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10, 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลจากการวิเคราะห์ Fixed Effects และ Random Effects Regression ทำให้พบว่า สภาพคล่องทั้งสองตัวชี้วัด นั่นคือ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วมีความสัมพันธ์ในเชิงเส้นตรงกับความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจโรงแรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เฉพาะกรณีที่ตัวชี้วัดความสามารถในการทำกำไร คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม ทั้งนี้ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Durrah et al. (2016) Waleed et al. (2016) Al-Qadi และ Khanji (2018) และ Sattar (2020) อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยกลับพบว่า ทั้งอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วไม่มีความสัมพันธ์กับอัตรากำไรสุทธิแต่อย่างใด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lartey et al. (2013) Ahmad (2016) และ Megaladevi (2018)

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า สภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก โดย Al-Qadi และ Khanji (2018) และ Sattar (2020) ได้ให้คำอธิบายถึงความสัมพันธ์ดังกล่าวไว้ว่า การมีสภาพคล่องน้อยเกินไปจะก่อให้เกิดความเสี่ยงที่กิจการไม่สามารถชำระหนี้หรือข้อผูกพันในระยะสั้นได้ ทำให้ยากต่อการระดมทุน และทำให้เกิดอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจหรือทำธุรกรรมที่ก่อให้เกิดกำไร ดังนั้นเมื่อกิจการมีสภาพคล่องเพื่อรองรับการชำระหนี้ระยะสั้นมากขึ้น ก็จะช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเอื้อต่อการระดมทุนหรือกู้ยืมเพื่อลงทุนขยายกิจการได้มากขึ้น ทำให้ความสามารถในการทำกำไรของกิจการสูงขึ้นได้

นอกจากนี้ยังมีข้อค้นพบที่น่าสนใจอีกหนึ่งประการ นั่นคือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนยกกำลังสอง (CR^2) และตัวแปรอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วยกกำลังสอง (QR^2) ในแบบจำลองอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมมีค่าติดลบแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สะท้อนความ

เป็นไปได้ที่อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วมีความสัมพันธ์ในเชิงเส้นโค้งกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม

กล่าวคือ ในช่วงที่กิจการมีสภาพคล่องต่ำ การมีสภาพคล่องสูงขึ้นจะช่วยให้กิจการมีความสามารถในการทำกำไรสูงขึ้นดังที่ได้อธิบายข้างต้น แต่หากสภาพคล่องมีระดับสูงขึ้นเรื่อย ๆ ความสามารถในการทำกำไรจะค่อย ๆ เพิ่มสูงขึ้นในอัตราลดลง และเมื่อสภาพคล่องสูงถึงระดับหนึ่ง ความสามารถในการทำกำไรของกิจการจะต่ำลง เนื่องจากการที่กิจการมีสภาพคล่องสูงเกินไป แสดงว่ามีการถือครองเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดมากเกินไป ย่อมทำให้เสียโอกาสในการนำเอาสินทรัพย์ไปสร้างผลกำไร ส่งผลทำให้ความสามารถในการทำกำไรลดต่ำลง สอดคล้องกับคำอธิบายของ Umobong (2015) Kobika (2018) และ Mohanty และ Mehrotra (2018)

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่องนี้ได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจโรงแรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 9 แห่ง ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2562 โดยอาศัยการวิเคราะห์ Fixed Effects และ Random Effects Regression โดยสภาพคล่องในงานวิจัยเรื่องนี้วัดโดยอัตราส่วนทางการเงิน 2 ตัว ได้แก่ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว ในขณะที่ความสามารถในการทำกำไรวัดโดยอัตราส่วนทางการเงิน 2 ตัว ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมและอัตรากำไรสุทธิ

จากการศึกษาพบว่า ทั้งอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม โดยหากอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วสูงขึ้น 1 เท่า จะทำให้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของธุรกิจโรงแรม

ที่ทำการศึกษาร้อยละ 1.305 และ 1.301 ตามลำดับ ในขณะที่ทั้งอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วไม่มีความสัมพันธ์กับอัตรากำไรสุทธิแต่อย่างใด อย่างไรก็ตามสามารถสรุปได้ว่าสภาพคล่องและความสามารถในการทำกำไรมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก

อย่างไรก็ตามหากไม่คำนึงถึงนัยสำคัญทางสถิติจะพบว่า ทั้งอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วมีแนวโน้มที่จะมีความสัมพันธ์ในเชิงเส้นโค้งกับความสามารถในการทำกำไรซึ่งวัดโดยอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม อธิบายได้ว่าในระยะแรก การมีสภาพคล่องสูงจะช่วยให้กิจการมีความสามารถในการทำกำไรสูงขึ้น แต่หากสภาพคล่องมีระดับสูงขึ้นเรื่อย ๆ ความสามารถในการทำกำไรจะค่อย ๆ เพิ่มสูงขึ้นในอัตราลดลง และเมื่อสภาพคล่องสูงถึงระดับหนึ่ง ความสามารถในการทำกำไรของกิจการจะต่ำลง ทั้งนี้ประเด็นดังกล่าวควรได้รับการศึกษาวิเคราะห์เพิ่มเติมเพื่อทำการพิสูจน์และค้นหาหลักฐานทางสถิติต่อไป

ข้อค้นพบจากงานวิจัยเรื่องนี้สามารถใช้เป็นกรอบแนวทางในการบริหารสภาพคล่องของกิจการให้เหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจโรงแรม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้บริหารธุรกิจโรงแรมและสมาคมวิชาชีพหรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลธุรกิจโรงแรม อย่างไรก็ตามงานวิจัยเรื่องนี้ยังมีข้อจำกัดบางประการที่ทำให้การนำเอาผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ยังมีข้อจำกัด นั่นคือ งานวิจัยเรื่องนี้อาศัยข้อมูลจากธุรกิจโรงแรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ซึ่งมีเพียง 9 แห่ง ซึ่งผลลัพธ์อาจเปลี่ยนแปลงไปหากมีการเพิ่มเติมข้อมูลของธุรกิจโรงแรมอื่น ๆ ที่มีได้อยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเข้ามาในการวิเคราะห์ นอกจากนี้ธุรกิจโรงแรมที่ศึกษาในการวิจัยเรื่องนี้ยังเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้ผลลัพธ์อาจไม่เหมาะสมต่อการประยุกต์ใช้กับธุรกิจโรงแรมขนาดกลางหรือขนาดย่อม ข้อจำกัดดังกล่าวควรได้รับการขยายการศึกษาเพิ่มเติมช่องว่างการวิจัยให้สมบูรณ์ต่อไป

References

- Ahmad, R. (2016). A study of relationship between liquidity and profitability of Standard Chartered Bank Pakistan: Analysis of financial statement approach. *Global Journal of Management and Business Research*, 16(1), 76-82.
- Al-Qadi, N. S., & Khanji, I. M. (2018). Relationship between liquidity and profitability: An empirical study of trade service sector in Jordan. *Research Journal of Finance and Accounting*, 9(7), 153-157.
- Bibi, N., & Amjad, S. (2017). The relationship between liquidity and firms' profitability: A case study of Karachi stock exchange. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 9(1), 54-67.
- Dao, B. T. T., & Nguyen, D. P. (2020). Determinants of profitability of commercial banks in Vietnam, Malaysia and Thailand. *Asian Journal of Finance, Economics and Business*, 7(4), 133-143.
- Durrah, O., Rahman, A. A., Jamil, S. A., & Ghafeer, N. A. (2016). Exploring the relationship between liquidity ratios and indicators of financial performance: An analytical study on food industrial companies listed in Amman Bursa. *International Journal of Economics and Financial*, 6(2), 435-441.

- Irawan, A., & Fatur Rahman, T. (2015). A study of liquidity and profitability relationship: Evidence from Indonesian capital market. *International Journal of Management and Applied Science (IJMAS)*, 1(9), 87-91.
- Jarungklin, J. (2011). *The factors determining profitability of food and beverage business listed in the stock exchange of Thailand* [Master's independent study]. Bangkok University. [in Thai]
- Kobika, R. (2018). Liquidity management and profitability: A case study analysis of listed manufacturing companies in Sri Lanka. *Global Scientific Journal*, 6(9), 484-494.
- Lartey, V. C., Antwi, S., & Boadi, E. K. (2013). The relationship between liquidity and profitability of listed banks in Ghana. *International Journal of Business and Social Science*, 4(3), 48-56.
- Megaladevi, P. (2018). A study on the impact of liquidity ratios on profitability of selected cement companies in India. *ICTACT Journal of Management Studies*, 4(4), 860-864.
- Mohanty, B., & Mehrotra, S. (2018). Relationship between liquidity and profitability: An exploratory study of SMEs in India. *Emerging Economy Studies*, 4(2), 169-181.
- Muangjaroen, A. (2018). *The factors affecting the profitability of energy industry and public utility listed companies in the stock exchange of Thailand* [Master's thesis]. Rajamangala University of Technology Thanyaburi. [in Thai]
- Olarevaju, O. M., & Adeyemi, O. K. (2015). Causal relationship between liquidity and profitability of Nigerian deposit money banks. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 5(2), 165-171.
- Ross, S. (2019). *Liquidity management in business and investing*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/ask/answers/122714/what-liquidity-management.asp>
- Ross, S., Westerfield, R., & Jaffe, J. (2006). *Corporate finance* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Sattar, A. R. (2020). Impact of liquidity on profitability: A case of comparison in textile sector in Pakistan between 2014 and 2015. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 9(1), 13-19.
- Umobong, A. A. (2015). Assessing the impact of liquidity and profitability ratios on growth of profits in pharmaceutical firms in Nigeria. *European-American Journal*, 3(1), 97-114.
- Waleed, A., Pasha, A., & Akhtar, A. (2016). Exploring the impact of liquidity on profitability: Evidence from banking sector of Pakistan. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(3), 1-12.
- Wooldridge, J. M. (2003). *Introduction econometrics: A modern approach*. South-Western Thomson Learning.



Name and Surname: Supachet Chansarn

Highest Education: Ph.D. in Demography, Chulalongkorn University

Affiliation: Bangkok University

Field of Expertise: Development Economics and Demographic Economics



Name and Surname: Thanyakorn Chansarn

Highest Education: Master of Business Administration, Bangkok University

Affiliation: Bangkok University

Field of Expertise: Finance and Accounting

ปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจระบบอิเล็กทรอนิกส์
ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย

THE CAUSAL FACTORS OF THE SATISFACTION WITH THE ELECTRONIC SYSTEM
OF ROOM RESERVATION THROUGH ONLINE BOOKING BUSINESS
AGENCIES IN THAILAND

มัลลิกา ธรรมณรงค์¹ และวิชิต อุ๋อัน²

Mallika Thamnarong¹ and Vichit Uon²

^{1,2}วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

^{1,2}Graduate School of Management, Sripatum University

Received: May 31, 2021 / Revised: September 1, 2021 / Accepted: September 6, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย 2) อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย และ 3) สร้างแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักที่เป็นเจ้าของโรงแรมที่เลือกการขายห้องพักเว็บไซต์ออนไลน์ในประเทศไทยจำนวน 12 ราย และเก็บแบบสอบถามออนไลน์จากผู้ใช้บริการจองห้องพักจำนวน 500 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ วิเคราะห์ทางสถิติด้วยสมการโครงสร้าง และดำเนินการสร้างแบบจำลองโดยการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ 2) การจัดการข้อร้องเรียนทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ 3) คุณภาพของเว็บไซต์ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ 4) ความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ และ 5) คุณภาพการให้บริการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ การจัดการข้อร้องเรียนทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ และคุณภาพของเว็บไซต์มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์โดยผ่านความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ และโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนี $\chi^2 = 91.11$, $df = 78$, $\chi^2/df = 1.168$, $p\text{-value} = 0.147$, $RMSEA = 0.018$, $SRMR = 0.025$, $CFI = 1.00$, $GFI = 0.99$ และ $AGFI = 0.94$ ตัวแบบของแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

คำสำคัญ: ความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ การจองห้องพักออนไลน์ ธุรกิจตัวแทนการขายห้องพัก

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the causal factors of the satisfaction with the electronic system of room reservation through online booking business agencies in Thailand; (2) to study the influence of the causal factors of the satisfaction with the electronic system of room reservation through online booking business agencies in Thailand; and (3) to create the causal factors of the satisfaction with the electronic system of room reservation through online booking business agencies in Thailand.

This research was a mixed-method research involving quantitative and qualitative research methodologies. The researcher collected research data by interviewing 12 entrepreneurs who were hotel business operators choosing to sell rooms via online websites in Thailand, and using an online questionnaire to collect data from 500 booking service users. Statistical procedure for data analysis was the structural equation modeling; while the creation of the causal factors model was conducted as a qualitative research by using in-depth interviews.

The research results showed that (1) the quality of provided electronic system services directly and positively affected the satisfaction with the electronic system; (2) the handling of complaints about the electronic system directly and positively affected the satisfaction with the electronic system; (3) the quality of the websites directly and positively affected the satisfaction with the electronic system; (4) the satisfaction with the electronic system directly and positively affected the loyalty to the electronic system; and (5) the electronic service quality, the handling of complaints about the electronic system, and quality of the websites had indirectly and positively influences on the loyalty to the electronic system via the satisfaction with the electronic system. In addition, the created model was harmoniously consistent with the empirical data, as shown by the following index values: $\chi^2 = 91.11$, $df = 78$, $\chi^2/df = 1.168$, $p\text{-value} = 0.147$, $RMSEA = 0.018$, $SRMR = 0.025$, $CFI = 1.00$, $GFI = 0.99$ and $AGFI = 0.94$. Therefore, the structural equation model was harmonious with the empirical data.

Keyword: Satisfaction with the Electronic System, Online Booking for Hotel Room, Online Travel Business Agency

บทนำ

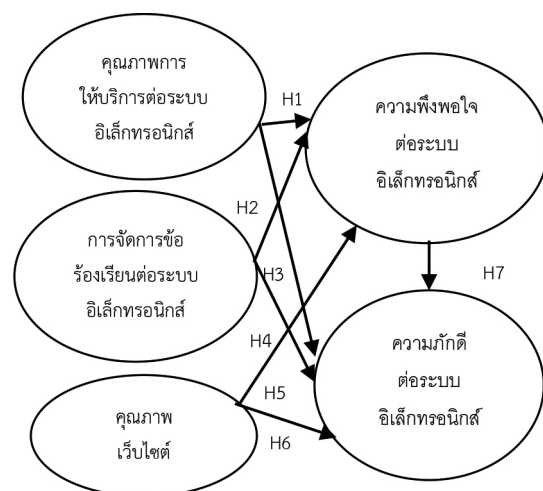
ปัจจุบันการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลมีการนำระบบออนไลน์ (Online Travel Agency: OTA) มาใช้ในธุรกิจทำให้ง่ายต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญ ส่วนหนึ่งในชีวิตโดยเฉพาะธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ (OTA) เป็นเว็บไซต์เกิดขึ้นจำนวนมากกระจายทั่วโลกไม่ว่าจะเป็นผู้ให้บริการในประเทศนั้น ๆ เป็นบริษัทที่เป็นผู้ให้บริการ หรือตัวกลางให้บริการด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ และการจองที่พักโรงแรมให้โดยมีข้อเสนอสุดพิเศษให้กับสมาชิกหรือผู้ใช้บริการ เว็บไซต์ระดับโลกอย่าง อโกด้าดอทคอม (Agoda.com) บুকกิ้งดอทคอม (Booking.com) และทริปแอดไวเซอร์ดอทคอม (TripAdvisor.com) รวมถึงเว็บไซต์ตัวกลางอื่น ๆ ความพึงพอใจระบบอิเล็กทรอนิกส์ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับธุรกิจอุตสาหกรรม การให้บริการ การให้บริการต่าง ๆ หันมาพัฒนาการให้บริการผ่านแพลตฟอร์ม (Platform) ธุรกิจตัวแทนการขายห้องพักจึงจำเป็นต้องมีคุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Service Quality) เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการทุกคนคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการในการให้บริการ และจำเป็นต้องมีแผนพัฒนาศักยภาพเพื่อการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ นี้ว่าการจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Service Recovery) และคุณภาพของเว็บไซต์ (Website Quality) ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญสำหรับการให้บริการต่าง ๆ ทางระบบอิเล็กทรอนิกส์บนสื่อออนไลน์หรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่สร้างความสะดวกสบายในการใช้บริการการทำธุรกรรมต่าง ๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการ (Chansakul, 2015) จากปัญหาจากการใช้บริการผ่านธุรกิจตัวแทนการขายห้องพัก (OTA) ผ่านแพลตฟอร์มเพื่อให้การบริการเกิดประสิทธิภาพที่ดีเพื่อส่งมอบให้กับลูกค้าแต่ยังคงพบปัญหาในงานบนเว็บไซต์ไม่ว่าจะปัญหาทางด้านการให้บริการ เช่น การจองห้องพักเกิดความซับซ้อน การใช้งาน การจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ ความ

ยากง่ายของการใช้งานบนเว็บไซต์ ความผิดพลาดในการจองห้องพัก ความปลอดภัยของช่องทางการชำระเงิน และการติดต่อกับพนักงานได้ค่อนข้างยากก่อให้เกิดความล่าช้า เป็นต้น ยังคงรวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้นต่าง ๆ สำหรับการจองผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ ด้วยปัญหาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวจากที่กล่าวมาข้างต้น หากได้รับการแก้ปัญหาดังกล่าวหรือพัฒนาระบบการให้บริการให้ดีขึ้นประสิทธิภาพมีความเสถียรที่มากขึ้นจะลดปัญหาในการจองหรือการใช้บริการการจองผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย
3. เพื่อสร้างแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 3 การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 4 การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 5 คุณภาพของเว็บไซต์ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 6 คุณภาพของเว็บไซต์ส่งผลต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 7 ความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Satisfaction: E-Satisfaction)

โดยมีนักวิจัย และนักวิชาการต่าง ๆ ได้เสนอแนวคิด ดังนี้ Gounaris et al. (2010) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจสามารถกำหนดเป็นประสบการณ์ที่รู้สึกหลังจากใช้ผลิตภัณฑ์ และเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้คุณภาพจากความคาดหวังการให้บริการ

Kotler (2016) ได้กล่าวว่า แนวคิดความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ระบุว่า ความพึงพอใจโดยทั่วไปเป็นความรู้สึกของผู้ใช้บริการ เมื่อผู้ใช้บริการรู้สึกพึงพอใจหรือผิดหวังเนื่องจากการเปรียบเทียบระหว่างการแสดงของผลิตภัณฑ์ และบริการที่ลูกค้าคาดหวังในบริบทของออนไลน์ความพึงพอใจมักเรียกว่า ความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

เมื่อได้ทำการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่าตัวแปรที่เป็นมาตรวัดที่มีความสำคัญทั้งหมด 4 ด้าน (Szymanski & Hise, 2000; Bressolles et al., 2014) ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ranjbarian et al. (2012) ได้แก่ ความสะดวกสบาย คือ การสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ คือ ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่มีเนื้อหา ราคา รายละเอียดที่เพียงพอสำหรับผู้ให้บริการเลือกดู การนำเสนอผลิตภัณฑ์ คือ ข้อมูลของผลิตภัณฑ์บนระบบแพลตฟอร์มที่มีความหลากหลาย และความปลอดภัย คือ ความปลอดภัยทางการเงิน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Service Quality: E-S-QUAL)

โดยมีนักวิจัยและนักวิชาการต่าง ๆ ได้เสนอแนวคิดดังนี้ Parasuraman et al. (2005) ได้กล่าวว่าการนำเสนอการให้บริการที่มีคุณภาพ (E-S-QUAL) ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญสำหรับความสำเร็จในสภาพแวดล้อมการแข่งขันในปัจจุบันการรับรู้คุณภาพการบริการเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ผู้บริโภคพิจารณาว่าบริการควรจะเป็นและการรับรู้เกี่ยวกับประสิทธิภาพที่แท้จริงที่เสนอโดยผู้ให้บริการในรูปแบบของการรับรู้คุณภาพการบริการทั้งการบริการที่คาดหวัง รวมถึงประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการ

Durmus et al. (2013) ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดของคุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นการให้บริการออนไลน์ในปัจจุบันมีความสำคัญยิ่งกว่าการรักษาผู้ใช้บริการไว้

เมื่อผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่าตัวแปรที่เป็นมาตรวัดที่มีความสำคัญ 4 ด้าน (Parasuraman et al., 2005) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alanezi และ Sellami (2019) ได้แก่ 1) ประสิทธิภาพของการใช้งาน คือ การใช้งานง่าย 2) ความพร้อมของระบบ คือ การใช้งานที่มีเสถียรภาพในการใช้งาน 3) การปฏิบัติตาม คือ ความสามารถในการทำงานให้ได้ตามเป้าหมายที่ตกลงไว้ และ

4) ความเป็นส่วนตัว คือ การปกป้องข้อมูลพฤติกรรม
การใช้งานของลูกค้าบนระบบแพลตฟอร์ม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียนทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Service Recovery: E-Rec-Qual)

โดยมีนักวิจัยและนักวิชาการต่าง ๆ ได้เสนอแนวคิด
ดังนี้ Parasuraman et al. (2005) ได้กล่าวว่า การจัดการ
ข้อร้องเรียนทางระบบอิเล็กทรอนิกส์จำเป็นต่อการ
แก้ไขปัญหาของคุณภาพการให้บริการ เมื่อผู้ใช้บริการ
ประสบปัญหาเพื่อพัฒนาเครื่องมือการให้บริการให้มี
มาตรฐานมากยิ่งขึ้นเพื่อสร้างการวัดออนไลน์หลายมิติ

Wang (2011) ได้อธิบายว่า ผู้ใช้บริการร้องเรียน
ถึงความล้มเหลวในการให้บริการ ดังนั้นการจัดการ
ข้อร้องเรียนที่ประสบความสำเร็จสามารถสร้างรายได้
และสร้างความภักดีให้ธุรกิจ หรือองค์กรต่าง ๆ ความ
พยายามในการกู้คืนบริการที่สูงสามารถเพิ่มลูกค้า
ได้อย่างมาก และเสริมสร้างแรงจูงใจของลูกค้าเพื่อ
กระจายคำพูดในเชิงบวกจากปากต่อปากของผู้ใช้
บริการ

เมื่อผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรมจะเห็น
ได้ว่า ตัวแปรที่เป็นมาตรวัดที่มีความสำคัญ 3 ด้าน
ได้แก่ 1) การตอบสนอง คือ การสามารถตอบสนอง
ต่อปัญหาในการใช้บริการและสามารถแก้ปัญหา
ได้อย่างรวดเร็ว 2) การชดเชย คือ การหาสิ่งทดแทน
เมื่อเกิดความผิดพลาด และ 3) การติดต่อ คือ การ
ติดต่อเพื่อปรึกษาหรือสอบถามเกี่ยวกับการให้บริการ
(Parasuraman et al., 2005; Wolfinbarger &
Gilly, 2003; Gidh, 2020)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพของเว็บไซต์ (Website Quality)

โดยมีนักวิจัยและนักวิชาการต่าง ๆ ได้เสนอ
แนวคิด ดังนี้ Liu และ Arnett (2000) ได้อธิบายว่า
คุณภาพของเว็บไซต์เป็นแพลตฟอร์มของเทคโนโลยี
สารสนเทศที่บรรลุประสิทธิภาพของเว็บไซต์ให้
กระบวนการจัดซื้อและส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือการ
บริการที่มีประสิทธิภาพแก่ลูกค้า ดังนั้นด้วยคุณภาพ

ของเว็บไซต์ที่ดีทำให้ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ
ไว้วางใจในร้านค้า

Afshardost (2013) ได้อธิบายว่า แนวคิด
คุณภาพของเว็บไซต์การรับรู้ของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับ
คุณภาพของเว็บไซต์นั้นขึ้นอยู่กับคุณสมบัติต่าง ๆ เว็บไซต์
ที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการและสร้าง
ความประทับใจให้กับความเป็นเลิศของเว็บไซต์นั้น ๆ

เมื่อได้ทำการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่า
ตัวแปรที่เป็นมาตรวัดที่มีความสำคัญ 11 ด้าน ได้แก่ 1)
ข้อมูลเหมาะสมกับการใช้งาน คือ ข้อมูลมีความพอดีกับ
ผลิตภัณฑ์ 2) ความเหมาะสมของการสื่อสาร คือ การ
สื่อสารสามารถปรับให้เหมาะสมตอบสนองความต้องการ
ของผู้ใช้บริการ 3) ความไว้วางใจ คือ การสื่อสาร
ที่มีความปลอดภัย 4) ระยะเวลาในการตอบสนอง คือ
เวลาที่จะได้รับคำตอบหลังจากการร้องขอ 5) ความ
เข้าใจง่าย คือ ความง่ายต่อการอ่าน 6) การรับรู้ คือ
มีการนำทางในการใช้งานที่ง่าย 7) การดึงดูดสายตา
นวัตกรรม คือ ความสวยงาม 8) การรับรู้ทางอารมณ์ คือ
ความรู้สึกทางอารมณ์ 9) ภาพที่สอดคล้องกัน คือ ภาพ
บนเว็บไซต์ 10) ความสมบูรณ์ทางออนไลน์ คือ การ
ที่เว็บไซต์อนุญาตให้ทำธุรกรรมทั้งหมด และ 11) ข้อ
ได้เปรียบที่เกี่ยวข้อง คือ การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีจาก
บริษัท

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Loyalty: E-Loyalty)

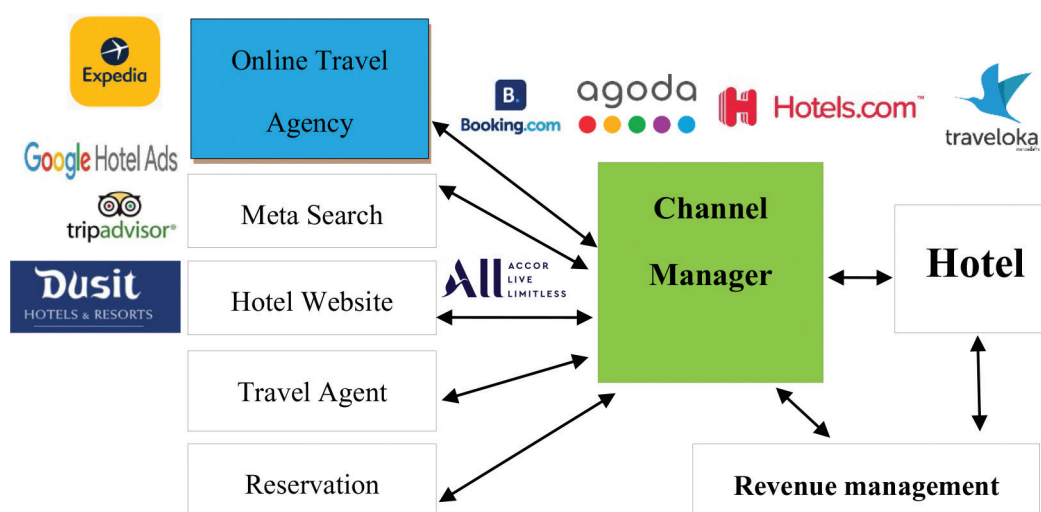
โดยมีนักวิจัยและนักวิชาการต่าง ๆ ได้เสนอ
แนวคิด ดังนี้ Anderson และ Srinivasan (2003)
ได้กล่าวว่า ความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทัศนคติ
ที่ดีของผู้ใช้บริการต่ออิเล็กทรอนิกส์ธุรกิจส่งผลให้เกิด
พฤติกรรมการซื้อซ้ำ การศึกษาได้กำหนดความภักดี
ทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่จะทบทวนคุณภาพ
ของเว็บไซต์ของแบรนด์อย่างต่อเนื่องเพื่อซื้อขาย
บนเว็บไซต์นั้นโดยไม่ต้องเปลี่ยนไปใช้เว็บไซต์อื่น

เมื่อทำการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่า
ตัวแปรที่เป็นมาตรวัดที่มีความสำคัญ 2 ด้าน ได้แก่

1) ความตั้งใจที่จะซื้อซ้ำ คือ การกลับมาใช้บริการอีก และ 2) การบอกต่อ คือ การนำคำพูดเชิงบวกบอกต่อกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารการจัดการการจองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ (Online Travel Agency: OTA)
ธุรกิจที่พักในปัจจุบันต้องมีการบริหารการ

จัดการ และพัฒนาช่องทางการขายหรือเรียกว่า การบริหารการจัดการรายได้ (Revenue Management) ที่เป็นทฤษฎีหลักในการปรับปรุงพัฒนารายได้ของช่องทางการขายห้องพักที่มีความหลากหลายรวมถึงการบริหารห้องพักให้เป็นระบบโดยช่องทางการขายหลาย ๆ ช่องทาง เช่น ช่องทางการขายสมัยใหม่ที่ขายห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพัก (OTA)



ภาพที่ 2 ระบบช่องทางการขาย

ที่มา: ปรับโมเดลมาจาก Chansakul (2015)

การบริหารจัดการการจองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ (OTA) ผู้ให้บริการด้านการจองที่พักโรงแรมรวมถึงบริการด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่านตัวกลางเป็นแพลตฟอร์มในการให้บริการออนไลน์บนพื้นที่การให้บริการบนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการให้บริการ เช่น การจองที่พัก ตัวเครื่องบิน บริการท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น (Chansakul, 2015)

วิธีการวิจัย

การวิจัยแบบผสมผสานโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพแบบเชิงอธิบาย ใช้กลุ่มประชากรเชิงคุณภาพ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักที่เป็นเจ้าของโรงแรมที่เลือกการขายห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจอง

ห้องพักออนไลน์ (OTA) จำนวน 12 ราย โดยวิธีการสัมภาษณ์ และกลุ่มประชากรเชิงปริมาณ คือ ผู้ใช้บริการการจองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ (OTA) โดยการเก็บกลุ่มซึ่งมีหลายวิธีที่ใช้พิจารณาในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีรายละเอียดดังนี้ ใช้เทคนิคสถิติโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling) จากการออกแบบคิดในการวิจัย มีตัวแปรแฝง (Latent Variables) จำนวน 5 ตัวแปร และมีตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) จำนวน 25 ตัวแปร เนื่องด้วยนักสถิติแนะนำว่าในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีขนาดตั้งแต่ 15 ถึง 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (Hair, 2006) จึงจะถือว่าเป็นขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ตัวแปรพหุ ดังนั้นขนาดของ

กลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอควรมีจำนวนตั้งแต่ $15 \times 25 = 375$ ถึง $20 \times 25 = 500$ (Uon, 2010)

โดยผู้วิจัยเลือกใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีที่ 2 ที่มีขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 500 ตัวอย่างเพื่อให้แน่ใจว่าจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่สามารถใช้เป็นค่าสถิติที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรได้ (Hair, 2006) จำนวน 500 ราย (Ministry of Tourism and Sports, 2019)

เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยนี้ใช้การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การกำหนดกรอบคำถามสำหรับการสัมภาษณ์มาจากการศึกษาทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสร้างเป็นนิยามเฉพาะที่กำหนดตามกรอบแนวคิด รวมทั้งปัญหาของคำถามในการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมเนื้อหาตามที่ต้องการเพื่อนำมาพัฒนาสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อนำไปวิเคราะห์แบบเนื้อหา (Content Analysis) และนำมาสังเคราะห์เพื่อหาตัวแปร

เครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยในกระบวนการพัฒนาแบบสอบถาม ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยการนำมาปรับให้สอดคล้องกับบริบทของงานวิจัย และจากการประเมินคุณภาพของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านพบว่า ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องรายข้อ (IOC) ได้เท่ากับ 0.988 (อยู่ระหว่าง 0.953-1.00) แสดงว่าข้อคำถามรายข้อตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย และสามารถนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้ว ไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นเพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป และผลจากการตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อคำถามพบว่า ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.993 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ดังนั้นข้อคำถามมีค่าความเชื่อมั่นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดและ

สามารถนำไปใช้ในการศึกษา โดยพัฒนาตัวอย่างออกเป็น 6 ส่วน

แบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวข้องกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลและข้อมูลลักษณะทั่วไปขององค์การของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยแบบสอบถามตอนที่ 2-6 โดยมีลักษณะคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้แบบ 5 ระดับ Likert's Scale

แบบสอบถามตอนที่ 2 เกี่ยวข้องกับข้อมูลคุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-S-QUAL)

แบบสอบถามตอนที่ 3 เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Recs-Qual)

แบบสอบถามตอนที่ 4 เกี่ยวข้องกับคุณภาพของเว็บไซต์ (Website Quality)

แบบสอบถามตอนที่ 5 เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Satisfaction)

แบบสอบถามตอนที่ 6 เกี่ยวข้องกับความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Loyalty)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์หาค่าสถิติ (Pearson Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 25 องค์ประกอบ เพื่อยืนยันว่าองค์ประกอบต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันในระดับหนึ่งเพื่อให้สามารถวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) โดยใช้โปรแกรม LISREL (Suksawang, 2014) เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมมติฐาน แบบจำลองการวัดและแบบจำลองโครงสร้าง รวมทั้งดัชนีอื่น ๆ เพื่อใช้พิจารณาปรับแบบจำลองโดยพิจารณาผลการทดสอบผลการวิเคราะห์เส้นทาง ความกลมกลืนของแบบจำลองโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ก่อนและหลังการปรับตัวแบบจำลองเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของตัวแบบจำลองที่สร้างขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเคยมีประสบการณ์การจองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ผ่านโทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 47.20 รองลงมาคือ โน้ตบุ๊ก/คอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 27.00 เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.60 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 44.40 อายุ 21-30 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.40 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รองลงมาคือ อาชีพรักธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 24.20 ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 30.80 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 59.60 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 37.80 รายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.80 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.40 จองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์กับ Agoda.com คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมาคือ Booking.com คิดเป็นร้อยละ 20.20 ใช้บริการจองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.40 ประสบการณ์การจองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ 1,001-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.40 รองลงมาคือ 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.20 และเข้าพักกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 51.60 รองลงมาคือ ครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 24.80

2. ค่าเฉลี่ยของคุณภาพการให้บริการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ การจัดการข้อร้องเรียนทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพของเว็บไซต์ ความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ และความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = 0.60) โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหารายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุด ดังนี้ ประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.64) รองลงมาคือ การปฏิบัติตาม ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.66) ความพร้อมของระบบ ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.69) และความเป็นส่วนตัว ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.66) โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ จากรายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหารายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดดังนี้ การตอบสนอง ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.74) รองลงมาคือ การติดต่อ ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.73) และการชดเชย ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.73) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของเว็บไซต์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของเว็บไซต์รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.56) โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของเว็บไซต์ รายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหารายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดดังนี้ ข้อมูลเหมาะสมกับการใช้งาน ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.71) รองลงมาคือ นวัตกรรม ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.73) การดึงดูดสายตา ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.73) ความสมบูรณ์ทางออนไลน์ ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.81) ความไว้วางใจ ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 0.76) ระยะเวลาในการตอบสนอง ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.66) ข้อได้เปรียบที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = 0.75)

ภาพประกอบที่สอดคล้องกัน ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.75) การรับรู้ ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.73) ความเหมาะสมของการสื่อสาร ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.71) การรับรู้ทางอารมณ์ ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.75) และความเข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.63) โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ รายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหารายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดดังนี้ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.69) รองลงมาคือ ความสะดวกสบาย ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 0.70) ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.75) และความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.74) ตามลำดับ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์รวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.70) โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ รายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหารายการข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดดังนี้ ความตั้งใจที่จะซื้อซ้ำ ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.73) รองลงมาคือ การบอกต่อ ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.83) ตามลำดับ

3. ดัชนีความกลมกลืนของตัวแบบเชิงสาเหตุของปัจจัยเชิงสาเหตุของความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการการจองห้องพักผ่านธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์

ผลการวิเคราะห์โมเดลครั้งแรกพบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการปรับโมเดล (Model Modification) ด้วยการปรับพารามิเตอร์โดยยินยอมให้ผ่อนคลาย

ข้อตกลงเบื้องต้นโดยให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ (Suksawang, 2014) ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลโดยรวมหลังจากที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับโมเดลพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับคือ ค่าดัชนี $\chi^2 = 91.11$, $df = 78$, $\chi^2/df = 1.168$, $p\text{-value} = 0.147$, $RMSEA = 0.018$, $SRMR = 0.025$, $CFI = 1.00$, $GFI = 0.99$ และ $AGFI = 0.94$ โดยดัชนีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดคือ χ^2/df มีค่าน้อยกว่า 2 ดัชนี $RMSEA$ และ $SRMR$ มีค่าน้อยกว่า 0.05 และดัชนี CFI , GFI , $AGFI$ มีค่ามากกว่า 0.95 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตัวแบบของแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์เส้นทาง

1. คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.32 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.20 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESR) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.26 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESR) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.21 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

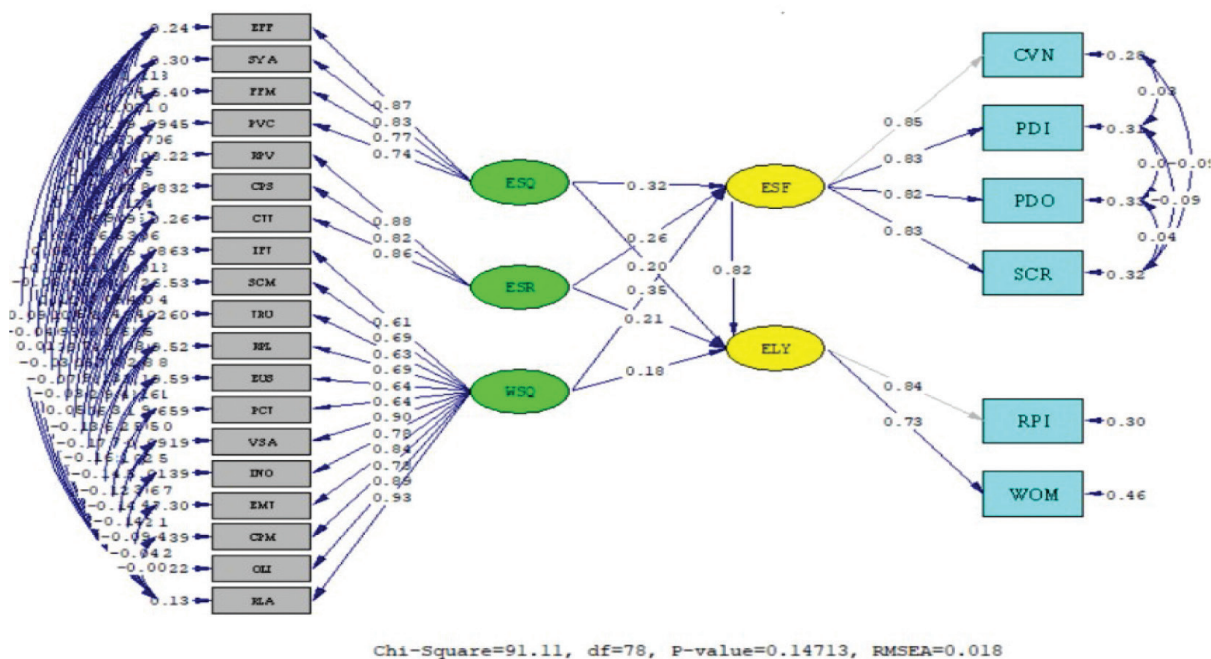
5. คุณภาพของเว็บไซต์ (WSQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.35 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. คุณภาพของเว็บไซต์ (WSQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.18 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. ความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรง

เท่ากับ 0.82 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

8. คุณภาพการให้บริการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESR) และคุณภาพของเว็บไซต์ (WSQ) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยผ่านความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) มีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.26, 0.21 และ 0.29 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



ภาพที่ 3 การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวมหลังจากการปรับแก้โมเดล

ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.24 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพล

ทางตรงเท่ากับ 0.11 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESR) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.31 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESR) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความ

ภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.12 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 คุณภาพของเว็บไซต์ (WSQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ESF) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.40 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 6 คุณภาพของเว็บไซต์ (WSQ) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.14 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 7 ความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์

(ESF) ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ELY) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.98 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

แบบจำลองใหม่ที่ได้จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

จากการศึกษาแบบจำลองความพึงพอใจระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งชื่อแบบจำลองว่า “OBRS Model” ซึ่งย่อมาจากคำว่า Online Booking and Reservation Satisfaction Model เพื่อใช้แบบจำลองนี้พัฒนาศักยภาพของการให้บริการบนระบบอิเล็กทรอนิกส์ให้มีคุณภาพ และศักยภาพมากขึ้น โดยแสดงไว้ในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 OBRS Model

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ระดับคุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์นั้นส่งผลต่อระดับความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Sahadev และ Purani (2008) ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์มีผลทางบวกทั้งความพึงพอใจและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความไว้วางใจที่มีผลต่อความภักดีโดยตรง

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ระดับคุณภาพการให้บริการต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์นั้นส่งผลต่อระดับความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Asgari (2014) พบว่า คุณภาพการให้บริการทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลกระทบเชิงบวกและมีความสำคัญกับความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญของผู้ใช้บริการ ธนาคารบนมือถือที่ธนาคารบาท

สมมติฐานที่ 3 การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า หากทำการจัดการข้อร้องเรียนต่าง ๆ จากลูกค้าและสามารถแก้ไขปัญหาได้ส่วนมากจะทำให้

เพิ่มระดับความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Maxham (2001) การจัดการข้อร้องเรียนทางระบบอิเล็กทรอนิกส์บนอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่หนึ่งของปัจจัยที่สำคัญของผู้ใช้บริการความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ และความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 4 การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การจัดการข้อร้องเรียนต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า หากทำการจัดการข้อร้องเรียนต่าง ๆ จากลูกค้าและสามารถแก้ไขปัญหาได้ส่วนมากจะทำให้เพิ่มระดับความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้สอดคล้องกับการศึกษาของ Blasco (2010) พบว่า คุณภาพการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ผ่านการรับรู้คุณค่าในการวัดการสร้างความพึงพอใจอิเล็กทรอนิกส์และการจัดการข้อร้องเรียนทางระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 5 คุณภาพของเว็บไซต์มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพของเว็บไซต์มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่าระดับคุณภาพของเว็บไซต์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการเข้าถึงสำหรับการจองที่พักซึ่งสามารถเกิดความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้มากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Khanh Giao et al. (2020) พบว่า มีผลในเชิงบวกคุณภาพของเว็บไซต์เกี่ยวกับความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งสื่อกลางบางส่วนผ่านความไว้วางใจทางอิเล็กทรอนิกส์และความพึงพอใจของผู้บริโภค ยิ่งไปกว่านั้นความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์ยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบอกต่อทางอิเล็กทรอนิกส์และการบอกต่อ

สมมติฐานที่ 6 คุณภาพของเว็บไซต์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพของเว็บไซต์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ระดับคุณภาพของเว็บไซต์ที่ดีสามารถทำให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการเข้าถึงสำหรับการจองที่พัก ซึ่งสามารถเกิดความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้มากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Alkhoul (2018) พบว่า คุณภาพเว็บไซต์และความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของเว็บไซต์กับความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานที่ 7 ความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีทางระบบอิเล็กทรอนิกส์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า ระดับความพึงพอใจต่อระบบอิเล็กทรอนิกส์สามารถทำให้ลูกค้ามั่นใจในผู้ประกอบการและสินค้า ทำให้ลูกค้ายังซื้อสินค้าของผู้ประกอบการไปตลอด สอดคล้องกับการศึกษาของ Terblanche และ Boshoff (2010) พบว่า ความภักดีได้รับผลกระทบทางบวกจากความพึงพอใจของลูกค้า

สรุปผล

จากผลการวิจัยจึงสรุปได้ว่า ตัวแบบของแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งในการปรับโมเดลมีการเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดีขึ้น

การทดสอบโมเดลพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากผลลัพธ์แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า โมเดลที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐานทั้งหมดแสดงให้เห็นว่า ส่งผลทางตรงเชิงบวกและทางอ้อมต่อความพึงพอใจทางอิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

ผู้บริหาร ผู้ประกอบการ และธุรกิจตัวแทนการจองห้องพักออนไลน์ สามารถนำผลการวิจัยไปศึกษาพัฒนาความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อวางแผนกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ และนำธุรกิจเข้าสู่ระบบแพลตฟอร์มได้อย่างเต็มรูปแบบและมีเสถียรภาพสูงทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสของความสำเร็จนี้ได้

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป

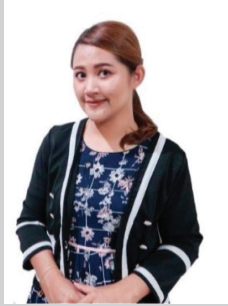
2.1 ควรนำแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย เพื่อทำการตรวจสอบโมเดลว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่สำคัญตัวอื่นเพิ่มเติมที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ในการจองห้องพักออนไลน์ผ่านธุรกิจตัวแทนในประเทศไทย เช่น การรับรู้ถึงคุณภาพ การรับรู้ถึงคุณค่า และภาพลักษณ์ เป็นต้น

References

- Afshardost, M. (2013). Linking trust, perceived website quality, privacy protection, gender and online purchase intentions. *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 4(13), 63-72.
- Alanezi, M. A., & Sellami, A. (2019). A unified framework for measuring e-service quality. *Engineering Technology & Applied Science Research*, 3(9), 4249-4254.
- Alkhouli, S. (2018). The effect of banks website service quality and e-satisfaction on e-loyalty: An empirical study on Swedish banks. *International Journal of Business and Management*, 1(13), 1-12.
- Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). E-satisfaction and e-loyalty: A contingency framework. *Psychology & Marketing*, 2(20), 123-138.
- Asgari, N. (2014). Studying the impact of e-service quality on e-loyalty of customers in the area of e-banking services. *Journal of Management and Sustainability*, 2(4), 126-133.
- Blasco, M. F. (2010). Measuring the antecedents of e-loyalty and the effect of switching costs on website. *Service Industries Journal*, 11(30), 1837-1852. <https://doi.org/10.1080/02642060802626774>
- Bressolles, G., Durrieu, F., & Senecal, S. (2014). A consumer typology based on e-service quality and e-satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21, 6(21), 889-896.
- Chansakul, A. (2015). *The tourism industry manages accommodation business in the online*. Bank of Thailand. [in Thai]
- Durmus, B., Ulusu, Y., & Erdema, S. (2013). Which dimensions affect private shopping e-customer loyalty. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (99), 420-427.
- Gidh, P. G. (2020). A multi-dimensional research study in e-commerce to capture consumer expectations. *International Journal for Research in Applied Science & Engineering Technology (IJRASET)*, (8), 411-415.
- Gounaris, S., Dimitriadis, S., & Sergios, S. (2010). An examination of the effects of service quality and satisfaction on customers' behavioral intentions in e-shopping. *Journal of Services Marketing*, 2(24), 142-156. <https://doi.org/10.1108/08876041011031118>
- Hair, J. (2006). Multivariate data analysis. *Psychology*, 6(1), 1-5.
- Khanh Giao, H. N., Vuong, B. N., & Nh, T. (2020). The influence of website quality on consumer's e-loyalty through the mediating role of e-trust and e-satisfaction: An evidence from online shopping in Vietnam. *Uncertain Supply Chain Management*, (8), 351-370. http://growingscience.com/uscm/Vol8/uscm_2019_42.pdf
- Kotler, P. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Pretice Hall.

- Liu, C., & Arnett, K. (2000). Exploring the factors associated with website success in the context of electronic commerce. *Information Management*, 1(38), 23-33. [http://dx.doi.org/10.1016/S0378-7206\(00\)00049-5](http://dx.doi.org/10.1016/S0378-7206(00)00049-5)
- Maxham, J. G. (2001). Service recovery's influence on consumer satisfaction, word-of-mouth, and purchase intentions. *Journal of Business Research*, (54), 11-24.
- Ministry of Tourism and Sports. (2019). *Ministry of tourism and sports*. www.mots.go.th [in Thai]
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Malhotra, A. (2005). E-s-qual a multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 3(7), 213-233.
- Ranjbarian, B., Fathi, S., & Zey, R. (2012). Factors influencing on customers' e-satisfaction: A case study from Iran. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 9(3), 1497-1511.
- Sahadev, S., & Purani, K. (2008). Modeling the consequences of e-service quality. *Marketing intelligence and planning*, 6(26), 605-620. <https://doi.org/10.1108/02634500810902857>
- Suksawang, P. (2014). Principles of structural equation model analysis. *Journal Narathiwat Rajanagarindra University*, 2(6), 136-145. [in Thai]
- Szymanski, D., & Hise, R. (2000). E-satisfaction: An initial examination. *Journal of Retailing*, (76), 309-322.
- Terblanche, N. S., & Boshof, C. (2010). Quality, value, satisfaction and loyalty amongst race groups: A study of customers in the South African fast food industry. *The South African Journal of Business Management*, 1(41), 1-9.
- Uon, V. (2010). *Research and business information retrieval*. Sripatum University. [in Thai]
- Wang, Y. S. (2011). The relationship of service failure severity, service recovery justice and perceived switching costs with customer loyalty in the context of e-tailing. *International Journal of Information Management*, 4(31), 350-359.
- Wolfenbarger, M., & Gilly, M. (2003). ETAILQ: Dimensionalizing, measuring and predicting e-tail quality. *Journal of Retailing*, 3(79), 183-198. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(03\)00034-4](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(03)00034-4)



Name and Surname: Mallika Thamnarong

Highest Education: Ph.D. in Doctor of Business Administration Program, Sripatum University

Affiliation: Sripatum University

Field of Expertise: Marketing Strategy



Name and Surname: Vichit Uon

Highest Education: Ph.D. in D.I.B.A. (International Management), Nova Southeastern University, U.S.A. and Ph.D. in D.B.A. (Marketing), The University of Sarasota, U.S.A.

Affiliation: Sripatum University

Field of Expertise: International Management and Marketing

APPLICATION OF THE INFORMATION TECHNOLOGY IN AUTOMOTIVE INDUSTRY IN THE EASTERN REGION OF THAILAND

Nipapan Ananpalasak

Faculty of Logistics, Burapha University

Received: April 19, 2021 / Revised: August 2, 2021 / Accepted: August 19, 2021

Abstract

This article is aimed at studying the application of logistics and supply chain information technology in the automotive industry in the Eastern Region of Thailand and analyzing guidelines for corporate information technology development to support the connection and exchange of data in the organization. This is a qualitative research. Research data were obtained from studying the documents and conducting semi-structured interviews with the people involved with the development or management work for application of the corporate information technology. According to the research result, it was found that the workplaces had emphasized the application of information technology at an operational level aiming at automatic operation of works and had emphasized the use of technologies for monitoring and control of parts or products but still lacked the connection of data between departments within the company; whereas, at present, the application of information technology which was modern and prepared for development at the utmost efficiency but the personnel still lacked skills for utilization of information technology to increase the operational potentials of the company. In this research, guidelines for application of information technology have been proposed for connection of correct and up-to-date corporate information.

Keywords: Automotive Industry, Information Technology, Information Exchange, Middleware

Introduction

Supply chain is a significant system of all industries type which connecting stakeholders both movement of the information and products (or services), whether it is inbound and outbound. Bowersox et al. (2013) said that Supply Chain Management (SCM) means activities related to change, flow of product and service, finance and information flow starting from

the procurement of raw material until to end users. Nowadays, competition is high in all industries; therefore, cooperation and coordination are important to achieving success and job goals and also lead to quickly and efficient operations (Aljazzar et al., 2017; Liao et al., 2017). Sharing the accurate information and at the right time is considered as cooperation within the organization to achieve quickly

the work objectives and reduce seeking information time (Aljazzar et al., 2017; Minkyun & Chai, 2016).

However, the application of information systems for driving the efficient business must be considered the existing information system (Gupta & Kohli, 2006). The information system for supply chain and logistics has continuously developed and applied to all industry fields

by focusing on the efficient exchange of information, connection and exchange information among members within the supply chain. There are also technology for surveillance, control, track, shipment, and inventory management. The important processes in the supply chain are material flow and information flow which create the efficient supply chain.

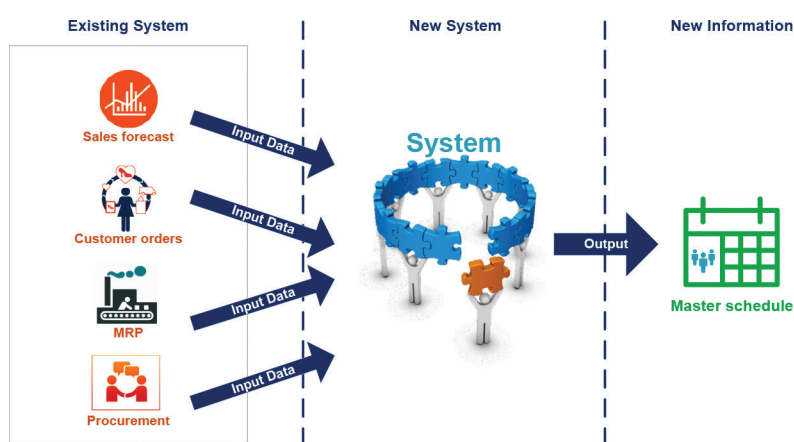


Figure 1 Examples of integration of previous information system to create useful for the organization

Note: Adapt from Gupta และ Kohli (2006)

COVID-19 pandemic situations have impacts on ways of life, health and national economy, and the automotive industry is regarded as one of the important industries in Thailand, in terms of value-added export of the country, production base, employment and connection with a lot of related industries. The heavy fluctuation of dynamic economy in Thailand and worldwide has impacts on the production industry and other industries relating to international import and export of goods. Thailand is one of the major automotive production bases in the world. The innovation and technology

of automotive production shall include components which have been developed continuously. The production patterns and processes have been designed and changing rapidly to meet the demand of users. Moreover, there are obvious innovations and smarter technologies as components. The market of Original Equipment Manufacturers (OEMs) and Replacement Equipment Manufacturers (REMs) in Thailand is equal to 60-70% of the revenues in the industrial sector of Thailand. In January 2021, the export of cars and automotive parts has expanded continuously, despite the

COVID-19 pandemic (Trade Policy and Strategy Office, 2021; Yongpisanphob, 2020). According to the trends of production of automotive parts and spares of Thailand, there are opportunities of export to Japan and Mexico. Thailand has opportunities for development as the automotive parts production base of the automotive supply chains in both groups as above-mentioned (Kasikorn Research Center, 2020). It is obvious that the automotive industry is an important production sector of Thailand and is growing continuously; moreover, technologies have played their significant roles in the industry. In this Article, the Researcher has studied the guidelines for application and development of logistics and supply chain information technology in the automotive industry in the Eastern Region of Thailand; whereby, the Eastern Economic Corridor (EEC) is part of the Government's strategies propelling Thailand towards the high-tech economy; and the research results may be used as guidelines for policy planning in response to the industrial development guidelines under "Thailand 4.0" strategies and to be prepared for the digital society.

Objective

This article is aimed at studying the application of logistics and supply chain information technology to the automotive industry in the Eastern Region of Thailand and analyzing guidelines for corporate information technology development to support the connection and exchange of data in the organization.

Literature Review

From the relevant literature reviews, study business processes, guideline for the development of logistics and supply chain found that information technology is recognized as a part of business exchange between organizations. Technology is a significant role for business process transformation, to help linking among chain to create efficient work (Pham et al., 2019), to control the quality, the cost of planning and good management. The stable relationship between organization mostly comes from the result of development of information technology as the tool for information exchange among all stakeholders in the process. When the whole supply chain starts to share their information, it will create the strategic relationship, reduce overall costs and be able to manage inventory more efficiently (Chen et al., 2017; Makkonen & Mervi, 2014; Prajogo & Olhager, 2012).

From the literature review found that most of the research articles studied in increasing the efficiency of the supply chain operations and studied the relationship between manufacturer, customer with the third-party logistics, it demonstrates the importance of the development of supply chain operations. On the other hand, there is still a small number of research on the integration of supply chain with logistics providers, information technology to increase operations efficiency and flow of information in the supply chain. Most of them still do not clearly specify to apply technology in each logistics activity. The trend of applying the information technology for sharing,

exchange, and continuous operations of the supply chain. If information flow is be designed and developed, the supply chain process is improved, and integrated of information technology for the supply chain service is suitable managed, it will make business process and supply chain system more effective (Chen et al., 2017; Lambert & Enz, 2017; Sousa et al., 2011) reduce inventory storage, reduce working process including storage, inspection as well as creating customer satisfaction.

In general, supply chain focus on the raw material flow because it can analyze the cost, and clearly see profit and loss status. If considering in every process found that information flow is the driving force for other processes in the supply chain more efficiently (Moons et al., 2019). If sending information between departments or stakeholders at the right time, will make correctly the raw materials flow and at the right time, will create relation strategy, overall cost reduction and can manage inventory efficiently (Chen et al., 2017; Makkonen & Mervi, 2014). As in several industries such as retail and automotive industries are the highly efficient supply chain which is connection and transmission of information thoroughly in the supply chain. Innovative and information technology enable flexibility in operations of the supply chain. Information sharing creates constantly and timely the communication between purchaser and distributors (Gunasekaran et al., 2017; Kim & Chai, 2017; Makkonen & Mervi, 2014). Moreover, information sharing in the supply

chain has a positive effect on management planning for JIT operations and delivery (Zhou & Benton, 2007) facilitates allocation of storage, help the material flow and inventory stock in the supply chain quickly and smoothly (Prajogo & Olhager, 2012). At present, the digital supply chain has been widely discussed in the academic circles and the use of information technology in organizations may increase more potentials and competitiveness, thus, for sustainable organizations. However, in practice, it is found that it is difficult to establish the digital supply chain, and there are failures of application of technologies to industries because it shall depend on cooperation and coordination between units and organizations, and there is also the lack of understanding and good practices for supply chain digitalization (Ageron et al., 2020; Gunasekaran et al., 2017).

Methodology

This research is a qualitative research initially based on the documentary research and conducting of in-depth interview of key informants involving the development or management for application of corporate information technologies at a managerial level by using the semi-structured interview. The location of the interview was of the participant's choice. The participants consisted of one managing director, two general managers, two supply chain managers, two information technology managers, three transport managers, six warehouse managers, and six material planning managers from the 13 automotive parts manufacturing or assembly companies in

the Eastern Region of Thailand. All participants were asked with the same interview guidelines. However, the interviewers asked for clarification or details where answers were unclear or particularly unique and interesting. The interview guidelines have been developed from Kergroach (2019) which has mentioned about the upgrade of technologies for the global supply chains consisting of 3 issues including 1) Corporate information technology research and development abilities 2) Data connection via information technologies, and 3) Abilities and preparedness for learning and application of new information technologies to keep up with changes and technological development, and has emphasized the automotive industry in the Eastern Economic Corridor (EEC) under “Thailand 4.0” strategies, and the data collected shall be used for content analysis, and guidelines for corporate information technology development shall be analyzed to support the connection and exchange of data in the organization.

Results

At present, the application of information technology in the automotive industry in the Eastern Region of Thailand is mainly based on the information technologies at an operational level because activities which have been operated shall be directly involved with products of organizations; whereas, the information technologies applied shall not emphasize matters of information sharing or data connection between departments but the information technologies shall be used

for control of activities or operations within departments only and major problems mostly found in workplaces are the inventory management which is difficult for control, searching and tracking of the conformity of the quantities of receipt and picking with the correct data; as Li (2014) has studied on logistics and supply chain management and found that inventory management was an interesting issue for both industrial and educational sectors.

Product Management

Technologies which have been used shall emphasize the management of raw materials/parts/goods, including the monitoring of status and the number of workpieces taken into and released from warehouses or stores. Automotive parts manufacturing companies shall start with projects of application of technologies for monitoring and identifying the status of automotive parts since taken into warehouses, storage, searching, and releasing from such warehouses. Barcodes and QR Codes shall be applied to identify specific information of goods, and the inventory system shall be used in the management of quantities of goods taken into and released from warehouses. The radio-frequency identification (RFID) has not yet been found in the application to automotive parts for the reason that RFID has higher costs than barcodes and QR Codes. The company has not realized the necessity of use, and business partners have not yet applied them and the system installation for use is more complicated. Moreover, the Warehouse

Management System (WMS) has been applied to make it easy for identification of the storage facilities and picking up of workpieces to meet the requirements because automotive parts have similar physical characteristics, if picked up without clearly identifying the storage facilities, as a result, such work pieces may be picked up in wrong sizes or models. Not only automotive parts manufacturing companies but also car assembly companies have applied WMS to reduce the searching time for goods in yard.

Transportation Management

The Transportation Management System (TMS) is used for control, management and monitoring of transport trucks and transfer of goods, including the issuing of Transport Orders (TO) as worksheets specified with details of works to be transported for truck drivers. In the parts manufacturing or automotive assembly industry, TMS is not used for planning of routes or reduction of distance of delivery but it is used for planning of collection of goods in accordance with conditions and safety of goods for simultaneous transport or transfer thereof for use of the minimum quantity of transport trucks and for effective management of transport. Moreover, all trucks used by the company in the unloading and transfer of goods, the Global Positioning System (GPS) shall be installed for monitoring of status of transport trucks, prevention of travelling out of the routes or usually prolonged stoppage or parking, and data from GPS is still used in favor of the checking of status of transport of goods. When the data of confirmation of status of

goods from other suspicious systems is found or the clarity of data may not be identified.

Intra-Organizational Information Management

In order to reduce errors in customer requirements which must be forwarded internally within the organization after receiving customers' orders and features of automotive parts, operators use Enterprise Resource Planning Systems (ERPs) to help in recording information and allowing the information to flow automatically within the organization. The first objective of the application of ERPs is to maintain the same standard for document control throughout the organization from issuance of Purchase Order (PO) and invoice numbers or issuance of document control numbers to comply with quality standards to expedite information transmission between departments and to ensure that the information received by all relevant departments is accurate. In addition, the information would be used in production planning in order to increase production efficiency and reduce excessive production, eliminate production waste in compliance with effective Lean/Just in Time (JIT) guidelines (Shah & Ward, 2007).

Inter-Organizational Information Management

Regarding the application of information technologies for information sharing between partners or between the company and suppliers, it is found that there is only partial connection; whereby, the Vendor-Managed Inventory (VMI) is applied to certain types of raw materials

or parts depending on the preparedness and agreements of suppliers and the company; whereby, each company has started the trial of VMI application so that suppliers shall issue purchase orders and shall promptly fulfill raw materials or parts due to the fact that suppliers can see the quantity of raw materials or parts in

stocks of the manufacturing companies but the automotive parts manufacturing or assembly company shall still determine the inventory policy, minimum stocks and maximum stocks for VMI. According to the research results, it was found that there is no company using VMI with all types of raw materials and goods.

Table 1 Information Technology Applied for the Automotive Industry

Development Model	Information Technologies	Nationality of Company
Outsourced	- Yard Management System (YMS) - Inventory Management System (IMS) - Production Control System (PCS) - Track & Trace	American, Chinese, German, Japanese, Malaysian, Swiss, Thai
	- Transportation Management System (TMS)	German, Japanese, Thai
Self-developed	- Warehouse Management System (WMS) - Transportation Management System (TMS) - Inventory Management System (IMS) - Production Control System (PCS)	American, Japanese, Malaysian
	- Track & Trace	American, Thai
Application software	- Enterprise Resource Planning System (ERPs) - Warehouse Management System (WMS) - Transportation Management System (TMS) - Inventory Management System (IMS) - Vendor Managed Inventory (VMI) - Production Control System (PCS) - Purchasing System (PS) - Track & Trace	American, German, Japanese, Swiss, Thai

Problems and Obstacles

Human Error

According to the research results, it was found that the majority of companies experienced the same problems, i.e., operators in each department failed to promptly complete the data into the system, including data relating to the goods, receipt and picking

of goods. As a result, the data relating to the goods and status adjustment, is not updated despite the application of barcodes or QR Codes because upon receipt of raw materials, parts or goods into the warehouse, the quality of goods shall be audited and labels shall be created and printed out to be affixed on the goods or packages under the same standard

throughout the factory; whereby, the labels created shall consist of the data specifying the specific data of goods together with barcodes or QR codes. Therefore, operators shall determine their operations in cycles and shall first receive and keep such goods in a temporary space, and shall also affix labels within 1-3 days, then, the data of goods shall be taken into the system; meanwhile, the picking of goods out of the warehouse shall be made under the system so that employees shall complete data for picking or assembly or sending to customers. Employees who have withdrawn the goods shall first pick up the goods and shall then collect them for requisition in the system. Sometimes, it is found that the requisition of goods may be made retrospectively for more than 1 week. As a result, there are problems relating to the warehouse management, monitoring of status and control of goods.

No Connection between Systems

Since each department has used different software or information technologies, therefore, the data is not connected. According to the research results, it is found that in each department of the company, there are different and non-conformed references of codes of raw materials, parts or goods. Sometimes, there is duplication of data, and there must be searching of data or reference of non-conformed data, and the status of goods is updated in one department but is not updated in another department because the data is not linked; and it is also found that upon picking up goods in store, the Production Department or the

Assembly Department did not see the status of raw materials/parts, therefore, the picking up goods have been repeated; as a result, the picking of goods is over-needed and shortage. Software cannot be customized because of purchase of application software or outsourcing for development. IT staff of the company shall be obliged to prevent the system down and to provide adequate security for storage of data, and fewer than ten companies have been found to have IT teams for self-development of software for internal use, which is still problems are still found relating to the connection of data between systems of each department because in some departments such as purchasing department, the purchased software is still used but not self-developed. However, the company has planned for connection of data in the future. At present, the data transmission between different software platforms using csv or excel files and shall determine columns to be in accordance with needs of the intended recipients so that the intended recipients (departments needing the data) can promptly use them; provided that departments needing the data shall request to the department that owns the data to provide csv or excel data files as required.

The information system does not store all the information

In addition to the data of goods circulated, it is also found that packages are important resources for automotive parts manufacturing companies because there are reusable packages or single-use packages; however, according

to the practice, it is found that the data of packages is not kept in the information system or there is only initial data at the beginning of the application of information technologies, and the data is not updated due to the reason that there is no person directly responsible for reusable package management; and partition pattern for partitioning or shockproof inside packages have changed as per models of automotive parts which have been adjusted continuously, circulated to customers and returned. Therefore, establishments encountered problems relating to the monitoring of status of packages (exact quantities thereof are currently unknown); whereby, new packages have been continuously ordered each year despite the same patterns of packages; as a result, spaces in the warehouse shall be unnecessarily wasted by the storage of packages.

Development Opportunities

According to the research results, it is found that all companies have applied the information technologies at the operational level, including ERPs, VMI, TMS and WMS, with the tracking technology, transport trucks, including GPS, barcodes and QR Codes, showing the preparedness for learning and development of companies; whereby, there are observations that according to the application of technologies of each company, the information technology is available in almost all departments but still lacks the connection of information between departments and lacks of use of technologies for full efficiency of information technologies. including ERPs,

TMS and WMS. If used at the full capacity of the system, the planning of corporate resources can be made and the needs of goods can be forecast efficiently. In addition, personnel development is another key factor. In case, personnel has the knowledge, abilities and skills of IT use and awareness of technologies, the company's competitiveness shall be significantly increased.

Development Guidelines

The organization must be formulated clearly guidelines and strategies for operators working in the same direction, being ready for accommodate changes in the market and quickly respond to short-term supply and demand changes. The important aspect of supply chain management is the quality of logistics services, quickly and efficiently upstream to downstream (Aktas et al., 2011). Therefore, it is increasingly necessary to improve customers' abilities to check real-time status to meet customer's requirements relating to time and flexibility of operations. Presently, this makes businesses need to cooperate with external partners for exchange both information and products among players within this supply chain. The objective of this is to reduce operating costs which created a competitive advantage and value added in products and services throughout the supply chain (Nagurney & Li, 2015; Saban et al., 2017; Skippari et al., 2017). In this research article, guidelines for integration of information technologies or enterprise software architecture have been proposed as well as design and development of information technologies which have been currently

applied; whereby, the abilities of data connection between different platforms of each department have been increased, including guidelines for connection or sharing of data between organizations for proper planning and decision making via connection between different software within organizations for easy integration and correct data throughout the organizations and still based on software currently used, i.e., the development of Middleware as the central software connecting between different software; whereby, automatic operations can be developed and determined. If there is improvement or addition of data from any software in organizations and such data shall be commonly used, such data can be distributed to other necessary software; whereas, the company needs not to remove the old system; and when any data in each software is updated such as ERPs as applied by the company with features for forecast and planning of operation;

but the company has not used such features because data is not updated and is not complete enough; and for connection of data between organizations, initially, VMI is partially applied so that suppliers shall be able to quickly control and fulfill the materials/parts; for exchange of other data, including data of goods return, claims for goods or data at the level of joint planning. For utmost benefits, it can be made by means of electronic data exchange also known as Electronic Data Interchange (EDI) to help create the standard of data between organizations for correct understanding and reduction of redundancy of steps; whereas, relating to the application of EDI, it shall be recognized by the top management of the organization with obvious commitments which shall be in conformity and in the same directions with those of business partners.

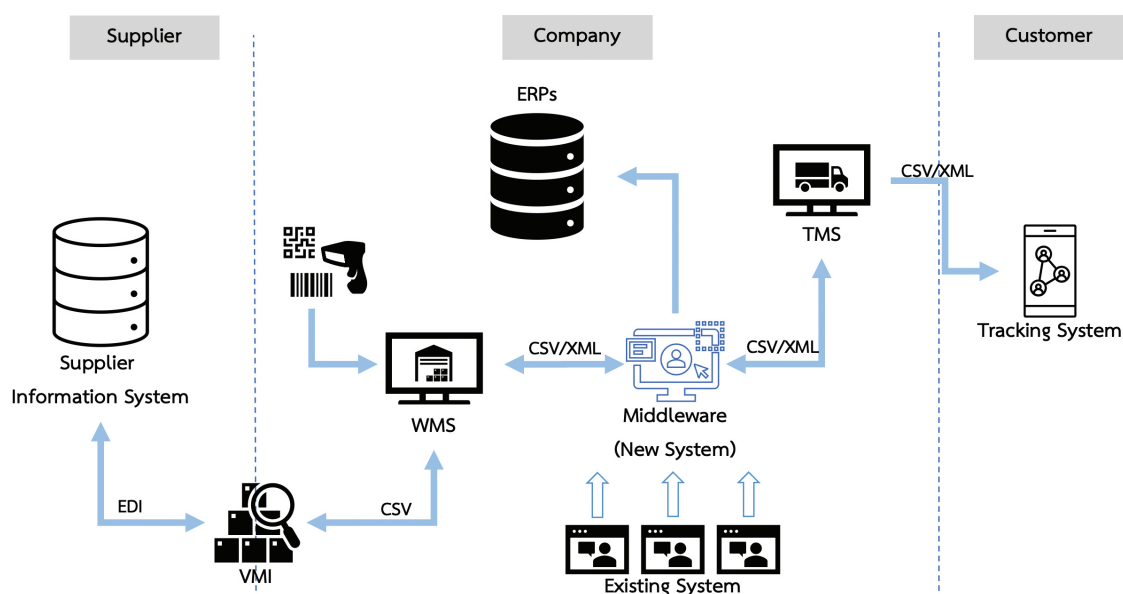


Figure 2 Development Framework

Discussion

According to the research results, workplaces have emphasized the application of information technologies at an operational level, aiming at automatic operation, and have also emphasized the use of technologies for monitoring and control of goods but still lacked the connection of data between departments within the company; whereas, the application of information technology is modern and prepared for development and utmost efficiency but personnel still lacked skills of utilization of information technology to increase the operational potentials of the company. Regarding the use of information technologies, one of the key factors is continuous learning; but in the industrial sector, the significance to the learning or technological skill enhancement for personnel is not envisaged; and personnel have not realized the importance of regular updating of data in the information system. Therefore, in addition to connection of data between departments and the application of modern technologies within organizations, the personnel development or enhancement of knowledge and abilities to keep up with technologies shall also be conducted continuously because if the company has modern technologies but is unable to use them at its full capacities, it means that such investment is wasted. For preparedness and regular adaption and changes and competitiveness of markets and in conformity with researches of Gunasekaran et al. (2017) it can be concluded that the role of technologies in attaining the competitive advantages within

logistics and supply chains, it shall depend on connection between adaption, alignment and agility or “Triple A’s”; whereas, organizations shall determine clear guidelines and strategies so that personnel can operate their works in the same directions and with preparedness in adaption to changes of markets and can quickly respond to short-term changes of demand and supply.

There are several factors to business successes including effective sharing of data, management of relationship and selection of proper suppliers or service providers, integration and procurement of local raw materials shall propel and determine the stock management (Ogden, 2006; Demeeter & Golini, 2014). The manufacturers and customers have cooperated in planning and forecasting the demand to ensure that members of supply chains shall have raw materials or goods in proper quantities and to meet the required deadlines; whereas, manufacturers and customers shall create information sharing platforms for exchange and forecast of requirements and reduction of uncertainty of demand and reduction of holding stocks, which is one of the guidelines for increase of gross sales and control of stocks in proper quantities.

Conclusion

Companies have applied the information technologies at the operational level, including ERPs, VMI, TMS, and WMS, with the tracking technology, transport trucks, including GPS, barcodes and QR Codes, showing the

preparedness for development of companies. The objective of application of information technologies is to emphasize smooth and automatic operations, to control and monitor the status of raw materials, parts and products but still lacked the connection of data in all application software within organizations. In addition, personnel have not yet been aware of the importance of entering the updated data into the information system; as a result, there are conflicts of data. This research still lacked of studies and researches in the application of modern

technologies such as guidelines and possibility of application of Blockchain or Internet of Things (IoT). In future study and research of information technologies together with innovation or modern technologies, the researcher shall promote the application of information technologies covering the operation of the entire organizations to become smart firms in the future.

Acknowledgement

This work was supported by Faculty of Logistics, Burapha University, Thailand.

References

- Ageron, B., Bentahar, O., & Gunasekaran, A. (2020). Digital supply chain: Challenges and future directions. *Supply Chain Forum: An International Journal*, 21(3), 133-138.
- Aktas, E., Ageron, B., Ulengin, F., & Onsel, S. (2011). The use of outsourcing logistics activities: The case of Turkey. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 19(5), 833-852.
- Aljazzar, S. M., Jaber, M. Y., & Moussawi-Haidar, L. (2017). Coordination of a three-level supply chain (supplier-manufacturer-retailer) with permissible delay in payments and price discounts. *Applied Mathematical Modeling*, 48, 289-302.
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2013). *Supply chain logistics management*. McGraw-Hill.
- Chen, L., Zhao, X., Tang, O., Price, L., Zhang, S., & Zhu, W. (2017). Supply chain collaboration for sustainability: A literature review and future research agenda. *International Journal of Production Economics*, 194, 73-87.
- Demeeter, K., & Golini, R. (2014). Inventory configurations and drivers: An international study of assembling industries. *International Journal of Production Economics*, 157, 62-73.
- Gunasekaran, A., Subramanian, N., & Papadopoulos, T. (2017). Information technology for competitive advantage within logistics and supply chains: A review. *Transportation Review*, 99, 14-33.
- Gupta, M., & Kohli, A. (2006). Enterprise resource planning systems and its implications for operations function. *Technovation*, 26(5-6), 687-696.

- Kasikorn Research Center. (2020). *FTA backs automotive industry, establishing links to global supply chains and boosting cars and auto parts exports and investment*. http://www.tpsomoc.go.th/sites/default/files/tpso_journal_mar_64_issue_116.pdf
- Kergroach, S. (2019). National innovation policies for technology upgrading through GVCs: A cross-country comparison. *Technological Forecasting and Social Change*, 145, 258-272.
- Kim, M., & Chai, S. (2017). The impact of supplier innovativeness, information sharing and strategic sourcing on improving supply chain agility: Global supply chain perspective. *International Journal of Production Economics*, 187, 42-52.
- Lambert, D. M., & Enz, M. G. (2017). Issues in supply chain management: Progress and potential. *Industrial Marketing Management*, 62, 1-16.
- Li, X. (2014). Operations management of logistics and supply chain issues and directions. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, (2), 1-7.
- Liao, S. H., Hu, D. C., & Ding, L. W. (2017). Assessing the influence of supply chain collaboration value innovation, supply chain capability and competitive advantage in Taiwan's networking communication industry. *International Journal of Production Economic*, 19, 143-153.
- Makkonen, H., & Mervi, V. (2014). The role of information technology in strategic buyer-supplier relationships. *Industrial Marketing Management*, 43(6), 1053-1062.
- Minkyun, K., & Chai, S. (2016). The impact of supplier innovativeness, information sharing and strategic sourcing on improving supply chain agility: Global supply chain perspective. *International Journal of Production Economic*, 187, 42-52.
- Moons, K., Waeyenbergh, G., & Pintelon, L. (2019). Measuring the logistics performance of internal hospital supply chains-a literature study. *Omega*, 82, 205-217.
- Nagurney, A., & Li, D. (2015). A supply chain network game theory model with product differentiation, outsourcing of production and distribution, and quality and price competition. *Annals of Operations Research*, 226(1), 479-503.
- Ogden, J. A. (2006). Supply base reduction: An empirical study of critical success factors. *Journal of Supply Chain Management*, 42(4), 29-39.
- Pham, H. C., Nguyen, T. T., McDonald, S., & Tran-Kieu, N. Q. (2019). Information sharing in logistics firms: An exploratory study of the Vietnamese logistics sector. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 35(2), 87-95.
- Prajogo, D., & Olhager, J. (2012). Supply chain integration and performance: The effects of long-term relationships, information technology and sharing, and logistics integration. *International Journal of Production Economics*, 135, 514-522.
- Saban, K., Mawhinney, J. R., & Drake, M. J. (2017). An integrated approach to managing extended supply chain networks. *Business Horizons*, 60(5), 689-697.

- Shah, R., & Ward, P. T. (2007). Defining and developing measures of lean production. *Journal of Operations Management*, 25(4), 785-805.
- Skippari, M., Laukkanen, M., & Salo, J. (2017). Cognitive barriers to collaborative innovation generation in supply chain relationships. *Industrial Marketing Management*, 62, 108-117.
- Sousa, R. T., Liu, S., Papageorgiou, L. G., & Shah, N. (2011). Global supply chain planning for pharmaceuticals. *Chemical Engineering Research and Design*, 89(11), 2396-2409.
- Trade Policy and Strategy Office. (2021). *Trade policy and strategy office journal for March 2021*. http://www.tpsoc.moc.go.th/sites/default/files/tpso_journal_mar_64_issue_116.pdf [in Thai]
- Yongpisanphob, W. (2020). *Industry outlook 2020-2022: Auto parts industry*. Krungsri. <https://www.krungsri.com/en/research/industry/industry-outlook/Hi-tech-Industries/Auto-Parts/IO/Industry-Outlook-Auto-Parts>
- Zhou, H., & Benton, W. C. (2007). Supply chain practice and information sharing. *Journal of Operations Management*, 25(6), 1348-1365.



Name and Surname: Nipapan Ananpalasak

Highest Education: Master of Science Program Department of Information Technology, Burapha University

Affiliation: Faculty of Logistics, Burapha University

Field of Expertise: Information Technology for Logistics and Supply Chain, Simulation

การคัดเลือกและการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยเสี่ยงบนห่วงโซ่อุปทาน ในอุตสาหกรรมปลาทูน่าประเทศไทยภายใต้สภาพแวดล้อมที่คลุมเครือ

SELECTING AND PRIORITIZING SUPPLY CHAIN RISK FACTORS IN THAI TUNA INDUSTRY UNDER FUZZY ENVIRONMENT

สิริมา ศรีสวัสดิ์¹ และเดชรรัตน์ สัมฤทธิ์²

Sirima Srisawad¹ and Detcharat Sumrit²

^{1,2}คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

^{1,2}Faculty of Engineering, Mahidol University

Received: January 8, 2021 / Revised: June 1, 2021 / Accepted: June 11, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อคัดเลือกปัจจัยเสี่ยงบนห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมปลาทูน่าประเทศไทย 2) เพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยเสี่ยงบนห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมปลาทูน่าประเทศไทย โดยกรอบแนวคิดประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ขั้นตอนแรก สํารวจปัจจัยเสี่ยงผ่านการทบทวนวรรณกรรมอย่างละเอียด ทำให้ค้นพบปัจจัยเสี่ยงทั้งหมด 20 ประการในห่วงโซ่อุปทาน ขั้นตอนที่สอง การนำเทคนิค Fuzzy Delphi มาใช้เพื่อเลือกปัจจัยเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมปลาทูน่าของประเทศไทย ขั้นตอนที่สาม การวิเคราะห์อัตราส่วนการประเมินน้ำหนักอย่างเป็นขั้นตอนหรือที่เรียกว่า A Step Wise Weight Assessment Ratio Analysis (SWARA) เพื่อใช้จัดลำดับความสำคัญของปัจจัยเสี่ยงที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า มีปัจจัยเสี่ยงทั้งหมด 12 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมปลาทูน่าของประเทศไทย และการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัจจัยความเสี่ยงสูงตามลำดับค่าน้ำหนักปัจจัยเสี่ยง ได้แก่ ความเสี่ยงด้านอุปทาน ความเสี่ยงด้านกฎหมายและกฎระเบียบ ความเสี่ยงของการเปลี่ยนแปลงรสนิยมและความชอบของลูกค้า ความเสี่ยงด้านนวัตกรรม ความเสี่ยงจากความผันผวนของราคา ความเสี่ยงด้านอุปสงค์ และความเสี่ยงด้านความล้มเหลวในการสื่อสารกับซัพพลายเออร์และการล้มละลายของซัพพลายเออร์ ซึ่งผลลัพธ์เหล่านี้สามารถช่วยให้ผู้จัดการห่วงโซ่อุปทาน เริ่มต้นกลยุทธ์การลดความเสี่ยงในเชิงรุกได้อย่างเป็นขั้นตอน

คำสำคัญ: การบริหารความเสี่ยง เทคนิค Fuzzy Delphi การจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง การวิเคราะห์อัตราส่วนน้ำหนักการประเมินชาญฉลาดอย่างขั้นตอน (SWARA) อุตสาหกรรมปลาทูน่า

Abstract

The purposes of this research are (1) to select the risk factors on the supply chain in the Thai tuna industry (2) to prioritize the risk factors on the supply chain in the Thai tuna industry. The conceptual framework consists of three steps. The first step is the survey of the risk factors through a comprehensive literature review resulting in the discovery of 20 risk factors in the

food supply chain. The second step is the application of the Fuzzy Delphi technique to select the risk factors involved in Thailand's tuna industry. The third step is a step-by-step analysis of the weight ratio as known as a Step Wise Weight Assessment Ratio Analysis (SWARA) to clearly prioritize the risk factors involved.

The results indicate that there are twelve risk factors involved with the tuna industry of Thailand. Also, this study reveals that the risk factors can be prioritized from top to bottom based on their risk weights as follows: the supply risk, the legal & regulatory risk, the change in customers' taste and preferences, the innovation risk, the price fluctuation risk, the demand risk, the communication with suppliers' risk, and the bankruptcy of suppliers' risk. These results can help supply chain managers start a proactive risk reduction strategy step by step.

Keywords: Risk Management, Fuzzy Delphi Technique, Risk Priorities, Step-Wise Weight Assessment Ratio Analysis (SWARA), Tuna Industry

บทนำ

ปัจจุบันการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหาร มีการเปลี่ยนแปลงไปทั่วโลก อันเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของการติดต่อและคมนาคมทั่วโลก ตลอดจนการพึ่งพาอาศัยกันและกันด้าน เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี วัฒนธรรม การเมืองและการปกครอง ทำให้บริษัทต่าง ๆ มีความเสี่ยงบนห่วงโซ่อุปทานอย่างมาก ยิ่งไปกว่านั้นความไม่แน่นอนของอุปสงค์และการหยุดชะงักของเทคโนโลยี ยังเพิ่มระดับความเสี่ยงบนห่วงโซ่อุปทานเช่นกัน Ali et al. (2019) ค้นพบว่า ห่วงโซ่อุปทานอาหารมีความเสี่ยงและหยุดชะงักมากขึ้น จากสาเหตุที่มนุษย์สร้างขึ้นและสาเหตุทางธรรมชาติ มุมมองทางการตลาดโลกชี้ให้เห็นว่า ยังมีจุดอ่อนหลายประการบนห่วงโซ่อุปทานปลาทูน่าในประเทศไทย ได้แก่ การขาดการตรวจสอบย้อนกลับบนห่วงโซ่อุปทาน การจัดการข้อมูลบนห่วงโซ่อุปทานที่ไม่มีประสิทธิภาพ ในด้านนโยบายการจัดซื้อยังไม่สอดคล้องกับมาตรฐานอุตสาหกรรม ทำให้เสี่ยงต่อการละเมิดการปฏิบัติตามข้อกำหนดทางธุรกิจ ห่วงโซ่อุปทานปลาทูน่าในประเทศไทยไม่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้และข้อมูลไม่มีแหล่งที่มา ในขณะที่นโยบายการจัดซื้อจัดจ้างทำให้เกิดช่องว่าง

ในห่วงโซ่อุปทานปลาทูน่าและขัดแย้งกับข้อปฏิบัติ นอกจากนี้ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเป็นกุญแจสำคัญในการปรับปรุง การจัดการห่วงโซ่อุปทานปลาทูน่าในอุตสาหกรรม

ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลง ความไม่แน่นอน และระดับประสิทธิภาพ ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาปัญหาเหล่านี้คาดว่าจะมีอิทธิพลมากขึ้น กับการลดต้นทุนเพื่อเพิ่มผลกำไร และโดยเฉพาะความพึงพอใจของลูกค้า ความท้าทายใหม่ๆ คาดว่าจะเกิดขึ้นเนื่องจากกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมที่เข้มงวดขึ้นในงานวิจัย Ali et al. (2019) พบว่า ห่วงโซ่อุปทานอาหารมีความซับซ้อนมากกว่าในห่วงโซ่อุปทานอื่น ๆ เนื่องจากอาหารเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย ดังนั้นประเด็นที่สำคัญคือการกำหนดความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานปลาทูน่า จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการปรับปรุงห่วงโซ่อุปทานดังกล่าวและในปัจจุบันเองสมาคมปลาทูน่าประเทศไทย ยังต้องจับตามองปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบเนื่องมาจากปริมาณปลาทูน่าลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างกับอุตสาหกรรมปลาทูน่าเช่นกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อคัดเลือกรูปแบบปัจจัยเสี่ยงบนห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมปลาหมึกในประเทศไทย
2. เพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยเสี่ยงบนห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมปลาหมึกในประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาและวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม เพื่อนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิด ดังนี้

เทคนิคเดลฟาย

เทคนิค Fuzzy Delphi ถูกพัฒนาขึ้นโดย Shen et al. (2011) เป็นเทคนิคการนำเสนอความคิดเห็นส่วนใหญ่ของผู้เชี่ยวชาญด้วยวิธีทางเรขาคณิต เพื่อให้ได้มุมมองและเกณฑ์การคัดเลือกที่เหมาะสม

การวิเคราะห์อัตราส่วนการประเมินน้ำหนักอย่างเป็นขั้นตอน

การวิเคราะห์อัตราส่วนการประเมินน้ำหนักอย่างเป็นขั้นตอน (SWARA) เป็นเครื่องมือที่คำนวณหาค่าน้ำหนักสัมพัทธ์ของเกณฑ์การคัดเลือก วิธีนี้ถูกพัฒนาโดย Kersulienė et al. (2010) เพื่อคัดเลือกจากข้อมูล ความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินงานของผู้เชี่ยวชาญเพื่อเปรียบเทียบระหว่างเกณฑ์ในการจัดอันดับแต่ละคู่

ในปัจจุบันมีการศึกษาการวิเคราะห์อัตราส่วนน้ำหนักอย่างเป็นขั้นตอน (SWARA) และนำไปประยุกต์ใช้เพื่อแก้ไขปัญหาจากการศึกษาของ Nakhaei et al. (2016) Zarbakhshnia et al. (2018) Eghbali-Zarch et al. (2018) และ Popovic et al. (2019)

ความเสี่ยง

ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับหลักการและผลของการบริหารความเสี่ยงสิ่งสำคัญคือต้องกำหนดอย่างชัดเจนว่า การบริหารความเสี่ยงนั้นสามารถถ่ายโอนและส่งต่อให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทานเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจ การบริหารความเสี่ยงเป็นวิธี

ที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จในงานที่มีความซับซ้อน มีความหลากหลาย และในงานการจัดการและการพัฒนาโครงการที่ทำหาย การประเมินการบริหารความเสี่ยงทั้งหมดขึ้นอยู่กับการคาดการณ์เหตุการณ์ในอนาคตที่ไม่แน่นอน และจำเป็นต้องพิจารณาและระบุอย่างชัดเจนถึงรากฐานของความไม่แน่นอนนั้น (Kirilmaz & Erol, 2017) เช่นเดียวกับผลของความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นและผลลัพธ์ที่ตามมาต้องสามารถวัดและจัดการได้ (Olechowski et al., 2016)

ความเสี่ยงบนห่วงโซ่อุปทาน

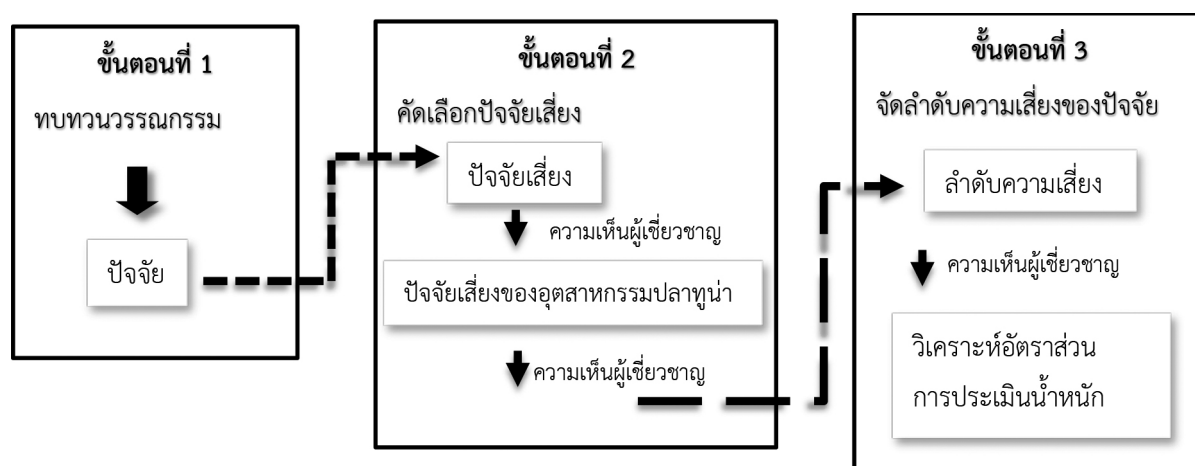
กระบวนการจัดการความเสี่ยงเป็นการประเมินทั้งด้านบวกและด้านลบ เป็นการจัดระเบียบอย่างมีระบบเพื่อให้บรรลุผลประโยชน์ที่ยั่งยืนและจัดการกับความเสี่ยงภายในแต่ละกิจกรรมของห่วงโซ่อุปทาน ในขณะที่ Ho et al. (2015) พบว่า ความเสี่ยงบนห่วงโซ่อุปทานสามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือมหภาคและจุลภาค ซึ่งกำหนดความเป็นไปได้และผลกระทบหรือการสร้างเงื่อนไขที่มีอิทธิพลต่อห่วงโซ่อุปทานที่สามารถนำไปสู่ความล้มเหลวหรือความผิดปกติในระดับปฏิบัติการยุทธวิธีหรือเชิงกลยุทธ์ได้ (Ho et al., 2015) ในส่วนของ Rostamzadeh et al. (2017) สรุปว่า ความเสี่ยงของห่วงโซ่อุปทานเกิดขึ้นเนื่องจากความไม่แน่นอนในอนาคต และการสำรวจล่าสุดเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกและการบริหารจัดการความเสี่ยงเห็นได้ชัดว่า การเปลี่ยนแปลงซ้ำ ๆ ในด้านอุปทานของผลิตภัณฑ์และความต้องการในการผลิตจากการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่บ่อยครั้งและการขาดมาตรฐานของการผลิต (Sreedevi & Saranga, 2017) รวมทั้งการให้บริการที่เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญของความซับซ้อนบนห่วงโซ่อุปทานซึ่งนำไปสู่ความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น ความเสี่ยงเกิดขึ้นจากห่วงโซ่อุปทานที่ซับซ้อนบ่อยครั้ง ทั้งความเสี่ยงในการดำเนินงาน การบริหารจัดการ ความเสี่ยงบนห่วงโซ่อุปทานได้รับความสนใจจากทั้งนักวิชาการและผู้ปฏิบัติงานในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาจากการศึกษาของ Fan et al. (2017)

ความเสี่ยงบนห่วงโซ่อุปทานอาหาร

ห่วงโซ่อุปทานอาหารเป็นส่วนสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ และจำเป็นต่อการดำรงชีวิตของประชากร ปัจจุบันนี้จึงต้องมองการจัดการห่วงโซ่อุปทานอาหารที่เป็นประเด็นสำคัญทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก การศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่การลดของเสียและความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานอาหาร ดังเช่น Gokarn และ Kuthambalayan (2017) ได้สำรวจความท้าทายและการป้องกันเพื่อลดการสูญเสียในการผลิตอาหารบนห่วงโซ่อุปทานอาหารเกษตรในประเทศอินเดีย นอกจากนี้ยังมี Mangla et al. (2018)

ที่ได้ค้นพบปัจจัยสำคัญของการยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานอาหารเกษตรในประเทศอินเดีย และการทบทวนวรรณกรรมเพื่อจัดอันดับปัจจัยความสำเร็จในการปรับปรุงความปลอดภัยและความมั่นคงบนห่วงโซ่อุปทานอาหารของ Sharma et al. (2018)

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการบริหารจัดการความเสี่ยง ควรมีลำดับขั้นตอนในการจัดการ และจำเป็นต้องคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยเสี่ยงบนห่วงโซ่อุปทาน ดังกรอบแนวคิดแสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

สำหรับการบริหารจัดการความเสี่ยงด้วยวิธีเทคนิคเดลฟาย เป็นวิธีที่ได้รับการพัฒนาเพื่อการบูรณาการมาจากวิธีแบบดั้งเดิมและเป็นทฤษฎีที่ไม่ได้มีขอบเขตชัดเจน มีการใช้กันอย่างแพร่หลายในการศึกษาล่าสุดและเป็นหนึ่งในวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการจัดการกับปัญหาด้านเวลา ด้านต้นทุนสูง ด้านอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่ลดลง ด้านความคลุมเครือ และปัญหาด้านความไม่แน่นอนจากการตอบแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

การศึกษาด้วยวิธีเทคนิคเดลฟายที่ไม่ได้มีขอบเขตชัดเจน และจากการทบทวนวรรณกรรมไม่ได้ระบุจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่แน่นอนพบว่า จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอสำหรับความน่าเชื่อถือมีความหลากหลาย เช่น ประชากรตัวอย่าง 10 ตัวอย่าง (Bouzon et al., 2016) 5-50 ตัวอย่าง (Robbins et al., 1993) 11-30 ตัวอย่าง (Murry & Hammons, 1995) 10-18 ตัวอย่าง (Okoli & Pawlowski, 2004) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่า การศึกษาครั้งนี้สามารถใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ 10 ตัวอย่าง ก็เพียงพอต่อการตัดสินใจ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bouzon et al. (2016)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อคัดเลือกตัวแปรปัจจัยความเสี่ยงที่อยู่ในอุตสาหกรรมทูน่า

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อจัดลำดับตัวแปรปัจจัยความเสี่ยงที่อยู่ในอุตสาหกรรมปลาทูน่า

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การวิเคราะห์แบบสอบถามโดยพิจารณาจาก

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range: IQR) ที่ได้คือ 0.14 กล่าวคือ มีกระจายของข้อมูลดังกล่าวเพียง 14 เปอร์เซนต์ หรือความเห็นของผู้เชี่ยวชาญสอดคล้องกันถึง 86 เปอร์เซนต์ โดยแปลความหมายตามเกณฑ์ 0.01-1.00 หมายความว่า ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกันมากตามสถิติงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามส่วนที่ 2 นำไปวิเคราะห์ด้วย Linguistic Terms ตามคำจำกัดความและถูกกำหนดด้วย Triangular Fuzzy Numbers (TFNs) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 Triangular Fuzzy Numbers (TFNs)

Linguistic terms	Triangular Fuzzy Numbers (TFNs)
มากอย่างยิ่ง (AI)	(0.9, 1.0, 1.0)
มากมาย (VI)	(0.8, 0.9, 1.0)
มาก (I)	(0.7, 0.8, 0.9)
ค่อนข้างมาก (F)	(0.6, 0.7, 0.8)
ไม่มาก (MI)	(0.5, 0.6, 0.7)
กลาง (M)	(0.4, 0.5, 0.6)
ไม่มากนัก (ML)	(0.3, 0.4, 0.5)
ค่อนข้างน้อย (FL)	(0.2, 0.3, 0.4)
น้อย (L)	(0.1, 0.2, 0.3)
น้อยมาก (VL)	(0, 0.1, 0.2)
ไม่ (N)	(0, 0, 0.1)

หลังจากนั้นดำเนินการคัดแยกด้วยวิธี A Center-of-Gravity ด้วยการเปรียบเทียบค่าที่กำหนดหรือ S มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 (Kuo & Chen, 2008) ด้วยสมการดังต่อไปนี้

$$Di = \frac{L_i + M_i + U_i}{3}$$

ตัวแปรที่ถูกคัดเลือกจะถูกนำไปให้คะแนนอีกครั้ง โดยเป็นการให้คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญจากการตอบแบบสอบถามส่วนที่ 3 ในรูปแบบเมทริกซ์โดยผู้วิจัย

ได้กำหนดระดับความคิดเห็นตามแบบมาตรฐานประมาณค่า (Likert Scale) แบ่งการวัดได้ 5 ระดับ ได้แก่ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด เพื่อหาลำดับความสำคัญของปัจจัยความเสี่ยง กำหนดให้ค่าระหว่าง 15-25 เป็นปัจจัยความเสี่ยงสูง เพื่อนำวิธีการวิเคราะห์อัตราส่วนการประเมินน้ำหนักอย่างเป็นขั้นตอน หรือที่เรียกว่า SWARA มาประยุกต์ใช้เพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยเสี่ยงหรือเพื่อกำหนดน้ำหนักสัมพัทธ์ของเกณฑ์การคัดเลือก

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วนได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 9 คน (ร้อยละ 90) และเพศชายจำนวน 1 คน (ร้อยละ 10) ประสบการณ์การทำงานในองค์กรต่าง ๆ ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานปลาทูน่าเฉลี่ยอยู่ที่ 10 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน (ร้อยละ 50) รองลงมาคือ 6-10 ปี จำนวน 4 คน (ร้อยละ 40) ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญอยู่ในตำแหน่งต่าง ๆ ขององค์กร

ประกอบด้วย หัวหน้างานเอกสารส่งออก ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายส่งออก ผู้จัดการฝ่ายส่งออก นักการตลาดอาวุโส หัวหน้าแผนกการตลาด ผู้บริหารการตลาด หัวหน้าแผนกคลังสินค้า หัวหน้าแผนกตรวจสอบคุณภาพ หัวหน้าแผนกวางแผน และหัวหน้าแผนกโลจิสติกส์อาวุโส

2. ผลการวิจัยการคัดเลือกตัวแปรปัจจัยความเสี่ยง (ตารางที่ 2) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยทั้งหมด 20 ตัวแปร

ตารางที่ 2 ตัวแปรปัจจัยเสี่ยงสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร

ลำดับ	ปัจจัยเสี่ยง	คำอธิบาย	อ้างอิง
1	อุปสงค์	ความผันผวนของอุปสงค์/ความไม่แน่นอนของอุปสงค์	(Moazzam et al., 2018; Ali et al., 2019; Wang, 2016)
2	อุปทาน	ความล้มเหลวใน Lead time หรือจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพต่ำ	(Moazzam et al., 2018; Ali et al., 2019; Wang, 2016)
3	ความผันผวนของราคา	การเปลี่ยนแปลงต้นทุนวัตถุดิบหลักทำให้ราคาไม่คงที่	(Moazzam et al., 2018; Ali et al., 2019; Wang, 2016)
4	กำลังการผลิต	กำลังการผลิตไม่เพียงพอและความเสี่ยงในการดำเนินงาน	(Moazzam et al., 2018; Ali et al., 2019; Wang, 2016)
5	สินค้าคงคลัง	ระดับสต็อกสูง หรือต่ำเกินไป ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการถือครองสินค้าคงคลังของสินค้าสำเร็จรูปและวัตถุดิบหลัก	(Ali et al., 2019; Wang, 2016)
6	ทักษะส่วนบุคคล	คนงานหรือแรงงานขาดทักษะในหน้าที่	(Ali et al., 2019; Wang, 2016)
7	ข้อผิดพลาดด้านการนำเข้า Inputs	ขาดคุณภาพของผลิตภัณฑ์	(Ali et al., 2019; Wang, 2016)
8	ความสัมพันธ์ลูกค้า	ข้อเสนอแนะเชิงลบจากลูกค้าหรือการสูญเสียลูกค้าหลัก	(Moazzam et al., 2018; Ali et al., 2019; Wang, 2016)
9	คุณภาพสินค้า	ผลิตภัณฑ์ไม่น่าเชื่อถือและไม่ปลอดภัย ทำให้ชื่อเสียงของธุรกิจตกต่ำ	(Ali et al., 2019)
10	ความล้มเหลวของระบบเทคโนโลยี	ระบบที่ไม่มีประสิทธิภาพหรือเครือข่ายระบบล้มเหลวในส่วนที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานข้อมูล	(Ali et al., 2019; Moazzam et al., 2018)

ตารางที่ 2 ตัวแปรปัจจัยเสี่ยงสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยเสี่ยง	คำอธิบาย	อ้างอิง
11	กฎหมายและข้อบังคับ	ความยากในการปฏิบัติตามกฎระเบียบและข้อบังคับที่ซับซ้อนของแต่ละประเทศ	(Ali et al., 2019; Moazzam et al., 2018)
12	ความล้มเหลวในการสื่อสารกับซัพพลายเออร์และการล้มละลายของซัพพลายเออร์	การสื่อสารที่ล้มเหลวนำไปสู่สินค้าหมดสต็อกหรือวัตถุดิบเกินสต็อก	(Ali et al., 2019; Moazzam et al., 2018)
13	การเปลี่ยนรสนิยมของลูกค้าและความชอบหรือนวัตกรรม	การยึดติดอยู่ในสายการผลิตแบบเก่า ไม่มีสินค้าขายที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า การแข่งขันสูงในตลาด	(Ali et al., 2019; Moazzam et al., 2018)
14	การขาดภาวะผู้นำและพนักงานไม่มีคุณภาพ	ขาดประสบการณ์หรือการฝึกอบรมในการทำงาน ไม่มีแรงจูงใจให้พนักงาน	(Ali et al., 2019; Wang, 2016)
15	การขาดความร่วมมือ	ผลกระทบจากข้อมูลที่ทำให้เกิด Bullwhip effect	(Ali et al., 2019; Wang, 2016)
16	เครื่องจักร/อุปกรณ์ขัดข้อง	เกิดข้อผิดพลาดในการดำเนินงานตามคำสั่งซื้อ	(Ali et al., 2019; Wang, 2016)
17	ความเสี่ยงด้านสภาพแวดล้อม	ความล้มเหลวในการปฏิบัติตามมาตรฐานและการปฏิบัติตามกฎหมายสิ่งแวดล้อมและนโยบายของรัฐอื่น ๆ	(Moazzam et al., 2018; Ali et al., 2019; Wang, 2016)
18	การหยุดชะงักจากการกระทำของมนุษย์	ความเสี่ยงอาจเกิดขึ้นได้เนื่องจากมนุษย์สร้างขึ้น	(Ali et al., 2019)
19	อาหารเน่าเสีย/ของเสีย	ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมในส่งมอบหรือเกิดขึ้นระหว่างกระบวนการผลิต	(Wang, 2016)
20	ข้อมูล/ข่าวสาร	การหยุดชะงักของการไหลของข้อมูลตลอดทั้งโซ่อุปทาน	(Wang, 2016)

เมื่อนำตัวแปรปัจจัยความเสี่ยงมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Triangular Fuzzy Numbers (TFNs) โดยใช้สมการและการเปรียบเทียบกับค่าความไม่แน่นอน (D_i) ถ้าค่าของความไม่แน่นอน (D_i) น้อยกว่าค่าขีดจำกัด ($S = 0.7$) ให้ปฏิเสธปัจจัยเสี่ยง โดยการแปลงค่า Triangular Fuzzy Numbers (TFNs) คำนวณโดยสมการ (1) ถึง (4)

$$T_i = (L_i, M_i, U_i) \quad (1)$$

$$L_i = \min(X_{ij}) \quad (2)$$

$$M_i = \sqrt[n]{\prod_{j=1}^n x_{ij}} \quad (3)$$

$$U_i = \max(X_{ij}) \quad (4)$$

ขณะที่ T_i คือ ตัวเลขชุดของตัวแปร i , X_{ij} คือ ค่าประเมินของ j ตัวแปร i , L_i คือ ค่าน้อยสุดที่ผู้เชี่ยวชาญประเมิน M_i คือ ค่ามาตรฐานที่ผู้เชี่ยวชาญประเมิน U_i คือ ค่ามากที่สุดที่ผู้เชี่ยวชาญประเมิน โดยดึงค่าของตัวแปรจากการคำนวณ a center-of-gravity method ดังสมการต่อไปนี้

$$D_i = \frac{L_i + M_i + U_i}{3}$$

พบว่า ปัจจัยเสี่ยงจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการตอบแบบสอบถามแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลลัพธ์ปัจจัยเสี่ยงจากการใช้วิธี Fuzzy Delphi

ปัจจัยเสี่ยง	Triangular Fuzzy Number			Defuzzification (Di)	การประเมิน (ยอมรับ/ปฏิเสธ)
	ค่าน้อยสุด (Li)	ค่ามาตรฐาน (Mi)	ค่ามากที่สุด (Ui)		
การเปลี่ยนรสนิยมของลูกค้าและความชอบหรือนวัตกรรม	0.600	0.820	1.000	0.807	ยอมรับ
อุปสงค์	0.600	0.780	1.000	0.793	ยอมรับ
อุปทาน	0.500	0.820	1.000	0.773	ยอมรับ
กฎหมายและข้อบังคับ	0.500	0.740	1.000	0.747	ยอมรับ
ความเสี่ยงด้านสภาพแวดล้อม	0.400	0.800	1.000	0.733	ยอมรับ
ความผันผวนของราคา	0.400	0.770	1.000	0.723	ยอมรับ
ความล้มเหลวในการสื่อสารกับซัพพลายเออร์และการล้มละลายของซัพพลายเออร์	0.400	0.760	1.000	0.720	ยอมรับ
กำลังการผลิต	0.400	0.740	1.000	0.713	ยอมรับ
การขาดความร่วมมือ	0.400	0.730	1.000	0.710	ยอมรับ
ข้อมูล/ข่าวสาร	0.400	0.730	1.000	0.710	ยอมรับ
การหยุดชะงักจากการกระทำของมนุษย์	0.400	0.710	1.000	0.703	ยอมรับ
สินค้าคงคลัง	0.400	0.710	1.000	0.703	ยอมรับ
คุณภาพสินค้า	0.100	0.770	1.000	0.623	ปฏิเสธ
ข้อผิดพลาดด้านการนำเข้า Inputs	0.300	0.640	0.900	0.613	ปฏิเสธ
ทักษะส่วนบุคคล	0.300	0.600	0.900	0.600	ปฏิเสธ
อาหารเน่าเสีย/ของเสีย	0.000	0.600	1.000	0.533	ปฏิเสธ
เครื่องจักร/อุปกรณ์ขัดข้อง	0.000	0.560	1.000	0.520	ปฏิเสธ
ความสัมพันธ์ลูกค้า	0.000	0.520	0.800	0.440	ปฏิเสธ
การขาดภาวะผู้นำและพนักงานไม่มีคุณภาพ	0.000	0.440	0.800	0.413	ปฏิเสธ
ความล้มเหลวของระบบเทคโนโลยี	0.000	0.440	0.800	0.413	ปฏิเสธ

*หมายเหตุ: ถ้าค่าความไม่แน่นอน (Di) น้อยกว่าค่าที่กำหนด ($S = 0.7$) ให้ปฏิเสธปัจจัยเสี่ยง

จากตารางที่ 3 พบว่า มีปัจจัยที่ถูกยอมรับว่าเป็นปัจจัยความเสี่ยงของอุตสาหกรรมปลาหูช้างจำนวน 12 ปัจจัย คิดเป็นร้อยละ 60

3. ผลการวิจัยการจัดลำดับตัวแปรปัจจัย

ความเสี่ยงของอุตสาหกรรมปลาหูช้างทั้ง 12 ปัจจัย โดยกำหนดให้ปัจจัยเสี่ยงที่มีคะแนนระหว่าง 15 ถึง 25 เป็นปัจจัยที่มีความเสี่ยงสูงและควรให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก

ตารางที่ 4 ผลลัพธ์ระดับปัจจัยเสี่ยงจากเกณฑ์การให้คะแนนระหว่างความเสี่ยง 2 ด้านมิติ

ปัจจัยเสี่ยง	คะแนน
อุปทาน	22
ความผันผวนของราคา	20
อุปสงค์	19
การเปลี่ยนรสนิยมของลูกค้าและความชอบหรือนวัตกรรม	19
กฎหมายและข้อบังคับ	19
ความล้มเหลวในการสื่อสารกับซัพพลายเออร์และการล้มละลายของซัพพลายเออร์	17
กำลังการผลิต	10
ความเสี่ยงด้านสภาพแวดล้อม	10
การหยุดชะงักจากการกระทำของมนุษย์	10
สินค้าคงคลัง	9
การขาดความร่วมมือ	4
ข้อมูล/ข่าวสาร	8

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยเสี่ยงด้านอุปทานมีผลกระทบและมีโอกาสเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมปลาหมึกมากที่สุด 22 คะแนนตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ รองลงมา คือ ด้านความผันผวนของราคา 20 คะแนน

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเสี่ยงสูงมีทั้งหมด 6 ปัจจัย คิดเป็นร้อยละ 50 ได้แก่ ความเสี่ยงด้านอุปทาน ความเสี่ยงด้านความผันผวนของราคา ความเสี่ยงด้านอุปสงค์ ความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนรสนิยมของลูกค้าและความชอบหรือนวัตกรรม ความเสี่ยง

ด้านกฎหมายและข้อบังคับ และความเสี่ยงด้านความล้มเหลวในการสื่อสารกับซัพพลายเออร์และการล้มละลายของซัพพลายเออร์

ทั้งนี้คะแนนในตารางที่ 4 ไม่สามารถกำหนดน้ำหนักความสำคัญสัมพัทธ์ของปัจจัยเสี่ยงได้ จึงนำวิธีการการวิเคราะห์อัตราส่วนน้ำหนักอย่างเป็นขั้นตอน (SWARA) มาประยุกต์ใช้ เพื่อทำการเปรียบเทียบแบบคู่ระหว่างตัวแปรปัจจัยโดยใช้ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวแปรที่รวบรวมข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลลัพธ์ระดับปัจจัยเสี่ยงจากการวิเคราะห์อัตราส่วนน้ำหนักอย่างเป็นขั้นตอน (SWARA)

ปัจจัยเสี่ยง**	Comparative importance of average value (Sj)			Coefficient Kj = Sj+1			Recalculated weight Qj = Qj-1/Kj			Wj			BNP
	Li	Ui	Mi	Li	Ui	Mi	Li	Ui	Mi	Li	Ui	Mi	
R1	-	-	-	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	0.422	0.504	0.596	0.677
R2	0.667	1.000	1.500	1.667	2.000	2.500	0.400	0.500	0.600	0.238	0.252	0.253	0.237
R3	0.667	1.000	1.500	1.667	2.000	2.500	0.160	0.250	0.360	0.095	0.126	0.152	0.069
R4	0.667	1.000	1.500	1.667	2.000	2.500	0.064	0.125	0.216	0.038	0.063	0.091	0.010
R5	1.000	1.000	1.000	2.000	2.000	2.000	0.032	0.063	0.208	0.019	0.031	0.046	0.005
R6	0.286	0.333	0.400	1.286	1.333	1.400	0.023	0.047	0.084	0.014	0.024	0.035	0.002

** คำอธิบายตัวแปรปัจจัยเสี่ยง

R1 คือ อุปทาน

R2 คือ กฎหมายและข้อบังคับ

R3 คือ การเปลี่ยนรสนิยมของลูกค้าและความชอบหรือนวัตกรรม

R4 คือ ความผันผวนของราคา

R5 คือ อุปสงค์

R6 คือ ความล้มเหลวในการสื่อสารกับซัพพลายเออร์และการล้มละลายของซัพพลายเออร์

ผลลัพธ์ของการให้น้ำหนักความสำคัญของปัจจัยเสี่ยงโดย Fuzzy ระหว่าง 2 มิติ และคะแนนความเสี่ยงสูงสุดยังคงเป็นปัจจัยด้านอุปทาน รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกฎหมายและข้อบังคับ และอันดับที่สามคือ การเปลี่ยนรสนิยมของลูกค้าและความชอบหรือนวัตกรรม โดยแสดงค่าความสำคัญของน้ำหนักคือ 0.677, 0.237 และ 0.069 ตามลำดับ

อภิปรายผล

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาห่วงโซ่อุปทานอาหารต้องเผชิญกับความท้าทายอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยหลายประการซึ่งรวมถึงความผันผวนของราคา ความแปรปรวนของเหตุการณ์ต่าง ๆ ความสูญเสีย ความปลอดภัยของอาหาร ตลอดจนการขนส่งอาหาร การประเมินความเสี่ยงห่วงโซ่อุปทานอาหารเป็นสิ่งสำคัญเพื่อหลีกเลี่ยงการสูญเสียอาหาร และจะช่วยให้องค์กรต่าง ๆ ได้สร้างกลยุทธ์ที่ยืดหยุ่นสำหรับความมั่นคงด้านผลิตอาหาร (Ali & Nakade, 2018)

จากผลการวิจัยพบว่า มีปัจจัยเสี่ยง 12 ประการที่ส่งผลกระทบและมีโอกาสเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทาน

ในอุตสาหกรรมปลาทูน่าประเทศไทย แต่มีเพียง 6 ปัจจัยเสี่ยงที่มีความเสี่ยงสูงในอุตสาหกรรม คือ ปัจจัยเสี่ยงด้านอุปทาน ปัจจัยเสี่ยงด้านกฎหมายและข้อบังคับ ปัจจัยเสี่ยงด้านการเปลี่ยนรสนิยมของลูกค้าและความชอบหรือนวัตกรรม ปัจจัยเสี่ยงด้านความผันผวนของราคา ปัจจัยเสี่ยงด้านอุปสงค์ และปัจจัยเสี่ยงด้านความล้มเหลวในการสื่อสารกับซัพพลายเออร์และการล้มละลายของซัพพลายเออร์ นอกจากนี้ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านความเสี่ยงด้านอุปทานเป็นปัจจัยความเสี่ยงสูงอันดับแรกซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ผ่านมา การผลิตสินค้าจากปลาทูน่าที่มาของประเภอินโดนีเซียเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการนำเข้าและส่งออก (Tran et al., 2017) และในเดือนมกราคมถึงพฤษภาคม ปี ค.ศ. 2020 ประเทศไทยได้มีการนำเข้าปลาทูน่าแช่แข็งสูงที่สุด 75,000 ตัน เพื่อให้เพียงพอต่อการนำไปผลิตและส่งออกไปยังประเทศกลุ่มทวีปอเมริกา (FAO, 2020) เช่นนั้นปัจจัยเสี่ยงด้านอุปทานเป็นความเสี่ยงสูงสุดที่มีผลกระทบและโอกาสเกิดขึ้นต่อห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมปลาทูน่าประเทศไทย

สรุปผล

ผลการวิจัยระดับปัจจัยเสี่ยงจากเกณฑ์การให้คะแนนระหว่างความเสี่ยง 2 ด้านมิติพบว่า มีปัจจัยเสี่ยง 6 ปัจจัย ที่เป็นปัจจัยเสี่ยงสูงที่ส่งผลกระทบและมีโอกาสเกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมปลาทูน่าประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยเสี่ยงด้านอุปทาน 22 คะแนน ปัจจัยเสี่ยงด้านความผันผวนของราคา 20 คะแนน ปัจจัยเสี่ยงด้านอุปสงค์ 19 คะแนน ปัจจัยเสี่ยงด้านการเปลี่ยนรสนิยมของลูกค้าและความชอบหรือนวัตกรรม 19 คะแนน ปัจจัยเสี่ยงด้านกฎหมายและข้อบังคับ 19 คะแนน และปัจจัยเสี่ยงด้านความล้มเหลวในการสื่อสารกับซัพพลายเออร์และการล้มละลายของซัพพลายเออร์ 17 คะแนน ตามลำดับ

และเมื่อนำ SWARA มาประยุกต์ใช้เพื่อทำการเปรียบเทียบแบบคู่ระหว่างตัวแปรปัจจัยโดยใช้ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวแปรได้ดังนี้ ปัจจัยเสี่ยงด้านอุปทาน 0.677 ปัจจัยเสี่ยงด้านกฎหมายและข้อบังคับ 0.237 ปัจจัยเสี่ยงด้านการเปลี่ยนรสนิยมของลูกค้าและความชอบหรือนวัตกรรม 0.069 ปัจจัยเสี่ยงด้านความผันผวนของราคา 0.010 ปัจจัยเสี่ยงด้านอุปสงค์ 0.005 และปัจจัยเสี่ยงด้านความล้มเหลวในการสื่อสารกับซัพพลายเออร์และการล้มละลายของซัพพลายเออร์ 0.002 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีความยุ่งยากและสลับซับซ้อนมากขึ้น เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้บริหารและพนักงานที่จะทราบว่าปัญหาอะไรเกิดขึ้นบ้างในอนาคต จากเหตุการณ์ที่ไม่แน่นอนและมีผลต่อการบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้ ทำให้หลังจากการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีความเสี่ยงสูงและกำหนดเป็นแบบจำลองด้วยวิธี PDCA Cycle ที่เป็นเครื่องมือวัดความสามารถว่ากระบวนการใดที่ไม่ได้ผลตามที่คาดหวัง ตามแนวทางขององค์กรประเภทต่าง ๆ สามารถช่วยให้กำหนด

ทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องปรับปรุง จากนั้นทำการทดสอบเป็นวัฏจักรและทำอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น ปัจจัยเสี่ยงด้านอุปทาน ที่เป็นปัจจัยเสี่ยงสูงสุดจากงานวิจัยครั้งนี้ สามารถนำมาวางแผนได้ดังนี้ 1) ขั้นตอนแรก “การวางแผน” คือ การถ่ายโอนปัญหาที่ไปยังบริษัท ซัพพลายเออร์ การสร้างแผนเฉพาะสำหรับการติดต่อและคัดเลือกซัพพลายเออร์เพื่อการประเมินผล ที่เป็นไปตามข้อกำหนดของบริษัท และมีการดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อลดโอกาสในการขาดแคลนวัตถุดิบหลัก บริษัทต้องเน้นการให้ความสำคัญอย่างสูงในการสร้างความร่วมมือระยะยาวกับซัพพลายเออร์ และพยายามที่จะตรวจสอบว่าคุณภาพของสินค้าที่จัดหานั้นดีตามข้อกำหนด 2) ขั้นตอนที่สอง “การลงมือทำ” ปัจจัยเสี่ยงด้านอุปทานควรให้ความสำคัญมากกับวัตถุดิบหลักเนื่องจากเป็นความท้าทายสูงสุดที่ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานปลาทูน่า และควรให้ความสำคัญในการบริหารจัดการ และทำสัญญากับซัพพลายเออร์รายใหญ่ในระยะยาวและซัพพลายเออร์อื่น ๆ ในระยะสั้น เพื่อเป็นการรับรองว่าบริษัทจะมีวัตถุดิบในการผลิต ไม่ให้เกิดการหยุดชะงัก 3) ขั้นตอนที่สาม “การตรวจสอบ” ปัจจัยเสี่ยงด้านอุปทาน บริษัทควรตรวจสอบการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามการวางแผนของการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับ ซัพพลายเออร์หรือไม่และวิเคราะห์ซัพพลายเออร์เหล่านั้นด้วยการให้คะแนนการจัดอันดับ ว่าการดำเนินงานของซัพพลายเออร์เป็นไปตามข้อกำหนดหรือไม่ เพื่อดำเนินการขั้นตอนต่อไป หรือกลับไปเริ่มต้นขั้นตอนที่ 1 เพื่อทำแผนและคัดการเลือกซัพพลายเออร์ใหม่อีกครั้ง 4) ขั้นตอนสุดท้ายคือ “การดำเนินงาน” ปัจจัยเสี่ยงด้านอุปทานแผนที่วางไว้และดำเนินงานที่เป็นไปได้ด้วยดีจะถูกนำไปใช้กับซัพพลายเออร์รายใหญ่รายนั้น ๆ จนกลายเป็นคู่ค้าในระยะยาว ผลลัพธ์ที่ได้คือ บริษัทจะไม่เผชิญกับปัจจัยเสี่ยงด้านอุปทาน อย่างไรก็ตามจะต้องมีการวางแผนหรือตรวจสอบการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเป็นประจำ เพื่อให้แบบจำลองมีประสิทธิภาพสูงสุด

References

- Ali, S. M., & Nakade, K. (2018). Optimal ordering policies in a multi-sourcing supply chain with supply and demand disruptions-A CVAR approach. *International Journal of Logistics Systems and Management*, 28(2), 180-199.
- Ali, S. M., Moktadir, M. A., Kabir, G., Chakma, J., Rumi, M. J. U., & Islam, M. T. (2019). Framework for evaluating risks in food supply chain implications in food wastage reduction. *Journal of Cleaner Production*, 228, 786-800.
- Bouzon, M., Govindan, K., Rodriguez, C. M. T., & Campos, L. M. S. (2016). Identification and analysis of reverse logistics barriers using fuzzy delphi method and AHP. *Resource Conserve Recycle*, 108, 182-197.
- Chen, S. J., & Hwang, C. L. (1992). *Fuzzy multiple attribute decision making methods*. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Eghbali-Zarch, M., Tavakkoli-Moghaddam, R., Esfahanian, F., Sepehri, M. M., & Azaron, A. (2018). Pharmacological therapy selection of type 2 diabetes based on the SWARA and modified multimooora methods under a fuzzy environment. *Artificial Intelligence in Medicine*, 87, 20-33
- Fan, H., Li, G., Sun, H., & Cheng, T. C. E. (2017). An information processing perspective on supply chain risk management antecedent's mechanism and consequences. *International Journal of Production Economics*, 185, 63-75.
- FAO. (2020). *GLOBEFISH-information and analysis on world fish trade: Canned tuna demand rising amid COVID-19 pandemic*. <http://www.fao.org/in-action/globefish/market-reports/resource-detail/en/c/1306841/>
- Gokarn, S., & Kuthambalayan, T. S. (2017). Analysis chain of challenges inhibiting the reduction of waste in food supply. *Journal of Cleaner Production*, 168, 595-604.
- Ho, W., Zheng, T., Yildiz, H., & Talluri, S. (2015). Supply chain risk management a literature review. *International Journal of Production Research*, 53(16), 5031-5069.
- Kersulienė, V., Zavadskas, E. K., & Turskis, Z. (2010). Selection of rational dispute resolution method by applying new Step-wise Weight Assessment Ratio Analysis (SWARA). *Journal of Business Economics and Management*, 11(2), 243-258.
- Kirilmaz, O., & Erol, S. (2017). A proactive approach to supply chain risk management: Shifting orders among suppliers to mitigate the supply side risks. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 23, 54-65. <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2016.04.002>
- Kuo, Y. F., & Chen, P. C. (2008). Constructing performance appraisal indicators for mobility of the service industries using fuzzy delphi method. *Expert Systems with Applications*, 35(4), 1930-1939.

- Mangla, S. K., Luthra, S., Rich, N., Kumar, D., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2018). Enablers to implement sustainable initiatives in agri-food supply chains. *International Journal of Production Economics*, 203(C), 379-393.
- Moazzam, M., Akhtar, P., Garnevska, E., & Marr, N. E. (2018). Measuring agri-food supply chain performance and risk through a new analytical framework: A case study of New Zealand dairy. *Journal of Production Planning and Control*, 29, 1258-1274.
- Murry, J. W. Jr., & Hammons, J. O. (1995). Delphi a versatile methodology for conducting qualitative research. *The Review of Higher Education Johns Hopkins University Press*, 18(4), 423-436.
- Nakhaei, J., Lale Arefi, S., Bitarafan, M., & Kapliński, O. (2016). Model for rapid assessment of vulnerability of office buildings to blast using SWARA and SMART methods: A case study of swiss RE tower. *Journal of Civil Engineering and Management*, 22(6), 831-843.
- Okoli, C., & Pawlowski, S. D. (2004). The delphi method as a research tool an example design considerations and applications. *Information & Management*, 42(1), 15-29.
- Olechowski, A., Oehmen, J., Seering, W., & Ben-Daya, M. (2016). The professionalization of risk management what role can the ISO 31000 risk management principles play. *International Journal of Project Management*, 34(8), 1568-1578.
- Popovic, G., Stanujkic, D., Brzakovic, M., & Karabasevic, D. A. (2019). Multiple-criteria decision-making model for the selection of a hotel location. *Land Use Policy*, 84, 49-58.
- Robbins, R. C., Mcmanus, R. P., Mitchell, R. S., Latter, D. R., Moon, M. R., Olinger, G. N., & Miller, D. C. (1993). Management of patients with intramural hematoma of the thoracic aorta. *Circulation*, 88, 1-10.
- Rostamzadeh, R., Keshavarz-Ghorabae, M., Govindan, K., Esmaili A., & Bodaghi Khajeh Nobar, H. (2017). Evaluation of sustainable supply chain risk management using an integrated fuzzy TOPSIS-CRITIC approach. *Journal of Cleaner Production*, 175, 651-669.
- Sharma, Y. K., Yadav, A. K., Mangla, S. K., & Patil, P. P. (2018). Ranking the success factors to improve safety and security in sustainable food supply chain management using fuzzy AHP. *Articles of Material Today's: Proceeding*, 5(5), 12187-12196.
- Shen, Y. C., Lin, G. T. R., & Tzeng, G. H. (2011). Combined DEMATEL techniques with novel MCDM for the organic light emitting diode technology selection. *Expert Systems with Applications*, 38, 1468-1481.
- Sreedevi, R., & Saranga, H. (2017). Uncertainty and supply chain risk: The moderating role of supply chain flexibility in risk mitigation. *International Journal of Production Economics*, 193, 332-342.

- Tran, N., Rodriguez, U. P., Chan, C. Y., Phillips, M. J., Mohan, C. V., Henriksson, P. J. G., Koeshen-Drajana, S., Suri, S., & Hall, S. (2017). Indonesian aquaculture futures: An analysis of fish supply and demand in Indonesia to 2030 and role of aquaculture using the Asia fish model. *Marine Policy*, 79, 25-32.
- Wang, X. (2016). Food supply chain safety risk evaluation based on AHP fuzzy integrated evaluation method. *International Journal of Security and Its Applications*, 10(3), 233-244.
- Zarbakshnia, N., Soleimani, H., & Ghaderi, H. (2018). Sustainable third-party reverse logistics provider evaluation and selection using fuzzy SWARA and developed fuzzy COPRAS in the presence of risk criteria. *Applied Soft Computing*, 65, 307-319.



Name and Surname: Sirima Srisawad

Highest Education: B.B.A. (Business Administration),
Kasetsart University

Affiliation: Mahidol University

Field of Expertise: Export, Logistics, and Supply Chain Management



Name and Surname: Detcharat Sumrit

Highest Education: Ph.D. (Technopreneurship and Innovation
Management), Chulalongkorn University

Affiliation: Mahidol University

Field of Expertise: Logistics and supply Chain Management,
Multi-criteria Decision Making, Innovation Management, and
Technology Management

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยว และเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน จังหวัดนครปฐม

COMMUNITY ENTERPRISE PROMOTION TO ESTABLISH WAT RAI KHING RIVERSIDE MARKET FOR TOURISM AND SUSTAINABLE COMMUNITY ECONOMY IN NAKHON PATHOM PROVINCE

อุบล วุฒิพรโสภณ¹ พระปลัดประพจน์ อยู่สำราญ² ณัฏชา ณัฐโชติภคิน³ และปิยวรรณ หอมจันทร์⁴
Ubol Wuthipornsophon¹, Phrapalad Prapoj Yusamran², Natcha Natthahotphakhin³,
and Piyawan Homchan⁴

^{1,2,3,4}วิทยาลัยสงฆ์พุทธปัญญาศรีทวารวดี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

^{1,2,3,4}Buddhaphanya Srithavaravadi Sangka Collage, Mahachulalongkomrajavidyalaya University

Received: April 8, 2021 / Revised: September 1, 2021 / Accepted: September 3, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง 2) ศึกษากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดไร่ขิง 3) ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ด้วยการวิจัยแบบผสมวิธี โดยการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด กับกลุ่มพ่อค้า ประชาชน นักท่องเที่ยว โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 27 คน กับผู้นำชุมชน เทศบาล พระสงฆ์ คณะกรรมการวัดไร่ขิงจำนวน 9 รูป/คน วิสาหกิจชุมชนและร้านค้า จำนวน 11 คน และนักท่องเที่ยวจำนวน 7 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง ภาพรวมมีความคิดเห็นระดับมาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคิดเห็นว่า วัดไร่ขิงมีสิ่งอำนวยความสะดวก มีบรรยากาศที่ดี และสถานที่สะอาด จึงควรจัดตั้งตลาดขึ้น 2) กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดไร่ขิง ภาพรวมมีความคิดเห็นระดับมาก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคิดเห็นว่าวัดไร่ขิงเป็นวัดมีชื่อเสียง การคมนาคมสะดวก มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น 3) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนพบว่า ต้องคัดสรรสินค้ามีคุณภาพ มีคุณธรรมทางการค้า มีการต่อยอดการท่องเที่ยว อบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการ นำเทคโนโลยีมาส่งเสริมการค้า และเน้นการประชาสัมพันธ์พร้อมระบบสาธารณูปโภค ข้อเสนอแนะคือ ควรมีการประสานงานที่ดี สร้างเอกลักษณ์ของตลาดริมน้ำ และเน้นการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: ตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง กลยุทธ์การท่องเที่ยว วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The purposes of this research were (1) to study the promotion of community enterprises by establishing Wat Rai Khing Riverside Market; (2) to study strategies for management of Wat Rai Khing Riverside Market that affect the decision to visit Wat Rai Khing; and (3) to study the development of community enterprises by establishing Wat Rai Khing Riverside Market for tourism and sustainable community economy. This study was a mixed-method research. Research data were collected by distributing 400 questionnaires to the groups of merchants, general public and tourists, and by conducting in-depth interviews of 27 people consisting of 9 community leaders, municipality personnel, monks, Wat Rai Khing Committee members, 11 community enterprise members and retail shop keepers, and 7 tourists.

The research findings showed that (1) the overall opinion toward the promotion of community enterprises by establishing Wat Rai Khing Riverside Market was at the highly agreeable level; the key research informants had opinions that Wat Rai Khing had the facilities, good atmosphere, and clean place; therefore the riverside market should be established; (2) the overall opinion toward strategies for management of Wat Rai Khing Riverside Market that affect the decision to visit Wat Rai Khing was at the highly agreeable level; the key research informants had opinions that Wat Rai Khing was a famous temple, with convenient transportation that was linked with other tourist attractions; and (3) regarding the development of community enterprises for tourism and sustainable community economy, it was found that the Market should sell only the selected products with high quality; the commercial transaction should be virtuous and ethical, tourism should be topped up; the entrepreneurs should be trained to equip them with more knowledge; technology should be applied for commercial promotion; there should be more emphasis on public relations and public utilities; the recommendations were that there should be good coordination, the creation of riverside market identity, and the emphasis on continuous public relations.

Keywords: Wat Rai Khing Riverside Market, Tourism Strategy, Community Enterprise

บทนำ

สภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อนอย่างมาก ประชาชนต้องตกงานและขาดรายได้ หลายองค์กรต้องปิดตัวลง เครื่องชี้หนึ่งที่สอดคล้องกับบริบทในปัจจุบันคือ ตัวเลขผู้เสมือนว่างงานหรือผู้ที่ทำงานไม่ถึง 4 ชั่วโมงต่อวัน ในไตรมาสสองมีจำนวนสูงถึง 5.4 ล้านคนเพิ่มขึ้นถึง 3.4 ล้านคนจากระยะเดียวกันปีก่อน ซึ่งการที่แรงงานกลุ่มนี้ยังมีงานทำแต่

มีชั่วโมงทำงานอยู่ในระดับต่ำสะท้อนความเปราะบางของตลาดแรงงานไทยที่แม้หลายธุรกิจพยายามปรับประคองธุรกิจไว้โดยไม่เลิกจ้าง แต่ใช้วิธีลดเวลาการทำงาน แรงงานกลุ่มนี้จึงอาจได้รับผลกระทบจากรายได้ที่ลดลงและในที่สุดกลุ่มคนที่เสมือนว่างงานก็จะเปลี่ยนสถานภาพไปเป็นผู้ว่างงาน (National Statistical Office of Thailand, 2021) ด้านการค้าขายกับต่างประเทศต้องหยุดชะงักลง สินค้าที่เคยส่งออกไป

จำหน่ายต่างประเทศต้องหยุดการผลิต ภาคแรงงาน ขาดรายได้มาจุนเจือครอบครัว โดยผลกระทบด้านการส่งออก EXIM Bank ได้สะท้อนมูลค่าส่งออกในเดือนพฤษภาคม 2563 ที่หดตัวถึง 22.5% ต่ำสุดในรอบกว่า 10 ปี ผลักดันให้การส่งออก 5 เดือนแรกของปี 2563 หดตัว 3.7% (EXIM Bank, 2021) และด้านผลกระทบด้านการท่องเที่ยวและการบิน จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติตั้งแต่เดือนมกราคม-ตุลาคม 2563 รวมทั้งสิ้น 6,692,775 คน เทียบกับปี 2019 ที่มีอยู่ 32,582,548 คน ลดลงไปถึง 79.46 % เฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนลดลงไปถึง 86.64% (National Statistical Office of Thailand, 2021) ด้านท่องเที่ยวที่เคยมีชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวจำนวนมาก รวมถึงประชาชนภายในประเทศไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ ทำให้ประชาชนและผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีรายได้ลดลง ต้องมีการประหยัดเงินเพื่อการใช้จ่ายในอนาคต และพ่อค้าแม่ค้าไม่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ เศรษฐกิจทั้งมหภาค เศรษฐกิจชุมชนต้องล้มหรือปิดตัวลง ประชาชนต้องพึ่งพาตัวเองเป็นหนี้เพื่อความอยู่รอดต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วในการดำรงชีวิตอยู่ ในช่วงเวลาที่ยากลำบากนี้ การลงทุนหรือภาคการค้าต่างประเทศติดลบ รวมทั้งจากสงครามการค้าและภัยแล้ง มีตัวที่ช่วยพยุงสถานการณ์อยู่เพียงปัจจัยเดียวคือการอุปโภคบริโภคและการลงทุนภาครัฐ

“ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีเป้าหมายการพัฒนาประเทศคือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” โดยยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ พัฒนาค้นในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี คนเก่ง และมีคุณภาพ สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการ เพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม โดยการประเมินผลการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ

ประกอบด้วย 1) ความอยู่ดีมีสุขของคนไทยและสังคมไทย 2) ชีตความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ 4) ความเท่าเทียมและความเสมอภาคของสังคม 5) ความหลากหลายทางชีวภาพ คุณภาพสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ และ 6) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการเข้าถึงการให้บริการของภาครัฐ (National Statistical Office of Thailand, 2021)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) มีแนวทางสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากและชุมชนเข้มแข็ง มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนผ่านเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนโดยการสร้างความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและวิสาหกิจชุมชน และความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนในแต่ละพื้นที่ เพื่อการสร้างองค์ความรู้ รูปแบบการจัดการเพื่อสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนของวิสาหกิจในระยะยาว รวมทั้งเผยแพร่ความรู้ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนฐานรากพร้อมทั้งประสานงานกับจังหวัดและท้องถิ่นเพื่อขยายผลจากชุมชนต้นแบบให้มีการนำไปใช้ในชุมชนอื่น ๆ อย่างกว้างขวางเพื่อสนับสนุนนโยบายของรัฐภายใต้ยุทธศาสตร์ด้านการแก้ไขปัญหาความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำโดยเน้นการเสริมสร้างขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการในพื้นที่ พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และชุมชนให้สามารถใช้ประโยชน์จากการพัฒนา ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคม ภาคเอกชน และภาครัฐทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นในกระบวนการพัฒนา รวมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสังคมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและรองรับการเติบโตของพื้นที่ (Office of the National Economic and Social Development Council, 2020) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการประสานความร่วมมือที่เริ่มต้นจากการทำงานในพื้นที่เล็ก ๆ และขยายกระบวนการเป็นเครือข่ายที่กว้างออกไป

ภาครัฐจึงมีนโยบายที่เน้นกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับมหภาคและจุลภาคลงมาสู่ท้องถิ่นและฐานราก

ในชุมชน เน้นการเพิ่มรายได้แก่ธุรกิจการค้าการลงทุน โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวตามท้องถิ่นต่าง ๆ เน้นแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ ๆ ทั้งสถานที่ทางธรรมชาติ วัดที่สวยงาม และวัดที่มีชื่อเสียงเป็นเคารพนับถือของประชาชน เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่นักท่องเที่ยวและเป็นการส่งเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนโดยตรง

จังหวัดนครปฐมมีแหล่งท่องเที่ยวใกล้กรุงเทพมหานคร เดินทางง่ายสะดวกสบาย อำเภอสามพรานมีวัดไร่ขิงเป็นวัดที่มีชื่อเสียง มีพระประธานสำคัญที่ประชาชนให้ความเคารพนับถือมาก และเดินทางมากราบไหว้บูชาอย่างต่อเนื่องและยาวนานคือ หลวงพ่อวัดไร่ขิง มีลักษณะเป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย ซึ่งผู้คนต่างให้ความเคารพศรัทธาทำให้พุทธศาสนิกชนหลั่งไหลมามีศรัทธาตลอดทั้งปี วัดไร่ขิงยังมีแนวทางการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ทำให้เป็นวัดที่สวยงาม มีจุดที่น่าสนใจและสำคัญนอกจากองค์หลวงพ่อวัดไร่ขิงคือ มีปลาหน้าวัดจำนวนมากในแม่น้ำท่าจีนที่ติดอยู่ด้านหน้าวัดทำให้มีธรรมชาติที่สวยงาม บรรยากาศเย็นสบาย มีท่อน้ำที่กว้างใหญ่สะดวกแก่การพักผ่อน และมีการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวก จัดสถานที่พักผ่อนหย่อนใจรวมถึงการคมนาคม โดยจัดสถานที่จอดรถให้เพียงพอกับความต้องการให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงหรือสามารถเดินทางท่องเที่ยวต่อได้สะดวก และมีการจัดการเรื่องบำบัดน้ำเสีย มีโรงเก็บขยะและกำจัดขยะไม่ให้กระจายลงแม่น้ำ มีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาด ปูกลต้นไม้ใหญ่รอบ ๆ วัด สร้างความร่มรื่นให้กับนักท่องเที่ยว จัดร้านอาหารและราคาเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกระดับ (Talchroen, 2019)

ภาครัฐต้องการที่จะช่วยลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับประชาชน โดยจัดทำโครงการช่วยเหลือประชาชนทั้งที่เป็นโครงการเร่งด่วนเฉพาะหน้าเพื่อบรรเทาปัญหาระยะกลางและระยะยาวเพื่อสร้างความยั่งยืนและมั่นคงทางเศรษฐกิจ โดยที่ผ่านมาภาครัฐได้ใช้ภาคการคลังและระบบสถาบันการเงิน เพื่อช่วยเหลือด้านสภาพคล่องและลดภาระหนี้ให้ครัวเรือนและธุรกิจ

ด้วยการออกมาตรการขนาดใหญ่เพื่อแก้ปัญหาและเร่งเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบในระยะสั้น ส่วนธนาคารแห่งประเทศไทยปรับลดอัตราดอกเบี้ย จนอยู่ในระดับต่ำเป็นประวัติการณ์ บทบาทภาครัฐในการฟื้นฟูเศรษฐกิจไทย (Bank of Thailand, 2020) ภาครัฐได้มีการจัดสรรงบประมาณผ่านการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมให้จัดหาสถานที่ในการจัดสร้างตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าการเกษตรและเป็นแหล่งท่องเที่ยวแก่ประชาชน จึงขอความร่วมมือกับเทศบาลเมืองไร่ขิงในการประสานความร่วมมือกับวัดไร่ขิง เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบครบวงจรเป็นศูนย์กลางแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้กรุงเทพมหานครและการพัฒนาตลาดน้ำเพื่อการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งนอกจากจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้วยังทำให้ชุมชนในท้องถิ่นมีสถานที่จำหน่ายสินค้าเพื่อสร้างรายได้อีกด้วย

ดังนั้นจึงมีความสำคัญยิ่งในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จากความร่วมมือจากหน่วยงาน กลุ่มวิสาหกิจ องค์กร ชุมชน และประชาชน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานและเป็นประโยชน์ในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงสู่การใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและสอดคล้องกับชุมชนมากที่สุด ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนและเป็นการอนุรักษ์แม่น้ำลำคลองและชุมชนริมน้ำให้เกิดความยั่งยืนต่อกลุ่มวิสาหกิจ ประชาชน เศรษฐกิจชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม

3. เพื่อศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

บททวนวรรณกรรม

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) เป็นการประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการพึ่งตนเอง “ทุน” ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม (Pongpis, 2004) วิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบการโดยชุมชนที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต มีการใช้ปัจจัยการผลิตในชุมชนให้ออกดอกออกผลในทางเศรษฐกิจด้วยการสร้างรายได้และอาชีพ (Pongpis, 2004) จากความต้องการที่จะส่งเสริมและสร้างความมั่นคงแก่ชุมชน โดยใช้คนและทรัพยากรในชุมชน จึงได้มีการส่งเสริมเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพร้อมกับจัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้าการเกษตรโดยการก่อตั้งตลาดน้ำขึ้นเพื่อความยั่งยืนของชุมชน

การเกิดและการดำรงอยู่ของตลาดน้ำจะมีความเกี่ยวเนื่องกับเงื่อนไขด้านระบบนิเวศและทรัพยากรที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่นด้วยระบบนิเวศน์ภาคกลางที่เต็มไปด้วยที่ราบลุ่มและแม่น้ำลำคลอง ผู้คนที่อยู่ในภาคกลางจึงมีวัฒนธรรมการตั้งบ้านเรือนและการทำมาหากินโดยอาศัยน้ำเป็นหลัก จะเห็นได้จากในภาคกลางจึงมักตั้งชื่อเรียกหน่วยทางสังคมหรือท้องถิ่นของตน โดยขึ้นต้นด้วยคำว่า “บาง” ซึ่งเป็นการสื่อถึงลักษณะของการตั้งถิ่นฐานของท้องถิ่นที่ตั้งอยู่ตามริมแม่น้ำลำคลองต่าง ๆ (Praynoi, 1989) ซึ่งสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบนฐานทุนทางสังคมที่มีอยู่เป็นการท่องเที่ยวศึกษาวิถีชีวิตด้วยกิจกรรมที่ก่อให้เกิดปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยว การผลิต และจำหน่ายสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวของภาครัฐที่วางแผนจัดการท่องเที่ยวชุมชนหรือ

สนับสนุนท้องถิ่นในพื้นที่ท่องเที่ยว (Eisichaikul, 2009)

จากความต้องการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากผ่านกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมถึงการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว โดยมีผู้ประกอบการร้านค้ามาพบกับผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวโดยตรง พร้อมกับมีหน่วยงานและงบประมาณสนับสนุน ทำให้มีความพร้อมที่จะจัดตั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าการเกษตรควบคู่กันและเพื่อความยั่งยืนต้องมีการกำหนดกลยุทธ์การท่องเที่ยวร่วมด้วยเพื่อเป็นการส่งเสริมด้านการค้าและการตลาดที่ดีกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึงการกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านี้ยังจำเป็นต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริงรวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม แผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นกระบวนการนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชน มิฉะนั้นแล้วการจัดการการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทาง และประสบความสำเร็จ (Suwan, 2006)

การพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของชุมชนในปัจจุบันโดยการบูรณาการศักยภาพด้านต่าง ๆ ของคนรุ่นใหม่มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ (Phra Tampidok [P. O. Payutto], 1996) การพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วยการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดีเพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ในระยะยาวและมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่คนส่วนใหญ่ รวมทั้งความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างผู้เกี่ยวข้องหรือมีส่วนร่วมได้สูญเสีย (Pongsabutr, 2003) จากการส่งเสริมการค้าแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการในพื้นที่เป็นการสร้างความยั่งยืน ความมั่นคงด้านเศรษฐกิจพื้นฐานให้กับชุมชน และสามารถสืบสานส่งต่อให้คนในชุมชนรุ่นหลังได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาอย่างยั่งยืนมีหลักการและลักษณะสำคัญเป็นการพัฒนาที่ดำเนินไปโดยคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสนองความ

ต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการในอนาคต เป็นการพัฒนาที่คำนึงถึงความเป็นองค์รวม โดยมองว่าการจะทำสิ่งใดต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดกับสิ่งอื่น ๆ ดังนั้นการพัฒนาในด้านต่าง ๆ จึงยึดหลักความรอบคอบ และค่อยเป็นค่อยไป สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในทางสร้างสรรค์ หากพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจและการใช้เทคโนโลยีควบคุมและรุกรานธรรมชาติมากเกินไป สังคมมนุษย์ก็อาจถึงกาลอวสานรวดเร็วขึ้น หรือหากยึดถือการพัฒนาตามแนวทางความยั่งยืนที่ตระหนักว่า สรรพสิ่งเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อกันอย่างซับซ้อนและหลากหลาย สังคมโลกก็จะดำเนินไปด้วยกันระหว่างสรรพสิ่งและตัวมนุษย์ได้อย่างยั่งยืนยาวนาน เป็นต้น (Phra Sutee Rattanabundit [Suthit Apakro], 2018) จากแนวคิดการพัฒนาที่ใช้ชุมชนเป็นฐาน โดยรวมตัวเป็นกลุ่มวิสาหกิจมีบุคลากร มีวัตถุดิบ และทรัพยากรภายในชุมชน มีสถานที่ที่เป็นทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่ต้องช่วยกันดูแลรักษาให้คงอยู่ ผสานกับความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐก็จะทำให้เกิดการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

วิธีการวิจัย

การศึกษาการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods) ตามลักษณะการศึกษารวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ วิธีการวิจัย ได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณโดยการแจกแบบสอบถาม (Survey Research) กับนักท่องเที่ยว และการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้บริหารเทศบาล ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ ตัวแทนคณะกรรมการวัดไร่ขิง และนักท่องเที่ยว

การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม

(Questionnaires) เก็บข้อมูลจากประชาชน พ่อค้าแม่ค้า กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และนักท่องเที่ยวที่มาวัดไร่ขิง อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม จำนวน 923,200 คน (Wat Raiking Royal Temple, 2019) คำนวนจากสูตรของยามาเน (Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อนำมาหาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง และการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยคัดเลือกแบบเจาะจงจากผู้ประกอบการร้านค้า และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 11 คน ผู้บริหารหน่วยงานของรัฐ คณะสงฆ์และกรรมการวัดไร่ขิง ผู้นำชุมชน 9 รูป/คน นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววัดไร่ขิง 7 คน (นักท่องเที่ยวไม่อนุญาตให้สัมภาษณ์เนื่องจากสถานการณ์โควิด) ข้อมูลนักท่องเที่ยวเป็นข้อมูลอ้อมตัว โดยมีคำตอบที่เป็นไปในแนวทางเดียวกันทั้งหมด รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมด 27 รูป/คน โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ข้อมูลที่สอดคล้องกัน มีความสมบูรณ์ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ เพื่อค้นหาความสอดคล้องเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง โดยนำเสนอเป็นความเรียง

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม จากกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มาท่องเที่ยววัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. เศรษฐกิจและสังคม	4.13	0.375	มาก
2. การบริหารจัดการที่ดี	4.07	0.332	มาก
3. ความสำเร็จของการจัดตั้งตลาดน้ำ	4.00	0.513	มาก
รวม	4.07	0.408	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการศึกษาการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.07$, S.D. = 0.408) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า เศรษฐกิจและสังคม การบริหารจัดการที่ดี ความสำเร็จของการจัดตั้งตลาดน้ำมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.375, $\bar{x} = 4.07$, S.D. = 0.332, $\bar{x} = 4.00$, S.D. = 0.513 ตามลำดับ)

จากผลการตอบแบบสอบถามของประชาชนและนักท่องเที่ยวพบว่า ประชาชนและนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมมีความคิดเห็นในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงเพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำริมวัดไร่ขิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยววัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม

กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.24	0.488	มาก
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.08	0.333	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.99	0.375	มาก
ด้านกิจกรรม	4.22	0.471	มาก
รวม	4.13	0.417	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาระดับกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.417) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.24$, S.D. =

0.488, $\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.471, $\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.333, $\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.375 ตามลำดับ)

จากผลการตอบแบบสอบถามของประชาชนและนักท่องเที่ยวพบว่า ประชาชนและนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมมีความคิดเห็นด้าน กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดไร่ขิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาด ริมน้ำวัดไร่ขิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว วัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ทำให้ทราบถึงกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยววัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม

ปัญหาและอุปสรรคการจัดตั้งตลาดน้ำวัดไร่ขิง คือ 1) การประสานงานหลายหน่วยงานในการจัดตั้งตลาดทำได้ยาก ควรต้องมีศูนย์กลางที่รับผิดชอบเป็นผู้ประสานงานในการจัดตั้งตลาดจะทำให้ดำเนินงานได้สะดวกและดียิ่งขึ้น เพราะต้องมีการติดตามประสานงานมีค่าใช้จ่ายหรืองบประมาณในการดำเนินงาน 2) ด้านการจัดหาผู้ประกอบการร้านค้าต้องกระทำอย่างโปร่งใสมีระบบระเบียบชัดเจนและยุติธรรมเพราะจะมีผู้ประกอบการต้องการที่จะเข้ามาจำหน่ายสินค้าเป็นจำนวนมากทั้งจากชาวสวนโดยตรงและพ่อค้าคนกลางจึงต้องมีการดำเนินการอย่างไม่เล่นพรรคเล่นพวก มิเช่นนั้นก็จะอาจจะทำให้เกิดปัญหาตามมา ถ้ากรณีที่ผู้ประกอบการดำเนินการกันเองก็จะเกิดความขัดแย้งกันในพื้นที่หรือเกิดการหาผลประโยชน์ขึ้นได้ 3) การจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงต้องใช้งบประมาณจากภาครัฐจำนวนมากต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบสนับสนุนประสานงานการจัดตั้งตลาด โดยผู้ที่รับผิดชอบงบประมาณต้องดำเนินงานให้ชัดเจน โปร่งใส เพื่อง่ายต่อการตรวจสอบและติดตาม และ 4) เมื่อจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงเรียบร้อยแล้วนั้น ต้องมีการดำเนินงานประสานกับวัดไร่ขิงอย่างใกล้ชิด เพราะเป็นจุดที่ตั้งของตลาด โดยวัดไร่ขิงจะมอบหมายให้ฝ่ายใดรับผิดชอบดูแล ต้องมีการระบุอย่างชัดเจนโดยเฉพาะเทศบาลเมืองไร่ขิงซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐและเป็นผู้รับผิดชอบพื้นที่ตำบลไร่ขิงต้องจัดตั้งผู้รับผิดชอบดูแลประสานงาน การบริหารจัดการตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงอย่างต่อเนื่องและจริงจังเพื่อประโยชน์ต่อชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจในพื้นที่

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ 1) ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงขึ้นมารับผิดชอบโดยเป็นตัวแทนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทำหน้าที่ติดตามการจัดตั้งตลาดอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม เช่น การคัดเลือกผู้ประกอบการ คัดเลือกประเภทสินค้า จัดเขตประเภทสินค้า เป็นต้น รวมถึงการจัดหาผู้ประกอบการมาขายสินค้า โดยต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของชุมชน ประชาชน และกลุ่มวิสาหกิจเป็นหลัก 2) ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับตลาดน้ำให้มากในทุกช่องทาง โดยเฉพาะการประสานงานกับท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 3) ควรมีการพัฒนาให้ความรู้ อบรมผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่องแนะนำสร้างกลยุทธ์ทางการค้า และให้เน้นที่ความสะอาด คุณภาพสินค้า การใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้า และความ เป็นระเบียบเรียบร้อยของตลาด และ 4) ควรประสานกับกลุ่มมวลชน องค์กรในพื้นที่เพื่อมาร่วมจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เช่น กลุ่มสตรี กลุ่มอาสาสมัครประจำหมู่บ้าน กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ทั้งในและนอกพื้นที่ เพื่อเป็นเวทีการ แสดงกิจกรรมของกลุ่มต่าง ๆ และเพื่อเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้าได้ด้วย

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาด ริมน้ำวัดไร่ขิง การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการให้ข้อมูลสำคัญในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง ทุกท่านมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันคือ 1) ต้องการให้มีการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงขึ้น เพื่อเป็นสถานที่ถาวรในการจำหน่ายสินค้าการเกษตรจากชาวสวนหรือกลุ่มวิสาหกิจในพื้นที่ โดยเกษตรกรชาวสวนจะเป็นผู้จำหน่ายสินค้าเกษตร และสินค้าพื้นบ้านโดยตรง และควรให้เกษตรกรในพื้นที่ได้มีสิทธิในการจำหน่ายสินค้าที่ตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงนี้ก่อนผู้ประกอบการที่มาจากนอกพื้นที่ 2) ควรมีการควบคุมคุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่ายรวมถึงสินค้าโอท็อป ต้องมีคุณภาพที่ดี ราคาที่เหมาะสม มีสถานที่สะอาด สะดวกสบาย มีการตั้งคณะกรรมการประจำตลาดน้ำ มีการกำหนด

กฎระเบียบของตลาดที่ชัดเจน และ 3) ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามารับผิดชอบดูแลตลาดโดยตรง และควรมีการประสานงานให้มีการจัดกิจกรรมที่ตลาดร่วมกับกลุ่มมวลชนในพื้นที่ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มสตรี จะได้มีเวทีในการแสดงออกในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ด้วย

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง การสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารและผู้นำชุมชน

ผู้บริหารและผู้นำชุมชนในท้องถิ่นทุกท่านมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า วัดไร่ขิงเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ ควรให้มีการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงขึ้น เพราะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและวิสาหกิจชุมชนเพิ่มรายได้แก่เกษตรกรและชาวสวนได้เป็นอย่างดี โดยวัดไร่ขิงเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมไหว้พระจำนวนมาก เหมาะแก่การท่องเที่ยว ถ้ามีการจัดตั้งตลาดริมน้ำขึ้นมาจะยังเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น การค้าขายก็จะดีขึ้น รายได้ทั้งคนและวัดจะตามมา และต้องส่งเสริมให้ชาวสวนหรือเกษตรกรในพื้นที่นำสินค้าเกษตรและสินค้าพื้นบ้านมาจำหน่ายเองโดยตรง ควรเน้นเป็นเกษตรกรหรือกลุ่มโอท็อปในพื้นที่เป็นกลุ่มแรกที่มาจำหน่ายสินค้าเพื่อเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก เศรษฐกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี และมีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาดำเนินการจัดระเบียบในตลาด เพิ่มการประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมการขายจะดียิ่งขึ้น มีหน่วยงานราชการในท้องถิ่นเข้ามาบริหารจัดการดูแลตลาด ด้านความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อย รวมถึงการจราจร เป็นต้น

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง การสัมภาษณ์กลุ่มนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่วัดไร่ขิงมาจากหลากหลายสถานที่หลายจังหวัด แต่เนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด ทำให้นักท่องเที่ยวมีปริมาณไม่มากเท่าที่ควร แต่จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวทุกท่านให้ข้อมูลมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าควรให้มีการเปิดตลาดริมน้ำขึ้น ต้องมีการจำหน่ายสินค้าโอท็อป

จำหน่ายอาหารการกิน สินค้าเกษตร สินค้าพื้นบ้าน มีความหลากหลายของสินค้า และสถานที่ที่มีความสะอาด ราคาไม่แพง สามารถเลือกซื้ออย่างสบายใจ หรือนำสินค้าที่เป็นของฝากที่นักท่องเที่ยวอยากกลับบ้าน ควรมีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวร่วมด้วย

ส่วนที่ 3 การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

แนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงให้มีความยั่งยืนดังนี้ 1) ควรเน้นเรื่องคุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่ายต้องมีคุณภาพดี ราคาไม่แพง มาจากสวนโดยตรง และมีการต่อยอดด้านการท่องเที่ยวโดยการพานักท่องเที่ยวเข้าชมสวน 2) ผู้ประกอบการต้องเข้ารับการอบรมรับความรู้จากผู้เชี่ยวชาญเป็นระยะ ๆ เช่น ด้านการพัฒนา ทึบหอ การใช้วัสดุธรรมชาติ และการใช้เทคโนโลยีเพื่อประโยชน์ทางการค้า เน้นการพูดจาไพเราะ น่าฟัง มีการแต่งกายที่เป็นพื้นบ้านชาวไร่ขิง สวยงามคล้าย ๆ กัน ทำให้เกิดความสวยงามในตลาด 3) ควรมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าคือ มีคุณธรรมทางการค้าการขาย รวมถึงมีการจัดมาตรฐานทางการค้า เช่น เครื่องชั่ง ตวง วัด 4) ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการประจำตลาดน้ำเพื่อการมีส่วนร่วมและการพบปะพูดคุยกันเองป้องกันความขัดแย้งในการจำหน่ายสินค้า และประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเป็นการเพิ่มการมีส่วนร่วมในการบริหารงาน และ 5) ควรจัดหาสาธารณูปโภคสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอพร้อมทั้งน้ำ ไฟ ห้องน้ำต้องสะอาดและเพียงพอ รวมถึงระบบการจัดเก็บขยะมูลฝอย มีสถานที่จอดรถที่สะดวกสบาย และมีอย่างพอเพียง และมีการประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนได้รับรู้อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง

อภิปรายผล

การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เพราะผู้ประกอบการต้องการมีสถานที่จำหน่ายสินค้าที่มั่นคงเป็นการถาวร สามารถ

สร้างรายได้มากขึ้น เป็นการสร้างความมั่นคงให้ตนเอง และสามารถต่อยอดสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น มีการจ้างงานมีการใช้บริการด้านต่าง ๆ เพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวต้องการมีแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้ การคมนาคมสะดวกและมีความหลากหลายในที่เดียว โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านเศรษฐกิจและสังคม ด้านการบริหารจัดการที่ดี และด้านความสำเร็จของการจัดตั้งตลาดริมน้ำ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Budbamrung (2009) ได้วิจัยเรื่อง “นวัตกรรมการจัดการตลาดน้ำที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืนในพื้นที่ที่เกิดการท่องเที่ยว: การประยุกต์ใช้บทเรียนเพื่อส่งเสริมความสำเร็จของตลาดน้ำสาขลา” ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของการจัดการตลาดน้ำที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด ได้แก่ ตลาดน้ำที่มีบรรยากาศดี สถานที่สะอาด มีสินค้าหลากหลาย กิจกรรมหลากหลาย สินค้าอร่อยและสะอาด และอัยยาศัยพ่อค้า แม่ค้า รองลงมาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สุขาสะอาดเพียงพอ ที่จอดรถสะดวกเพียงพอ มีป้ายบอกทาง และสินค้าราคาถูก บทเรียนนวัตกรรมการจัดการตลาดน้ำที่เหมาะสม และเป็นจุดเด่นส่งผลต่อคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืน ได้แก่ 1) การมีประชาคม โดยให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม ในการบริหารจัดการ แสดงความคิดเห็น รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐควรเข้ามาดูแลช่วยเหลือให้คำแนะนำ 2) ประชาชน พ่อค้าแม่ค้าคนในท้องถิ่น ต้องมีอัยยาศัยไมตรีดี มีความเป็นมิตร 3) สร้างจิตสำนึกให้คนในท้องถิ่น รักและดูแลความเป็นธรรมชาติและความเป็นเอกลักษณ์ ให้คงอยู่บรรยากาศดี รักษาความดั้งเดิมของท้องถิ่น 4) มีการประชาสัมพันธ์ครบวงจรผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร อินเทอร์เน็ต และปากต่อปาก 5) มีสินค้าหลากหลายโดยเฉพาะสินค้าของท้องถิ่น มีความเป็นเอกลักษณ์รวมทั้งถูกหลักอนามัย ราคายุติธรรม และอาหารอร่อย 6) มีกิจกรรมหลากหลายสามารถตอบสนองได้ทุกเพศทุกวัย 7) มีป้ายบอกทางชัดเจนและเดินทางสะดวก 8) มีที่จอดรถเพียงพอ ห้องสุขาเพียงพอ และการจัดการขยะที่ดี 9) ส่งเสริม

ให้มีความร่วมมือกับชุมชน แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว เพื่อจัดเส้นทางท่องเที่ยวร่วมกัน นำทัวร์มาเที่ยว 10) มีโฮมสเตย์แบบธรรมชาติให้นักท่องเที่ยวสามารถพักได้ และ 11) การท่องเที่ยวตลาดน้ำสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ได้ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวันหยุดช่วงดังกล่าว ส่วนใหญ่พักบริเวณปริมณฑลและกรุงเทพมหานคร

กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำวัดไร่จิง จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก อาจสืบเนื่องจากการจัดตั้งตลาดต้องมีปัจจัยที่พร้อมในหลายด้านทั้งด้านงบประมาณ การบริหารจัดการ การสร้างสิ่งดึงดูดความสนใจ เหล่านี้ต้องทำให้เกิดขึ้นที่ตลาดแห่งนี้ เพราะจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวได้ตลอดปี มาได้หลายครั้ง และมีการใช้จ่ายในตลาดเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Naipinit et al. (2013) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมามากที่สุดคือ เดินทางมาวัดเพื่อการตักบาตรถวายทาน เวียนเทียนในวันสำคัญต่าง ๆ ทางศาสนา ส่วนมากเดินทางมาวัดโดยรถยนต์ส่วนตัว ศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของวัดในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ มีดังนี้ 1) องค์ประกอบด้านสิ่งดึงดูดใจ 2) องค์ประกอบด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) องค์ประกอบด้านที่พัก 4) องค์ประกอบด้านความปลอดภัย 5) องค์ประกอบด้านกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยว กิจกรรมสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาจะมีมากในช่วงเทศกาลวันสำคัญทางศาสนา 6) องค์ประกอบด้านรายการนำเที่ยว และ 7) องค์ประกอบทางด้านสังคม อย่างไรก็ตามจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ควรมีการศึกษาถึงรูปแบบการจัดการระบบการเชื่อมโยง

การท่องเที่ยวให้เป็นโปรแกรม รวมถึงการจัดการผลประโยชน์ให้ลงไปถึงชุมชนเพิ่มขึ้นด้วย

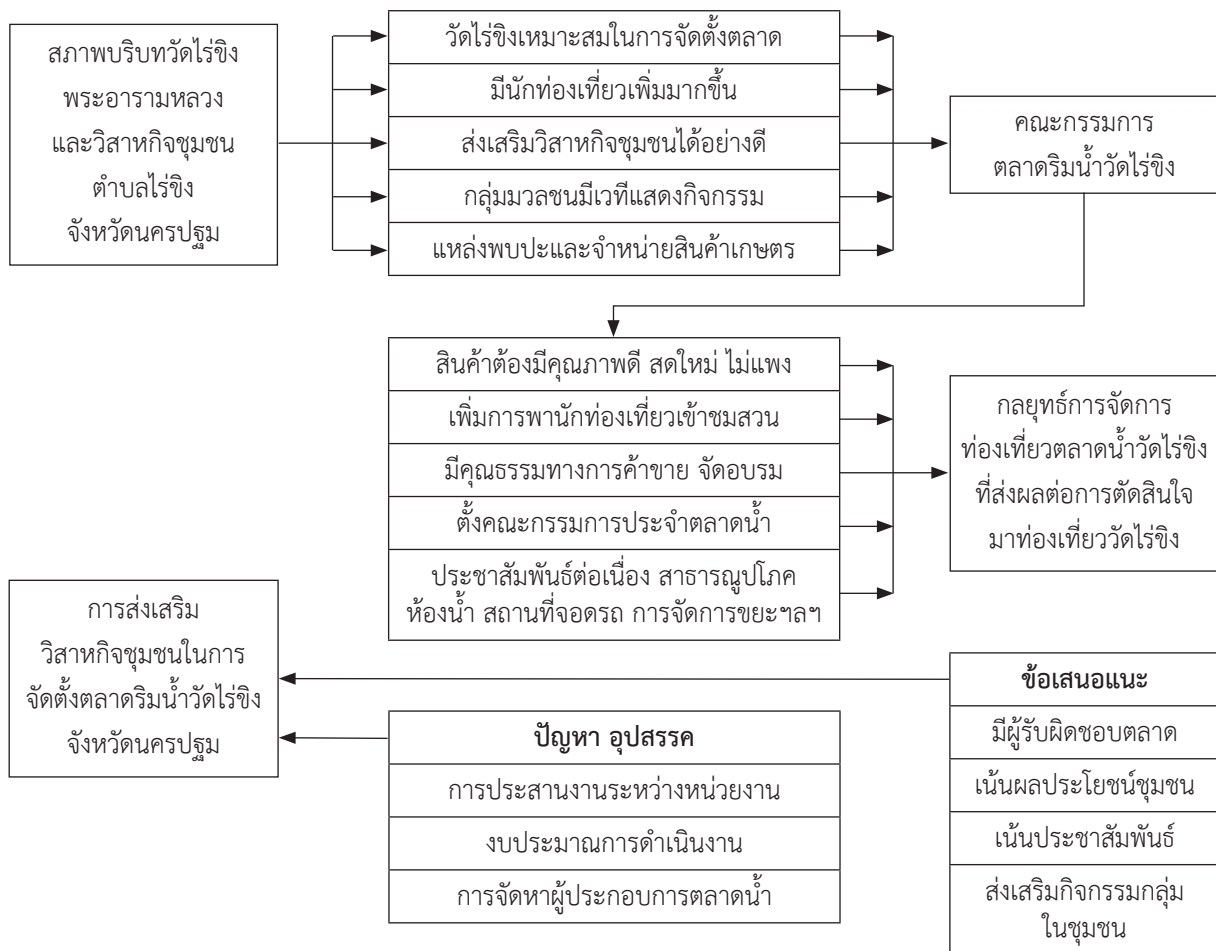
การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน เน้นเรื่องคุณภาพของสินค้ามีการต่อยอดด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการต้องเข้ารับการอบรมรับรู้จากผู้เชี่ยวชาญ การใช้วัสดุธรรมชาติ และการใช้เทคโนโลยีเพื่อประโยชน์ทางการค้า รวมถึงมีการจัดมาตรฐานทางการค้า มีการจัดตั้งคณะกรรมการประจำตลาดน้ำ มีสาธารณูปโภคสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ มีสถานที่จอดรถที่สะดวกสบายและมืออย่างพอเพียง มีการประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนได้รับรู้อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง การมีหน่วยงานดูแลรับผิดชอบโดยตรงในการประสานงานและดำเนินการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Grinhmervai (2015) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชนลำปางหลวง อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนลำปางหลวงมีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนลำปางหลวง ตำบลลำปางหลวง อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง จำแนกได้ 6 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจพบว่า ประชาชนในชุมชนต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้วยการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เช่น การพัฒนาการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนให้มีความน่าสนใจและใช้อัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว 2) ด้านความสามารถในการเข้าถึงมีการจัดการด้านพื้นที่รองรับด้านประโยชน์การใช้สอยของพื้นที่และบริเวณโดยรอบของชุมชนอย่างเป็นระบบ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกชุมชนมีส่วนร่วมในการให้บริการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์และให้คำแนะนำข้อมูลต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว และ 4) ด้านการบริการเสริมและการมี

ส่วนร่วมของประชาชน เน้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยว มีการรวมตัวเพื่อจัดตั้งองค์การการท่องเที่ยวขึ้นในชุมชนและเปิดโอกาสให้คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

องค์ความรู้จากการวิจัย

จากการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเบื้องต้น ทำให้ได้รับความรู้จากการวิจัยนำมาสรุปเป็นองค์ความรู้คือ การจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง จะเป็นการส่งเสริมเพิ่มรายได้แก่เกษตรกรชาวสวนในพื้นที่และเขตใกล้เคียงเป็นการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนโดยตรง รวมถึงประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น รถรับจ้าง การขนส่ง การเพิ่มนักท่องเที่ยวที่จะมาทำบุญที่วัดไร่ขิง ฯลฯ ผู้ประกอบการที่จะมาจำหน่ายสินค้าควรเป็นบุคคลในพื้นที่ก่อน ต้องเน้นคุณภาพสินค้า ประเภทสินค้า ความสะอาดของตลาด สาธารณูปโภคเพียงพอรวมถึงสถานที่จอดรถ ความเป็นระเบียบภายในตลาด มีการวางระเบียบปฏิบัติของตลาดชัดเจน มีการจัดตั้งคณะกรรมการประจำตลาด โดยมีตัวแทนจากหลายหน่วยงานเข้ามามีส่วนร่วม และต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงประสานงาน ทั้งก่อนและหลังจากจัดตั้งตลาด เปิดโอกาสให้กลุ่มชุมชนในพื้นที่ได้มีเวทีการแสดงกิจกรรมของกลุ่ม

เมื่อจัดตั้งตลาดแล้วควรมีการจัดกิจกรรมต่อเนื่องหรือขยายออกสู่กิจกรรมอื่นหรือพื้นที่ข้างเคียง เช่น การพานักท่องเที่ยวเข้าชมสวนผลไม้ การบริการท่องเที่ยวทางน้ำ เส้นทางปั่นจักรยาน เป็นต้น ต้องมีการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำอย่างต่อเนื่อง จริงจัง เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับรู้เกี่ยวกับตลาด มีการคัดสรรสินค้าที่จะมาจำหน่ายอย่างเป็นระบบ ควรเน้นผลประโยชน์ของประชาชนและกลุ่มวิสาหกิจเป็นอันดับแรก



ภาพที่ 1 องค์ความรู้จากการวิจัย

สรุปผล

ผลการวิจัยเรื่องการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง เพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน จังหวัดนครปฐม สรุปผลได้ดังนี้

ผู้มีส่วนได้เสียมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงขึ้น เพื่อเป็นสถานที่ในการจำหน่ายสินค้าการเกษตรจากชาวสวนหรือกลุ่มวิสาหกิจและเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี เพราะวัดไร่ขิงเป็นพื้นที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ถ้ามีการจัดตั้งตลาดริมน้ำขึ้นมาจะยิ่งเป็นการเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยจะทำให้ประชาชนและวัดไร่ขิง

จะมีรายได้เพิ่มขึ้น โดยเน้นให้เกษตรกรชาวสวนเป็นผู้จำหน่ายสินค้าเกษตร สินค้าพื้นบ้านรวมถึงกลุ่มโอท็อปในพื้นที่เน้นสินค้าที่เป็นของฝากและมีเอกลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก เศรษฐกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี และต้องมีการควบคุมคุณภาพของสินค้าที่นำมาจำหน่าย โดยต้องมีคุณภาพที่ดี ราคาที่เหมาะสม มีสถานที่สะอาด สะดวกสบาย มีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง และความเป็นระเบียบเรียบร้อย รวมถึงการจราจรที่ดี และควรมีการประสานงานให้มีการจัดกิจกรรมที่ตลาดร่วมกับกลุ่มมวลชนในพื้นที่

ปัญหาและอุปสรรคการจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงคือ การประสานงานหลายหน่วยงานในการ

จัดตั้งตลาดกระทำไ้ยาก และการจัดหาผู้ประกอบการร้านค้าต้องกระทำอย่างโปร่งใสมีระบบระเบียบชัดเจนและยุติธรรมเพราะจะมีผู้ประกอบการต้องการที่จะเข้ามาจำหน่ายสินค้าเป็นจำนวนมากทั้งจากชาวสวนโดยตรงและพ่อค้าคนกลาง จึงต้องมีการดำเนินการอย่างไม่เล่นพรรคเล่นพวก การจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง ต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบ โดยผู้ที่จะรับผิดชอบต่อปริมาณต้องดำเนินงานให้ชัดเจน โปร่งใส เพื่ออำนวยความสะดวกและติดตาม และต้องมีการดำเนินงานประสานกับวัดไร่ขิงอย่างใกล้ชิด ต้องจัดตั้งผู้รับผิดชอบดูแลประสานงาน การบริหารจัดการตลาดน้ำไร่ขิงอย่างต่อเนื่องและจริงจัง เพื่อประโยชน์ต่อชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจในพื้นที่

ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงขึ้นมารับผิดชอบโดยเป็นตัวแทนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทำหน้าที่ติดตามการจัดตั้งตลาดอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม รวมถึงการจัดหาผู้ประกอบการมาขายสินค้าต้องกระทำด้วยความโปร่งใส ต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของชุมชน ประชาชน และกลุ่มวิสาหกิจเป็นหลัก มีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวตลาดริมน้ำให้มากในทุกช่องทาง โดยเฉพาะการประสานงานกับท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรมีการพัฒนาให้ความรู้ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง แนะนำสร้างกลยุทธ์ทางการค้า และให้เน้นที่ความสะอาด คุณภาพสินค้า การใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้า และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของตลาด ควรประสานกับกลุ่มมวลชน องค์กรในพื้นที่เพื่อมาร่วมจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตลาดริมน้ำ ทั้งในและนอกพื้นที่ เพื่อเป็นเวทีการแสดงกิจกรรมของกลุ่มต่าง ๆ และเพื่อเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้าได้ด้วย

โดยแนวทางการพัฒนาตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงให้มีความยั่งยืน โดยต้องเน้นเรื่องคุณภาพของสินค้า

ที่มีคุณภาพดี ราคาไม่แพง มาจากสวนโดยตรง มีการต่อยอดด้านการท่องเที่ยวโดยการพานักท่องเที่ยวเข้าชมสวน ต้องมีการจัดอบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการจากผู้เชี่ยวชาญ การพัฒนาหีบห่อ การใช้วัสดุธรรมชาติและการใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้า เน้นการพูดจาไพเราะ น่าฟัง มีการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์พื้นบ้านสวยงาม และมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าคือ มีคุณธรรมทางการค้า รวมถึงมีการจัดมาตรฐานทางการค้า เช่น เครื่องชั่ง ตวง วัด มีการจัดตั้งคณะกรรมการประจำตลาดริมน้ำเพื่อการมีส่วนร่วมและการพบปะพูดคุย ป้องกันความขัดแย้งของผู้ประกอบการและทำหน้าที่ประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ข้อเสนอแนะ

1. การจัดตั้งตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงควรจัดตั้งคณะกรรมการตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงมารับผิดชอบโดยเป็นตัวแทนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทำหน้าที่ติดตามการจัดตั้งตลาดอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม โดยต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของชุมชน ประชาชน และกลุ่มวิสาหกิจเป็นหลัก
2. การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดริมน้ำวัดไร่ขิงในทุกช่องทางอย่างต่อเนื่องและจริงจัง โดยเฉพาะการประสานงานกับท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. การพัฒนาให้ความรู้ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง แนะนำสร้างกลยุทธ์ทางการค้า และให้เน้นสถานที่ที่มีความสะอาด คุณภาพสินค้าที่ดี การใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้า และความเป็นระเบียบเรียบร้อยของตลาด ควรประสานกับกลุ่มมวลชน องค์กรในพื้นที่เพื่อมาร่วมจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตลาดริมน้ำวัดไร่ขิง

References

- Bank of Thailand. (2020). *World economy, Thai economy after COVID-19: Global revolutionary disease overhaul to the future, a new way of life (BOT Phra Siam Magazine Issue 3, May-June, 2020)*. https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256303_CoverStory.aspx
- Budbamrung, C. (2009). *Floating market management innovation affected the quality of life sustainably in tourism-prone areas: Application of lessons to promote the success of the Salaya floating market*. Suansunandha Rajabhat University. [in Thai]
- Eisichaikul, R. (2009). *Specialized tourism management*. Sukhothai Thammathirat University. [in Thai]
- EXIM Bank. (2021). *A total of 5 impacts of COVID-19 in 2020*. <https://www.news.trueid.net/detail/VGJ91QAKKvqN>
- Grinhmervai, K. (2015). *Lampang Luang community tourism management guidelines Kohka District Lampang Province*. Lampang Intertech College. [in Thai]
- Naipinit, A., Maneenetr, T., Promsaka Na Sakolnakorn, T., & Kroeksakul, P. (2013). A study of the potential of religious tourism of temples in Roi Kaen Sarasin Group Province. *Panyapiwat Journal*, 5(1), 31-40. [in Thai]
- National Statistical Office of Thailand. (2021). *National strategy 2018-2037, Office of the Secretary of the National Strategy Board Office of the National Economic and Social Development Board*. http://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct2018.pdf
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2020). *Summary of operating results according to the risk management plan 2020*. Office of the National Economic and Social Development Board. [in Thai]
- Phra Sutee Rattanabundit (Suthit Apakro). (2018). *Research project education research: Component model and the process of creating a research network for sustainable development*. Buddhist Research Institute Mahachulalongkornrajavidyalaya University. [in Thai]
- Phra Tampidok (P. O. Payutto). (1996). *Sustainable development* (2nd ed.). Komolkemthong Printing Publisher.
- Pongpis, S. (2004). *A hundred words to know*. Chreonvit Printing. [in Thai]
- Pongsabutr, P. (2003). *Guide training handbook*. The Continuing Education Center Chulalongkorn University.
- Praynoi, S. (1989). *Canal life*. Ton Aou. [in Thai]
- Suwan, M. (2006). *Tourism environmental management: Principle and concept*. Odeanstore. [in Thai]
- Talchroen, K. (2019). *Volunteer travel together development Nakhonpathom Province*. <https://www.jitarsabank.com/job/detail/4947>

- Wat Raking Royal Temple. (2019). *Annual report Wat Raking 2019*. Wat Raking Office. [in Thai]
- Wat Raking Royal Temple. (2021). Top 10 places to visit. http://www.nakhonpathom.go.th/travel_top10/detail/7
- Wongnai. (2021). *Wat Raking Royal temple*. <https://www.wongnai.com/attractions/334244aB>
- Yamane, T. (1973). *Statistic: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row.



Name and Surname: Ubol Wuthipornsophon
Highest Education: Ph.D. (Public and Private Management),
 Christian University of Thailand
Affiliation: Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Field of Expertise: Public Administration and Local Organization



Name and Surname: Phrapalad Prapoj Yusamran
Highest Education: Ph.D. (Development Education),
 Silpakorn University
Affiliation: Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Field of Expertise: Development Education and Social
 Management



Name and Surname: Natcha Natthahotphakhin
Highest Education: Master Degree (Public Administration),
 Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Affiliation: Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Field of Expertise: Local Organization Management



Name and Surname: Piyawan Homchan
Highest Education: Master Degree (Public Administration),
 Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Affiliation: Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Field of Expertise: Local Organization Management and Buddhist
 Management

การพัฒนาคู่มือประจำศูนย์การเรียนรู้การเกษตรตามหลักทฤษฎีใหม่ของนายสำรอง แดงพลับ

DEVELOPMENT OF THE HANDBOOK FOR AGRICULTURAL STUDY CENTER BASED
ON NEW THEORY OF MR. SAMRONG TAENGPLUBนวลเพ็ญ พ่วงพันสี¹ และพิชญา ติยะรัตนชัย²Nualpen Puangpunsi¹ and Pitchaya Tiyyaratnachai²¹คณะสัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยศิลปากร²คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์¹Faculty of Animal Sciences and Agricultural Technology, Silpakorn University²Faculty of Liberal Arts, Panyapiwat Institute of Management

Received: March 2, 2022 / Revised: June 29, 2022 / Accepted: July 1, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างและหาประสิทธิภาพคู่มือศูนย์การเรียนรู้การเกษตรตามหลักทฤษฎีใหม่ของนายสำรอง แดงพลับ 2) ศึกษาผลการใช้คู่มือในการเสริมความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ และ 3) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อคู่มือ กลุ่มตัวอย่างมาจากการสุ่มอย่างง่ายจากผู้เข้าศึกษาดูงาน ณ ศูนย์การเรียนรู้การเกษตรตามหลักทฤษฎีใหม่ของนายสำรอง แดงพลับ จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ คู่มือประจำศูนย์การเรียนรู้ แบบทดสอบก่อนและหลังการใช้คู่มือ และแบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อคู่มือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสถิติ t แบบกลุ่มไม่อิสระต่อกัน

ผลการศึกษาพบว่า คู่มือที่ได้รับการพัฒนาขึ้นผ่านเกณฑ์ประสิทธิภาพเท่ากับ 80.44/82.66 เนื้อหาภายในคู่มือประกอบด้วยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทฤษฎีใหม่และกิจกรรมการประยุกต์ใช้ภายในศูนย์เรียนรู้ ผลการเปรียบเทียบความรู้ก่อนและหลังการใช้คู่มือพบว่า ผู้ใช้มีความรู้หลังการใช้คู่มือสูงกว่าก่อนการใช้คู่มืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผู้ใช้มีความพึงพอใจโดยรวมต่อคู่มือในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจต่อเนื้อหาและการออกแบบรูปเล่มมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าคู่มือมีประสิทธิภาพเพียงพอในการใช้เป็นเอกสารประกอบการศึกษาดูงาน ณ ศูนย์การเรียนรู้ศูนย์การเรียนรู้การเกษตรตามหลักทฤษฎีใหม่ของนายสำรอง แดงพลับ เพื่อเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ รวมทั้งการประยุกต์ใช้หลักทฤษฎีดังกล่าวสำหรับผู้สนใจทั้งในด้านกิจกรรมการเกษตรและการดำเนินชีวิตประจำวัน

คำสำคัญ: คู่มือ เศรษฐกิจพอเพียง ทฤษฎีใหม่ ศูนย์การเรียนรู้

Abstract

The purposes of this research were (1) to develop and examine the efficiency of the Handbook for Agricultural Study Center Based on New Theory of Mr. Samrong Taengplub;

(2) to study the results of using the Handbook for promoting knowledge of sufficiency economy philosophy and the new theory in agriculture; and (3) to study the users' satisfaction with the Handbook. The research sample consisted of 100 visitors who visited Mr. Samrong Taengplub's Agricultural Study Center Based on New Theory, obtained by simple random sampling technique. The employed data collecting instruments were the Handbook for Agricultural Study Center Based on New Theory, a learning achievement test for pre-testing and post-testing, and an assessment scale on the user's satisfaction with the Handbook. Statistics used for data analysis were the mean, percentage, standard deviation, and dependent t-test.

The research results showed that the efficiency of the developed Handbook was at 80.44/84.66, which passed the efficiency criterion. The contents of the Handbook comprised the philosophy of sufficiency economy, the new theory of agriculture, and implementation of sufficiency economy and the new agricultural theory in the Study Center. The comparison of the Handbook users' learning achievement scores before and after using the Handbook showed the users' post-learning mean score was significantly higher than their pre-learning mean score at the .05 level of statistical significance. It was also found that the overall satisfaction of the users with the Handbook was at the high level. When their satisfactions with the specific aspects of the Handbook were considered, it was found that their top satisfaction was with its contents and format design. Consequently, the research results indicate that the Handbook is worthy of use as a supplementary document for study tour at the Agricultural Study Center Based on New Theory of Mr. Samrong Taengplub in learning the sufficiency economy and the new agricultural theory, together with its applications both in agricultural practice and daily living activities for those people who are interested.

Keywords: Handbook, Sufficiency Economy, New Theory, Study Center

บทนำ

จากความเหมาะสมของพื้นที่ ภูมิอากาศ และความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้อาชีพเกษตรกรรมยังคงเป็นอาชีพหลักของคนไทย จากการรายงานของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในปี 2563 ประเทศไทยมีพื้นที่เกษตรกรรมจำนวน 149.25 ล้านไร่ จากพื้นที่ประเทศทั้งหมด 320.69 ล้านไร่ มีเกษตรกรในระบบ จำนวน 18.024 ล้านราย (National Statistical Office Thailand, 2020) การทำเกษตรในอดีตเป็นการเกษตรแบบยังชีพ มีธรรมชาติเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต จุดประสงค์หลักเพื่อการบริโภคในครัวเรือน

เป็นสำคัญ แต่ในปัจจุบันการเกษตรเปลี่ยนไปเป็นการผลิตเพื่อการค้ามากขึ้น รวมถึงความเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศทำให้แหล่งน้ำจากธรรมชาติลดน้อยลง สภาพอากาศเลวร้าย สภาพดินเสื่อมโทรม ซึ่งส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อเกษตรกร เช่น ผลิตไม่ได้ คุณภาพตามที่ต้องการ สินค้าทางการเกษตรราคาตกต่ำ สวนทางกับต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากเกษตรกรต้องพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น เมื่อรายได้และรายจ่ายไม่สมดุลกัน ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

พยายามค้นหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ส่งเสริมให้เกษตรกรเปลี่ยนจากการทำการเกษตรเชิงเดี่ยวเป็นการทำเกษตรแบบผสมผสาน ลดการใช้สารเคมี เพิ่มการใช้ปุ๋ยชีวภาพและชีวมูล ในการทำกิจกรรมการเกษตรมากขึ้นและส่งเสริมให้เกษตรกรเน้นพึ่งพาตนเองให้มากยิ่งขึ้น

ทฤษฎีใหม่ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศรมหาภูมิพลอดุลยเดชมบรมนาถบพิตร ที่มีเผยแพร่และการประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย ในภาคการเกษตรของไทย โดยมีเป้าหมายให้ประชาชน สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน เน้นการบริหาร ทรัพยากรธรรมชาติและการทำเกษตรให้เกิดประโยชน์ สูงสุดต่อเกษตรกรและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ประชาชนทั่วไปยังสามารถนำมาประยุกต์ ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันได้ตั้งแต่ระดับครอบครัว ไปจนถึงระดับชุมชนและสังคม (Huai Sai Royal Development Center, 2017)

ศูนย์การศึกษาพัฒนาห้วยทรายอันเนื่องมาจาก พระราชดำริมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดความรู้ จากการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและ ทฤษฎีใหม่แก่เกษตรกรและผู้สนใจทั้งในและนอกพื้นที่ จังหวัดเพชรบุรี โดยสร้างเครือข่ายเกษตรกรและ ศูนย์การเรียนรู้เพื่อเผยแพร่การทำเกษตรตามหลัก ทฤษฎีใหม่ขึ้นในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี โดยมีศูนย์การ เรียนรู้ของนายสำรอง แดงพลับ ณ บ้านไร่ใหม่พัฒนา อำเภอลำทับ จังหวัดเพชรบุรี เป็นแหล่งในการเผยแพร่ แนวปฏิบัติตามหลักทฤษฎีดังกล่าวแก่ทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติที่เข้ามาศึกษาดูงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แนวทางการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และการทำการเกษตรตามหลักทฤษฎีใหม่ แต่ยังคงขาด คู่มือให้ความรู้ภายในศูนย์การเรียนรู้ จึงได้ศึกษาพัฒนา คู่มือขึ้นมาเพื่อให้ผู้เข้าศึกษาดูงานได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดและเผยแพร่ ความสำเร็จจากการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และทฤษฎีใหม่มาประยุกต์ใช้ในการประกอบอาชีพ และการดำเนินชีวิตให้กับผู้ที่สนใจ

วัตถุประสงค์

1. สร้างและหาประสิทธิภาพคู่มือประจำ ศูนย์การเรียนรู้การเกษตรตามหลักทฤษฎีใหม่ของ นายสำรอง แดงพลับ
2. ศึกษาผลการใช้คู่มือในการเสริมความรู้ เกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและหลักทฤษฎี ใหม่
3. ศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าใช้บริการที่มี ต่อคู่มือประจำศูนย์การเรียนรู้

บททวนวรรณกรรม

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ แนวพระราชดำริที่ พระบาทสมเด็จพระชนกาธิเบศรมหาภูมิพลอดุลยเดชม บรมนาถบพิตรทรงพระราชทานแก่พสกนิกรชาวไทย เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตให้สามารถพึ่งพา ตนเองได้อย่างยั่งยืน ดังนั้นเศรษฐกิจพอเพียงจึงหมายถึง เศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานของความพอประมาณ ไม่ทำ หรือลงทุนในสิ่งที่เกินตัว กินพอดี อยู่พอดี ไม่ เบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น และสิ่งแวดล้อม สามารถ พึ่งพาตนเองได้ และสามารถตั้งตัวรับมือได้เมื่อเผชิญ กับวิกฤติเศรษฐกิจ (Kittichungchit, 2012) โดยมี องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ความพอ ประมาณ (Moderation) หมายถึง ความพอดีต่อ ความจำเป็นและเหมาะสมกับฐานะ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมของท้องถิ่น และที่สำคัญคือ ต้องไม่ เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น ความมีเหตุผล (Reason- ableness) หมายถึง การตัดสินใจเพื่อดำเนินการต่าง ๆ อย่างมีเหตุผลตามหลักวิชาการ กฎหมาย คุณธรรม และวัฒนธรรมที่ดี โดยคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องอย่าง ถี่ถ้วน และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี (Self-Immunity) หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลง และผลกระทบต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น (Office of National Economic and Social Development Council, 1997) โดยแนวทางการปฏิบัติควรอยู่ภายใต้เงื่อนไขสำคัญ 2 ประการ คือ เงื่อนไขคุณธรรม ดำเนินชีวิตด้วยความเพียร อดทน มีสติปัญญา และมีความรอบคอบ มีคุณธรรม

โดยเฉพาะความซื่อสัตย์สุจริตในการทำกิจการต่าง ๆ และเงื่อนไขความรู้ มีหลักวิชาความรู้ที่รอบด้าน สามารถนำมาปรับใช้ด้วยความรอบรู้ รอบคอบ และระมัดระวัง

ทฤษฎีใหม่

ทฤษฎีใหม่หนึ่งในแนวพระราชดำริในการบริหารจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ในการทำการเกษตร เช่น ที่ดิน น้ำ ต้นไม้ พืชผล ให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างให้สามารถเลี้ยงดูและพึ่งพาตนเองได้และคงความสมดุลทางสิ่งแวดล้อม มีจุดประสงค์ในการสร้างเข้มแข็งและมั่นคงให้กับตนเองและประเทศชาติ โดยทฤษฎีใหม่นี้มีหลักการสำคัญในการดำเนินงานคือ

1. เป็นระบบการผลิตเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่เกษตรกรสามารถเลี้ยงตัวเองได้
2. ข้าวเป็นปัจจัยหลักที่ทุกครัวเรือนต้องบริโภค จึงต้องผลิตให้มีข้าวพอกินพอใช้ในครัวเรือนเพียงพอตลอดปีและสามารถจำหน่ายสร้างรายได้เสริมได้เมื่อมีเหลือจากการบริโภคในครัวเรือน
3. น้ำเป็นปัจจัยสำคัญในการทำการเกษตร จึงต้องมีน้ำสำรองไว้เพื่อการเพาะปลูกโดยเฉพาะในฤดูแล้งหรือระยะฝนทิ้งช่วงได้อย่างพอเพียง
4. มีการบริหารและจัดสรรที่ดินออกเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางการเกษตร

การนำแนวทฤษฎีใหม่ไปปฏิบัติ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ขั้น ได้แก่ ทฤษฎีใหม่ขั้นต้น มุ่งเน้นให้มีการจัดสรรพื้นที่อยู่อาศัยและพื้นที่ทำกิน โดยจัดแบ่งพื้นที่ออกเป็น 4 ส่วน ในอัตราส่วน 30:30:30:10 คือพื้นที่ส่วนที่หนึ่ง (30%) ให้ขุดสระเก็บกักน้ำ โดยเฉพาะน้ำในฤดูฝนเพื่อไว้ในกิจกรรมต่าง ๆ และเหลือเก็บไว้สำหรับการทำการเกษตรในฤดูแล้ง พื้นที่ส่วนที่สอง (30%) ใช้เป็นพื้นที่ในการเพาะปลูกข้าวเพื่อให้มีข้าวเพียงพอเป็นอาหารประจำวันสำหรับครอบครัวให้เพียงพอตลอดปี ส่วนที่เหลือสามารถ

จำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ พื้นที่ส่วนที่สาม (30%) ปลูกไม้ผล ไม้ยืนต้น พืชผัก พืชไร่ พืชสมุนไพร เพื่อใช้เป็นอาหารประจำวันหากเหลือบริโภคก็นำไปจำหน่าย และพื้นที่ส่วนที่สี่ (10%) ใช้เป็นที่อยู่อาศัย โรงเรียนสำหรับกิจกรรมปศุสัตว์ ถนนหนทาง และโรงเรียนอื่น ๆ ในขั้นต้นนี้เน้นให้ผู้ปฏิบัติสามารถพึ่งพาตนเองได้และเมื่อแต่ละบุคคลสามารถพึ่งพาตนเองได้ จึงดำเนินการในขั้นต่อไปคือ ทฤษฎีใหม่ขั้นที่สองคือ เกษตรกรมีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็งในชุมชนในรูปของกลุ่มหรือสหกรณ์เพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน เช่น ร่วมจัดตั้งกลุ่มผู้ปลูกข้าวอินทรีย์เพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการจัดหาตลาดสำหรับผลผลิตของกลุ่ม และเมื่อกลุ่มมีความเข้มแข็งมากขึ้น จึงก้าวสู่ทฤษฎีใหม่ขั้นที่สาม ในการประสานงานหาความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกเพื่อสนับสนุนให้สมาชิกของกลุ่มมีความเข้มแข็งและพัฒนาสู่ความมั่นคงในระดับสังคมและประเทศชาติต่อไป (Lopburi Research and Agricultural Development Center, 2011)

ผลการศึกษาปัจจัยและการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินชีวิต แสดงให้เห็นว่า ประชาชนทั่วไปเกิดการพึ่งพาตนเอง ลดรายจ่าย มีการวางแผนอนาคตสำหรับตนเองและครอบครัว ปรับวิถีชีวิตของตนให้สอดคล้องกับชุมชน ส่วนเกษตรกรมีกิจกรรมในการประกอบอาชีพของตนเองมากขึ้น มีผลผลิตจากกิจกรรมการเกษตรหมุนเวียนตลอดทั้งปี ทำให้ลดความเสี่ยงจากโรคระบาดและแมลง ความผันผวนของราคาในตลาด และสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์ได้ทั่วถึง เกิดการสร้างรายได้ทั้งจากการเพิ่มผลผลิตและความหลากหลายของผลผลิต เป็นผลให้เกษตรกรมีงานทำตลอด มีรายได้ต่อเนื่อง ลดการอพยพถิ่นฐาน มีคุณภาพชีวิตและความสัมพันธ์ในครอบครัวมีความใกล้ชิดอบอุ่น (Maneenate, 2015; Punprasit, 2010; Wongkondee, 2011)

ศูนย์การเรียนรู้การเกษตรตามหลักทฤษฎีใหม่ ของนายสำรอง แดงพลับ

นายสำรอง แดงพลับ เกษตรกรตัวอย่างชาวอำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา ได้จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้เพื่อเผยแพร่ความรู้และประสบการณ์จากการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ขึ้นภายในพื้นที่ทำการเกษตรของตนเองในเขตตำบลไร่มะขามพัฒนา อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา บนพื้นที่ทั้งหมด 16 ไร่ จัดแบ่งพื้นที่ทั้งหมดออกเป็น 4 ส่วนตามสัดส่วน 30:30:30:10 เพื่อใช้ทำกิจกรรมทางการเกษตรและที่พักอาศัยโดยยึดมั่นตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ จนประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมและการดำเนินชีวิตเป็นที่ยอมรับในแวดวงการทำเกษตรตามหลักทฤษฎีใหม่อย่างกว้างขวางและมีผู้สนใจติดต่อขอแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ณ ศูนย์เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Office of Royal Development Project Board, 2003) ด้วยเหตุนี้ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทรายใหญ่ในพระราชดำริซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการเผยแพร่แนวพระราชดำริทฤษฎีใหม่ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาได้เข้ามาสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในศูนย์การเรียนรู้ โดยมุ่งเน้นให้เป็นแหล่งถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์จากการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่แก่ผู้ที่สนใจ อาทิ เกษตรกร หน่วยงานราชการ นักเรียน นักศึกษา เพื่อส่งเสริมให้มีความรู้ความเข้าใจและสามารถนำไปเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ส่งเสริมให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ สร้างความเข้มแข็งให้กับตนเองและชุมชนได้อย่างยั่งยืน

การพัฒนาคู่มือ

คู่มือ หมายถึง เอกสารที่ได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างเป็นระบบเพื่อใช้เป็นเอกสารประกอบการศึกษาหรือเรียนรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยนำเสนอแนวทางแก่ผู้อ่านในการปฏิบัติตามสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากคู่มือไปประยุกต์ใช้ได้ด้วยตนเองต่อไป ในการพัฒนาคู่มือ

ควรพิจารณาถึงประเด็นสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ มีการนำเสนอรายละเอียดของประเด็นที่ต้องนำเสนออย่างถูกต้องชัดเจน เรียงลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอน เนื้อหาและภาษาในการนำเสนอควรเหมาะสมกับพื้นฐานความรู้ของผู้ใช้ มีรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจเหมาะสม อ่านง่าย และมีขั้นตอนและตัวอย่างประกอบที่เข้าใจง่าย คู่มือที่ดีควรสนับสนุนให้ผู้ใช้คู่มือสามารถนำความรู้จากคู่มือไปปฏิบัติตามได้จริง ขั้นตอนการพัฒนาคู่มือประกอบด้วย 3 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การวางแผนร่างคู่มือ มีการกำหนดวัตถุประสงค์และโครงสร้างของคู่มือให้สอดคล้องกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้คู่มือ การเตรียมข้อมูลสำหรับการพัฒนาคู่มือโดยกำหนดประเด็นที่นำเสนอที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ศึกษารวบรวม และวางแผนการนำเสนอข้อมูลให้สามารถทำความเข้าใจได้ง่ายและการทดสอบคู่มือ เพื่อสร้างให้คู่มือมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด โดยการทดลองใช้ แก้ไขปรับปรุง และหาประสิทธิภาพของคู่มือก่อนการนำไปใช้จริง (Changkhwunyen, 1996; Phaophung, 2005)

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาคู่มือเพื่อใช้เป็นเอกสารประกอบการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ทฤษฎีใหม่ในการดำเนินกิจกรรมการเกษตรภายในศูนย์การเรียนรู้และประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อคู่มือ โดยได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาดังต่อไปนี้

การพัฒนาเนื้อหาของคู่มือ

คู่มือที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาศึกษาดูงานใช้เป็นเอกสารเสริมประกอบการบรรยายสำหรับการเรียนรู้ แนวทางการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ กำหนดการนำเสนอเนื้อหาภายในคู่มือทั้งสิ้น 3 บท ดังนี้

บทที่ 1 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ขอบเขตในการนำเสนอข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความเป็นมาหลักการ วัตถุประสงค์ องค์ประกอบความสัมพันธ์ขององค์ประกอบและเงื่อนไขตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง และแนวทางการนำหลักปรัชญาไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต

บทที่ 2 ทฤษฎีใหม่ ขอบเขตในการนำเสนอข้อมูล ได้แก่ นิยาม ที่มา หลักการ วัตถุประสงค์ และแนวทางการประยุกต์ใช้ โดยมุ่งเน้นหลักการสำคัญของทฤษฎีใหม่ในการบริหารจัดการพื้นที่ออกเป็นสัดส่วนที่ชัดเจนและการจัดการทรัพยากรน้ำเพื่อประโยชน์สูงสุดของเกษตรกร

บทที่ 3 การประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ภายในศูนย์การเรียนรู้ ขอบเขตในการนำเสนอข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลสำคัญของนายสำรอง แดงพลับ เกษตรกรเจ้าของศูนย์การเรียนรู้ อาทิ ประสบการณ์การทำเกษตรทั้งการทำเกษตรแบบดั้งเดิมและตามแนวทฤษฎีใหม่ ตัวอย่างกิจกรรมจากการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ในกิจกรรมการเกษตรและการดำเนินชีวิตประจำวัน รวมถึงความสำเร็จที่ได้รับจากการประยุกต์ใช้หลักทฤษฎีดังกล่าว

ขั้นตอนพัฒนาคู่มือ

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ แบ่งขั้นตอนในการพัฒนาคู่มือออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 สำรวจความต้องการคู่มือและรวบรวมข้อมูลสำหรับการจัดทำคู่มือ

สำรวจความต้องการคู่มือเพื่อใช้เป็นเอกสารเสริมประกอบการเผยแพร่ความรู้ด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่แก่ผู้ที่เข้ารับการบริการ ณ ศูนย์การเรียนรู้ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) จากนายสำรอง แดงพลับ เกษตรกรเจ้าของศูนย์การเรียนรู้และผู้ให้ความรู้หลักแก่ผู้เข้าเยี่ยมชมกิจกรรมต่าง ๆ ภายในศูนย์ และสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ที่เข้าเยี่ยมชมศูนย์จำนวน 5 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อสำรวจ

ความต้องการของเจ้าของศูนย์เรียนรู้และตัวแทนผู้เข้าศึกษาดูงานต่อการมีคู่มือและรวบรวมประเด็นเพื่อกำหนดขอบเขตเนื้อหาที่ต้องการให้มีการบรรจุลงในคู่มือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถนำเสนอข้อมูลในคู่มือได้ตอบสนองและตรงต่อความต้องการของผู้ใช้และเนื้อหาครบถ้วนมากที่สุด

ขั้นที่ 2 พัฒนาโครงสร้างของคู่มือ

นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์มาวางแผนและดำเนินการพัฒนาร่างคู่มือ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนคือ การสร้างคู่มือ การตรวจสอบโครงร่างของคู่มือโดยผู้เชี่ยวชาญ และการหาคุณภาพคู่มือเพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไข จากการหาความเที่ยงตรงของคู่มือโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่จำนวน 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาจำนวน 1 ท่าน พบค่าดัชนี IOC (Indexes of Item-Objective Congruence) เท่ากับ 1.0 แสดงว่า คู่มือมีความเหมาะสมทั้งในด้านเนื้อหา ภาษา และความสามารถในการนำไปใช้ ส่วนการหาประสิทธิภาพของคู่มือ คู่มือที่พัฒนาขึ้นอยู่ในมาตรฐานเกณฑ์ประสิทธิภาพที่ตั้งไว้ 80/80 โดยมีค่าคะแนนของการใช้คู่มือเท่ากับ 80.44/82.66 แสดงว่า คู่มือที่ได้รับการพัฒนามีประสิทธิภาพเพียงพอสามารถนำไปใช้เป็นเอกสารประกอบการเรียนรู้ภายในศูนย์การเรียนรู้ได้

ขั้นที่ 3 ทดลองใช้คู่มือ

นำคู่มือไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าศึกษาดูงาน ณ ศูนย์การเรียนรู้ โดยคู่มือที่พัฒนาขึ้นถูกใช้เป็นเอกสารประกอบการศึกษาดูงาน โดยมีเกษตรกรเจ้าของศูนย์เป็นผู้บรรยายให้ความรู้ ในกรณีของชาวต่างชาติมีการติดต่อผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาแปลคำบรรยายเป็นภาษาอังกฤษ ก่อนการทดลองใช้คู่มือกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบก่อนใช้ (Pre-test) และเก็บข้อมูลหลังการใช้คู่มือโดยใช้แบบทดสอบหลังใช้ (Post-test) ซึ่งเป็นแบบทดสอบแบบเลือกตอบ 4 คำตอบ (Multiple Choice) จำนวนทั้งสิ้น 20 ข้อ โดยคะแนนที่ได้จะถูกนำมาเปรียบเทียบ

เพื่อศึกษาความแตกต่างของความรู้ที่ผู้ใช้คู่มือได้รับก่อน-หลังการใช้คู่มือ

ขั้นที่ 4 ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อการใช้คู่มือและเผยแพร่คู่มือ

แบบสอบถามแบบเลือกตอบตามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดย Likert Rating Scales ถูกนำมาใช้เพื่อสำรวจพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อคู่มือในด้านเนื้อหา รูปเล่มและการใช้ประโยชน์ ข้อมูลที่ได้นำมาแปลผลตามเกณฑ์การประเมินระดับความพึงพอใจ หลังจากนั้นมีการปรับปรุงคู่มือรอบสุดท้ายและจัดพิมพ์เพื่อเผยแพร่คู่มือที่พัฒนาขึ้นไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ ได้แก่ ประชาชนผู้เข้าศึกษาแรงงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 100 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากผู้เข้าศึกษาแรงงาน ณ ศูนย์การเรียนรู้การเกษตรตามหลักทฤษฎีใหม่ของนายสำรอง แดงพลับ

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาค้างนี้ ประกอบด้วย 1) คู่มือประจำศูนย์การเรียนรู้ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเพื่อนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและหลักทฤษฎีใหม่รวมถึงกิจกรรมการประยุกต์ใช้หลักทฤษฎีดังกล่าวในการดำเนินชีวิตและการทำกิจกรรมการเกษตรของนายสำรอง แดงพลับ 2) แบบทดสอบความรู้ก่อนและหลังการใช้คู่มือโดยเป็นแบบทดสอบแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ เพื่อทดสอบความรู้ของผู้ใช้คู่มือที่มีต่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ และ 3) แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อคู่มือโดยเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบตามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert Rating Scales) โดยทำการประเมินความพึงพอใจในด้านเนื้อหา รูปเล่มและการใช้ประโยชน์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณที่รวบรวมได้จากการศึกษา

ครั้งนี้นำมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ ดังนี้

1. วิเคราะห์สถิติพื้นฐานของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ โดยสถิติค่าความถี่และร้อยละ
2. วิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้ก่อน-หลังการใช้คู่มือประกอบการเยี่ยมชมศูนย์ โดยใช้สถิติการทดสอบที แบบกลุ่มไม่อิสระต่อกัน (Independent Sample t-test)
3. วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจที่ผู้ใช้มีต่อคู่มือ โดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาผลการพัฒนาคู่มือประจำศูนย์การเรียนรู้การเกษตรตามหลักทฤษฎีใหม่ของนายสำรอง แดงพลับ สรุปผลการศึกษาได้เป็น 4 ประเด็นดังต่อไปนี้

การพัฒนาและหาประสิทธิภาพคู่มือ

ผลการพัฒนาและหาประสิทธิภาพคู่มือ พบว่าคู่มือที่ได้รับการพัฒนามีผลการทดสอบประสิทธิภาพของคู่มือเท่ากับ 80.44/82.66 เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานประสิทธิภาพที่กำหนดไว้ที่ 80/80 จากผลดังกล่าวแสดงว่าคู่มือมีประสิทธิภาพเพียงพอในการนำไปใช้ โดยมีรายละเอียดการนำเสนอเนื้อหาภายในคู่มือครอบคลุม 3 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ เนื้อหาด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เนื้อหาด้านทฤษฎีใหม่ และเนื้อหาด้านการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ไปใช้ภายในศูนย์เรียนรู้ นำเสนอเนื้อหาโดยการบรรยายพรรณนาประกอบรูปภาพและแผนภูมิที่เกี่ยวข้อง ในรูปแบบฉบับภาษาอังกฤษและภาษาไทยเพื่อให้เหมาะสมกับผู้ใช้นี้ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยคู่มือฉบับภาษาไทยนำเสนอเนื้อหาในจำนวนทั้งสิ้น 52 หน้า และฉบับภาษาอังกฤษนำเสนอเนื้อหาในจำนวนทั้งสิ้น 47 หน้า คู่มือจัดพิมพ์ในรูปเล่มขนาด A5 ซึ่งเป็นขนาดที่สะดวกต่อผู้ใช้ในการพกพาเพื่อใช้ประกอบการรับฟังคำบรรยายและการเยี่ยมชมกิจกรรมต่าง ๆ ภายในศูนย์การเรียนรู้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

บทที่ 1 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย ทฤษฎีปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความเป็นมาหลักการ วัตถุประสงค์ องค์ประกอบของปรัชญาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบและเงื่อนไขตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง และแนวทางการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต

เนื้อหาในบทที่ 1 ช่วยให้ผู้เข้าใช้บริการศูนย์การเรียนรู้เกษตรทฤษฎีใหม่ เข้าใจปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่นายสำรอง แดงพลับ ได้นำไปปรับใช้อย่างจริงจัง โดยยึดหลัก “เรียนรู้น้อมนำ ทำตาม พ่อสอน” จนสามารถประสบความสำเร็จและเป็นแบบอย่างของเกษตรกรผู้มีความพอเพียง ที่สามารถสร้างความมั่นคงให้ครอบครัวและพึ่งพาตนเองได้อย่างเหมาะสม เนื้อหาในบทนี้เป็นส่วนช่วยเสริมความเข้าใจให้ผู้เข้าใช้บริการศูนย์การเรียนรู้ได้เห็นภาพ นำไปปรับใช้เป็นแนวทางในการทำการเกษตรตามหลักทฤษฎีใหม่

บทที่ 2 ทฤษฎีใหม่ ประกอบด้วยความหมายที่มา หลักการ วัตถุประสงค์ และแนวทางการประยุกต์ใช้ โดยมุ่งเน้นหลักการสำคัญของทฤษฎีใหม่ที่เน้นการบริหารและจัดแบ่งที่ดินแปลงเล็กออกเป็นสัดส่วนที่ชัดเจนเพื่อประโยชน์สูงสุดของเกษตรกร และการบริหารจัดการน้ำที่จะกักเก็บเพื่อให้เพียงพอต่อการเพาะปลูกตลอดทั้งปี โดยแบ่งระดับการปฏิบัติเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 แนวทางสำหรับการบริหารจัดการพื้นที่และน้ำแบบค่อยเป็นค่อยไปเพื่อให้พอมีพอกิน และพึ่งพาตนเองได้ ขั้นตอนที่ 2 การร่วมแรงร่วมใจกันของสมาชิกในชุมชน ผ่านรูปแบบสหกรณ์หรือความร่วมมือต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และขั้นตอนที่ 3 การร่วมมือกับแหล่งเงินหรือแหล่งทรัพยากรอื่น ๆ ภายนอก เพื่อจัดหาแหล่งทุนหรือพัฒนาการลงทุนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเนื้อหาในบทที่ 2 ช่วยให้ผู้เข้าศึกษาดูงานเข้าใจในสาระสำคัญของหลักทฤษฎีใหม่สามารถนำไปปฏิบัติตาม เพื่อส่งเสริมให้เป็นเกษตรกรที่สามารถยืนหยัดอยู่ได้ด้วยตนเอง บรรเทาปัญหาความยากจน มีความเป็นอยู่อย่างเหมาะสมตามศักยภาพและความพร้อม

ของแต่ละบุคคล เริ่มจากการสร้างความมั่นคงระดับรายบุคคล โดยเมื่อแต่ละบุคคลมั่นคงแล้วจึงร่วมสร้างความเข้มแข็งระดับชุมชนและประเทศชาติเพื่อนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

บทที่ 3 การประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ภายในศูนย์การเรียนรู้ ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของนายสำรอง แดงพลับ ประสบการณ์การทำเกษตร ตัวอย่างกิจกรรมการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ในกิจกรรมการเกษตรและชีวิตประจำวัน รวมถึงความสำเร็จจากการประยุกต์ใช้หลักทฤษฎี

รูปแบบกิจกรรมการเกษตรตามหลักทฤษฎีใหม่ในพื้นที่ศูนย์การเรียนรู้ของนายสำรอง แดงพลับ ที่ยึดหลัก 3 เอง ได้แก่ ปลูกเอง กินเอง ขายเอง ในการบริหารจัดการพื้นที่ประมาณ 16 ไร่ ที่มีการวางแผนและดำเนินกิจกรรมโดยยึดหยุ่นตามความเหมาะสมของปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ เช่น สภาพภูมิอากาศ ความต้องการของตลาดและระยะเวลา โดยมีรูปแบบกิจกรรมการเกษตร ดังนี้ การทำไร่นาสวนผสม การขุดบ่อและร่องน้ำเพื่อกักเก็บน้ำ การทำปศุสัตว์ การผลิตก๊าซชีวภาพจากมูลสัตว์ การใช้ประโยชน์จากหญ้าแฝก การทำปุ๋ยและน้ำหมักชีวภาพ การผลิตน้ำส้มควันไม้ และการจัดทำบัญชีครัวเรือน

เนื้อหาในบทที่ 3 ช่วยให้ผู้เข้าใช้บริการศูนย์การเรียนรู้เกษตรทฤษฎีใหม่ สามารถนำรูปแบบกิจกรรมการเกษตรตามหลักทฤษฎีใหม่ มาปรับใช้เพื่อพัฒนาการทำเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพตามเคล็ดลับการทำงานของของนายสำรอง แดงพลับ คือ *“ต้องมีความมุมานะ ขยันหมั่นเพียร ต้องใส่ใจดูแลพื้นที่อย่างแท้จริง ใส่ใจทุกปัญหาที่เกิดขึ้น ต้องใจเย็น ค่อย ๆ ทำ ทีละขั้น โดยยึดหลักเดินทีละก้าว กินข้าวทีละคำ ทำทีละอย่าง ต้องระเบิดจากข้างใน คือ มีความตั้งใจจริงแน่วแน่ที่จะทำให้สำเร็จ ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อม ไม่เบียดเบียนธรรมชาติใช้หลักธรรมชาติดูแลธรรมชาติ”*



ภาพที่ 1 ตัวอย่างเนื้อหาที่นำเสนอภายในคู่มือ

ผลการใช้คู่มือในการเสริมความรู้เกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่

จากข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 100 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 68) อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 35) การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 52) ประกอบอาชีพเป็นเจ้าหน้าที่หรือพนักงานของหน่วยงานรัฐบาล (ร้อยละ 30) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชาวไทย (ร้อยละ 78) และมีประสบการณ์ในการทำการเกษตร (ร้อยละ 87) ผลการทดสอบความรู้โดยใช้แบบทดสอบก่อนและหลังการใช้คู่มือ พบว่า หลังการใช้คู่มือผู้ใช้มีความรู้เกี่ยวกับ

หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทฤษฎีใหม่ และแนวทางการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันสูงขึ้น โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยหลังการใช้คู่มือเท่ากับ 16.98 และคะแนนเฉลี่ยก่อนการใช้เท่ากับ 10.16 แสดงให้เห็นว่าคู่มือสามารถนำมาใช้เป็นเอกสารประกอบในการศึกษาดูงาน ณ ศูนย์การเรียนรู้การเกษตรทฤษฎีใหม่ของนายสำรอง แดงพลับ ซึ่งคู่มือมีส่วนช่วยให้ผู้ใช้มีความรู้เกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่และแนวทางการประยุกต์หลักทฤษฎีในกิจกรรมต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบคะแนนความรู้ก่อนและหลังการใช้คู่มือ

Test	N	MEAN	S.D.	t	df	sig
Pre-test	100	10.16	3.95	-24.45	98	0.00
Post-test	100	16.98	2.95			

หมายเหตุ: นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีต่อคู่มือ

จากการสำรวจความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาใช้บริการศูนย์การเรียนรู้ที่มีต่อการใช้คู่มือประกอบการเยี่ยมชมศูนย์การเรียนรู้พบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อคู่มือในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความพึงพอใจต่อเนื้อหาของคู่มือที่สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย และช่วยให้ผู้ใช้สามารถบูรณาการเนื้อหาจากบรรยายของเกษตรกรเข้ากับเนื้อหาภายในคู่มือทั้งฉบับภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้มากขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือ เนื้อหาภายในคู่มือช่วยให้เข้าใจแนวปฏิบัติและการประยุกต์ใช้หลักทฤษฎีใหม่ในการทำกิจกรรมการเกษตรของนายสำรอง แดงพลับ ได้มากขึ้น อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รูปแบบของคู่มือมีความน่าสนใจ ขนาดรูปเล่มมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เนื้อหาในคู่มือครอบคลุมเนื้อหาสอดคล้องกับเกษตรกรเจ้าของศูนย์นำเสนอขณะเยี่ยมชมศูนย์การเรียนรู้ที่อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ความสามารถในการนำความรู้ที่ได้รับจากคู่มือไปใช้ประโยชน์และประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และเนื้อหาของคู่มือตรงตามความสนใจและความต้องการของผู้เยี่ยมชมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. คู่มือที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้เป็นเอกสารเสริมการศึกษาดูงานเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ ณ ศูนย์เรียนรู้ของนายสำรอง แดงพลับ มีลักษณะเป็นการบรรยายพรรณนาข้อมูลการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรเจ้าของศูนย์การเรียนรู้ โดยการแบ่งเนื้อหาเป็นหัวข้ออย่างชัดเจน ผู้ใช้สามารถใช้คู่มือเป็นเอกสารประกอบการศึกษาดูงาน ณ ศูนย์การเรียนรู้ โดยคู่มือจะช่วยให้ผู้ใช้สามารถบูรณาการ

ประสบการณ์จากการเยี่ยมชมสถานที่ฝึกปฏิบัติจริงเข้ากับเนื้อหาที่นำเสนอภายในคู่มือได้ดียิ่งขึ้น และสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในบริบทของตนเองได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ Hasmyati et al. (2015) ที่พบว่า คู่มือรูปแบบการสอนในวิชาพลศึกษามีส่วนช่วยสำคัญในการจัดการเรียนการสอนของผู้สอนในประเทศอินโดนีเซีย โดยที่ผู้สอนสามารถนำรูปแบบการเรียนการสอนที่มีการนำเสนอภายในคู่มือไปประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอนของตนเองได้ ทั้งนี้เนื่องจากภายในคู่มือมีการเรียบเรียงและนำเสนอเนื้อหาอย่างเป็นระบบตามหมวดหมู่ นำเสนอเนื้อหาและคำอธิบายภายใต้หัวข้อต่าง ๆ อย่างครบถ้วน และมีการนำเสนอภาพประกอบที่สอดคล้องกับเนื้อหา จึงช่วยให้ผู้ใช้เกิดความเข้าใจในประเด็นที่ต้องการนำเสนอได้เป็นรูปธรรมมากขึ้น อ่านแล้วสามารถทำความเข้าใจได้ง่าย คู่มือที่ดีจะส่งเสริมความรู้เป็นแหล่งข้อมูลและใช้สำหรับอ้างอิงที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านหรือผู้ใช้ในการศึกษาค้นคว้าต่อไปได้ (Changkhwunyen, 1996; Choosong & Numnoi, 2019; Kullachai, 2017; Pansiri, 2014)

2. คู่มือที่มีประสิทธิภาพสามารถส่งเสริมให้ผู้อ่านมีความรู้และเข้าใจในประเด็นที่นำเสนอได้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับการศึกษา Ramphan และ Nakjan (2017) ที่พบว่า นักศึกษาสาขางานโรงแรมวิทยาลัยอาชีวศึกษาเพชรบุรี มีค่าเฉลี่ยคะแนนหลังการใช้คู่มือบนแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก เพื่อการเรียนรู้สำหรับงานบริการอาหารและเครื่องดื่มสูงกว่าก่อนการใช้คู่มืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 เช่นเดียวกับการศึกษาของ Yanagisawa et al. (2015) พบว่า การใช้คู่มือสุขภาพแม่และเด็ก (Maternal and Child Health Handbook) ส่งผลในเชิงบวกต่อการส่งเสริมความรู้ด้านการดูแลก่อนคลอด การคลอดบุตร การอำนวยการดูแลสุขภาพในคุณแม่ชาวกัมพูชา และคู่มือดังกล่าวยังมีความสัมพันธ์กับการเพิ่มความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพของคุณแม่อีกด้วย กล่าวได้ว่า

การพัฒนาคู่มือให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน เป็นหัวใจสำคัญของผู้จัดทำคู่มือเพื่อให้สามารถส่งต่อ ประเด็นความรู้ไปยังผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาศึกษาดูงานการทำเกษตรตามหลักทฤษฎีใหม่ ณ ศูนย์การเรียนรู้ของนายสำรอง แดงพลับ ที่มีต่อการใช้ คู่มือประกอบการเยี่ยมชมศูนย์การเรียนรู้ พบค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มี ระดับความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ด้านเนื้อหาของคู่มือ ที่สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย ช่วยให้ผู้ใช้สามารถ บูรณาการเนื้อหาภาษาไทยและภาษาอังกฤษเข้าด้วยกัน ได้มากและรูปแบบของคู่มือมีความน่าสนใจ ขนาดรูปเล่ม มีความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นักวิชาการที่ทำการพัฒนาคู่มือเพื่อใช้ในบริบทต่าง ๆ ที่ชี้ให้เห็นว่าองค์ประกอบที่ผู้ใช้คู่มือมีความพึงพอใจ และให้ความสำคัญ ได้แก่ ลักษณะภาษาที่ใช้ในการ นำเสนอ เนื้อหา ภาพประกอบ รูปแบบการนำเสนอ และ การใช้ประโยชน์ของคู่มือ (Boonsomthop et al., 2020; Ramphan & Nakjan, 2017) เนื่องจากการ พัฒนาคู่มือมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้อ่านใช้เป็นเอกสาร ประกอบเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจต่อประเด็นที่ ต้องการศึกษาดังนั้นคู่มือควรนำเสนอเนื้อหาที่ถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่สามารถทำความเข้าใจได้ง่าย ภาพประกอบ ที่เกี่ยวข้องมีส่วนช่วยส่งเสริมให้ผู้อ่านเข้าใจได้ชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้การออกแบบรูปเล่มให้มีขนาดที่เหมาะสม ต่อการพกพาและมีรูปแบบที่น่าสนใจ ยังเป็นปัจจัยที่ ผู้อ่านให้ความสำคัญ

สรุปผล

การพัฒนาคู่มืออย่างเป็นระบบตามขอบเขต เนื้อหาที่ต้องการนำเสนอมีผลให้คู่มือที่ได้สามารถใช้ เป็นตัวแทนในการนำเสนอประเด็นสำคัญภายในศูนย์ เรียนรู้คือ การน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และทฤษฎีใหม่มาเป็นแนวทางในการปฏิบัติกิจกรรม ต่าง ๆ ของนายสำรอง แดงพลับ ต่อผู้ที่สนใจได้ครบถ้วน โดยคู่มือช่วยเอื้อประโยชน์ทั้งต่อเกษตรกรเจ้าของ

ศูนย์การเรียนรู้และผู้ที่จะเข้ามาศึกษาดูงาน ในกรณี ของเกษตรกรเจ้าของศูนย์ คู่มือช่วยลดความกังวล ในการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อจำกัดด้านภาษา และคลาดเคลื่อนในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและ รับสารได้ โดยคู่มือสามารถยืนยันความถูกต้องของ เนื้อหาและนำเสนอรายละเอียดในประเด็นที่อาจ ตกหล่นได้ ในกรณีของผู้ใช้คู่มือสามารถช่วยให้ผู้ใช้ มีความรู้ความเข้าใจในองค์ความรู้ที่นำเสนอได้ ครบถ้วนยิ่งขึ้น โดยผู้ใช้สามารถนำความรู้ที่ได้รับ จากการศึกษาดูงานมาบูรณาการเข้ากับเนื้อหาที่มี การนำเสนอภายในคู่มือ ประกอบกับการที่คู่มือมีการ นำเสนอรูปภาพประกอบคำบรรยายยังช่วยส่งเสริมให้ ผู้อ่านทำความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น รวมถึง ยังสามารถทบทวนเนื้อหาและรายละเอียดต่าง ๆ ที่มี การนำเสนอได้ด้วยตนเองในภายหลัง ในด้านการ พัฒนาคู่มือ ผู้พัฒนาคู่มือควรให้ความสำคัญในการ วางแผนการจัดทำคู่มือ ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาอย่าง ครบถ้วนและง่ายต่อผู้ใช้ในการทำความเข้าใจ รวมถึง การออกแบบคู่มือให้มีความน่าสนใจ ขนาดและรูปเล่ม ของคู่มือมีความเหมาะสมต่อผู้ใช้

สำหรับหน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้บริการเผยแพร่ ความรู้ด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ รวมถึงศูนย์การเรียนรู้อื่น ๆ การมีคู่มือเป็นเครื่องมือ ในการนำเสนอเนื้อหาต่อผู้ที่สนใจเป็นอีกหนึ่งทางเลือก สำหรับผู้ให้บริการ รวมถึงการจัดทำคู่มือฉบับภาษา ต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษยังเป็นการเพิ่ม ช่องทางในการเผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่ให้กับผู้สนใจทั้ง ชาวไทยและชาวต่างชาติ อันเป็นการสร้างเสริมบุคคล และสังคมให้มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1.1 ควรมีการเผยแพร่คู่มือไปยังหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะหน่วยงานด้านการเกษตรและ สถาบันการศึกษาในระดับต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมเผยแพร่

องค์ความรู้เกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและ
ทฤษฎีใหม่ รวมถึงแนวทางการประยุกต์ใช้กิจกรรม
ต่าง ๆ ไปยังชุมชนต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างรากฐานของ
ชุมชนให้เข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้

1.2 จัดให้มีการเผยแพร่คู่มือตามช่องทาง
สื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงของ
ผู้ที่สนใจและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

1.3 ส่งเสริมให้มีการนำคู่มือไปใช้เป็น
บทเรียนเสริมหรือการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภายใน
สถานศึกษาหรือห้องสมุดชุมชน เพื่อให้เยาวชนรุ่นใหม่
และประชาชนทั่วไปได้มีโอกาสเรียนรู้และเข้าใจ

ในหลักการของหลักปรัชญาเศรษฐกิจและทฤษฎีใหม่

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ทำการวิจัยประเมินและติดตามผล
การนำความรู้ที่ผู้ใช้คู่มือได้รับไปใช้ประโยชน์เพื่อนำ
ข้อมูลมาปรับปรุงคู่มือให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.2 ศึกษาผลการเผยแพร่คู่มือในรูปแบบ
ออนไลน์ โดยเฉพาะการนำความรู้ที่ได้รับจากคู่มือไปใช้
ประโยชน์ในการปฏิบัติจริงทั้งในด้านของการปฏิบัติตน
ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและการประยุกต์ใช้
ทฤษฎีใหม่ในกิจกรรมต่าง ๆ ของตน

References

- Boonsomthop, P., Pornudomthap, S., & Paratkajariya, P. (2020). A guidebook design by applying augmented reality to create value and promoting the historical tourist attraction in Muang Kanchanaburi District. *Graduate School Journal Chiang Rai Rajabhat University*, 13(3), 87-98. [in Thai]
- Changkhawnyuen, P. (1996). *Technique for textbook writing and compilation* (2nd ed.). Chulalongkorn University Press. [in Thai]
- Choosong, J., & Numnoi, J. (2019). A development of interpretation of eco-cultural tourism for creative management: A case study of Lankoi, Pathalung Province. *KMITL Prince of Chumphon Journal Social Science and Humanities*, 1(1-2), 15-25. [in Thai]
- Hasmyati, S. A., Mappanyukki, A. A., & Arafah, A. A. (2019). The development of teaching models guidebooks based on the educator's needs in physical education. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, (481), 50-53. https://www.researchgate.net/publication/346727870_The_Development_of_Teaching_Models_Guide_Books_Based_on_the_Educator's_Needs_in_Physical_Education
- Huai Sai Royal Development Center. (2017). *Philosophy of sufficiency economy*. <http://www.rdpb.go.th/th/Sufficiency>
- Kittichungchit, M. (2012). *Philosophy of sufficiency economy: Ways of equilibrium*. Sangchan Printing. [in Thai]
- Kullachai, K. (2017). Create guidebook for community-based tourism by community participation Bang Namphueng Sub-district Prapradang District, Samutprakarn Province. *Journal of Social Sciences Srinakharinwirot University*, 20(20), 26-41. [in Thai]
- Lopburi Research and Agricultural Development Center. (2011). *The first new theory at Wat Mongkol Chaipattana*. http://www.doa.go.th/kasikorn/year-54/nov_dec_54/part-2.pdf

- Maneenate, S. (2015). *The expanding of results obtained from sufficiency economy philosophy implementation in villagers of Makluamai Sub-District Administrative, Sung Noen, Nakhon Ratchasima*. Nakhon Ratchasima Rajabhat University. [in Thai]
- National Statistical Office Thailand. (2020). *Agriculture statistics and fishery statistics*. <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/en/11.aspx>
- Office of National Economic and Social Development Council. (1997). *Philosophy of sufficiency economy*. 21st Century Publisher. [in Thai]
- Office of Royal Development Project Board. (2003). *Samrong Taengplub: Successful model of the new theory in agriculture implementation*. Thepphen Vanish Printing. [in Thai]
- Pansiri, W. (2014). *A development of statistical analysis handbook for research*. Rajamangala University of Technology Rattanakosin. [in Thai]
- Phaophung, K. (2005). *The development of manual on enhancing the reading, thinking, analyzing and writing activities for Thai language teacher* [Master's thesis]. Silpakorn University. [in Thai]
- Punprasit, S. (2010). *A study of agricultural production approach by the new royal theory for central farmers*. DPU. <http://libdoc.dpu.ac.th/research/135128.pdf>
- Ramphan, C., & Nakjan, S: DPU. (2017). Development of an English handbook of food and beverage service for students in hotel hospitality program of Phetchaburi Vocational college. *Journal of Humanities & Social Sciences Review*, 19(1), 29-43. [in Thai]
- Wongkondee, W. (2011). *Factor affecting the implementation of sufficiency economy philosophy to daily living: Case study Pakpreak Sub-district Administrative, Muang Kanchanaburi District* [Master's thesis]. Rajabhat Kanchanaburi University. [in Thai]
- Yanagisawa, S., Soyano, A., Igarashi, H., Ura, M., & Nakamura, Y. (2015). Effect of a maternal and child health handbook on maternal knowledge and behaviour: A community-based controlled trial in rural Cambodia. *Health Policy and Planning*, 30(9), 1184-1192. <http://doi.org/10.1093/heapol/czu133>



Name and Surname: Nualpen Puangpunsri

Highest Education: M.Ed. (Teaching English as a Foreign Language),
Silpakorn University

Affiliation: Silpakorn University

Field of Expertise: English Language Teaching



Name and Surname: Pitchaya Tiyarattanachai

Highest Education: M.Ed. (Teaching English and a Foreign Language),
Silpakorn University

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Communicative English for Business

การประเมินผลโครงการระหว่างดำเนินการผลิตปาล์มน้ำมัน กรณีศึกษา บริษัท สวนละออ จำกัด จังหวัดตาก

THE ON-GOING EVALUATION OF OIL PALM PRODUCTION: A CASE STUDY OF LAOR GARDEN CO., LTD., TAK PROVINCE

มฤดี จันทรรัตน์¹ และมนตรี คงตระกูลเทียน²

Monruee Chantharat¹ and Montri Congtrakultien²

^{1,2}คณะเกษตรนวัตกรรมและการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{1,2}Faculty of Agricultural Innovative Management, Panyapiwat Institute of Management

Received: May 16, 2022 / Revised: August 3, 2022 / Accepted: August 8, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อทำการประเมินผลระหว่างดำเนินการ (On-going Evaluation) โครงการการผลิตปาล์มน้ำมันในจังหวัดตาก และเพื่อหาระยะเวลาที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนปาล์มน้ำมัน โดยทำการเก็บข้อมูลการปลูกปาล์มน้ำมันซึ่งมีพื้นที่ประมาณ 6.45 ไร่ มีจำนวนปาล์มน้ำมัน 142 ต้น อายุปาล์ม ประมาณ 10 ปีครึ่ง ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์มี 2 ส่วน ส่วนแรกใช้ข้อมูลจริงในช่วงปี 2553-2562 และส่วนที่สองใช้ข้อมูลประมาณการ โดยใช้วิธี Polynomial ในช่วง 2563-2572 โดยกำหนดให้กรอบเวลาของการวิเคราะห์โครงการการผลิตปาล์มน้ำมันนี้มีอายุโครงการรวม 20 ปี การวิจัยครั้งนี้จะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และใช้สถิติอย่างง่าย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าพิสัย เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินพบว่า โครงการผลิตปาล์มน้ำมันในพื้นที่ประมาณ 6.45 ไร่ โดยมีระยะเวลาของโครงการ 20 ปี มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 55,043.43 บาท/ไร่ อัตราผลตอบแทนการลงทุน (IRR) เท่ากับ 8.28 % และอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR) เท่ากับ 1.39 เท่า ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าทางการเงิน และผลการวิเคราะห์ค่าการแปรเปลี่ยน (SVT) จากการทดสอบค่าการแปรเปลี่ยนด้านต้นทุน มีค่าเท่ากับ 38.65% หมายความว่า ต้นทุนสามารถเพิ่มขึ้นได้ถึง 38.65% และการทดสอบการแปรเปลี่ยนด้านผลตอบแทน มีค่าเท่ากับ 27.88% หมายความว่า ผลตอบแทนสามารถลดลงได้ 27.88% จึงทำให้มูลค่าปัจจุบันของต้นทุนเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนพอดี แสดงว่าความเสี่ยงของโครงการอยู่ในระดับต่ำ และเมื่อวิเคราะห์ตามแนวคิด Capital Recovery Factor (CRF) เพื่อหาระยะเวลาที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนปาล์มน้ำมันพบว่า บริษัทสามารถปลูกทดแทนได้ในปีที่ 25

คำสำคัญ: ต้นทุนและผลตอบแทน ความคุ้มค่าทางการเงิน การประเมินผลโครงการ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

Abstract

The purposes of this research were to conduct an on-going evaluation of a palm oil production project in Tak province, and to identify the suitable time for oil palm replanting.

The data were collected from an oil palm plantation that covered an area of approximately 6.45 rais, with 142 oil palm trees with the age about 10 and a half years. The data employed for analysis were divided into 2 parts: part one which was real data collected during 2010-2019, and part two which was estimated data for 2020-2029 based on the use of the polynomial method for estimation. The analysis duration of this project was determined as covering 20 years of project life. The data were analyzed using descriptive statistics such as the percentage, mean, and range.

Results of financial remuneration analysis showed that palm oil plantation in the area of approximately 6.45 rais within 20 years generated the present NPV of 55,043.43 bath/rai. The investment return rate (IRR) was 8.28% and the benefit per capital rate (BCR) was 1.39 indicating the project's financial worthiness. In addition, analysis results of switching value test (SVT) of cost and benefit indicated that the project could tolerate increasing of the cost up to 38.65% and decreasing of benefit up to 27.88% to maintain its worthiness. This implied that investment risk of the project was at the low level. Moreover, when the analysis was conducted based on the concept of capital recovery factor (CRF) to identify the appropriate replanting time for oil palm, it was found that the company could replant the oil palm trees in the 25th year.

Keyword: Capital and Financial Returns, Cost Effectiveness, Project Evaluation, NPV

บทนำ

ปาล์มน้ำมันถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่เกษตรกรให้ความสนใจพืชหนึ่ง โดยในปี 2564 ไทยมีพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันทั้งสิ้นประมาณ 6.2 ล้านไร่ เป็นพื้นที่ให้ผลผลิตประมาณ 5.9 ล้านไร่ มีผลผลิตปาล์มน้ำมันประมาณ 16.2 ล้านตัน ซึ่งพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันและโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มดิบของไทยส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้ คิดเป็น 86.4 % ของพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันทั่วประเทศ (โดยเฉพาะในจังหวัดกระบี่ สุราษฎร์ธานี และชุมพร) ที่เหลือ 13.6 % กระจายอยู่ในภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Bureau of Agricultural Economic Research, 2021)

การขยายตัวในช่วงที่ผ่านมา ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือมีพื้นที่ปลูกมากขึ้น จากผลการสำรวจพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันในพื้นที่ภาคเหนือของบริษัท สุขสมบูรณ์น้ำมันปาล์ม จำกัด ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายต้นกล้าและรับซื้อผลผลิตส่วนใหญ่ในพื้นที่ภาคเหนือ

โดยมีการปลูกปาล์มน้ำมันในจังหวัดเชียงราย พิจิตร และกำแพงเพชร ในส่วนของพื้นที่จังหวัดเชียงรายมีการขยายพื้นที่ปลูกอย่างต่อเนื่องในพื้นที่นาเดิมและที่ดอน (Worasatit et al., 2014)

การปลูกปาล์มน้ำมัน ในปี 2561 ภาคเหนือมีสัดส่วนพื้นที่ต่ำที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.51 และมีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ต่ำสุดด้วย คือ ไร่ละ 1,281 กิโลกรัม ในภาคเหนือจังหวัดที่มีการปลูกปาล์มน้ำมันมาก 5 อันดับแรก ได้แก่ พิจิตร พะเยา เพชรบูรณ์ อุทัยธานี และสุโขทัย ตามลำดับ

แม้ว่าจังหวัดตากจะมีพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันเป็นอันดับที่ 11 ในเขตภาคเหนือ และจังหวัดตากเป็นจังหวัดที่ถือได้ว่าเป็นพื้นที่ใหม่ โดยในปี 2553 มีพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันเพียง 579 ไร่ แต่ในปี 2561 พื้นที่ปลูกเพิ่มเป็น 2,217 ไร่ ซึ่งในช่วงปี 2553-2561 มีพื้นที่ปลูก (ยืนต้น) และพื้นที่ให้ผลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งผลผลิตต่อไร่ยังมีความแปรปรวน ในช่วงปี 2555-2561

แต่เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับผลผลิตต่อไร่ของการปลูกปาล์มน้ำมันในเขตภาคเหนือ จังหวัดตากเป็นจังหวัดที่ให้ผลผลิตต่อไร่อยู่ในระดับค่อนข้างดี (Office of Agricultural Economics, 2019)

ทั้งนี้ในจังหวัดตาก โดยบริษัท สวนละออ จำกัด มีธุรกิจในเรื่อง อันได้แก่ ธุรกิจข้าวครบวงจร ธุรกิจยางพารา ธุรกิจปาล์มน้ำมัน ธุรกิจพืชสวน ธุรกิจบริการการเกษตร (ได้แก่ ธุรกิจบริการด้านข้าว ธุรกิจบริการด้านข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และธุรกิจบริการด้านโดรน) และศูนย์เรียนรู้เกษตรกรรมเชิงท่องเที่ยวครบวงจรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการสาธิตการปลูกพืชเศรษฐกิจต่าง ๆ รวมถึงให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่มีผลต่อการผลิต เช่น ความรู้เรื่องดิน เกี่ยวกับการปรับปรุงดิน การบำรุงดิน การตรวจดินก่อนที่จะทำการปลูก เป็นต้น ความรู้เรื่องปุ๋ย เกี่ยวกับการทำน้ำหมักจุลินทรีย์ เป็นต้น ความรู้เรื่องการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เช่น ข้าว ยางพารา ปาล์มน้ำมัน พืชผัก และพืชสมุนไพร เป็นต้น

ในส่วนของบริษัท สวนละออ จำกัด มีกิจการในเรื่อง คือ บริษัท ละออปาล์ม จำกัด เพื่อดูแลธุรกิจสวนปาล์มน้ำมันและโรงสกัดน้ำมันปาล์มดิบของกิจการจะรับซื้อผลผลิตปาล์มน้ำมันจากเกษตรกรที่ประสบปัญหาการขนส่งผลปาล์มดิบไปส่งขายให้กับผู้รับซื้อที่อยู่ห่างไกล และประสบปัญหาด้านผลผลิตที่ออกไม่สม่ำเสมอ ซึ่งบริษัท สวนละออ จำกัด มีโครงการปาล์มน้ำมันที่เริ่มทยอยปลูกมาตั้งแต่ปี 2551 และในปี 2562 มีพื้นที่ปลูกปาล์มน้ำมันรวม 148 ไร่ จำแนกเป็นพื้นที่ภายในบริษัท สวนละออ จำกัด จำนวน 35 ไร่ พื้นที่ในจังหวัดตากที่เรียกแปลงนอกบริษัท สวนละออ จำกัด จำนวน 85 ไร่ และที่จังหวัดกำแพงเพชรที่สวนเพชรสามพัน จำนวน 28 ไร่

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปาล์มน้ำมันในส่วนต้นน้ำ โดยขอความอนุเคราะห์ข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมอย่างต่อเนื่องของบริษัท สวนละออ จำกัด ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปลูกปาล์มน้ำมัน เพื่อทำการประเมินผล

ระหว่างดำเนินการ (On-going Evaluation) โครงการการผลิตปาล์มน้ำมันในจังหวัดตาก ที่เป็นไปตามสภาพแวดล้อมของจังหวัดตาก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อประเมินผลโครงการระหว่างดำเนินการผลิตปาล์มน้ำมัน กรณีศึกษา สวนละออ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
2. เพื่อวิเคราะห์หาระยะเวลาที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนปาล์มน้ำมัน กรณีศึกษาสวนละออ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

แนวคิดที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์โครงการ และแนวคิด Capital Recovery Factor (CRF) เพื่อหาอายุที่เหมาะสมในการปลูกใหม่ทดแทนสวนเก่ากรณีไม่ผล/ไม่ยืนต้น

การวิเคราะห์โครงการ (Project Analysis)

เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในโครงการลงทุน ในกรณีของการปลูกปาล์มน้ำมันที่เป็นพืชอายุยาว การวิเคราะห์จึงต้องคำนึงถึงมูลค่าของเงินตามเวลา (Time Value of Money) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ (Angyurekul, 2004) ได้แก่

1. มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นวิธีเปรียบเทียบมูลค่าปัจจุบันของเงินสดเข้ากับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดออกของการลงทุน ผลต่างของมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดเรียกว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจ คือ

- (1) จะยอมรับการลงทุนได้ เมื่อมูลค่าปัจจุบันของรายได้ที่จะได้รับมากกว่ามูลค่าปัจจุบันของรายจ่ายที่คาดไว้ ทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวก
- (2) ไม่ควรยอมรับที่จะลงทุน หากมูลค่าปัจจุบันสุทธิที่ได้รับเป็นลบ

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ คือ

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{R_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}$$

กำหนดให้

NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิ

R_t = รายได้ที่คาดว่าจะได้รับ ปีที่ t

C_t = รายจ่ายที่คาดว่าจะจ่าย ปีที่ t

r = อัตราคิดลด คิดเป็นร้อยละต่อปี

t = ปีที่ 0 ถึงปีที่ n

2. อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit/Cost Ratio: BCR) การหาอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน เป็นการหาอัตราส่วนระหว่างมูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ที่รับจากการลงทุน เป็นที่เท่าของมูลค่าปัจจุบันของเงินลงทุนและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในโครงการที่ลงทุนนั้น หลักเกณฑ์ในการตัดสินใจของวิธีอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน โดยดูจากค่าที่คำนวณได้

(1) ถ้ามีค่ามากกว่า 1.0 แสดงว่าผลประโยชน์ที่ได้รับจากการลงทุนมีความคุ้มค่า

(2) ถ้ามีค่าน้อยกว่า 1.0 หน่วยธุรกิจไม่ควรลงทุนในโครงการนั้น ๆ เพราะจะทำให้ได้รับผลประโยชน์ไม่คุ้มค่าการลงทุน

วิธีการคำนวณ จากสูตร

$$BCR = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{R_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}}$$

3. อัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR) อัตราผลตอบแทนที่วิเคราะห์นี้เป็นอัตราผลตอบแทนที่แท้จริงตลอดอายุโครงการลงทุน ที่ทำให้มูลค่าปัจจุบันของเงินสดเข้าเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของเงินสดออก หรือมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับศูนย์

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจจะพิจารณาค่าอัตราผลตอบแทนการลงทุนที่คำนวณได้ เปรียบเทียบกับอัตราผลตอบแทนที่หน่วยธุรกิจยอมรับได้ ถ้าอัตราที่คำนวณได้มีค่าต่ำกว่าหน่วยธุรกิจควรปฏิเสธการลงทุน การกำหนดค่าของอัตราผลตอบแทนที่หน่วย

ธุรกิจจะยอมรับได้ โดยทั่วไปกำหนดให้เท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในระยะยาว หรืออัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ

4. การวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการลงทุน โดยวิธีการทดสอบมูลค่าการแปรเปลี่ยน (Switching Value Test: SVT) มีหลักการในการพิจารณาด้านต้นทุนหรือผลตอบแทนที่จะทำให้ $NPV = 0$ และ $BCR = 1$ การวิเคราะห์จึงแยกเป็น

(1) กรณีผลตอบแทน (SVT_B) เพื่อวิเคราะห์ว่าผลตอบแทนของโครงการจะสามารถลดลงได้ร้อยละเท่าไร จึงจะทำให้ $NPV = 0$ และ $BCR = 1$

$$SVT_B = \frac{NPV}{PVB} \times 100$$

กำหนดให้

SVT_B = Switching Value Test ของผลตอบแทน

NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

PVB = มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน

(2) กรณีต้นทุน (SVT_C) เพื่อวิเคราะห์ว่าต้นทุนของโครงการจะสามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละเท่าไร จึงจะทำให้ $NPV = 0$ และ $BCR = 1$

$$SVT_C = \frac{NPV}{PVC} \times 100$$

กำหนดให้

SVT_C = Switching Value Test ของต้นทุน

NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ

PVC = มูลค่าปัจจุบันของต้นทุน

ถ้าผลการคำนวณ SVT_B หรือ SVT_C ที่คำนวณได้มีค่าสูง หมายความว่า มีความเสี่ยงของโครงการในด้านต้นทุนหรือผลตอบแทนอยู่ในระดับต่ำ ในทางตรงข้ามถ้า SVT_B หรือ SVT_C ที่คำนวณได้มีค่าต่ำ หมายความว่า มีความเสี่ยงของโครงการในด้านต้นทุนหรือผลตอบแทนอยู่ในระดับสูง (Angyureekul, 2004) แนวคิด Capital Recovery Factor (CRF) เพื่อหาอายุที่เหมาะสมในการปลูกใหม่ทดแทนสวนเก่ากรณีไม้ผล/ไม้ยืนต้น ซึ่งสามารถนำมาใช้วิเคราะห์อายุที่เหมาะสมในการปลูกปาล์มน้ำมันใหม่ทดแทนสวนเก่า

เนื่องจากการกำหนดอายุโครงการให้สิ้นสุดตามข้อจำกัดทางสภาพทางธรรมชาติของสินค้าเกษตรประเภทไม้ผล/ไม้ยืนต้น ซึ่งมีการลงทุนปลูกใช้ทุนสูงและมีช่วงเวลาปลูกก่อนให้ผลผลิตครั้งแรกอยู่ช่วงหนึ่งที่ยาวกว่า ยังไม่ให้ผลผลิต เช่น กรณีมะม่วง 3 ปี กรณียางพารา 7 ปี เป็นต้น แต่พืชที่มีอายุปลูกอยู่ได้นานโดยปกติการโค่นทิ้ง/การรื้อสวนเพื่อยุติการปลูกพืชนั้นในช่วงสั้น ๆ จึงมักไม่กระทบกัน เช่น มะพร้าวสามารถปลูกได้นานถึง 90 ปี มังคุดปลูกได้นาน 50 ปี หน่อไม้ฝรั่งปลูกได้นาน 20 ปี เป็นต้น ก็จะไม่โค่นทิ้งหลังจากปลูกไปได้เพียง 4-5 ปี อย่างไรก็ตาม ไม้ยืนต้นที่ปลูกในเชิงเศรษฐกิจ ผู้ผลิตในเชิงการค้าจะไม่ปล่อยให้การผลิตเป็นไปตามสภาพทางธรรมชาติของสินค้าเกษตรชนิดนั้น ๆ จึงมีการวิเคราะห์เพื่อกำหนดอายุโครงการจากการหาระยะเวลาที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนสวนเก่า เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การหาค่า Capital Recovery Factor (CRF) (Angyureekul, 2004)

ค่า CRF เป็นตัวปรับที่ทำให้มูลค่าที่ได้รับในปัจจุบัน มีค่าเท่ากับในแต่ละงวด จำนวน n งวด (หรือเรียกค่า Annuity Present Value) โดยอาศัยวิธีการของ Capital Budgeting มาช่วยในการตัดสินใจเพื่อหาช่วงเวลาที่ควรยุติการผลิตของพืชเดิม เพื่อทำการปลูกใหม่ ขั้นตอนวิธีการคำนวณ มีดังนี้ คือ

1. กำหนดรายได้ ค่าใช้จ่าย และผลตอบแทนสุทธิที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในแต่ละปีของการผลิต ทำการคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิในแต่ละปี

2. คำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิสะสมในแต่ละปี

3. คำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิเฉลี่ยต่อปีหรือเรียกค่ารายได้มาตรฐาน (Standardized Income) โดยเอามูลค่าปัจจุบันสุทธิสะสมในแต่ละปี คูณกับค่า Capital Recovery Factor (CRF) ในแต่ละค่า ซึ่งการคำนวณหาค่า Annuity Present Value Factor ใช้สูตร ดังนี้

$$CRF = \frac{t}{1 - (1 + t)^{-n}}$$

กำหนดให้

n = ระยะเวลา

t = อัตราคิดลด

4. ตัดสินกำหนดเลือกช่วงอายุที่จะสิ้นสุดการผลิตเดิม ในปีที่มีค่าของมูลค่าปัจจุบันสุทธิเฉลี่ยต่อปีหรือค่ารายได้มาตรฐานสูงสุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Phromduand et al. (2011) ศึกษาการตัดสินใจลงทุนในสวนปาล์มน้ำมัน อำเภอเกาะเปอร์ จังหวัดระนอง โดยเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำสวนปาล์มน้ำมันตามขนาด โดยแบ่งเกษตรกรมีสวนปาล์มน้ำมันขนาดเล็กมีพื้นที่ต่ำกว่า 10 ไร่ สวนปาล์มน้ำมันขนาดกลางมีพื้นที่ 10-15 ไร่ และสวนปาล์มน้ำมันขนาดใหญ่มีพื้นที่มากกว่า 50 ไร่ ผลการศึกษาพบว่าสวนปาล์มน้ำมันขนาดเล็ก มีค่า NPV เท่ากับ 69,829 บาท/ไร่ ค่า BCR เท่ากับ 1.19 และค่า IRR เท่ากับร้อยละ 31.82 ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 7 ปี 3 เดือน และจุดคุ้มทุนผลผลิตปาล์มน้ำมันเท่ากับ 88,438 กิโลกรัม/ไร่ ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวพบว่า ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุนและมีความเสี่ยงน้อย ส่วนสวนปาล์มน้ำมันขนาดกลาง มีค่า NPV เท่ากับ 461,539 บาท/ไร่ ค่า BCR เท่ากับ 1.53 และค่า IRR เท่ากับร้อยละ 23.67 ระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 6 ปี 2 เดือน และจุดคุ้มทุนผลผลิตปาล์มน้ำมันเท่ากับ 219,105 กิโลกรัม ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวพบว่า ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุนและมีความเสี่ยงน้อย และสวนปาล์มน้ำมันขนาดใหญ่มีค่า NPV เท่ากับ 58,722 บาท/ไร่ ค่า BCR เท่ากับ 1.01 และค่า IRR เท่ากับร้อยละ 7.66 ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 10 ปี 6 เดือน และจุดคุ้มทุนผลผลิตปาล์มน้ำมันเท่ากับ 1,339,170 กิโลกรัม ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวพบว่า ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุน แต่มีความเสี่ยงสูงหากต้นทุนมีราคาสูงขึ้น ราคาขายปาล์มน้ำมันถูกลง

Nillaket และ Wattanakul (2014) ศึกษาศักยภาพการผลิตจากต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนการลงทุน และการศึกษาโครงสร้างการตลาดปัญหาอุปสรรคในการปลูกปาล์มน้ำมันในจังหวัดหนองคาย และบึงกาฬ ใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 157 ราย การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินใช้ข้อมูลจากประชากร จำนวน 17 ราย เป็นเกษตรกรปลูกปาล์มน้ำมันขนาดสวน 5 ไร่ ซึ่งเป็นขนาดสวนปาล์มน้ำมันที่นิยมปลูกมากที่สุดในจังหวัดหนองคายและบึงกาฬ กำหนดระยะเวลาของโครงการ 25 ปี และอัตราคิดลดร้อยละ 7 ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 87,325 บาท/ไร่ อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR) เท่ากับ 1.24 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับร้อยละ 14 และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เท่ากับ 5 ปี แสดงว่า มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน โครงสร้างการตลาดปาล์มน้ำมันในจังหวัดหนองคายและบึงกาฬมีลักษณะโครงสร้างตลาดแบบตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfect Market)

Sukhabot et al. (2016) ศึกษาการวิเคราะห์การลงทุนทางการเงินและระยะเวลาที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนของสวนปาล์มน้ำมันขนาดเล็กจังหวัดกระบี่ โดยสวนขนาดเล็กไม่เกิน 50 ไร่ ข้อมูลการผลิตปี 2557 โดยใช้แบบสอบถาม จำแนกตามสภาพพื้นที่ 3 ระดับ ตามการจัดโซนของกรมพัฒนาที่ดิน คือ พื้นที่ที่มีความเหมาะสมจำนวน 33 ราย เหมาะสมปานกลาง จำนวน 30 ราย และเหมาะสมน้อยจำนวน 30 ราย รวมทั้งสิ้น 93 ราย พบว่า ภาพรวมของผู้ปลูกปาล์มน้ำมันในแต่ละสภาพพื้นที่มีลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ปลูกปาล์มน้ำมันส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วง 50-59 ปี มีการศึกษาระดับประถมศึกษาส่วนใหญ่มีกอาชีพรองคือ การทำสวนยางพารา เหตุผลที่ปลูกปาล์มน้ำมัน เพราะการทำสวนยางพาราประสบปัญหาโรครา ในขณะที่ยังมีราคาและให้ผลผลิตที่ดีกว่ายางพารา ทั้งนี้พบว่า ทุกสภาพพื้นที่มีความคุ้มค่าในการลงทุนที่อัตราคิดลดร้อยละ 7 โดยอายุที่เหมาะสมในการปลูก

ปาล์มน้ำมันพันธุ์ดีทดแทนสวนเก่า เมื่อปาล์มน้ำมันมีอายุ 25 ปีขึ้นไป เมื่อพิจารณาแต่ละสภาพพื้นที่พบว่า ค่า NPV, IRR, BCR, SVT_B และ SVT_C ของผู้ปลูกปาล์มน้ำมันในพื้นที่เหมาะสม เท่ากับ 81,345.02 บาท/ไร่, 2.10, 35.57%, 52.49% และ 110.48% ตามลำดับ ส่วนพื้นที่เหมาะสมปานกลางเท่ากับ 69,967.54 บาท/ไร่, 2.03, 30.43%, 50.79% และ 103.19% ตามลำดับ และพื้นที่เหมาะสมน้อยเท่ากับ 58,212.43 บาท/ไร่, 1.75, 27.06%, 42.99% และ 75.41% ตามลำดับ

Choengthong et al. (2016) ศึกษาภาวะเศรษฐกิจสังคมความยั่งยืนในการประกอบอาชีพและความสามารถในการพึ่งพาตนเองของผู้ปลูกปาล์มน้ำมันไม่เกิน 50 ไร่ วิเคราะห์ความคุ้มค่าความเสี่ยงอายุที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนและนโยบายการจัดการปลูกปาล์มน้ำมันพันธุ์ดีทดแทน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการศึกษาวิจัยจำแนกตามสภาพพื้นที่ 3 ระดับ ตามการจัดโซนของกรมพัฒนาที่ดิน ใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการสำรวจผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน ปี 2557 ใช้แบบสอบถาม คือ พื้นที่เหมาะสม 60 คน เหมาะสมปานกลาง 33 คน และไม่เหมาะสม 25 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปลูกปาล์มน้ำมันในแต่ละสภาพพื้นที่มีลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมไม่แตกต่างกันมากนัก กล่าวคือ ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป จบระดับประถมศึกษา มีสมาชิกครัวเรือนเฉลี่ย 4.1-4.3 คน ช่วยทำงานในสวนปาล์มเฉลี่ยครัวเรือนละ 1.6-2.4 คน ใช้แหล่งเงินทุนของตนเองเป็นหลัก การปลูกปาล์มน้ำมันใช้พันธุ์ลูกผสมเทเนอราได้ผลผลิตเฉลี่ยในพื้นที่ที่เหมาะสมเหมาะสมปานกลางและไม่เหมาะสมอยู่ที่ 4.30, 4.40 และ 3.60 ตัน/ไร่/ปี ตามลำดับ มีกำไรสุทธิเฉลี่ยไร่ละ 9,656.90, 8,882.16 และ 7,492.31 บาท/ไร่/ปี ตามลำดับ มีความยั่งยืนในการประกอบอาชีพของทุกพื้นที่ในระดับปานกลาง และความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้ในระดับปานกลาง ซึ่งทุกสภาพพื้นที่มีความคุ้มค่าในการลงทุนที่อัตราคิดลดร้อยละ 7 โดยอายุที่เหมาะสมในการปลูกปาล์มน้ำมันพันธุ์ดีทดแทนสวนเก่าพบว่า ทุกพื้นที่ควรพิจารณาปลูกทดแทนเมื่อปาล์ม

น้ำมันมีอายุมากกว่า 25 ปี ขึ้นไป เมื่อพิจารณาแต่ละสภาพพื้นที่พบว่า ค่า NPV, IRR, BCR, SVT_B และ SVT ของผู้ปลูกปาล์มน้ำมันในพื้นที่เหมาะสม เท่ากับ 91,917.39 บาท/ไร่, 2.35, 49.13%, 57.46% และ 135.07% ตามลำดับ ส่วนพื้นที่เหมาะสมปานกลาง เท่ากับ 90,236.98 บาท/ไร่, 2.22, 53.08%, 54.86% และ 121.52% ตามลำดับ และพื้นที่ไม่เหมาะสม เท่ากับ 71,215.17 บาท/ไร่, 2.25, 38.72%, 55.48% และ 124.60% ตามลำดับ

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การประเมินผลโครงการระหว่างดำเนินการผลิตปาล์มน้ำมัน กรณีศึกษา บริษัท สวนละออ จำกัด จังหวัดตาก เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา ดังนี้

ประชากร

ประชากรเป้าหมายในการวิจัยนี้คือ บริษัท สวนละออ จำกัด จังหวัดตาก ในลักษณะที่เป็นกรณีศึกษาเฉพาะที่เกี่ยวกับการปลูกปาล์มน้ำมัน เป็นโครงการผลิตปาล์มน้ำมันเฉพาะส่วนต้นน้ำของบริษัท สวนละออ จำกัด โดยศึกษาเฉพาะแปลงปลูกที่มีข้อมูลครบถ้วนและเพียงพอต่อการวิเคราะห์คือ แปลงปลูกที่เดิมเป็นร่องปลูกส้มโอ พื้นที่ประมาณ 6.45 ไร่ ปลูกได้ 142 ต้น โดยมีอัตราการปลูกประมาณ 22 ต้นต่อไร่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ประเภทข้อมูลที่ใช้และทำการรวบรวม ได้แก่

1. ข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้อมูลที่บันทึกไว้เกี่ยวกับสวนปาล์มน้ำมันของบริษัท สวนละออ จำกัด และงานวิจัยบทความวิชาการของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ดังนั้นข้อมูลทุติยภูมิที่สำคัญต่อการวิเคราะห์จะมาจากแปลงปลูกปาล์มน้ำมันที่เลือกมาศึกษาคือ แปลงปลูกที่เดิมเป็นร่องปลูกส้มโอ โดยจะใช้ข้อมูลจริงตามบริษัท สวนละออ จำกัด ได้บันทึกไว้ตั้งแต่เริ่มปลูกคือ ปี 2553 จนถึงสิ้นสุดปี 2562

2. ข้อมูลปฐมภูมิ รวบรวมจากการสัมภาษณ์

ผู้เกี่ยวข้องกับสวนปาล์มน้ำมันของบริษัท สวนละออ จำกัด โดยสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง และไม่ใช้แบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ ผู้เป็นเจ้าของกิจการ และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับส่วนงานการผลิตและการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และใช้สถิติอย่างง่าย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าพิสัย เป็นต้น โดยใช้ข้อมูลจริง ในช่วงปี 2553-2562 และใช้ข้อมูลประมาณการที่มาจากการสัมภาษณ์ และการพยากรณ์ทางสถิติโดยใช้วิธี Polynomial มาทำการวิเคราะห์ โดยให้กรอบเวลาของการวิเคราะห์โครงการการผลิตปาล์มน้ำมันนี้มีอายุโครงการรวม 20 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ มีดังนี้ คือ

1. วิเคราะห์ตามแนวคิด Project Analysis เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ การประเมินผลโครงการระหว่างดำเนินการผลิตปาล์มน้ำมัน กรณีศึกษา บริษัท สวนละออ จำกัด อำเภอมะสอ จังหวัดตาก ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางการเงินในการลงทุน และอัตราความเสี่ยงของการลงทุนปลูกปาล์มน้ำมัน เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ จึงต้องคำนึงถึงมูลค่าของเงินตามเวลา ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit/Cost Ratio: BCR) และอัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR) ส่วนการวิเคราะห์ความเสี่ยงโดยวิธีการทดสอบค่าการแปรเปลี่ยน (Switching Value Test: SVT) และนำผลวิเคราะห์มาเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของประเทศ

2. วิเคราะห์ตามแนวคิด Capital Recovery Factor เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ การหาระยะเวลาที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนปาล์มน้ำมัน กรณีศึกษา บริษัท สวนละออ จำกัด อำเภอมะสอ จังหวัดตาก เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การหาค่า Capital Recovery Factor (CRF) และนำผลวิเคราะห์มาเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่น

ผลการวิจัย

ผลการประเมินผลโครงการระหว่างดำเนินการผลิตปาล์มน้ำมัน

จากข้อมูลการปลูกปาล์มน้ำมันมีพื้นที่ประมาณ 6.45 ไร่ ปลูกได้ 142 ต้น โดยมีอัตราการปลูกประมาณ 22 ต้นต่อไร่ (มีระยะปลูกที่ 8x8 เมตร) เมื่อนับถึงช่วงเวลาที่ทำการศึกษา คือ การปลูกปาล์มน้ำมันถึงปี 2562 จะนับอายุต้นปาล์มน้ำมันนี้ได้ประมาณ 10 ปีครึ่ง และเริ่มเก็บเกี่ยวผลผลิตครั้งแรกเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2556 เมื่อปาล์มน้ำมันมีอายุได้ราว 3 ปีครึ่ง ในการเก็บเกี่ยวผลผลิต (แทงปาล์ม) เริ่มในปี 2556 ซึ่งปาล์มน้ำมันมีอายุ 3-5 ปี และการเก็บเกี่ยวผลผลิตไม่สามารถทำได้ทุกต้น เป็นผลมาจากการดูแล และสภาวะแวดล้อมในช่วง 22 เดือนก่อนหน้าในปาล์มเล็ก และ 36 เดือนในปาล์มใหญ่ เพราะแต่ละต้นจะเป็นทลายเพศเมียหรือเพศผู้ ขึ้นกับความสมบูรณ์ต้น ความชื้น ความร้อน สภาพแวดล้อมในช่วงนั้น ๆ ทั้งนี้ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของปาล์มน้ำมัน ปี 2556-2562 มีอัตราการเพิ่มขึ้นตามอายุปาล์มน้ำมัน ยกเว้นในปี 2559 ได้เกิดปัญหาด้านภาวะภัยแล้ง จากภาวะเอลนีโญทำให้ผลผลิตต่อไร่ลดลง ทั้งที่ควรที่จะเพิ่มมากขึ้นตามอายุปาล์ม

ดังนั้นในการวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต จึงได้แยกพิจารณาออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงยังไม่ให้ผลผลิตและช่วงให้ผลผลิต ดังนี้

ช่วงยังไม่ให้ผลผลิต เนื่องจากการบันทึกข้อมูลปาล์มน้ำมันของสวนละออ ได้บันทึกให้ปีแรกของการดำเนินการผลิตปาล์มน้ำมัน คือ ปี 2553 ดังนั้นในช่วงที่ปาล์มน้ำมันยังไม่ให้ผลผลิตจึงกำหนดให้เป็นช่วงปี 2553 ถึงปี 2555 ซึ่งในช่วงนี้มีค่าใช้จ่ายดังนี้ คือ

ค่าการลงทุน ได้แก่ ค่าปรับพื้นที่ เนื่องจากแปลงปลูกเดิมเป็นร่องปลูกส้มโอ ต้องทำการปรับพื้นที่เพื่อเตรียมปลูกปาล์มน้ำมัน โดยการจ้างไถปรับพื้นที่ในอัตราไร่ละ 300 บาท ค่าต้นพันธุ์ปาล์มน้ำมันที่ปลูกในพื้นที่ที่ศึกษา ใช้สายพันธุ์ซีพีเทเนอร่า ราคาต้นกล้าละ 150 บาทต่อต้น มีระยะปลูก 8x8 เมตร ปลูกในแนวแบบสามเหลี่ยม จึงใช้ต้นพันธุ์ 22 ต้นต่อไร่ จึงมีค่า

พันธุ์ต้นกล้า 3,300 บาทในปีแรก และในปีที่ 2 มีการปลูกซ่อม จึงมีค่าต้นพันธุ์อีกไร่ละ 450 บาท ค่าปลูกมีค่าปลูกในปีแรกไร่ละ 385 บาท ได้แก่ ค่าไม้ปักตาข่าย และปุ๋ยร็อกฟอสเฟต ค่าลงทุนในระบบน้ำ 1,600 บาท/ไร่ ซึ่งทำการติดตั้งระบบในปี 2553

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ได้แก่ ค่าปุ๋ย ในแต่ละปีจะมีค่าปุ๋ยไม่เท่ากัน โดยในปี 2553 มีค่าปุ๋ย 440 บาท/ไร่ ในปี 2554 มีค่าปุ๋ย 880 บาท/ไร่ และในปี 2555 มีค่าปุ๋ย 1,320 บาท/ไร่ ค่าสารเคมี ในทุกปีจะมีค่าใช้จ่ายเท่ากันอยู่ที่ปีละ 600 บาท/ไร่ โดยทำการใส่ปีละ 3 ครั้ง ซึ่งจะจ่ายเท่ากันในทุก ๆ ปี ค่าใช้จ่ายในการสูบน้ำ/ให้น้ำ ในทุกปีจะมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ปีละ 5,200 บาท/ไร่ ซึ่งจะจ่ายเท่ากันในทุก ๆ ปี ค่าซ่อมแซมและบำรุงรักษาเครื่องมือและอุปกรณ์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าซ่อมบำรุงระบบน้ำและเครื่องสูบน้ำปีละ 600 บาท/ไร่ ซึ่งจะจ่ายเท่ากันในทุก ๆ ปี

ค่าแรงงาน ได้แก่ ค่าแรงงานจ้างประจำ จะเป็นค่าแรงงานจ้างประจำสำหรับเปิด-ปิดน้ำ ปีละ 1,600 บาท/ไร่ ซึ่งจะจ่ายเท่ากันในทุก ๆ ปี และค่าแรงงานจ้างเหมา เป็นค่าแรงในการตัดหญ้า พ่นสารเคมี และใส่ปุ๋ย ปีละ 1,050 บาท/ไร่ ซึ่งจะจ่ายเท่ากันในทุก ๆ ปี โดยต้นทุนทั้งหมดในช่วงปี 2553-2555 คือ 15,075, 10,380 และ 10,370 บาท/ไร่ ตามลำดับ

ต้นทุนช่วงให้ผลผลิตเริ่มตั้งแต่ปี 2556 ถึงปี 2562 ซึ่งในช่วงนี้มีค่าใช้จ่ายดังนี้คือ ค่าการลงทุน ได้แก่ ค่าลงทุนในระบบน้ำ ค่าลงทุนในเครื่องมือและอุปกรณ์ ได้แก่ เคียวเกี่ยวปาล์ม เสียมแทงปาล์ม จอบมีด พร้า เป็นต้น รวมค่าลงทุนในช่วงให้ผลผลิต ตั้งแต่ปี 2556-2562 เท่ากับ 4,507.45 บาท ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ได้แก่ ค่าปุ๋ย ค่าสารเคมี ค่าใช้จ่ายในการสูบน้ำ/ให้น้ำ ค่าซ่อมและรักษาอุปกรณ์ ค่าวัสดุสิ้นเปลือง ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง เท่ากับ 13,154.02 บาท และค่าแรงงาน 2 ส่วน ได้แก่ ค่าแรงงานจ้างประจำ ดูแลเก็บผลผลิต เป็นต้น และค่าแรงงานจ้างเหมาจัดการแปลง รวมค่าแรงงานช่วงให้ผลผลิต เท่ากับ 23,186.03 บาท ดังนั้นปาล์มน้ำมันที่ปลูกในพื้นที่ บริษัท สวนละออ

จำกัด ในช่วงให้ผลผลิตมีต้นทุนการผลิตในช่วงปี 2556-2562 มีต้นทุนเท่ากับ 10,440.00, 5,272.76, 10,677.81, 5,959.48, 5,360.45, 2,283.94 และ 853.06 บาท/ไร่ ตามลำดับ

และในช่วงประมาณการข้อมูล ซึ่งได้ประมาณการข้อมูลโดยใช้วิธี Polynomial คาดว่าจะมีต้นทุนในช่วงให้ผลผลิต ในช่วงปี 2563-2572 เท่ากับ 2,283.94, 5,360.45, 5,557.24, 5,971.30, 6,405.60, 6,860.16, 7,334.96, 7,830.02, 8,345.34 และ 8,880.90 บาท/ไร่ ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด ราคาปาล์มน้ำมันที่ปลูกได้ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีช่วงราคาของผลปาล์มสดทั้งทะลายที่ค่อนข้างสูงในปี 2559 มีราคาเฉลี่ยต่ำสุด 3.00 บาทต่อกิโลกรัม และสูงสุด 6.20 บาทต่อกิโลกรัม โดยราคาเฉลี่ยมีแนวโน้มลดลงในปีถัด ๆ มา โดยในปี 2560, 2561 และ 2562 มีพิสัยราคาเฉลี่ยต่ำ-สูงสุดที่ 2.30-4.00, 1.80-2.30 และ 1.50-2.80 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ ปาล์มน้ำมันที่ปลูกได้ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ในระหว่างปี 2556-2562 มีราคาเฉลี่ยในแต่ละปี เป็นดังนี้ 2.53, 3.11, 3.23, 4.05, 3.11, 1.97 และ 1.73 บาท/กิโลกรัม ตามลำดับ และมีราคาเฉลี่ยในช่วงปีดังกล่าวที่ราคา 2.82 บาทต่อกิโลกรัม โดยมีค่าต่ำสุด-สูงสุดที่ 1.97-4.05 บาท/กิโลกรัม ดังนั้นในการวิเคราะห์หารายได้ประมาณการช่วงปี 2563-2572 จึงจะใช้ราคาเฉลี่ยที่ 2.82 บาท/กิโลกรัม เมื่อทำการเปรียบเทียบราคาเฉลี่ยของผลปาล์มสดทั้งทะลายที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก กับราคาเฉลี่ยของทั้งประเทศพบว่า ราคาเฉลี่ยของผลปาล์มสดทั้งทะลายที่อำเภอแม่สอด ต่ำกว่าราคาเฉลี่ยของทั้งประเทศในทุก ๆ ปี ตั้งแต่ปี 2556-2562 ส่งผลให้บริษัท สวนละออ จำกัด มีรายได้จากการผลิตปาล์มน้ำมันของสวนละออ แบ่งออกเป็น 3 ช่วงดังนี้

1. ช่วงที่ยังไม่ให้ผลผลิต คือ ในช่วงปี 2553-2555 ไม่มีรายได้เนื่องจากปาล์มยังไม่ให้ผลผลิต

2. ช่วงให้ผลผลิต คือ ในช่วง 2556-2562 คือ ช่วงอายุปาล์มปีที่ 4-10 มีรายได้ ดังนี้ ในปี 2556 มี

รายได้ 4,022.70 บาท/ไร่ ในปี 2557 มีรายได้ 7,439.12 บาท/ไร่ ในปี 2558 มีรายได้ 11,983.30 บาท/ไร่ ในปี 2559 มีรายได้ 12,008.25 บาท/ไร่ ในปี 2560 มีรายได้ 13,170.85 บาท/ไร่ ในปี 2561 มีรายได้ 4,446.29 บาท/ไร่ และในปี 2562 มีรายได้ 2,716.10 บาท/ไร่ ตามลำดับ

โดยปีที่มีรายได้มากที่สุดคือปี 2560 เนื่องจากราคาเฉลี่ยของปาล์มอยู่ที่ 3.11 บาทต่อกิโลกรัม และเป็นปีที่มีผลผลิตต่อไร่สูงที่สุด 4,235 กิโลกรัมต่อไร่ ทำให้มีรายได้เข้ามามากที่สุดที่ 13,170.85 บาท/ไร่ รองลงมาคือ ในปี 2559 มีรายได้ 12,008.25 บาท แม้ราคาปาล์มจะสูงสุดที่ราคา 4.05 บาทต่อกิโลกรัม แต่ช่วงปีดังกล่าวมีปริมาณผลผลิตเพียง 2,965 กิโลกรัมต่อไร่ และปีที่มีรายได้สูงในลำดับที่สามคือ ปี 2558 เนื่องจากมีปริมาณผลผลิตสูงถึง 3,710 กิโลกรัมต่อไร่ และมีราคาซื้อที่ 3.23 บาทต่อกิโลกรัม

3. ช่วงประมาณการข้อมูลในช่วงปี 2563-2572 คือ ช่วงอายุปาล์มปีที่ 11-20 ของการปลูกปาล์มน้ำมัน คาดว่าจะมีรายได้สุทธิเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี ตามปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้นตามอายุปาล์ม โดยคาดการณ์รายได้ในแต่ละปี จากการตั้งเงื่อนไขราคารับซื้อคงที่อยู่ที่ 2.82 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งเป็นราคาเฉลี่ยในระหว่างปี 2556-2562 และคาดว่าในแต่ละปีจะมีปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้นตามการประมาณการ และคาดการณ์โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

ทั้งนี้ในการปลูกปาล์มน้ำมันของบริษัท สวนละออ จำกัด ในช่วงปี 2556-2562 จากข้อมูลของผลการดำเนินงานจริงพบว่า ในช่วงเวลาดังกล่าวซึ่งเป็นช่วง 7 ปีแรกที่ปาล์มน้ำมันให้ผลผลิต ซึ่งบริษัท สวนละออ จำกัด มีรายได้สุทธิรวม 14,939.11 บาท และในช่วง 20 ปี คือ ปี 2553-2572 มีรายได้สุทธิประมาณการรวม 63,775.56 บาท คิดเป็นประมาณการอัตรากำไรเฉลี่ยได้ร้อยละ 2.25 ต่อปี ซึ่งมากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำที่ร้อยละ 1.10 ต่อปี

จากการวิเคราะห์โดยใช้อัตราค่าเสียโอกาสเงินทุน อ้างอิงจากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ 1 ปี

สำหรับลูกค้าประเภทนิติบุคคลที่ร้อยละ 1.10 ต่อปี ของ ธกส. (เมื่อเดือนธันวาคม 2562) โดยในการวิเคราะห์กำหนดให้ปี 2562 เป็นข้อมูลชุดปัจจุบัน (t_0) เพราะเป็นการประเมินระหว่างดำเนินการ (On-going Evaluation) พบว่า จากการประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนผลิตปาล์มน้ำมันของบริษัท สวนละออ จำกัด มีกำไรสุทธิที่คิดเป็นมูลค่าปัจจุบันเนื่องจากมีค่า $NPV = 55,043.43$ บาท/ไร่ และมีความคุ้มค่าในการลงทุนในช่วงเวลา 20 ปี เนื่องจากมีค่า $IRR = 8.28\%$ ซึ่งคุ้มค่าในการลงทุน ทั้งกรณีของการใช้เงินทุนของตนเอง และใช้เงินกู้ยืม และยังมีค่า $BCR = 1.39$ เท่า บ่งบอกถึงรายได้ที่สูงกว่ารายจ่ายเมื่อคิดเป็นมูลค่าปัจจุบัน และเมื่อทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการจากการทดสอบค่าการเปลี่ยนไป (Switching Value Test) ที่จะทำให้ $NPV = 0$ และ $BCR \text{ Ratio} = 1$ การผลิตปาล์มน้ำมันของบริษัท สวนละออ จำกัด พบว่า มีค่า SVT ของรายได้ เท่ากับ 27.88% หมายความว่า ผลตอบแทนสามารถลดลงได้ 27.88% และ SVT ของต้นทุน เท่ากับ 38.65% หมายความว่า ต้นทุนสามารถเพิ่มขึ้นได้ถึง 38.65% จึงทำให้มูลค่าปัจจุบันของต้นทุนเท่ากับมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนพอดี ซึ่งแสดงว่าโครงการการผลิตปาล์มน้ำมันของบริษัท สวนละออ จำกัด มีความเสี่ยงด้านรายได้และด้านต้นทุนในระดับค่อนข้างต่ำ และมีความคุ้มค่าในการลงทุน

ผลการวิเคราะห์หาระยะเวลาที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนปาล์มน้ำมัน

จากผลจากการวิเคราะห์หาอายุที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนใหม่ของปาล์มน้ำมัน ตามแนวคิด Capital Recovery Factor (CRF) จากข้อมูลการปลูกปาล์มน้ำมัน 20 ปี (ปี 2553-2572) พบว่า ในปี 20 รายได้มาตรฐานมีค่าสูงสุด ซึ่งอธิบายได้ว่า สามารถปลูกปาล์มน้ำมันได้ถึง 20 ปี แต่เนื่องจากการวิเคราะห์นี้ได้พิจารณาการผลผลิตถึงปีที่ 20 เท่านั้น แม้ว่าจะพิจารณาต่อไปถึงปีที่ 25 ตามลักษณะธรรมชาติของปาล์มน้ำมันที่กล่าวว่า มีอายุปลูกได้ถึงประมาณ 25 ปี

ก็ควรปลูกใหม่ทดแทนสวนเก่า ก็ยังพบว่า ในปี 25 รายได้มาตรฐานก็มีค่าสูงสุด ซึ่งแสดงว่าสามารถปลูกปาล์มน้ำมันได้ถึง 25 ปี โดยสมการที่ใช้พยากรณ์ Yield Curve แสดงผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของปาล์มน้ำมันที่วิเคราะห์โดยใช้วิธีที่ให้ผลดีที่สุดกับชุดข้อมูลของบริษัท สวนละออ จำกัด คือ วิธี Polynomial ผลการพยากรณ์ กล่าวได้ว่า ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอด จึงไม่สามารถหาคำตอบที่ถูกต้องของอายุที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนใหม่ของปาล์มน้ำมันของบริษัท สวนละออ จำกัด ได้ จึงกล่าวได้ว่า ปาล์มน้ำมันที่บริษัท สวนละออ จำกัด สามารถปลูกตามอายุทางธรรมชาติคือ ประมาณ 25 ปีได้ อย่างไรก็ตามควรมีการวิเคราะห์หาอายุที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนใหม่อีกครั้งจากข้อมูลจริงที่ไม่ใช่การประมาณการคือทำการวิเคราะห์อีกครั้งเมื่อปาล์มน้ำมันมีอายุปลูกได้ถึงปีที่ 15

อภิปรายผล

จากการศึกษาการประเมินผลโครงการระหว่างดำเนินการผลิตปาล์มน้ำมัน โดยศึกษาโครงการผลิตปาล์มน้ำมันเฉพาะส่วนต้นน้ำของบริษัท สวนละออ จำกัด โดยพื้นที่ที่เลือกศึกษามีพื้นที่ประมาณ 6.45 ไร่ มีจำนวนต้นปาล์มทั้งสิ้น 142 ต้น โดยขณะเก็บข้อมูลต้นปาล์มมีอายุประมาณ 10 ปีครึ่ง ในช่วงปี 2556-2562 ซึ่งเป็นช่วงแรกที่ปาล์มน้ำมันให้ผลผลิต บริษัทมีรายได้สุทธิรวม 14,939.11 บาท และผู้วิจัยได้ทำการประมาณการกรณีที่ปาล์มน้ำมันอยู่ในช่วง 20 ปี คือ ปี 2553-2572 บริษัทมีรายได้สุทธิประมาณการรวม 63,775.56 บาท คิดเป็นประมาณการอัตราค่าไร่เฉลี่ยได้ร้อยละ 2.25 ต่อปี ซึ่งมากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำที่ร้อยละ 1.10 ต่อปี เมื่อประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนผลิตปาล์มน้ำมัน บริษัทมีกำไรสุทธิที่คิดเป็นมูลค่าปัจจุบันเนื่องจากมีค่า $NPV = 55,043.43$ บาท/ไร่ และมีความคุ้มค่าในการลงทุนในช่วงเวลา 20 ปี เนื่องจากมีค่า $IRR = 8.28\%$ ทั้งกรณีของการใช้เงินทุนของตนเอง และใช้เงินกู้ยืม มีค่า $BCR = 1.39$ เท่า ซึ่ง

หมายถึง การที่บริษัทมีรายได้ที่สูงกว่ารายจ่ายเมื่อคิดเป็นมูลค่าปัจจุบัน และเมื่อทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการจากการทดสอบค่าการเปลี่ยนไป (Switching Value Test) ที่จะทำให้ NPV = 0 และ BCR Ratio = 1 พบว่า มีค่าการเปลี่ยนไปด้านต้นทุนเท่ากับ 38.65% แสดงว่าโครงการการผลิตปาล์มน้ำมันของบริษัท สวนละออ จำกัด มีความเสี่ยงในระดับค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสภาพภูมิอากาศ และสภาพดินที่อำเภอแม่สอดมีความเหมาะสมต่อการปลูกปาล์มน้ำมันในระดับปานกลาง นอกจากนี้บริษัท สวนละออ จำกัด มีระบบการให้น้ำอย่างเหมาะสม ส่งผลให้ผลผลิตเป็นไปตามมาตรฐานช่วงอายุปาล์ม และยังมีแนวโน้มผลผลิตเพิ่มขึ้นตามอายุปาล์ม นอกจากนี้ในปี 2559 ราคาซื้อขายปาล์มน้ำมันในอำเภอแม่สอดในระหว่างปี 2556-2562 มีราคาเฉลี่ยในแต่ละปีต่ำสุด-สูงสุดที่ 1.97-4.05 บาท/กิโลกรัม ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Nillaket และ Wattanakul (2014) ที่ศึกษาศักยภาพการผลิตจากต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนการลงทุน และการศึกษาโครงสร้างการตลาด ปัญหา อุปสรรคในการปลูกปาล์มน้ำมันในจังหวัดหนองคายและบึงกาฬ กำหนดระยะเวลาโครงการ 25 ปี และอัตราคิดลดร้อยละ 7 ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 87,325 บาท/ไร่ อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (BCR) เท่ากับ 1.24 อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) เท่ากับ 14% ซึ่งแสดงว่า มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

และเมื่อวิเคราะห์หาอายุที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนใหม่ของปาล์มน้ำมัน จากข้อมูลการปลูกปาล์มน้ำมัน 20 ปี (ปี 2553-2572) วิเคราะห์โดยใช้วิธี Polynomial ผลการพยากรณ์ แสดงให้เห็นว่าผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอด จึงไม่สามารถหาคำตอบที่ถูกต้องของอายุที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนใหม่ได้ จึงกล่าวได้ว่าเวลาที่เหมาะสมคือประมาณ 25 ปี ซึ่งเป็นอายุเฉลี่ยของการปลูกปาล์มน้ำมันตามธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Choengthong et al. (2016) ศึกษาภาวะเศรษฐกิจสังคม

ความยั่งยืนในการประกอบอาชีพและความสามารถในการพึ่งพาตนเองของผู้ปลูกปาล์มพื้นที่ไม่เกิน 50 ไร่ วิเคราะห์ความคุ้มค่าความเสี่ยง อายุที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนและนโยบายการจัดการปลูกปาล์มน้ำมันพันธุ์ดีทดแทน จังหวัดสุราษฎร์ธานี และผลงานวิจัยของ Sukhabot et al. (2016) ศึกษาการวิเคราะห์การลงทุนทางการเงินและระยะเวลาที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนของสวนปาล์มน้ำมันขนาดเล็กจังหวัดกระบี่ โดยอายุที่เหมาะสมในการปลูกปาล์มน้ำมันพันธุ์ดีทดแทนสวนเก่าของงานวิจัยทั้งสองพบว่า ทุกพื้นที่ควรพิจารณาปลูกทดแทนเมื่อปาล์มน้ำมันมีอายุมากกว่า 25 ปี ขึ้นไป กรณีที่ทางบริษัทต้องการขยายพื้นที่การปลูกปาล์ม ก็ยังคงมีความคุ้มค่าในการลงทุน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phromduand et al. (2011) ศึกษาการตัดสินใจลงทุนในสวนปาล์มน้ำมัน อำเภอเกาะเปอร์ จังหวัดระนอง โดยเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนจากการทำสวนปาล์มน้ำมันตามขนาด โดยแบ่งเกษตรกรมีสวนปาล์มน้ำมันขนาดเล็กมีพื้นที่ต่ำกว่า 10 ไร่ สวนปาล์มน้ำมันขนาดกลางมีพื้นที่ 10-15 ไร่ และสวนปาล์มน้ำมันขนาดใหญ่มีพื้นที่มากกว่า 50 ไร่ พบว่า สวนปาล์มน้ำมันขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการลงทุนในทุกขนาด ดังนั้นการขยายพื้นที่ในการปลูกไม่มีความเสี่ยงต่อการคุ้มค่าในการลงทุนหากต้นทุนไม่ได้สูงขึ้นหรือราคาขายปาล์มน้ำมันไม่ได้ถูกลง

สรุปผล

บริษัท สวนละออ จำกัด ได้ดำเนินการปลูกปาล์มน้ำมันบนพื้นที่ประมาณ 6.45 ไร่ ซึ่งมีปาล์มน้ำมันจำนวน 142 ต้น โดยมีต้นทุนเฉลี่ยในช่วงยังไม่ให้ผลผลิตในระหว่าง ปี 2553-2555 คือ 15,075, 10,380 และ 10,370 บาท/ไร่ ตามลำดับ และต้นทุนในช่วงให้ผลผลิตในระหว่างปี 2556-2562 มีต้นทุน เท่ากับ 10,440.00, 5,272.76, 10,677.81, 5,959.48, 5,360.45, 2,283.94 และ 853.06 บาท/ไร่ ตามลำดับ ราคาซื้อขายปาล์มน้ำมันระหว่างปี 2556-2562 มีราคาเฉลี่ยในช่วงปีดังกล่าว

ที่ราคา 2.82 บาท/กิโลกรัม ทำให้ช่วงที่มีผลผลิต (2556-2562) มีรายได้สูงสุดในปี 2560 เท่ากับ 13,170.85 บาท/ไร่ และมีรายได้ต่ำที่สุดในปี 2562 เท่ากับ 2,716.10 บาท/ไร่ รายได้สุทธิรวมของบริษัท สวนละออ จำกัด ในช่วงปี 2556-2562 มีรายได้ 14,939.11 บาท และหากคิดรายได้กรณีที่กำหนดให้ โครงการมีอายุ 20 ปี (ปี 2553-2572) บริษัทจะมีรายได้ สุทธิประมาณการรวม 63,775.56 บาท คิดเป็น ประมาณการอัตรากำไรเฉลี่ยได้ร้อยละ 2.25 ต่อปี

ผลการประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนผลิต ปาล์มน้ำมันของสวนบริษัท สวนละออ จำกัด มีค่า NPV = 55,043.43 บาท/ไร่ และมีความคุ้มค่าในการ ลงทุนในช่วงเวลา 20 ปี เนื่องจากมีค่า IRR = 8.28% มีค่า BCR = 1.39 เท่า แสดงให้เห็นว่าบริษัทมีรายได้ ที่มากกว่ารายจ่ายเมื่อคิดเป็นมูลค่าปัจจุบัน และ เมื่อทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการจากการ ทดสอบค่าการเปลี่ยนไปพบว่า บริษัทมีความเสี่ยงใน ระดับค่อนข้างต่ำและคุ้มค่าต่อการลงทุน โดยอายุที่ เหมาะสมในการปลูกทดแทนคือ ปีที่ 25

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะต่อบริษัท สวนละออ จำกัด

1.1 ควรดูแลต้นปาล์มในทุก ๆ ปีตามความ เหมาะสมของช่วงอายุปาล์ม เนื่องจากในปี 2561-2562 บริษัท สวนละออ จำกัด ได้งดการใส่ปุ๋ย เพื่อ เป็นการลดต้นทุนการผลิตลง เพราะราคาปาล์มตกต่ำ จาก 3 บาท/กก. เหลือ 1 บาท/กก. ซึ่งส่งผลทำให้ ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ในปี 2561-2562 ลดลงอย่างมาก เนื่องจากการใส่ปุ๋ยมีผลต่อผลผลิตหลังจากที่ใส่ไปแล้ว ในช่วงเวลาประมาณ 2 ปี จึงไม่ควรลดปริมาณปุ๋ย เพราะการไม่ใส่ปุ๋ยหรือการลดอัตราการใส่ปุ๋ยจะมี ผลกระทบอย่างรุนแรง หากยังคงให้สถานการณ์เป็น เช่นนี้ ก็ควรยุติการผลิตปาล์มน้ำมัน และนำทรัพยากร ต่าง ๆ ที่ใช้ไปดำเนินการในพืชชนิดอื่น ๆ จะมีความ เหมาะสมกว่า หรือปลูกพืชแซมปาล์ม ซึ่งเป็นอีกหนึ่ง ทางเลือกในการจัดการสวนปาล์มในช่วงที่มีราคาตกต่ำ

ไม่คุ้มค่าในการลงทุนต่อ ตัวอย่างพืชที่นิยมปลูกแซม ปาล์มที่ให้ผลผลิตและผลตอบแทนที่ดี เช่น ไม้ ซึ่งเป็น พืชที่ใช้น้ำได้ดี เพราะฉะนั้นการปลูกไม้ในสวนปาล์ม จะทำให้ต้นปาล์มได้แบ่งน้ำไปใช้ในช่วงหน้าแล้งได้โดย พันธุ์ที่ควรเลือกมาปลูกต้องเลือกไม้ที่มีลำต้นสูง เช่น ตงลิ้นงูเห่า กิมซุง ตงศรีปราชญ์ ชางหม่น เป็นต้น ซึ่ง ข้อดีของการปลูกไม้คือ ไม้สามารถจำหน่ายได้ทุกส่วน ตั้งแต่หน่อไม้ ลำอ่อนสามารถนำมาทำกระบอก ข้าวหลาม ลำแก่อายุ 3 ปี สามารถส่งร้านเฟอร์นิเจอร์ หรือนำมาเผาทำถ่านไบโอชาร์ กิ่งไม้สามารถนำมาทำ กิ่งพันธุ์จำหน่ายเป็นรายได้เสริม ใบไม้ยังสามารถทำปุ๋ย อินทรีย์ได้ และที่สำคัญน้ำที่ได้จากต้นไม้ดีต่อสุขภาพ ช่วยคลายเครียด อีกทั้งยังสามารถต่อยอดเป็นเกษตร เชิงท่องเที่ยวได้

1.2 ควรพิจารณาการลงทุนต่อเนื่องจากใน ปัจจุบันปาล์มมีอายุเฉลี่ย 10 ปี ครึ่ง ซึ่งตามลักษณะ ธรรมชาติของปาล์มน้ำมันที่กล่าวว่า มีอายุปลูกได้ถึง ประมาณ 25 ปี ก็ควรปลูกใหม่ทดแทนสวนเก่า รายได้ มาตรฐานยังคงมีค่าสูงสุด ซึ่งแสดงว่าสามารถปลูก ปาล์มน้ำมันได้ถึง 25 ปี และผลการวิเคราะห์หา ระยะเวลาที่เหมาะสมในการปลูกทดแทนปาล์มน้ำมัน พบว่า ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอด จึงไม่สามารถหาคำตอบที่ถูกต้องของอายุที่เหมาะสม ในการปลูกทดแทนใหม่ของปาล์มน้ำมันของบริษัท สวนละออ จำกัด ได้ในกรณีแรกกล่าวคือบริษัท สวนละออ จำกัด สามารถปลูกปาล์มน้ำมันที่สามารถสร้างกำไร และมีความคุ้มค่าในการลงทุนได้ถึงช่วงอายุที่ 20 ปี และยังมีแนวโน้มที่สามารถสร้างกำไรต่อได้กระทั่งถึง ปีที่ 25 กรณีที่ 2 ในส่วนของการพิจารณาการประเมินผล โครงการระหว่างดำเนินการผลิตปาล์มน้ำมัน ควรมี การวิเคราะห์หาอายุที่เหมาะสมในการปลูกทดแทน ใหม่อีกครั้งจากข้อมูลจริงที่ไม่ใช่การประมาณการ คือ ทำการวิเคราะห์อีกครั้งเมื่อปาล์มน้ำมันมีอายุ ปลูกได้ถึงปีที่ 15 ซึ่งจะทำให้บริษัท สวนละออ จำกัด สามารถใช้ข้อมูลจากงานวิจัยประกอบการพิจารณา ในการจัดการธุรกิจสวนปาล์มน้ำมัน และสามารถ

หาอายุที่เหมาะสมในการปลูกทดแทน ตลอดจนนำองค์ความรู้เหล่านี้ถ่ายทอดต่อผู้ปลูกปาล์มน้ำมันในจังหวัดผ่านธุรกิจศูนย์เรียนรู้เกษตรกรรมเชิงท่องเที่ยวครบวงจร

2. ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับปาล์มน้ำมันในพื้นที่จังหวัดตาก

2.1 เกษตรจังหวัดตาก ควรส่งเสริมหรือกำหนดนโยบายที่เอื้อต่อเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มในจังหวัดตาก ซึ่งเป็นอีกหนึ่งพื้นที่ที่มีศักยภาพในการขยายพื้นที่ปลูกปาล์มในเขตภาคเหนือ และยังจัดเป็นพื้นที่ที่มีดินเหมาะสมระดับกลาง หากมีนโยบาย

สนับสนุนด้านการดูแล บำรุงต้นตามอายุปาล์ม ซึ่งทำให้ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ในปีถัดไปยังคงอยู่ในมาตรฐานการให้ผลผลิตตามช่วงอายุปาล์ม และต้นปาล์มไม่ชะงักการเติบโตตามวัย อีกทั้งยังเป็นการช่วยลดภาระค่าจ่ายของเกษตรกรในช่วงที่มีราคาตกต่ำ

2.2 ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรตาก ควรส่งเสริมการจัดการสวนปาล์มน้ำมันคุณภาพเพราะราคาจะถูกกำหนดด้วยคุณภาพปาล์มที่เกษตรกรนำมาขาย ซึ่งรัฐได้กำหนดให้มีมาตรการของโรงสกัดให้ปิดป้ายแสดงราคาให้ชัดเจน และรับซื้อผลปาล์มให้สอดคล้องกับราคาน้ำมันปาล์มดิบในตลาด

References

- Angyurekul, N. (2004). *Agribusiness management*. Department of Agricultural and Resource Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University. [in Thai]
- Bureau of Agricultural Economic Research. (2021). *Industrial development plan of palm oil and oil palm 2008-2012*. Office of Agricultural Economics, Ministry of Agriculture and Cooperatives. [in Thai]
- Choengthong, S., Choengthong, S., Angyurekul, N., & Soraj, S. (2016). *A financial investment analysis and optimum replanting age of palm oil tree of smallholders, Surat Thani Province*. Agricultural Research Development Agency (Public Organization).
- Nillaket, I., & Wattanakul, T. (2014). Analysis of potential production of oil palms and market structure: Case study of Nongkhai and Bungkan Province. *KKU Research Journal (Graduate Studies)*, 2(1), 60-70. [in Thai]
- Office of Agricultural Economics. (2019). *Situation of important agricultural products and trends in 2019*. Bureau of Agricultural Economic Research, Office of Agricultural Economics, Ministry of Agriculture and Cooperatives. [in Thai]
- Phromduand, P., Chaosukhum, W., & Saranrom, D. (2011). Decision making to invest in a size of oil palm orchard at Kapoe District in Ranong Province. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkron Rajabhat University*, 5(3), 43-53. [in Thai]
- Sukhabot, S., Angyurekul, N., & Soraj, S. (2016). *A financial investment analysis and optimum replanting age of palm oil tree of Smallholders, Krabi Province*. Agricultural Research Development Agency (Public Organization).
- Worasatit, N., Wongwai, W., Thipmuangphom, S., Somkid, S., & Thongna, K. (2014). *Testing and development of production technology for oil palm cultivation in new area of Thailand*. Department of Agriculture, Ministry of Agriculture and Cooperatives. [in Thai]



Name and Surname: Monrueedee Chantharat

Highest Education: Ph.D. in Environmental Science and Engineering, Gwangju Institute of Science and Technology, Republic of Korea

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Agribusiness Management



Name and Surname: Montri Congtrakultien

Highest Education: MAB, Agribusiness Management, University of The Philippines, Philippines

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Agribusiness Management

พลังชุมชน การมีส่วนร่วม ความพอเพียงกับการดำรงชีวิตของเกษตรกร
บนพื้นที่ผลกระทบนาเกลือนาข้าว

COMMUNITY POWER, PARTICIPATION, SUFFICIENCY AND WAY OF LIFE OF FARMERS
IN THE IMPACTED AREA OF RICE AND SALT FIELDS

ภูสิทธิ์ ภูคำชะโนด

Phusit Phukamchanoad

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Faculty of Humanities and Social Sciences, Suan Sunandha Rajabhat University

Received: June 4, 2021 / Revised: August 4, 2021 / Accepted: August 19, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พลังชุมชนกลุ่มนาเกลือและนาข้าว 2) ศักยภาพชุมชน การมีส่วนร่วม ความพอเพียง วิถีชีวิตและปัจจัยด้านอาชีพของเกษตรกรนาเกลือและนาข้าวในอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 คน การสัมภาษณ์กลุ่มอาชีพและการสนทนากลุ่มย่อยกับเกษตรกรนาเกลือและนาข้าว ผลการวิจัยพบว่า 1) พลังชุมชนเป็นการรวมตัวกลุ่มเกษตรกรในกิจกรรมการพัฒนาพื้นที่ที่กระทบนาเกลือและนาข้าวซึ่งกิจกรรมที่สะท้อนพลังชุมชนสูงสุดคือ การดำรงชีวิตต้องยึดมั่นในกฎกติกาของชุมชน และการทำงานพัฒนา งานจิตอาสา งานบุญประจำหมู่บ้าน ทุกคนต้องร่วมคิดร่วมใจ ร่วมทำ 2) ศักยภาพชุมชนบ่งชี้ถึงการประกอบอาชีพของแต่ละครอบครัวที่เกษตรกรส่วนใหญ่ยึดเกษตร ทฤษฎีใหม่ ของในหลวงรัชกาลที่ 9 เป็นแนวทางซึ่งมีความศรัทธาอย่างมั่นคงในหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงการมีส่วนร่วมของเกษตรกรมีระดับมากที่สุดคือ กิจกรรมทำบุญตามวัฒนธรรมเทศกาลประจำหมู่บ้าน และการร่วมมือกันประหยัดใช้สิ่งของในครัวเรือน ลด ละ เลิกอบายมุขในวันพระ ส่วนวิถีพอเพียงของเกษตรกรเน้นการออมเงินในธนาคาร และกองทุนออมทรัพย์หมู่บ้าน นอกจากนี้พื้นที่ว่างบริเวณบ้านมีการปลูกผักสวนครัวที่จำเป็นไว้ซึ่งวิถีชีวิตทั่วไปเป็นวิถีเกษตร ทอผ้า และทำบายศรีจำหน่ายที่แหล่งท่องเที่ยวคำชะโนด

คำสำคัญ: พลังชุมชน การมีส่วนร่วม ความพอเพียง วิถีชีวิต เกษตรกรนาเกลือและนาข้าว

Abstract

This research aims to explore (1) the community power of rice and salt field communities and (2) community potential in Ban Dung District, Udon Thani Province. The data was collected by using a questionnaire survey with 400 questionnaire respondents. Interviews and focus group discussions with the rice and salt field farmers were also conducted. The research findings revealed that, first, community power was the gathering of farmer communities for the development activities in the areas impacted by rice and salt fields. The activities reflecting

the community power at the highest level included “adherence to community rules”, “development activities”, “community services”, “village merit-making ceremonies”, and “cooperation within the community”. Second, community potential reflected *modus operandi* of each household in which most farmers believed in His Majesty King Rama the IX’s new theory of agriculture based on the sufficiency economy philosophy. The farmers’ level of engagement was rated the highest in the following activities: “cultural merit-making during village festivals”, “using household resources economically”, and “avoiding all vices on Buddhist holy days”. Moreover, the farmers’ sufficient way of life prioritized money saving in bank accounts and village savings funds. In addition, they also grew necessary kitchen garden vegetables in their houses’ open areas. Their common way of life consisted of agriculture, weaving, and rice offering production. The rice offerings were sold at tourist attractions in Kam Chanoad.

Keywords: Community Power, Participation, Sufficiency, Way of Life, Rice and Salt Farmer

บทนำ

ชุมชนท้องถิ่นเป็นพื้นที่แสดงพลังวัฒนธรรมแห่งความดีงามของประชาชนในการมีส่วนร่วม กับกิจกรรมส่วนรวมของชุมชน ที่ไม่ทิ้งรากเหง้า วัฒนธรรม วิถีชีวิตเดิมไป แม้จะได้รับผลกระทบจาก กระแสโลกาภิวัตน์ แต่คน ชุมชน วัฒนธรรม และ วิถีชีวิตนั้นยังคงไม่เปลี่ยนแปลง และปัจจุบันพื้นที่ ที่ได้รับผลกระทบจากการทำเกษตร 2 อย่างที่ส่งผล ทำลายกันคือ การทำนาเกลือ และการทำนาข้าว ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนใหญ่ของคน ทั้งอำเภอบ้านดุง ได้รับ ผลกระทบมากกว่า 50 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2512 นับแต่นั้นมา ได้เกิดผลต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เปลี่ยน วิถีจากนาข้าวเป็นนาเกลือ โดยเดือนการทำนาข้าว และนาเกลือ มีช่วงแตกต่างกัน แหล่งอาหารธรรมชาติ เปลี่ยนแปลงไป การเพาะปลูกพืชผักในชุมชนให้ผลน้อย และทำให้ไม่มีการปลูกพืชผักสวนครัวไว้สำหรับเลี้ยงชีพ แหล่งน้ำสำหรับเลี้ยงสัตว์ตามธรรมชาติสูญเสีย วัสดุ อุปกรณ์ก่อสร้างกลายเป็นสนิมผุกร่อนเร็วกว่าอายุ การใช้งานจริง เกิดความขัดแย้งระหว่างเกษตรกรนาข้าว และนาเกลือ ขึ้นหินที่ถูกแรงดันน้ำพังทลาย ทำให้ ดินทรุดได้ และผลที่สำคัญทำให้ประชาชนทั้งบ้านเรือน ทั้งนาข้าว ทั้งนาเกลือ อพยพไปทำงานนอกชุมชน

รวมทั้งมีการอพยพของแรงงานจากนอกพื้นที่เข้ามาทำงาน ในพื้นที่สร้างเป็นสังคมใหม่ขึ้น (Phukamchanoad, 2017) ปัญหาความขัดแย้งของชาวบ้าน รัฐ เอกชน และประชาสังคม ได้เกิดขึ้นในพื้นที่ 4 ตำบล 3 สายน้ำ ที่หล่อเลี้ยงชีวิตของประชาชนอำเภอบ้านดุง จังหวัด อุดรธานี ถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่ก่อรูปวัฒนธรรมแห่งการ ดำรงชีวิตเกษตรนาเกลือและนาข้าวที่ชาวบ้านเรียกว่า “พื้นที่แห่งความดีงาม” ที่ต้องรักษาธรรมเนียมปฏิบัติของ บรรพบุรุษไว้ให้คงอยู่ นอกจากนี้ยังมีพื้นที่ความขัดแย้ง ที่เกิดขึ้นจากผู้ประกอบรายใหม่ที่ขยายพื้นที่การทำ นาเกลือออกไปจากพื้นที่เดิม จนส่งผลกระทบของ เกษตรนาข้าว เกิดช่องว่างของความขัดแย้งระหว่าง นาเกลือและนาข้าวในกลุ่มคนกว่า 2,000 ครัวเรือน ที่ได้รับผลกระทบจากการประกอบการนาเกลือ อาทิ ผลกระทบดินเสื่อมคุณภาพ น้ำในคูคลองที่ใกล้กับ พื้นที่นาเกลือไม่สามารถใช้ประโยชน์ให้กับการปลูกพืช หรือเลี้ยงสัตว์ ผู้ประกอบการยังขาดจิตสำนึกความ รับผิดชอบต่ออาชีพ ระบบความเป็นเครือญาติมีอิทธิพล สูงกว่าความดีงาม ความถูกต้องของสังคม ปัญหาถูก แก้อไขเพียงชั่วคราว มีลักษณะผักชีโรยหน้า แก้อไข เฉพาะกลุ่มธุรกิจผู้ประกอบการและภาครัฐ ละเลย ภาคประชาชน การแก้ไขปัญหาจากหน่วยงานรัฐจึง

ไม่ได้รับความร่วมมือจากประชาชนที่เกี่ยวข้อง แต่จะแก้ไขโดยภาคประชาชนฝ่ายเดียวยังไม่ได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนจากภาครัฐและผู้ประกอบการ ปัญหาจึงยังไม่สามารถแก้ไขได้อย่างเป็นรูปธรรม ขาดการส่งเสริมพลังชุมชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมในการผลักดันให้พื้นที่รับนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เข้าช่วยเสริมเพื่อให้มีรายได้มากขึ้น จนกระทั่งประเทศไทยเกิดคำว่า “เราจะเดินทางไปด้วยกัน ไม่ทอดทิ้งใครไว้ข้างหลัง” เป็นคำกล่าวที่มีนัยสำคัญต่อการสร้างพลังของคนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชนเข้มแข็ง สะท้อนถึงความสุข ความดีงามและความเป็นธรรมที่เท่าเทียมกันในมิติทางสังคม ลดช่องว่างแห่งการเอาเปรียบทางเศรษฐกิจและทางสังคม ลดการเกิดขึ้นทางสังคม ลดการแบ่งแยกแนวคิดทางการเมือง ลดการได้ผลประโยชน์ที่ต้องตกอยู่กับคนกลุ่มน้อยทางสังคม ชี้ให้เห็นความเหลื่อมล้ำที่มีอยู่ในชุมชนที่ส่งผลต่อระบบความสัมพันธ์แบบเครือญาติและการรวมกลุ่มกันตามประเพณีเพื่อการจัดการทรัพยากรที่เคยมีอยู่เดิมแต่กลายลง ภูมิความรู้ที่เคยใช้แก้ปัญหาถูกกลืนเลือน วิถีชีวิตที่พอเพียงในคนรุ่นใหม่เริ่มสูญหายไปเช่นเดียวกัน (Chaipattana Foundation, 2007) ปัญหาในพื้นที่ผลกระทบ นาเกลือนาข้าวจึงยากที่จะลดความขัดแย้งของประชาชนด้วยตนเอง ลดคู่ขัดแย้งที่เกิดมาหลายทศวรรษระหว่างประชาชนกับรัฐ ผู้ประกอบการกับรัฐ ปัจจุบันความรู้สึกผูกพันระหว่างกันจึงเป็นเพียงการทำหน้าที่ตามบทบาทของแต่ละภาคส่วน ทำให้การมีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ผลกระทบนาเกลือนาข้าวของชาวเกษตรด้วยความเต็มใจ ตั้งใจจึงน้อยลงไป ในคนรุ่นใหม่ของหมู่บ้านใน 4 ตำบลของอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จำเป็นต้องหาข้อมูลพื้นฐานการพัฒนาพื้นที่ผลกระทบ นาเกลือและนาข้าวเพื่อวัดระดับพลังชุมชนของเกษตรกรสู่การสร้างศักยภาพชุมชนให้มีความเข้มแข็ง วัดระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมประจำหมู่บ้าน ที่จำเป็น

ต้องศึกษาให้เข้าใจ เข้าถึงวิถีชีวิตพอเพียงที่เคยเกื้อหนุนการอยู่ร่วมกันบนพื้นที่แห่งความดีงามของปู่ย่า ตายาย และพ่อแม่ ได้สืบทอดสร้างร่วมกันมาให้เป็นพื้นที่ลดความขัดแย้งระหว่างนาเกลือและนาข้าวจนสามารถค้นพบ “วิถีพลังชุมชนวัฒนธรรมแห่งความดีวิถีบ้านดุง” ให้เกิดขึ้นบนพื้นที่นาเกลือนาข้าวอย่างชัดเจนยิ่งขึ้นในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพลังชุมชนของชุมชนกลุ่มเกษตรกรนาเกลือและนาข้าวของอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชน การมีส่วนร่วม ความพอเพียง วิถีชีวิต และปัจจัยด้านอาชีพของเกษตรกรนาเกลือนาข้าวในปัจจุบัน

ทบทวนวรรณกรรม

พลังชุมชนสามารถอธิบายถึงการเสริมสร้างพลังอำนาจของชุมชน ซึ่งใช้ภาษาอังกฤษว่า Community Empowerment ซึ่งมีคำที่ใกล้เคียงกันคือ การเสริมสร้างพลังอำนาจมาจากภาษาละติน “Passe” ซึ่งหมายถึงอำนาจ (Power) กับอิสรภาพ (Freedom) การมีพลังอำนาจจำเป็นต้องมีอิสรภาพไปพร้อมกันด้วย มินทวิชการหลายท่านได้ให้ความหมายว่า การเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนเป็นกระบวนการ ที่มีการจัดการที่เข้าถึงกระบวนการของรัฐและการเข้าถึงแหล่งประโยชน์ของชุมชนภายนอก และมีผลลัพธ์ของการเสริมสร้างพลังอำนาจชุมชนที่เป็นพหุลักษณะของชุมชน ความร่วมมือขององค์กรต่าง ๆ ในชุมชน และการเข้าถึงแหล่งประโยชน์ภายในชุมชน (Perkins & Zimmerman, 1995) ยังหมายความถึงการเสริมสร้างพลังอำนาจในระดับชุมชน หมายถึง กระบวนการพัฒนาชุมชนที่พยายามส่งเสริมความตระหนักความเป็นชุมชน (Sense of Community Awareness) แก่บุคคลที่อาศัย อันจะนำไปสู่การบรรลุชีวิตชุมชนและยังเป็นกระบวนการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน

โดยสมาชิกในชุมชนนั่นเอง เพื่อควบคุมชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองและของชุมชน โดยการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายโดยทั่วไปอยู่ที่ 7 ปี หรือมากกว่านั้น (Barnes et al., 1997; Hanrungharothon, 2008) เช่นเดียวกับการให้พลังอำนาจแก่บุคคล อันเป็นพลังในความหมายของความเข้มแข็งภายในและความเชื่อมั่นการกล้าเผชิญ (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO], 1998) ความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เพื่อให้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่นในตนเองและความรู้สึกที่ว่าตนเองมีอำนาจ สามารถควบคุมความเป็นอยู่หรือวิถีชีวิตของตนเองได้ เป็นระบบคุณค่าและเป็นกระบวนการขับเคลื่อนทางสังคมที่ส่งเสริมให้บุคคลและชุมชนนำศักยภาพของตนเองและภูมิปัญญาของชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชน (Gibson, 1991; Prueksununt et al., 2003) ดังนั้นคำว่า “การเสริมสร้างพลังชุมชน” มีความเป็นกระบวนการที่มีลำดับความสำคัญของการกระทำที่มีประสิทธิภาพ บุคลากรสอดประสานแต่ละขั้นตอนให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการเพิ่มพลังความแข็งแกร่งศักยภาพ ประสิทธิภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี หรือแก้ไขปัญหาที่ชุมชนกำลังเผชิญอยู่ทั้งภายในและภายนอก ดังนั้นเมื่อต้องการความสำเร็จในการเสริมพลังต้องเสริมสร้างกระบวนการทุกขั้นตอนให้มีพลังอำนาจประจักษ์แก่ชุมชน เพื่อให้เกิดพลังมากที่สุดคือ การมีส่วนร่วมเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด

การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นวลีที่สะท้อนพฤติกรรมรวมกลุ่ม การร่วมด้วยช่วยกันที่มีความสำคัญอย่างยิ่งยวดต่อการพัฒนาไม่ว่าระดับชาติหรือระดับท้องถิ่นถือว่า การมีส่วนร่วมถูกกำหนดให้มีผลต่อการพัฒนาของพื้นที่ต่าง ๆ ได้อย่างสมบูรณ์แบบ รวมถึงยังนับว่าเป็นแนวคิดที่เปิดกว้างในการศึกษาไว้อย่างมากมายทั้งการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน พัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตัวเอง

เน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างเข้มข้นกับประชาชนใช้ความคิดสร้างสรรค์และความชำนาญของประชาชนแก่ไขร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสมและสนับสนุนติดตามการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง (Erwin, 1976) ยังคงสะท้อนถึงการมีส่วนร่วมในการพบปะสังสรรค์ทางสังคม ซึ่งรวมทั้งการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคลและการมีส่วนร่วมของกลุ่ม (Reeder, 1974) แนวคิดที่สำคัญของการมีส่วนร่วมครั้งพิจารณามิติการมีส่วนร่วม การพัฒนาที่กล่าวถึงนิยามและองค์ประกอบไว้ว่า การมีส่วนร่วมต้องพิจารณา 3 มิติ ลักษณะการมีส่วนร่วมพิจารณาจาก 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และ 4) การมีส่วนร่วมประเมินผล ยังได้สะท้อนผู้ที่ควรมีส่วนร่วมประกอบด้วย 1) ประชาชนในท้องถิ่น 2) ผู้นำท้องถิ่น 3) บุคลากรของรัฐบาล และ 4) บุคลากรชาวต่างชาติที่ทำงานในท้องถิ่น นอกจากนี้ต้องอธิบายรวมถึงพฤติกรรม การเข้าไปมีส่วนร่วมได้ทำอย่างไรบ้าง ได้แก่ 1) การริเริ่มการมีส่วนร่วมมาจากด้านบนหรือด้านล่าง 2) การจูงใจในการเข้าร่วมมีความสมัครใจหรือบีบบังคับ 3) โครงสร้าง 4) ช่องทางของการมีส่วนร่วมเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ โดยตรงหรือทางอ้อม ควรให้ความสำคัญกับ 5) ระยะเวลา 6) ขอบเขตการมีส่วนร่วมแบบต่อเนื่องและไม่ว่าจะเป็นการขยายไปในวงกว้างหรือแคบ ๆ 7) การเสริมสร้างพลังอำนาจยังมีการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Cohen & Uphoff, 1977, 1980) หมายความว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในชุมชนทั้งหมดได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินการพัฒนา รวมถึงการสำรวจตรวจสอบความจำเป็นเรื่องสุขภาพอนามัย การระดมทรัพยากรท้องถิ่นและเสนอแนะแนวทางแก้ไขใหม่ ซึ่งอาจเป็นวิธีการที่ชาวบ้านคุ้นเคยตัดสินใจเมื่อต้องการทางเลือกแบบต่าง ๆ ในการแก้ปัญหาภูมิรัฐ ภูมิปัญญา และ

ภูมิธรรม การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติ และร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ บรรลุถึงเป้าหมายร่วมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง สะท้อนการแสดงความคิดเห็นในการดำเนินงาน การค้นหาสาเหตุปัญหา การร่วมกันวางแผน การดำเนินงาน การรับผลประโยชน์ การติดตามประเมินผล และการร่วมรับผิดชอบซึ่งการกระทำทุกอย่างมักสะท้อนเป้าหมายการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข มีสันติสุขในชุมชน (Patanaponasa, 1990; Saphachokchai, 1995; Kaewthep, 1995; Wuttimethee, 1993; Rerkrai, 1981; Phukamchanoat, 2009; Kokphol, 2009) เศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในภายนอก ทั้งนี้จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี (Office of the National Economic and Social Development Board, 2001, 2007; Chaipattana Foundation, 2007) หมายความว่า แนวทางการพัฒนาประเทศควรต้องมีฐานคติสำคัญ

คือ การยึดมั่นแนวคิดของเศรษฐกิจพอเพียงที่ต้องประยุกต์ใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการบริหารประเทศของภาครัฐ เอกชน และประชาชนร่วมกัน โดยตั้งอยู่บนทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรมของความเป็นไทย นอกจากนี้คำว่า “เศรษฐกิจพอเพียง” ยังหมายถึงความสามารถของชุมชนเมือง รัฐ ประเทศ หรือภูมิภาคหนึ่ง ๆ ในการผลิตสินค้าและบริการทุกชนิดเพื่อเลี้ยงสังคมนั้น ๆ ได้โดยไม่ต้องพึ่งพาปัจจัยต่าง ๆ ที่คนไม่ได้เป็นเจ้าของ รวมถึงเศรษฐกิจพอเพียงในระดับบุคคลนั้นคือ ความสามารถในการดำรงชีวิตได้อย่างไม่เดือดร้อน ความเป็นอยู่อย่างประมาณตนตามฐานะตามอัตภาพ และที่สำคัญไม่หลงไหลไปตามกระแสของวัตถุนิยม มีอิสรภาพ เสรีภาพ ไม่พัวพันการอยู่กับสิ่งใด โดยสรุปคือ หันกลับมายึดเส้นทางสายกลางในการดำรงชีวิต ซึ่งการพึ่งตนเองยึดหลักสำคัญ 5 ประการคือ ด้านจิตใจ ด้านสังคม ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านเทคโนโลยี และด้านเศรษฐกิจ (Tantivejkul, 1998; Chantarasorn, 2011) ดังนั้นเศรษฐกิจพอเพียงจึงกำเนิดด้วยความเป็นปรัชญาขึ้นบอกถึงทฤษฎีและแนวปฏิบัติที่นำคนให้พ้นจากความยากจน พออยู่พอกิน อิ่มชุนตนเองได้ ไม่เบียดเบียนใคร แก้ปัญหาทั้งเฉพาะหน้าได้ดี บ่งชี้ความมั่นคง ยั่งยืน มีความสันติสุข และดำรงชีวิตอยู่ดีมีสุขอย่างแท้จริง (Phukamchanoat, 2016)

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Research) ทั้งวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. แบบสอบถามประมาณค่า 6 ระดับ โดยมีจำนวนประชากรในพื้นที่รับผลกระทบ 42,638 คน ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการคำนวณตามสูตรของทาโรยามาเน (Yamane, 1973)
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) กับผู้นำครอบครัว ผู้นำชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน

กลุ่มอาชีพในชุมชน 4 ตำบล ที่เป็นผู้มีความสำคัญในการให้ข้อมูล ผู้ที่ประชาชนเคารพนับถือและประชาชนที่ทำนาข้าวที่ได้รับผลกระทบจากการทำนาเกลือจำนวน 30 คน

3. การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Groups) กับหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการนาเกลือและนาข้าว กลุ่มพัฒนาอาชีพ กลุ่มชมรมกำนันผู้ใหญ่บ้าน

นำข้อมูลแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูล พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่ามัธยฐานเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) สถิติอนุมาน เพื่อทำการเปรียบเทียบและทดสอบข้อมูล ได้แก่ One-Way ANOVA (F-test) และ 3) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนาตามโครงสร้างเนื้อหาจากข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้รับจากคำสัมภาษณ์ของผู้ใหญ่บ้าน คณะกรรมการหมู่บ้านที่มีตำแหน่งอย่างเป็นทางการ โดยมีเกณฑ์ในการวัดค่าเฉลี่ยและระดับคุณภาพ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 5.20-6.00 ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.36-5.19 ระดับมาก ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.52-4.35 ระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.68-3.51 ระดับน้อย ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.84-2.67 ระดับน้อยที่สุด และค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.83 ระดับไม่มีการปฏิบัติเลย

ผลการวิจัย

ประชาชนในพื้นที่ 4 ตำบล ผลกระทบจากการทำนาเกลือและนาข้าวที่มีต่อกันและกัน 9,152 ครัวเรือน ในตำบลบ้านดุง ตำบลโพนสูง ตำบลนาคำ ตำบลศรีสุทโธ พบว่า กลุ่มที่เป็นพลังชุมชนจะมีการเชื่อมกับ

การเป็นสมาชิกกลุ่มทางสังคม ร้อยละ 90.25 โดยมีกลุ่มสมาชิกกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ร้อยละ 49.00 กลุ่มอาชีพชุมชน ร้อยละ 33.25 และกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม./อสส.) ร้อยละ 25.75 โดยภาพรวมสามารถนำเสนอผลการวิจัย 5 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. พลังชุมชนในหมู่บ้าน 4 ตำบล ผลกระทบนาเกลือและนาข้าวพบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นชีวิตพลังชุมชนที่เกิดขึ้นใน 4 ตำบล ผลกระทบนาเกลือนาข้าว อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี บังคับถึงกิจกรรมที่สะท้อนพลังของประชาชนใน 4 ตำบล แม้ว่ามิมองมุงที่อยู่ในระดับมากที่สุดในทุกกิจกรรม และตัวชี้วัดที่สะท้อนพลังชุมชนโดยมีเรื่องเกี่ยวกับการมีเหตุผลในการดำรงชีวิตต้องรู้จักเคารพกติกาของชุมชนได้ค่าเฉลี่ย 5.47 การมีส่วนร่วมในการทำงานพัฒนา งานจิตอาสา การบุญกุศล ทุกคนร่วมคิดร่วมทำ ร่วมใจกันทุกงานประจำหมู่บ้าน การมีระบบการสื่อสารที่ดีของทุกคนผ่านการจัดทำเวทีประชาคมหมู่บ้าน ได้ค่าเฉลี่ย 5.46 รวมถึงการเปิดโอกาสให้ประชาชนตัดสินใจในการกำหนดทิศทางการพัฒนาหมู่บ้านอย่างเป็นประชาธิปไตย ได้ค่าเฉลี่ย 5.45 อยู่ในระดับมากที่สุด แต่เป็นที่น่าแปลกใจมากที่สุดคือการมีภาคีเครือข่ายในการพัฒนาท้องถิ่นที่หลากหลายในหมู่บ้าน รวมถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน “รู้จักสามัคคี” เป็นความรู้สึกร่วมในความเป็นชุมชนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำที่สุดในตัวชี้วัด สะท้อนถึงพลังในชุมชนยังไม่เหนียวแน่นเท่าที่ควร ได้ค่าเฉลี่ย 5.38 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังชุมชนในหมู่บ้าน

	พลังชุมชนในชุมชนท้องถิ่น	Mean	S.D.	ระดับ
1	หมู่บ้านของท่านมีผู้นำที่ดีมีความทุ่มเททำงาน เป็นตัวอย่างของประชาชน	5.43	0.70	มากที่สุด
2	การมีส่วนร่วมในการทำงานพัฒนา งานจิตอาสา การบุญกุศล ทุกคนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมใจกันทุกงานประจำหมู่บ้าน	5.46	0.64	มากที่สุด
3	การเปิดโอกาสให้ประชาชนตัดสินใจในการกำหนดทิศทางการพัฒนาหมู่บ้าน อย่างเป็นประชาธิปไตย	5.45	0.70	มากที่สุด
4	การมีเหตุผลในการดำรงชีวิตต้องรู้จักเคารพกติกาของชุมชน	5.47	0.72	มากที่สุด
5	การน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในชีวิตทุกครัวเรือน	5.42	0.77	มากที่สุด
6	การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัวต้องเรียนรู้ แลกเปลี่ยน ประชุมหมู่บ้านทุกเดือน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสังคม	5.42	0.74	มากที่สุด
7	การสนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มสร้างอาชีพในหมู่บ้านแบบยั่งยืน	5.43	0.74	มากที่สุด
8	การมีภาคีเครือข่ายในการพัฒนาท้องถิ่นที่หลากหลายในหมู่บ้าน	5.40	0.78	มากที่สุด
9	การมีระบบการสื่อสารที่ดีของทุกคนผ่านการจัดทำเวทีประชาคมหมู่บ้าน	5.46	0.81	มากที่สุด
10	ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน “รู้จักสามัคคี” เป็นความรู้สึกร่วมในความเป็นชุมชน	5.38	0.85	มากที่สุด
	รวม	5.43	0.60	มากที่สุด

2. ศักยภาพชุมชนที่สะท้อนถึงความเข้มแข็งของชุมชนพบว่า ศักยภาพชุมชนที่สะท้อนถึงความเข้มแข็งของชุมชน การพึ่งตนเองได้ ชุมชนเกื้อกูลกัน และการมีส่วนร่วมของชุมชนโดย ภาพรวมอยู่ในระดับศักยภาพมากที่สุดได้ ค่าเฉลี่ย 5.21 ทั้งนี้ประชาชนใน 4 ตำบลที่ได้รับผลกระทบจากนาเกลือและนาข้าว ยังสะท้อนศักยภาพชุมชนในเรื่องครอบครัวส่วนใหญ่

ในหมู่บ้านมีการประกอบอาชีพเกษตรทฤษฎีใหม่ของในหลวงรัชกาลที่ 9 นั้นหมายความว่า ประชาชนมีความศรัทธาอย่างมั่นคงในคำสอนและแนวคิดทฤษฎีใหม่ ของในหลวงรัชกาลที่ 9 ในการสร้างเสริมพลังชุมชนได้ ค่าเฉลี่ย 5.50 แต่ไม่สามารถอาศัยภาคี เครือข่าย องค์กร ในการพัฒนาท้องถิ่นอย่างชัดเจนได้ในการพัฒนาชุมชนพื้นที่ 4 ตำบล ได้ค่าเฉลี่ย 5.00 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพชุมชนในหมู่บ้าน

	ศักยภาพชุมชนในชุมชนท้องถิ่น	Mean	S.D.	ระดับ
1	สมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในกิจกรรมของหมู่บ้านเสมอ	5.45	0.67	มากที่สุด
2	ครอบครัวส่วนใหญ่ในหมู่บ้านมีการประกอบอาชีพเกษตรทฤษฎีใหม่ของในหลวงรัชกาลที่ 9	5.50	0.70	มากที่สุด
3	ครอบครัวส่วนใหญ่ในหมู่บ้านมีการดำรงชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง	5.27	0.82	มากที่สุด
4	ชุมชนมีภูมิปัญญาท้องถิ่น มีปราชญ์ชุมชน มีผู้รู้ในชุมชน เพื่อช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้กับชุมชนเมื่อเกิดภัยต่อชุมชน	5.28	0.75	มากที่สุด
5	ชุมชนมีการจัดทำแผนชุมชนเพื่อการพัฒนายกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน	5.26	0.80	มากที่สุด
6	ชุมชนหมู่บ้านมีการจัดกลุ่มอาชีพ และมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ชัดเจน	5.11	0.92	มาก
7	ชุมชนหมู่บ้านมีวิสาหกิจชุมชน	5.04	1.01	มาก
8	ชุมชนหมู่บ้านมีภาคี เครือข่าย องค์กรในการพัฒนาท้องถิ่นอย่างชัดเจน	5.00	0.95	มาก
9	การมีสวัสดิการชุมชน เงินสัจจะออมทรัพย์ให้กับประชาชนในหมู่บ้าน	5.10	0.92	มาก
10	การมีอาสาสมัคร	5.10	1.04	มาก
	รวม	5.21	0.62	มากที่สุด

3. การมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรม การน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในชีวิตประจำวัน วิถีพอเพียง วิถีพอเพียง เครือข่ายสังคมในชุมชน 4 ตำบล อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี พบผลดังนี้

3.1 การมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคม วัฒนธรรมและเพื่อการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้คงอยู่พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมทำบุญตามเทศกาลประจำหมู่บ้านได้ค่าเฉลี่ย 5.52 กิจกรรม

ประเพณีลอยกระทง ทำบุญประจำหมู่บ้าน ได้ค่าเฉลี่ย 5.51 กิจกรรมทางวัฒนธรรมประจำหมู่บ้านได้ค่าเฉลี่ย 5.48 แต่กลับพบว่า การมีส่วนร่วมประกอบพิธีกรรม ความเชื่อของชาวนาเกลือและชาวนาข้าว และการมีส่วนร่วมสร้างผลิตภัณฑ์ เอกลักษณ์ของหมู่บ้านนาเกลือ นาข้าว มีค่าเฉลี่ย 4.80 ซึ่งสะท้อนว่า ประชาชนให้ความสำคัญกับการประกอบกิจกรรมตามประเพณี วัฒนธรรมในพื้นที่ และให้น้ำหนักของการใช้ประโยชน์จากพื้นที่เป็นรอง ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับการมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรมและเพื่อการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่

ข้อ	การมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรมและเพื่อการรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่	Mean	S.D.	ระดับ
1	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาหมู่บ้าน	5.39	0.79	มากที่สุด
2	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมประจำหมู่บ้าน	5.48	0.68	มากที่สุด
3	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมวันสำคัญทางศาสนา	5.49	0.69	มากที่สุด
4	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทำบุญตามเทศกาลประจำหมู่บ้าน	5.52	0.70	มากที่สุด
5	การมีส่วนร่วมในกิจกรรมประเพณีลอยกระทง ทำบุญประจำหมู่บ้าน	5.51	0.67	มากที่สุด
6	การมีส่วนร่วมประกอบพิธีกรรม ความเชื่อของชาวนาเกลือและชาวนาข้าว	4.80	1.19	มาก
7	การมีส่วนร่วมแต่งกายตามอัตลักษณ์ของกลุ่ม ทิม และวิถีอีสาน	5.11	0.95	มาก
8	การมีส่วนร่วมเป็นผู้ดำเนินกิจกรรม ประกอบพิธีกรรมในประเพณี ประจำหมู่บ้าน	5.13	1.05	มาก
9	การมีส่วนร่วมอนุรักษ์วัฒนธรรมการใช้ภาษา อาหารประจำพื้นเมือง	5.01	1.07	มาก
10	การมีส่วนร่วมสร้างผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ของหมู่บ้านนาเกลือ นาข้าว	4.80	1.20	มาก
รวม		5.22	0.56	มากที่สุด

3.2 การน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในระดับครอบครัวในด้านการออมทรัพย์ และการทำอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ของครอบครัวพบว่า การน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในระดับครอบครัวในด้านการออมทรัพย์และการทำอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ของครอบครัวมากที่สุด ลักษณะของการรู้จักมัธยัสถ์ใช้เงินอย่างมีคุณค่าได้

ค่าเฉลี่ย 5.25 และการประหยัดใช้สิ่งของในครัวเรือน ได้ค่าเฉลี่ย 5.21 แต่กลับมองว่าการไปทำงานชั่วคราว นอกฤดูกาลอาชีพหลักของครอบครัว และการลดละเลิกอบายมุขได้ค่าเฉลี่ย 4.99 และ 4.93 ตามลำดับนั้น ไม่ให้ความสำคัญในการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไปใช้ในชีวิตประจำวันของตนเอง ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ระดับการน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในระดับครอบครัวในด้านการออมทรัพย์ และการทำอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ของครอบครัว

การน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในระดับครอบครัว ในด้านการออมทรัพย์และการทำอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ของครอบครัว	Mean	S.D.	ระดับ
1 การวางแผนใช้จ่ายแต่ละเดือนของสมาชิกในครอบครัว	5.19	0.81	มาก
2 การประหยัดใช้สิ่งของในครัวเรือน	5.21	0.83	มากที่สุด
3 การรู้จักมัธยัสถ์ใช้เงินอย่างมีคุณค่า	5.25	0.81	มากที่สุด
4 การลด ละ เลิกอบายมุข	4.93	1.31	มาก
5 การออมเงินด้วยการฝากสหกรณ์ออมทรัพย์ กองทุนหมู่บ้าน ธนาคาร	5.16	0.94	มาก
6 การรับงานเสริมมาทำที่บ้าน	5.07	0.94	มาก
7 การรวมกลุ่มอาชีพกับสมาชิกผลิตสินค้าขายในหมู่บ้าน	5.01	1.01	มาก
8 การรวมกลุ่มอาชีพผลิตสินค้าส่งออกขายนอกหมู่บ้าน	5.06	1.01	มาก
9 การไปทำงานชั่วคราวนอกฤดูกาลอาชีพหลักของครอบครัว	4.99	1.04	มาก
10 การสมัครทำงานนอกเวลาของหน่วยงานรัฐในหมู่บ้าน	5.05	1.01	มาก
รวม	5.09	0.68	มาก

3.3 ระดับวิถีพอเพียง ด้านสังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจ จิตใจ พบว่า ประชาชนใน 4 ตำบลที่ได้รับผลกระทบจากนาเกลือและนาข้าว อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี มีการปฏิบัติมากที่สุดในเรื่องการร่วมงานวัฒนธรรม ประเพณีของหมู่บ้าน การร่วมกันให้หมู่บ้านปลอดอบายมุข การดำรงตนเป็นผู้ยึดมั่น

ในหลักประชาธิปไตย ได้ค่าเฉลี่ย 5.42 การมีส่วนร่วมเป็นผู้ทำข้อตกลงประชาคมของหมู่บ้าน ได้ค่าเฉลี่ย 5.41 แต่กลับพบว่า การรวมกลุ่มพัฒนาอาชีพ เป็นวิสาหกิจชุมชนและการจัดทำบัญชีครัวเรือนมีการปฏิบัติน้อยที่สุด ได้ค่าเฉลี่ย 5.07 และ 4.90 ตามลำดับ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ระดับวิถีพอเพียงด้านสังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจ จิตใจ

วิถีพอเพียงด้านสังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจ จิตใจ	Mean	S.D.	ระดับ
1 ความสามัคคีร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มอาชีพ กลุ่มกองทุนหมู่บ้าน	5.29	0.83	มากที่สุด
2 การมีส่วนร่วมเป็นผู้ทำข้อตกลงประชาคมของหมู่บ้าน	5.41	0.76	มากที่สุด
3 การร่วมงานวัฒนธรรม ประเพณีของหมู่บ้าน	5.42	0.76	มากที่สุด
4 การดำรงตนเป็นผู้ยึดมั่นในหลักประชาธิปไตย	5.42	0.79	มากที่สุด
5 การร่วมกันให้หมู่บ้านปลอดอบายมุข	5.42	0.77	มากที่สุด
6 การลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นในชีวิตประจำวัน	5.13	0.89	มาก
7 การจัดทำบัญชีครัวเรือน	4.90	1.25	มาก
8 การสร้างรายได้เสริมเพิ่มรายได้หลักในครอบครัว	5.25	0.85	มากที่สุด
9 การรวมกลุ่มพัฒนาอาชีพเป็นวิสาหกิจชุมชน	5.07	0.95	มาก
10 การออมเงิน ประหยัดมัธยัสถ์ในการใช้จ่ายเงิน	5.10	0.98	มาก
11 การดำรงชีพด้วยการยึดมั่นในศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม	5.18	0.87	มาก
12 การทำบุญหมู่บ้าน	5.28	0.84	มากที่สุด
13 การช่วยเหลือบริจาคทรัพย์ สิ่งของให้แก่คนที่ยากจน	5.19	0.96	มาก
14 ความรักความผูกพันในครอบครัว	5.20	0.97	มากที่สุด
15 ความพึงพอใจในการดำรงชีวิตร่วมกันในหมู่บ้าน	5.15	1.02	มาก
รวม	5.23	0.60	มากที่สุด

3.4 วิธีพอเพียงด้านความประหยัดมัธยัสถ์ การลดรายจ่าย การเพิ่มรายได้พบว่า ประชาชนมีการปฏิบัติมากที่สุดในเรื่องการมีเงินออมในธนาคาร ได้ค่าเฉลี่ย 5.38 รองลงมาคือ การปลูกผักสวนครัว รั้วกินได้ไว้ในพื้นที่บริเวณบ้าน การมีเงินออมไว้ในกองทุน หรือกลุ่มออมทรัพย์ การลดอบายมุข (กิน

ให้น้อยลง หรือเกี่ยวข้องให้น้อยลง) ได้ค่าเฉลี่ย 5.34 และ 5.33 ตามลำดับ แต่กลับพบว่า การเพิ่มพื้นที่ ขยาย หรือเพิ่มจำนวนผลผลิตจากอาชีพเดิม เพื่อสร้างรายได้ และการเลิกอบายมุขมีการปฏิบัติ น้อยที่สุดได้ค่าเฉลี่ย 5.03 และ 4.93 ตามลำดับ ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ระดับวิธีพอเพียงด้านความประหยัดมัธยัสถ์ การลดรายจ่าย การเพิ่มรายได้

ระดับวิธีพอเพียงด้านความประหยัดมัธยัสถ์ การลดรายจ่าย การเพิ่มรายได้	Mean	S.D.	ระดับ
1 การใช้จ่ายไม่ฟุ่มเฟือยทั้งตนเองและครอบครัว	5.26	0.87	มากที่สุด
2 การมีเงินออมไว้ในกองทุน หรือกลุ่มออมทรัพย์	5.33	0.75	มากที่สุด
3 การมีเงินออมในธนาคาร	5.38	0.79	มากที่สุด
4 การมีประกันชีวิตไว้กับบริษัทเอกชน	5.22	0.88	มากที่สุด
5 การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย	5.14	1.15	มาก
6 การปลูกผักสวนครัวรั้วกินได้ไว้ในพื้นที่บริเวณบ้าน	5.34	0.85	มากที่สุด
7 การลดอบายมุข (กินให้น้อยลง หรือเกี่ยวข้องให้น้อยลง)	5.33	0.76	มากที่สุด
8 การละอบายมุข (ละการเกี่ยวข้องอบายมุข เช่น เข้าพรรษา ทุกวันพระ)	5.28	0.84	มากที่สุด
9 การเลิกอบายมุข	4.93	1.34	มาก
10 การซื้อสิ่งของใช้เท่าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ	5.25	0.95	มากที่สุด
11 การประกอบอาชีพที่สุจริตเพิ่มขึ้นเป็นอาชีพที่สอง	5.30	0.79	มากที่สุด
12 การผลิตสินค้าส่งให้ร้านหรือตัวแทน	5.20	0.82	มากที่สุด
13 การรวมกลุ่มกับเพื่อนบ้านสร้างอาชีพหารายได้เพิ่ม	5.26	0.83	มากที่สุด
14 การเพิ่มพื้นที่ ขยายหรือเพิ่มจำนวนผลผลิตจากอาชีพเดิมเพื่อสร้างรายได้	5.03	1.09	มาก
15 การเดินทางไปรับจ้างทั่วไปทั้งในและนอกหมู่บ้าน	5.08	0.96	มาก
รวม	5.22	0.55	มากที่สุด

4. การเปรียบเทียบความแตกต่าง 5 ตัวแปรอิสระกับปัจจัยด้านอาชีพพบว่า ผลการทดสอบความแตกต่างพบผลดังนี้

4.1 พลังชุมชนใน 4 ตำบลผลกระทบนาเกลือ และนาข้าวมีความแตกต่างกันด้านอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ ประชาชนที่มีอาชีพทำนาและเกษตรกรทั่วไป มีพลังชุมชนมากกว่าอาชีพค้าขาย

4.2 ศักยภาพชุมชนที่สะท้อนถึงความเข้มแข็งของชุมชนมีความแตกต่างกันด้านอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

ประชาชนที่มีอาชีพทำนามีศักยภาพชุมชนมากกว่า ผู้ที่มีอาชีพค้าขาย

4.3 การมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคม วัฒนธรรมมีความแตกต่างกันด้านอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ ประชาชนที่มีอาชีพทำนามีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคม วัฒนธรรมน้อยกว่าผู้ประกอบการอาชีพค้าขาย

4.4 การน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในชีวิตประจำวันมีความแตกต่างกันด้านอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ ประชาชนที่มีอาชีพข้าราชการมีการน้อมนำหลัก

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในชีวิตประจำวัน
มากกว่าผู้ประกอบการอาชีพค้าขาย

4.5 การปฏิบัติแบบวิถี-วิธีพอเพียงมีความ
แตกต่างกันด้านอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ ประชาชนที่มีอาชีพทำนา
มีการปฏิบัติแบบวิถี-วิธีพอเพียงมากกว่าผู้ประกอบการ
อาชีพรับจ้างทั่วไป โดยมีการวิเคราะห์ความแตกต่าง
5 ตัวแปรอิสระ จำแนกตามอาชีพ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบความแตกต่าง 5 ตัวแปรอิสระจำแนกตามอาชีพ

การเปรียบเทียบความแตกต่าง	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
พลังชุมชนใน 4 ตำบล ผลกระทบนาเกลือ และนาข้าว	ระหว่างกลุ่ม	9.036	5	1.807	5.338	0.000*
	ภายในกลุ่ม	133.387	394	0.339		
	รวม	142.423	399			
ศักยภาพชุมชนที่สะท้อนถึงความเข้มแข็ง ของชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	8.251	5	1.650	4.419	0.001*
	ภายในกลุ่ม	147.144	394	0.373		
	รวม	155.395	399			
การมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคมวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	6.988	5	1.398	4.631	0.000*
	ภายในกลุ่ม	118.890	394	0.302		
	รวม	125.878	399			
การน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ไปใช้ในชีวิตประจำวัน	ระหว่างกลุ่ม	5.236	5	1.047	2.297	0.045*
	ภายในกลุ่ม	179.572	394	0.456		
	รวม	184.808	399			
การปฏิบัติแบบวิถี-วิธีพอเพียง	ระหว่างกลุ่ม	8.267	5	1.653	6.450	0.000*
	ภายในกลุ่ม	101.006	394	0.256		
	รวม	109.273	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

ประชาชนใน 4 ตำบล ในพื้นที่ผลกระทบนาเกลือ
และนาข้าว โดยมีตำบลโพธิ์สูง ตำบลนาคำ ตำบลบ้านดุง
และตำบลศรีสุทโธ ที่ประชาชนมีพลังชุมชนในการ
พัฒนาชุมชนที่สะท้อนถึงความมีเหตุผลในการดำรง
ชีวิตต้องรู้จักเคารพกติกาของชุมชน การมีส่วนร่วม
ในการทำงานพัฒนา งานจิตอาสา การบุญกุศล ทุกคน
ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมใจกันทุกงานประจำหมู่บ้าน รวมถึง
การมีระบบการสื่อสารที่ดีของทุกคนผ่านการจัดทำ
เวทีประชาคมหมู่บ้าน พร้อมกับการเปิดโอกาสให้
ประชาชนตัดสินใจในการกำหนด ทิศทางการพัฒนา
หมู่บ้านอย่างเป็นประชาธิปไตย นับเป็นพลังชุมชน

ในมิติงานเชิงสังคมพัฒนา วัฒนธรรม และการปกครอง
จนสร้างศักยภาพชุมชนที่สะท้อนถึงความเข้มแข็งของ
ชุมชน ได้แก่ การพึ่งตนเองได้ ชุมชนเกื้อกูลกัน และ
การมีส่วนร่วมของชุมชนมีระดับศักยภาพมากที่สุด
ครอบคลุมส่วนใหญ่ในหมู่บ้านมีการประกอบอาชีพ
เกษตรทฤษฎีใหม่ของในหลวงรัชกาลที่ 9 และสมาชิก
ในครอบครัวมีส่วนร่วมในกิจกรรมของหมู่บ้านเสมอ
การมีส่วนร่วมเป็นผู้ทำข้อตกลงประชาคมของหมู่บ้าน
การมีเงินออมในธนาคาร การปลูกผักสวนครัวรั้วกิน
ได้ไว้ในพื้นที่บริเวณบ้าน การมีเงินออมไว้ในกองทุน
หรือกลุ่มออมทรัพย์ และการลดอบายมุขมีค่าเฉลี่ย
สูงสุดชี้ให้เห็นว่าประชาชนในพื้นที่ 4 ตำบล ผู้ที่ได้รับ

ผลกระทบ นาเกลือและนาข้าวมีการยึดมั่นในการประกอบอาชีพเกษตรทฤษฎีใหม่และหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวงรัชกาลที่ 9 (Chaipattana Foundation, 2014) ในระดับบุคคลด้วยการประหยัดทั้งเงินและสิ่งของ รู้จักเก็บออมเงินในธนาคาร และยึดหลักประชาธิปไตยในชีวิตประจำวัน เมื่อยกระดับการมีส่วนร่วมกิจกรรมของชุมชนประชาชนนิยมเข้าร่วมกิจกรรมวัฒนธรรมประเพณีทางศาสนาที่ชุมชนจัดกิจกรรมมากที่สุด ในการวิจัยกลับพบว่า ชุมชน หมู่บ้านมีภาคี เครือข่าย องค์กรในการพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งคำสัมภาษณ์ที่ตรงกันว่า “ตอนนี้ชุมชนมีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายน้อยและมีความขัดแย้งกัน ขาดผู้นำในการมาทำงานให้ชุมชน” (Khantikul, 2020) การมีส่วนร่วมประกอบพิธีกรรม ความเชื่อของชาวนาเกลือและชาวนาข้าว รวมถึงการมีส่วนร่วมสร้างผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ของหมู่บ้านนาเกลือและนาข้าว คนยังปฏิบัติน้อยมากเรื่อง ลด ละ เลิกอบายมุขในชุมชนท้องถิ่น การรวมกลุ่มพัฒนาอาชีพเป็นวิสาหกิจชุมชน การจัดทำบัญชีครัวเรือน รวมถึงการเพิ่มพื้นที่ ขยายหรือเพิ่มจำนวนผลผลิตจากอาชีพเดิมเพื่อสร้างรายได้ และการเลิกอบายมุข มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อย่างไรก็ตามผลการวิจัยของประชาชน 5 จังหวัดภาคอีสานตอนบน 1 โดยชี้ว่า ประชาชนมีวิถีพอเพียงที่ประชาชนยึดมั่นมากที่สุดคือ ด้านสังคมวัฒนธรรม ด้านจิตใจ และด้านความพึงพอใจต่อครอบครัว ภายใต้การกำหนดวิถีพอเพียงของประชาชนที่ชีวิตมากที่สุดคือ ด้านการลดรายจ่าย ด้านความประหยัดมัธยัสถ์ และด้านการเอื้ออารีต่อกัน แต่มักจะพบว่า วิถีความพอเพียงที่กำหนดให้มีการจัดทำบัญชีครัวเรือนจะมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเมื่อถูกวัดระดับความพอเพียง ซึ่งประชาชนในพื้นที่ 5 จังหวัดภาคอีสานตอนบน 1 มีเรื่องการทำบัญชีครัวเรือน การเก็บออมเงินไว้สำหรับอนาคตของตนเองมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด นอกจากนี้แนวทางสร้างเอกลักษณ์วิถี-วิถีบ้านดุงจากพื้นที่ร่วมพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งประชาชนมี

1 ใน 5 แนวทางที่สำคัญถูกกล่าวถึงว่า ให้ทุกคนครอบครัวยึดมั่นในหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจึงจะรอดพ้นจากความทุกข์ยากได้ (Khantikul, 2020) ซึ่งมีงานวิจัยได้เสนอโมเดลชาวบ้าน “พาข้าวอีกแพง-สบายดีอีสาน” ซึ่งมีงานวิจัยที่กล่าวถึง “อีกแพงแบ่งปัน” “ตมพอเพียง” ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยแนวทางสร้างความสุขในการดำรงชีวิตอย่างมีความสุขตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 ที่หนุนส่งคนอีสานก้าวพ้นจากความยากจนสู่ “ระดับความพอเพียง: สบายดีอีสาน” ได้แก่ 1) “ทำมาหากิน 1 สู้ทำก่อนจึงสอน 1 ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” 2) ผู้นำทำก่อนจึงทำตามสู่เชื่อมั่นคนทำที่สำเร็จ และ 3) วิถี-วิถีพอเพียง (Phukamchanoad, 2017)

สรุปผล

ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ผลกระทบนาเกลือและนาข้าวใน 4 ตำบล ได้แก่ ตำบลบ้านดุง ตำบลโพนสูง ตำบลศรีสุทโธ และตำบล นาคำ อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ส่วนใหญ่มีทัศนคติในการมีเหตุผลต่อการดำรงชีวิตต้องรู้จักเคารพกติกาของชุมชน ผู้คนมีจิตอาสา การดำรงตนเป็นผู้ยึดมั่นในหลักประชาธิปไตย การมีส่วนร่วมเป็นผู้ทำข้อตกลงประชาคมของหมู่บ้าน จิตใจที่มุ่งเน้นความมีบุญกุศล มีระบบการสื่อสารที่ดีต่อกันและกันในหมู่บ้าน มีการประกอบอาชีพที่อยู่บนพื้นฐานของเกษตรทฤษฎีใหม่ของในหลวงรัชกาลที่ 9 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการรู้จักมัธยัสถ์ ใช้เงินอย่างมีคุณค่า และการประหยัด ใช้สิ่งของในครัวเรือน การมีเงินออมในธนาคาร การปลูกผักสวนครัวรั้วกินได้ไว้ในพื้นที่บริเวณบ้าน การมีเงินออมไว้ในกองทุน หรือกลุ่มออมทรัพย์ และการลดอบายมุขนอกจากนั้นประชาชนให้ความสำคัญกับกิจกรรมส่วนรวม โดยเฉพาะในเรื่องกิจกรรมทำบุญตามเทศกาลประจําหมู่บ้านมากที่สุด ซึ่งปัจจัยด้านอาชีพและอายุมีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนที่สะท้อนพลังชุมชนในพื้นที่อย่างสูง แต่ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มี 8

ตัวชี้วัด ได้แก่ 1) ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน “รู้จัก สามัคคี” เป็นความรู้สึกร่วมในความเป็นชุมชน 2) ชุมชน หมู่บ้านมีภาคี เครือข่าย องค์การในการพัฒนาท้องถิ่น อย่างชัดเจน 3) การมีส่วนร่วมสร้างผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ ของหมู่บ้านนาเกลือและนาข้าว 4) การลด ละ เลิก อบายมุข 5) การรวมกลุ่มพัฒนาอาชีพเป็นวิสาหกิจ ชุมชน 6) การจัดทำบัญชีครัวเรือน 7) การเพิ่มพื้นที่ ขยาย หรือเพิ่มจำนวนผลผลิตจากอาชีพเดิมเพื่อสร้าง รายได้ และ 8) การเลิกอบายมุข

References

- Barnes, M., Rodger, R., & Whyte, C. (1997). *Empowerment through community development in recreation and leisure*. ADP. <http://www.adp.lin.ca/resource/html/Vol24/v24n1a7.htm>
- Chaipattana Foundation. (2007). *Sufficiency economy and the new theory*. Amarin Printing & Publishing. [in Thai]
- Chaipattana Foundation. (2014). *Sufficiency economy and the new theory*. Amarin Printing & Publishing. [in Thai]
- Chantarasorn, W. (2011). *Public sector management according to the philosophy of sufficiency economy*. Suan Sunandha Rajabhat University. [in Thai]
- Cohen, J., & Uphoff, N. (1977). *Rural development participation: Concept and measures for project design implementation and evaluation*. Rural Development Committee Center for International Studies, Cornell University.
- Cohen, J., & Uphoff, N. (1980). Participation's place in rural development: Seeking clarity through specificity. *World Development*, (8), 213-235.
- Erwin, W. (1976). *Participation management: Concept, theory and implementation*. Georgia State University.
- Gibson, J. M. (1991). A concept analysis of empowerment. *Journal of Advanced Nursing*, 16 (March), 354-361.
- Hanrungrachothon, U. (2008). Community empowerment. *Journal of Nursing Science Naresuan University Year 2 (Special Edition)*, 2, 1-5. [in Thai]
- Kaewthep, K. (1995). *A tool for working in community culture*. The Catholic Council of Thailand for Development. [in Thai]
- Khantikul, S. (2020, December 18). Interviewed by P. Phukamchanoat [Tape recording]. Ban Dung District, Udon Thani Province. [in Thai]
- Kokphol, O. (2009). *Kuk-Kid, handbook of public participation for local administrators*. Charansanitwong Printing. [in Thai]
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2001). *Ninth national economic and social development plan (2002-2006)*. Teachers Council of Thailand Ladprao. [in Thai]
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2007). *Philosophy of sufficiency economy*. 21 Century. [in Thai]

- Patanaponasa, N. (1990). *Guidelines for public participation in development*. Office of the National Research Council of Thailand. [in Thai]
- Perkins, D. D., & Zimmerman, M. A. (1995). Empowerment theory, research, and application. *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 569-579.
- Phukamchanoad, P. (2009). *The participation of community committee in sub-community development in Dusit District, Bangkok*. Suan Sunandha Rajabhat University. [in Thai]
- Phukamchanoad, P. (2016). *The model of human capital development for progressing from poverty to “The level of sufficiency: Happy E-san” under the sufficiency economy philosophy: A case study of the upper north eastern region 1 local residents*. Suan Sunandha Rajabhat University. [in Thai]
- Phukamchanoad, P. (2017). *Social development of happiness based on philosophy of sufficiency economy affected to paddy field and rock salt field with participation of the Baan Dung District, Udon Thani Province, Thailand*. Suan Sunandha Rajabhat University. [in Thai]
- Prueksununt, P., Supamongpichate, R., & Buawatana, M. (2003). *Participatory learning process of community in livable city development. Pranburi Municipality Prachuap Khiri Khan Province*. Health Center 4 Ratchaburi. [in Thai]
- Reeder, W. W. (1974). *Some aspects of the informal social participation of focus families in New York State* [Unpublished doctoral dissertation]. Cornell University.
- Rerkrai, D. (1981). *Rural development: Social development principles and basic concepts*. Kasetsart University. [in Thai]
- Saphachokchai, O. (1995). *Creating the participation of people in community development*. Thailand Development Research Institute. [in Thai]
- Tantivejkul, S. (1998). Life in the Sufficiency Economy System according to the Royal Initiative. *Journal of Water, National Institute of Development Administration*, (Dec 1998-Jan 1999), 16. [in Thai]
- The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (1998). *Technical working group meeting on community learning centre Chiang Rai, Thailand*. UNESCO Principle Regional Office for Asia and the Pacific.
- Wuttimethee, Y. (1993). *Principles of community development and rural development*. Thai Aid. [in Thai]
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper.



Name and Surname: Phusit Phukamchanoad

Highest Education: Ph.D. (Public and Private Administration),
Department of Development Administration, Suan Sunandha
Rajabhat University

Affiliation: Suan Sunandha Rajabhat University

Field of Expertise: Social Development, Community
Development, Development Management, and Sufficiency
Economy

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร

MARKETING MIX FACTORS (7Ps) INFLUENCING DECISION TO USE SMOKING CESSATION COUNSELING SERVICE VIA DRUGSTORES IN BANGKOK METROPOLIS

ภาวศุทธิ ตรित्रอง¹ และปาลิดา ศรีสรณ์ภพ²

Phawasutthi Tritrong¹ and Palida Srisornkompon²

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

^{1,2}Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management

Received: March 22, 2022 / Revised: June 23, 2022 / Accepted: June 24, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษาวัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ ผู้สูบบุหรี่จำนวน 400 คน มีอายุ 25-59 ปี ที่สูบบุหรี่ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาและมีความคิดต้องการเลิกบุหรี่ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนในการเลือกเขตในกรุงเทพมหานคร จากนั้นใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน t-test ANOVA และการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (MRA) ด้วยวิธี Stepwise โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 35-44 ปี สถานภาพโสด อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และมีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร ($p < 0.05$) แตกต่างกัน และการทดสอบสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำนวน 4 ด้าน คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านสถานที่ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร ($p < 0.05$)

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดบริการ การตัดสินใจ ร้านขายยา เลิกบุหรี่

Abstract

This research was aimed to investigate (1) the personal factors that influenced the decision to use smoking cessation counseling service via drugstores in Bangkok Metropolis and (2) the marketing mix factors (7Ps) that influenced the decision to use smoking cessation

counseling service via drugstores in Bangkok Metropolis. The research sample consisted of 400 cigarette smokers, aged from 25 to 59 years who smoked in the past 12 months and intended to quit smoking. The multi-stage sampling method was used to select the districts in Bangkok Metropolis. Then the purposive selection method was used to select the members of research sample. Statistics used for data analysis were the mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient, t-test, ANOVA, and stepwise multiple regression analysis. The .05 significance level was determined for hypothesis testing. The research results showed that the majority of respondents were males, with 35-44 years of age, being single, being self-employed, with 20,001-30,000 baht monthly income, and with educational level of bachelor's degree or equivalent. Hypothesis results showed that the difference in personal factors, i.e. gender, occupation, and monthly income had different influences on the decision to use smoking cessation counseling service via drugstores in Bangkok Metropolis ($p < 0.05$). Also, results of multiple regression analysis of marketing mix factors (7Ps) showed that 4 marketing mix factors, i.e. the service provision process, the products, the physical environment, and the location influenced the decision to use smoking cessation counseling service via drugstores in Bangkok Metropolis ($p < 0.05$).

Keywords: Marketing Mix Factors (7Ps), Decision, Smoking Cessation, Drugstore

บทนำ

บุหรี่หรือยาสูบถือเป็นสิ่งเสพติดอย่างหนึ่งเนื่องจากมีสารนิโคตินที่มีผลทำให้ผู้สูบบุหรี่เกิดการเสพติดและในควันบุหรี่ยังประกอบด้วยสารพิษหลายชนิด ปัจจุบันประเทศไทยยังมียาสูบหรือบุหรี่จำนวนมาก จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติที่มีการสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของประชากรไทยปี พ.ศ. 2560 พบว่า อัตราการสูบบุหรี่ของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป มีจำนวน 10.7 ล้านคน แบ่งเป็นเพศชาย 10.1 ล้านคน และเพศหญิง 0.48 ล้านคน และคิดเป็นร้อยละ 19.1 เมื่อเทียบกับประชากรทั้งหมดในช่วงอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่มีจำนวน 55.9 ล้านคน (Social Statistics Division, National Statistical office, 2018) แต่อันตรายจากบุหรี่ไม่เพียงส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้ที่สูบบุหรี่เท่านั้นแต่ยังส่งผลกระทบต่อคนรอบข้างที่ได้รับควันบุหรี่เข้าสู่อวัยวะด้วย ซึ่งอันตรายจากการได้รับควันบุหรี่มือสองไม่แตกต่างกับการเป็นผู้สูบบุหรี่ จากการวิเคราะห์ข้อมูลของศูนย์วิจัยและจัดการความรู้

เพื่อการควบคุมยาสูบพบว่า มีจำนวนผู้ที่ได้รับควันบุหรี่มือสองภายในบ้านมากถึง 10,333,653 คน มาจากการที่มีครัวเรือนที่มีคนสูบบุหรี่จำนวน 4,962,045 ครัวเรือน (Hfocus team, 2020) ดังนั้นการรณรงค์ให้เลิกบุหรี่และตระหนักถึงโทษภัยของบุหรี่จึงยังมีความสำคัญ เพราะหากสามารถทำให้มีผู้เลิกบุหรี่ได้มากขึ้นเรื่อย ๆ จะช่วยให้สังคมมีผู้ได้รับผลกระทบจากบุหรี่ยาลดลงและมีสุขภาพที่ดีขึ้น จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า จำนวนผู้สูบบุหรี่เป็นประจำมีจำนวน 9.4 ล้านคน และมีเพียงจำนวน 1 ใน 5 ของผู้ที่สูบบุหรี่เป็นประจำเท่านั้นที่เคยพยายามเลิกสูบบุหรี่ คิดเป็นร้อยละ 20.3 และจากจำนวนของผู้ที่เคยพยายามเลิกสูบบุหรี่ แบ่งเป็นเคยพยายามเลิก 1-2 ครั้ง ร้อยละ 64 เคยพยายามเลิก 3-4 ครั้ง ร้อยละ 19.4 และเคยพยายามเลิกมากกว่า 4 ครั้ง ร้อยละ 16.6 (Social Statistics Division, National Statistical office, 2018) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การเลิกบุหรี่ต้องอาศัยความมุ่งมั่นตั้งใจและความเข้าใจต่อขั้นตอน

และวิธีการเลิกเพราะหากเป้าหมายและความตั้งใจต่อการเลิกไม่ชัดเจนอาจทำให้การเลิกบุหรี่ทำได้ไม่สำเร็จในผู้สูบบุหรี่บางราย ดังนั้นการทำให้ผู้สูบบุหรี่เข้าถึงช่องทางการให้คำปรึกษาการเลิกบุหรี่และได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง รวมถึงการวางแผนเลิกบุหรี่ที่ชัดเจนจะช่วยเพิ่มโอกาสให้สามารถเลิกบุหรี่ได้สำเร็จ เพราะการติดบุหรี่แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ (Vathesatogkit, 2017) คือ การติดทางจิตใจและการติดทางร่างกาย

1. การติดทางจิตใจ เกิดจากผู้สูบบุหรี่มีความเชื่อว่า บุหรี่สามารถช่วยผ่อนคลายความเครียด และเกิดจากการสูบบุหรี่เป็นประจำจนเคยชิน

2. การติดทางกาย เกิดจากการที่ผู้สูบบุหรี่ติดสารนิโคตินอยู่ในควันบุหรี่

จากสถิติพบว่า ผู้ที่พยายามเลิกบุหรี่ด้วยตนเอง ร้อยละ 90 ล้มเหลวในการเลิกบุหรี่และจะกลับไปสูบบุหรี่ใหม่ภายในระยะเวลา 1 สัปดาห์ สาเหตุเกิดจากอาการขาดนิโคติน (Vathesatogkit, 2017)

จากข้อมูลจำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ขย.1) ณ สิ้นปี พ.ศ. 2564 ในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนร้านขายยาทั้งสิ้น 3,447 ร้าน (Medicines Regulation Division, Food and Drug Administration, 2021) และข้อมูลจากเว็บไซต์สำนักงานรับรองร้านยาคุณภาพ เดือน เมษายน พ.ศ. 2564 พบว่ามีจำนวนร้านขายยาที่ได้รับการตรวจรับรองเป็นร้านยาคุณภาพในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 306 ร้าน (The Office of Community Pharmacy Accreditation, Thailand, 2021) ซึ่งการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่เป็นหนึ่งในบริการที่ร้านขายยาให้บริการกับผู้บริโภค และร้านขายยาทุกร้านที่มีเภสัชกรเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ (ขย.1) สามารถให้บริการคำปรึกษาเลิกบุหรี่ได้ แต่เนื่องจากการให้บริการคำปรึกษาเลิกบุหรี่จะต้องใช้เวลาในการให้คำแนะนำมากกว่าการให้บริการคำแนะนำอื่น ๆ และต้องมีระบบการติดตามผลอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้ที่ต้องการเลิกบุหรี่สามารถเลือกรับเข้ารับบริการในร้านยาคุณภาพได้

ผู้วิจัยเล็งเห็นโอกาสที่เภสัชกรร้านขายยาสามารถให้คำปรึกษาการเลิกบุหรี่ได้ ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยให้คนในสังคมมีสุขภาพที่ดีขึ้นแล้ว ยังจะช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างร้านขายยาและชุมชน ทำให้ร้านขายยาเป็นที่พึ่งให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน และยังสามารถช่วยให้ผู้ที่ต้องการเลิกบุหรี่มีทางเลือกในการเลิกบุหรี่และเข้าถึงสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ได้มากขึ้น รวมถึงทำให้เกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งถัดไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์และปรับปรุงรูปแบบการให้บริการคำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาให้ตรงกับความต้องการและเข้าถึงผู้ที่ต้องการเลิกบุหรี่ได้มากขึ้น เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจร้านขายยาต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

Nawarat Na Ayutthaya (2020) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง กระบวนการหรือเครื่องมือทางการตลาดที่จะช่วยให้กลยุทธ์ที่วางไว้สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง ซึ่งจะสร้างความแตกต่างของการบริการและทำให้บริษัทสามารถแข่งขันในตลาดได้ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบหลักดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ให้คุณค่าแก่ลูกค้าเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการจ่ายเงินเพื่อซื้อเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์และคุณค่าที่เฉพาะเจาะจงจากสินค้าหรือบริการ

2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัท และเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าและคุณภาพของบริการของลูกค้า

3. สถานที่ (Place) หมายถึง ช่องทางในการจัดจำหน่าย ต้องคำนึงถึงหลักสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ การเข้าถึงได้ (Accessibility) คือ ความง่ายและสะดวกใจในการซื้อหรือการรับบริการ และความพร้อมในการให้บริการได้ (Availability) คือ ความพร้อมที่จะให้บริการในสถานที่และเวลาที่ลูกค้าต้องการใช้บริการเสมอ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การสื่อสารทางการตลาดเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคได้ทราบ รวมถึงเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องมือในการสื่อสารการตลาดประกอบด้วย 6 รูปแบบ ดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) คือ การสื่อสารถึงผู้บริโภคโดยผ่านช่องทางที่ไม่ใช้บุคคล (Impersonal Communication) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าและบริการ และเห็นความแตกต่างจากคู่แข่ง

4.2 การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการกับผู้บริโภคผ่านทางพนักงานขาย ซึ่งมีความสำคัญและมีข้อดีกว่าการสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ เพราะเป็นการสร้างสัมพันธ์อันดีและสร้างความไว้วางใจระหว่างผู้บริการกับผู้บริโภค

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) จะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้บริโภค คนกลาง และพนักงานขาย ซึ่งวิธีการส่งเสริมการขายที่ใช้กับแต่ละกลุ่มเป้าหมายมีดังนี้

1) วิธีการส่งเสริมการขายที่ใช้สำหรับผู้บริโภค ได้แก่ การคืนเงิน (Cash Refund) การแจกสินค้าตัวอย่าง (Samples) เป็นต้น

2) วิธีการส่งเสริมการขายที่ใช้สำหรับคนกลาง ได้แก่ การให้ส่วนลด (Discount) สินค้าให้เปล่า (Free Goods) เป็นต้น

3) วิธีการส่งเสริมการขายที่ใช้สำหรับพนักงานขาย ได้แก่ การให้เงินพิเศษ (Bonus) การจัดแข่งขันพนักงานขายที่มีผลงานดีที่สุด (Contest for Best Performance)

4.4 การประชาสัมพันธ์ (Public Relations หรือ PR) คือ การทำให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจและรู้สึกดีกับบริษัทหรือองค์กร ผ่านการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีอย่างต่อเนื่อง ผ่านทางเครื่องมือต่าง ๆ ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์ บทความ รายงานประจำปี เป็นต้น

4.5 การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) สามารถทำให้เกิดการเผยแพร่ข้อมูลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และบริการจะทำให้เกิดการสื่อสารเชิงบวก แต่หากผู้บริโภคไม่พึงพอใจในผลิตภัณฑ์และบริการก็จะทำให้เกิดการสื่อสารเชิงลบ

4.6 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการสื่อสารไปยังผู้บริโภครายบุคคล ซึ่งวิธีการสื่อสารจะปรับเปลี่ยนไปตามพัฒนาการทางเทคโนโลยี ได้แก่ การโทรศัพท์ การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การโฆษณาทางไปรษณีย์ การขายตรง เป็นต้น

5. บุคลากร (People) หมายถึง บุคคลที่มีส่วนร่วมในการนำเสนอบริการและมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค ประกอบด้วย พนักงานของกิจการ ลูกค้าที่ใช้บริการ ลูกค้าคนอื่นที่เกี่ยวข้องกับบริการนั้น ๆ เป็นต้น

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง วิธีการหรือขั้นตอนในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้กับลูกค้าที่มีกำหนดเวลาในการปฏิบัติ เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

7. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าสามารถมองเห็นหรือรับรู้ได้ว่าเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่ใช้แสดงถึงคุณภาพของการให้บริการ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

7.1 ภูมิทัศน์บริการ (Servicescape) คือ สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ให้บริการลูกค้า เช่น ลักษณะอาคาร ป้ายชื่อร้าน เพอร์นิเจอร์ตกแต่งอาหาร อุปกรณ์สำหรับให้บริการ เป็นต้น

7.2 สิ่งจับต้องได้อื่น ๆ (Tangibles) คือ สิ่งที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าที่สามารถจับต้องได้ เช่น เอกสารแผ่นพับ ใบเสร็จรับเงิน เครื่องแบบพนักงาน นามบัตร เป็นต้น

Islam (2018) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังในบริการของผู้ป่วยสามารถนำไปออกแบบโปรแกรมการตลาดบริการอย่างรอบคอบโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ สถานที่ โปรโมชัน ราคา บุคลากร ปัจจัยด้านกายภาพ และกระบวนการ จากนั้น Hindi et al. (2019) พบว่า การใช้ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps เป็นสิ่งที่เน้นในร้านขายยาชุมชนที่มีพนักงานมีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีห้องให้คำปรึกษาที่มีคุณภาพและมีระบบการจัดเก็บข้อมูลผู้ป่วยที่ดีจะส่งผลเชิงบวกในการมุ่งใจให้ผู้ป่วยใช้บริการร้านขายยาในการติดตามรักษาโรคเรื้อรังได้ และเป็นโอกาสที่ร้านขายยาจะช่วยลดภาระงานของแพทย์แต่จะต้องมีระบบรองรับที่ดี และต่อมา Setyowati et al. (2020) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ตั้ง การส่งเสริมการตลาด บุคลากร และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์และการเลือกโรงพยาบาลของผู้ป่วย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

Kotler และ Keller (2012) ได้อธิบายว่า จุดเริ่มต้นของการเข้าใจพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค คือ แบบจำลองสิ่งกระตุ้นและการตอบสนอง (Stimulus-response Model) โดยพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภคจะเกิดจากการมีสิ่งกระตุ้นทั้งในด้านการตลาดและด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ประกอบด้วยคุณลักษณะและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อที่จะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ โดย

พฤติกรรมซื้อประกอบด้วย 4 ส่วนสำคัญ ดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการขาย และ สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ได้แก่ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง วัฒนธรรม สิ่งกระตุ้นเหล่านี้จะส่งผลให้เกิดความต้องการในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค

2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค (Consumer's Consciousness) ได้รับอิทธิพลมาจาก 2 ส่วน คือ จิตวิทยาของผู้บริโภค ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ การจดจำ และลักษณะของผู้บริโภค ได้แก่ วัฒนธรรม สังคม ลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งทั้ง 2 ส่วนนี้จะส่งผลให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

3. กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เมื่อมีสิ่งกระตุ้นและผู้บริโภคเกิดความรู้สึกนึกคิดที่ต้องการซื้อ ก็จะเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decisions) ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อจากประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

4.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) คือ การเลือกประเภทของสินค้าและบริการที่ต้องการ

4.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) คือ การเลือกยี่ห้อสินค้าประเภทนั้น ๆ

4.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) คือ การเลือกที่จะซื้อสินค้าจากผู้ขายรายใด เช่น ร้านใกล้บ้าน ร้านใกล้ที่ทำงาน

4.4 เวลาในการซื้อ (Purchase Timing) คือ เวลาที่ซื้อสินค้าอยู่ในช่วงเวลาใด เช่น เช้า กลางวัน เย็น หรือวันหยุด วันทำงาน เป็นต้น

4.5 ปริมาณการซื้อ (Purchase Amount) คือ จำนวนที่ซื้อในแต่ละครั้ง หรือจำนวนครั้งที่ทำการซื้อบ่อยแค่ไหน

4.6 วิธีการชำระเงิน (Payment Method) คือ วิธีการจ่ายเงินในการซื้อครั้งนั้น ๆ เช่น เงินสด บัตรเครดิต โอนเงิน เป็นต้น

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรอายุ 25-59 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่สูบบุหรี่ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาและมีความคิดต้องการเลิกสูบบุหรี่ แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้การคำนวณตามสูตรไม่ทราบจำนวนประชากรของคอคแรน (Cochran, 1977 อ้างถึงใน Kaiwan, 2019) ซึ่งจะได้จำนวนตัวอย่างที่ต้องทำการเก็บข้อมูลเท่ากับ 384.16 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และเพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร เท่ากับ 400 ตัวอย่าง ซึ่งมากกว่าจำนวนประชากรขั้นต่ำที่ยอมรับได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) แบบคำถามปลายปิด โดยมีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1. การตรวจสอบค่าความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยการนำเสนอแบบสอบถามให้กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นนำมาคำนวณหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC) (Chaichanawirrote & Vantum, 2017) โดยการตรวจสอบค่า IOC ของแบบสอบถามงานวิจัยนี้มีค่าเท่ากับ 0.9731

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทดสอบโดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) (Kaiwan, 2019) สำหรับแบบสอบถามงานวิจัยชุดนี้ มีค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.972

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยทำการสุ่มจับฉลากเลือกกลุ่มเขตในกรุงเทพมหานครจาก 6 กลุ่ม ให้เหลือ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเขตกรุงเทพเหนือ กลุ่มเขตกรุงเทพใต้ กลุ่มเขตกรุงเทพตะวันออก และกลุ่มเขตกรุงเทพกลาง (Strategy and Evaluation Department, 2013)

2. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยทำการสุ่มจับฉลากเลือกเขตที่เป็นตัวแทนจาก 4 กลุ่มเขต ได้แก่ เขตลาดกระบัง เขตบางเขน เขตสาทร และเขตห้วยขวาง โดยจะดำเนินการเก็บตัวอย่างจากทั้ง 4 เขต ตามสัดส่วนประชากรจริงในแต่ละเขต (Administrative Strategy Division, 2019) โดยคำนวณกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตได้ดังนี้

2.1 เขตลาดกระบัง จำนวน 137 คน

2.2 เขตบางเขน จำนวน 146 คน

2.3 เขตสาทร จำนวน 52 คน

2.4 เขตห้วยขวาง จำนวน 65 คน

รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

3. ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) ในการเก็บข้อมูลเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างให้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยการแจกแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ โดยในแบบสอบถามจะมีคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 ข้อ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องตอบ ใช่ ทั้ง 2 ข้อ คือ เป็นผู้ที่สูบบุหรี่ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาและมีความคิดที่ต้องการจะเลิกบุหรี่ โดยแจกแบบสอบถามบริเวณร้านขายยา บริเวณที่สูบบุหรี่ (Smoking Area) สำนักงานตลาด जनครบจำนวน 400 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สถิติ การทดสอบ Independent Sample t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) การหาค่าสัมประสิทธิ์เพียร์สัน (Pearson Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 58.5 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 41.5 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 35-44 ปี ร้อยละ 44.0 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 46.25 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 29.75 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 39.75 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 50.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	3.92	0.58	สำคัญมาก
2. ด้านราคา (Price)	3.64	0.60	สำคัญมาก
3. ด้านสถานที่ (Place)	3.65	0.59	สำคัญมาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.67	0.56	สำคัญมาก
5. ด้านบุคลากร (People)	3.50	0.55	สำคัญมาก
6. ด้านกระบวนการ (Process)	3.73	0.50	สำคัญมาก
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	3.65	0.54	สำคัญมาก
เฉลี่ย	3.68	0.42	สำคัญมาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) โดยภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่า $\bar{X} = 3.68$ และ มีค่า S.D. = 0.42

เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านของส่วนประสม

ทางการตลาด (7Ps) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญมากในทุกด้าน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านจะตัดสินใจเลือกใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรผ่านร้านขายยาเมื่อต้องการเลิกสูบบุหรี่ ถ้าหากท่านทราบว่าร้านยามีบริการนี้	3.87	0.75	สำคัญมาก
2. ท่านจะตัดสินใจเลือกใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรกับร้านขายยาที่มีเภสัชกรประจำร้านคอยให้บริการตลอดเวลาเปิดทำการ	3.93	0.77	สำคัญมาก
3. ท่านจะตัดสินใจเลือกใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรกับร้านขายยาที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	3.81	0.80	สำคัญมาก
4. ท่านจะตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรหลังเลิกงานหรือวันหยุด	3.93	0.74	สำคัญมาก
5. ท่านจะตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรที่มีการนัดติดตามผลทุกเดือน	3.84	0.74	สำคัญมาก
6. ท่านจะตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรที่สามารถเลือกวิธีการชำระเงินได้	3.66	0.80	สำคัญมาก
เฉลี่ย	3.84	0.53	สำคัญมาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมากโดยมีค่า $\bar{x} = 3.84$ และ S.D. = 0.53 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับสำคัญมากทุกข้อ

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคล

สมมติฐาน 1 เพศที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบด้วยสถิติ t-test Independent พบว่า ค่า significance มีค่าเท่ากับ 0.008 ($p < 0.05$) แสดงว่า เพศที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ซึ่ง

สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยเพศชายมีค่า $\bar{x} = 3.78$ และเพศหญิงมีค่า $\bar{x} = 3.92$ แสดงว่าเพศหญิงมีแนวโน้มในการเลือกใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรมากกว่าเพศชาย

สมมติฐาน 2 อายุที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบด้วยสถิติ One Way ANOVA พบว่า ค่า significance มีค่าเท่ากับ 0.415 ($p > 0.05$) แสดงว่า อายุที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 3 สถานภาพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบ

ด้วยสถิติ One Way ANOVA พบว่า ค่า significance มีค่าเท่ากับ 0.716 ($p > 0.05$) แสดงว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน 4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบด้วยสถิติ One Way ANOVA พบว่า ค่า significance มีค่าเท่ากับ 0.001 ($p < 0.05$) แสดงว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และได้ทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบ LSD เพื่อทดสอบว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยพบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว (Sig. = 0.000) และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป (Sig. = 0.039)

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 1 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว (Sig. = 0.006)

3. กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 3 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (Sig. = 0.000) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (Sig. = 0.006) และอาชีพอื่น ๆ (Sig. = 0.004)

4. กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปมีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (Sig. = 0.039) และอาชีพอื่น ๆ (Sig. = 0.046)

5. กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ มีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว (Sig. = 0.004) และอาชีพรับจ้างทั่วไป (Sig. = 0.046)

สมมติฐาน 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบด้วยสถิติ One Way ANOVA พบว่า ค่า significance มีค่าเท่ากับ 0.024 ($p < 0.05$) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และได้ทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการทดสอบ LSD เพื่อทดสอบว่าคู่เฉลี่ยใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยพบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 1 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท (Sig. = 0.030)

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 1 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท (Sig. = 0.004)

3. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (Sig. = 0.030) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (Sig. = 0.004)

สมมติฐาน 6 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบด้วยสถิติ One Way ANOVA พบว่า ค่า significance มีค่าเท่ากับ 0.850 ($p > 0.05$) แสดงว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ปั้วผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)

เป็นการทดสอบสมมติฐานเพื่อทดสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ปั้วผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 7 สมมติฐาน ได้แก่

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ปั้วผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพล

ต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ปั้วผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านสถานที่ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ปั้วผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ปั้วผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ปั้วผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ปั้วผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ปั้วผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ด้วยวิธี Stepwise

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)	การตัดสินใจใช้บริการ			t	Sig
	สัมประสิทธิ์ถดถอย (b)	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Std. Error)	Beta		
(Constant)	0.949	0.192		4.951	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.230	0.041	0.249	5.566	0.000*
ด้านสถานที่	0.091	0.044	0.100	2.076	0.039*
ด้านกระบวนการให้บริการ	0.267	0.060	0.248	4.425	0.000*
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	0.181	0.058	0.182	3.093	0.002*

R Square = 0.372, Adjusted R Square = 0.366, Std. Error of the Estimate = 0.426

หมายเหตุ: *ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า การทดสอบสมมติฐาน โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) มีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) จำนวน 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Beta = 0.249) ด้านสถานที่ (Beta = 0.100) ด้านกระบวนการให้บริการ (Beta = 0.248) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Beta = 0.182) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.426 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R Square) เท่ากับร้อยละ 37.2 โดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Z = 0.249 (\text{ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์}) + 0.100 (\text{ปัจจัยด้านสถานที่}) + 0.248 (\text{ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ}) + 0.182 (\text{ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ})$$

ค่า Beta ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 0.249 หมายความว่า หากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ คาดได้ว่าการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครจะเพิ่มขึ้น 0.249 หน่วย และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ค่า Beta ของปัจจัยด้านสถานที่ เท่ากับ 0.100 หมายความว่า หากปัจจัยด้านสถานที่เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ คาดได้ว่าการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครจะเพิ่มขึ้น 0.100 หน่วย และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ค่า Beta ของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ เท่ากับ 0.248 หมายความว่า หากปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ คาดได้ว่าการตัดสินใจใช้บริการให้

คำปรึกษาเลิกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครจะเพิ่มขึ้น 0.248 หน่วย และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ค่า Beta ของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เท่ากับ 0.182 หมายความว่า หากปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ คาดได้ว่าการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครจะเพิ่มขึ้น 0.182 หน่วย และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ด้านสถานภาพ และด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ปัจจัยด้านเพศพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรืผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Santiphanusophon et al. (2017) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสอดคล้องกับ Areeyawongsathit และ Muhammad (2020) พบว่า เพศมีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ปัจจัยด้านอาชีพพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรืผ่าน

ร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Somboonlue (2016) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าร้านขายยาแตกต่างกัน และส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าร้านขายยา

ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Somboonlue (2016) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าร้านขายยาแตกต่างกันและส่งผลต่อพฤติกรรมการเข้าร้านขายยาแตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยร่วมกันทำนายการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 37.20

ด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งอันดับแรกคือ การให้คำแนะนำการเลือกซื้อที่ เหมาะสมกับผู้เลือกซื้อแต่ละราย รองลงมาคือ การให้คำแนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์ช่วยเลือกซื้อ สอดคล้องกับ Sutaksina (2015) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสอดคล้องกับ Saejew (2017) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่มีหลายสาขา (Chain Stores) ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านขายยาควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเห็นด้วยมาก เนื่องจากลูกค้ามีความ

ต้องการเกี่ยวกับบริการเภสัชกรที่เหมาะสมกับตนเอง และเป็นคำแนะนำที่ครอบคลุมการปฏิบัติตัวสำหรับผู้ที่ต้องการเลือกซื้อ รวมถึงการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อช่วยเลือกซื้อที่ถูกต้อง

ด้านสถานที่ ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งอันดับแรกคือ ความสะดวกในการเดินทาง รองลงมาคือ ร้านขายยาตั้งอยู่ใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน สอดคล้องกับ Pithayanukul และ Chara-um (2017) พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ ซึ่งหมายถึง ที่ตั้งของร้านขายยา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย และสอดคล้องกับ Yaghoubian et al. (2018) พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเกี่ยวกับสุขภาพของผู้ป่วย ดังนั้นผู้ประกอบการร้านขายยาควรให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทาง ร้านขายยาควรตั้งอยู่ใกล้กับที่พักหรือที่ทำงาน เนื่องจากการเลือกซื้อจะต้องใช้ระยะเวลาในการคอย ๆ ปรับพฤติกรรมและต้องมีการติดตามลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นร้านยาที่อยู่ในทำเลเดินทางสะดวก ใกล้กับที่พักหรือสถานที่ทำงานที่ต้องผ่านเป็นประจำ จะส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจเข้าใช้บริการได้มากขึ้น

ด้านกระบวนการให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งอันดับแรกคือ ระยะเวลาในการให้คำปรึกษามีความเหมาะสม รองลงมาคือ ระบบการชำระเงินสะดวกรวดเร็วมีหลายช่องทาง สอดคล้องกับ Saejew (2017) พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการและบรรยากาศของร้านส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่มีหลายสาขา (Chain Stores) ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นผู้ประกอบการร้านขายยาควรให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการให้คำปรึกษาที่มีความเหมาะสมและระบบการชำระเงินสะดวกรวดเร็วมีหลายช่องทาง รวมถึงเก็บประวัติผู้เลือกซื้อที่มีความปลอดภัยและรวดเร็ว เนื่องจากวิถีชีวิตของคนในกรุงเทพมหานคร มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ ประกอบกับสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 ในปัจจุบันทำให้ต้องรักษาระยะห่าง และลดการปฏิสัมพันธ์ใกล้ชิดและลดการสัมผัส ดังนั้น

ระยะเวลาให้คำปรึกษาไม่ควรนานเกินไป รวมถึงเทคโนโลยีการชำระเงินในปัจจุบันที่มีให้เลือกหลายช่องทาง หากร้านขายยามีทางเลือกการชำระเงินให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกในการใช้บริการมากขึ้น ประกอบกับในปัจจุบันเป็นยุคของการให้ความสำคัญกับข้อมูลส่วนบุคคล หากระบบการเก็บประวัติมีความปลอดภัยก็จะช่วยให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่นในการใช้บริการมากขึ้น ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งอันดับแรก คือ แสงสว่างในร้านขายยามีความเหมาะสม รองลงมาคือ ความสะดวกสบายของบริเวณที่นั่งให้คำปรึกษาเภสัชกร สอดคล้องกับ Saejew (2017) พบว่า ปัจจัยด้านกายภาพส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่มีหลายสาขา (Chain Stores) ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสอดคล้องกับ Sutaksina (2015) พบว่า ปัจจัยด้านกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสอดคล้องกับ Hindi et al. (2019) พบว่า ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะใช้บริการร้านขายยามากขึ้น หากร้านขายยาในชุมชนมีห้องให้คำปรึกษาที่มีความเป็นส่วนตัวและสะอาด และสอดคล้องกับ Ravangard et al. (2020) พบว่า ปัจจัยด้านกายภาพเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลของผู้ป่วย ดังนั้นผู้ประกอบการร้านขายยาควรให้ความสำคัญกับแสงสว่างในร้านขายยาให้มีความเหมาะสม ความสะดวกสบายของบริเวณที่นั่งให้คำปรึกษาเภสัชกร ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการจัดเรียงสินค้า เนื่องจากมีผลต่อความพึงพอใจและความประทับใจแรกเมื่อลูกค้ามาใช้บริการ การจัดให้ร้านยามีแสงสว่างเพียงพอก็จะช่วยให้ร้านดูสว่างสะอาดตาน่าเข้ามาใช้บริการ การจัดให้มีบริเวณที่นั่งให้คำปรึกษาเป็นสัดส่วนก็จะทำให้ลูกค้านั่งปรึกษาได้อย่างสบายจะช่วยสร้างความผ่อนคลายและความประทับใจให้กับลูกค้า รวมถึงการจัดสินค้าในร้านให้เป็นหมวดหมู่ นอกจากจะทำให้ร้านสวยงามน่าเข้าแล้ว ยังช่วยให้ลูกค้ารู้สึกถึง

ความเอาใจใส่ในการดูแลสินค้าของผู้ประกอบการด้วย สำหรับด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรผู้ให้บริการพบว่า ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากค่า $p > 0.05$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

ด้านราคา ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งอันดับแรกคือ การให้คำปรึกษาเภสัชกรฟรีไม่คิดค่าบริการ รองลงมาคือ ราคาค่าบริการให้คำปรึกษาเภสัชกรที่เหมาะสม สอดคล้องกับ Sutaksina (2015) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านราคาไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากเมื่อลูกค้ามีความคิดที่จะเลิกบุหรี่แล้ว สิ่งสำคัญคือ การเลิกบุหรี่ให้สำเร็จ ไม่ว่าค่าบริการให้คำปรึกษาเภสัชกรจะฟรีหรือคิดค่าบริการก็ตามจึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ดังนั้นปัจจัยด้านราคาจึงไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเภสัชกรผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งอันดับแรกคือ การมีส่วนลดราคาผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ รองลงมาคือ การมีผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ให้ทดลองใช้ สอดคล้องกับ Sutaksina (2015) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการบันทึกประวัติการใช้ยาและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากในการใช้ผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่จะขึ้นอยู่กับความจำเป็นของลูกค้าเป็นหลัก ลูกค้าจะมีความจำเป็นต้องใช้เมื่อมีอาการถอนนิโคตินหรือมีความต้องการสูบบุหรี่ในระหว่างการเลิกบุหรี่เท่านั้น ซึ่งหากลูกค้าสามารถ

รับมือกับอาการถอนนิโคตินได้ก็ไม่ได้มีความจำเป็นที่จะต้องใช้ผลิตภัณฑ์ ดังนั้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มุ่งหวังให้ลูกค้าซื้อสินค้ามากขึ้นจึงไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านบุคลากรผู้ให้บริการภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ซึ่งอันดับแรกคือ เกสซ์กรมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ รองลงมาคือ การแต่งกายของเกสซ์กรสะอาด เรียบร้อย มีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับ Sutaksina (2015) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เนื่องจากการเลิกบุหรี่ต้องอาศัยความมุ่งมั่นตั้งใจของผู้ที่คิดจะเลิกบุหรี่เป็นหลัก จึงอาจทำให้ลูกค้ามองว่าความเชี่ยวชาญของบุคลากรผู้ให้บริการเป็นเพียงส่วนหนึ่งที่จะมีส่วนทำให้การเลิกบุหรี่ทำได้สำเร็จ ดังนั้นจึงส่งผลให้ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร

สรุปผล

จากการศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล จากการศึกษพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ด้านสถานภาพ และด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษา

เลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) จากการศึกษพบว่า ปัจจัยจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการให้คำปรึกษาเลิกบุหรี่ผ่านร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากค่า $p > 0.05$ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นผู้ประกอบการร้านขายยาควรให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญกับการให้คำแนะนำการเลิกบุหรี่ที่เหมาะสมกับผู้เลิกบุหรี่แต่ละราย การให้คำแนะนำการใช้ผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ และคำแนะนำการปฏิบัติตัวเพื่อลดอาการถอนนิโคติน เป็นต้น เนื่องจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ระดับความคิดเห็นด้วยมาก

2.2 ด้านสถานที่ ควรให้ความสำคัญกับความสะอาดในการเดินทาง ร้านขายยาดังอยู่ใกล้ที่พักหรือที่ทำงาน เนื่องจากการเลิกบุหรี่จะต้องใช้ระยะเวลาในการค่อย ๆ ปรับพฤติกรรมและต้องมีการติดตามลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นร้านยาที่อยู่ใกล้เส้นทางสะดวกใกล้กับที่พักหรือสถานที่ที่ต้องผ่านเป็นประจำ จะส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจเข้าใช้บริการได้มากขึ้น

2.3 ด้านกระบวนการให้บริการ ควรให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการให้คำปรึกษามีความเหมาะสม และระบบการชำระเงินสะดวกรวดเร็ว มีหลายช่องทาง รวมถึงเก็บประวัติผู้เลิกบุหรี่ที่มีความปลอดภัยและรวดเร็ว เนื่องจากวิถีชีวิตของคนในกรุงเทพมหานครมีการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ ดังนั้นระยะเวลาในการให้คำปรึกษาไม่ควรนานเกินไป รวมถึงเทคโนโลยีการชำระเงินให้ลูกค้ารู้สึกสะดวกในการใช้บริการมากขึ้น

ประกอบกับปัจจุบันเป็นยุคของการให้ความสำคัญกับข้อมูลส่วนบุคคล หากระบบการเก็บประวัติมีความปลอดภัยก็จะช่วยให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่นในการใช้บริการมากขึ้น

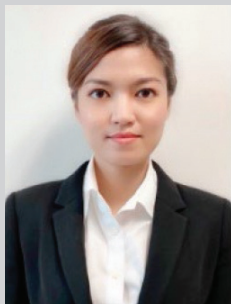
2.4 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ควรให้ความสำคัญกับแสงสว่างในร้านขายยาที่มีความเหมาะสม

ความสะอาดสบายของบริเวณที่นั่งให้คำปรึกษา เลิกบุหรี่ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการจัดเรียงสินค้า เนื่องจากมีผลต่อความพึงพอใจและความประทับใจแรกเมื่อลูกค้ามาใช้บริการ และสะท้อนถึงความใส่ใจของผู้ประกอบการด้วย

References

- Administrative Strategy Division. (2019). *Statistical profile of BMA 2019*. <https://webportal.bangkok.go.th/pipd/page/sub/16647> [in Thai]
- Areeyawongsathit, T., & Muhammad, K. (2020). Purchasing behavior and marketing factors affecting to customer's purchasing decision of medicine and health products at drugstore in Nakhon Nayok Province. In *The 15th RSU National Graduate Research Conference* (pp. 928-942). <https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/rgrc/article/download/1906/1488/> [in Thai]
- Chaichanawirote, O., & Vantum, C. (2017). Evaluation of content validity for research instrument. *Journal of Nursing and Health Sciences*, 11(2), 105-111. [in Thai]
- Cochran, W. G. (1997). *Sampling techniques*. John Wiley & Sons.
- Hfocus team. (2020). *TCR revealing statistics of people who exposed to cigarette smoke in the house to 10,332,653 people*. <https://www.hfocus.org/content/2020/08/19867> [in Thai]
- Hindi, A. M. K., Schafheutle, E. I., & Jacobs, S. (2019). Applying a whole systems lens to the general practice crisis: Cross-sectional survey looking at usage of community pharmacy services in England by patients with long-term respiratory conditions. *BMJ Journals*, 9(11), 1-9. <http://dx.doi.org/10.1136/bmjopen2019-032310>
- Islam, S. (2018). Understanding health consumer value: Service marketing perspective. *South Asian Journal of Business Studies*, 7(1), 2-21. <https://doi.org/10.1108/SAJBS-04-2017-0051>
- Kaiwan, Y. (2019). *Principles of research statistics and use of SPSS program* (6th ed.). Chulalongkorn University. [in Thai]
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education.
- Medicines Regulation Division, Food and Drug Administration. (2021). *Statistics of pharmacy licenses 2021*. <https://www.fda.moph.go.th/sites/drug/Shared%20Documents/Statistic/Licensee-20210531.pdf> [in Thai]
- Nawarat Na Ayutthaya, T. (2020). *Service marketing concepts and strategies* (6th ed.). Chulalongkorn University. [in Thai]

- Pithayanukul, S., & Chara-um, S. (2017). The decision making of Thai consumers towards pharmacies using. *Journal of Business Administration the Association of Private Higher Education Institution of Thailand*, 6(2), 135-145. [in Thai]
- Ravangard, R., Khodadad, A., & Bastani, P. (2020). How marketing mix (7Ps) affect the patients' selection of a hospital: Experience of a low-income country. *Journal of the Egyptian Public Health Association*, 95(25), 1-8. <https://doi.org/10.1186/s42506-020-00052-z>
- Saejew, O. (2017). *Factors affecting customer's satisfaction in chain drugstores in Bangkok* [Master's independent study]. Thammasat University. [in Thai]
- Santiphanusophon, R., Thepsawat, W., & Worawattanaparinya, S. (2017). The study of consumer's behavior in choosing drugstore in Rayong Province. *Journal of Rattanaabundit University*, 12(1), 1-13. [in Thai]
- Setyowati, A., Djawoto, D., & Soekotjo, H. (2020). Effect of service marketing mix on hospital selection mediated with brand image on hospital's outpatients. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(4), 1207-1204. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/1615/859>
- Social Statistics Division, National Statistical office. (2018). *The smoking and drinking behavior survey 2017*. Pimdeekarnpim. [in Thai]
- Somboonlue, K. (2016). *A study of attitude towards the general drugstores of generation Y in Bangkok metropolitan area* [Master's independent study]. Mahidol University. [in Thai]
- Strategy and Evaluation Department. (2013). *BMA government administration plan 2013-2017*. <http://one.bangkok.go.th/info/bmainfo/docs/plans/2Management%20Plan%20governor%202556-2560.pdf> [in Thai]
- Sutaksina, W. (2015). *Factors affecting buying decision on medicine in drugstores in Bangkok* [Master's independent study]. Thammasat University. [in Thai]
- The Office of Community Pharmacy Accreditation, Thailand. (2021). *List of pharmacy accreditation*. <https://papc.pharmacycouncil.org/index.php?option=drugstore&subpage=drugstore> [in Thai]
- Vathesatogkit, P. (2017). *Quit smoking*. Bumrungrad. <https://www.bumrungrad.com/th/health-blog/february-2017/smokingcessation> [in Thai]
- Yaghoubian, S., Jahani, M. A., Yazdani-Charati, J., & Mahmoudi, G. (2018). The role of marketing mix (the 7Ps) in patients' attitudes to Iranian hospitals based on their kind of ownership (case study in Iran). *International Journal of Healthcare Management*, 13(1), 268-272. <https://doi.org/10.1080/20479700.2018.1505226>



Name and Surname: Phawasutthi Tritrong

Highest Education: B. Pharm (Pharmacy), Srinakharinwirot University

Affiliation: Panyapiwat Institution of Management

Field of Expertise: Community Pharmacy



Name and Surname: Palida Srisornkompon

Highest Education: Ph.D. (Technopreneurship and Innovation Management), Chulalongkorn University

Affiliation: Panyapiwat Institution of Management

Field of Expertise: Digital Marketing, Innovation, and Entrepreneur

นวัตกรรมสังคมเพื่อการดูแลบุคคลออทิสติกในประเทศไทย

SOCIAL INNOVATION FOR TAKING CARE OF AUTISTIC PEOPLE IN THAILAND

เพ็ญทิพา แจ่มจันทร์เกษม¹ และฉัตรวรรษ องค์กรสิงห์²Pentipa Jaemjankasem¹ and Chatwarun Angasinha²^{1,2}วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต^{1,2}College of Social Innovation, Rangsit University

Received: May 24, 2021 / Revised: August 13, 2021 / Accepted: August 19, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทองค์ความรู้ของออทิสติก รวมถึงสถานการณ์และเส้นทางชีวิตบุคคลออทิสติกในประเทศไทย 2) ศึกษากระบวนการและองค์ประกอบการสร้างนวัตกรรมสังคมเพื่อการดูแลบุคคลออทิสติกของมูลนิธิออทิสติกไทยและองค์กรภาคีพันธมิตรในด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสนับสนุนการพัฒนาทักษะอาชีพของบุคคลออทิสติก 3) เสนอแนวทางการดูแลบุคคลออทิสติกในประเทศไทยผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์กลุ่ม และการลงพื้นที่สังเกตการณ์กลุ่มตัวอย่างเป็นระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่วันที่ 7 สิงหาคม ถึง 4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามหลักโครงสร้างทฤษฎีที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ 5 กลุ่ม รวมจำนวน 20 คน ประกอบด้วยบุคคลออทิสติกและครอบครัว รวมถึงเจ้าหน้าที่องค์กรต่าง ๆ ที่สนับสนุนการพัฒนาทักษะชีวิตและอาชีพของบุคคลออทิสติกทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือการวิจัยผ่านวิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพแบบวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า สังคมไทยยังขาดความตระหนักรู้ (Awareness) ที่ถูกต้องต่อบุคคลออทิสติกซึ่งส่งผลกระทบต่อปัญหาด้านต่าง ๆ เริ่มจากระดับครอบครัวที่เข้าสู่ระบบคัดกรองล่าช้าต่อเนื่องถึงระดับสังคมที่ถูกกีดกันทางการศึกษา รวมถึงการประกอบอาชีพ นวัตกรรมสังคมเพื่อการดูแลบุคคลออทิสติกในประเทศไทยจึงถือกำเนิดขึ้นจากผู้ประสบปัญหาคือ บุคคลออทิสติกและครอบครัวโดยมีมูลนิธิออทิสติกไทยและองค์กรภาคีพันธมิตรเป็นกำลังขับเคลื่อนหลัก งานวิจัยนี้เสนอมาตรการการดูแลบุคคลออทิสติก 3 ประเด็น ผ่านแนวคิด RAM เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตบุคคลออทิสติกให้สามารถใช้ชีวิตในสังคมไทยได้อย่างเท่าเทียมตามศักยภาพของแต่ละบุคคล

คำสำคัญ: นวัตกรรมสังคม บุคคลออทิสติก ระบบดูแลบุคคลออทิสติก สังคมไทย

Abstract

The objectives of this research were (1) to study contextual knowledge including the condition and life path of autistic people in Thailand; (2) to study the process and components of creating social innovations for taking care of autistic people of the Thai Autistic Foundation

and partnership organizations in promoting life quality and supporting the development of occupational skills of autistic people; and (3) to propose guidelines for taking care of autistic people in Thailand. The research was conducted by in-depth interviews, focus group discussion and field trips for observation of autistic people in the 5 sample groups for 4 months from August 7, 2020 to November 4, 2020. The researcher selected the five sample groups based on the theoretical sampling principle in accordance with the objectives. The five sample groups totaling 20 people consisted of autistic people and their families and the personnel of various organizations that supported the development of the life and occupational skills of autistic people both in Bangkok Metropolis and in the provinces. The employed research instrument was a semi-structured in-depth interview form. Research data were qualitatively analyzed with content analysis.

The research results indicated that the Thai society still lacked the correct awareness of autistic people leading to a lot of problems starting from those at the family level with the continuously slow screening system to those at the societal level that autistic people were educationally and occupationally discriminated. Thus, social innovations for taking care of autistic people in Thailand had been created to help autistic people and their families by the Thai Autistic Foundation and partnership organizations which were the main mobilizing power. This research also proposed three measures for taking care of autistic people via the RAM concept in order to develop life quality of autistic people to enable them to live in the Thai society on an equal basis based on each individual's potential.

Keywords: Social Innovation, Autistic People, Autism Support System, Thai Society

บทนำ

บุคคลออทิสติก คือ ผู้มีภาวะออทิสซึมหรือความผิดปกติทางพัฒนาการ ไม่สามารถพัฒนาทักษะสังคม ภาษา และการสื่อความหมายได้เหมาะสมตามวัย จัดอยู่ในกลุ่มการวินิจฉัยโรคที่เรียกว่า Autism Spectrum Disorder ซึ่งข้อมูลจากการศึกษาพบว่า มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกประเทศทั่วโลก โดยเยาวชนโลก 59 คน จะพบเด็กที่มีภาวะออทิสซึม 1 คน หรือสัดส่วนสูงถึง 1:59 ถือเป็นหนึ่งในความผิดปกติทางพัฒนาการที่พบบ่อยที่สุด โดยจะเริ่มพบอาการในช่วงขวบปีแรก ผ่านการสังเกตของครอบครัว ซึ่งถ้าตรวจพบและได้รับการฝึกฝนทักษะที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อายุน้อยจะยิ่งได้ผลดี (Autistic Thai Foundation, 2021)

สังคมไทยยังขาดความเข้าใจ ขาดความตระหนักรู้ ที่ถูกต้องต่อบุคคลออทิสติก เมื่อครอบครัวขาดความรู้ ในการเฝ้าสังเกตพฤติกรรมอย่างถูกต้อง จึงส่งผลให้ เด็กสูญเสียโอกาสในการตรวจพบอาการตั้งแต่ระยะ เริ่มต้น ความล่าช้าในการเข้าสู่ระบบคัดกรองนี้ส่งผล โดยตรงต่อการพัฒนาความพร้อมในการดำรงชีวิตใน สังคม ครอบครัวจึงถือเป็นด่านแรกสำหรับการคัดกรอง และดูแลร่วมกับการสนับสนุนช่วยเหลือจากบุคลากร ทางการแพทย์และทีมสหวิชาชีพ แม้ครอบครัวจะเป็นหัวใจสำคัญที่สนับสนุนการพัฒนาทักษะด้าน ต่าง ๆ สำหรับบุคคลออทิสติก แต่หน่วยงานหรือองค์กร ในระดับที่ใหญ่กว่าครอบครัวก็มีบทบาทสำคัญไม่น้อยไปกว่ากันเพื่อหนุนเสริมศักยภาพของครอบครัวให้มี

พลังมากยิ่งขึ้น โดยองค์กรที่มีบทบาทสำคัญนี้คือ มูลนิธิออทิสติกไทยและสมาคมผู้ปกครองบุคคลออทิสติก (ไทย) ที่เป็นแกนนำภาคประชาสังคมในฐานะศูนย์กลางความรู้ ผลิตความร่วมมือกับชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชนเพื่อสร้างระบบดูแลให้บุคคลออทิสติกสามารถดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างเหมาะสมตามศักยภาพ

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาองค์ความรู้ ออทิสติก สถานการณ์และเส้นทางชีวิตบุคคลออทิสติก รวมถึงนวัตกรรมสังคมเพื่อการดูแลบุคคลออทิสติกในประเทศไทย ศึกษาการก่อรูปและองค์ประกอบการสร้างสรรค่นวัตกรรมสังคมของมูลนิธิออทิสติกไทย และองค์การภาคีพันธมิตรที่มีความเข้าใจเชิงลึกถึงศักยภาพที่หลากหลายของบุคคลออทิสติกแต่ละคน สนับสนุนการใช้ความสามารถเชิงอาชีพ สร้างรายได้พึ่งพาตนเอง ยกระดับคุณภาพชีวิตของบุคคลออทิสติก และครอบครัว สร้างความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมจากการผสมความร่วมมือทุกภาคส่วน ก่อกำเนิดเป็นองค์ความรู้ที่สังคมไทยสามารถนำไปศึกษา พัฒนาต่อยอดเพื่อตอบสนองความต้องการและแก้ปัญหา ด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและส่งเสริมทักษะทางอาชีพของบุคคลออทิสติกได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบริบทองค์ความรู้ออทิสติก รวมถึงสถานการณ์และเส้นทางชีวิตบุคคลออทิสติกในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษากระบวนการและองค์ประกอบ การสร้างสรรค์นวัตกรรมสังคมเพื่อการดูแลบุคคลออทิสติกของมูลนิธิออทิสติกไทยและองค์กรภาคีพันธมิตรในด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสนับสนุนการพัฒนาทักษะอาชีพของบุคคลออทิสติก
3. เพื่อเสนอแนวทางการดูแลบุคคลออทิสติกในประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมสังคมเพื่อการดูแลบุคคลออทิสติกในประเทศไทยนั้น พบว่า ยังไม่มีผู้ศึกษาด้านนวัตกรรมสังคมเกี่ยวกับระบบการดูแล การคัดกรอง การศึกษา การฝึกทักษะอาชีพ รวมถึงเส้นทางชีวิตบุคคลออทิสติกแบบองค์รวมอย่างครบถ้วน ผู้วิจัยจึงรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งสามารถนำมาเป็นส่วนประกอบแนวคิดได้ดังนี้

สถานการณ์บุคคลออทิสติก

ผู้ปกครองและบุคคลออทิสติกต่างพบประสบการณ์แง่ลบจากอคติของคนในสังคม (Cresswell et al., 2019) บุคคลออทิสติกส่วนมากมีช่วงเวลาที่ยากลำบากทางด้านจิตใจ เช่น เมื่อต้องการเพื่อน หรืออยากมีส่วนร่วมในสังคมแต่ไม่รู้ว่าจะปฏิบัติตัวให้เข้ากับผู้อื่นอย่างไร ความไม่เข้าใจในการแสดงออกนี้ ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ที่ล้มเหลว ถูกกลั่นแกล้ง ทำให้ต้องใช้ชีวิตโดยลำพังแบบไม่มีเพื่อน ไม่มีกลุ่มจะสามารถเอาชนะอุปสรรคเหล่านี้ได้ด้วย แรงสนับสนุนจากครอบครัวที่ช่วยสร้างความเข้าใจ เบื้องต้นและเตรียมความพร้อมในการอยู่ร่วมกับผู้อื่น รวมถึงการสร้าง ความเข้าใจในความต่างของบุคคลออทิสติกให้กับคนทั่วไปในสังคมไปพร้อมกัน

อคติของสังคมทำให้บุคคลออทิสติกบางส่วน เลือกที่จะอำพรางตัวเพื่อหลีกเลี่ยงการถูกตีตราจากสังคม (Hull et al., 2017) บุคคลออทิสติกพยายามทำตัวให้กลมกลืนกับผู้คนปกติให้มากที่สุด การปกปิดภาวะออทิสซึมไว้ ทำให้สังคมความเครียดที่ไม่สามารถเปิดเผยตัวตนที่เป็นกับใครได้ แม้จะสามารถทำตัวให้กลมกลืนกับคนทั่วไปได้ในระยะสั้นแต่ในระยะยาวนั้น กลับส่งผลทางลบต่อสภาพจิตใจ ความยอมรับในตนเอง ขาดโอกาสการสนับสนุนจากภายนอก ดังนั้นการทำให้ภาวะออทิสซึมกลายเป็นเรื่องธรรมชาติในพื้นที่สาธารณะ จึงถือเป็นทางออกหนึ่งเพื่อสร้างความตระหนักรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับบุคคลออทิสติกขึ้นในสังคมไทยและ ทลายกำแพงอคติเหล่านั้น

การพัฒนาทักษะและการดูแลบุคคลออทิสติก

จากการศึกษาถึงผลการทดลองของโปรแกรมการรักษาภาวะออทิสซึมในเด็กอายุน้อยแบบเข้มข้น (Early Intensive Intervention Program) (Tangviriyapaiboon, 2013) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการวินิจฉัยและเริ่มได้รับการบำบัดรักษาตั้งแต่อายุน้อยกว่า 29 เดือน จะมีระดับสติปัญญา (IQ) สูงกว่ากลุ่มอื่น ยิ่งเริ่มบำบัดรักษาตั้งแต่อายุน้อยยิ่งสม่ำเสมอและต่อเนื่องจะยิ่งสามารถพัฒนาศักยภาพของเด็กที่มีภาวะออทิสซึมได้ผลดี

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเชิงสร้างสรรค์และภาวะออทิสซึม (Jankowska et al., 2019) พบว่า มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันสอดคล้องกับการศึกษาผลของกิจกรรมศิลปะบำบัด (Art therapy) ในการพัฒนาการความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลออทิสติก (Jarabrum, 2019) โดยการเลือกใช้กิจกรรมทางศิลปะที่เหมาะสมจะช่วยฟื้นฟูพัฒนาสมรรถภาพให้ดีขึ้น การเปิดโอกาสให้แสดงความสามารถในเชิงสร้างสรรค์ยังช่วยให้บุคคลออทิสติกมีความสนใจร่วมกิจกรรม มีการสนทนาโต้ตอบเพิ่มความมั่นใจในตนเองมากขึ้น ส่งผลให้มีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนและครูในกิจกรรมอื่น ๆ ดีขึ้น และยังคงยอดเยี่ยมเป็นทักษะทางอาชีพต่อไปในอนาคต

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จัดการศึกษาให้กับเด็กพิการในรูปแบบของศูนย์การศึกษาพิเศษเฉพาะความพิการ โดยบุคคลออทิสติกสามารถเข้าเรียนในโรงเรียนปกติที่มีการจัดการศึกษาด้วยรูปแบบที่เหมาะสม การเรียนร่วมกับเด็กปกติในโรงเรียนส่งเสริมให้บุคคลออทิสติกพัฒนาตามธรรมชาติอย่างเต็มศักยภาพโดยคำนึงถึงความสามารถของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ ผู้ปกครองควรเข้ามามีส่วนร่วมในการฝึกทักษะเพื่อสนับสนุนแนวทางการพัฒนาอย่างถูกต้องและเป็นไปในทางเดียวกันกับครูผู้สอน ควรมีการพัฒนาทักษะทางสังคมผ่านความร่วมมือของครูและบุคลากรที่เกี่ยวข้องตั้งแต่เริ่มแรกเพื่อช่วยให้สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมได้

เหมือนเด็กปกติ โดยผู้ปกครองเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการสร้างความรู้และแนวปฏิบัติเพื่อสร้างรากฐานคุณภาพชีวิตให้บุคคลออทิสติกสามารถพัฒนาสู่ความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ (Suntonpong, 2019)

การฝึกทักษะทางสังคมของบุคคลออทิสติกในวัยเรียนมีหลายรูปแบบ ในปัจจุบันยังไม่มีโปรแกรมใดที่สามารถใช้ได้กับบุคคลออทิสติกทุกคน (Tawankanjanachot, 2016) โดยแบ่งรูปแบบของโปรแกรมการฝึกทักษะทางสังคมออกเป็นโปรแกรมที่ฝึกเด็กโดยตรงและโปรแกรมที่ฝึกผู้ปกครอง ผู้ปกครองถือเป็นส่วนสำคัญในการดูแลบุคคลออทิสติกและช่วยพัฒนาให้พฤติกรรมทางสังคมที่ต้องการสร้างนั้นมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น มีการบ้านให้ผู้ปกครองกลับไปทำและเยี่ยมบ้าน พร้อมทั้งให้คำปรึกษาปัญหาภายหลังการฝึกเพื่อให้เด็กสามารถพัฒนาทักษะทางสังคมได้อย่างต่อเนื่องทั้งในสถานที่ฝึกและที่บ้าน

จากงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นสังเกตได้ว่าอุปสรรคในการดำเนินชีวิตของบุคคลออทิสติกและความต้องการพื้นฐานของผู้ปกครองมีความสอดคล้องกันคือ ต้องการให้บุคคลออทิสติกได้รับโอกาสที่เท่าเทียมสามารถช่วยเหลือตนเองและสามารถใช้ชีวิตในสังคมได้ตามศักยภาพ ยังได้รับการฝึกทักษะที่ถูกต้องตั้งแต่อายุยังน้อยยิ่งเป็นผลดี บุคคลออทิสติกแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน การดูแล การฝึกฝนต่าง ๆ จึงควรวางแผนการพัฒนาตามความสามารถเฉพาะของแต่ละบุคคล

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แนวคิดนวัตกรรมสังคมเป็นโครงหลักในการศึกษาการก่อรูป วิเคราะห์กระบวนการและองค์ประกอบการสร้างสรรค์นวัตกรรมสังคมเพื่อการดูแลบุคคลออทิสติกในแง่มุมต่าง ๆ โดยจากแนวคิดทฤษฎีเมื่อวิเคราะห์จากสถานการณ์ของบุคคลออทิสติกในประเทศไทยสามารถแบ่งเป็น 2 ด้านคือ ด้านสังคมและด้านปัจเจก ในแง่สังคมใช้แนวคิดพื้นที่สาธารณะ (Habermas et al., 1964) ที่เชื่อว่า การจัดระบบ

สังคมเกิดขึ้นได้จากการกระทำเชิงสื่อสารซึ่งมาจากสมดุลของความสัมพันธ์ระหว่างระบบของอำนาจและทุนกับโลกแห่งชีวิตเพื่อสร้างพื้นที่สาธารณะให้เป็นพื้นที่ที่อยู่กึ่งกลางไม่ถูกครอบงำโดยระบบและยังรักษาความเป็นอิสระของปัจเจกไว้ได้ โลกแห่งชีวิตของบุคคลออทิสติกเต็มไปด้วยอคติมากมายจากสังคมซึ่งทั้งหมดนี้หลอมรวมให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางโอกาส บุคคลออทิสติกทุกคนต้องเผชิญกับความท้าทายที่คล้ายกัน ยิ่งฐานะยากจนยิ่งมีทางเลือกชีวิตที่จำกัด ระบบของอำนาจและทุนจึงเป็นกลไกที่จะมาคานอำนาจส่วนนี้ โดยมีกลไกการขับเคลื่อนหลักจากมูลนิธิออทิสติกไทยและองค์กรพันธมิตรต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนให้เกิดความเท่าเทียมและลดช่องว่างของความเหลื่อมล้ำให้แคบลง

ในแง่ปัจเจกมีแนวคิดหลัก 2 แนวคิด แนวคิดแรกคือ ทฤษฎีพหุปัญญา (Gardner, 1987) โดยปัญญา 9 ด้าน มีอยู่ในทุกคนแต่ละคนจะมีด้านที่เด่นหรือด้านที่ด้อยกว่าบางด้าน บุคคลออทิสติกจะมีระบบวิถีในการพัฒนาปัญญาเฉพาะแตกต่างจากบุคคลทั่วไป แต่มนุษย์ทุกคนรวมถึงบุคคลออทิสติกสามารถพัฒนาปัญญาแต่ละด้านให้สูงขึ้นได้ถ้ามีการฝึกฝนที่เหมาะสมและอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ แนวคิดที่สองคือ ทฤษฎีการเลือกอาชีพจากแบบสำรวจความพอใจในอาชีพ (Holland, 1972) นอกจากจะสามารถดูแลตนเองในชีวิตประจำวันแล้ว บุคคลออทิสติกยังต้องพัฒนาความสามารถเชิงอาชีพเพื่อดำรงชีวิตในสังคม การทำงานช่วยสร้างคุณค่าในตัวเอง ต่อยอดจากการฝึกทักษะชีวิตเพื่อพัฒนาไปสู่การหาเลี้ยงชีพ ซึ่งบุคคลออทิสติกต้องการการสนับสนุนทั้งด้านปัจเจกและด้านสังคมไปพร้อมกันไม่สามารถขาดส่วนหนึ่งส่วนใดได้ นวัตกรรมสังคมเพื่อบุคคลออทิสติกจึงต้องตอบโจทย์ปัญหาสังคมเหล่านี้อย่างรอบด้าน เพื่อสร้างระบบดูแลซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและสนับสนุนการพัฒนาทักษะอาชีพของบุคคลออทิสติกในประเทศไทย

วิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนวัตกรรมสังคมเพื่อการดูแลบุคคลออทิสติกในประเทศไทยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์กลุ่ม และการลงพื้นที่สังเกตการณ์ เป็นระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่วันที่ 7 สิงหาคม ถึง 4 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 โดยผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักตามโครงสร้างทฤษฎี (Theoretical Sampling) เพื่อนำข้อมูลที่ค้นพบมาอธิบายทฤษฎีเหล่านั้นเพิ่มเติม ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์แบ่งเป็น 5 กลุ่ม รวมจำนวน 20 คน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. บุคคลออทิสติกและครอบครัวของบุคคลออทิสติกจำนวน 10 ครอบครัว โดยการเลือกแบบเฉพาะเจาะจงที่มีคุณสมบัติดังนี้

1.1 เป็นครอบครัวที่ให้การดูแลบุคคลออทิสติกด้วยตนเองเป็นหลัก

1.2 สามารถเข้าใจและตอบบทสนทนาได้

1.3 ยินดีและให้ความร่วมมือในการศึกษาวิจัย

2. ประธานและเจ้าหน้าที่มูลนิธิออทิสติกไทยจำนวน 3 คน

3. เจ้าหน้าที่ CP-True-Autistic Thai Foundation Vocational Training Center ศูนย์ฝึกอบรมเพื่อการทำงานบุคคลออทิสติก จำนวน 2 คน

4. ตัวแทนศูนย์ส่งเสริมทักษะชีวิตบุคคลออทิสติกในต่างจังหวัด จำนวน 2 คน

5. เจ้าอาวาสและเจ้าหน้าที่ศูนย์พัฒนาเด็กพิเศษวัดห้วยหมู จำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure in-depth Interview) แบ่งเป็นประเด็นคำถามหลักและคำถามรองผ่านการอัดและถอดเทปสัมภาษณ์แล้วนำมาวิเคราะห์ผ่านวิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพแบบวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

ตามคู่มือการวินิจฉัยโรคทางจิตเวช ฉบับที่ 5 หรือ DSM-IV ของสมาคมจิตแพทย์อเมริกันออทิสติก (Autistic) หรือกลุ่มอาการออทิสติก (Autism Spectrum Disorders: ASD) จัดอยู่ในกลุ่มการวินิจฉัยโรคความบกพร่องของพัฒนาการแบบรอบด้าน (Pervasive Developmental Disorders หรือ PDDs) หมายถึงความผิดปกติของพัฒนาการที่มีความบกพร่องทางด้านทักษะสังคม ด้านการใช้ภาษา และการสื่อความหมาย หรือมีความสนใจจำกัดเฉพาะเรื่อง โดยจะมีอาการบกพร่องของพัฒนาการทางสมอง พฤติกรรม การสื่อสารทั้งการใช้ภาษาพูดและท่าทาง บุคคลออทิสติกแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันตามกลุ่มอาการ รวมถึงมีความรุนแรงของอาการที่ต่างกัน ไม่สามารถตรวจพบได้ในระหว่างตั้งครรภ์ทำให้ผู้ปกครองไม่สามารถทราบได้ว่าบุตรจะมีภาวะออทิสซึมหรือไม่จนกว่าทารกจะถือกำเนิดแล้ว ผู้ปกครองจึงไม่มีสิทธิ์เลือกที่จะยุติการตั้งครรภ์ต่างจากอาการผิดปกติอื่น ๆ ที่มีข้อบ่งชี้ให้แพทย์สามารถยุติการตั้งครรภ์ได้ตามกฎหมาย เช่น หากทารกในครรภ์มีความเสี่ยงที่จะพิการอย่างรุนแรง หรือมีความเสี่ยงที่จะเป็นโรคติดต่อทางพันธุกรรมอย่างรุนแรง เป็นต้น (Autistic Thai Foundation, 2021)

จากความหลากหลายของลักษณะอาการและความรุนแรงของอาการที่ต่างกันในแต่ละคนทำให้หลายครั้งไม่สามารถวินิจฉัยได้ในครั้งแรก แพทย์จึงต้องใช้การสังเกตอาการอย่างต่อเนื่อง การเฝ้าสังเกตเด็กตั้งแต่ช่วงแรกเกิดถึง 3 ขวบปีแรกจึงมีความสำคัญมากผ่าน 4 คุณลักษณะพื้นฐานทางออทิสติกที่สำคัญคือ ไม่สบตา ไม่พาที ไม่ชี้นิ้ว ไม่ชอบเปลี่ยนแปลง เมื่อพบสัญญาณเตือนเหล่านี้ควรรีบพาเด็กเข้ารับการตรวจวินิจฉัยที่โรงพยาบาลต่าง ๆ หรือสายด่วนสุขภาพจิตโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

บุคคลออทิสติกสามารถฝึกฝนพัฒนาการที่จำเป็น รวมถึงฝึกทักษะชีวิตในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้ ถ้าพบในช่วง 3 ปีแรกและได้รับการบำบัด

ที่ถูกต้องอย่างต่อเนื่องจะให้ผลดีต่อการพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด โดยแผนการพัฒนาต้องปรับให้ตรงกับลักษณะอาการของแต่ละคนเพื่อกระตุ้นให้เกิดการพึ่งพาตนเอง ผ่านความร่วมมือจากครอบครัว บุคลากรทางการแพทย์ และบุคลากรทางการศึกษา เพื่อสนับสนุนการฟื้นฟูไปในทิศทางเดียวกันแบบองค์รวมและต่อเนื่อง แม้บางกรณีแพทย์อาจสั่งยาเพื่อรักษาอาการเฉพาะตามความเหมาะสมแต่ยังไม่มียาที่สามารถบำบัดความบกพร่องด้านการสื่อสารและด้านสังคมได้ การรักษาด้วยยาจึงถูกนำมาใช้ในการลดพฤติกรรมบางประเภท เช่น อาการสมาธิสั้นหรือก้าวร้าวเท่านั้น ไม่สามารถรักษาให้หายจากภาวะออทิสซึมได้ โดยแพทย์จะพิจารณาปรับหรือหยุดยาเมื่ออาการทุเลาลงแล้ว ดังนั้นการรักษาด้วยยาจึงไม่ใช่ปัจจัยที่จำเป็นสำหรับทุกคน

เมื่อได้รับการวินิจฉัยจากแพทย์ว่ามีภาวะออทิสซึม ผู้ปกครองสามารถนำผลการวินิจฉัยไปขึ้นทะเบียนคนพิการเพื่อรับสิทธิ์ต่าง ๆ จากภาครัฐได้ เมื่อขึ้นทะเบียนแล้วแพทย์จะส่งต่อไปที่ศูนย์การศึกษาพิเศษประจำจังหวัดเพื่อเข้ารับการฟื้นฟูเบื้องต้น หลังจากได้รับการรับรองศักยภาพว่าสามารถอยู่ร่วมในสังคมและช่วยเหลือตนเองได้ในระดับหนึ่ง ศูนย์การศึกษาพิเศษจะส่งตัวไปศึกษาต่อตามสถาบันการศึกษาที่มีห้องเรียนร่วมหรือห้องเรียนคู่ขนานตามหลักสูตรสามัญ โดยมีงบประมาณสนับสนุนจากกองทุนช่วยเหลือผู้พิการตามนโยบายของรัฐบาล

การเรียนแบ่งออกเป็นการเรียนร่วมแบบเต็มเวลา (Mainstreaming) คือ จัดให้บุคคลออทิสติกได้เรียนร่วมกับเด็กปกติตลอดเวลาที่อยู่ในโรงเรียน และการเรียนร่วมแบบบางเวลา (Integration) คือ การจัดชั้นพิเศษในโรงเรียนปกติสลับกับการฝึกพัฒนาฟื้นฟูศักยภาพ ส่วนมากจะใช้ในการปรับตัวช่วงแรกของบุคคลออทิสติกเมื่อย้ายจากศูนย์การศึกษาพิเศษไปโรงเรียนปกติในชุมชน ต่อมารูปแบบการเรียนได้ถูกพัฒนามาเป็นการเรียนรวม (Inclusive หรือ Inclusion) เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องในการจัดการศึกษา

แบบเดิมผ่านหลักการการดูแลเด็กทุกคนอย่างเท่าเทียม พร้อมทั้งจัดการศึกษาที่สนับสนุนความจำเป็นของเด็กแต่ละคนไปพร้อมกัน ซึ่งการเรียนรู้แต่ละรูปแบบต้องมีความยืดหยุ่นสูงและคำนึงถึงวิธีการเรียนรู้ของเด็กเป็นสำคัญ เพื่อให้สามารถพัฒนาบุคคลออทิสติกซึ่งมีความแตกต่างเฉพาะบุคคลได้อย่างเหมาะสม จากการศึกษาพบว่า บุคคลออทิสติกไม่ควรเรียนแยกในห้องเรียนเฉพาะตลอดเวลาการเรียนร่วมและการเรียนรวมจะช่วยพัฒนาทักษะทางสังคมและทักษะชีวิตร่วมกับการพัฒนาด้านวิชาการไปพร้อมกันซึ่งเป็นวิธีที่ได้ผลดีกว่าหลังจบการศึกษาในระดับต่าง ๆ แล้วการทำงานถือเป็นประตูบานต่อไปสำหรับบุคคลออทิสติกในการลดภาระครอบครัวและสร้างคุณค่าในตนเอง ซึ่งการเข้าสู่โลกของการทำงานสำหรับบุคคลออทิสติกนั้น ต้องมีการเตรียมความพร้อมก่อนทั้งด้านทักษะทางสังคม ทักษะการช่วยเหลือตนเอง และทักษะความถนัดทางอาชีพนั้น ๆ โดยช่วงแรกของการทำงานจะมีพี่เลี้ยงคอยดูแลเพื่อให้มั่นใจว่าบุคคลออทิสติกสามารถทำงานได้ตามคุณลักษณะของแต่ละองค์กรต้องการและปรับตัวเข้ากับสังคมในองค์กรได้ แม้ปัจจุบันจะมีองค์กรบางส่วนทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้โอกาสบุคคลออทิสติกเข้าทำงาน แต่รัฐยังคงไม่ให้ความสำคัญในการผลักดันการจ้างงานคนพิการอย่างจริงจัง เช่น ในแง่แรงจูงใจจากการลดหย่อนภาษีของนายจ้างที่ไม่น่าสนใจพอ หรือแม้แต่องค์กรเองยังมีอัตราการจ้างงานคนพิการในองค์กรที่ต่ำมาก นอกจากนี้ยังมีปัญหาสำคัญคือ ทัศนคติของนายจ้างที่มีต่อบุคคลออทิสติก นายจ้างบางส่วนไม่มั่นใจว่าบุคคลออทิสติกมีศักยภาพเพียงพอที่จะทำงานได้ หรือไม่แน่ใจว่าจะทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานได้ ซึ่งการผลักดันนโยบายสู่การปฏิบัติอย่างจริงจังจากภาครัฐ รวมถึงการผสมผสานความร่วมมือจากภาคเอกชนและภาคประชาสังคมจึงเป็นกลไกสำคัญในการสร้างโอกาสในการทำงานอย่างเท่าเทียมของบุคคลออทิสติก

เส้นทางชีวิตบุคคลออทิสติก

งานวิจัยส่วนนี้ใช้วิธีวิทยาของการศึกษาเรื่องเล่า (Narrative Approach) ซึ่งอยู่ภายใต้กระบวนการทัศน์

สร้างสรรค์สังคม (Social Constructivism) ที่ให้ความสำคัญกับการสร้างความหมายผ่านประสบการณ์ของบุคคลโดยมีการเล่าเรื่องเป็นส่วนสำคัญ ความจริงจะถูกสร้างขึ้นผ่านการตีความตามมุมมองและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลในบริบทต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ชีวิตจริงและเรื่องเล่าจึงไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ทั้งนี้การศึกษาเรื่องเล่าถูกนำมาใช้วิเคราะห์เพื่อตอบคำถามการวิจัยเรื่องปัญหาของระบบการดูแลบุคคลออทิสติกในประเทศไทยผ่านเส้นทางชีวิตของผู้เล่าเรื่องจากประสบการณ์ตรงเพื่อให้เกิดความรู้ที่สร้างขึ้นมาร่วมกันระหว่างผู้เล่าเรื่องและนักวิจัย การศึกษาเรื่องเล่าจากเส้นทางชีวิตบุคคลออทิสติกแสดงให้เห็นถึงมุมมองที่สังคมไทยมีต่อบุคคลออทิสติกและความท้าทายในมิติต่าง ๆ ที่บุคคลออทิสติกต้องเผชิญในปัจจุบัน

เรื่องเล่าทั้ง 6 เรื่อง แบ่งเป็นเรื่องเล่าจากครอบครัวที่ขาดความพร้อมด้านทุนทรัพย์ 2 เรื่อง เล่าคือ เรื่องของอิงและต้นซึ่งแสดงให้เห็นถึงการต่อสู้ของแม่ที่ต้องค้นหาความรู้ด้วยตนเองจากทุกแหล่งข้อมูลเพื่อให้อิงและต้นได้เข้ารับการพัฒนาอย่างเต็มที่ภายใต้สภาพทางการเงินที่จำกัด ต้นถูกวินิจฉัยว่ามีภาวะออทิสซึมตั้งแต่ 20 กว่าปีที่แล้ว ในขณะที่ออทิสติกยังไม่เป็นที่รู้จักในประเทศไทย ความยากลำบากของบุคคลออทิสติกในยุคแรกอย่างต้นจึงมากกว่าอิง ซึ่งถูกวินิจฉัยว่าเป็นบุคคลออทิสติกเมื่อ 10 กว่าปีที่แล้วมาก ทั้งในด้านความรู้เกี่ยวกับออทิสติกที่ยังจำกัดและจำนวนสถานศึกษาที่เปิดรับในขณะนั้น

ในขณะที่เรื่องเล่าอีก 2 เรื่องจากนานและเส็ง แสดงถึงชีวิตบุคคลออทิสติกในครอบครัวฐานะดีที่มีความพร้อม แต่ถึงแม้จะได้รับการบำบัดและได้รับโอกาสทางการศึกษาที่ดีที่สุดเท่าที่ครอบครัวจะให้ได้ ทั้งคู่ยังคงประสบปัญหาเดียวกันกับอิงและต้นคือ ทัศนคติจากสังคมและปัญหาเชิงโครงสร้าง เช่น การขาดความพร้อมของโรงเรียนในแต่ละพื้นที่ จำนวนแหล่งฝึกฝนไม่เพียงพอ การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับสังคม รวมถึงความกังวลในการใช้ชีวิตลำพังเมื่อครอบครัว

จากไป นานอยู่ที่จังหวัดราชบุรีในขณะที่เสี่ยงเกิดและเติบโตในกรุงเทพ เสี่ยงจึงสามารถเข้าถึงบริการต่าง ๆ ที่บุคคลออทิสติกต้องการได้สะดวกกว่าบ้าน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำที่ความเจริญยังคงกระจุกตัวในเมืองหลวงมากกว่าในต่างจังหวัด

เรื่องเล่า 2 เรื่องสุดท้ายคือ เรื่องของแจ๊คและเกม ซึ่งมาจากตัวอย่างบุคคลออทิสติกที่ประสบความสำเร็จ มีงานทำ มีรายได้เลี้ยงตนเอง ดูแลตนเองได้ดี และสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้ ครอบครัวจึงไม่มีความกังวลมากเท่ากลุ่มอื่น ทั้งคู่สามารถใช้ชีวิตด้วยตนเองได้เสมือนคนปกติ โดยคุณแจ๊คสำคัญของความสำเร็จในการฝึกฝนและพัฒนาเริ่มต้นจากครอบครัวก่อน ซึ่งเบื้องหลังความสำเร็จของทั้งคู่มาจากความทุ่มเทอย่างเข้มข้นและการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องของครอบครัวทั้งสิ้น

จากเรื่องเล่าทั้งหมดพบว่า บุคคลออทิสติกและครอบครัวบุคคลออทิสติกในสังคมไทยต้องเผชิญกับความท้าทายในการดำเนินชีวิตคล้ายคลึงกันตั้งแต่การเข้าถึงองค์ความรู้เกี่ยวกับออทิสติกซึ่งยังไม่มีที่แพร่หลายในสังคมไทย เมื่อสังคมขาดความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับภาวะออทิสซึมส่งผลให้ครอบครัวขาดการเฝ้าสังเกตคุณลักษณะบ่งชี้ ทำให้บุคคลออทิสติกเข้าสู่ระบบคัดกรองล่าช้าซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาทักษะอย่างมีประสิทธิภาพ การดูแลของครอบครัวผ่านบริบทสังคมแวดล้อมและทรัพยากรสนับสนุนที่แตกต่างกัน การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่สถาบันการศึกษาผ่านศูนย์การศึกษาพิเศษ โอกาสในการเข้าศึกษาในสถาบันต่าง ๆ ภายใต้บริบทของครูและโรงเรียนที่มีความเข้าใจและมีการดูแลบุคคลออทิสติกที่ถูกต้อง โอกาสที่จำกัดในการเข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างมีคุณภาพ รวมถึงการใช้ชีวิตลำพังหลังจากครอบครัวไม่สามารถอยู่ดูแลได้แล้ว อีกทั้งคนในสังคมยังมองเห็นบุคคลออทิสติกผ่านชุดความคิดที่คลาดเคลื่อน บุคคลออทิสติกจึงถูกผลักออกไปเป็นกลุ่มคนชายขอบ ถูกกีดกันจากการดำเนินชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคม

สถานการณ์บุคคลออทิสติกในประเทศไทย

สังคมไทยเริ่มเปิดรับบุคคลออทิสติกในฐานะส่วนหนึ่งของสังคมมากขึ้น แต่ยังขาดความเข้าใจที่ถูกต้องในมิติต่าง ๆ เช่น ความคิดที่ว่าบุคคลออทิสติกก้าวร้าวควบคุมตนเองไม่ได้อาจทำร้ายผู้อื่น หรือผู้ปกครองบางส่วนที่ไม่ยอมรับความจริงว่าบุตรของตนมีภาวะออทิสซึมจึงไม่ลงทะเบียนในระบบผู้พิการ ปัจจัยเหล่านี้ทำให้บุคคลออทิสติกที่มีพฤติกรรมบ่งชี้บางส่วนไม่ได้เข้ารับการวินิจฉัยอย่างเหมาะสม ครอบครัวจึงเป็นด่านแรกของการคัดกรองและการเปิดใจยอมรับจากครอบครัวคือ ประตูด่านแรกของการวางแผนการพัฒนาทักษะที่เหมาะสมสำหรับแต่ละบุคคล

ตั้งแต่ช่วงปฐมวัยบุคคลออทิสติกต้องได้รับการดูแลและพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยความขาดแคลนของบุคลากรภาครัฐ เช่น แพทย์ นักกิจกรรมบำบัด นักแก้ไขการพูด ทำให้ต้องรอเข้ารับการรักษา นานกว่าจะได้พบในแต่ละครั้ง เด็กก็ไม่มีสมาธิในการฝึก ความขาดแคลนของบุคลากรส่งผลโดยตรงต่อความถี่ของการนัดเข้ารับการรักษา ส่วนมากจะนัดหลายเดือนต่อครั้ง ยิ่งถ้าในต่างจังหวัดจำนวนความถี่ของการนัดจะยิ่งห่างออกไปอีก ด้วยจำนวนบุคลากรทางการแพทย์รวมถึงนักบำบัดที่มีจำกัด เจ้าหน้าที่จึงไม่สามารถอธิบายถึงเป้าหมายของแต่ละกิจกรรมให้กับผู้ปกครองได้อย่างทั่วถึง ทำให้ผู้ปกครองส่วนมากไม่เข้าใจเจตนาที่แท้จริงของการฝึกแต่ละครั้ง ไม่สามารถนำแนวทางไปฝึกต่ออยู่ที่บ้านได้ ทางด้านค่าใช้จ่ายในการรักษาก็เช่นกัน แม้รัฐจะสนับสนุนค่ารักษาบางส่วนตามสิทธิคนพิการ แต่การเดินทางมาพบแพทย์หรือการเดินทางมาร่วมกิจกรรมต้องใช้ทุนทรัพย์ของผู้ปกครองเอง รวมถึงเวลาที่แต่ละครอบครัวต้องเสียสละหนึ่งคนมาดูแลคอยรับส่งระหว่างการทำบำบัดที่ต่อเนื่องยาวนาน ทำให้บุคคลออทิสติกส่วนมากไม่ได้รับการบำบัดจนครบหลักสูตร

จากข้อมูลทางสถิติพบว่า ปัจจุบันมีจำนวนบุคคลออทิสติกในประเทศไทยที่ลงทะเบียนในระบบของ

ผู้พิการจำนวน 14,841 คน ซึ่งถือเป็น 4.95% จากจำนวนประเมินของบุคคลออทิสติกทั้งหมดในประเทศไทยราว 300,000 คน บุคคลออทิสติกส่วนมากยังไม่มีตัวตนในระบบ ทำให้คนกลุ่มนี้สูญเสียโอกาสที่จะได้รับสิทธิผู้พิการรวมถึงการสนับสนุนจากรัฐในด้านต่าง ๆ และจากจำนวนที่ลงทะเบียนในระบบมีเพียง 0.028% จากจำนวนทั้งหมดของฐานข้อมูลเท่านั้นที่มีงานทำ ซึ่งถือเป็นจำนวนที่ต่ำมาก บุคคลออทิสติกที่เข้าสู่ระบบการศึกษาในประเทศไทยส่วนมากอยู่ในช่วงประถมศึกษาและมีจำนวนลดลงอย่างมีนัยสำคัญในช่วงมัธยมศึกษา บุคคลออทิสติกส่วนมากในสังคมไทยจึงยังขาดโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาที่เหมาะสมตามศักยภาพของตนโดยเฉพาะกลุ่มที่ครอบครัวขาดความพร้อมหรือกลุ่มที่ยังไม่สามารถช่วยเหลือตนเองหรือไม่สามารถสื่อสารได้ด้วยคุณลักษณะเฉพาะของบุคคลออทิสติกที่มีความบกพร่องในการตีความสถานการณ์ ไม่เข้าใจกฎเกณฑ์ทางสังคม ไม่ยืดหยุ่น และมีความบกพร่องทางการสื่อสาร ระบบการศึกษาในประเทศไทยที่ยึดตามหลักสูตรเป็นหลักจึงไม่เอื้อต่อคุณลักษณะเหล่านี้ ต้องอาศัยการเตรียมความพร้อมจากครอบครัวและศูนย์การศึกษาพิเศษเพื่อฝึกฝนปรับพฤติกรรมก่อนเข้าเรียนร่วมกับเด็กปกติ ซึ่งถึงแม้จะผ่านการปรับตัวพร้อมเข้าเรียนร่วมแล้ว จำนวนสถานศึกษาที่เปิดรับก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ข้อจำกัดเหล่านี้ทำให้บุคคลออทิสติกบางส่วนถูกผลักออกจากระบบการศึกษาไปในที่สุด แม้จะมีบุคคลออทิสติกจำนวนหนึ่งที่จบการศึกษาและผ่านการประเมินศักยภาพพื้นฐานว่าสามารถทำงานได้ แต่นายจ้างหรือสถานประกอบการเกือบครึ่งยังเลือกส่งเงินเข้ากองทุนคนพิการมากกว่าการเลือกจ้างงานคนพิการ และในกลุ่มที่เลือกจ้างงานคนพิการพบว่า มีนายจ้างส่วนน้อยมากที่เลือกบุคคลออทิสติกเข้าทำงานเมื่อเทียบกับความพิการด้านอื่น เพราะเกรงว่าจะควบคุมยาก (Autistic Thai Foundation, 2021)

ดังนั้นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อสังคมที่มีต่อบุคคลออทิสติกจึงมีความสำคัญอย่างมากในระดับครอบครัวคือ ช่วยให้ครอบครัวมีความเข้าใจหมั่นสังเกต เปิดใจยอมรับ และสนับสนุนการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ในระดับสถานศึกษาคือ ไม่กีดกัน ช่วยเหลือเปิดโอกาสให้บุคคลออทิสติกได้เรียนร่วมกับผู้อื่น ซึ่งนอกเหนือจากความรู้ทางวิชาการแล้วยังได้ฝึกทักษะทางสังคมควบคู่ไปด้วย ในระดับการทำงานคือ ให้โอกาสปรับตัว สนับสนุนให้ใช้ความสามารถที่เหมาะสมกับงานที่ทำ ในระดับสังคมคือ ยอมรับให้บุคคลออทิสติกเป็นส่วนหนึ่งของสังคมด้วยความเข้าใจ และสามารถดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างเท่าเทียม

กระบวนการและองค์ประกอบการสร้างสรรค นวัตกรรมสังคมเพื่อการดูแลบุคคลออทิสติก

นวัตกรรมสังคมเพื่อการดูแลบุคคลออทิสติกในประเทศไทยมีภาคประชาสังคมเป็นแกนหลักขับเคลื่อนร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ด้านนโยบายและศูนย์กลางความรู้ มูลนิธิออทิสติกไทยและสมาคมผู้ปกครองบุคคลออทิสติก (ไทย) หรือองค์กรแห่งชาติด้านบุคคลออทิสติกถือเป็นองค์กรหลักที่ผลักดันการส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคคลออทิสติกอย่างต่อเนื่อง ก่อตั้งจากครอบครัวและผู้ปกครองบุคคลออทิสติกที่เผชิญปัญหาร่วมกัน โดยเป็นตัวแทนประสานงานกับภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเริ่มตั้งแต่ผลักดันให้ออทิสติกถูกบัญญัติในประเภทหนึ่งของผู้พิการ รวมถึงมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตบุคคลออทิสติกในประเทศไทย ผสานความร่วมมือกับองค์กรระดับท้องถิ่นเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ในด้านการดูแลบุคคลออทิสติก และจัดกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือบุคคลออทิสติกและครอบครัว จากการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลได้มีการพัฒนากรอบเป็นนวัตกรรมสังคมเพื่อช่วยเหลือบุคคลออทิสติกอย่างเต็มรูปแบบ ทั้งในด้านการให้คำแนะนำเบื้องต้น การสร้างหลักสูตรการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะ

ด้านต่าง ๆ การฝึกทักษะอาชีพ การให้ความรู้ผู้ประกอบการ การประสานงานกับนายจ้างและผู้ประกอบการเพื่อรับบุคคลออทิสติกที่ผ่านการฝึกฝนแล้วเข้าทำงาน รวมถึงการตั้งบริษัทวิสาหกิจเพื่อสังคมเพื่อสร้างความยั่งยืน และสร้างรายได้เพื่อสนับสนุนกิจกรรมขององค์กรต่อไป ถือเป็นนวัตกรรมใหม่ที่มีคุณค่าต่อสังคมโดยรวมบนพื้นฐานของการมองเห็นประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลักเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงที่นำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของบุคคลออทิสติกในสังคมไทยอย่างแท้จริง

ด้านการฝึกทักษะทางอาชีพ จากความร่วมมือระหว่างเครือข่ายมูลนิธิโกลด์แมนส์และทรูคอร์ปอเรชั่น ร่วมกับมูลนิธิออทิสติกไทยได้ก่อตั้งศูนย์ฝึกอบรมเพื่อการทำงานบุคคลออทิสติก หรือ CP-True-Autistic Thai Foundation Vocational Training Center เพื่อเป็นศูนย์ฝึกอบรมสำหรับการทำงานและการพัฒนาทักษะอาชีพด้านต่าง ๆ ให้แก่บุคคลออทิสติกทั่วประเทศ และเป็นศูนย์ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาวิทยาการในการพัฒนาศักยภาพบุคคลออทิสติกให้เหมาะสมกับศักยภาพของบุคคลออทิสติกเพื่อสร้างงานสร้างอาชีพให้บุคคลออทิสติกอย่างยั่งยืน เตรียมความพร้อมบุคคลออทิสติกในการเข้าสู่ตลาดแรงงานตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 มาตรา 33 และมาตรา 35 ต่อไปด้านการกระจายความช่วยเหลือออกสู่ต่างจังหวัด ศูนย์ส่งเสริมทักษะชีวิตบุคคลออทิสติกก่อตั้งจากการรวมตัวกันของกลุ่มผู้ประกอบการบุคคลออทิสติกในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ศูนย์ส่งเสริมทักษะชีวิตบุคคลออทิสติก 40 ศูนย์ ซึ่งกระจายในแต่ละจังหวัดทั่วประเทศ เป็นองค์กรภาคีเครือข่ายมูลนิธิออทิสติกไทย บางแห่งผ่านการประเมินได้รับการรับรองเป็นศูนย์บริการคนพิการทั่วไปยกระดับเป็นศูนย์บริการออทิสติกระดับจังหวัด และมีแผนขยายการให้บริการให้ครบ 76 จังหวัดในประเทศไทยเพื่อลดอุปสรรคและค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเข้ารับการศึกษาหรือร่วมกิจกรรม สร้างโอกาส

ที่เท่าเทียมให้กับบุคคลออทิสติกที่อยู่ในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ

ด้านความร่วมมือระหว่างบ้าน วัด ชุมชน ศูนย์พัฒนาเด็กพิเศษวัดห้วยหมก่ก่อตั้งขึ้นโดยพระครูจันทสีรากร เจ้าอาวาสวัดห้วยหมก่ เพื่อต่อยอดการฝึกทักษะทางอาชีพหลังจบการศึกษาขั้นพื้นฐานจากโรงเรียนแล้ว เสริมสร้างความเข้าใจระหว่างชุมชนและบุคคลออทิสติกในพื้นที่ สร้างพื้นที่ให้บุคคลออทิสติกมีสังคมมีที่พึ่งพา ช่วยเหลือบุคคลออทิสติกที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่เสี่ยงต่อการถูกชักจูงไปทางอบายมุข ทั้งยาเสพติด การพนัน การล่วงละเมิดทางเพศ และช่วยเหลือผู้ประกอบการที่มีรายได้น้อยให้สามารถฝากดูแลบุคคลออทิสติกแบบเข้าไปเย็นกลับเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถไปทำงานหาเลี้ยงชีพได้

องค์กรตัวอย่างเหล่านี้ล้วนก่อร่างมาจากการเผชิญปัญหาาร่วมกัน เห็นความสำคัญของปัญหาระบบดูแลบุคคลออทิสติกที่มีอยู่ ทั้งกลุ่มผู้ประกอบการบุคคลออทิสติก วัด และภาคีสมาชิกต่าง ๆ เพื่อช่วยพัฒนาระดับคุณภาพชีวิตของบุคคลออทิสติก โดยเฉพาะในส่วนความช่วยเหลือที่นโยบายภาครัฐยังไม่สามารถเข้าถึงได้ทั้งหมด ปัจจุบันบุคคลออทิสติกในสังคมไทยโดยรวมยังขาดโอกาสที่จะเรียนรู้และฝึกฝนทักษะอาชีพตามความถนัดอย่างทั่วถึง ยังคงต้องมีการผลักดันอย่างต่อเนื่องเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

อภิปรายและสรุปผล

จากผลการวิจัยเรื่องนวัตกรรมสังคมเพื่อการดูแลบุคคลออทิสติกในประเทศไทยสามารถอภิปรายและสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. สถานการณ์และเส้นทางชีวิตบุคคลออทิสติก การขาดความเข้าใจ ขาดความตระหนักรู้เกี่ยวกับบุคคลออทิสติกของผู้คนในสังคมนั้น ส่งผลให้โลกแห่งชีวิตสำหรับบุคคลออทิสติกมีความท้าทายอย่างยิ่ง ระบบจึงเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนการพัฒนาทักษะการใช้ชีวิต การศึกษา และการทำงาน

ของบุคคลออทิสติกอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีมูลนิธิออทิสติกไทยเป็นแกนนำหลักในการกระจายความรู้ พัฒนาระบบดูแลต่าง ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโลกแห่งชีวิตและระบบของบุคคลออทิสติกให้เกิดความสมดุล ลดช่องว่างและเปิดโอกาสให้บุคคลออทิสติกได้ใช้ชีวิตในสังคมตามศักยภาพ แนวคิดพื้นที่สาธารณะ (Habermas et al., 1964) คือ กลไกการส่งเสริมความเท่าเทียมสำหรับบุคคลออทิสติกในประเทศไทย ผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วมของทุกคนเพื่อสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับบุคคลออทิสติกขึ้นในสังคมไทยอย่างถูกต้อง ร่วมกันออกแบบพื้นที่ที่ทุกคนสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างไม่แปลกแยก เกิดพื้นที่สาธารณะซึ่งเป็นพื้นที่ที่สร้างความสมดุลระหว่างพื้นที่อื่น ๆ โดยการขับเคลื่อนนี้อาจเป็นตัวแปรหลักที่จะช่วยลดล้างอคติเกี่ยวกับบุคคลออทิสติก ลดกำแพงความแปลกแยกออกไปจากสังคมโดยรวมและถือเป็นหนึ่งในแนวทางการแก้ไขปัญหายั่งยืน

2. นวัตกรรมสังคมเพื่อการดูแลบุคคลออทิสติก นวัตกรรมสังคมเกี่ยวกับบุคคลออทิสติกในประเทศไทย ถูกขับเคลื่อนโดยภาคประชาสังคมเป็นหลัก โดยมีมูลนิธิออทิสติกไทยและองค์กรอื่น ๆ ที่สนับสนุนการพัฒนาทักษะอาชีพของบุคคลออทิสติกเป็นแกนนำเพื่อสร้างระบบการดูแลบุคคลออทิสติกอย่างรอบด้าน ตั้งแต่การสังเกต การคัดกรอง การดูแลช่วงปฐมวัย การเข้าสู่ระบบการศึกษา การส่งต่อในช่วงวัยต่าง ๆ การฝึกทักษะอาชีพ การส่งเสริมอาชีพ รวมถึงการฝึกทักษะชีวิตเพื่ออยู่ร่วมในสังคม ทั้งนี้แนวทางการพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ โดยให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางสอดคล้องกับทฤษฎีพหุปัญญา (Gardner, 1987) บุคคลออทิสติกสามารถพัฒนาทักษะแต่ละด้านให้สูงขึ้นถึงระดับใช้งานได้ ถ้ามีการฝึกฝนที่ดีและอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ โดยการเลือกอาชีพให้กับบุคคลออทิสติกจะ

สอดคล้องกับความสนใจ ความถนัด ลักษณะเฉพาะและพฤติกรรม เพื่อให้สามารถแนะแนวทางการฝึกฝนทักษะที่เหมาะสมแก่บุคคลออทิสติกที่มีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลได้ตามทฤษฎีการเลือกอาชีพ (Holland, 1972) นอกจากการเข้ารับบริการจากรัฐตามสิทธิคนพิการบุคคลออทิสติกสามารถเข้ารับการฝึกฝนและช่วยเหลือจากองค์กรต่าง ๆ ที่สนับสนุนการพัฒนาทักษะอาชีพของบุคคลออทิสติกที่กระจายตัวอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งองค์กรเหล่านี้เป็นกลไกขับเคลื่อนสำคัญที่ทำให้เกิดแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตบุคคลออทิสติกในมิติที่แตกต่างกัน

3. แนวทางการดูแลบุคคลออทิสติกในประเทศไทย จากการวิเคราะห์สถานการณ์บุคคลออทิสติกในประเทศไทยพบว่า มีมาตรการหลักที่ควรได้รับการผลักดันอย่างเร่งด่วน 3 ประเด็นคือ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง การตรวจคัดกรองและการเข้ารับการรักษาต่อเนื่องตั้งแต่อายุยังน้อย และสนับสนุนอาชีพของบุคคลออทิสติก ซึ่งการส่งเสริมให้บุคคลออทิสติกมีงานทำนั้นไม่เพียงช่วยให้บุคคลออทิสติกมีรายได้เลี้ยงดูตนเองได้ ส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม แต่ยังช่วยให้บุคคลออทิสติกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ลดภาระครอบครัว และสร้างคุณค่าในตนเอง ซึ่งมาตรการหลักทั้ง 3 ประเด็นต้องดำเนินการอย่างสอดคล้องกัน

โดยจากงานวิจัยเรื่องนวัตกรรมสังคมเพื่อการดูแลบุคคลออทิสติกในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์องค์ความรู้อย่างเป็นระบบเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาระบบดูแลบุคคลออทิสติกในประเทศไทยด้วยแนวคิด RAM หรือ “Raise Awareness for Autism, Apply Four Supporting Mechanisms based on Autistic Roadmap, Make the Right Real” ดังนี้



รูปที่ 1 แนวคิด RAM

3.1 การสร้างความตระหนักรู้ให้กับสังคม (Raise Awareness for Autism) เป็นสิ่งจำเป็น ข้อเท็จจริงพื้นฐานเกี่ยวกับออทิสติกต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงทุกคนในสังคมไทยโดยมีรัฐเป็นแกนนำหลักผสานความร่วมมือกับภาคเอกชนและภาคประชาสังคม

3.2 การสนับสนุนการพัฒนาตาม 4 กลไกหลักออทิสติกโรดแมป (Apply Four Supporting Mechanisms based on Autistic Roadmap) เป็นการสร้างโครงสร้างของระบบเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนประกอบด้วย 1) แผนกพิเศษออทิสติกในโรงพยาบาลทั่วไปและในชุมชน 2) ห้องเรียน 2 รูปแบบ ประกอบด้วยห้องเรียนคู่ขนานออทิสติกสำหรับกลุ่มไม่มีภาษาพูด และห้องเรียนสอนเสริมการศึกษาพิเศษสำหรับกลุ่มมีภาษาพูดในโรงเรียนใกล้บ้าน 3) บ้านพิทักษ์บุคคลออทิสติกในชุมชน ดูแลตั้งแต่ระดับวัยร่นไปจนถึงวัยชรา มีสวัสดิการรองรับ เป็นนวัตกรรมด้านสวัสดิการสังคมที่รัฐควรดำเนินการเพื่อเป็นที่พึ่งสุดท้ายสำหรับบุคคลออทิสติกที่ไม่มีผู้ดูแลผ่านระบบการดูแลในชุมชนที่ไม่ใช่สถานสงเคราะห์หรือธุรกิจที่ให้บริการ

4) สถาบันวิจัยออทิสซึมในชุมชนเมืองในมหาวิทยาลัยที่มีโรงเรียนเรียนแพทย์เพื่อการศึกษาวิจัย พัฒนาองค์ความรู้และสร้างนวัตกรรมเกี่ยวกับออทิสติก เมื่อ 4 กลไกนี้ทำงานสอดประสานกันจะทำให้บุคคลออทิสติกมีโครงสร้างทางสังคมรองรับในทุกมิติโดยไม่ซ้ำซ้อนกัน และอยู่ในโครงสร้างพื้นฐานของรัฐ

3.3 การทำสิทธิให้เป็นจริงหรือ Make the Right Real คือ การผลักดันนโยบายด้านต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติจริง ซึ่งประกอบไปด้วยแนวทางปฏิบัติเพื่อส่งเสริม สนับสนุนการดำเนินงาน และเสริมสร้างความร่วมมือการตระหนักถึงสิทธิของคนพิการรวมถึงสิทธิของบุคคลออทิสติกในประเทศไทย

แนวคิด RAM ผ่าน 3 แนวทางหลักในการปฏิบัติจะช่วยสร้างความเข้าใจเชิงลึกถึงศักยภาพที่หลากหลายของบุคคลออทิสติกที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล สร้างความตระหนักรู้ สนับสนุนการใช้ความสามารถเชิงอาชีพเพื่อสร้างรายได้พึ่งพาตนเอง ซึ่งความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรมจะเกิดขึ้นได้จากการผสานความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และเกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่สังคมไทยสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้อย่างยั่งยืนต่อไป

References

- Autistic Thai Foundation. (2021). *Autistic Thai foundation*. <https://autisticthai.com> [in Thai]
- Cresswell, L., Hinch, R., & Cage, L. (2019). The experiences of peer relationships amongst autistic adolescents: A systematic review of the qualitative evidence. *Research in Autism Spectrum Disorders*, 61, 45-60.
- Gardner, H. (1987). *The theory of multiple intelligences*. <https://www.jstor.org/stable/23769277>

- Habermas, J., Lennox, S., & Lennox, F. (1964). *The public sphere: An encyclopedia article*. <https://www.jstor.org/stable/487737>
- Holland, J. L. (1972). *Vocational preference inventory*. <https://www.jstor.org/stable/1433813>
- Hull, L., Petrides, K. V., Allison, C., Smith, P., Baron-Cohen, S., Lai, M., & Mandy, W. (2017). Putting on my best normal: Social camouflaging in adults with autism spectrum conditions. *Journal of Autism and Developmental Disorders*, 47, 2519-2534.
- Jankowska, D. M., Omelanczuk, I., Czerwonka, M., & Karwowski, M. (2019). Exploring links between creative abilities, creative personality and subclinical autistic traits. *Personality and Individual Differences*, 142, 226-231.
- Jarabrum, O. (2019). Art therapy activities for creativity development of autistic students. *Journal of Research and Development Institute, Rajabhat Maha Sarakham University*, 6(1), 303-312. [in Thai]
- Parents Association and Autistic Thai Foundation. (2016). *Four supporting mechanisms based on autistic roadmap*. Autistic Thai Foundation Publisher.
- Suntonpong, B. (2019). Family role on social skills development of autistic children in dome nursery school under the office of the basic education commission, Bangkok. *Journal of Arts Management*, 3(2), 69-82. [in Thai]
- Tangviriyapaiboon, D. (2013). Effect of early intensive intervention program in children with autistic spectrum disorders on IQ outcome. *Journal of Mental Health of Thailand*, 21(2), 121-130. [in Thai]
- Tawankanjanachot, N. (2016). Social skills of school age children with autism spectrum disorders. *Journal of Psychiatric Nursing and Mental Health*, 30(2), 1-21. [in Thai]



Name and Surname: Pentipa Jaemjankasem

Highest Education: Doctor of Philosophy in Leadership in Society, Business and Politics, Rangsit University

Affiliation: Rangsit University

Field of Expertise: Social Innovation and Information Technology



Name and Surname: Chatwarun Angasinha

Highest Education: Educational Development Doctoral (Ed.D.), Srinakharinwirot University

Affiliation: Rangsit University

Field of Expertise: Social Innovation and Sociology

ความคิดเห็นของกลุ่มคนรักเพศตรงข้ามที่เป็นพนักงานองค์การเอกชนและข้าราชการ
ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศ
ให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

THE OPINIONS OF HETEROSEXUAL EMPLOYEES IN PRIVATE SECTOR AND
HETEROSEXUAL OFFICIALS IN BANGKOK METROPOLITAN AREA IN
SUPPORTING THE LEGAL RIGHT OF THEIR GENDER DIVERSITY
COLLEAGUES TO REGISTER THEIR MARRIAGE ACCORDING
TO THE CIVIL PARTNERSHIP BILL

ประจักษ์ ปฏิทัศน์

Prajuk Pratitas

คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

Faculty of Applied Arts, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

Received: February 16, 2021 / Revised: June 12, 2021 / Accepted: June 21, 2021

บทคัดย่อ

กฎหมายการจดทะเบียนคู่ชีวิตมีเป้าหมายเพื่ออนุญาตให้บุคคลทุกคนสามารถมีคู่ชีวิต แม้ว่าจะเป็น
คู่รักเพศวิถีที่แตกต่างจากธรรมเนียมปฏิบัติดั้งเดิมก็ได้รับสิทธิเท่าเทียมกันตามกฎหมาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อ
ต่อองค์การทุกประเภท ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มคนรักเพศตรงข้ามที่เป็นพนักงานองค์การเอกชนและ
ข้าราชการในเขตกรุงเทพมหานครแสดงความตั้งใจที่จะสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้
สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายในระดับค่อนข้างมาก จากอิทธิพลของตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร
ได้แก่ ตัวแปรเจตคติต่อการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิต
ได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม แต่ไม่พบอิทธิพลจากตัวแปร
การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม จึงอนุมานได้ว่ากฎหมายการจดทะเบียนคู่ชีวิต อาจเพียงแค่
ทำให้กลุ่มคนรักเพศตรงข้ามแสดงความคิดเห็นเชิงบวกต่อการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลาย
ทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย แต่ไม่มีผลในทางปฏิบัติ สรุปสมการความ
สัมพันธ์ คือ การสนับสนุนเพื่อนร่วมงาน ผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้อง
ตามกฎหมาย = $2.372 + 0.789$ (การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม) -0.273 (เจตคติต่อ พรบ.จดทะเบียน
คู่ชีวิต) ซึ่งมีอำนาจในการพยากรณ์ประมาณ ร้อยละ 13.50

คำสำคัญ: กฎหมายการจดทะเบียนคู่ชีวิต คนรักเพศตรงข้าม ผู้มีความหลากหลายทางเพศ พนักงานองค์การ
เอกชน ข้าราชการ

Abstract

The Civil Partnership Bill is aimed to allow anyone to be legally married even though their spouse's gender may be different from the traditionally accepted one; so non-traditional couples can have the same rights, being equal in the eyes of the law, which has a big impact on all types of the organization. The findings of this research indicate that most of heterosexual employees in the private sector and heterosexual government officials in Bangkok Metropolitan area express their high level intention to support the legal right of the heterosexual colleagues to legally register their marriage from the influences of two independent variables, namely, the variable of attitude toward supporting the legal right of their gender diversity colleagues to legally register their marriage according to the Civil Partnership Bill, and the variable of complying with the social norm, the influence from the perceived behavioral control variable. Therefore, it can be inferred that the Civil Partnership Bill may only enable the heterosexual group of people to express their positive attitude toward supporting the legal right of their gender diversity colleagues to legally register their marriage but still has no effect in practice. The summarized relationship equation is as follows:

Supporting the legal right of gender diversity colleagues to legally register their marriage = $2.372 + 0.789$ (complying with the social norm) -0.273 (attitude toward the Civil Partnership Bill), the predicting power of which is about 13.50 percent.

Keywords: Civil Partnership Bill, Government Official, Gender Diversity, Private Sector Employee

บทนำ

คู่ชีวิตตามพระราชบัญญัติการจดทะเบียนคู่ชีวิต อยู่ในฐานะคู่ชีวิตที่ชอบด้วยกฎหมาย มีสิทธิในการจัดการทรัพย์สินเหมือนคู่สามีภรรยาที่จดทะเบียนสมรสกัน มีสิทธิรับมรดก มีสิทธิในฐานะคนในครอบครัว และสามารถเข้าถึงสิทธิประโยชน์และสวัสดิการของรัฐได้ เช่น สิทธิเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลข้าราชการ การรับประโยชน์ทดแทนตาม พ.ร.บ.ประกันสังคม (Boonyadech, 2020) แต่เหตุที่ไม่เรียกว่าการจดทะเบียนสมรส เพื่อคงพระราชบัญญัติการจดทะเบียนสมรสให้เป็นเอกสิทธิ์เฉพาะสำหรับคู่รักชายหญิงต่อไป (Terapachalaphon & Kudngaongarm, 2017)

แม้องค์การเอกชนและราชการจะมีบริบททางวัฒนธรรมและการจัดการทรัพยากรมนุษย์แตกต่างกัน แต่ก็จะได้รับผลกระทบจากการประกาศใช้พระราชบัญญัติ

การจดทะเบียนคู่ชีวิต เพราะคู่ชีวิตจะมีสิทธิรับมรดก มีสิทธิต่าง ๆ ในฐานะคนในครอบครัว และการเข้าถึงสิทธิประโยชน์และสวัสดิการของหน่วยงานต้นสังกัด เช่น สิทธิเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลข้าราชการ หรือ การรับประโยชน์ทดแทนตาม พ.ร.บ.ประกันสังคม ซึ่งไม่เคยเป็นเช่นนี้มาก่อน การวิจัยครั้งนี้จึงต้องการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งองค์กรเอกชนและราชการ เพื่อศึกษานำร่องให้มองเห็นผลการศึกษาในลักษณะภาพรวมทั้งหมดในเบื้องต้น ให้เป็นประโยชน์ทางวิชาการสำหรับนักวิจัยคนอื่น ๆ นำไปวิจัยขยายผลการศึกษาในประเด็นรายละเอียดอื่น ๆ จากการวิจัยครั้งนี้ต่อไป

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้จดทะเบียนคู่ชีวิตอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

จะทำให้ได้ข้อมูลสำคัญ ที่เป็นแนวทางการวางแผน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การเพื่อบูรณาการ ความร่วมมือระหว่างผู้ปฏิบัติงานทุกคนอย่างราบรื่น ซึ่งจะทำให้เกิดพลังร่วม (Synergy) ต่อการเพิ่มผลผลิตภาพ และประสิทธิภาพการทำงานขององค์การโดยรวม ทั้งหมด ทั้งองค์การภาคเอกชนและราชการ ทฤษฎีทาง จิตวิทยาที่ถูกนำมาใช้ในการวิจัยเพื่อทำนายพฤติกรรม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ที่มองว่าบุคคล จะแสดงพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงาน ผู้มีความหลากหลายทางเพศให้จดทะเบียนคู่ชีวิตอย่าง ถูกต้องตามกฎหมาย หากเขามีเจตนาเชิงพฤติกรรม (Intention) และมีตัวแปรสำคัญ 3 ตัวแปรที่มีอิทธิพล ต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม ได้แก่ ตัวแปรเจตคติต่อการ แสดงพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความ หลากหลายทางเพศให้จดทะเบียนคู่ชีวิตอย่าง ถูกต้องตามกฎหมาย ตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ในการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลาย ทางเพศให้จดทะเบียนคู่ชีวิตอย่างถูกต้องตามกฎหมาย และตัวแปรการรับรู้การควบคุมพฤติกรรมสนับสนุน เพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้ จดทะเบียนคู่ชีวิตอย่างถูกต้องตามกฎหมาย (Ajzen, 1991) จากการทบทวนวรรณกรรมยังไม่พบรายงาน การวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงาน ผู้มีความหลากหลายทางเพศให้จดทะเบียนคู่ชีวิต อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ทั้งการวิจัยในประเทศและ ต่างประเทศ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยครั้งนี้โดยประยุกต์ใช้ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มคนรักเพศ ตรงข้ามที่เป็นพนักงานองค์การเอกชนและข้าราชการ ในเขตกรุงเทพมหานครต่อการสนับสนุนเพื่อนร่วมงาน ผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียน คู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย
2. เพื่อศึกษาสมการความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง

ในการพยากรณ์อิทธิพลร่วมระหว่างตัวแปรอิสระ เจตคติต่อการจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้อง ตามกฎหมายระหว่างเพื่อนร่วมงานของตนกับบุคคล เพศเดียวกัน การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในประเด็นการ จดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายระหว่าง เพื่อนร่วมงานของตนกับบุคคลเพศเดียวกัน และ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการ สนับสนุนเพื่อนร่วมงานให้จดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่าง ถูกต้องตามกฎหมาย ต่อความตั้งใจที่จะสนับสนุน เพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถ จดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายของ กลุ่มคนรักเพศตรงข้ามที่เป็นพนักงานองค์การเอกชน และข้าราชการในเขตกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

บุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ: Lesbian, Gay, Bisexual, Trans และ Queer) หมายถึง ผู้ที่ดำรงการแสดงสถานะทางเพศ (Gender) ไม่ตรงกับ เพศโดยกำเนิด (Sex) ของตน และรวมถึงบุคคลผู้ที่ ดำรงการแสดงสถานะทางเพศตรงกับเพศโดยกำเนิด ของตน แต่มีพฤติกรรมการไฝ่สัมพันธ์ทางเพศกับ บุคคลเพศเดียวกันด้วย การวิจัยครั้งนี้ยึดแนวทางการ จำแนกกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศที่สมาคม นักจิตวิทยาอเมริกัน (The American Psychological Association หรือ APA) กำหนดไว้ โดยจำแนกผู้มีความ หลากหลายทางเพศออกเป็นอย่างน้อย 5 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มหญิงรักหญิง (Lesbian) หมายถึง หญิงที่มีพฤติกรรมการไฝ่สัมพันธ์ทางเพศกับหญิง 2) กลุ่มชายรักชาย (Gay) หมายถึง ชายที่มีพฤติกรรมการ ไฝ่สัมพันธ์ทางเพศกับชาย 3) กลุ่มคนรักทั้งสองเพศ (Bisexual) หมายถึง ชายหรือหญิงที่มีพฤติกรรมการ ไฝ่สัมพันธ์ทางเพศได้ทั้งกับชายและหญิง 4) กลุ่ม คนข้ามเพศ (Trans) หมายถึง ชายหรือหญิงที่ดำรง การแสดงสถานะเพศตรงข้ามกับเพศโดยกำเนิดของตน และ 5) กลุ่มควีร์ (Queer) หมายถึง บุคคลผู้มีความ หลากหลายทางเพศที่ไม่พอใจจะนิยามตนเองเข้ากับ

กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งใน LGBT จึงเรียกตนเองว่า “เคียร์” (American Psychological Association, 2012; Clarke et al., 2010)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (The theory of planned behavior) (Ajzen, 2012) มีความเชื่อพื้นฐานว่า การแสดงพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากบุคคลถูกชักนำให้เชื่ออย่างน้อย 3 ประการ ประกอบด้วย 1) ความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavioral beliefs) หมายความว่า ถ้าบุคคลเชื่อว่าตนแสดงพฤติกรรมใดแล้วจะได้รับผลทางบวก ก็จะมีแนวโน้มที่ตนเองจะมีเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมดังกล่าว แต่ในทางตรงข้ามหากบุคคลเชื่อว่าตนแสดงพฤติกรรมใดแล้ว จะได้รับผลในทางลบก็จะมีเจตคติไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น (Attitude toward the behavior) 2) ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative beliefs) หมายความว่า บุคคลจะเชื่อตามคนที่มีผลสำคัญต่อเขา 3) ความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Control beliefs) หมายถึง ถ้าบุคคลเชื่อว่าตนสามารถควบคุมให้เกิดผลดังตั้งใจเมื่อเขาแสดงพฤติกรรมในสภาพการณ์ที่กำหนดให้ก็มีแนวโน้มที่ตนเองจะแสดงพฤติกรรมนั้น (Ajzen & Sheikh, 2013)

ผู้มีความหลากหลายทางเพศสมควรได้รับการปฏิบัติอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมจากรัฐ เพราะเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานในฐานะพลเมืองคนหนึ่งของรัฐ (International Labour Organization, 2015) แต่รัฐจำเป็นต้องพิจารณาอย่างรอบคอบเกี่ยวกับผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบของการประกาศใช้กฎหมายการจดทะเบียนคู่ชีวิตต่อประชาชนกลุ่มอื่น ๆ ทั้งหมดในสังคมด้วย (Morales, 2019; Fingerhut et al., 2011) เพราะการประกาศใช้กฎหมายการจดทะเบียนคู่ชีวิตอาจทำให้เกิดอคติต่อกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศมากขึ้น (Scherpe, 2013) ซึ่งในหลายประเทศของสหภาพยุโรปยังคงเป็นประเด็นที่ถกเถียงกันอย่างมากในประเด็นความเหมาะสม และยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มอนุรักษ์นิยมภายในประเทศ (Kuzelewska, 2019)

ในองค์การภาคเอกชนและองค์การภาครัฐจะมีทั้งกลุ่มคนรักเพศตรงกันข้ามที่เป็นคนกลุ่มใหญ่และคนรักเพศเดียวกันที่เป็นคนกลุ่มน้อย (Kraisri & Patmanee, 2019) ซึ่งองค์การจะต้องประสานการทำงานของคนที่ทั้งสองกลุ่มเพื่อสร้างผลผลิตภาพโดยรวมขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดซึ่งจะทำให้เกิดพลังร่วมในการเพิ่มผลผลิตภาพและประสิทธิภาพการทำงานขององค์การโดยรวมทั้งหมดเพิ่มขึ้น (Ozeren, 2014) องค์การที่สามารถสร้างสรรค์บรรยากาศการทำงานภายในองค์การให้เป็นมิตรต่อพนักงานผู้มีความหลากหลายทางเพศอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกับพนักงานคนอื่น ๆ ก็มีแนวโน้มที่จะสามารถดึงศักยภาพการทำงานในตัวพนักงานทุกคนมาสร้างประโยชน์ต่อองค์การได้อย่างเต็มศักยภาพ (Ng & Rumens, 2017; Webster et al., 2017)

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามและวิเคราะห์ข้อคำถามปลายเปิดด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) (Pongwichai, 2015) ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองตามโครงสร้างทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งกระบวนการในการสร้างเครื่องมือดังกล่าวแบ่งเป็น 9 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ 1) ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถาม และกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย 2) ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร บทความ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 3) กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับคำถามการวิจัย วัตถุประสงค์ และประโยชน์ของการวิจัย 4) นำข้อมูลที่ได้รับจากข้อ 3 มาสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง 5) นำแบบสอบถาม

ฉบับร่างที่สร้างขึ้นส่งให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ดำเนินการตรวจสอบเครื่องมือ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพของข้อคำถามด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้อง และความเหมาะสมของข้อคำถามรายข้อกับนิยามเชิงปฏิบัติการ (Item-Objective Congruence: IOC) ว่าเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม รวมทั้งข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงแก้ไข ข้อคำถามจากการพิจารณาค่า IOC โดยผู้วิจัยจะพิจารณาเลือกเฉพาะข้อคำถามที่ได้ค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.67 ขึ้นไป ส่วนข้อคำถามใดที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.67 จะพิจารณาตัดข้อคำถามนั้นทิ้งหรือปรับปรุงข้อคำถามใหม่ตามคำแนะนำผู้เชี่ยวชาญ (Vanichbuncha, 2012) ซึ่งในการดำเนินการขอรับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทั้งสามท่าน สรุปได้ว่าข้อคำถามที่ 1-4 และข้อคำถามที่ 59 มีความเหมาะสม ส่วนข้อคำถามที่ 5-58 ทุกข้อได้รับการประเมิน IOC ด้วยคะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 0.67 ซึ่งในบางข้อ ผู้เชี่ยวชาญมีการให้ข้อเสนอแนะ และผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขตามข้อเสนอแนะดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว 6) ตรวจสอบร่างแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ 7) นำร่างแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มคนผู้มีความรักต่างเพศ ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลจริงในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน เพื่อนำผลการทดสอบมาวิเคราะห์ความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ วิเคราะห์ความเชื่อถือได้ (reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ใช้วิธีของครอนบาค (Cronbach) กับข้อคำถามในระดับ Interval scale ขึ้นไป หากมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ค่อนข้างสูง มีความสอดคล้องภายในและสามารถนำไปใช้ได้ 8) นำร่างแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบเบื้องต้นแล้วไปขอรับการพิจารณาด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ 9) นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบคุณภาพอย่างดีแล้วและได้รับการรับรองจาก

คณะกรรมการจริยธรรมมนุษย์ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเป้าหมายจริงของการวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ข้อ 1-4) เช่น เพศ อายุ ประสบการณ์ทำงาน ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการวัดตัวแปรเจตคติของพนักงานองค์การเอกชน และข้าราชการในเขตกรุงเทพมหานครกลุ่มคนรักเพศตรงข้ามต่อการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย (ข้อ 5-19) ได้ค่าอัลฟา 0.747 ($\alpha = 0.747$) ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับการวัดตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ในประเด็นการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย (ข้อ 20-34) ได้ค่าอัลฟา 0.701 ($\alpha = 0.701$) ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับการวัดตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย (ข้อ 35-46) ได้ค่าอัลฟา 0.710 ($\alpha = 0.710$) ส่วนที่ 5 ข้อคำถามเกี่ยวกับการวัดตัวแปรเจตนาที่จะสนับสนุนให้เพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และพฤติกรรมการสนับสนุนให้เพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย (ข้อ 47-58) ได้ค่าอัลฟา 0.737 ($\alpha = 0.737$) คำถามส่วนที่ 2-5 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) แบบประเมินค่า (Rating scale) แบ่งเป็น 6 ช่วงคำตอบ ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (ข้อ 59) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเติมคำในช่องว่าง (Fill in the blank) ให้ผู้ตอบเสนอแนะได้อย่างอิสระ ผลการทดสอบข้อคำถามทั้งฉบับ (ข้อ 5-58) ได้ค่า

แอลฟา 0.834 ($\alpha = 0.834$) ไม่พบปัญหาความสัมพันธ์กันสูงระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัว (Pinyo, 2018)

การหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรคือ พนักงานองค์การเอกชนและข้าราชการในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นชายรักหญิงและหญิงรักชายอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ซึ่งข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่า มีพนักงานองค์การเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนประมาณ 3,125,000 คน (National Statistical Office, 2018) และมีข้าราชการประจำในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนประมาณ 188,030 คน (Office of the Civil Service Commission, 2018) จึงสรุปได้ว่ามีประชากรจำนวนรวมทั้งสิ้น 3,313,030 คน เป็นจำนวนประชากรในการเทียบคำนวณสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ขั้นที่ 1 หาจำนวน

กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโรยามาเน (Yamane, 1967) กำหนดความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ขั้นที่ 2 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน นำมาคำนวณสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่าง พนักงานองค์การเอกชน 3 ส่วน ได้จำนวน 300 คน และข้าราชการ 1 ส่วน ได้จำนวน 100 คน แต่ในการลงพื้นที่ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 430 คน และมีการตัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก จำนวน 21 ชุด เหลือแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 409 ชุด จึงใช้แบบสอบถามชุดที่สมบูรณ์ดังกล่าวทั้งหมดในการประมวลผลข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบเส้นตรงพหุคูณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย กับตัวแปรเจตคติต่อ พรบ.การจดทะเบียนคู่ชีวิต ตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม และตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

ตัวแปรอิสระที่ศึกษาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศ ให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย	ค่าสัมประสิทธิ์		t-value	t-prob
	b_0	β_0		
ค่าคงที่	2.372		7.321	0.000*
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง	0.789	-0.141	8.075	0.006*
เจตคติต่อการจดทะเบียนคู่ชีวิต	-0.273	0.407	-2.789	0.000*
F-Value, F-Prob	32.737	0.000*		
r, R Square, R Square Adjusted	0.373	0.139	0.135	
Std. err of estimate	0.862			

* ปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

รายงานผลการตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance inflation factor (VIF) ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าไม่เกิน 2 สรุปว่า ไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองในตัวแปรเดียวกัน จากตารางที่ 1 อธิบายได้ว่า ผลการทดสอบค่าสถิติ F-test ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีตัวแปร 2 กลุ่มตัวแปร คือ ตัวแปรเจตคติต่อพระราชบัญญัติการจดทะเบียนคู่ชีวิต และตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม ($r = 0.373$) ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ($F\text{-Prob} = 0.000$) ร้อยละ 13.50 โดยเรียงลำดับความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรอิสระต่อพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายจากมากไปหาน้อย ในความหมายดังต่อไปนี้ 1) ตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้กลุ่มตัวอย่างแสดงพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายเพิ่มขึ้น 0.789 หน่วย 2) ตัวแปรเจตคติต่อพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย เพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย จะทำให้กลุ่มตัวอย่างแสดงพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายลดลง 0.273 หน่วย

มีแบบสอบถามที่ได้จากการลงพื้นที่ จำนวน 430 ชุด คัดฉบับที่ไม่สมบูรณ์ออก จำนวน 21 ชุด มีฉบับที่สมบูรณ์ 409 ชุด จึงใช้ฉบับที่สมบูรณ์ทั้งหมดในการประมวลผล ซึ่งสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 51.83 อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 41.07 ดำรงตำแหน่งเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ ร้อยละ 59.17 และมีส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานไม่เกิน 10 ปี ร้อยละ 56.96 มีคะแนนเจตคติต่อการ

สนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้จดทะเบียนคู่ชีวิตในระดับค่อนข้างมาก $\bar{X} = 46.28$ และ S.D. = 0.48 คะแนนการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงต่อการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้จดทะเบียนคู่ชีวิต ในระดับค่อนข้างน้อย $\bar{X} = 42.98$ และ S.D. = 0.48 คะแนน การรับรู้การควบคุมพฤติกรรมกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้จดทะเบียนคู่ชีวิต ในระดับค่อนข้างน้อย $\bar{X} = 35.99$ และ S.D. = 0.55 และคะแนนความตั้งใจที่จะสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้จดทะเบียนคู่ชีวิต อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ในระดับค่อนข้างมากมี $\bar{X} = 47.17$ และ S.D. = 0.93

อภิปรายผล

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเจตนาหรือความตั้งใจที่จะสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ในระดับค่อนข้างมาก และสรุปคำตอบจากความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย แต่ข้อสรุปดังกล่าวข้างต้นขัดแย้งกับผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรต้นต่อตัวแปรตามด้วยสถิติความถดถอยเชิงพหุที่ว่า หากตัวแปรเจตคติต่อการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยจะทำให้กลุ่มตัวอย่างแสดงพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายลดลง 0.273 หน่วย ซึ่งแสดงว่ายิ่งกลุ่มตัวอย่างแสดงว่าตนมีเจตคติด้านบวกต่อการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายเพิ่มมากขึ้นเท่าใด ในทางปฏิบัติพวกเขาจะแสดงพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มี

ความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายลดลงตามไปด้วย หรืออาจสรุปว่า “การแสดงความคิดเห็นหรือเจตคติของกลุ่มคนรักเพศตรงข้ามที่เป็นพนักงานองค์การเอกชนและข้าราชการในเขตกรุงเทพมหานครในประเด็นการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย มีแนวโน้มว่าจะแปรผกผันกับพฤติกรรมที่พวกเขาแสดงออกจริง เพราะถูกกฎหมายบังคับให้เห็นด้วย ทั้งที่ใจจริงยังไม่เห็นด้วย” ข้อสรุปดังกล่าวข้างต้นสอดคล้องกับผลการศึกษานักวิชาการด้านสังคมศาสตร์หลายสาขาที่ศึกษาในประเด็น “มุมมองความคิดเห็น ความเชื่อ ของสังคมไทยต่อผู้มีความหลากหลายทางเพศ” มักได้ข้อสรุปไปในทิศทางที่เป็นลบคล้าย ๆ กันว่า สังคมไทยยังมองว่าผู้มีความหลากหลายทางเพศเป็นคนผิดปกติ (Panudecha et al., 2007) แม้ว่าสังคมไทยจะไม่ต่อต้านผู้มีความหลากหลายทางเพศอย่างรุนแรง (UNDP & USAID, 2014) แต่ก็ไม่ได้ให้การยอมรับจริง ๆ ทำให้เกิดวิธีเปรียบเทียบมุมมองที่สังคมไทยมีต่อผู้มีความหลากหลายทางเพศว่า “คนไทยทนได้แต่ยอมรับไม่ได้” (Jackson & Cook, 1999) และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Manalastas et al. (2017) เปรียบเทียบเจตคติการต่อต้านบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศในประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม พบว่า ประเทศไทยมีเจตคติเชิงต่อต้านบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศสูงถึงร้อยละ 40 ซึ่งอาจจะเป็นเหตุผลที่ทำให้ภาพลักษณ์ของผู้มีความหลากหลายทางเพศที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสาธารณะในประเทศไทยจึงมักจะเป็นภาพลักษณ์ของตัวตลกหรือถูกทำให้ดูเป็นคนที่ไม่ค่อยเข้าพวกกับกลุ่มคนผู้รักเพศตรงข้าม แต่สังคมไทยก็ไม่ถึงกับมองว่าผู้มีความหลากหลายทางเพศเป็นพิษเป็นภัยร้ายแรง (UNDP & USAID, 2014) สอดคล้องกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งที่ตอบแบบสอบถามของการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งสรุปได้ว่า “โดย

ส่วนตัวไม่เห็นด้วย แต่ก็ไม่ต่อต้านความคิดเห็นของเสียส่วนใหญ่” ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสะท้อนให้เห็นแนวทางการแก้ปัญหาเรื่องการเรียกร้องของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศให้ได้รับการยอมรับอย่างแท้จริงในสังคมไทยที่อาจจะยังไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จได้จริงเพียงแค่การออกกฎหมายคุ้มครองสิทธิให้แก่กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศเท่านั้น แต่ตัวผู้มีความหลากหลายทางเพศเองจำเป็นต้องพิสูจน์ความดีความมีคุณค่าในตนเอง และแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมให้ชัดเจนมากขึ้น เพื่อให้สังคมไทยและเพื่อนร่วมงานที่เป็นกลุ่มคนรักเพศตรงกันข้ามทุกระดับเต็มใจให้การยอมรับจากใจจริงและไม่แสดงการเลือกปฏิบัติต่อเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศ

2. การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรต้นต่อตัวแปรตามด้วยสถิติความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis: Stepwise selection) พบว่ามีตัวแปรอิสระเพียง 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรเจตคติต่อการสนับสนุนเพื่อนร่วมงาน ผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคมเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ผลการวิจัยครั้งนี้จึงไม่สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน ซึ่งไม่ควรถือว่าผลการวิจัยครั้งนี้ล้มเหลว แต่ผู้วิจัยมองว่าเป็นการค้นพบข้อมูลใหม่ที่สำคัญในประเด็นความแตกต่างทางวัฒนธรรม (Culture differentiation) ระหว่างเจ้าของทฤษฎีกับผู้วิจัย เพราะในสังคมตะวันตกสร้างและพัฒนามาตรฐานวัฒนธรรมในสังคมของตนอย่างแตกต่างจากสังคมไทย แนวคิดของ Ajzen (2012) พัฒนาทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนจากผลการวิจัยที่ส่วนใหญ่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคนตะวันตกที่ไม่ใช่คนไทย ทำให้มีความเป็นไปได้ที่เมื่อนำแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมาใช้เป็นหลักการในการออกแบบการวิจัยและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคนไทย ก็อาจจะได้ผลการวิจัยที่ไม่

สอดคล้องกับโมเดลตัวแปรต่าง ๆ ในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เมื่อทำความเข้าใจและยอมรับความจริงดังกล่าวข้างต้นนี้ได้ ก็จะได้ประโยชน์จากการอธิบายข้อค้นพบของการวิจัยครั้งนี้ ในประเด็นที่มีตัวแปรอิสระเพียง 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรเจตคติต่อการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคมเท่านั้น ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ย่อมแสดงให้เห็นลักษณะความจำเพาะของสังคมไทยในประเด็นที่ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มคนรักเพศตรงข้ามที่เป็นพนักงานองค์การเอกชนและข้าราชการในเขตกรุงเทพมหานครในการให้การสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายนั้น ถ้าใช้ชุดตัวแปรอิสระตามที่กำหนดในทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน จะพบตัวแปรที่มีอิทธิพลเพียง 2 ตัวแปร ดังกล่าวข้างต้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป หากมีนักวิจัยต้องการศึกษาในประเด็นที่ใกล้เคียงกับเรื่องกลุ่มคนรักเพศตรงข้ามที่เป็นพนักงานองค์การเอกชนและข้าราชการในเขตกรุงเทพมหานครให้การสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายอีก ก็เสนอแนะให้เลือกใช้ทฤษฎีอื่น ๆ เป็นหลักในการออกแบบการวิจัยต่อไป เพื่อให้มีการค้นพบตัวแปรอิสระอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มคนรักเพศตรงข้ามที่เป็นพนักงานองค์การเอกชนและข้าราชการในเขตกรุงเทพมหานครในการให้การสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายเพิ่มขึ้น

3. ตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ถูกตัดออกจากโมเดล

การทดสอบในการวิจัยครั้งนี้ เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่แสดงให้เห็นว่า การแสดงความคิดเห็นหรือเจตคติของกลุ่มคนรักเพศตรงข้ามที่เป็นพนักงานองค์การเอกชนและข้าราชการในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับประเด็นการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย หากเกิดขึ้นตามอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง จะไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายจริง ๆ ซึ่งทำให้จำเป็นต้องอภิปรายต่อไปว่า ในกรณีที่มีการออกกฎหมายคุ้มครองสิทธิของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศในสังคมไทย จะทำให้ประชาชนในสังคมไทยให้การยอมรับผู้มีความหลากหลายทางเพศจริงหรือไม่ หรือจะทำให้เกิดผลลัพธ์ในทางตรงกันข้าม คือ กฎหมายคุ้มครองสิทธิของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ อาจจะมีอิทธิพลเพียงแค่ทำให้คนไทยจำเป็นต้องแสดงความคิดเห็นหรือเจตคติว่าเห็นด้วยและให้การยอมรับ แต่ในทางปฏิบัติก็ยังคงไม่ให้การยอมรับอยู่เช่นเดิม ซึ่งการหาคำตอบในประเด็นดังกล่าวข้างต้นนี้ จะต้องอาศัยการวิจัยติดตามผลในระยะยาวต่อเนื่องไปในอนาคต

สรุปผล

กลุ่มคนรักเพศตรงข้ามที่เป็นพนักงานองค์การเอกชนและข้าราชการในเขตกรุงเทพมหานครแสดงความตั้งใจที่จะสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศ ให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายในระดับค่อนข้างมาก จากอิทธิพลของ ตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรเจตคติต่อการสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม แต่ไม่พบอิทธิพลจากตัวแปรการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมโดยมีสมการของความสัมพันธ์ดังนี้ การสนับสนุนเพื่อนร่วมงานผู้มีความ

ความหลากหลายทางเพศให้สามารถจดทะเบียนคู่ชีวิตได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย = $2.372 + 0.789$ (การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางสังคม) -0.273 (เจตคติต่อพรบ.จดทะเบียนคู่ชีวิต)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1.1 ควรดำเนินการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีจิตวิทยาอื่น ๆ และดำเนินการศึกษาในบริบทที่หลากหลายมากขึ้น

1.2 ควรดำเนินการศึกษาเพื่อค้นหาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ทำให้คนไทยและสังคมไทยยังไม่ให้การยอมรับผู้มีความหลากหลายทางเพศ

2. ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ

2.1 การออกกฎหมายเพื่อรักษาสิทธิของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ ถือเป็นแนวทางการทำงานที่ดีและสอดคล้องกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสังคมระดับโลก รัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงสมควรดำเนินการตรากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ

การรักษาสิทธิของผู้มีความหลากหลายทางเพศให้ครอบคลุมการพิทักษ์สิทธิในฐานะพลเมืองไทยให้แก่ผู้มีความหลากหลายทางเพศต่อไป

2.2 องค์การเอกชนสาธารณะที่ไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs) ที่มีจุดยืนการทำงานเพื่อเรียกร้องและรักษาสิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาคของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ ควรนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ประกอบการพิจารณากำหนดแนวทางการทำงานเพื่อให้ความรู้แก่ประชาชนไทยและสร้างเจตคติด้านบวกต่อการยอมรับสิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาคของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ ในบริบทการทำงานในองค์กร และการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนไทย ทั้งในกลุ่มผู้รักเพศตรงกันข้ามและกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศที่รักคนเพศเดียวกัน เพื่อให้คนไทยทุกคนสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุขท่ามกลางการมีลักษณะความหลากหลายทางเพศสถานะของเพื่อนร่วมสังคมด้วยกัน

References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. In P. A. M. Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (p. 1). Sage.
- Ajzen, I., & Sheikh, S. (2013). Action versus inaction: Anticipated affect in the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(1), 155-162.
- American Psychological Association. (2012). Guidelines for psychological practice with lesbian, gay, and bisexual clients. *American Psychologist*, 67(1), 10-42.
- Boonyadech, P. (2020). *Civil partnership bill*. COJ. <https://rabi.coj.go.th/th/file/get/file/20200825e4b00b4a65a415cf9ebaa9f83-719c071115301.pdf> [in Thai]
- Clarke, V., Ellis, S. J., Peel, E., & Riggs, D. W. (2010). *Lesbian gay bisexual trans and queer psychology*. Cambridge University Press.
- Fingerhut, A. W., Riggle, E. D. B., & Rostosky, S. S. (2011). Same-sex marriage: The social and psychological implications of policy and debates. *Journal of Social Issues*, 67(2), 225-241.

- International Labour Organization. (2015). *The promotion of LGBT human rights in the workplace*. The International Labour Organization.
- Jackson, P. A., & Cook, N. M. (1999). *Gender & sexualities in modern Thailand*. Silkworm Books.
- Kraisri, T., & Patmanee, P. (2019). Organizational climate and job satisfaction of office workers with various gender identities in Bangkok metropolitan region. *Journal of Business Administration and Social Sciences Ramkhamhaeng University*, 2(3), 109-120. [in Thai]
- Kuzelewska, E. (2019). Same-sex marriage-A Happy end story? The effectiveness of referendum on same-sex marriage in Europe. *Bialostockie Studia Prawnicze*, 24(1), 13-17.
- Manalastas, E. J., Ojanen, T. T., Torre, B. A., Ratanashevorn, R., ZHong, B. C. C., & Kumaresan, V. (2017). Homonegativity in Southeast Asia: Attitude toward lesbians and gay men in Indonesia, Malaysia, the Philippines, Singapore, Thailand, and Vietnam. *Asia-Pacific Social Science Review*, 17(1), 25-33.
- Morales, M. (2019). Can family characteristics influence the future labor situation of children? Evidence for Spain. *International Journal of Social Economics*, 46(10), 1214-1233.
- National Statistical Office. (2018). *The labor force survey whole kingdom: February 2018*. National Statistical Office, Ministry of Digital Economy and Society. [in Thai]
- Ng, E. S., & Rumens, N. (2017). Diversity and inclusion for LGBT workers: Current issues and new horizons for research. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 34(2), 109-120.
- Office of the Civil Service Commission. (2018). *Government workers 2018: Civil servant*. Information and Communication Technology Center. [in Thai]
- Ozeren, E. (2014). Sexual orientation discrimination in the workplace: A systematic review of literature. *Procedia-Social and Behavioral Science*, 109, 1203-1215.
- Panudecha, J., Boonpakdee, N., & Jaidee, T. (2007) *Reproductive health rights the heart of women's health*. Sri Muang Publication. [in Thai]
- Pinyo, T. (2018). Techniques for interpreting the results of factor analysis in research work. *Panyapiwat Journal*, 10(Special), 292-304.
- Pongwichai, S. (2015). *Statistics data analysis by computer*. Chulalongkorn University Printing House. [in Thai]
- Scherpe, J. M. (2013). The legal recognition of same-sex couples in Europe and the role of European court of human rights. *The Equal Rights Review*, 10, 83-96.
- Terapachalaphon, C., & Kudngaongarm, P. (2017). Marriage equality rights for sexual diversity people in Thailand. *Journal of the Association of Researchers*, 22(2), 92-104. [in Thai]
- UNDP & USAID. (2014). *Being LGBT in Asia: The Thailand country report*. UNDP & USAID.
- Vanichbuncha, K. (2012). *Application of SPSS for windows in the statistic analysis*. Thammasarn Co., Ltd.

- Webster, J. R., Adams, G. A., Maranto, C. L., Sawyer, K., & Thoroughgood, C. (2017). Workplace contextual supports for LGBT employees: A review, meta-analysis, and agenda for future research. *HR Science Forum: Human Resource Management*, 57(1), 193-210.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper and Row.



Name and Surname: Prajuk Pratitas

Highest Education: Ph.D. (Industrial and Organizational Psychology),
Ramkhamhaeng University

Affiliation: King Mongkut's University of Technology North Bangkok

Field of Expertise: Cognitive Psychology

การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรม ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ในย่านเมืองเก่าเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

THE CULTURAL PRODUCTS DEVELOPMENT UNDER THE CREATIVE
ECONOMY CONCEPT IN CHIANG RAI OLD TOWN AREA,
MUEANG DISTRICT, CHIANG RAI PROVINCE

นรินทร์ น้ำใจดี

Nakarin Namajadee

สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

School of Social Sciences, Chiang Rai Rajabhat University

Received: March 3, 2021 / Revised: June 4, 2021 / Accepted: June 21, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาและประเมินคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมในย่านเมืองเก่าเชียงราย ในการนำไปออกแบบและพัฒนาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม 2) เพื่อพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์โดยทุนทางวัฒนธรรมในย่านเมืองเก่าเชียงรายที่แสดงถึงอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าเชียงราย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสำรวจแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรม การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มเจ้าของทรัพยากรทางวัฒนธรรม และนักวิชาการด้านการออกแบบ จำนวน 13 คน นำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจากเอกสาร เพื่อค้นหาทุนทางวัฒนธรรม และแนวทางการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมที่แสดงอัตลักษณ์เมืองเก่าเชียงราย

ผลการศึกษา 1) ทรัพยากรทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สำคัญในย่านเมืองเก่า 3 ประเภท สาขามนุษยศาสตร์ ประเพณีท้องถิ่น 17 เทศกาล สาขาศิลปะ และการช่างฝีมือ 2 ประเภท คือ การวางผังเมืองเชียงราย และอาคารการค้า สาขาศิลปะการหัตถกรรมศิลป ภูมิปัญญาอาหารจีนและ 2) การพัฒนาสินค้าวัฒนธรรมที่แสดงอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าเชียงราย ได้คัดเลือกอาคารร้านซีเปียวพาณิชย์ มาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ จำนวน 2 ชิ้น คือ 1) ถังบรรจุภัณฑ์ ออกแบบด้วยการใช้สี รูปแบบตัวอักษรที่ปรากฏบนแผ่นป้ายของร้าน 2) กล่องบรรจุภัณฑ์ ออกแบบภายใต้การนำรูปทรงของอาคารร้านซีเปียวพาณิชย์ ซึ่งเป็นอาคารไม้สองชั้นแห่งแรกในย่านเมืองเก่าเชียงราย และเป็นอาคารไม้ที่หลังที่ยังคงหลงเหลือในย่านเมืองเก่าเชียงรายในปัจจุบัน

คำสำคัญ: สินค้าทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ย่านเมืองเก่าเชียงราย

Abstract

This research has the following objectives: (1) to study and evaluate the value of cultural resources in Chiang Rai Old Town area in order to design and develop cultural products and (2) to develop the creative cultural products with the use of cultural capital in Chiang Rai Old

Town area that indicates the identity of Chiang Rai Old Town area. This study is a qualitative research by exploring the cultural resources, in-depth interviews with a group of 13 cultural resource owners and design scholars. The data are analyzed together with the data from the documents to find the cultural capital and guidelines for the cultural products development that show the identity of Chiang Rai Old Town.

The research results are (1) there are three types of important local cultural resources in the old town area: in the study field of Humanities, there are 17 festivals; in the study field of Arts and Crafts, there are two types of arts and crafts, i.e. Chiang Rai city planning and the commercial buildings; in the study field of Home Economics, there is the Hakka food wisdom and (2) regarding the cultural products development that indicates the identity of Chiang Rai Old Town area, the Xi Piao commercial shop building has been selected to be the inspiration for the design of two products; (1) a packaging bag that is designed using color and the font style of letters that appear on the shop's nameplate; and (2) a packaging box that is designed after the shape of the Xi Piao commercial shop building which is the first two-story wooden building in Chiang Rai Old Town area and it is among the few buildings that remain in Chiang Rai Old Town area today.

Keywords: Cultural Product, Creative Economy, Chiang Rai Old Town Area

บทนำ

พื้นที่ย่านถนนหน้าผา ถนนอุตรกิจ และพื้นที่โดยรอบ มีความสำคัญในฐานะย่านตัวเมืองของเชียงราย ที่มีพัฒนาการมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2386

เมื่อพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว มีพระบรมราชานุญาตให้มีการฟื้นฟูเมืองเชียงรายขึ้น ทรงโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งเจ้าธรรมลังกา เจ้าหลวงเชียงราย องค์ที่ 1 (Jamjit, 2000) ส่งผลให้พื้นที่ในบริเวณย่านถนนหน้าผา ถนนอุตรกิจ และพื้นที่โดยรอบกลายเป็นจุดศูนย์กลางทางการปกครอง เป็นที่ตั้งของคุ้มเจ้านายเมืองเชียงราย ต่อมาใน รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2336-2541) ถือได้ว่าเป็นช่วงที่สยามได้เข้ามามีบทบาทในการวางรากฐานในการปฏิรูปมณฑลเทศาภิบาล รวมไปถึงเมืองเชียงรายด้วย ในปี พ.ศ. 2446 มีการสร้างอาคารทรงยุโรปเพื่อใช้เป็นสถานที่ราชการของเมืองเชียงราย โดยมีกลุ่มหมอสอนศาสนาชาวอเมริกัน

กลุ่มเพรสไบเรียน มีบทบาทในการออกแบบอาคารและควบคุมการก่อสร้าง ส่งผลให้กลุ่มอาคารราชการในเขตเมืองเก่าเชียงราย เป็นอาคารที่ได้รับอิทธิพลตะวันตกที่ทรงคุณค่าและเป็นเอกลักษณ์ (Muangkram, 2012) นอกจากนั้นยังเป็นย่านเศรษฐกิจ มีกลุ่มพ่อค้าชาวไทใหญ่ ชาวจีนยูนนาน และกลุ่มชาวจีนโพ้นทะเล ที่แสวงหาโอกาสในการทำการค้าต่างพากันมาตั้งรกรากทำการค้าในย่านถนนหน้าผาและพื้นที่โดยรอบอย่างต่อเนื่อง เกิดร้านค้ากลุ่มอาคารพาณิชย์รูปแบบสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายด้านเชื้อชาติ ศาสนา ทั้งพุทธ คริสต์ อิสลาม พรหมณ์ ศาสนาสถานมีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์และเก่าแก่ (Namjaidee, 2020) มีการสืบทอดภูมิปัญญา อาหาร งานหัตถกรรม ยารักษาโรค (Sunthi, 2013) แต่มีการถ่ายทอดในวงจำกัด ส่งผลให้เกิดการรับรู้จากคนในพื้นที่อย่างน่าเสียดาย จากศักยภาพดังกล่าวสามารถนำทุนทางวัฒนธรรมใน

ย่านเมืองเก่ามายกระดับและส่งเสริมในด้านเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

ในปัจจุบันศูนย์ราชการของเมืองเชียงรายบางส่วนได้ย้ายไปอยู่รอบ ๆ ตัวเมืองเชียงราย แต่ย่านธนาลัยยังคงบทบาทในฐานะจุดศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ในเชิงพาณิชย์อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว มีการรื้อทำลายอาคารพื้นถิ่นไปจำนวนมาก เหลือเพียงไม่กี่หลังที่ปรากฏในปัจจุบัน พบกลุ่มอาคารราชการที่ทรงคุณค่าทางด้านสถาปัตยกรรม กลุ่มศาสนาสถานวัด ศาลเจ้า โบสถ์คริสต์ มัสยิด สะดือเมือง (เสาหลักเมือง) และวิถีชีวิตของผู้อยู่และชุมชนชาติพันธุ์ทั้งจีนยูนนาน อินเดีย ไทยเชื้อสายจีน และคนเมือง (ไทวน) ที่ซ่อนตัวอยู่ในพื้นที่ภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางกายภาพของพื้นที่แต่กลุ่มคนยังมีความสัมพันธ์ในระบบเครือญาติ และร่วมกิจกรรมทางสังคมซึ่งถือเป็นเสน่ห์ของเมืองเก่าที่สามารถนำมาเป็นทุนในการออกแบบสินค้าที่สะท้อนตัวตนของย่านเมืองเก่าเชียงรายได้ ประกอบกับพื้นที่ย่านธนาลัยยังเปิดเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยให้คนในท้องถิ่นนำสินค้าในท้องถิ่นมาจำหน่ายเรียก “กาดเชียงรายรำลึก” ในวันเสาร์ของทุกสัปดาห์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการกระตุ้นให้คนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวได้เกิดความตระหนักถึงคุณค่าของย่านเมืองเก่าเชียงราย และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ จากการสำรวจพบว่ารูปแบบของสินค้าที่จำหน่ายยังขาดสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของย่านเมืองเก่าเชียงรายอย่างน่าเสียดาย

ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้เพื่อศึกษาสำรวจประเมินคุณค่าทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญภายในย่านเมืองเก่าเชียงรายและนำทุนทางวัฒนธรรมที่พบภายในย่านเมืองเก่าทั้งที่เป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ มาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ย่านเมืองเก่าเชียงราย ซึ่งยังสอดคล้องในระดับนโยบายของจังหวัดเชียงรายที่กำลังขับเคลื่อนเมืองเชียงราย เพื่อเข้าร่วม

เป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ซึ่งต้องประกอบไปด้วยกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ต้องอาศัยข้อมูลในพื้นที่เป็นฐานในการนำไปส่งเสริมต่อยอดให้เกิดเป็นรูปธรรม และสร้างสรรค์ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Ruaysaen, 2020) ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวจะเป็นส่วนหนึ่งในการนำทุนทางวัฒนธรรมของย่านเมืองเก่ามาพัฒนาเป็นสินค้าวัฒนธรรมและช่วยขับเคลื่อนเมืองเก่าภายใต้แนวคิดวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและประเมินคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมในย่านเมืองเก่าเชียงราย เพื่อใช้เป็นทุนในการนำไปออกแบบและพัฒนาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม
2. เพื่อพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์โดยทุนทางวัฒนธรรมในย่านเมืองเก่าเชียงรายที่แสดงถึงอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าเชียงราย

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดวัฒนธรรม

ในสังคมไทยคำว่า วัฒนธรรม ได้ถูกนิยามหมายถึง ความดี แปลได้ว่า สภาพอันเป็นความเจริญงอกงาม หรือลักษณะที่แสดงความเจริญ งอกงาม (Teekhachunhatean, 1989) ซึ่งในวงวิชาการทางสังคมศาสตร์ ให้ความหมายกว้างซับซ้อน รวมถึงทัศนคติ ค่านิยม สิ่งของต่าง ๆ การถ่ายทอดไปยังสมาชิกในสังคม (Cuber, 1968) และหมายรวมถึงวัตถุ เครื่องมือเครื่องใช้ การใช้สัญลักษณ์ที่สังคมร่วมกันกำหนดความหมายเป็นช่องทางการสื่อสาร (White, 2007) นอกจากนี้กระทรวงวัฒนธรรมได้แบ่งประเภทวัฒนธรรมออกเป็น 5 สาขา

1.1 สาขามนุษยศาสตร์ เป็นเรื่องราวด้วยขนบธรรมเนียมประเพณี คุณธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี การปกครองและกฎหมาย

1.2 สาขาศิลปะ ภาษา วรรณคดี ดนตรี
วิจิตรศิลป์ สถาปัตยกรรม การละคร ประติมากรรม

1.3 สาขาช่างฝีมือ งานประดิษฐ์ ฯลฯ

1.4 สาขากรรมอาหาร การแต่งกาย ฯลฯ

1.5 สาขาการกีฬาและนันทนาการ

2. แนวคิดการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม

Lertchanrit (2011) กล่าวว่า ทรัพยากรวัฒนธรรม สิ่งที่เกิดขึ้นจากการกระทำของมนุษย์ เช่น สิ่งก่อสร้าง หรือวัตถุโบราณ ฯลฯ และประเภทที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความเชื่อ ความรู้ ภูมิปัญญา ฯลฯ เป็นสิ่งที่สามารถจัดการให้เกิดประโยชน์แก่การดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่ง Praicharnjit (2010) เสนอแนวทางการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมเชิงปฏิบัติการ 8 ลักษณะ

2.1 การศึกษาวิจัยหรือการสร้างความรู้ เพื่อให้เกิดความรู้ที่แท้จริงเกี่ยวกับทรัพยากรทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น ทั้งในเชิงกายภาพ เชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ ประวัติศาสตร์ ประโยชน์ใช้สอยในอดีต

2.2 การประเมินคุณค่า และศักยภาพของทรัพยากรวัฒนธรรม เป็นกระบวนการที่ช่วยให้สามารถทราบว่าทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีอยู่ มีคุณค่าทางด้านใด มีคุณสมบัติเหมาะสมต่อการตัดสินใจลงทุนลงแรงดำเนินการ

2.3 การอนุรักษ์ คือ การคงไว้ซึ่งสภาพทางกายภาพ และคุณค่าของทรัพยากรทางวัฒนธรรม เพื่อให้บรรลุความมุ่งหมายทางวัฒนธรรม และประโยชน์สุข

2.4 การจัดการความรู้เรื่องทรัพยากร โดยการสร้าง จัดระบบ กิจกรรมการจัดการความรู้ เป็นปฏิบัติการสำคัญในกระบวนการเรียนรู้และการจัดการศึกษา เพื่อการเผยแพร่ สามารถเชื่อมโยงกับการจัดการเชิงธุรกิจชุมชน การฟื้นฟู สืบทอดผลิตซ้ำ สร้างใหม่ทั้งในส่วน of ทรัพยากรวัฒนธรรมเชิงรูปธรรม และนามธรรมให้เป็นอาชีพ

2.5 การฟื้นฟู ผลิตซ้ำ และสร้างใหม่ เป็นการสร้างความหมาย คุณค่า และกำหนดบทบาท และหน้าที่ใหม่ให้กับทรัพยากรวัฒนธรรม เพื่อสร้างประโยชน์ใหม่

2.6 การใช้เกณฑ์ ข้อปฏิบัติ ข้อบัญญัติ ในการควบคุมและป้องกัน ในบางกรณีที่มีความจำเป็น ต้องดำเนินการป้องกัน คุ้มครอง หรือกำหนดแนวปฏิบัติ ในการอนุรักษ์ทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งระดับประเทศ จังหวัด อำเภอ หรือเขตการปกครองขององค์กรท้องถิ่นระดับต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับจารีตและวัฒนธรรมท้องถิ่น

2.7 การดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชน มีความสำคัญในการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างรายได้โดยการจัดพิมพ์หนังสือ เอกสารจัดทำของที่ระลึก ผลิตสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ด้านภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนออกจำหน่าย เป็นต้น

2.8 การสร้างเครือข่ายขยายความร่วมมือ ทรัพยากรวัฒนธรรม ทั้งกลุ่มผู้เกี่ยวข้องหลายกลุ่ม ทั้งคนในชุมชนท้องถิ่น สถาบัน กลุ่ม ชุมชน องค์กรอื่น ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม โดยการสร้างเครือข่ายเป็นกระบวนการเสริมพลัง และยั่งยืน

3. แนวคิดการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

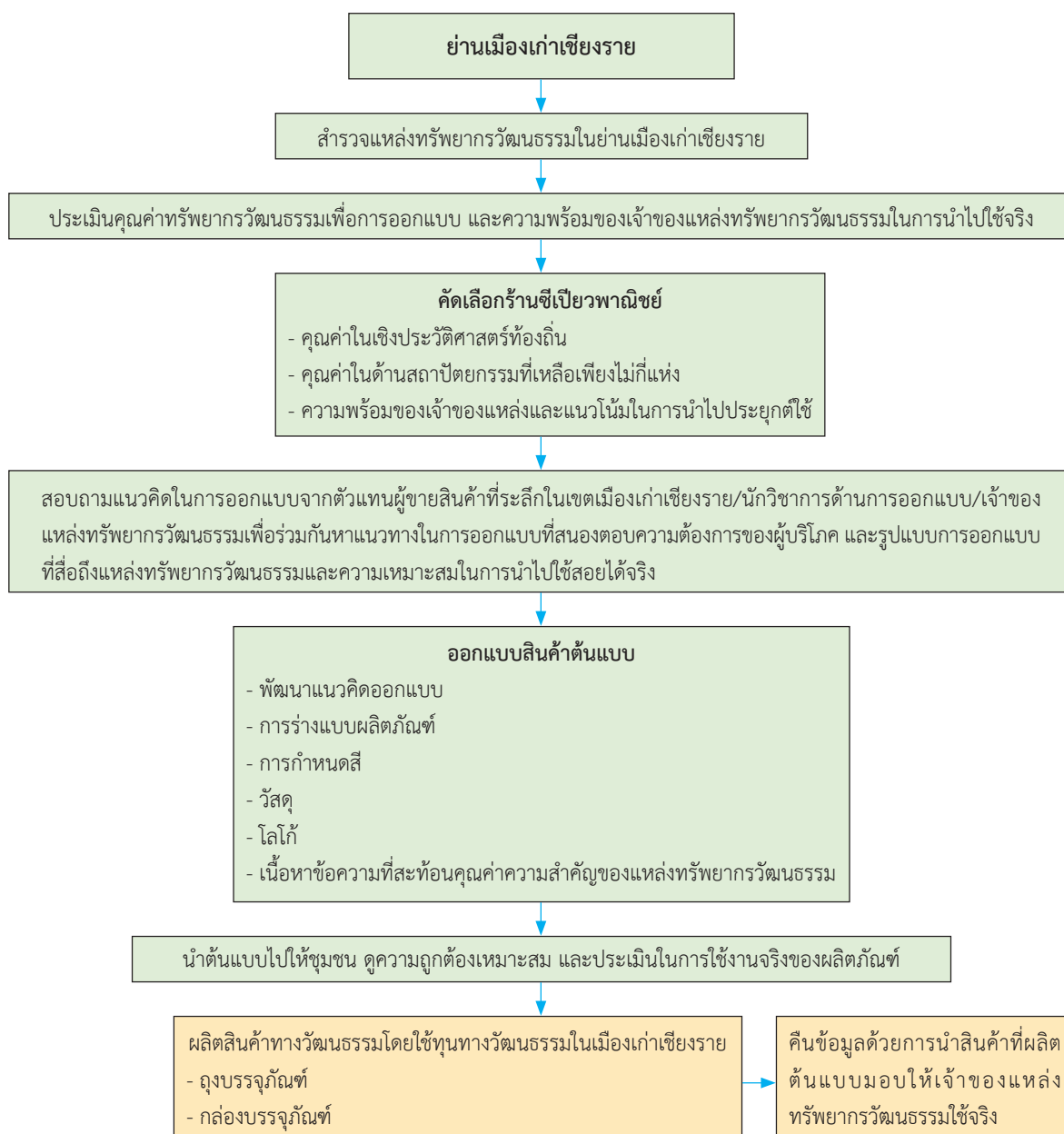
กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ตลอดจนปฏิบัติการออกแบบได้อย่างเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละท้องถิ่นคงอัตลักษณ์ และคุณค่าของถิ่น Wanichakorn (2016) เสนอกลยุทธ์การออกแบบและพัฒนาวัฒนธรรมจากภูมิปัญญา แบบตลาดย้อนยุค การนำเอาสินค้าหรือบริการที่เคยเกิดขึ้นในอดีต โดยใช้เอกลักษณ์ของสินค้าเดิมเป็นจุดเด่น เข้ากันดีกับผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งวัสดุและฝีมือการผลิตที่มีเรื่องราวของการอนุรักษ์แทรกเข้าไปและทวนถึงบรรยากาศอดีต (Nostalgia)

องค์ประกอบของการออกแบบ

3.1 การสร้างแรงบันดาลใจจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นการศึกษาคุณค่าเชิงรูปธรรม ได้แก่ เส้นสาย ลวดลาย รูปลักษณ์ รูปทรง สี สัน วัสดุ และคุณค่าเชิงนามธรรมของผลิตภัณฑ์ เช่น ความซาบซึ้ง ในเรื่องราว คุณค่าและความหมาย จิตวิญญาณ

ที่แฝงอยู่ในภูมิปัญญา ปรัชญาแนวคิด ความคิดและเชิงช่าง โดย Onaree (2017) ยังได้นำเสนอตัวอย่างในการออกแบบสินค้าทางวัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่นว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถออกแบบจากแรงบันดาลใจ พื้นที่มรดกทางประวัติศาสตร์ พื้นที่ทางประวัติศาสตร์มีอยู่มากมายซึ่งแต่ละพื้นที่มีวิถีที่แตกต่างกันไปตามลักษณะสภาพทางประวัติศาสตร์ สิ่งปลูกสร้างภายในประเทศญี่ปุ่นมีจุดเด่นและความน่าสนใจในด้านการใช้ภูมิปัญญาและความรู้ในด้าน

การก่อสร้าง ซึ่งมักถูกนำมาเป็นภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์โดยอิงกับประวัติศาสตร์ สื่อนัยยะถึงแหล่งสินค้า ในประเทศไทยมีภาคธุรกิจที่ใช้แนวคิดดังกล่าวในการออกแบบกล่องขนมชินยูโรเปียของจังหวัดภูเก็ต ที่นำรูปทรงอาคารมาออกแบบ ซึ่งสร้างผลกำไรเพิ่มขึ้นและถูกเก็บเป็นของสะสมสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนภูเก็ต (Food Intelligence Center Thailand, 2020)



ภาพที่ 1 กระบวนการในการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมย่านเมืองเก่าเชียงใหม่

3.2 การตัดทอนรายละเอียดพื้นผิว ลวดลายของรูปทรง ให้เข้าสู่โครงสร้างรูปทรงที่มีความเรียบง่าย และช่วยเพิ่มทางเลือกในการออกแบบสร้างสรรค์ รูปลักษณะรูปทรงในกระบวนการออกแบบ

3.3 การออกแบบเพื่อประสานพฤติกรรม และประโยชน์การใช้สอยใหม่ จะเป็นขั้นตอนที่เน้นการวิเคราะห์ ในขั้นตอนนี้จำเป็นต้องพิจารณาจากความสอดคล้องของรูปทรงกับการใช้สอยด้วย ซึ่งการผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ความสร้างสรรค์และทุนภูมิปัญญา เป็นฐานใช้ความรู้เป็นสำคัญ อาจจะเป็นสินค้าในรูปวัตถุหรือทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งช่วยให้เศรษฐกิจของโลกมีพลวัต ตามแนวทางออกแบบอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ของ Wisudthiluck (2015)

3.4 การผลิตต้นแบบ เพื่อตรวจประเมิน และดูผลพิจารณาของการออกแบบในด้านรูปลักษณะ ความสวยงาม ความสอดคล้องกับพฤติกรรม ความเหมาะสมของวัสดุ การลดต้นทุนการผลิต เป็นต้น

วิธีการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนในการวิจัย 4 กระบวนการ

1. การศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง กับชุมชนด้านประวัติศาสตร์ สภาพพื้นที่และสิ่งแวดล้อม สภาพสังคมเศรษฐกิจ และวัฒนธรรม โดยรวบรวมจากเอกสารจดหมายเหตุ เอกสารหน่วยราชการ เอกสารส่วนบุคคล ภาพถ่าย หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บันทึกการสนทนา เป็นต้น

2. การศึกษาภาคสนาม 2 ส่วน

2.1 การสำรวจและประเมินคุณค่าทรัพยากรวัฒนธรรมในพื้นที่ย่านเก่าเชียงใหม่ จัดทำเครื่องมือการสำรวจภาคสนาม เป็นตารางสำรวจระบุความสำคัญทางด้านวัฒนธรรม แยกเป็นหมวดหมู่ตามแนวทางจากกระทรวงวัฒนธรรม 5 สาขา (รายละเอียดกล่าวถึงในแนวคิดวัฒนธรรม) หลังจากนั้นนำข้อมูลไปประเมินคุณค่าและคัดเลือกทรัพยากรทางวัฒนธรรม

เพื่อใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ โดยได้คัดแปลงเกณฑ์จากอนุสัญญาของ UNESCO (Lipe, 1984) 4 เกณฑ์ เกณฑ์ที่ 1 คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ เกณฑ์ที่ 2 คุณค่าเชิงวิชาการ เกณฑ์ที่ 3 คุณค่าเชิงสุนทรียศาสตร์ เกณฑ์ที่ 4 คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ โดยใช้วิธีวัดจากการแทนค่าโดยประยุกต์มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) เพื่อประเมินคุณค่าและความสำคัญ 5 ระดับ เกณฑ์ในการคัดเลือกทรัพยากรทางวัฒนธรรม คัดจากค่าคะแนนรวมของทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม ที่มีคะแนนตั้งแต่ 15 คะแนน หรือร้อยละ 60 ขึ้นไป จะถูกคัดเลือกเป็นมรดกวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม ในย่านเมืองเก่า เมืองเชียงใหม่สำหรับการนำไปเป็นทุนในการออกแบบ

2.2 การสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก มีแนวคำถาม ในหัวข้อที่ต้องการทราบเกี่ยวกับทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญในย่านเมืองเก่า เพื่อรวบรวมข้อมูลและระดมความคิดเห็น ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างการศึกษาแบบเจาะจง จำนวน 2 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 เจ้าของทรัพยากรทางวัฒนธรรม นักวิชาการท้องถิ่น เพื่อค้นหาความสำคัญของทรัพยากรทางวัฒนธรรม ในท้องถิ่นจำนวน 9 คน กลุ่มที่ 2 นักวิชาการ นักออกแบบ ช่างการ ตัวแทนผู้ขายสินค้าทางวัฒนธรรม จำนวน 4 คน

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลด้านทุนทางวัฒนธรรมและข้อมูลการสัมภาษณ์มาออกแบบสเก็ตต้นแบบ หลังจากนั้นนำรูปแบบของการออกแบบไปปรึกษานักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบสรุปผลและนำข้อมูลไปปรับปรุงการออกแบบ สรุปผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาและจัดทำต้นแบบสินค้าทางวัฒนธรรม

2.4 การนำเสนอข้อมูล ดำเนินการเพื่อขอจดสิทธิบัตรการออกแบบ และนำไปใช้จริงกับเจ้าของแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรม

ผลการวิจัย

แบ่งผลการศึกษา 2 ข้อ ดังนี้

1. ประเมินคุณค่าของทรัพยากรวัฒนธรรมในย่านเมืองเก่าเชียงใหม่ ในการนำไปออกแบบและพัฒนาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ผลการศึกษา ดังนี้

1.1 ผลสำรวจทรัพยากรทางวัฒนธรรมท้องถิ่นภาพรวมของทรัพยากรวัฒนธรรมในย่านเมืองเก่าเชียงใหม่ 3 ประเภท

สาขามนุษยศาสตร์ พบว่า ย่านเมืองเก่าเชียงใหม่ มีความหลากหลายด้านเชื้อชาติ และศาสนา ได้แก่ กลุ่มคนเมือง (ไทยวน) กลุ่มจีนสยาม กลุ่มอินเดีย กลุ่มจีนยูนนาน มีวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อทางศาสนาหลากหลาย พบประเพณีที่สำคัญ จำนวน 17 ประเพณี ได้แก่ ประเพณีแห่พระพุทธรูปแวตเวียงเชียงใหม่ ประเพณีตรุษจีน ประเพณีมาฆบูชา ประเพณีปีใหม่เมืองเชียงใหม่ ประเพณีวิสาขบูชา ประเพณีอัฐมิบูชา ประเพณีเลี้ยงผีเจ้านายเมืองเชียงใหม่ และการแห่เจ้าพ่อเจ้าแม่ดอยจอมทอง วันเข้าพรรษา ประเพณีซิวโกว (ทิ้งกระจาด) มุลนิธิสารณกุลสงเคราะห์เชียงใหม่ ประเพณีกินเจ มุลนิธิสารณกุลเชียงใหม่ ประเพณี 12 เป้ง ประเพณีตานก๋วยสลาก เทศกาลนพราตรี วัดพระแม่อุมาเทวี ประเพณีออกพรรษา เทศกาลคนศกตฤณี เทศกาลทิวาสี ประเพณีเป้ง

สาขาศิลปะและการช่างฝีมือ 2 ประเภท

1) การวางผังเมืองเชียงใหม่ สมัยใหม่แห่งแรกในภาคเหนือ ออกแบบโดยกลุ่มมิชชันนารีที่เข้ามาเผยแพร่ศาสนาในสมัยรัชกาลที่ 5 ตัดถนนเป็นรูปแบบตารางลายหมากรุก ซึ่งได้แรงบันดาลใจมาจากการวางผังเมืองของแผนผังเมือง WASHINGTON D.C เรียกรูปแบบการวางผังเมืองแบบนี้ว่า ROAD CITY (Muangkram, 2012)

2) อาคารการค้า จากการสำรวจพบว่า สถาปัตยกรรมการค้าพื้นถิ่นในย่านเมืองเก่าเชียงใหม่ มีอายุก่อสร้างในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 และมีการใช้อาคารที่สอดคล้องกับการใช้สอยในบริบทสมัยใหม่ 2 แห่ง 1) ร้านซีเปียวพาณิชย์ อาคารเอกชน

2) ชั้น หลังแรกในย่านเมืองเก่าเชียงใหม่ 2) โรงแรมบ้านนอนเพลิน อดีตเป็นที่ตั้งของโรงเรียนเตรียมอนุบาลศรีพันธุ์ ซึ่งถือเป็นโรงเรียนเตรียมอนุบาลแห่งแรกของจังหวัดเชียงใหม่ ภายหลังได้ปรับมาเป็นโรงแรมชื่อว่า “บ้านนอนเพลิน” (Hanphiphat, 2017)

สาขากรรมศิลป์ กลุ่มชาวจีนฮากกา (แคะ) เป็นกลุ่มชาวจีนที่มีการอยู่อาศัยมากที่สุดในย่านเมืองเก่าเชียงใหม่ เป็นกลุ่มที่มีบทบาทด้านการค้า การเมือง สังคมและวัฒนธรรมโดยเฉพาะด้านอาหารจากการศึกษารวบรวมองค์ความรู้ด้านอาหารจีนแคะ 9 ตำรับ ดังนี้ ต้นฟุ้งจ้อ (ต้นพุทรา) ชูยี่ป่าน ต้นล่อน (ไข่ตุ๋น) มะนาวดองน้ำตาล (ดองหวาน) มะนาวดองน้ำปลา (ดองเค็ม) เป็ดตุ๋น ปลาผัดต้นกระเทียม ปลาผัดสายบัว ปลานึ่งเต้าเจี้ยว (Anupongsanukul, 2020)

1.2 ผลประเมิน คัดเลือกทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อการออกแบบ

ภายหลังการประเมินคุณค่าทรัพยากรทางวัฒนธรรมแหล่งทุนทางวัฒนธรรม ประเมินความพร้อม ประเมินศักยภาพเจ้าของทุนวัฒนธรรมที่นำมาใช้ในการออกแบบ และนำแนวคิดการสร้างสรรค์จากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภาคราชการ นักวิชาการใช้กระบวนการประเมินและคัดเลือก (กล่าวมาแล้วข้างต้น) ร้านซีเปียวพาณิชย์ เนื่องด้วยมีความสำคัญในด้านวิชาการทางด้านลักษณะทางสถาปัตยกรรม และคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ ดังนี้

1) คุณค่าทางวิชาการ อาคาร สถาปัตยกรรมเป็นอาคารพาณิชย์ไม้ 2 ชั้น มีการประดับระเบียง และเชิงชายหลังคาด้วยลวดลายไม้ฉลุ (Gingerbread) เป็นอาคารไม้สองชั้นของเอกชนหลังแรกในจังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะการวางผังของอาคารเป็นรูปตัวโอ มีการล้อมอาคารทั้ง 4 ด้าน ตรงกลางเป็นลานโล่ง แบบบ้านจีนโบราณ

2) คุณค่าเศรษฐกิจ ร้านซีเปียวพาณิชย์ เป็นร้านขนมที่เก่าแก่คู่มืองเชียงใหม่กว่า 60 ปี ขนมที่เป็นเอกลักษณ์ คือ ขนมอเมริกันโดนัท ได้รับการถ่ายทอดสูตรมาจากกลุ่มชาวอเมริกันที่เข้ามา

เผยแพร่ศาสนาในจังหวัดเชียงราย โดยได้ซื้อแบ่งสาลีจากร้านซีเปียพวนิชย์ ต่อมาในรุ่นที่ 1 ของร้านจึงฝึกทำขนม และสืบทอดสูตรอันเป็นเอกลักษณ์ ปัจจุบันสืบทอดโดยทายาทในรุ่นที่ 3 โดยใช้ประโยชน์กับอาคารเก่าปรับหน้าที่ใช้สอยในรูปแบบคาเฟ่ที่เน้นกลิ่นอายความเป็นอาคารไม้เก่า มีการออกแบบโลโก้ของร้านที่ใช้ลวดลายไม้ฉลุ

2. การพัฒนาสินค้าวัฒนธรรมที่แสดงอัตลักษณ์ย่านเมืองเก่าเชียงราย

กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ที่แสดงอัตลักษณ์ และคุณค่าของย่านเมืองเก่าเชียงราย ผลการศึกษา ดังนี้

2.1 การพัฒนาแนวคิดการออกแบบจากนักวิชาการด้านวัฒนธรรมและนักออกแบบ จำนวน 8 ท่าน ประกอบไปด้วย นักวิชาการด้านการออกแบบสินค้าทางวัฒนธรรม 2 คน ตัวแทนสำนักงานวัฒนธรรม 1 คน ผู้แทนร้านค้าสินค้าทางวัฒนธรรมในย่านเมืองเก่าจำนวน 5 คน ผลของการศึกษาสัมภาษณ์พบว่า สินค้าทางวัฒนธรรมในเมืองเชียงราย ถือเป็น Cultural product of Thailand หรือ “CPOT” ซึ่งครอบคลุมถึงการสร้างสรรค์โดยใช้ทุนวัฒนธรรม มาออกแบบเรียก “Creative Economy” (Prapatpong, 2019) ควรเน้นการเล่าเรื่องจากทุนทางวัฒนธรรม เช่น อาคารสถาปัตยกรรมที่ทรงคุณค่าในเขตเมืองเก่าเชียงราย ในการเพิ่มมูลค่าเพิ่ม และทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้มาใช้ในงานออกแบบ เช่น ภูมิปัญญาอาหารการบริการทางวัฒนธรรม ก็เป็นส่วนหนึ่งในการนำมาพัฒนาเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่า ซึ่งเน้นในเรื่องการเล่าเรื่องราวความเป็นมาของสินค้าและผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มต้นทุนทางวัฒนธรรม นอกจากนั้นก็สามารถยังส่งเสริมสินค้าวัฒนธรรมผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Donnet, 2019) ราคาสินค้าอยู่ในช่วง 350-1,000 บาท เพราะส่งผลต่ออำนาจการตัดสินใจซื้อสินค้าจากผู้บริโภคเพราะเป็นราคาอยู่ในระดับปานกลาง (Chakmool, 2019)

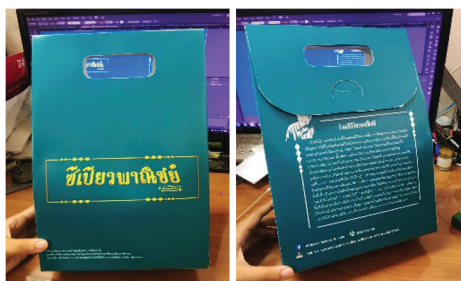
2.2 การพัฒนาสินค้าต้นแบบร่วมกับเจ้าของแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรม ภายหลังการประเมินคุณค่าทรัพยากรทางวัฒนธรรม แหล่งทุนทางวัฒนธรรม ประเมินความพร้อม ประเมินศักยภาพเจ้าของทุนวัฒนธรรมที่นำมาใช้ในการออกแบบ และนำแนวคิดการสร้างสรรค์จากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภาคราชการ นักวิชาการ จึงร่วมกันคัดเลือกร้านซีเปียพวนิชย์ เนื่องจากมีความสำคัญในด้านวิชาการ ด้านสถาปัตยกรรม มีการประดับประดา และเชิงชายหลังคาด้วยลวดลายไม้ฉลุ (Gingerbread) ในด้านความพร้อมของเจ้าของแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรม เนื่องจากร้านที่มีการสืบทอดโดยทายาทในรุ่นที่ 3 โดยใช้ประโยชน์กับอาคารเก่าปรับหน้าที่ใช้สอยในรูปแบบร้านคาเฟ่ที่เน้นกลิ่นอายความเป็นอาคารไม้เก่า ทางร้านพยายามที่จะอนุรักษ์อาคารควบคู่ไปพร้อมกับการใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจทางวัฒนธรรม ผู้ศึกษารับแนวคิดจากเจ้าของแหล่งทุนทางวัฒนธรรม นักออกแบบ นักวิชาการ และกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ เพื่อพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมที่สะท้อนคุณค่าของร้านซีเปียพวนิชย์ ถือเป็นหนึ่งในทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญของย่านเมืองเก่าเชียงราย จำนวน 2 ชิ้น ได้แก่ 1) ถุงบรรจุภัณฑ์ 2) กล่องบรรจุภัณฑ์

1) ถุงบรรจุภัณฑ์การออกแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับสินค้า ภายใต้แนวคิดตลาดแบบย้อนยุค หรือการโหยหาอดีต (Nostalgia) 2 ขั้นตอน ขั้นที่ 1 การค้นหาแรงบันดาลใจการออกแบบ ผู้วิจัยรับแนวคิดการออกแบบจากการสัมภาษณ์ เจ้าของร้านซีเปียพวนิชย์ (Rujiphon, 2020) ทายาทรุ่นที่ 2 และจันทร์เจ้า พฤษ์พงศาวัลี (Pruekpongswalee, 2020) บรรจุภัณฑ์ควรมีการดึงดูดเด่นของอาคารหลังเพราะเป็น อาคารไม้ที่มีเอกลักษณ์ และเหลือเพียงไม่กี่หลังในเมืองเก่าเชียงราย มาเป็นจุดเด่นในการออกแบบ และยังคงสอดคล้องกับโลโก้ของร้านที่ตนออกแบบ โดยนำลายฉลุไม้ที่ประดับบริเวณเหนือประตูทางเข้าของอาคารมาเป็นแนวคิด

ออกแบบ และยังสอดคล้องกับโลโก้ของร้านที่ออกแบบมาก่อนหน้านี้

ฟอนต์ตัวอักษรได้รับแรงบันดาลใจจากตัวอักษรจากป้ายเดิมของร้าน ซึ่งเป็นผลงานของนายปวน สุวรรณสิงห์ หรือ ป.สุวรรณสิงห์ ศิลปินทำป้ายผู้มีฝีมือชาวจังหวัดลำปาง ลูกศิษย์ของพระยาอนุศาสน์จิตรกร ช่วงหลวงในสมัยรัชกาลที่ 6 เป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงมากในจังหวัดลำปาง และภาคเหนือของประเทศไทย (Arvorn, 2019)

ขั้นที่ 2 การผลิตต้นแบบ เป็นการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วมระหว่าง นักวิจัย นักออกแบบ และชุมชน โดยนักวิจัยและนักออกแบบ รับแนวคิดการออกแบบ พัฒนาร่างต้นแบบบรรจุภัณฑ์และนำต้นแบบร่างของบรรจุภัณฑ์ไปปรึกษากับเจ้าของแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรมเพื่อหาแนวทางในการปรับให้เหมาะสมทั้งรูปแบบ รูปทรง วัสดุ สำหรับนำไปผลิตชิ้นงานต้นแบบ ก่อนการนำเข้าสู่โรงพิมพ์เพื่อผลิตสินค้าวัฒนธรรม หลังจากนั้นจึงมอบชิ้นงานให้กับเจ้าของแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรมเพื่อใช้จริง



ภาพที่ 2 ถุงบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบจากอัตลักษณ์เมืองเก่าเชียงราย

2) กล่องบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ร้านชีเปียวพาณิชย์ มุ่งเน้นการออกแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับสินค้า โดยออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้เรื่องราวทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ความสำคัญของอาหารและความงามทางสุนทรียศาสตร์ของสถาปัตยกรรม มาใช้เป็นทุนในการออกแบบกระบวนการออกแบบ 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 แรงบันดาลใจออกแบบอาคารหลังดังกล่าวเป็นอาคารไม้สองชั้นเอกชนหลังแรกในย่านตัวเมืองเชียงราย เป็นอาคารโบราณที่เหลือเพียงไม่กี่หลังในย่านถนนธนาสัย มีคุณค่าในด้านสถาปัตยกรรม และมีรูปแบบที่ใกล้เคียงกับกลุ่มอาคารพาณิชย์นิยมในจังหวัดลำปาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phetsuriya (2014) ที่ระบุว่า เป็นอาคารที่นิยมชื่นชอบของชาวลำปางเป็นอันดับหนึ่ง มีองค์ประกอบของอาคาร ได้แก่ ประตูไม้ หน้าต่างช่องลมไม้ฉลุ เสา แป้นน้ำย้อย บัวหัวเสา ค่ายันฉลุไม้ บังแสงฉลุไม้ ระเบียงไม้ฉลุไม้ ในปัจจุบัน อาคารร้านชีเปียวพาณิชย์ มีอายุ 73 ปี

ในด้านความสำคัญทางประวัติศาสตร์ อาคารหลังดังกล่าวเป็นอาคารที่ถือว่าสูงที่สุดในย่านเมืองเก่าในอดีต ถนนธนาสัยถือเป็นถนนสายหลักของเมืองเชียงราย เมื่อมีการแห่ขบวนต่าง ๆ ผ่านถนนเส้นดังกล่าวมักถูกเลือกให้เป็นจุดในการถ่ายภาพบ่อยครั้ง ซึ่งปรากฏภาพโบราณเมืองเชียงรายที่ถ่ายบรรยากาศของเมืองเชียงรายในอดีตมักมีภาพของอาคารดังกล่าวเสมอ

อาคารหลังดังกล่าวผู้วิจัย ได้คัดเลือกมาเป็นตัวแทนของย่านเมืองเก่าเชียงราย ด้วยการนำไปสู่การออกแบบ เป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ จากข้อมูลการสัมภาษณ์เจ้าของแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรม และจากการสังเกตพฤติกรรมของผู้บริโภคพบว่าขนมกะหรี่ปั๊ปถือเป็นสินค้าที่มียอดการจำหน่ายมากที่สุด เป็นขนมที่ขึ้นชื่อของร้านชีเปียวพาณิชย์ นิยมซื้อไปเป็นของฝากและของสำหรับจัดเบรคการประชุม

ประกอบกับทางร้านอยู่ในช่วงระหว่างการเปลี่ยนถ่ายจากทายาทรุ่นที่ 2 สู่รุ่นที่ 3 ที่เข้ามาสืบทอดกิจการ โดยพัฒนาร้านให้เหมาะสำหรับนั่งรับประทานขนม และในลักษณะคาเฟ่ที่เน้นบรรยากาศย้อนยุค และยังเล่าเรื่องราวของร้านผ่านขนมผลิตเองจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ (Home Made) มีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของเพจ ชื่อ Xibiao's Bakery & Cafe

ซึ่งประสบผลสำเร็จ ในด้านการประชาสัมพันธ์ มีนักท่องเที่ยวสนใจ เนื่องด้วยจุดเด่นในด้านสูตรขนมที่เน้นการผลิตเอง และบรรยากาศของอาคารเหมาะแก่การถ่ายภาพ จากการสัมภาษณ์ทายาทในรุ่นที่ 3 ของร้านพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ลูกค้ากลุ่มวัยรุ่นภายในจังหวัดเชียงราย และนักท่องเที่ยวต่างจังหวัด ซึ่งติดตามผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ เช่น เพจของร้าน และเพจการท่องเที่ยวที่แนะนำจากปัจจัยดังกล่าว ร้านซีเปียพาณิชย์สามารถนำกล่องบรรจุภัณฑ์จัดเป็นชุดของขวัญสำหรับเทศกาลต่าง ๆ

ขั้นที่ 2 การร่างแบบ ภาพร่าง หลังจากการรับแนวคิดการออกแบบและพัฒนา ร่างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้ศึกษานำต้นแบบร่างของบรรจุภัณฑ์ไปปรึกษากับเจ้าของแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรมเพื่อหาแนวทางในการปรับให้เหมาะสมทั้งรูปแบบ รูปทรง วัสดุ และแนวคิด

เนื้อหาที่บรรจุด้านหลังของบรรจุภัณฑ์ เป็นความร่วมมือระหว่างผู้ศึกษาและเจ้าของแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรมในการเขียนข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการมีส่วนร่วม แบ่งเนื้อหา 3 ส่วน ได้แก่ 1) ประวัติความเป็นมาของร้าน และความสำคัญของอาคาร 2) ส่วนผสมของขนม 3) ช่องทางติดต่อ

ขั้นที่ 3 การผลิตต้นแบบ ภายหลังจากการนำต้นแบบร่างของบรรจุภัณฑ์ไปปรึกษากับเจ้าของแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรมเพื่อหาแนวทางในการปรับให้เหมาะสมทั้งรูปแบบ รูปทรง วัสดุ และแนวคิด หลังจากนั้นนำผลงานต้นแบบไปจัดพิมพ์ในโรงพิมพ์พิมพ์ด้วยกระดาษอาร์ตมัน ขนาด 118.9x84.1 เซนติเมตร ความหนาของกระดาษ 250 แกรม ที่มีความแข็งแรงสามารถบรรจุของที่มีน้ำหนักได้ กล่องด้านหนึ่งมีการเจาะเป็นช่องหน้าต่าง และช่องหน้าต่างติดฟิล์มใส เพื่อช่วยทำให้เห็นผลิตภัณฑ์ด้านใน

หลังจากนั้นมอบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบให้กับเจ้าของแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรม เพื่อเป็นต้นแบบของแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรม สร้างมูลค่าทาง

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และทางจังหวัดสามารถนำไปขยายผลในอนาคตได้



ภาพที่ 3 กล่องบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบจากอัตลักษณ์เมืองเก่าเชียงราย

2.3 การเผยแพร่ข้อมูลสู่ท้องถิ่นถือเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นจากงานวิจัย ทั้งนี้ทางผู้วิจัยได้ร่วมกับสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการวิจัยเพื่อบริการวิชาการสู่ชุมชนและท้องถิ่น โดยการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับตัวแทนของชุมชนในเขตเมืองเก่าเชียงรายและกลุ่มนักวิชาการท้องถิ่น และตัวแทนภาคราชการท้องถิ่น ณ ศาลเจ้ามูลนิธิสาธารณกุศลสงเคราะห์เชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นแนวทางให้กับชุมชนในเขตเมืองเก่า สามารถนำทุนทางวัฒนธรรมในชุมชนของตนเองมาใช้เป็นต้นทุนในการพัฒนาเป็นสินค้าของท้องถิ่น ทั้งนี้องค์ความรู้จากการออกแบบยังสามารถนำไปสู่การยกระดับให้เกิดมูลค่าจากสิทธิที่เกิดจากทรัพย์สินทางปัญญาได้ด้วยในอนาคต

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องดังกล่าว วิเคราะห์กระบวนการในการสร้างสรรค์ ดังนี้

1. ด้านการศึกษาวิจัยหรือการสร้างความรู้พบว่า ย่านเมืองเก่าเชียงรายมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ กลุ่มอาคารพาณิชย์ในย่านธนาลัยมีรูปทรงที่ใกล้เคียงกับรูปแบบอาคารพาณิชย์ในเขตเมืองเก่าลำปาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Phet-

suriya, 2014) ความชื่นชอบรูปด้านหน้าอาคารแถวในเขตเมืองเก่าลำปาง มีองค์ประกอบของอาคาร ได้แก่ ประตูไม้ หน้าต่าง ช่องลมไม้ไม้ฉลุ เสา แป้น น้าย้อย บัวหัวเสา ค้ำยันฉลุไม้ บังแสงฉลุไม้ ระเบียง ไม้ฉลุไม้ ซึ่งยังพร้อมกับการวิจัยของ (Sukkay, 2020) ว่า สถาปัตยกรรมของเมืองเก่าเชียงราย ประกอบไปด้วยอาคารพักอาศัย และอาคารพาณิชย์กรรมเก่า ซึ่งอาคารของร้านซีเปียวจัดอยู่ในกลุ่มอาคารพาณิชย์กรรมเก่า

2. การประเมินคุณค่า และศักยภาพทรัพยากรวัฒนธรรม กิจกรรมนี้ช่วยให้สามารถทราบทรัพยากรวัฒนธรรมต่าง ๆ ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญร้านซีเปียพาณิชย์ มีคุณค่าทางวิชาการ ลักษณะทางสถาปัตยกรรมเป็นอาคารพาณิชย์ไม้ 2 ชั้น มีการประดับระเบียง และเชิงชายหลังคาด้วยลวดลายไม้ฉลุ (Gingerbread) เป็นอาคารไม้สองชั้นของเอกชนหลังแรกในจังหวัดเชียงราย คุณค่าทางเศรษฐกิจเป็นร้านที่มีการสืบทอดโดยทายาทในรุ่นที่ 3 โดยใช้ประโยชน์กับอาคารเก่าปรับหน้าที่ใช้สอยในรูปแบบร้านกาแฟที่เน้นกลิ่นอายความเป็นอาคารไม้เก่า โดยการวิจัยนี้เป็นการศึกษาที่เน้นการทำงานร่วมกันระหว่างนักออกแบบ นักวิชาการ ข้าราชการ และเจ้าของแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรม หลังจากร่วมกันค้นหาความสำคัญของแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรม ด้วยการตั้งจุดเด่นทางสถาปัตยกรรมของอาคาร คุณค่าของอาคารกับเรื่องเล่าในท้องถิ่น ประเมินความเป็นไปได้ในการนำผลงานออกแบบไปใช้จริง หลังจากนั้นจึงออกแบบต้นแบบและร่วมแก้ไขแบบผลงานระหว่างนักออกแบบ นักวิจัย เจ้าของทรัพยากรวัฒนธรรม ทั้งรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ โลโก้ สี ข้อความบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเจ้าของแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นผู้เขียนจากสิ่งที่ต้องการสื่อสารต่อสาธารณชน

3. การฟื้นฟู ผลิตซ้ำ และสร้างใหม่ เป็นการสร้างความหมาย คุณค่า และกำหนดบทบาทและหน้าที่ใหม่ให้กับทรัพยากรวัฒนธรรมประเภท

ทรัพยากรวัฒนธรรม เพื่อใช้ประโยชน์ในความหมายใหม่ในบทบาทหน้าที่ใหม่ ได้แก่ การนำรูปทรงของอาคารร้านซีเปียพาณิชย์มาใช้เป็นรูปทรงของกล่องการนำสี และตัวอักษรบนป้ายมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบโลโก้ การนำลวดลายไม้ฉลุของอาคารมาทำการตัดทอน จัดวางใหม่ ให้มีรูปแบบที่ร่วมสมัย ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่น สอดคล้องผลิตภัณฑ์ที่ประสบผลสำเร็จในการออกแบบ กล่องขนมชินยูโรเปียนของจังหวัดภูเก็ต ที่สร้างมูลค่าเพิ่มจากการนำรูปทรงอาคารมาออกแบบ นอกจากบรรจุภัณฑ์ยังถือเป็นหนึ่งในของสะสมของนักท่องเที่ยว (Food Intelligence Center Thailand, 2020) และยังสอดคล้องกับ Onaree (2017) การพัฒนาสินค้าวัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่นที่เกิดการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจมาจากพื้นที่มรดกทางประวัติศาสตร์ ซึ่งแต่ละพื้นที่มีวิถีที่แตกต่างกันไปตามลักษณะสภาพทางประวัติศาสตร์ สิ่งปลูกสร้างมีจุดเด่น มีความน่าสนใจในด้านการใช้ภูมิปัญญาและความรู้ในการก่อสร้างซึ่งมักถูกนำมาเป็นภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์โดยอิงกับประวัติศาสตร์

4. การสร้างเครือข่ายขยายความร่วมมือ ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของการทำให้ผลผลิตจากงานวิจัยเกิดความยั่งยืน เกิดความต่อเนื่อง สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจสามารถประยุกต์ใช้แนวทางการพัฒนาต้นทุนทางวัฒนธรรมของประเทศเกาหลี ที่เน้นพัฒนากลยุทธ์ถ่ายทอดความเป็นเกาหลีให้เกิดมูลค่า มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ มีตลาดช่องทางจำหน่ายเป็นของตนเอง เชื่อมร้อยชุมชน ท้องถิ่น โดยภาคราชการหรือเครือข่าย (Puangpanya, 2016) งานวิจัยดังกล่าวยังต้องมีอาศัยภาคีที่เกี่ยวข้อง ทั้งนักวิจัย มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงราย นักออกแบบ นักการตลาด ภาคธุรกิจ การท่องเที่ยว ข้าราชการ เทศบาลนครเชียงราย และสื่อต่าง ๆ ในการผลักดันและนำผลผลิตไปใช้จริงและเกิดมูลค่า มีการขยายผลต่อไป

สรุปผล

ทรัพยากรทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สำคัญในย่านเมืองเก่า 3 ประเภท ได้แก่ ด้านที่ 1 สาขามนุษยศาสตร์ ประเพณีท้องถิ่น พบทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ในย่านเมืองเก่าเชียงรายได้มีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติ และศาสนา ด้านที่ 2 สาขาศิลปะ และการช่างฝีมือ จากการศึกษาพบ แหล่งทรัพยากรวัฒนธรรมที่มีความสำคัญในด้านการวางผังเมือง เชียงราย และ กลุ่มอาคารสถาปัตยกรรม ด้านที่ 3 ด้านคหกรรมศาสตร์ สามารถรวบรวมองค์ความรู้ด้านอาหารจีนฮากกา (แคะ)

นำข้อมูลไปจัดทำแบบประเมินคุณค่าทรัพยากรวัฒนธรรม เพื่อช่วยทำให้ทราบถึงความสำคัญต่อท้องถิ่น รวบรวม วิเคราะห์ ข้อมูลไปใช้เป็นแรงบันดาลใจสำหรับการออกแบบ สินค้าทางวัฒนธรรมที่ประเมินศักยภาพ ความพร้อมของเจ้าแหล่งทรัพยากรวัฒนธรรม ในการนำสินค้าไปใช้จริงและต่อยอดในอนาคต ผลการคัดเลือกร้านซีเปียพวนิชย์ เป็นแหล่งต้นแบบ ในการนำมาออกแบบและสร้างสรรค์สินค้าทาง

วัฒนธรรม โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมระหว่าง นักวิจัย นักออกแบบ นักวิชาการ ข้าราชการ และเจ้าของ แหล่งทรัพยากรวัฒนธรรม ตั้งแต่การรับแนวคิด การออกแบบ ทั้งรูปทรงบรรจุภัณฑ์ โลโก้ สี ข้อความบนบรรจุภัณฑ์ ไปจนถึงแนวทางในการนำไปใช้จริงในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยดังกล่าวถือเป็นต้นแบบในการนำ ทรัพยากรวัฒนธรรมในย่านเมืองเก่าเชียงรายได้มาใช้ในการพัฒนาให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ในอนาคต หน่วยงานราชการ เอกชน หรือเจ้าของแหล่งทรัพยากร วัฒนธรรมอื่น ๆ สามารถนำกระบวนการไปใช้เป็น กระบวนการต้นแบบ ในการพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรม ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับช่องทางสื่อ ประชาสัมพันธ์ การจำหน่ายสินค้าทางวัฒนธรรม ซึ่งนำไปสู่การกระตุ้นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้กับ ย่านเมืองเก่า

References

- Anupongsanukul, N. (2020, January 14). Interview by N. Namajaidee [Tape recording]. Hakka food Entrepreneur in Chiang Rai Old City. Chiang Rai Province. [in Thai]
- Arvorn, C. (2019). Photographer of the Lampang Group, 1932-1961: Searching for new issues in art history. *Damrong Academic Journal*, 18(2), 33-60. [in Thai]
- Chakmool, P. (2019, September 5). Interview by N. Namajaidee [Tape recording]. Sample Group Selling Cultural Products Chiang Rai Walking Street. Chiang Rai Province. [in Thai]
- Cuber, J. F. (1968). *Sociology: A synopsis of principles*. Appleton-Century-Crofts.
- Donnet, T. (2019, September 16). Interview by N. Namajaidee [Tape recording]. Director of Religious Promotion Group Arts and culture. Chiang Rai Provincial Cultural Office. [in Thai]
- Food Intelligence Center Thailand. (2020). *Sino-Portuguese packaging*. <http://fic.nfi.or.th/technologyandinnovation-detail.php?smid=6> [in Thai]
- Hanphiphat, P. (2017, August 23). Interview by N. Namajaidee [Tape recording]. Owner of Baan Norn Plearn Hotel. Chiang Rai Province. [in Thai]
- Jamjit, C. (2000). *Chiang Rai City record*. Chainarai. [in Thai]

- Lertchanrit, T. (2011). *Cultural resource management* (2nd ed.). Sirindhorn Anthropology Center (Public Organization). [in Thai]
- Lipe, W. D. (1984). *Value and meaning in cultural resources approaches to the archaeological heritage*. Cambridge University.
- Muangkram, J. (2012). *The study of western architecture in Chiang Rai under the roles of American Presbyterian missionaries* [Master's thesis]. Silpakorn University. [in Thai]
- Namjaidee, N. (2020). Survey and study of important cultural resources in the district area Chiang Rai old town Mueang District Chiang Rai Province. *Journal of Social Academic*, 13(1), 37-47. [in Thai]
- Onaree, N. (2017). The merger of cultural assets in packaging design of souvenirs from Japan. *Journal of Information*, 16(2), 31-40. [in Thai]
- Phetsuriya, N. (2014). Preference study of Lampang old city shophouses' façades. *Journal Environment Design*, 1(1), 1-14. [in Thai]
- Praicharnjit, S. (2010). *10 Years of community archeology: Commemoration of the merit making anniversary of the first decade of the Debras event in the community archeology, 1999-2010*. Community Archeology Development Study Center. [in Thai]
- Prapatpong, P. (2019, July 21). Interview by N. Namajaidee [Tape recording]. Director of the Mekong River Museum Mae Fah Luang University. Chiang Rai Province. [in Thai]
- Pruekpongsawalee, C. (2020, March 18). Interview by N. Namajaidee [Tape recording]. The 3rd Generation Heir, the Xibiao's Bakery & Café. Chiang Rai province. [in Thai]
- Puangpanya, B. (2016). Management approach for enhancing the cultural commodity. *Bailan Journal, Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 1(1), 80-101. [in Thai]
- Ruaysaen, R. (2020). *Chiang Rai driving into a creative city*. MFU. <https://www.mfu.ac.th/news/news-detail/detail/News/7250.html> [in Thai]
- Rujiphon, S. (2020, March 14). Interview by N. Namajaidee [Tape recording]. The 2nd Generation Heir, the Xibiao's Bakery & Café. Chiang Rai Province. [in Thai]
- Sukkay, S. (2020). Factors affecting the management of cultural landscape in Chiang Rai old city. In *Conference and the 5th Architectural Art and Architecture Creation in the Emerging Era* (pp. 389-400). Faculty of Architecture Naresuan University. [in Thai]
- Sunthi, W. (2013). *Route management for learning historical and culture, Chiang Rai municipality, Chiang Rai Province* [Master's thesis] Chiang Mai University. [in Thai]
- Teekhachunhatean, R. (1989). *Economic, political, social and cultural, changes in ethnic villages: A case study of Tai Nyo, Ban Phon*. Khon Kaen University. [in Thai]
- Wanichakorn, A. (2016). *Local product design*. Chulalongkorn press. [in Thai]
- White, L. (2007). *The evolution of culture: The development of civilization to the fall of Rome*. Left Coast.

Wisudthiluck, S. (2015). *Creative tourism*. Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). [in Thai]



Name and Surname: Nakarin Namjaidee

Highest Education: M.A. (Cultural Resource Management),
Silpakorn University

Affiliation: School of Social Sciences, Chiang Rai Rajabhat University

Field of Expertise: Cultural Resource Management and Local
History Study

การพัฒนารูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน
ตามทฤษฎีขอบเขตทับซ้อนของอิทธิพลในโรงเรียนมัธยมศึกษา
สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

DEVELOPMENT OF A PARTNERSHIP MANAGEMENT MODEL AMONG THE
SCHOOL, FAMILY, AND COMMUNITY IN ACCORDANCE WITH THE OVERLAPPING
SPHERES OF INFLUENCE THEORY IN SECONDARY SCHOOLS UNDER THE OFFICE
OF THE BASIC EDUCATION COMMISSION

ดาวสวรรค์ วงศ์เสนา¹ วิสุทธิ วิจิตรพัชรภรณ์² อัจฉรา นิยมภา³ และสนั่น ประจงจิตร⁴

Daosawan Wongsena¹, Wisut Wichitputchraporn², Achara Niyamabha³, and Sanan Prachongchit⁴

^{1,2,3,4}คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

^{1,2,3,4}Faculty of Education, Kasetsart University

Received: May, 9, 2021 / Revised: June, 5, 2021 / Accepted: June 7, 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการเป็นหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ตามทฤษฎีขอบเขตทับซ้อนของอิทธิพล และเพื่อพัฒนาและประเมินรูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 330 คน เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามการเป็นหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียนครอบครัวและชุมชน และแบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์เนื้อหา และค่าดัชนีลำดับความต้องการจำเป็น

ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันของการเป็นหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และสภาพที่พึงประสงค์ของการเป็นหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียนครอบครัวและชุมชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีลำดับความต้องการจำเป็น 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านการร่วมมือ ด้านการเรียนรู้ และด้านจิตอาสา รูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ประกอบด้วยสามส่วน คือ ส่วนที่ 1 ส่วนนำ ประกอบด้วย แนวคิด หลักการ และวัตถุประสงค์ ส่วนที่ 2 องค์ประกอบการเป็นหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ประกอบด้วย การเล็งดู การสื่อสาร จิตอาสา การเรียนรู้ การตัดสินใจ การร่วมมือ และแนวทางการบริหารแบบหุ้นส่วน และส่วนที่ 3 ปัจจัยความสำเร็จประกอบด้วย ครอบครัว โรงเรียน และชุมชน ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: รูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วน ขอบเขตทับซ้อนของอิทธิพล

Abstract

The objectives of this research were to study the existing and desirable conditions of partnership among the school, family, and community in accordance with the overlapping spheres of influence theory; and to develop and evaluate a partnership management model among the school, family, and community. The research sample consisted of 330 school directors under the Office of the Basic Education Commission. The employed research instruments included a questionnaire on partnership among the school, family, and community, and a scale for assessment of the model's propriety. Data were analyzed using the percentage, mean, standard deviation, content analysis, and priority needs index.

The research results indicated that the rating mean of the existing condition of partnership among the school, family, and community was at the moderate level, while the rating mean of the desirable condition of partnership among the school, family, and community was at the highest level. Results of priority needs index analysis showed that the top three indices were that of cooperation, that of learning, and that of volunteer-mindedness. The developed partnership management model among the school, family, and community comprised three components. The first component was the introduction consisting of the concepts, principles, and objectives; the second component was the components of the partnership management model among the school, family, and community consisting of parenting, communicating of volunteer-mindedness, learning, decision-making, collaborating, and guidelines for partnership management model; and the third component was the success factors consisting of the family, school, and community. The evaluation results of the developed model showed that the appropriateness and feasibility of the model were at the very high level.

Keywords: Partnership Management Model, Overlapping Spheres of Influence

บทนำ

การศึกษา คือ หัวใจสำคัญของการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ เพราะการศึกษาเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างให้มนุษย์มีความรู้ ความคิดเป็นบุคคลที่พร้อมไปด้วยคุณธรรมและจริยธรรมดังพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ได้กำหนดให้มีการจัดการศึกษาที่เน้นกระบวนการเรียนรู้ เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคล ให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต มีสิทธิ และโอกาสเสมอกันในการรับการศึกษา ด้านการบริหารและการจัดการศึกษาได้กำหนดให้กระทรวงศึกษาธิการกระจายอำนาจการบริหารและ

การจัดการศึกษา ทั้งด้านวิชาการ งบประมาณ และการบริหารทั่วไป ไปยังเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษาในเขตพื้นที่โดยตรง โดยอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เปิดโอกาสให้โรงเรียนครอบครัว และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการและบริหารการศึกษาโดยพัฒนาการศึกษาให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม (Ministry of Education, 2002) แต่ในปัจจุบันการจัดการศึกษาก็ยังต้องประสบกับปัญหาด้านคุณภาพและมาตรฐานในการจัดการเรียนรู้อยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติของการพัฒนาผู้เรียนให้มี

ทักษะและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ซึ่งในการพัฒนาให้ผู้เรียนมีความพร้อมและสามารถที่จะเรียนรู้ได้อย่างเต็มศักยภาพนั้น ไม่ได้เป็นเพียงภาระหน้าที่หรือความรับผิดชอบของสถานศึกษาเพียงหน่วยงานเดียว เพราะการเรียนรู้สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นที่โรงเรียน หรือที่บ้านโดยสถาบันครอบครัวเป็นองค์กรพื้นฐานแห่งแรกที่จะเป็นผู้เสริมสร้างพัฒนาการของผู้เรียนให้มีความพร้อมทั้งด้านร่างกายและจิตใจ โดยมีชุมชนเป็นหน่วยงานที่จะเอื้อให้เกิดบรรยากาศที่ดีของชุมชน ผ่านการส่งเสริมสนับสนุนด้านการให้บริการและแหล่งเรียนรู้แก่ครอบครัว การเป็นหุ้นส่วนเป็นแนวคิดของการพัฒนาวัตกรรมการบริหารการจัดการศึกษาภายใต้ความเป็นหุ้นส่วนร่วมกันระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการดูแล และสนับสนุนทรัพยากรสำหรับการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาผู้เรียน โดยมีเป้าหมายร่วมกัน คือ การยกระดับคุณภาพของผู้เรียน

ดังนั้นหากครอบครัวได้รับการยอมรับมากขึ้น ในฐานะหุ้นส่วนที่ทำงานร่วมกันและเป็นพันธมิตรที่เท่าเทียมกันในการจัดการศึกษา (De Boer et al., 2010) โดยมีการตัดสินใจระหว่างครอบครัวและโรงเรียนซึ่งถือว่าเป็นหน่วยงานที่มีผู้มีส่วนได้เสียและความรู้เกี่ยวกับการจัดการศึกษาที่เหมาะสมสำหรับผู้เรียนตามวัย (Griffiths et al., 2004) และมีการกระจายความเป็นหุ้นส่วนในการจัดการศึกษาไปสู่ชุมชนในการใช้ความเชี่ยวชาญ และทรัพยากรที่มีอยู่มากมายภายในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ (Epstein, 2007) โรงเรียนจึงต้องเป็นผู้อำนวยความสะดวกให้ครอบครัวได้มีบทบาทต่อการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน โดยสิ่งสำคัญจะดำเนินให้ประสบความสำเร็จได้จะต้องอาศัยความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนและครอบครัว รวมไปถึงชุมชนที่เป็นไปตามพื้นฐานทางทฤษฎีขอบเขตทับซ้อนของอิทธิพลที่เชื่อว่าโรงเรียน ครอบครัว และชุมชนที่มีความรับผิดชอบร่วมกันต่อการพัฒนาและการเจริญเติบโตของผู้เรียนจำเป็นต้อง

ใช้อิทธิพลของโรงเรียน ครอบครัว และชุมชนมาร่วมกันพัฒนาผู้เรียน จึงจะทำให้ผู้เรียนสามารถอยู่ในชุมชนที่มีความหลากหลายด้านการเปลี่ยนแปลงในสังคมยุคปัจจุบันได้ (Qiguang, 2006)

ในการผสมผสานความร่วมมือกันเสมือนการเป็นหุ้นส่วนเพื่อสร้างความตระหนักและให้ความสำคัญในการมีความรับผิดชอบร่วมกันในการใส่ใจและดูแลผู้เรียนหรือบุตรหลานตามแนวคิดของ Epstein (2010) ได้กล่าวถึงการเป็นหุ้นส่วนของโรงเรียน ครอบครัว และชุมชนว่า สิ่งสำคัญที่โรงเรียน ครอบครัว และชุมชนจะต้องร่วมกันดำเนินการเพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จในการเรียนรู้และมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่ต้องให้ความสำคัญในการเลี้ยงดูเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมแก่ผู้เรียน รวมไปถึงการจัดสภาพแวดล้อมของบ้านที่สนับสนุนต่อการเรียนรู้ มีการสื่อสารที่มีคุณภาพจากโรงเรียนและครอบครัว การมีจิตอาสาของครอบครัวและชุมชนในการช่วยส่งเสริมการศึกษาาร่วมกันกับโรงเรียน สนับสนุนทรัพยากรด้านแหล่งเรียนรู้และงบประมาณโดยทุกกิจกรรมและความร่วมมือของครอบครัวและชุมชนมีส่วนสำคัญที่จะช่วยเพิ่มพลังและกระตุ้นให้ผู้เรียนสร้างความสำเร็จแก่ตนเอง การพัฒนารูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชนตามทฤษฎีขอบเขตทับซ้อนของอิทธิพลในโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานจะสามารถใช้เป็นแนวทางแก่สถานศึกษาในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาผู้เรียนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการเป็นหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ตามทฤษฎีขอบเขตทับซ้อนของอิทธิพล ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ตามทฤษฎี

ขอบเขตทับซ้อนของอิทธิพลในโรงเรียนมัธยมศึกษา
สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

3. เพื่อประเมินรูปแบบการบริหารแบบ
หุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน
ตามทฤษฎีขอบเขตทับซ้อนของอิทธิพลในโรงเรียน
มัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษา
ขั้นพื้นฐานที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียน

บททวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีจากเอกสาร
และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเป็นหุ้นส่วนของ
โรงเรียน ครอบครัว และชุมชน มีรูปแบบ ดังนี้

Epstein (2011) ให้แนวคิดของการเป็นหุ้นส่วน
6 องค์ประกอบในการจำแนกความรับผิดชอบและ
การดำเนินการของโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน
ในการร่วมกันทำงานเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมและ
เพิ่มผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนคือ 1) การเลี้ยงดู (Parenting)
เป็นการให้ความช่วยเหลือแก่ครอบครัวให้เกิดการ
รับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับพัฒนาการของเด็กในแต่ละ
ช่วงวัย มีความรู้ความเข้าใจและให้ความสำคัญเกี่ยวกับ
การจัดสภาพแวดล้อมภายในบ้านที่ช่วยส่งเสริมการ
เรียนรู้ของผู้เรียน 2) การสื่อสาร (Communicating)
คือ การสื่อสารที่มีประสิทธิผลและการติดต่อแบบ
สองทางที่มีความเหมาะสมเกี่ยวกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น
ในโรงเรียน 3) จิตอาสา (Volunteering) เป็นการ
สรรหาจัดหาอาสาสมัครเพื่อมีส่วนร่วมในกิจกรรม
ต่าง ๆ ที่โรงเรียนดำเนินการ หรือกิจกรรมที่จัดขึ้น
โดยชุมชน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มุ่งสนับสนุนผู้เรียน
4) การเรียนรู้ที่บ้าน (Learning at Home) เป็นการ
ช่วยเหลือและให้ข้อมูลแก่ครอบครัวเกี่ยวกับขั้นตอน
การเรียนรู้ของโรงเรียน 5) การตัดสินใจ (Decision-
making) คือ การตกลงกันร่วมกันในกิจกรรมที่
เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาของผู้ปกครองและ
สมาชิกในครอบครัวในฐานะตัวแทนของครอบครัว
และตัวแทนจากชุมชน 6) การร่วมมือกับชุมชน
(Collaborating with Community) คือ การระดม

กองทุน บริการ และทรัพยากรอื่น ๆ จากชุมชนเพื่อ
ให้ความช่วยเหลือและส่งเสริมการจัดการเรียนรู้
ที่ตอบสนองความต้องการของผู้เรียน

Pang (2004) ได้ศึกษาการเป็นหุ้นส่วนของ
โรงเรียน ครอบครัว และชุมชนในฮ่องกงพบว่าครอบครัว
ชาวฮ่องกงให้การสนับสนุนการศึกษาของลูก ๆ
ที่บ้านมากขึ้น เนื่องจากการจัดโปรแกรมการศึกษา
ที่ให้ครอบครัวเข้ามามีส่วนร่วมกับโรงเรียน ทำให้
ครอบครัวมีความเข้าใจในการดูแลบุตรหลานด้าน
การเรียนรู้มากขึ้น ครอบครัวจำนวนมากกลายเป็น
อาสาสมัครของโรงเรียนที่ลูก ๆ ของตนเองศึกษาอยู่
นอกเหนือจากการสนับสนุนการศึกษาของบุตรหลาน
ของตนเองที่บ้านแล้ว ครอบครัวได้ให้การสนับสนุน
โรงเรียนในด้านอื่น ๆ ด้วย เป็นการเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์
ระหว่างครอบครัวและครูผู้สอน รวมไปถึงบทบาทของ
ครอบครัวค่อย ๆ เปลี่ยนไปจากการเป็นผู้สนับสนุน
การเรียนรู้ของบุตรหลานเพียงอย่างเดียวที่บ้าน
มาเป็นส่วนหนึ่งของโรงเรียนทำให้ความร่วมมือระหว่าง
โรงเรียนกับครอบครัวและชุมชน ในฮ่องกงมีระดับ
ความเป็นหุ้นส่วนเพิ่มมากขึ้นตาม 6 องค์ประกอบ
คือ 1) การเลี้ยงดู (Parenting) มีการพัฒนาโดย
ให้การศึกษแก่ครอบครัวทำให้ครอบครัวมีความสนใจ
โรงเรียนมากขึ้น 2) การสื่อสาร (Communicating)
ครอบครัวมีความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ของ
โรงเรียนเพิ่มมากขึ้น 3) จิตอาสา (Volunteering)
ด้านการเป็นอาสาสมัครได้รับการตอบรับอย่างดีจาก
ทั้งครูและครอบครัว 4) การเรียนรู้ที่บ้าน (Learning
at home) ให้แนวคิดเรื่องการเรียนรู้แก่ครอบครัว
ส่งเสริมด้านการอ่านระหว่างครอบครัวและบุตร
5) การตัดสินใจ (Decision-making) มีการร่างกฎหมาย
ว่าด้วยการขยายการกำกับดูแลโรงเรียนต่อรัฐบาล
โดยมีสาระเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาความร่วมมือของ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการโรงเรียนอย่าง
ชาญฉลาด 6) การร่วมมือกับชุมชน (Collaborating
with community) โดยโรงเรียนได้มีการเข้าไปใช้
ทรัพยากรของชุมชนมากขึ้น

Epstein (2010) เห็นว่า ผู้เรียนมีโอกาสดีที่สุดใน การเรียนรู้ทางด้านการหาการร่วมมือกัน อย่างเหนียวแน่นระหว่างครอบครัวและโรงเรียน ซึ่งบริบทของสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียนมากที่สุดคือ โรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ซึ่งบทบาทของแต่ละส่วนจะมากหรือน้อยนั้น จะขึ้นอยู่กับโอกาส และกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างโรงเรียนและครอบครัว นอกจากนี้โรงเรียนและครอบครัวควรมีการสร้างกรอบความเข้าใจให้ตรงกันว่า ครอบครัวควรมีส่วนร่วมในการจัดประสบการณ์ การศึกษาอย่างเป็นทางการของผู้เรียนในระดับใดบ้าง และสิ่งที่ส่งผลต่อการได้ประโยชน์หรือผลเสียของการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด

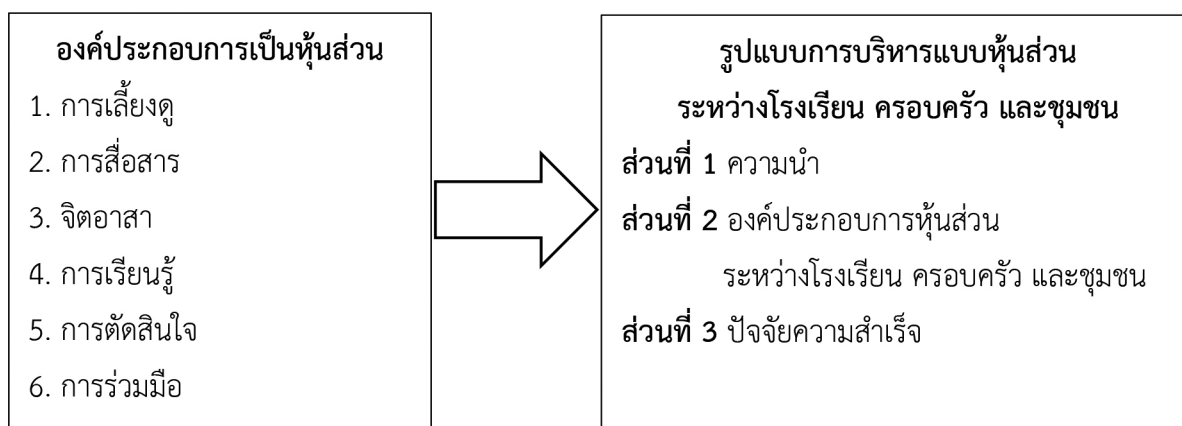
Epstein (2007) กล่าวถึงความร่วมมือที่ได้ขยายออกไปสู่ชุมชนในวงกว้างถึงแม้ว่าจะมีข้อกฎหมายที่จำกัดอยู่ แต่การสร้างความร่วมมือระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชนจะเป็นสิ่งที่ดึงเอาความเชี่ยวชาญ และทรัพยากรที่มีอยู่มากมายภายในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้

Buason (2009) ได้ให้ความหมายของรูปแบบ จำแนกออกเป็น 3 ความหมาย คือ 1) แผนภาพหรือ ภาพร่างของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ยังไม่สมบูรณ์เหมือนของ

จริง รูปแบบในความหมายนี้มักจะเรียกทับศัพท์ใน ภาษาไทยว่า “โมเดล” ได้แก่ โมเดลบ้าน โมเดลรถยนต์ 2) แบบแผนความสัมพันธ์ของสมการทางคณิตศาสตร์ ที่รู้จักกันในชื่อที่เรียกว่า “Mathematical Model” 3) แผนภาพที่แสดงถึงองค์ประกอบการทำงานของ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือแนวคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น รูปแบบการสอน รูปแบบการบริหาร รูปแบบการ ประเมิน

Sirisunhirun (2004) ได้พัฒนารูปแบบการ พัฒนาคุณลักษณะภาวะผู้นำของคณบดี ผลการศึกษา พบว่ารูปแบบที่ได้มีองค์ประกอบ 4 ได้แก่ 1) คุณลักษณะ ภาวะผู้นำของคณบดีที่ต้องพัฒนา 2) หลักการและ แนวคิดกำกับรูปแบบ และวัตถุประสงค์ทั่วไปของ รูปแบบ 3) กระบวนการ พัฒนาคุณลักษณะภาวะ ผู้นำของคณบดี ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอน เนื้อหาการ พัฒนา วิธีการ และกิจกรรมการพัฒนา วัตถุประสงค์ เชิงพฤติกรรม และผลที่ต้องการ และ 4) แนวทาง การนำรูปแบบไปใช้ เงื่อนไขความสำเร็จ และตัวบ่งชี้ ความสำเร็จของรูปแบบ

จากการศึกษาแนวคิดและการวิเคราะห์เอกสาร ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิด ในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ตามทฤษฎีขอบเขตทับซ้อนของอิทธิพลในโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีการดำเนินการดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพคือ โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 2,358 โรงเรียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 330 โรงเรียน โดยผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้บริหารสถานศึกษา การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางของ Krejcie และ Morgan (1970) และดำเนินการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอนจาก 6 ภูมิภาค และสุ่มอย่างง่ายให้กระจายตามสัดส่วนโรงเรียน (ขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ และขนาดใหญ่พิเศษ)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ คือ 1) แบบสอบถามจำนวน 50 ข้อ ประกอบด้วย 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 การเป็นหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน มีการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ส่งแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหาของประเด็นคำถาม แล้วหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.60-1.00 และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาความเที่ยง (Reliability) โดยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient) คำนวณค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์

แอลฟาของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.99 และ 2) แบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชนของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

วิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ในการเป็นหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และหาค่าดัชนีลำดับความต้องการจำเป็นด้วยวิธี Priority Needs Index ของ Wongwanich (2007) โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การเลือกประเด็นความต้องการจำเป็นโดยใช้ค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป และการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบ ใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยโดยสรุปมีดังนี้

1. สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ค่าดัชนีลำดับความต้องการจำเป็นของการเป็นหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน นำเสนอตามค่าดัชนีลำดับความต้องการจำเป็น ดังต่อไปนี้

1.1 สภาพปัจจุบันของการเป็นหุ้นส่วนด้านการร่วมมือ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 0.92) โดยโรงเรียนมีการจัดประชุมร่วมกับผู้ปกครองในการกำหนดแนวทาง การยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และได้รับการสนับสนุนด้านแหล่งเรียนรู้จากสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาและหน่วยงานภายในท้องถิ่น ด้านสภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.61) โดยโรงเรียนจะต้องมีการจัดกิจกรรมร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมและสร้างความเข้าใจให้กับผู้เรียนในการเลือกเรียนและประกอบอาชีพตามสนใจและความ

ถนัดและการประสานความร่วมมือเพื่อการสนับสนุนจากผู้ปกครอง องค์กรภาครัฐ และภาคเอกชน ในด้านอาคารสถานที่ สื่อ วัสดุอุปกรณ์การจัดการเรียนรู้ เมื่อพิจารณาค่าดัชนีลำดับความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified} = 0.37$) พบว่า โรงเรียนควรสร้างความร่วมมือกับชุมชนเกี่ยวกับการสนับสนุนทรัพยากรด้านแหล่งเรียนรู้และให้ผู้ปกครองเป็นผู้นำเสนอกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ

1.2 สภาพปัจจุบันของการเป็นหุ้นส่วนด้านการเรียนรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.90) สภาพที่พึงประสงค์ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาค่าดัชนีลำดับความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified} = 0.37$) พบว่า โรงเรียนควรมีการจัดทำโครงการสอนของครูผู้สอนให้ผู้ปกครองได้รับทราบ และมีการให้ข้อมูลแก่ผู้ปกครองเกี่ยวกับการมอบหมายงานของครูผู้สอนในแต่ละรายวิชา

1.3 สภาพปัจจุบันของการเป็นหุ้นส่วนด้านจิตอาสาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$, S.D. = 0.91) สภาพที่พึงประสงค์ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาค่าดัชนีลำดับความต้องการจำเป็น ($PNI_{Modified} = 0.35$) พบว่า โรงเรียนควรมีระบบจัดเก็บข้อมูลของบุคคลและองค์กรที่เป็นอาสาสมัครในด้านต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ

2. รูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชนตามทฤษฎีขอบเขตทับซ้อนของอิทธิพลในโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานประกอบด้วยสามส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ส่วนนำประกอบด้วย แนวคิดการหลักการ และวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) แนวคิดการเป็นหุ้นส่วน เป็นการพัฒนาความร่วมมือและร่วมรับผิดชอบระหว่างโรงเรียน ครอบครัวและชุมชน ในสิ่งที่เป็ผลลัพธ์จากการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน

2) หลักการ ประกอบด้วยหลักการเป็น

หุ้นส่วนของโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน เพื่อให้ครูและบุคลากรในสถานศึกษา รวมไปถึงครอบครัวและบุคคลในชุมชน ได้มีส่วนร่วมและตัดสินใจ ในการดำเนินการที่เป็นภารกิจของโรงเรียน หลักการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพของโรงเรียน มีความชัดเจนเกี่ยวกับนโยบาย โครงการ กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในโรงเรียน และหลักการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมของโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ที่ส่งเสริมโอกาสที่หลากหลายแก่โรงเรียน ครอบครัว และชุมชนในการทำงานร่วมกัน

3) วัตถุประสงค์ของรูปแบบเพื่อให้มีรูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทการศึกษาไทย และเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายการจัดการศึกษาแบบหุ้นส่วนในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อพัฒนาผู้เรียน

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบการเป็นหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ประกอบด้วย การเลี้ยงดู การสื่อสาร จิตอาสา การเรียนรู้ การตัดสินใจ การร่วมมือ ซึ่งมีแนวทางการบริหารแบบหุ้นส่วนทั้งหมด 4 แนวทาง ตามขนาดโรงเรียน ดังนี้

แนวทางที่ 1 การบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน สำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก โรงเรียนจะต้องให้ความสำคัญในองค์ประกอบด้านการเลี้ยงดู ส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายระหว่างครอบครัวในระดับชั้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์ที่ดี ด้านการเรียนรู้ โรงเรียนจะต้องมีการให้ความเข้าใจต่อครอบครัวเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ในแต่ละรายวิชาของผู้เรียน ด้านการตัดสินใจ โรงเรียนจะต้องมีการส่งเสริมให้ครอบครัวเข้ามามีบทบาทร่วมกับโรงเรียนในการตัดสินใจเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ให้เหมาะสม

แนวทางที่ 2 การบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน สำหรับโรงเรียนขนาดกลาง โรงเรียนจะต้องให้ความสำคัญในองค์ประกอบด้านการร่วมมือ โดยโรงเรียนจะต้องมีการสร้างเครือข่าย

กับชุมชนในการสนับสนุนทรัพยากรทั้งด้านงบประมาณ และบุคลากร ด้านการเรียนรู้ ต้องมีการให้ความเข้าใจและให้แนวคิดแก่ครอบครัวเกี่ยวกับการดูแล ด้านจิตอาสาจะต้องมีการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นของครอบครัวและชุมชนเกี่ยวกับทักษะ ความรู้ ความสามารถ และความสนใจของครอบครัวที่มีความพร้อมในการสนับสนุนการจัดการศึกษาของโรงเรียน

แนวทางที่ 3 การบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน สำหรับโรงเรียนขนาดใหญ่โรงเรียนจะต้องให้ความสำคัญในองค์ประกอบด้านการตัดสินใจ โรงเรียนจะต้องเปิดโอกาสให้ครอบครัวและชุมชนได้ร่วมในการตัดสินใจในกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ด้านการสื่อสารจะต้องมีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนแก่ครอบครัวและชุมชน ผ่านช่องทางที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ด้านการเล็งดูมีการสร้างความเข้าใจกับผู้ปกครองเกี่ยวกับกิจกรรมและการเรียนการสอน ด้านการร่วมมือมีการระดมทรัพยากรจากชุมชนไม่ว่าจะเป็นบุคคลที่มีประสบการณ์ ทักษะและความสามารถต่าง ๆ

แนวทางที่ 4 การบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน สำหรับโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษ โรงเรียนจะต้องให้ความสำคัญในองค์ประกอบด้านการเล็งดู โรงเรียนจะต้องส่งเสริมสร้างความเข้าใจแก่ครอบครัวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ด้านการสื่อสารโรงเรียนจะต้องมีระบบที่ใช้

ในการติดต่อสื่อสารกับครอบครัวและชุมชนเพื่อรายงานสถานการณ์และข่าวสารที่รวดเร็ว ด้านการร่วมมือจะต้องมีการดำเนินการร่วมกันในการกำหนดแนวทางสำหรับส่งเสริมความรู้และประสบการณ์แก่ผู้เรียน

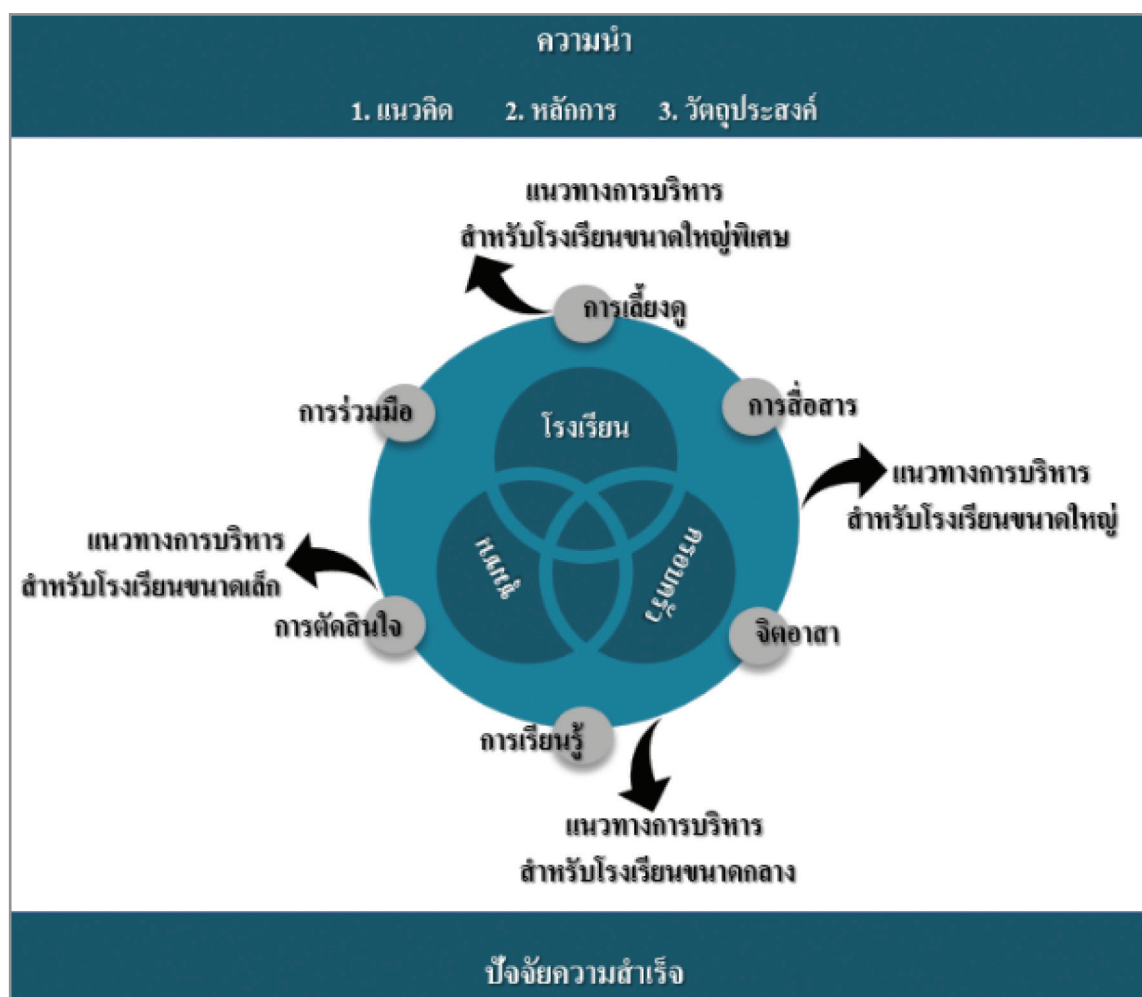
ส่วนที่ 3 ปัจจัยความสำเร็จ ในการนำรูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีแนวทางในการปฏิบัติที่ชัดเจนต่อทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้การขับเคลื่อนเกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ควรมีการมุ่งเน้น ดังนี้

1) ครอบครัวต้องเห็นถึงความสำคัญต่อการสร้างสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศที่เหมาะสม

2) โรงเรียนต้องมีแนวทางในการส่งเสริมให้ครอบครัวได้เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างทักษะเบื้องต้นเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้แก่ผู้เรียน สนับสนุนให้ครอบครัวมีการทำงานร่วมกันกับครูผู้สอน

3) ชุมชนต้องเสริมสร้างบรรยากาศของชุมชนให้สนับสนุนการเรียนรู้ มีการจัดตั้งจุดให้บริการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้ผู้เรียนและครอบครัวเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

จากผลการวิจัยโดยสรุปสามารถนำเสนอเป็นรูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ตามทฤษฎีขอบเขตทับซ้อนของอิทธิพลในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน



ภาพที่ 2 รูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชนตามทฤษฎีขอบเขตทับซ้อนของอิทธิพลในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

3. ผลการประเมินรูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน พบว่า โดยภาพรวมมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนที่ 1 แนวคิด หลักการ และวัตถุประสงค์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.78$) ส่วนที่ 2 องค์ประกอบของรูปแบบ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$) ส่วนที่ 3 ปัจจัยความสำเร็จอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.81$)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของการเป็นหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัวและชุมชนที่มีค่าดัชนีลำดับความต้องการ

จำเป็นสูงสุด 3 อันดับ คือ ด้านการร่วมมือ ด้านจิตอาสา และด้านการเรียนรู้ ที่แสดงให้เห็นว่าโรงเรียนควรสร้างความร่วมมือกับชุมชนในการสนับสนุนทรัพยากรด้านบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและแหล่งเรียนรู้ ควรเปิดโอกาสให้กับครอบครัวได้เข้ามามีบทบาทในการเสนอกิจกรรมและโครงการที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียน มีการจัดระบบของการจัดเก็บข้อมูลของผู้ที่ต้องการทำงานด้านจิตอาสาร่วมกับโรงเรียนเพื่อพัฒนาผู้เรียนอย่างเป็นระบบเพื่อนำข้อมูลต่าง ๆ มาบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพ รวมไปถึงการจัดทำโครงการสอนของครูผู้สอนให้แก่ครอบครัวได้รับทราบ และมีการให้ข้อมูลแก่ครอบครัวเกี่ยวกับการมอบหมายงานของครูผู้สอนกับผู้เรียน สอดคล้องกับ Mortimore และ

Sammons (1987) กล่าวว่า หากโรงเรียนมีนโยบายที่เป็นระบบเปิดแบบไม่เป็นทางการนั้นจะส่งผลมากกับครอบครัว เพราะนโยบายดังกล่าวจะลดช่องว่างทางการสื่อสารและเป็นการสร้างความเข้าใจระหว่างโรงเรียนและครอบครัวในการพูดคุยได้ตลอดเวลา และการอนุญาตให้ครอบครัวสามารถเข้าเยี่ยมชมห้องเรียนและสังเกตการณ์วิธีการสอนที่เกิดขึ้นกับบุตรหลานของตนได้ ทำให้ครอบครัวเข้าใจกระบวนการจัดการเรียนรู้ของโรงเรียน และมีแนวทางที่จะสามารถให้ความช่วยเหลือบุตรหลานให้สามารถเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

รูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ส่วนนำ ประกอบด้วย แนวคิด หลักการ และวัตถุประสงค์ ส่วนที่ 2 องค์ประกอบที่เป็นหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ประกอบด้วย การเลี้ยงดู การสื่อสาร จิตอาสา การเรียนรู้ การตัดสินใจ การร่วมมือ และแนวทางการบริหารแบบหุ้นส่วน 4 แนวทางสำหรับโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษ ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก และส่วนที่ 3 ปัจจัยความสำเร็จ ประกอบด้วย ครอบครัวต้องเห็นถึงความสำคัญต่อการสร้างสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับการเรียนรู้ โรงเรียนต้องส่งเสริมให้ครอบครัวเสริมสร้างเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่ผู้เรียน และชุมชนต้องให้การสนับสนุนบริการและแหล่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง อาจเป็นเพราะว่าในสภาพปัจจุบันของโรงเรียนที่มีความแตกต่างกันด้านบริบทของสถานศึกษา รวมไปถึงครอบครัวและชุมชนจึงควรมีการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและปัญหาของสถานศึกษาเพื่อนำมากำหนดเป็นแนวทางการบริหารแบบหุ้นส่วนให้มีความเหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษาในการนำรูปแบบไปประยุกต์โดยจะช่วยให้สามารถดึงศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อพัฒนาผู้เรียน สอดคล้องกับ Booth และ Dunn (2013) กล่าวว่า การที่ครอบครัวมีความหลากหลายและแตกต่างกันทางด้านเศรษฐกิจและการศึกษา ไม่ได้

แปลว่าครอบครัวไม่มีความสามารถ ในความเป็นจริงครอบครัวสามารถที่จะช่วยโรงเรียนได้ในการแสวงหาแหล่งสนับสนุนทางเลือกเพื่อช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถเกิดการเรียนรู้และประสบความสำเร็จได้ในโรงเรียน หรือแม้แต่จัดหาทรัพยากรหรือความช่วยเหลืออื่น ๆ สำหรับผู้เรียนที่จำเป็นต้องมีการจัดการศึกษาด้วยโปรแกรมพิเศษ ซึ่งครอบครัวสามารถช่วยในการจัดหาผู้ประกอบวิชาชีพที่ได้รับใบอนุญาต เช่น นักจิตวิทยา นักบำบัด นักภาษา และนักกิจกรรมบำบัดให้กับโรงเรียนได้เพื่อตอบสนองความต้องการที่จำเป็นของผู้เรียน

สรุปผล

1. สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ของการเป็นหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน และค่าดัชนีลำดับความต้องการจำเป็น ด้านการร่วมมือ มีสภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง สภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด และมีความต้องการจำเป็นเกี่ยวกับการสร้างความร่วมมือกับชุมชนเกี่ยวกับการสนับสนุนทรัพยากรด้านและให้ผู้ปกครองเป็นผู้นำเสนอกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ด้านการเรียนรู้ มีสภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง สภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมากที่สุด และมีความต้องการจำเป็นด้านการจัดทำโครงการสอนของครูผู้สอนให้ผู้ปกครองได้รับทราบด้านจิตอาสา มีสภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง สภาพที่พึงประสงค์ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความต้องการจำเป็นเกี่ยวกับระบบการจัดเก็บข้อมูลของบุคคลและองค์กรที่เป็นอาสาสมัครในด้านต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ (PNIModified = 0.38)

2. รูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ประกอบด้วยสามส่วน คือ ส่วนที่ 1 ส่วนนำ ได้แก่ แนวคิด หลักการ และวัตถุประสงค์ ส่วนที่ 2 องค์ประกอบที่เป็นหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน ประกอบด้วย การเลี้ยงดู การสื่อสาร จิตอาสา การเรียนรู้ การตัดสินใจ การร่วมมือ และแนวทางการบริหารแบบหุ้นส่วนสำหรับ

โรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษ ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก และส่วนที่ 3 ปัจจัยความสำเร็จ ครอบครัวต้องเห็นถึงความสำคัญต่อการสร้างสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับการเรียนรู้ โรงเรียนต้องส่งเสริมให้ครอบครัวเสริมสร้างเพื่อเตรียมความพร้อมให้แก่ผู้เรียน และชุมชนต้องให้การสนับสนุนบริการและแหล่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

3. ผลการประเมินรูปแบบการบริหารแบบหุ้นส่วนระหว่างโรงเรียน ครอบครัว และชุมชน พบว่าโดยภาพรวมมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านการร่วมมือ โรงเรียนควรมีการพัฒนาไปกับครอบครัวและชุมชน โดยการกำหนดให้เป็นส่วนหนึ่งของพันธกิจของสถานศึกษาเพื่อสร้างความร่วมมือกับองค์กร หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ในการให้การสนับสนุนทรัพยากร ด้านบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญและแหล่งเรียนรู้ภายนอก เพื่อเป็นตัวอย่างของการบริหารแบบหุ้นส่วนที่ประสบความสำเร็จสามารถนำไปขยายผล และเป็นต้นแบบให้แก่สถานศึกษาอื่น ๆ

1.2 ด้านจิตอาสา โรงเรียนมีการจัดเก็บข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นของครอบครัว และชุมชนอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับทักษะ ความรู้ ความสามารถ และแหล่งเรียนรู้ที่จำเป็นต่อการส่งเสริมทักษะของผู้เรียน

ช่วยให้โรงเรียนมีข้อมูลและทราบถึงความสนใจ ความพร้อมของครอบครัวและชุมชน ที่จะมีสามารถในการสนับสนุนการจัดการศึกษาของโรงเรียนได้ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีจิตอาสาในชุมชน หรือผู้มีความเชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ เข้ามาร่วมสนับสนุนการในการจัดกิจกรรมของโรงเรียนอย่างเปิดกว้าง เพื่อให้สามารถจัดการศึกษา และพัฒนาผู้เรียนร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 ด้านการเรียนรู้ โรงเรียนควรมีการจัดทำโครงการสอนให้ครอบครัวได้รับทราบ และมีการให้ข้อมูลแก่ครอบครัวเกี่ยวกับการมอบหมายงานในแต่ละรายวิชา รวมไปถึงการให้ความรู้แก่ผู้ปกครองในการสร้างสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมต่อการเรียนรู้ที่บ้าน และผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการกำหนดกิจกรรมและโครงการที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียน เพื่อให้การจัดการศึกษาสอดคล้องและตรงตามความต้องการของผู้เรียนและครอบครัว

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเป็นหุ้นส่วนด้านการร่วมมือในการจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21

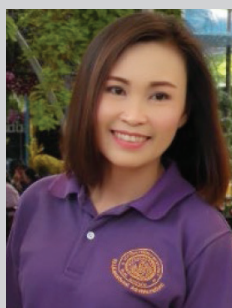
2.2 ภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อการบริหารแบบหุ้นส่วนที่มีประสิทธิภาพ

2.3 การรับรู้ของครอบครัวและชุมชนต่อการร่วมมือด้านจิตอาสาที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้

References

- Buason, R. (2009). *Research and development of educational innovation*. Kam Samai. [in Thai]
- De Boer, A., Pijl, S. J., & Minnaert, A. (2010). Attitudes of parents towards inclusive education: A review of the literature. *European Journal of Special Needs Education*, 25(2), 165-181.
- Booth, A., & Dunn, J. F. (Eds.). (2013). *Family-school links: How do they affect educational outcomes?* Routledge.
- Epstein, J. L. (2007). Improving family and community involvement in secondary schools. *Principal Leadership*, 8(2), 16-22.

- Epstein, J. L. (2010). School, family, community partnerships: Caring for the children we share. *Phi Delta Kappan*, 92(3), 81-96.
- Epstein, J. L. (2011). *School, family, and community partnerships: Preparing educators and improving schools*. Routledge.
- Griffiths, C. B., Norwich, B., & Burden, B. (2004). Parental agency, identity and knowledge: Mothers of children with Dyslexia. *Oxford Review of Education*, 30(3), 417-433.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Ministry of Education. (2002). *The National Education Act 2003 (No. 2)*. The Express Transportation Organization of Thailand. [in Thai]
- Mortimore, P., & Sammons, P. (1987). New evidence on effective elementary schools. *Educational Leadership*, 45(1), 4-8.
- Pang, I. W. (2004). School-family-community partnership in Hong Kong-perspectives and challenges. *Educational Research for Policy and Practice*, 3(2), 109-125.
- Qiguang, Y. A. N. G. (2006). The theory of overlapping spheres of influence: An explanatory framework of the partnership between schools and families in America. *Studies in Foreign Education*, 33(2), 76-80.
- Sirisunhirun, S. (2004). *A development of model for leadership traits development of the deans* [Doctoral dissertation]. Chulalongkorn University. [in Thai]
- Wongwanich, S. (2007). *Needs evaluation research necessary*. Chulalongkorn University Publisher. [in Thai]



Name and Surname: Daosawan Wongsena

Highest Education: Ed.D. (Educational Administration),
Kasetsart University

Affiliation: Kasetsart University

Field of Expertise: Educational Administration



Name and Surname: Wisut Wichitputchraporn

Highest Education: Ph.D. (Educational Administration),
Chulalongkorn University

Affiliation: Kasetsart University

Field of Expertise: Educational Administration



Name and Surname: Achara Niyamabha

Highest Education: Ph.D. (Educational Administration),
Chulalongkorn University

Affiliation: Kasetsart University

Field of Expertise: Educational Administration



Name and Surname: Sanan Prachongchit

Highest Education: Ph.D. (Educational Administration),
The University of Alberta

Affiliation: Kasetsart University

Field of Expertise: Educational Administration

ปัจจัยความสำเร็จและผลลัพธ์ในการพัฒนาวิชาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษา
แบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของครูสภา

THE SUCCESS FACTORS AND OUTCOMES OF THE PROFESSIONAL LEARNING
COMMUNITY TYPE OF PROFESSIONAL TEACHERS AND EDUCATIONAL
PERSONNEL DEVELOPMENT OF THE TEACHERS'
COUNCIL OF THAILAND

อังศุรา วงษ์รักษา¹ ปริญญามีสุข² และทิพย์วิมล วงแก้วทิพย์³

Angwara Wongrugsu¹, Parinya Meesuk², and Thipwimon Wangkaewhiran³

^{1,2}คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

³คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์

^{1,2}Faculty of Technical Education Rajamangala University of Technology Thunyaburi

³Faculty of Education Rajabhat Rajanagarindra University

Received: April 25, 2021 / Revised: August 14, 2021 / Accepted: August 19, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จ และผลลัพธ์ในการพัฒนาวิชาชีพครูแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของครูสภา โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย คณะกรรมการดำเนินงาน ผู้บริหารสถานศึกษา ครู และบุคลากรทางการศึกษาที่ได้รับการสนับสนุนในโครงการพัฒนาวิชาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษาแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ประจำปีการศึกษา 2559-2561 จำนวน 28 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จของโครงการ ได้แก่ 1) ด้านบริบท ครูและบุคลากรทางการศึกษาทุกระดับเห็นความสำคัญและความจำเป็นของการพัฒนาวิชาชีพครูด้วยกระบวนการ PLC 2) ด้านปัจจัยนำเข้างบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนและกิจกรรมมีความเหมาะสม 3) ด้านกระบวนการ รูปแบบการกำกับติดตามอย่างใกล้ชิด และ การช่วยเหลือประสานงานจากครูสภาเป็นอย่างดี ผลลัพธ์ของโครงการ ได้แก่ 1) ด้านผลกระทบ วัฒนธรรมองค์กรเปลี่ยนแปลงไปในเชิงบวกทั้งครู ผู้บริหาร ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และคุณลักษณะต่าง ๆ ที่ดีขึ้น 2) ด้านประสิทธิผล ครูมีความสุข สนุกในการทำงาน แก้ปัญหาในชั้นเรียนได้อย่างเป็นระบบ และจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) ด้านความยั่งยืน ครูสภามีแนวทางการจัดทำแผนระยะยาวที่ชัดเจนและดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง สร้างความเข้าใจกับผู้เชี่ยวชาญกลุ่มต่าง ๆ 4) ด้านการถ่ายทอดความสำเร็จ มีการจัดประชุมสัมมนาเพื่อเผยแพร่ตัวอย่างความสำเร็จในการดำเนินงาน

คำสำคัญ: การพัฒนาวิชาชีพครู ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ปัจจัยความสำเร็จ

Abstract

This research is aimed to study the success factors and outcomes of the professional learning community type of professional teachers and educational personnel development of the Teachers' Council of Thailand. This research is the study that collected qualitative data. The key research informants of the study were 28 persons who had received the supports in the Project for Professional Learning Community Type of Professional Teachers and Educational Personnel Development including the Operating Committee members, school administrators, teachers and educational personnel. The employed research instruments were the semi-structured interview forms.

The research results revealed that the success factors of the project were as follows: (1) in the context aspect, the teachers, and educational personnel at all levels realized the importance and necessity of professional development of teachers with the use of PLC process; (2) in the input aspect, the allocated budgets and activities were appropriate; (3) in the process aspect, the model of amicable monitoring, supervision and follow-up as well as the good assistance and coordination from the Teachers' Council of Thailand; and (4) in the output aspect of the project, the output comprised the following: (4.1) the impacts of the project were that the organizational culture had positively changed for both the administrators, teachers, and students resulting in the students having higher academic achievement and attributes; (4.2) the effectiveness of the project was that the teachers were happy, enjoyed working, solved problems in the classroom systematically, and managed the classroom instruction efficiently; (4.3) the sustainability aspect of the project was that the Teachers' Council of Thailand had a clear long-term plan and continuous operation that created understanding of the experts from different groups; and (4.4) the imparting of success aspect of the project was that the seminars and symposiums were held to disseminate examples of operational success.

Keywords: Professional Development of Teachers and Education Personnel, Professional Learning Community, Success Factors

บทนำ

สำนักงานเลขาธิการคุรุสภาได้ดำเนินงานเครือข่ายพัฒนาวิชาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษารวมตัวกันเป็นเครือข่ายที่มีการพัฒนาวิชาชีพแบบ “ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional Learning Community: PLC)” ที่สอดคล้องกับบริบทและความต้องการอย่างแท้จริงภายใต้รูปแบบและกิจกรรมพัฒนาวิชาชีพที่เหมาะสมและหลากหลาย เพื่อยกระดับทักษะและพัฒนาความรู้ของผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษาผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันทางวิชาชีพแบบมืออาชีพที่สามารถพัฒนาตนเอง พัฒนางานที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพของผู้เรียนที่เป็นเป้าหมายสำคัญได้ และเพื่อส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดความร่วมมือและการเป็นหุ้นส่วนทางวิชาการและวิชาชีพ ระหว่างสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่ หน่วยงานทางการศึกษา กับสำนักงานเลขาธิการคุรุสภาในการพัฒนาและยกระดับวิชาชีพด้วยรูปแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้อย่างเป็นระบบและทั่วถึง

แนวคิดสำคัญในการพัฒนาวิชาชีพครูด้วยรูปแบบของชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional Learning Community: PLC) เป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้ครูและบุคลากรทางการศึกษามีการร่วมมือรวมพลังกันพัฒนาวิชาการและวิชาชีพที่อิงพื้นที่เป็นฐาน (Area-based) โดยรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายวิชาชีพที่ครอบคลุมเครือข่าย 3 ระดับ คือ ระดับผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษา ระดับหน่วยงานทางการศึกษา และระดับกลุ่มสมาชิกวิชาชีพครู โดยใช้กระบวนการดำเนินงานแบบ PLC ตามที่คุรุสภา กำหนด ประกอบด้วย 1) การสร้างบรรทัดฐานและค่านิยมร่วมกัน (Shared Values and Norms) 2) การปฏิบัติที่มีเป้าหมายร่วมกัน คือ การเรียนรู้ของผู้เรียน (Collective Focus on Student Learning) 3) การร่วมมือรวมพลังของสมาชิกชุมชนวิชาชีพ (Collaboration) 4) การเปิดรับการชี้แนะและ

การปฏิบัติงาน (Expert Advice and Study Visit) 5) การสนทนาที่มุ่งสะท้อนผลการปฏิบัติงาน (Reflective Dialogue)

สำนักงานเลขาธิการคุรุสภาได้สนับสนุนเงินอุดหนุนการจัดกิจกรรมพัฒนาวิชาชีพแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 จนถึงปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ให้แก่เครือข่ายฯ ทั้ง 3 ระดับ โดยมีเครือข่ายที่ให้ความสนใจเข้าร่วมโครงการจำนวนทั้งสิ้น 856 เครือข่ายและมีเครือข่ายที่ได้รับการพิจารณาให้ดำเนินการรวมทั้งสิ้น 142 เครือข่ายจากการดำเนินงานดังกล่าว ทำให้มีผู้ได้รับการพัฒนาที่ผ่านมาทั้งหมดเป็นจำนวนทั้งสิ้น 6,534 คน

จากการประเมินผลการดำเนินการพัฒนาวิชาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษาแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559-2561 โดยการประยุกต์ใช้แนวคิดการประเมินรูปแบบ CIPIEST (Stufflebeam, 2015) ในการออกแบบการประเมิน ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูล 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านบริบท (Context Evaluation) 2) ด้านปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation) 3) ด้านกระบวนการ (Process Evaluation) 4) ด้านผลกระทบ (Impact Evaluation) 5) ด้านประสิทธิผล (Effectiveness Evaluation) 6) ด้านความยั่งยืน (Sustainability Evaluation) และ 7) ด้านการถ่ายทอดความสำเร็จ (Transportability Evaluation) ทำให้ได้ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ที่สะท้อนการดำเนินงานของผู้เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษาหน่วยงานทางการศึกษา กลุ่มวิชาชีพครู และกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการพัฒนา เพื่อประกอบการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาโครงการ เน้นการปรับปรุงและต่อยอดโครงการอย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ

ดังนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการดำเนินการพัฒนาวิชาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษาในปีต่อ ๆ ไป จึงจำเป็นที่ผู้เกี่ยวข้องจะได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จต่าง ๆ ปัญหาอุปสรรค และผลสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาวิชาชีพครูและบุคลากร

ทางการศึกษาแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของครูสภาเพื่อเป็นแนวทางการวางแผนการดำเนินงานของโครงการครูสภา และสถานศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรค และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในการพัฒนาวิชาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษาแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของครูสภา

ทบทวนวรรณกรรม

1. ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional Learning Community: PLC)

Senge (1990) ได้กล่าวถึงความหมายของ PLC ว่าเป็นการแสดงการเห็นคุณค่าและมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกันและนำสิ่งที่เรียนรู้ไปประยุกต์ใช้อย่างสร้างสรรค์ร่วมกันซึ่ง Panich (2012) ได้สรุปเพิ่มเติมแนวคิดของ Senge ว่าเป็นเหมือนแรงผลักดันที่อาศัยความต้องการและความสนใจของสมาชิกใน PLC ที่มีเป้าหมายเพื่อการเรียนรู้และพัฒนาวิชาชีพสู่มาตรฐานการเรียนรู้ของนักเรียนเป็นหลัก จึงเป็นการพัฒนาวิชาชีพให้เป็น “ครูเพื่อศิษย์” โดยมองว่าเป็น “ศิษย์ของเรา” มากกว่ามองว่า “ศิษย์ของฉัน” และการเปลี่ยนแปลงคุณภาพการจัดการเรียนรู้ที่เริ่มจาก “การเรียนรู้ของครู” เป็นตัวตั้งต้นสอดคล้องกับ Yamkasikorn (2016) ที่กล่าวว่า หัวใจสำคัญของชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ คือ การเรียนรู้ร่วมกันภายใต้บริบทของชุมชนองค์ประกอบของชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพในบริบทของสถานศึกษา ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่

1. วิสัยทัศน์ร่วม (Shared Vision) การเห็นภาพและทิศทางร่วม (Shared Vision) เป้าหมายร่วม (Shared Goals) คุณค่าร่วม (Shared Values) และภารกิจร่วม (Shared Mission)

2. ทีมร่วมแรงร่วมใจ (Collaborative Teamwork) การพัฒนาจากกลุ่มที่ทำงานร่วมกันอย่าง

สร้างสรรค์เพื่อให้บรรลุผลที่การเรียนรู้ของผู้เรียน

3. ภาวะผู้นำร่วม (Shared Leadership) มีนัยสำคัญ 2 ลักษณะ คือ ภาวะผู้นำผู้สร้างให้เกิดการนำร่วม และภาวะผู้นำร่วมกันให้เป็น PLC ที่ขับเคลื่อนร่วมกัน

4. การเรียนรู้และการพัฒนาวิชาชีพ (Professional Learning and Development) มีจุดเน้นสำคัญ 2 ด้าน คือ การเรียนรู้เพื่อพัฒนาวิชาชีพและการเรียนรู้เพื่อจิตวิญญาณความเป็นครู

5. ชุมชนกัลยาณมิตร (Caring Community) กลุ่มคนที่อยู่ร่วมกันโดยมีวิถี และวัฒนธรรมที่มีคุณลักษณะคือ มุ่งเน้นความเป็นชุมชนแห่งความสุข ทั้งการทำงานและการอยู่ร่วมกันที่มีลักษณะวัฒนธรรมแบบ “วัฒนธรรมแบบเปิดเผย” ที่ทุกคน มีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของตนเป็นวิถีแห่งอิสรภาพ และเป็นพื้นที่ให้ความรู้สึกปลอดภัยใช้อำนาจกดดันบนพื้นฐานความไว้วางใจ เคารพซึ่งกันและกัน มีจริยธรรมแห่งความเอื้ออาทร โดยมีเจตคติเชิงบวกต่อการศึกษาและนักเรียน

6. โครงสร้างสนับสนุนชุมชน (Supportive Structure) โครงสร้างการบริหารองค์กรเน้นรูปแบบทีมงานเป็นหลัก จัดสรรปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อการดำเนินการ

2. รูปแบบการประเมิน CIPIEST

รูปแบบการประเมิน CIPIEST เป็นการบรรยายการประเมินผลผลิต (Product Evaluation) จากโมเดลการประเมิน CIPP โดยมีรายละเอียดที่เพิ่มเติมดังนี้ (Stufflebeam, 2015; Kanjanawasi, 2015; Buosont, 2012)

การประเมินผลกระทบ (Impact Evaluation) เป็นการประเมินที่ให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายหลักและสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องตามความมุ่งหวังของโครงการ เพื่อให้มั่นใจว่าโครงการนั้นเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งใจ

การประเมินประสิทธิผล (Effectiveness Evaluation) เป็นการประเมินผลลัพธ์สำคัญของโครงการ

ที่เกิดขึ้นทั้งเชิงบวกและเชิงลบ รวมทั้งความคุ้มค่าของโครงการ

การประเมินความยั่งยืน (Sustainability Evaluation) เป็นการประเมินการคงอยู่หรือความต่อเนื่องของความสำเร็จหรือผลลัพธ์ของโครงการในระยะยาว ความเป็นไปได้ของโครงการที่จะทำให้ยั่งยืน รวมถึงวิธีการในการรักษาไว้ซึ่งความสำเร็จของโครงการดังกล่าว โดยเป็นการประเมินเพื่อช่วยในการพิจารณาว่าโครงการควรจะดำเนินการต่อหรือไม่ และวางแผน ดำเนินงานตามขั้นตอนที่เหมาะสมให้โครงการประสบความสำเร็จในระยะยาว

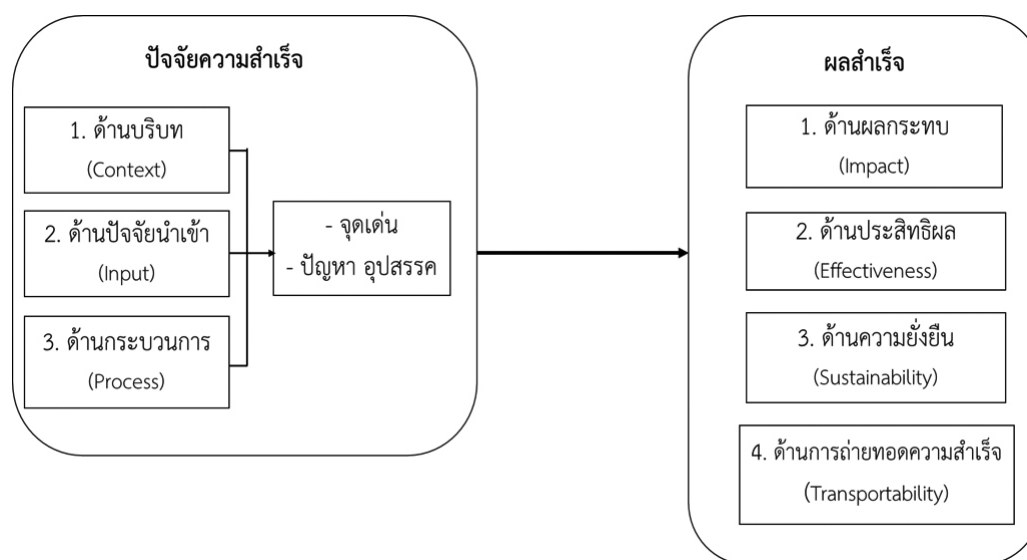
การถ่ายทอดความสำเร็จ (Transportability Evaluation) เป็นการประเมินส่วนประกอบต่าง ๆ ของโครงการที่สามารถนำไปถ่ายทอด หรือปรับเปลี่ยน และนำไปใช้ในโครงการอื่นอย่างมีประสิทธิภาพ

การประยุกต์ใช้รูปแบบการประเมิน CIPIEST พบว่า นักประเมินมีแนวทางการประยุกต์ใช้ในบทบาทแตกต่างกัน ส่วนมากเป็นการประเมิน สรุปรวม (Summative Evaluation) หลังเสร็จสิ้นโครงการแผนงาน

หรือหลักสูตร บางส่วนประยุกต์ใช้ทั้งในบทบาทของการประเมินระหว่างกาล (Formative Evaluation) และการประเมินสรุป (Summative Evaluation)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประยุกต์ใช้รูปแบบการประเมิน CIPIEST (Stufflebeam, 2015) ประกอบด้วย องค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จ แบ่งเป็น 3 ด้าน โดยในแต่ละด้านสะท้อนถึงจุดเด่นและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน ได้แก่ 1) ด้านบริบท (Context Evaluation) 2) ด้านปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation) 3) ด้านกระบวนการ (Process Evaluation) และ องค์ประกอบผลสำเร็จ แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลกระทบ (Impact Evaluation) 2) ด้านประสิทธิผล (Effectiveness Evaluation) 3) ด้านความยั่งยืน (Sustainability Evaluation) และ 4) ด้านการถ่ายทอดความสำเร็จ (Transportability Evaluation) รายละเอียดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง จำนวนทั้งสิ้น 28 คน ประกอบด้วย

1. ระดับนโยบาย ประกอบด้วย ผู้อำนวยการกลุ่มงานที่เกี่ยวข้องของครุสภา เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาวิชาชีพครูฯ จำนวน 3 คน

2. ระดับสนับสนุน ประกอบด้วย คณะกรรมการและคณะทำงานฯ ในการดำเนินงานพัฒนาวิชาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษาแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional Learning Community: PLC) ประจำปี พ.ศ. 2559-2561 รวมทั้งสิ้น 10 คน

3. ระดับปฏิบัติ ประกอบด้วย ผู้แทนสมาชิกเครือข่ายฯ ที่ได้รับเงินอุดหนุนฯ จากสำนักงานเลขาธิการครุสภา ประจำปี พ.ศ. 2559-2561 ทั้ง 3 ระดับ ได้แก่ ระดับผู้ประกอบการวิชาชีพ ระดับหน่วยงาน ระดับกลุ่มสมาชิกวิชาชีพ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรม ได้แก่ ผู้บริหาร/ครู จำนวน 2 คน อาจารย์มหาวิทยาลัย จำนวน 1 คน รวม 3 คน เก็บข้อมูล 5 พื้นที่รวมทั้งสิ้น 15 คน

ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลในข้อ 2 และ 3 ได้มาจากการสุ่มเครือข่ายทางการศึกษาในแต่ละระดับและแต่ละภูมิภาค เพื่อเป็นตัวแทนในแต่ละภาค ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภาคกลางและภาคตะวันออก ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ พื้นที่ละอย่างน้อย 2 เครือข่าย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ 2 ชุด ประกอบด้วย

1. ผู้บริหารระดับนโยบาย และระดับคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับความจำเป็นในการดำเนินโครงการ การสนับสนุน กระบวนการดำเนินงานของครุสภา ปัจจัยความสำเร็จ และปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาวิชาชีพครูฯ

2. เครือข่ายประกอบด้วย ผู้แทนสมาชิกเครือข่ายฯ ที่ได้รับเงินอุดหนุนฯ จากสำนักงานเลขาธิการครุสภา ประจำปี พ.ศ. 2559-2561 และผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรม ความจำเป็นในการดำเนินโครงการ การสนับสนุนจากครุสภา กระบวนการดำเนินงานของเครือข่าย ผลกระทบ ประสิทธิภาพที่เกิดจากการดำเนินงาน ปัจจัยความสำเร็จ และปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาวิชาชีพครูฯ ของเครือข่าย

ทั้งนี้แบบสัมภาษณ์ได้รับการตรวจสอบความตรงของเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.6-1.0 โดยมีข้อปรับปรุงแก้ไขในส่วนของภาษาที่ใช้ และลดจำนวนข้อคำถามลง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้านี้ใช้การรวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่ภาคสนามใน 5 พื้นที่ ด้วยการสังเกตร่องรอยหลักฐานการดำเนินงานและการสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลเครือข่ายทั้ง 3 ระดับที่ได้รับเงินอุดหนุนฯ จากสำนักงานเลขาธิการครุสภา ประจำปี พ.ศ. 2559-2561 จากตัวอย่างผู้บริหารสถานศึกษา ครู ผู้แทนสถาบันอุดมศึกษา และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา การพิจารณาความสอดคล้องของข้อมูล และการสร้างข้อสรุป

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาวิชาชีพครูแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) ของครุสภา ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาวิชาชีพครูแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) ของครุสภา ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านบริบท (Context) 2) ด้านปัจจัยนำเข้า (Input) และ 3) ด้านกระบวนการ (Process) ซึ่งในแต่ละด้าน ประกอบด้วย จุดเด่น และปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน รายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยความสำเร็จ จุดเด่นและปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาวิชาชีพครูแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) ของครูสภา

ปัจจัยความสำเร็จ	จุดเด่น	ปัญหา อุปสรรคการดำเนินงาน
1. ด้านบริบท	ครูและบุคลากรทางการศึกษาทุกระดับเห็นความสำคัญและความจำเป็นของการพัฒนาวิชาชีพครูด้วยกระบวนการ PLC เนื่องจากเป็นกระบวนการที่สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาคุณภาพการศึกษา วิธีชีวิตการทำงานของครู และสามารถแก้ปัญหาในห้องเรียนได้อย่างแท้จริง และเกิดการทำงานเป็นทีม	การเปลี่ยนแปลงของนโยบายนั้น อาจทำให้การดำเนินงานตามกระบวนการ PLC ผิดเพี้ยนไปจากขั้นตอนที่ถูกต้อง เพียงเพื่อให้มีเอกสารหลักฐานตามข้อกำหนดเท่านั้น
2. ด้านปัจจัยนำเข้า		
2.1 งบประมาณ	งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนเพียงพอต่อการดำเนินงาน	กรณีเครือข่ายกลุ่มสมาชิกวิชาชีพ ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มสถานศึกษาขนาดเล็ก 6-7 แห่ง ทำให้งบประมาณยังไม่เพียงพอในการบริหารจัดการ
2.2 กลุ่มเป้าหมาย		1. การกำหนดจำนวนคนในการขอรับทุนเป็นปัญหาสำหรับสถานศึกษาขนาดเล็ก 2. ควรเพิ่มคุณสมบัติของผู้เข้าร่วมโครงการในลักษณะอื่น ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างทั่วถึง เช่น ครูอัตราจ้าง/ครูพิเศษ สอนที่มีใบประกอบวิชาชีพในสถานศึกษา
2.3 กิจกรรมการพัฒนาวิชาชีพ	มีความเหมาะสม ทุกฝ่ายสามารถดำเนินการได้ครบตามขั้นตอนที่กำหนด	
2.4 ระยะเวลาการดำเนินงาน		การเริ่มต้นทำสัญญา การเบิกจ่ายค่อนข้างช้า ทำให้เหลือเวลาการดำเนินงานค่อนข้างสั้น เนื่องจากการดำเนินการให้เห็นผลการเปลี่ยนแปลงควรให้มีกิจกรรมที่ต่อเนื่องอย่างน้อย 6 เดือน
3. ด้านกระบวนการ		
3.1 การกำกับติดตามสถานศึกษาการดำเนินงาน โดยบุคลากรจากสถาบันอุดมศึกษาที่ได้รับมอบหมายพบว่า มีรูปแบบการกำกับติดตาม 2 รูปแบบ	1. รูปแบบที่ 1 บุคลากรจากสถาบันอุดมศึกษาร่วมรับทราบการดำเนินงาน ปัญหาที่เกิดขึ้น และแลกเปลี่ยนให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ที่สามารถนำมาปรับใช้ได้ 2. บุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาที่เข้ามากำกับติดตามส่วนหนึ่งทำให้ครูเกิดความมั่นใจในการดำเนินงาน PLC และการจัดการเรียนการสอนมากขึ้น 3. การให้ความสำคัญกับการกำกับติดตามการดำเนินงานเป็นระยะ	1. รูปแบบที่ 2 บุคลากรจากสถาบันอุดมศึกษาร่วมรับทราบการดำเนินงาน และปัญหาที่เกิดขึ้นเท่านั้น 2. บุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาที่เข้ามากำกับติดตามบางส่วนทำให้ครูเกิดความสับสนในการดำเนินงาน

ตารางที่ 1 ปัจจัยความสำเร็จ จุดเด่นและปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาวิชาชีพครูแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) ของครูสภา (ต่อ)

ปัจจัยความสำเร็จ	จุดเด่น	ปัญหา อุปสรรคการดำเนินงาน
3.2 การให้ความช่วยเหลือของครูสภา	คณะกรรมการ/เจ้าหน้าที่สามารถให้ความช่วยเหลือ ตอบข้อซักถามได้รวดเร็ว ด้วยการสื่อสารทางไลน์เป็นหลัก	
3.3 การดำเนินงานอื่น ๆ	1. การเปิดชั้นเรียนอย่างจริงจัง 2. ผู้ประกอบวิชาชีพ โรงเรียน ชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน 3. กิจกรรมการถอดบทเรียน ถือเป็นกระบวนการเด่นของโครงการที่ทำให้เห็นภาพสะท้อนการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี	1. กระบวนการรายงานในระบบ Google Classroom มีความซับซ้อน 2. การจัดการแผนระยะยาวของโครงการ ยังขาดความชัดเจน 3. รายงานการกำกับติดตามของสถาบันอุดมศึกษาต่อครูสภามีรายละเอียดไม่ครบถ้วน

2. ผลสำเร็จในการพัฒนาวิชาชีพครูแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) ของครูสภา ผลสำเร็จในการพัฒนาวิชาชีพครูแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) ของครูสภา ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลกระทบ (Impact) 2) ด้านประสิทธิผล (Effectiveness) 3) ด้านความยั่งยืน (Sustainability) และ 4) ด้านการถ่ายทอดความสำเร็จ (Transportability) รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลสำเร็จในการพัฒนาวิชาชีพครูแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) ของครูสภา

ผลสำเร็จ	รายการ
1. ด้านผลกระทบ	
1.1 ครู	1) วัฒนธรรมการทำงานของครูเปลี่ยนแปลงไป สามัคคี มีน้ำใจ เชื่อใจกัน มีการสื่อสารเปิดใจยอมรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน ร่วมกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน 2) พัฒนา ปรับเปลี่ยนการจัดการเรียนรู้ แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้เรียนได้ดีขึ้น
1.2 ผู้บริหาร	สามารถแบ่งเบาภาระงานของผู้บริหารได้เป็นอย่างดี เช่น นิเทศการสอนกันเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากครูเกิดการพัฒนา ร่วมมือกันทำงาน รับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน
1.3 ผู้เรียน	1) ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ด้านคุณลักษณะของผู้เรียนมีพัฒนาการที่ดีขึ้น 2) ผู้เรียนมีกระบวนการคิดเชิงเหตุผลมากขึ้น กล้าคิด กล้าแสดงออก ซึ่งต่างจากเดิมอย่างชัดเจนจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมมือกันของครูในการพัฒนาผู้เรียน ด้วยกระบวนการ PLC
1.4 สถานศึกษา	1) มีความรัก ผูกพันในองค์กรมากขึ้น รวมทั้งความสัมพันธ์ของครูกับนักเรียน ครูกับผู้บริหาร กล้าพูดคุยกันมากขึ้น 2) ผู้ปกครองมีความเชื่อมั่นในการจัดการศึกษาของโรงเรียน/สถานศึกษา สังเกตได้จากจำนวนนักเรียนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งต่างจากโรงเรียนอื่น ๆ
2. ด้านประสิทธิผล	
2.1 ครู	1) มีความสุขในการทำงาน และสนุกในการพัฒนาตนเอง 2) แก้ปัญหาในชั้นเรียนได้อย่างเป็นระบบ รวดเร็ว ทำให้จัดการเรียนรู้ได้มีประสิทธิภาพ
2.2 อื่น ๆ	เกิดบทบาทที่เหมาะสมระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและโรงเรียน

ตารางที่ 2 ผลสำเร็จในการพัฒนาวิชาชีพครูแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) ของครูสภา (ต่อ)

ผลสำเร็จ	รายการ
3. ด้านความยั่งยืน แนวทางการพัฒนา ปรับปรุงโครงการ ให้มีความยั่งยืน	1) สร้างความเข้าใจกับผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ การดำเนินงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน 2) สร้าง platform ที่เป็นช่องทางในการสื่อสาร เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และถ่ายทอดองค์ความรู้ให้ครูทุกคนในประเทศได้รับการพัฒนา 3) จัดทำแผนระยะยาว เพื่อให้รู้ทิศทางในการดำเนินการที่ชัดเจน 4) ดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนกระบวนการคิด และมีคู่มือการดำเนินงานของบุคคลแต่ละฝ่ายที่เข้าร่วมในกระบวนการ PLC ที่ชัดเจน 5) ต้องมีกระบวนการแสดงผลลัพธ์ ผลกระทบของกระบวนการ PLC ให้เห็นเป็นเชิงประจักษ์ได้มากที่สุด 6) จัดให้มีข้อเสนอเชิงนโยบาย เพื่อสื่อสารให้ผู้บริหารระดับนโยบายในส่วนงานที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจ
4. ด้านการถ่ายทอดความสำเร็จ	1) รวบรวมหลักฐานการดำเนินงาน ชี้ให้เห็นความสำเร็จทั้งผลลัพธ์และผลกระทบเชิงประจักษ์ที่เกิดขึ้น 2) มีการจัดประชุมสัมมนา (symposium) เพื่อเผยแพร่ตัวอย่างความสำเร็จในการดำเนินงานระหว่างโรงเรียน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยอภิปรายในประเด็นข้อค้นพบที่น่าสนใจ 4 ประเด็นดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลทุกระดับมีความคิดเห็นตรงกันว่า การพัฒนาวิชาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษาแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลที่เน้นการพัฒนาวิชาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษาแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพที่มีการนำไปใช้อย่างแพร่หลาย ผูกโยงกับการเลื่อนขั้นและการได้รับวิทยฐานะ ทำให้การพัฒนาวิชาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษาแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพได้รับการยอมรับว่าเป็นบทบาทที่ครูและบุคลากรทางการศึกษาต้องปฏิบัติ ประกอบการดำเนินโครงการที่มีความต่อเนื่อง ทำให้เห็นผลการพัฒนาได้อย่างชัดเจนทั้งที่เกิดกับครูผู้สอนและเกิดกับผู้เรียน

2. แนวทางการดำเนินงานของการพัฒนาวิชาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษาแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพที่มีกระบวนการขั้นตอนที่หนึ่ง

คือ การแบ่งปันวิสัยทัศน์และค่านิยม สอดคล้องกับการศึกษาของ Yamkasikorn (2016) ได้สรุปลักษณะสำคัญของชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพที่ประกอบด้วย

1) การแบ่งปันวิสัยทัศน์และค่านิยม (Share Values and Vision) การทำงานร่วมกันของครูและบุคลากรทางการศึกษาที่จะมาเป็นทีมเดียวกันได้นั้น ทุกคนต้องมีเป้าหมาย มุมมองที่คล้ายคลึงกันว่าการพัฒนาวิชาชีพ การยกระดับคุณภาพการจัดการเรียนการสอนเป็นประเด็นสำคัญที่สุด มีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะพัฒนาตนเองร่วมกันภายใต้ความร่วมมือระหว่างเพื่อน ๆ
 2) การแบ่งปันความรับผิดชอบ (Collective Responsibility) การดำเนินงานลักษณะที่เป็นชุมชน ทุกคนจะต้องร่วมกันรับผิดชอบตามภารกิจที่มอบหมาย
 3) การสืบเสาะสะท้อนความคิดอย่างมืออาชีพ (Reflective Professional Inquiry) การสนทนาร่วมกันภายในกลุ่มด้วยการสะท้อนความคิดต่อปัญหาอย่างสร้างสรรค์ เป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้ได้มุมมองการเรียนรู้ใหม่ ๆ ร่วมกัน
 4) ความร่วมมือ (Collaboration) เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ชุมชนการเรียนรู้เกิดขึ้นได้

อย่างเข้มแข็ง และเข้มข้นเพียงใด การร่วมมือภายในกลุ่มจะเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จประการหนึ่ง 5) กลุ่ม (Group) การมีครูที่เป็นสมาชิกอยู่ประมาณ 4-8 คน ในการเป็นกลุ่มการเรียนรู้ร่วมกัน 6) การยอมรับซึ่งกันและกัน (Mutual Trust) การให้การยอมรับความเห็นซึ่งกันและกันแบบถ้อยทีถ้อยอาศัยจะช่วยทำชุมชนเดินทางได้อย่างมีความสุข 7) การยอมรับนับถือและการสนับสนุนซึ่งกันและกัน (Respect and Support among Staff Members) การทำงานร่วมกันย่อมต้องให้เกียรติ ยอมรับนับถือ และสนับสนุนซึ่งกันและกันในเชิงสร้างสรรค์ และ 8) ความเป็นสมาชิกแบบทั้งตัวและหัวใจ (Inclusive Membership) ชุมชนแห่งการเรียนรู้วิชาชีพจะสำเร็จมากน้อยเพียงใด อยู่ที่สมาชิกจะร่วมมือ หุ่เม สนับสนุน แสดงภาวะผู้นำทางวิชาการร่วมกัน ในการทำงานเพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกศิษย์ ด้วยเหตุผลทั้ง 8 ประการของการนำ PLC มาใช้ ในวงการการศึกษาของไทย มีลักษณะของการทำงานร่วมกันของครูและบุคลากรทางการศึกษาที่อยู่ในทีมเดียวกัน มีการแบ่งปันวิสัยทัศน์ ความร่วมมือ มีความรับผิดชอบ การยอมรับซึ่งกันและกัน มีความศรัทธาในการทำงาน และเป็นชุมชนที่เอื้ออาทรต่อกัน แสดงภาวะผู้นำทางวิชาการร่วมกันในการทำงานเพื่อประโยชน์สูงสุดของลูกศิษย์จึงทำให้ครูเห็นถึงประโยชน์ที่เกิดขึ้นจริงจากการดำเนินงาน และยอมรับการพัฒนาวิชาชีพครูแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพเป็นอย่างดีและมุ่งมั่นจะปฏิบัติต่อไปแม้ไม่ได้รับการสนับสนุนจากครุสภา

3. การพัฒนาวิชาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษาแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นทั้งกับตัวครูและนักเรียนได้อย่างประจักษ์ ครูมีการเปลี่ยนแปลงการจัดการเรียนการสอนจากการสอนคนเดียวไปสู่การทำงานเป็นทีม เกิดความรักใคร่สามัคคีกันในโรงเรียน เห็นได้จากการศึกษาของ Phuangsomjit (2017) Chookhampang (2017) และ Chookemnerd และ Sungtong (2014) ศึกษาการดำเนินการ PLC ในหลายโรงเรียนของประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่า

เกิดผลดีทั้งต่อวิชาชีพครู และผู้เรียนโดยมุ่งเน้นพัฒนาการของผู้เรียนเป็นสำคัญและพบว่า PLC เป็นประโยชน์ต่อครูผู้สอน การดำเนินงาน PLC ช่วยลดความโดดเดี่ยวให้กับงานครู จากเดิมที่ครูแต่ละคนต่างคิดต่างทำ ต่างแก้ปัญหา ขาดการปรึกษาหารือกัน เปลี่ยนมาเป็นเพื่อนและเครือข่ายในการทำงานร่วมกัน โดยมีเป้าหมายเดียวกันคือ การพัฒนาคุณภาพของผู้เรียน การดำเนินงาน PLC ช่วยเพิ่มความรู้สึกร่วมกันต่อพันธกิจและเป้าหมายของสถานศึกษา อันเนื่องมาจากการมีเพื่อน มีเครือข่าย และการทำงานร่วมกันก่อให้เกิดความผูกพันต่อกัน การดำเนินงาน PLC เพิ่มความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานให้บรรลุภารกิจ เนื่องจากกระบวนการของ PLC เริ่มจากการสร้างวิสัยทัศน์ร่วม ค่านิยมร่วม และเป้าหมายร่วม ส่งผลให้ครูเข้าใจเป้าหมายชัดเจนและยอมรับในเป้าหมายดังกล่าว การเรียนการสอนในชั้นเรียนได้ผลดียิ่งขึ้น ทั้งนี้เพราะครูมีการเรียนรู้มากขึ้น ได้เห็นตัวอย่างที่ดีในการจัดการเรียนการสอนของเพื่อนครู ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ในชั้นเรียนของตนเองทำให้การเรียนการสอนได้ผลดียิ่งขึ้น ส่งเสริมให้เกิดการรับทราบข้อมูลสารสนเทศที่จำเป็นต่อวิชาชีพได้กว้างขวาง รวดเร็วขึ้น เนื่องจาก PLC ช่วยให้เกิดเครือข่ายและการสื่อสารที่กว้างขวางทั่วถึงยิ่งขึ้น การดำเนินงาน PLC ก่อให้เกิดแรงบันดาลใจที่จะพัฒนาและอุทิศตนเพื่อศิษย์ ซึ่งเป็นผลจากการมีค่านิยมร่วม วิสัยทัศน์ร่วม และการเห็นตัวอย่างที่ดีของเพื่อนครู ช่วยให้อัตราการลาหยุดงานน้อยลงเมื่อเทียบกับสถานศึกษาที่ไม่มี PLC ทั้งนี้เพราะโรงเรียนที่ใช้ PLC ช่วยให้ครูมีความเป็นกัลยาณมิตร เอื้ออาทร และช่วยเหลือเกื้อกูลต่อกัน และครูมีการปรับเปลี่ยนวิธีการจัดการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับผู้เรียนได้ดีกว่าสถานศึกษาที่ไม่มี PLC ซึ่งเป็นผลจากสภาพแวดล้อมบรรยากาศและการเรียนรู้จากเพื่อนครูด้วยกัน

4. PLC ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อนักเรียน ทำให้นักเรียนมีความสุขในการเรียน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีขึ้น กล้าคิด กล้าแสดงออก สะท้อนจากผลรางวัลต่าง ๆ ที่สถานศึกษาได้รับ ซึ่งผลที่เกิดขึ้นกับผู้เรียนข้างต้น

เป็นผลจากการที่ครูได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิธีการจัดการเรียนการสอนที่ดี และกระบวนการจัด PLC ในโรงเรียนมักเริ่มต้นจากการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมที่ทำให้ครูได้เสนอปัญหา ความต้องการ และแนวทางในการพัฒนาคุณภาพผู้เรียนร่วมกัน ส่งผลให้ครูมีเป้าหมายเดียวกันในการพัฒนา ซึ่งย่อมส่งผลสะท้อนไปสู่บรรยากาศที่ดีในการจัดการเรียนรู้และการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดียิ่งขึ้น

สรุปผล

ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาวิชาชีพครูแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของครูสภาประกอบด้วย จุดเด่นและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

จุดเด่นในการดำเนินงาน ได้แก่

1. ด้านบริบท ครู และบุคลากรทางการศึกษาทุกระดับเห็นความสำคัญและความจำเป็นของการพัฒนาวิชาชีพครูด้วยกระบวนการ PLC

2. ด้านปัจจัยนำเข้ามีจุดเด่น คือ มีงบประมาณที่เพียงพอ กิจกรรมการพัฒนาวิชาชีพครูมีความเหมาะสมสามารถดำเนินการได้จริง

3. ด้านกระบวนการ

3.1 รูปแบบการกำกับติดตามสถานศึกษาที่ได้รับการพัฒนาวิชาชีพครู โดยบุคลากรจากสถาบันอุดมศึกษาร่วมรับทราบการดำเนินงาน ปัญหาที่เกิดขึ้นและแลกเปลี่ยนให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์

3.2 การสื่อสาร และให้ความช่วยเหลือของผู้ประสานงานของครูสภามีความรวดเร็ว

ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงาน ได้แก่

1. ด้านบริบท การเปลี่ยนแปลงของนโยบายที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ อาจทำให้การดำเนินงานตามกระบวนการ PLC ผิดเพี้ยนไปจากขั้นตอนที่ถูกต้อง

2. ด้านปัจจัยนำเข้า

2.1 งบประมาณสนับสนุนสำหรับเครือข่ายกลุ่มสมาชิกวิชาชีพไม่เพียงพอ

2.2 การกำหนดคุณสมบัติควรครอบคลุมครูอัตราจ้างหรือครูพิเศษสอนที่มีใบประกอบวิชาชีพในสถานศึกษา

2.3 ระยะเวลาในการดำเนินงานน้อยเกินไป

3. ด้านกระบวนการ

3.1 รูปแบบการกำกับติดตามสถานศึกษาได้รับการพัฒนาวิชาชีพครู โดยบุคลากรจากสถาบันอุดมศึกษาเป็นเพียงการรับทราบการดำเนินงานและปัญหาที่เกิดขึ้นเท่านั้น และบางส่วนทำให้ครูเกิดความสับสนในการดำเนินงาน

4. อื่น ๆ เช่น กระบวนการรายงานในระบบ Google Classroom ที่มีความซับซ้อน เป็นต้น

ผลสำเร็จที่เกิดขึ้นในการพัฒนาวิชาชีพครูแบบชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพของครูสภาสรุปได้ดังนี้

1. ด้านผลกระทบ

1.1 ครูมีวัฒนธรรมการทำงานเปลี่ยนแปลงไป มีความสามัคคี เชื่อใจกัน เปิดใจยอมรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน ร่วมกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน

1.2 ผู้บริหาร มีการสื่อสาร รับฟังครูมากขึ้น และช่วยลดภาระงานของผู้บริหาร

1.3 ผู้เรียน มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน คุณลักษณะต่าง ๆ ที่ดีขึ้น กล้าคิด กล้าแสดงออก

1.4 สถานศึกษาเกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักเรียน ครู และผู้บริหาร รวมถึงผู้ปกครองมีความเชื่อมั่นในการจัดการศึกษาของสถานศึกษามากขึ้น

2. ด้านประสิทธิผล ครูมีความสุข สนุกในการทำงาน และแก้ปัญหาในชั้นเรียนได้อย่างเป็นระบบรวดเร็ว ทำให้จัดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงเกิดบทบาทที่เหมาะสมระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและโรงเรียน

3. ด้านความยั่งยืน ครูสภามีแนวทางการจัดทำแผนระยะยาวที่ชัดเจนและดำเนินงานอย่างต่อเนื่องสร้างความเข้าใจกับผู้เกี่ยวข้องทุกกลุ่มต่าง ๆ ให้มีการดำเนินงานในทิศทางเดียวกัน

4. ด้านการถ่ายทอดความสำเร็จ มีการจัดประชุมสัมมนา (Symposium) เพื่อเผยแพร่ตัวอย่างความสำเร็จในการดำเนินงานระหว่างโรงเรียน และรวบรวมหลักฐานการดำเนินงานที่แสดงให้เห็นทั้งผลลัพธ์ และผลกระทบเชิงประจักษ์ที่เกิดขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานเลขาธิการคุรุสภา

References

- Buosont, R. (2012). *CIPP and CIPIEST evaluation models: Mistaken and precise concepts of application*. Rattanabb. <http://www.rattanabb.com/html/CIPP.pdf> [in Thai]
- Chen, P., & Wang, T. (2015). Exploring the evolution of teacher professional learning community: A longitudinal case study at a Taiwanese high school. *Teacher Development*, 19(4), 427-444.
- Choi, J., & Sazawa, C. (2016). World language teachers exploring cultural teaching through professional learning community. *Electronic Journal of Foreign Language Teaching*, 13(1), 68-81.
- Chookemnerd, W., & Sungtong, E. (2014). A model of professional learning communities of teachers toward 21st century learning of schools in Thailand. *Hatyai Academic Journal*, 12(2), 123-134. [in Thai]
- Chookhampang, C. (2017). Professional learning community. *Journal of Educational Measurement Mahasarakham University*, 23(2), 1-6. [in Thai]
- Damjanovic, V., & Blank, J. (2018). Building a professional learning community: Teacher's documentation of and reflection on preschoolers' work. *Early Childhood Education Journal*, 46, 567-575.
- DuFour, R., Eakey, R., & Many, T. (2006). *Learning by doing a handbook for professional learning communities at work*. Solution Tree Press.
- Kanjanawasi, S. (2015). Changes of CIPP model: Meaning, importance, and development. *Journal of Education Rajabhat Maha Sarakham University*, 12(2), 11-20. [in Thai]
- Lee, D. H. L., Hong, H., Tay, W. Y., & Lee, W. O. (2014). Professional learning communities in Singapore schools. *Journal of Co-operative Studies, Special Issue: Transformative Power of Co-operation in Education*, 46(2), 53-56.
- Little, J. W. (1993). *Excellence in professional development and professional community*. Office of Educational Research and Improvement.
- Luis, K. S., & Kruse, S. D. (1995). *Professional and community: Perspectives on reforming urban schools*. Corwin Press.
- Ministry of Education. (2010). *Schools as professional learning communities*. Ministry of Education.
- Niemi, H. (2015). Teacher professional development in Finland: Towards a more holistic approach. *Psychology, Society and Education*, 7(3), 278-294.

- Office of the Education Council. (2018). *Education in Thailand 2018*. Prigwhan Graphic. [in Thai]
- Olivier, D. F., & Huffman, J. B. (2016). Professional learning community process in the United States: Conceptualisation of the process and district support for schools. *Asia Pacific Journal of Education*, 36(2), 301-317.
- Panich, V. (2012). *How to create learning for students in the 21st century*. Sodsri-Saritwong Foundation. [in Thai]
- Phuangsomjit, C. (2017). Professional learning community and guidelines for application in educational institutions. *STOU Education Journal*, 10(1), 34-41.
- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. MCB UP Ltd.
- Sergiovanni, T. (1994). *Building community in schools*. Jossey Bass.
- Stoll, L., & Louis, K. S. (2007). *Professional learning community*. Open University Press.
- Stufflebeam, D. L. (2015). *CIPP evaluation model checklist: A tool for applying the CIPP model to assess projects and programs*. Western Michigan University Evaluation Center.
- Stufflebeam, D. L., & Zhang, G. (2017). *The CIPP evaluation model: How to evaluate for improvement and accountability*. Guilford.
- Yamkasikorn, M. (2016). Professional learning community: Challenges towards teacher self-change. In *The Learning Innovation Research and Education Management for the Sustainable Development 2016* (pp. 39-46). Office of Teacher Council of Thailand. [in Thai]



Name and Surname: Angwara Wongrugsra

Highest Education: Ph.D. in Educational Measurement and Evaluation, Chulalongkorn University

Affiliation: Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Field of Expertise: Educational Measurement and Evaluation
Educational Research



Name and Surname: Parinya Meesuk

Highest Education: Ph.D. in Educational Research, Chulalongkorn University

Affiliation: Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Field of Expertise: Educational Research and Vocational Education



Name and Surname: Thipwimon Wangkaewhiran

Highest Education: Ph.D. in Curriculum and Instruction,
Kasetsart University

Affiliation: Rajabhat Rajanagarindra University

Field of Expertise: Curriculum and Instruction and Teaching
English

FACTORS AND OBSTACLES OF PRIVATE AND PUBLIC SECTOR EMPLOYEES' DECISION TO RESKILLING AND UP SKILLING ON DIGITAL SKILLS IN BANGKOK AND METROPOLITAN AREA

Nuchjarin Intalar¹ and Tai Duc Pham²

¹Department of Computer Science, Faculty of Science and Technology, Thammasat University

²International Academy of Aviation Industry, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

Received: February 2, 2020 / Revised: December 12, 2021 / Accepted: December 16, 2021

Abstract

This research studies the factors encouraging employees and obstacles to acquire digital skills in responding to digital transformation in public and private organizations in Bangkok and Metropolitan area. A survey questionnaire was distributed using non-probability and purposive sampling methods. About 425 valid data samples were collected back from June 2020 to March 2021. The binary logistics regression was employed to analyze the factors affecting the development of digital skills.

The findings show that megatrend, the rapid change of digital disruption, career advancement, job promotion, and job security are the factors significantly affect the digital skills development. The main obstacles are a lack of financial support and no clear supporting policy from the companies. Apart from common digital skills for routine work, they mainly focus on developing big data analysis, programming, web and app development, and automation skills. Most of the respondents develop their skills by self-study through online channel, on the job training, and attending training organized by private sector with financial support from their companies.

Keywords: Reskilling, Up Skilling, Human Resource Development, Digital Skill, Digital Literacy

Introduction

The rapid growth of industrialization and digital disruption, upgrading human resource skills competencies by using effective human resource development (HRD) practices is challenging. Many companies still have been struggling with how to choose an efficient way to effectively develop their employees under

limited constraints such as investment and time. Reskilling and upskilling play important roles in skill development in the digital transformation era.

COVID-19 pandemic accelerates the needs of digital capabilities. Advanced technologies have been utilized to make an organization survive the crisis. Employees

need to upskill to enhance knowledge and skill sets they possessed. They also need to reskill because some skill sets might be obsolete in the near future. Costs of upskilling or reskilling might be lower than hiring a new workforce.

Different generations may have different behaviors of digital skill development. According to the consensus by the Pew Research Center and the U.S. Census Bureau, Baby Boomer II Generation was born between 1955 and 1964 (currently age 57-66 years old); Generation X was born between 1965 and 1980 (currently age 41-56 years old); Millennial Generation or Generation was born between 1981 and 1996 (currently age 25-40 years old); and the Generation Z was born between 1997 and 2012 (currently age 9-24 years old) (Rudolph et al., 2020).

Thailand is facing the challenges of the aging population and the declining birth-rate in the era of the industrial revolution and technological disruption. The number of college-aged students has been significantly decreasing recently, which certainly affects the workforce shortly. This phenomenon significantly affects the development process of human resources. Fresh graduates, who are in Millennial Generation, use and adapt with technologies in daily lives. However, most of them do not possess the right knowledge and skills that match the demand of the job market, especially digital skills. Many experienced and skilled workers in the market also need to acquire new knowledge and skills which align with demands in the technological disruption

era. Many companies provide HRD programs to build a knowledge-based society by enhancing knowledge, skills, and competencies of their employees through educational scholarships, training, and other development programs.

Although there are several development programs for employees, not all of the employees benefit from them. Many available programs do not attract their interests or match with their demands.

According to Hora et al. (2021), there is only a few organizations in Thailand succeed with the digital transformation because there are several challenges that they encounter, especially people and organizational culture. From the survey of 91 executives from several industries, about 88% of the respondents admitted that their industries will be disrupted to a major or transformative extent. The industries that adapt quickly to this change are technology, media and telecommunication, and financial services. Surprisingly, people issue is the top challenge for achieving digital transformation implementation instead of technology. Organizations need to develop digital capabilities for their employees as well. An organization's activities, people, culture, and structure should be aligned toward a goal of digital transformation. Thai organizations are encountering 3 key challenges, namely, talent gap, digital culture, and organization silo (Hora et al., 2021). Inadequate training programs and insufficient budget and resources are also the barriers to digital transformation.

The use of artificial intelligence (AI), cognitive technologies, robotic process

automation, and robotics will be increased over the next few years. Some jobs can and will be replaced with technologies and robots. However, the jobs that require creativity, problem-solving, or challenging job will be for humans. Therefore, organizations need to focus on increasing workforce performance and efficiency. So that they can use technologies and create more meaningful works.

The most critical issue of digital transformation is not technology, but people. However, it is not easy to encourage employees to upskill and/or reskill. Organizations need to focus on how to design a training program and continuously transform their workforce mindset and capabilities. It should introduce diversity in the workforce and create a learning environment that encourages employees to accelerate their learning curve and retrain continuously.

The challenges of an organization are how to design and develop HRD practices that encourage its employees to enthusiastically acquire new knowledge and skills which potentially increase the competitive advantage of the organization and how to retain these highly skilled employees. This research aims to explore the factors encouraging individuals, and obstacles to reskill and upskill in responding to digital transformation in an organization. The results can be a guideline for an organization to design digital skill development plan and supporting plan.

Objectives

This study aims to explore what factors affect the decision of employees, working in private and public organization in Bangkok and Metropolitan area, to reskill and upskill on digital skills and what obstacles that hindered employees' ability to develop their technology related skills.

Literature Review

In the digital transformation era, employees thrive to develop themselves and continuously learn and relearn. Therefore, they now look for an organization that values human resource development and can provide training and development opportunities. Since the technical proficiency is no longer limited to the IT field, employees should have relevant knowledge and skills to effectively use digital technologies. Normally, the millennials and Generation Z are already equipped and familiar with basic digital literacy to facilitate routine work such as EDI, email, video conference, etc. So, they are comfortable in a technology-led workplace. Therefore, upskilling is needed for older generations to bridge the digital skill gap. Upskilling existing employees might cost less than hiring a new employee or temporary contract workers because the experienced employees already possessed knowledge and expertise from working with the organizations. So, they can apply technology capability with their internal skills and knowledge to add value to the business.

Digital skill development

Digital transformation affects many aspects of changes in an organization, HRD is included. An organization must change operational processes and organizational strategies as a result of new technologies (Fenech et al., 2019). Upgrading human resource skills and competencies in a digital age is more varied and challenging because it is people-oriented (Graetz & Smith, 2010). Each employee has different motivations and requires different incentives for new skills acquisition. Employees need to upgrade their skills and knowledge which align with the strategic needs of a digital era. Organizations need to find a match between their human resources and capabilities with the demands of their digital transformation by forecasting the needs of a company in terms of resources and capabilities and setting the right goals to meet those needs to enhance their competitive advantage (Miles & Snow, 1994). There has been little research about HRD at an individual level in response to digital transformation. Many studies have developed models of human resource transformation in an organization. Others have studied factors affecting HRD in an organization from a perspective from an organizational level (Osei et al., 2019).

Reskilling and upskilling

In the digital age, individuals need to adapt and enhance their skills and competencies and learn new digital skills to remain in the job market. The digital era requires individuals to be lifelong learners. They are expected to continually acquire and

develop new skills and knowledge. Reskilling and upskilling are the educational opportunities offered by an organization to its employees. For upskilling, employees relearn and retrain to enhance the existing skill set for career advancement or adding value to an organization. In contrast, reskilling is when an employee would like to learn and/or train a new skill set or new things completely different from his existing expertise.

Reskilling and retraining can be a more efficient and faster way to enhance human resource capacity and potential. The concept linking between digital skills and career development has been labeled digital career literacy (Hooley, 2012). It is the ability to use the online environment to promote career development (Kettunen et al., 2015). Since digital skills reflect in career development, employees have to develop digital career literacy to remain on the relevant job market. Nowadays, they can learn new skills and knowledge from online courses or social media channels. Some organizations introduce in-house training to their employees. They also support their employees to attend seminars or training courses with experts in each field. Organizations have launched several development programs to build a knowledge-based society by enhancing knowledge, skills, and competencies of their employees through educational scholarships, training, and other development programs.

Individual factor

Learning in a workplace is influenced by individual factors. Individuals' attitudes and

identities influence their workplace learning (Schwartz, 2019). Employees will proactively learn what they want to know and when they are available. Once they gain new knowledge and skills, they may be willing to share their knowledge and experiences with others. However, contextual factors such as the organizational climate, interpersonal relationships, and the characteristics of the work itself may influence the individual's willingness and opportunity to share their learning (Billett, 1995).

Workplace environment

The workplace environment also impacts knowledge acquisition and learning motivation. Workplaces with limited career growth and development opportunities may not be perceived as an enabling learning environment (Schwartz, 2019). While employees in workplaces that offer new challenges or job rotation for them to have opportunities for autonomous decision-making will be able to learn more. Moreover, workplaces that have experts to provide support, advice, or mentor co-workers can influence an individual's learning motivation (Billett, 1995).

Support and Incentive

The incentive is another factor that motivates individuals to acquire new knowledge and skills. Motivation to voluntarily join a training program may depend on perceived rewards or incentives for individuals. Lissitsa et al. (2017) found that digital skills were positively correlated with income and exclusive benefits from the workplace. However, standard benefits from the

workplace, such as study funds, had no significant correlation with digital skills.

Career advancement

Motivation for career advancement can also encourage employees to acquire new knowledge and skills to improve their potential and for a better career path. Motivation at work, motivation for learning, perspectives, and interests of individuals change with age throughout their careers (Kanfer & Ackerman, 2004; Kanfer et al., 2017). Social-cognitive career theory suggests that interests in work-related activities and skill acquisition develop through repeated activity engagement and external reinforcements (Lent et al., 1994). This means individual efforts relate to the achievement of outcomes. Opportunities and challenges they experience at work and in other life circumstances change their self-regulatory and motivational processes (Heckhausen et al., 2010). Therefore, the motivation of different age range may affect the level of new skills and knowledge acquisition regarding career advancement as well.

Based on a review of literature, we developed a list of the questionnaire to explore what influences an individual's upskilling and reskilling, how they do it, what obstacles they encounter, and how the organizations support digital skill development.

Methodology

Population and sample size

The population in this study was employees who are working in public and

private sector in Bangkok and Metropolitan area, which were Nakhon Pathom, Pathum Thani, Nonthaburi, Samut Prakan, and Samut Sakhon. According to the labor statistics from the National Statistical Office, in 2020, the total number of formal and informal employment in Bangkok and Metropolitan area was 9,935,187 people. The number of sample size was calculated by using the formula of Yamane as elaborated below.

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

where n = Number of sample size,

N = Population size (in this study was 9,935,187 people),

e = Margin of error (in this study used 5%),

With a confidence level of 95% and the margin of error of 5%, the sample size was 399.98 or 400 sample.

The researchers used non-probability sampling methods including snowball sampling, convenience sampling, and a voluntary response sampling technique for ease and convenience of data collection. The purposive sampling was also used to choose respondents who were accessible and could provide accurate information relevant to the study. Since reskilling and upskilling on digital skills were new to many employees, the researchers needed to find respondents who developed digital skills, could and were willing to provide the information by virtue of knowledge or experience (Tongco, 2007; Palinkas et al., 2015; Bernard, 2017). Therefore, we also distributed survey to people attended digital skill development course by coordinating with companies and institutions provided related programs.

Data collection

The researchers developed a closed-end questionnaire survey and collect data from a targeted group. The target respondents are employees in public and private sector working in Bangkok and Metropolitan area. The survey questionnaire was developed to collect information about respondents' demographics, characteristics of job and company they currently work with, digital skill development methods, factors, and obstacles.

A survey is distributed via an online channel. There were the respondents who voluntarily participated in an online survey, respondents who were selected based on convenience, and respondents who were shared by an acquaintance.

The questionnaires were distributed from June 2020 to March 2021 via online channels. The number of collected survey is 430 people. However, there were 5 responses contained invalid data. Therefore, the total of 425 dataset was used to analyze.

Data analysis and statistical technique

We applied descriptive statistics by showing frequency and percentage for the respondents' demographic, characteristics of company, personal opinion toward digital skill development, Individual's skill development, individual's method of digital skill development, and method that companies used to support digital skills development.

The binary logistic regression was conducted to analyze the predictors of digital skills development and obstacles.

Results

Table 1 shows a descriptive summary of the demographic characteristics of the respondents by gender, generation, educational background, monthly income, current position in their companies, working experience in current position at the current organization, and marital status. About 59.29% of them were female, 40.24% were male and 0.47% were other. The average age of the respondents were 33.06 years old. Most of them were in the Millennial Generation (44.00%) and Generation X (29.65%), and Generation Z (24.94%), and only 1.41% of them were in the Boomer II generation. About 6.35% of the respondents had education below bachelor's degree, 65.89% of the respondents held

a bachelor's degree, 21.88% of them held a master's degree, and 5.88% of them held higher than a master's degree. For the respondents' current position, about 58.59% of them were full-time employees, 13.18% of them were contracted employees, 12.47% of them were executive, 11.06% were manager, and 4.71% of them were supervisor. About 25.65% of the respondents had a monthly income between 25,001 to 35,000 THB, 22.82% of them had a monthly income greater than 55,000 THB, and 19.76% of them had between 15,001 and 25,000 THB. About 76.71% of the respondents were single, 21.18% of them were married, 1.88% of them were separated, and 0.24% of them were divorced.

Table 1 Demographic characteristics of respondents (n = 425)

Characteristics	n (%)	Characteristics	n (%)
Gender		Education	
Female	252 (59.29)	Below bachelor degree	27 (6.35)
Male	171 (40.24)	Bachelor degree	280 (65.89)
Other	2 (0.47)	Master degree	93 (21.88)
		Higher than master degree	25 (5.88)
Generation (Age)		Current Position	
Gen Z (9-24 years old)	106 (24.94)	Full-time employee	249 (58.59)
Millennials (25-40 years old)	187 (44.00)	Contracted employee	56 (13.18)
Gen X (41-56 years old)	126 (29.65)	Executive	53 (12.47)
Boomer II (57-66 years old)	6 (1.41)	Manager	47 (11.06)
Average age = 33.06 years old		Supervisor	20 (4.71)
Monthly income		Marital status	
≤15,000 THB	77 (18.12)	Single	326 (76.71)
15,001-25,000 THB	84 (19.76)	Married	90 (21.18)
25,001-35,000 THB	109 (25.65)	Separated	8 (1.88)
35,001-45,000 THB	43 (10.12)	Divorced	1 (0.24)
45,001-55,000 THB	15 (3.53)		
>55,000 THB	97 (22.82)		

Table 1 Demographic characteristics of respondents (n = 425) (Con.)

Working experiences in current position and organization			
Less than 1 year	50 (11.76)	16-20 years	25 (5.88)
1-5 years	195 (45.88)	21-25 years	37 (8.71)
6-10 years	63 (14.82)	26-30 years	18 (4.24)
11-15 years	29 (6.82)	More than 31 years	8 (1.88)

About 45.88% of them had working experience in their current position at the current organization 1-5 years, 14.82% of them had 6-10 years, 11.76% of them had less than 1 year, 8.71% of them had 21-25 years, 6.82% of them had 11-15 years, 5.88% of them had 16-20 years, 4.24% of them had 26-30 years, and 1.88% of them had more than 31 years. Details of the demographic characteristics of respondents shown in Table 1.

Most of the organizations were 100% Thai-owned (74.84%). About 16.38% of their companies were MNC, and 9.04% were joint venture. For the business size, about 49.41% of the respondents worked in the large-sized companies, 33.41% of them worked in small-sized companies, and 14.59% of them worked in medium-sized companies.

For the respondents' opinion toward digital skill development of the respondents, most of them significantly agreed that digital skills were strongly important for their career (75.92%) and about 18.00% agreed that digital skills were very important for their career. About 79.06% of the respondents realized that their companies had initiated the digital transformation.

For the individual's digital skill development, about 90.12% of the respondents developed a new digital skill (Table 3). Most of them did both upskill and reskill (65.88%). About 18.82% of them preferred to reskill over upskill and most of them were full-time employees with 1-5 years working experiences. The digital skills that this group of respondents developed were big data analytics, IoT, automation, app development, and digital marketing. They are the most in demand digital skill sets in today and future market.

The digital skill sets that they mostly focused on are common digital skills (25.50%) that facilitated them in routine work, big data analytics (12.75%), programming, web, app development (11.71%), automation (11.34%), digital marketing (9.04%), and Internet of Things (IoT) (8.82%).

Table 2 Individual's skill development (n = 425)

Have you developed or learned any new digital skills?	n (%)
Yes	383 (90.12)
No	42 (9.88)
Type of the digital skill development	n (%)
Both	280 (65.88)
Reskill	80 (18.82)
Upskill	65 (15.29)

Table 2 Individual's skill development (n = 425) (Con.)

Which digital skills have you developed?	n (%)
Common digital skills for routine work	344 (25.50)
Big Data analytics	172 (12.75)
Programming, Web, App Development	158 (11.71)
Automation	153 (11.34)
Digital Marketing	122 (9.04)
Internet of Things (IoT)	119 (8.82)
Digital Graphic Design	88 (6.52)
Cloud Computing	73 (5.41)
Digital Entrepreneurship	47 (3.48)
AR/VR Technology	38 (2.82)
Cybersecurity	35 (2.59)

Table 3 shows the methods that the respondents used to learn and develop digital skills. Most of them chose self-study through online channel (34.82%) and on-the-job training (31.26%). About 8.87% of the respondents attended the training organized by public sector and 11.20% attended the training organized by private sector. If they had to responsible for the training fee, they tended to attend training organized by the public sector because of the lower fee.

Table 3 Methods of digital skill development (n = 425)

Skill development	n (%)
Self-study through online channel	314 (34.82)
On the job training	282 (31.26)
Attend training organized by private sector but my company responsible for the training fee	101 (11.20)

Skill development	n (%)
Attend training organized by public sector but my company responsible for the training fee	80 (8.87)
Attend training organized by public sector and responsible for the training fee	63 (6.98)
Attend training organized by private sector and responsible for the training fee	62 (6.87)

Table 4 shows the factor influencing decision for digital skill development of the respondents. They were asked to rank the rating scale of 5 “strongly agree” to 1 “strongly disagree”.

Table 4 Factor influencing decision for digital skill development (n = 425)

Skill development	$\bar{x}$	S.D.
Love learning new things and to challenge myself	4.08	0.88
Rapid change of digital disruption	4.06	0.88
Career advancement	3.99	0.95
Megatrends	3.99	0.98
Job security	3.69	1.10
To increase salary	3.65	1.17
To promote to a higher position	3.54	1.09
Knowledge and skills gained from university/college was not adequate for the company needs	3.52	1.05
Change to a new position in the same company	3.28	1.23
Support from the company	3.28	1.23
Change to a new position in a new company	3.15	1.35
The field that I graduated is not match with my field of work	3.04	1.26
Encouragement from colleagues	2.77	1.15

The results show that the respondents developed their digital skills because of their interests. They loved to learn new things and would like to challenge themselves. Moreover, they would like to develop their skills to keep up with the rapid change of the digital disruption ($\bar{x} = 4.06$, S.D. = 0.88). Factors that had the same rate were for career advancement ($\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.95) and megatrend ($\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.98). The megatrend accelerated an individual to develop those skills to serve the market needs. They also agreed that the development of digital skills could lead to more job security ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 1.10) and higher salary ($\bar{x} = 3.65$, S.D. = 1.17).

The respondents also admitted that knowledge and skills gained from university/college was not adequate for the company needs ($\bar{x} = 3.52$, S.D. = 1.05) and they needed to learn almost everything from the beginning. They also developed digital skills to change to a new position in the same company ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 1.23) and to change to a new position in the new company ($\bar{x} = 3.15$, S.D. = 1.35). Support from a company also somewhat encouraged them to develop digital skills ($\bar{x} = 3.28$, S.D. = 1.23). However, encouragement from colleges in the company did not strongly influence the respondents to develop digital skills. Most of the respondents agreed that their current workloads made them very busy and difficult for them to find extra time for digital skill development ($\bar{x} = 3.30$, S.D. = 1.06). There was no time for them to learn a new skill or even enhanced the existing skill sets. Moreover, they must be responsible for the

training fees when they would like to reskill or upskill ($\bar{x} = 3.25$, S.D. = 1.20).

Table 5 Obstacles to digital skill development (n = 425)

Skill development	$\bar{x}$	S.D.
The existing workload is already tough enough	3.30	1.06
I must pay the training fee by myself	3.25	1.20
The organization has no concrete funds to support the development of digital skills	3.13	1.15
The organization has no clear policy to support the development of digital skills	3.13	1.16
No incentive/motivation	3.11	1.14
The organization does not see the important of the online certificates	3.04	1.14
Course that I want to learn is taught in foreign languages	2.95	1.22
Skills I developed cannot be utilized in my current job	2.92	1.02

Some training costs a lot more than they expected. If the companies had no financial support, they would not attend those training. Another obstacle was a lack of support from the organizations. The companies had no concrete funds to support the development of digital skills ($\bar{x} = 3.13$, S.D. = 1.15), as well as a lack of concrete policies and practices to support continuous learning ($\bar{x} = 3.13$, S.D. = 1.16). Sometimes employees had not realized that the organizations have any training programs or support for upskilling and reskilling. Without tangible supports or incentives, they were not motivated to pursue further development ($\bar{x} = 3.11$, S.D. = 1.14). They also agreed that their

organizations had low recognition regarding the qualifications they achieved from online or offline courses ($\bar{x} = 3.04$, S.D. = 1.14). The certifications could not be used for personal assessment in the organizations. Many employees were discouraged because the organizations did not acknowledge their efforts.

Many companies supported the digital skill development of their employees, such as providing new technologies and tools to their employees to facilitate their work (63.3%) and social learning (62.4%).

Table 6 Methods to support digital skill development (n = 425)

Method	Yes (%)	No (%)	Not aware of (%)
Provided new technologies and tools	63.3	17.6	19.1
Social Learning	62.4	24.9	12.7
Consistent in-house training	61.6	25.9	12.5
External training	59.8	22.1	18.1
Training sessions by specialist	57.4	22.1	20.5
Internal workshop	53.4	27.9	19.3
Digital knowledge library	51.5	30.8	17.6
Internal learning center	51.3	29.6	19.1
Paid leave for training	45.6	29.2	25.2
Mentoring/reverse mentoring	45.4	32.5	22.1
Financially support	40.5	37.4	22.1
Scholarships for master and doctoral degree	27.5	50.6	21.9
Training KPI for assessment	22.1	51.1	26.8

The companies also consistently organized in-house training for their employees (61.6%) and dispatched them to attend external training organized by public and private sector (59.8%). The companies also invited a specialist to provide intensive training session at their workplace (57.4%) and offered internal workshop (53.4%). About 51.5% of the respondents knew that their companies had digital knowledge library. About 45.6% informed that their companies offered paid leave option if the employees attended any training.

Logistic Regression

We conducted the binary logistic regression with Enter method to analyze factors affecting the decision to develop digital skills (Model 1) and obstacles affecting the decision to develop digital skills (Model 2). The overall evaluation of the binary logistic regression model fit for Model 1 ($\chi^2 = 156.220$, $p < 0.001$) and Model 2 ($\chi^2 = 172.638$, $p < 0.001$) indicated the whole fits significantly better than an empty model without predictors (Hair et al., 2013). The Nagelkerke R-square function indicated that 64.70% of the variation in Model 1, and 70.20% of Model 2 occurred due to the variation between factors. Model 1 and 2 accurately classified 94.60% and 90.10% of predictions.

There were nine significant predictors that significantly affected the digital skills development (Table 7) and two significant obstacles (Table 8).

The decrease in possessed knowledge ($\beta = -1.832$, $p 0.001$) and job relatedness to graduate degree ($\beta = -1.449$, $p 0.001$)

significantly increased the likelihood of digital skills development. In contrast, the likelihood of digital skills development significantly increases when there was an increase in a rapid change of digital disruption ($\beta = 2.815$, $p 0.001$), megatrend ($\beta = 2.382$, $p 0.005$), career advancement ($\beta = 1.694$, $p 0.05$), job promotion ($\beta = 1.994$, $p 0.005$), promoting to a new position

in the same company ($\beta = 3.432$, $p 0.001$), encouragement from colleagues ($\beta = 0.977$, $p 0.005$), and job security ($\beta = 1.992$, $p 0.001$). For the obstacles, the decrease in no clear policy ($\beta = -1.512$, $p 0.05$) and no funding support from the company ($\beta = -1.320$, $p 0.05$) significantly increased the likelihood of digital skill development.

Table 7 Binary logistic regression predicting factors affecting digital skills development

Driven Factors	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Possessed knowledge	-1.832	0.537	11.649	1	0.001	0.160
Job relatedness to graduate degree	-1.449	0.445	10.585	1	0.001	0.235
Rapid change of digital disruption	2.815	0.591	22.658	1	0.000	16.689
Self-motivated	-0.452	0.482	0.881	1	0.348	0.636
Job promotion	1.994	0.705	7.996	1	0.005	0.136
Increase salary	0.410	0.770	0.283	1	0.595	1.507
Career advancement	1.694	0.746	5.164	1	0.023	5.443
Promote to a new position in the same company	3.432	0.821	17.496	1	0.000	0.032
Promote to a new position in the new company	-0.422	0.302	1.944	1	0.163	0.656
Encouragement from colleagues	0.977	0.309	10.026	1	0.002	2.657
Job security	1.992	0.599	11.061	1	0.001	7.331
Megatrends	2.382	0.777	9.405	1	0.002	10.826
Company supports	0.465	0.376	1.527	1	0.217	1.591
Constant	-1.379	1.251	1.215	1	0.270	0.252

Table 8 Binary logistic regression predicting obstacles to digital skills development

Obstacles	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Current workload	-0.297	0.402	0.544	1	0.461	0.743
Language Barrier	-0.353	0.278	1.622	1	0.203	0.702
Self-support	0.166	0.429	0.150	1	0.699	1.181
No clear policy	-1.512	0.605	6.242	1	0.012	0.220
No funding support	-1.320	0.553	5.701	1	0.017	3.743
No incentive	0.244	0.442	0.306	1	0.580	1.277
Existing skill is adequate	0.431	0.405	1.128	1	0.288	1.538
Online certificate is not credible for company	-0.163	0.413	0.156	1	0.693	0.849
Constant	-5.312	1.865	8.109	1	0.004	0.005

Discussion

This study identified the factors and obstacles affecting the digital skill development. Moreover, attitude toward reskilling and upskilling, and activities that the organizations support their employees to reskill/upskill were presented.

With the rapid change of digital transformation, it is obvious that employees are more likely to develop digital skills when they have inadequate knowledge and skills because they need to utilize those skills in their current job. Career advancement and job security also significantly drive the decision on digital skills development because they can promote to a new position in the same company, which consistent with Zimmerman (2002) and Mandl and Curtarelli (2017). According to Zimmerman (2002), people with self-directed learning processes preferred to respond to new learning challenge. They could acquire new skills and maintain active and effective learning. They also realized that digital skills had significant impact on their career advancement in this digital disruption era. Each industrial sector needs different types of digital skills (Mandl & Curtarelli, 2017). Employees developed their digital skills to keep up with the rapid change of the organization and for career advancement. Digital skills enhanced their capabilities and might be able to lead them to a new position or a new job with better future and more secure.

For the digital skills that they mostly developed, many employees were developing their skills and knowledge that related to data

analytics and automation process because the skills demand trend in machine-powered and data-driven are growing. Data analysts and scientists are digital skills that are very crucial and challenging for organizations in Thailand. Digital skills that most of respondents developed were big data analytics, programming, website and application development, automation, digital marketing, and the Internet of Things (IoT). According to Hora et al. (2021), the job positions that are the most difficult to recruit are data analysts and scientists, digital transformation specialists, and digital marketing and strategy specialists. The second most are software and application developers and analysts, process automation specialists, and user experience designers.

Methods that the respondents preferred to reskill and upskill were self-study and on the job training. However, they chose on the job training over online study if they had to reskill. This result was in line with the study of Van Laar et al. (2019). Their results suggested that training onsite reduced the amount of difficulties experienced online. Furthermore, on the job training allowed them to learn by doing and solving the real problems.

The significant obstacles to digital skills development were no clear policy and concrete funds to support them. The organizations can play significant role to support an employee's digital skill development. It can discourage employees to reskill or upskill. Many companies financially supported the training fee, which motivated employees to enhance their capabilities.

Previous research had shown that employees' knowledge acquisition and application capabilities significantly increased when they were formally and informally supported by an organization (Scott & Bruce, 1994). Hwang et al. (2015) found that training was important in adjusting skill changes to the rapid expansion of ICTs. The respondents tended to attend the training organized by private sector if their companies supported the training fee. However, if no financial support, they would prefer to attend the training organized by public sector. Digital skill training organized by private sector tended to increase the opportunities to practice with the real experts who had experience in the business. They could learn by using a practical case study. Moreover, they could continue to consult with the experts after the training. A company should collaborate with the private sector to design course and learning system that accelerate and upgrade digital literacy.

Many companies created a continuous learning environment by providing equipment, tools, knowledge source, and activities for employees. Many companies already had regular in-house training, external training, and knowledge library. They could increase the levels of formal and informal support and financial support to encourage employees to enhance digital skills. Moreover, the companies should urge the experienced employees to share and transfer knowledge and know-how to the younger generations, while the youngsters share and teach digital skills to them. They all can benefit from the combined talents of their workforce.

Conclusion

From the research results, the significant factors that influence employees in Bangkok and Metropolitan area to make a decision on digital skill upskilling and reskilling were megatrend, rapid change of digital disruption, career advancement, job security, job relatedness, job promotion, knowledge learned from university/college was not adequate, and encouragement from colleagues.

The most important obstacles for digital re- and up-skills were no financial support from the organization and no clear policies or tangible activities to support the reskilling and upskilling.

When employees would like to reskill or upskill, they preferred self-study through online channels. Since it was the most convenient, flexible, and cost-effective method to reskill/upskill their digital skill competency. They could study at their own pace anywhere anytime. Another method was on-the-job training because they could implement knowledge and skills they learned to solve real problems. Moreover, they could expand their skill set that matches the needs of the organizations.

Digital skills they had developed were big data analytics, programming, website and application development, automation, digital marketing, the Internet of Things (IoT), and digital marketing to match with current and future demand.

Activities that the respondents realized that their organization offered were social learning, consistent in-house training, providing

new technologies and tools for employees to develop digital skills, supporting external training, and providing training sessions trained by the specialist in each field with an appropriate period of training. A large organization often organized educational sessions led by experts in the fields who can share ideas, valuable knowledge, and know-how with employees. However, most of their organizations also withhold individual financial support. They had not considered the achievement from an online course into the assessment processes. The organization should recognize and value the qualifications of employees who achieved training courses both online and offline to encourage them to bring their new knowledge back into the workplace to create more value.

They were willing to reskill in any situation because they would like to enhance their skill sets and knowledge to catch up with the trend in the digital transformation era, career advancement, and job security.

Managerial Policy

A company can use results from the research as a guideline as follows.

1. Management and department involved should create and build a learning environment and support their employees to develop digital skills, such as providing the upskill/reskill programs that meet high-demand skills, promoting mentoring and reverse mentoring to encourage the work experienced employee and technological-oriented younger employee to share an idea, collaborate, and teach each other.

2. Executive should set up practical policies and strategies that support activities of reskilling and upskilling by setting tangible rewards and incentives to employees who achieved the training course both online and offline.

3. HR department can conduct a skill gap analysis through employee interviews and performance assessments to identify the gap between the existing skills and skills it needs for a company's growth and sustainability. It helps organizations to highlight skill deficits, what training should be conducted, and the appropriate method to deliver the trainings.

4. HR department can record reskill and/or upskill progress and use it as a performance evaluation of each employee.

Providing meaningful supports that meet employees' needs will facilitate digital skill development and retain an experienced and high-skill workforce who can create significant value to the organizations.

Limitations and Future Research

Future work can compare the behavior of each generation to explore unique characters of each group if exists and explore the guideline of HRD programs that suitable for a distinct group of employee characteristics and job fields.

Acknowledgement

This work is supported by King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang grant number: 2563-02-18-002. We would like to thank anonymous reviewers for their valuable comments and suggestions.

References

- Bernard, H. R. (2017). *Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches*. Rowman & Littlefield.
- Billett, S. (1995). Workplace learning: Its potential and limitations. *Education and Training*, 37(5), 20-27.
- Hora, V., Chutijirawong, N., Ekviriyakit, M., & Bunyalug, C. (2021, June 1). *Thailand digital transformation survey report 2021: The impact of COVID-19*. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/th/en/pages/technology/articles/the-thailand-digital-transformation-survey-report-2020.html>
- Fenech, R., Baguant, P., & Ivanov, D. (2019). The changing role of human resource management in an era of digital transformation. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 22(2), 1-10.
- Graetz, F., & Smith, A. C. (2010). Managing organizational change: A philosophies of change approach. *Journal of Change Management*, 10(2), 135-154.
- Hair, J. F. Jr., William, C. B., Barry J. B., & Anderson, R. (2013). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Heckhausen, J., Wrosch, C., & Schulz, R. (2010). A motivational theory of life-span development. *Psychological Review*, 117(1), 32-44.
- Hooley, T. (2012). How the internet changed career: Framing the relationship between career development and online technologies. *Journal of the National Institute for Career Education and Counselling*, 29(1), 3-12.
- Hwang, Y., Kettinger, W. J., & Yi, M. Y. (2015). Personal information management effectiveness of knowledge workers: Conceptual development and empirical validation. *European Journal of Information Systems*, 24(6), 588-606.
- Kanfer, R., & Ackerman, P. L. (2004). Aging, adult development, and work motivation. *Academy of Management Review*, 29(3), 440-458.
- Kanfer, R., Frese, M., & Johnson, R. E. (2017). Motivation related to work: A century of progress. *Journal of Applied Psychology*, 102(3), 338-355.
- Kettunen, J., Sampson, J. P., Jr., & Vuorinen, R. (2015). Career practitioners' conceptions of competency for social media in career services. *British Journal of Guidance & Counselling*, 43(1), 43-56.
- Lent, R. W., Brown, S. D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45(1), 79-122.
- Lissitsa, S., Chachashvili-Bolotin, S., & Bokek-Cohen, Y. A. (2017). Digital skills and extrinsic rewards in late career. *Technology in Society*, 51, 46-55.

- Mandl, I., & Curtarelli, M. (2017). Crowd employment and ICT-based mobile work-new employment forms in Europe. In *Policy Implications of Virtual Work* (pp. 51-79). Palgrave Macmillan.
- Miles, R. E., & Snow, C. C. (1994). *Fit, failure and the hall of fame*. The Free Press.
- Osei, H. V., Agyapong, A., & Kwateng, K. O. (2019). The moderated mediation processes in firm-specific human capital development and task performance relationship. *International Journal of Organizational Analysis*, 27(3), 396-413.
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42(5), 533-544.
- Rudolph, C. W., Rauvola, R. S., Costanza, D. P., & Zacher, H. (2021). Generations and generational differences: Debunking myths in organizational science and practice and paving new paths forward. *Journal of Business and Psychology*, 36(6), 945-967.
- Schwartz, G. J. (2019). An examination of key factors that influence employee learning in the workplace. In *The Wiley Handbook of Global Workplace Learning* (pp. 477-500). Wiley Blackwell Publishing.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.
- Tongco, M. D. C. (2007). Purposive sampling as a tool for informant selection. *Ethnobotany Research and Applications*, 5, 147-158.
- Van Laar, E., Van Deursen, A. J., Van Dijk, J. A., & De Haan, J. (2019). Determinants of 21st century digital skills: A large-scale survey among working professionals. *Computers in Human Behavior*, 100, 93-104.
- Zimmerman, B. J. (2002). Becoming a self-regulated learner: An overview. *Theory into Practice*, 41(2), 64-70.



Name and Surname: Nuchjarin Intalar

Highest Education: Doctor of Philosophy (Engineering and Technology),
Sirindhorn International Institute of Technology, Thammasat University

Affiliation: Department of Computer Science, Faculty of Science and
Technology, Thammasat University

Field of Expertise: Logistics and Supply Chain



Name and Surname: Tai Duc Pham

Highest Education: Doctor of Philosophy (Engineering and Technology),
Sirindhorn International Institute of Technology, Thammasat University

Affiliation: International Academy of Aviation Industry,
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

Field of Expertise: Logistics and Supply Chain

อิทธิพลของความเครียดในการเรียนที่มีต่อผลการเรียนและความผูกพันในการเรียน ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีทุนทางจิตวิทยาเป็นตัวแปรคั่นกลาง

INFLUENCE OF ACADEMIC STRESS ON ACADEMIC PERFORMANCE AND LEARNING ENGAGEMENT AMONG UNDERGRADUATE STUDENTS WITH PSYCHOLOGICAL CAPITAL AS A MEDIATOR

ทัศนีย์ หอมกลิ่น¹ อารยา ผลธัญญา² และไชยันต์ สกุลศรีประเสริฐ³

Tassanee Homklin¹ Araya Pontanya², and Chaibun Sakulsriprasert³

^{1,2,3}คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

^{1,2,3}Faculty of Humanities, Chiang Mai University

Received: May 12, 2021 / Revised: December 6, 2021 / Accepted: December 8, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเครียดในการเรียนที่มีต่อผลการเรียนและความผูกพันในการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีทุนทางจิตวิทยาเป็นตัวแปรคั่นกลาง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ลงทะเบียนในปีการศึกษา 2561 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์จำนวน 874 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปและผลการเรียนสะสมของนักศึกษา แบบวัดการรับรู้ความเครียดในการเรียน แบบวัดความผูกพันในการเรียน และแบบวัดทุนทางจิตวิทยา โดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเป็น .76, .91 และ .94 ตามลำดับ

การวิจัยนี้ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงชั้น (Hierarchical Multiple Regression Analysis) ด้วย Process Macro แบบจำลองที่ 4 (Model 4) และวิธีการบูตสเตรป (Bootstrap Method) ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผลการวิจัยนี้พบว่า ทุนทางจิตวิทยามีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางแบบสมบูรณ์ (Fully Mediation) ในความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในการเรียนและผลการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .01$) รวมทั้งทุนทางจิตวิทยายังมีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางแบบบางส่วน (Partial Mediation) ในความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในการเรียนและความผูกพันในการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .01$) นอกจากนี้ความเครียดในการเรียนและทุนทางจิตวิทยาสามารถร่วมกันทำนายผลการเรียนและความผูกพันในการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีได้ร้อยละ 2 ($R^2 = .02$) และร้อยละ 37 ($R^2 = .37$) ตามลำดับ โดยสรุปแล้วผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าทุนทางจิตวิทยาเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้นักศึกษาที่เผชิญกับความเครียดในการเรียนสามารถประสบความสำเร็จในการเรียนรู้และมีความผูกพันในการเรียนเพิ่มขึ้นได้

คำสำคัญ: ความเครียดในการเรียน ผลการเรียน ความผูกพันในการเรียน ทุนทางจิตวิทยา

Abstract

This research investigated the influence of academic stress on academic performance and learning engagement among undergraduate students with psychological capital as a mediator. The research population comprised Chiang Mai University undergraduate students who enrolled in the 2018 academic year. The research sample consisted of 874 undergraduate students obtained by proportional stratified random sampling. The research instruments consisted of a questionnaire on student's personal data and cumulative grade point average, an academic stress assessment scale, a learning engagement assessment scale, and a psychological capital assessment scale, with reliability coefficients of .76, .91, and .94 respectively.

This research used statistical hierarchical multiple regression analysis with Model 4 of the Process Macro, and the bootstrap method to test the hypotheses. The results showed that psychological capital had a fully mediating role in the relationship between academic stress and academic performance of undergraduate students ($p < .01$). In addition, psychological capital had a partial mediating role in the relationship between academic stress and learning engagement of undergraduate students ($p < .01$). Furthermore, academic stress and psychological capital of undergraduate students could be combined to explain academic performance and learning engagement by 2 percent and 37 percent respectively. In conclusion, the findings of this research indicate that psychological capital is an important factor in helping students who are facing academic stress to achieve greater learning success and to increase their learning engagement.

Keywords: Academic Stress, Academic Performance, Learning Engagement, Psychological Capital

บทนำ

การพัฒนาโลกยุคปัจจุบันล้วนมีการเปลี่ยนแปลง พลิกผันอย่างรวดเร็ว (VUCA Environment) ซึ่งเต็มไปด้วยความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความสลับซับซ้อน (Complexity) และความคลุมเครือ (Ambiguity) (Horstmeyer, 2020) ส่งผลให้บุคคลต้องเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การศึกษานับเป็นกระบวนการพัฒนาที่มีบทบาทสำคัญในการวางรากฐานทางด้านความรู้ และทักษะต่าง ๆ ของบุคคลให้มีศักยภาพในการประกอบอาชีพ นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยในการพัฒนาจิตใจให้เข้มแข็งสามารถเผชิญอุปสรรคและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตได้ การวัดความสำเร็จ

ในการศึกษา จึงกลายเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสะท้อนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยนักศึกษาที่มีศักยภาพในการเรียนรู้และสามารถจัดการการศึกษาได้อย่างมีคุณภาพ มักจะมีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนระดับสูง (Luthans et al., 2012) และมีความผูกพันในการเรียน (Learning Engagement) ค่อนข้างสูงด้วย เพราะต้องใช้ความพยายามทั้งในส่วนของการกระบวนการคิดและการแสดงออกในเชิงพฤติกรรมเพื่อกระตุ้นกระบวนการเรียนรู้ของตนเองให้ประสบความสำเร็จ โดยนักศึกษาในกลุ่มนี้สามารถพัฒนาเป็นบุคคลที่มีคุณภาพและเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศต่อไป แต่การพลิกผันที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วไม่ได้ทำให้นักศึกษาประสบความสำเร็จในระบบการศึกษาทุกคน นักศึกษาระดับอุดมศึกษา

ส่วนใหญ่มักเผชิญกับความเครียดในการเรียนค่อนข้างสูง (Brown et al., 2005; Milner & Criss, 2006) โดยเฉพาะความเครียดในด้านวิชาการหรือการเรียนที่เป็นตัวกระตุ้นสำคัญในวัยเรียน ซึ่งส่วนใหญ่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากข้อจำกัดในด้านการเรียนรู้ ความกลัวและความวิตกกังวล ความไม่ชัดเจนของวัตถุประสงค์ในสิ่งที่เรียนรู้ (Maidment, 2003) การสอบ การแข่งขันด้านผลการเรียน และข้อจำกัดในด้านเวลาเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณเนื้อหาที่ต้องเรียนรู้ (Kohn & Frazer, 1986; Abouserie, 1994) รวมทั้งความคาดหวังของครอบครัว เพื่อน และตนเอง (Wilks & Spivey, 2010) ความเครียดในการเรียนที่นักศึกษาเผชิญส่วนใหญ่เป็นความเครียดในระดับชั่วคราว (State) กล่าวคือเป็นสภาวะความเครียดที่เกิดขึ้นเพียงชั่วคราวในช่วงเวลาเฉพาะเมื่อมีสถานการณ์และสิ่งกระตุ้นที่ทำให้นักศึกษาเกิดความตึงเครียดในระหว่างเรียนหรือรวมไปถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเรียนต่าง ๆ ซึ่งอาจสร้างความเครียดให้กับนักศึกษาในช่วงเวลาหนึ่ง เมื่อสิ้นสุดช่วงเวลาหรือการเรียนดังกล่าว ความเครียดที่เกิดขึ้นก็มีแนวโน้มลดลง อย่างไรก็ตามความเครียดในการเรียนที่เกิดขึ้นกับนักศึกษาที่อยู่ในสภาวะแวดล้อมเดียวกันกลับมีระดับที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล นักศึกษาบางคนไม่สามารถปรับตัวหรือไม่สามารถแก้ไขสภาวะความตึงเครียดที่เกิดขึ้นได้จนส่งผลกระทบทำให้เกิดปัญหาในการเรียน เช่น การไม่สนใจทำแบบฝึกหัดหรือร่วมทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเรียน การขาดเรียน เป็นต้น นอกจากนี้ความเครียดในด้านการเรียนที่เกิดขึ้นยังส่งผลต่อการตอบสนองของนักศึกษาทั้งทางร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ ทำให้นักศึกษาเกิดความคับข้องใจ ความขัดแย้ง ความกดดัน และความวิตกกังวล ในกรณีที่ไม่สามารถปรับตัวได้ อันจะนำไปสู่ปัญหาทางด้านจิตใจในที่สุด ดังนั้นความเครียดในการเรียนจึงมีผลกระทบโดยตรงต่อระดับผลการเรียนและความใส่ใจที่สะท้อนถึงความผูกพันในการเรียน ในขณะที่นักศึกษาบางคนสามารถปรับตัวเอาชนะความเครียดในการเรียนและ

สามารถทำหน้าที่ด้านการเรียนของตนได้อย่างดีและมีประสิทธิภาพมักมีกลไกสำคัญที่ใช้เป็นสื่อกลางในการป้องกันตนเองจากสิ่งกระตุ้นหรือสิ่งเร้าในเชิงลบที่ทำให้เกิดความเครียดทำให้นักศึกษาสามารถปรับตัวได้และมีผลการเรียนดี คือ แนวคิดจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychology) (Chen et al., 2000; Avey et al., 2010) ซึ่งเป็นแนวคิดสำคัญที่เชื่อว่าการเผชิญปัญหาหรืออุปสรรคจะนำมาซึ่งความเติบโตและการพัฒนาทรัพยากรทางจิตใจ (Psychological Resources) ที่เพิ่มมากขึ้น โดยทุนทางจิตวิทยา (Psychological Capital) เป็นหนึ่งในแนวคิดจิตวิทยาเชิงบวกที่มีความสำคัญในการพัฒนาความสามารถในการเรียนรู้ การเปลี่ยนแปลง และการพัฒนาซึ่งเป็นคุณลักษณะที่มีความเฉพาะ (Unique) สามารถวัดลักษณะที่เป็นสภาวะในการเรียนรู้และพัฒนาเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้นได้ (Tuntatead et al., 2014) ซึ่งจะทำให้นักศึกษาประสบความสำเร็จในการเรียนและมีความผูกพันในการเรียนเพิ่มขึ้น การพัฒนาทุนทางจิตวิทยานี้จะนำไปสู่ผลลัพธ์ต่าง ๆ เช่น ผลการปฏิบัติงานที่ดี ความผูกพันต่องานและองค์กร รวมทั้งการแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมด้วยการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร เป็นต้น (Luthans et al., 2012; Newman et al., 2014) ถึงแม้ว่างานวิจัยในอดีตจะเน้นศึกษาทุนทางจิตวิทยาในลักษณะของการเป็นคุณลักษณะส่วนบุคคล (Trait) ที่เป็นเสมือนลักษณะบุคลิกภาพของบุคคล ซึ่งมีแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างยาก แต่การศึกษาศาสนาทุนทางจิตวิทยาในมุมมองที่สามารถพัฒนาและเปลี่ยนแปลงได้ในลักษณะของการเป็นสภาวะ (State) ก็มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในบริบทของการศึกษาเพราะถ้าหากสามารถพัฒนาให้เกิดขึ้นในกลุ่มนักศึกษาที่ต้องเผชิญกับความเครียดในการเรียนจะเป็นเสมือนตัวแปรคั่นกลางที่สำคัญที่จะทำให้ นักศึกษาที่ต้องเผชิญกับความเครียดในการเรียนที่เป็นปัจจัยทางด้านลบสามารถพัฒนาและปรับตัวให้มีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนที่ดีขึ้นและมีความผูกพันต่อการเรียน

เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นภูมิคุ้มกันที่สำคัญเพื่อให้นักศึกษาสามารถออกไปใช้ชีวิตในสังคมได้ต่อไป (Chen et al., 2000; Avey et al., 2010)

วัตถุประสงค์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเครียดในการเรียนที่มีต่อผลการเรียนและความผูกพันในการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีทุนทางจิตวิทยาเป็นตัวแปรคั่นกลาง

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยในอดีตชี้ให้เห็นประเด็นข้อถกเถียงเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเครียดในการเรียน ควรอยู่ภายใต้การรับรู้ความเครียดมากกว่าการประเมินผลกระทบของความเครียดที่แสดงออกภายนอกของนักเรียน (Wilks & Spivey, 2010) โดยความเครียดในการเรียน (Academic Stress) หมายถึงระดับความเครียดของนักศึกษาที่เกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งในด้านกายภาพ สิ่งแวดล้อม จิตใจ และสังคมที่กระตุ้นให้เกิดความวิตกกังวล ความกดดัน ความไม่สบายใจ ความคับข้องใจในการเรียน อันจะส่งผลทำให้เกิดผลกระทบต่อร่างกาย จิตใจ และพฤติกรรม ผลกระทบที่เกิดขึ้นจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคล โดยผลกระทบต่อร่างกาย เช่น ปวดศีรษะ ปวดกล้ามเนื้อ ปวดท้อง ร่างกายเหนื่อยง่าย เป็นต้น ผลกระทบต่อจิตใจ เช่น เกิดความวิตกกังวล หงุดหงิด ท้อแท้ใจ เบื่อหน่าย ซึมเศร้า และสิ้นหวัง เป็นต้น ส่วนผลกระทบต่อพฤติกรรม เช่น การไม่ใส่ใจกิจกรรมเกี่ยวกับการเรียน ขาดเรียน มาสาย เป็นต้น ผลกระทบเหล่านี้ทำให้ความสามารถในการเรียนรู้ลดลงอันนำไปสู่ผลการเรียนที่ตกต่ำ ซึ่งอาจจะเป็นสาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่อผลการเรียนและความผูกพันในการเรียนรู้ของนักศึกษา

ความผูกพันในการเรียน (Learning Engagement) หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวกของนักศึกษาที่สามารถสังเกตได้จากการแสดงพฤติกรรมในการใช้

ความทุ่มเทพยายามด้วยความเต็มใจในกระบวนการเรียนรู้ของตนเองโดยการใช้ความคิด การมีส่วนร่วมในเชิงพฤติกรรมในการเรียน การมีอารมณ์ร่วมในการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์และการรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับการเรียน โดยผู้เรียนต้องมีทักษะ กระบวนการคิด การวางแผน การติดตาม และการประเมินผล การเรียนเพื่อให้ตัวเองสามารถประสบความสำเร็จในการเรียน ความผูกพันในการเรียนประกอบด้วยองค์ประกอบมากมายแต่นักวิจัยส่วนใหญ่เห็นด้วยกับองค์ประกอบของความผูกพันในการเรียนตามแนวคิดของ Fredericks et al. (2004) ซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ 1) ความผูกพันในเชิงอารมณ์ (Affective Engagement) เป็นการแสดงออกทางอารมณ์ที่มีต่อการเรียน เช่น การให้ความสนใจ การภาคภูมิใจ การรู้สึกเหนื่อยหน่ายหรือกังวลใจเกี่ยวกับการเรียนในโรงเรียน/มหาวิทยาลัย 2) ความผูกพันในเชิงการคิด (Cognitive Engagement) การมีกลยุทธ์ในการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีทักษะ กระบวนการคิด การวางแผนติดตาม และการประเมินเนื้อหาการเรียนรู้ โดยเด็กนักเรียน/นักศึกษาที่มีความผูกพันในด้านนี้ จะมีแนวโน้มแก้ไขปัญหาที่ท้าทายด้วยความยืดหยุ่น และประเมินการเรียนรู้ในโรงเรียน/มหาวิทยาลัยเพื่อการเตรียมความพร้อมในอนาคต และ 3) ความผูกพันในเชิงพฤติกรรม (Behavioral Engagement) คือ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ของหลักสูตรอย่างเต็มที่ด้วยความพากเพียร โดยความผูกพันในการเรียนมีความสำคัญกับความสามารถ/ศักยภาพของนักเรียนในระดับอุดมศึกษา (Choi & Rhee, 2014; Coates & Mahat, 2014)

การส่งเสริมให้นักศึกษาในสถาบันการศึกษาที่ต้องเผชิญกับความเครียดในการเรียนสามารถก้าวผ่านสถานการณ์ที่กำลังเผชิญอยู่เพื่อที่จะสามารถประสบความสำเร็จในการศึกษาและมีความผูกพันในการเรียนได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยทางจิตวิทยาเชิงบวก (Positive Psychology) โดยหนึ่งในปัจจัยทางจิตวิทยาเชิงบวกที่สำคัญคือ ทุนทางจิตวิทยา (Psychology Capital) หมายถึง สภาวะทางจิตใจ

ในเชิงบวกของนักศึกษาต่อการเรียนแม้ว่าจะตกอยู่ในสภาวะตึงเครียด โดยนักศึกษาสามารถควบคุมอารมณ์ เชื่อมั่นในความสามารถและศักยภาพของตนเอง มีความคิดสร้างสรรค์ในทางบวก กล้าเผชิญหน้ากับปัญหา ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค มีสมรรถนะทางจิตใจในเชิงบวกสามารถปรับสภาพจิตใจให้กลับคืนเป็นปกติเมื่อเผชิญกับปัญหา มีการวางแผนและหาแนวทางใหม่ ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาและสามารถจัดการกับปัญหาที่เกี่ยวข้องในด้านการเรียนได้ด้วยการมองปัญหาที่เกิดขึ้นในเชิงบวก โดยทุนทางจิตวิทยาในลักษณะที่เป็น “State-like” เป็นคุณลักษณะที่สำคัญที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้พัฒนาได้มีความยืดหยุ่น (Peterson & Seligman, 2004) เช่น อารมณ์ และความรู้สึกเชิงบวก ทุนทางจิตวิทยาประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง (Self-efficacy/Confidence) การมีความหวังที่จะใช้พลังเพื่อนำไปสู่เป้าหมาย (Hope) การมีมุมมองต่อชีวิตและโลกในเชิงบวก (Optimism) และการฟื้นคืนได้เมื่อเผชิญกับปัญหาหรือความทุกข์ได้ (Resilience) (Luthans et al., 2012; Newman et al., 2014)

แม้ว่างานวิจัยส่วนมากที่ศึกษาเกี่ยวกับทุนทางจิตวิทยาจะศึกษาเพื่ออธิบายพฤติกรรมในองค์การ โดยการทดสอบความสัมพันธ์ของทุนทางจิตวิทยากับผลการปฏิบัติงานของพนักงานหรือประสิทธิภาพขององค์การส่วนใหญ่พบว่า ทุนทางจิตวิทยามีความสัมพันธ์สูงกับผลการปฏิบัติงาน (Avey et al. 2010; Luthans et al., 2007; Luthans et al., 2005) ความผูกพันในองค์การ (Larson & Luthans, 2006; Luthans et al., 2007) ความสามารถในการเผชิญความเครียด และการลาออกจากงาน (Avey et al., 2009) ในขณะที่การศึกษาในด้านทุนทางจิตวิทยาในบริบทของการศึกษายังมีปริมาณน้อย แต่การศึกษา

ทุนทางจิตวิทยาจะมีส่วนช่วยให้กระบวนการเรียนรู้ของนักศึกษาประสบความสำเร็จ เนื่องจากทุนทางจิตวิทยาในลักษณะที่เป็นสภาวะ “State-like” มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งหากสามารถพัฒนาให้เกิดขึ้นในกลุ่มนักศึกษาที่ต้องเผชิญกับความเครียดในการเรียนจะเป็นเสมือนตัวแปรคั่นกลางที่สำคัญที่จะทำให้นักศึกษาที่เผชิญกับความเครียดสามารถปรับตัวได้ดี (Rioli et al., 2012) มีผลสัมฤทธิ์ในการเรียนที่ดีและมีความผูกพันในการเรียนเพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์และเปรียบเสมือนเกราะภูมิคุ้มกันที่สำคัญเพื่อให้ นักศึกษาสามารถเผชิญกับความเครียดที่เป็นปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นในวัยเรียนและสามารถออกไปใช้ชีวิตในสังคมได้ต่อไป (Chen et al., 2000; Avey et al., 2010)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในข้างต้นสามารถตั้งสมมติฐานการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ความเครียดในการเรียนมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการเรียน

สมมติฐานที่ 2 ความเครียดในการเรียนมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันในการเรียน

สมมติฐานที่ 3 ความเครียดในการเรียนมีอิทธิพลทางตรงต่อทุนทางจิตวิทยา

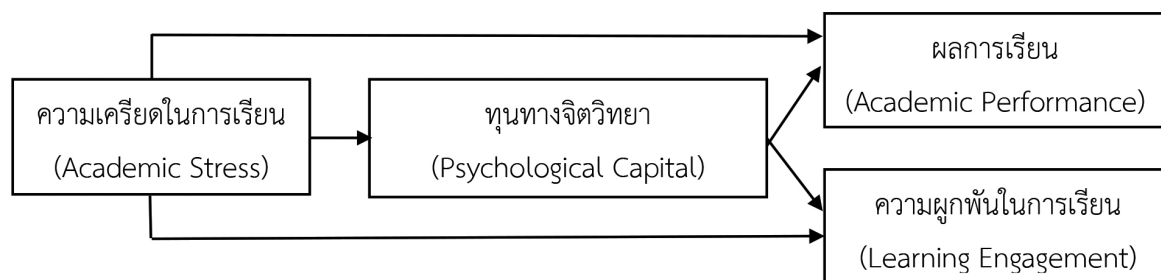
สมมติฐานที่ 4 ทุนทางจิตวิทยามีอิทธิพลทางตรงต่อผลการเรียน

สมมติฐานที่ 5 ทุนทางจิตวิทยามีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันในการเรียน

สมมติฐานที่ 6 ทุนทางจิตวิทยามีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางในความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในการเรียนและผลการเรียน

สมมติฐานที่ 7 ทุนทางจิตวิทยามีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางในความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในการเรียนและความผูกพันในการเรียน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ลงทะเบียนเรียนในปีการศึกษา 2561 จำนวนทั้งสิ้น 24,471 คน โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ตัวแปรคั่นกลางนั้นควรใช้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 500 คน (Warner, 2013) การวิจัยนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนของกลุ่มคณะและเพศ ซึ่งสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 874 คน การศึกษานี้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน สาขาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หนังสือรับรองเลขที่ COE No. 008/62 โดยกลุ่มตัวอย่างจะได้รับการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัย ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงสิทธิในการยกเลิกการเข้าร่วมการศึกษาเมื่อใดก็ได้ สิทธิในการไม่ตอบหรือไม่ให้ข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างไม่เต็มใจหรือไม่สะดวกใจ โดยข้อมูลที่ได้รับจะนำเสนอผลการศึกษาในภาพรวมเท่านั้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับเพศ ชั้นปีการศึกษา คณะที่ศึกษา และผลการเรียนสะสม (GPA สะสม) ของนักศึกษา และแบบวัด 3 ฉบับที่ได้รับการแปลและแปลย้อนกลับ (Back-translation)

ประกอบด้วย 1) แบบวัดการรับรู้ความเครียดในการเรียน (Perceived Stress Scale, PSS) ของ Colten et al. (1983) ประกอบด้วย 14 ข้อคำถาม แบบวัดนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 0 (ไม่เคยเกิดความรู้สึกแบบนั้นเลย) จนถึงระดับ 4 (เกิดความรู้สึกแบบนั้นบ่อยมาก) ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “ในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา บ่อยครั้งเพียงใดที่ท่านรู้สึกเครียดและกระวนกระวายใจเกี่ยวกับการเรียน” 2) แบบวัดทุนทางจิตวิทยา พัฒนาโดย Luthans et al. (2007) ประกอบด้วย 24 ข้อคำถาม แบบวัดนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 1 (ไม่เห็นด้วยมากที่สุด) จนถึงระดับ 5 (เห็นด้วยมากที่สุด) ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “ฉันรู้สึกมั่นใจในการวิเคราะห์ปัญหาที่เกี่ยวกับการเรียนในระยะยาวเพื่อหาแนวทางแก้ไข” และ 3) แบบวัดความผูกพันในการเรียนของ Jelas et al. (2016) ประกอบด้วย 21 ข้อคำถาม แบบวัดนี้เป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 1 (ไม่เห็นด้วยมากที่สุด) จนถึงระดับ 5 (เห็นด้วยมากที่สุด) ตัวอย่างข้อคำถาม เช่น “ฉันสนุกที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ในห้องเรียน” เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้หาคุณภาพของเครื่องมือด้วยการตรวจสอบค่าความสอดคล้อง (IOC: Item Objective Congruence Index) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน และปรับโครงสร้างภาษาตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิโดยข้อคำถามทั้งหมดมีค่า IOC > .50 จึงนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตรวจสอบวัด

ความเชื่อมั่น (Reliability) ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบวัดการรับรู้ความเครียดในการเรียน แบบวัดทุนทางจิตวิทยา และแบบวัดความผูกพันในการเรียนมีค่าเป็น .76, .94 และ .91 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ (Correlational Research) โดยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คือ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน นอกจากนี้ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงชั้น (Hierarchical Multiple Regression Analysis) ด้วย Process Macro แบบจำลองที่ 4 (Model 4) และวิธีการบูตสเตรป (Bootstrap Method) (Hayes, 2018) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 874 คน ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 66.02 และ 33.98 ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.16 รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 1 ชั้นปีที่ 3 ชั้นปีที่ 4 ไม่ระบุชั้นปี และชั้นปีที่ 5 โดยคิดเป็นร้อยละ 27.00, 18.08, 13.84, 0.57 และ 0.34 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในกลุ่มคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 53.1 รองลงมาคือกลุ่มคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และกลุ่ม

คณะวิทยาศาสตร์สุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 35.0 และ 11.9 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาด้วยการวัดค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความเครียดในการเรียนในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.15$ และ S.D. = 0.47) ในขณะที่มีระดับของทุนทางจิตวิทยาและความผูกพันในการเรียนอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.04, 3.41$ และ S.D. = 0.72, 0.55) นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีระดับผลการเรียนโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 2.87$ และ S.D. = 0.56)

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Bivariate Relationship) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อกัน เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรพบว่า ความเครียดในการเรียนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทุนทางจิตวิทยา และความผูกพันในการเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ .10 และ .12 แต่ความเครียดในการเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับผลการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ทุนทางจิตวิทยามีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการเรียนและความผูกพันในการเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ .14 และ .60 นอกจากนี้ผลการเรียนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันในการเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ .09 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ($n = 874$)

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	1	2	3
1. ความเครียดในการเรียน	2.15	0.47			
2. ทุนทางจิตวิทยา	4.04	0.72	.10**		
3. ผลการเรียน	2.87	0.56	.06	.14**	
4. ความผูกพันในการเรียน	3.41	0.55	.12**	.60**	.09**

หมายเหตุ: ** $p < .01$ ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยและช่วงความเชื่อมั่นของผลการเรียนและความผูกพันในการเรียน ($n = 874$)

ตัวแปร	ทุนทางจิตวิทยา		ผลการเรียน		ความผูกพันในการเรียน	
	Coeff. (SE)	95% CI	Coeff. (SE)	95% CI	Coeff. (SE)	95% CI
ความเครียดในการเรียน	.16** (.05)	.06, .26	.06 (.04)	-.02, .14	.07* (.10)	.003, .13
ทุนทางจิตวิทยา			.11*** (.03)	.06, .16	.45*** (.02)	.41, .49
ค่าคงที่	3.70*** (.11)	3.47, 3.92	2.31*** (.13)	2.05, 2.56	1.44*** (.10)	1.24, 1.64
	$R^2 = .01$		$R^2 = .02$		$R^2 = .37$	
	$F(1, 872) = 9.50**$		$F(2, 871) = 10.17***$		$F(2, 871) = 251.62***$	

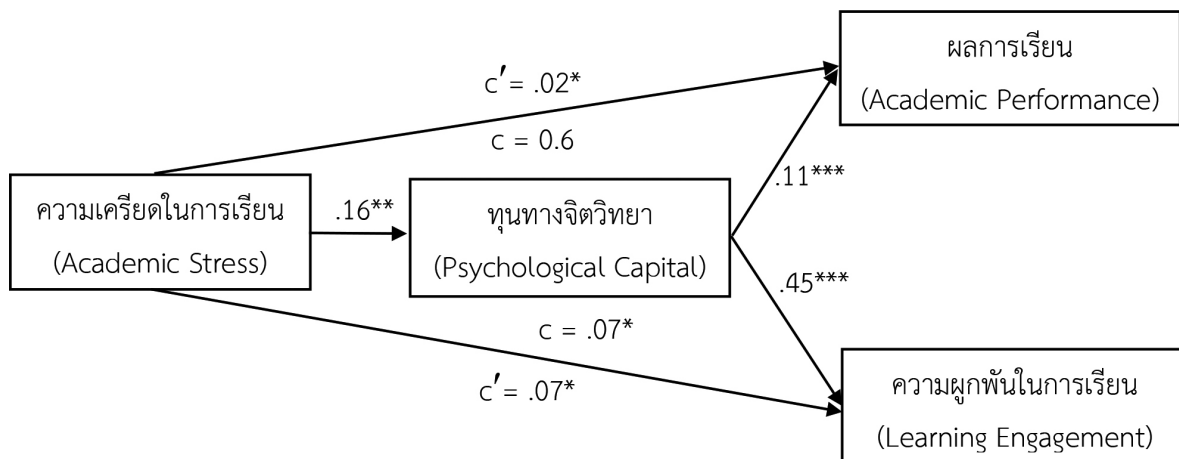
หมายเหตุ: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, Coeff. = Standardized Coefficients, SE = Standard Errorตารางที่ 3 ผลการทดสอบบทบาทการเป็นตัวแปรคั่นกลาง (Mediation Test) ($n = 874$)

ความสัมพันธ์	Bootstrapped Indirect Effect	Boot SE	Boot LLCI, ULCI
ความเครียดในการเรียน → ทุนทางจิตวิทยา → ผลการเรียน	.02*	.01	.001, .04
ความเครียดในการเรียน → ทุนทางจิตวิทยา → ความผูกพันในการเรียน	.07*	.04	.005, .14

หมายเหตุ: * $p < .05$, Bootstrap Sample Size = 10,000 (Standardized Coefficients), SE = Standard Error, LLCI = Lower Level Confidence Interval, ULCI = Upper Level Confidence Intervalตารางที่ 4 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวม ($n = 874$)

ตัวแปร	ผลการเรียน			ความผูกพันในการเรียน		
	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	อิทธิพลโดยรวม	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	อิทธิพลโดยรวม
ความเครียดในการเรียน	.06	.02*	.08	.07*	.07*	.14***
ทุนทางจิตวิทยา	.11***	-	.11***	.45***	-	.45***

หมายเหตุ: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$, Standardized Coefficients



ภาพที่ 2 เส้นทางอิทธิพลและค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของแบบจำลองการวิจัย

หมายเหตุ: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรง ค่าอิทธิพลทางอ้อม และค่าอิทธิพลโดยรวมพบว่า ทุนทางจิตวิทยามีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางแบบสมบูรณ์ (Fully Mediation) ในความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในการเรียนและผลการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยผลการวิเคราะห์พบว่าความเครียดในการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 1 (ตารางที่ 2) ในขณะที่ความเครียดในการเรียนมีอิทธิพลทางตรงต่อทุนทางจิตวิทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ .16 และทุนทางจิตวิทยามีอิทธิพลทางตรงต่อผลการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ .11 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 และ 4 ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

การวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมเพื่อทดสอบบทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของทุนทางจิตวิทยาโดยใช้วิธีการบูตสเตรป (Bootstrap Method) ซึ่งมีการกำหนดจำนวนการสุ่มตัวอย่างซ้ำทั้งสิ้น 10,000 ครั้งในการวิจัยนี้กำหนดช่วงของความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลที่ได้จากการประมาณค่าด้วยวิธีการบูตสเตรปจะต้องมีค่าต่ำสุด (Lower)

ค่าสูงสุด (Upper) ไม่ครอบคลุมค่าศูนย์ (Non-zero) จึงจะสามารถระบุค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมมีนัยสำคัญทางสถิติ (Preacher & Hayes, 2004) ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมพบว่า ความเครียดในการเรียนมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยส่งผ่านทุนทางจิตวิทยา ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ .02 และมีผลการประมาณค่าด้วยวิธีบูตสเตรปของค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดไม่ครอบคลุมศูนย์ (Boot LLCI = .001 และ Boot ULCI = .04) (ตารางที่ 3) นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ยังพบว่า ทุนทางจิตวิทยามีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางแบบบางส่วน (Partial Mediation) ในความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในการเรียนและความผูกพันในการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยผลการวิเคราะห์พบว่า ความเครียดในการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันในการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ .07 และทุนทางจิตวิทยามีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันในการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ .45 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 และ 5 ตามลำดับ (ตารางที่ 2) ในขณะที่ยังการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมเพื่อทดสอบบทบาท

การเป็นตัวแปรสื่อของทุนทางจิตวิทยาโดยใช้วิธีการ บุตสแตรพบพบว่า ความเครียดในการเรียนมีอิทธิพล ทางอ้อมต่อความความผูกพันในการเรียนของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี โดยส่งผ่านทุนทางจิตวิทยา ซึ่งมี ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ .07 และมี ผลการประมาณค่าด้วยวิธีบูตสแตรของค่าต่ำสุดและ ค่าสูงสุดไม่ครอบคลุมศูนย์ (Boot LLCI = .005 และ Boot ULCI = .14) (ตารางที่ 3) จากผลการวิเคราะห์ อิทธิพลทางอ้อมดังกล่าว จึงยอมรับสมมติฐานที่ 6 และ 7 ตามลำดับ (ภาพที่ 2) นอกจากนี้ผลการศึกษายัง พบว่า ความเครียดในการเรียนและทุนทางจิตวิทยา สามารถร่วมกันทำนายผลการเรียนของนักศึกษาระดับ ปริญญาตรีได้ร้อยละ 2.0 ($R^2 = .02$) ในขณะที่ ความเครียดในการเรียนและทุนทางจิตวิทยาสามารถ ร่วมกันทำนายความผูกพันในการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีได้ร้อยละ 37.0 ($R^2 = .37$)

อภิปรายผล

การวิจัยนี้เก็บข้อมูลในช่วงภาคฤดูร้อน ภายหลัง การสอบกลางภาคเสร็จสิ้น เนื่องจากในภาคฤดูร้อน จะมีจำนวนวิชาที่นักศึกษาลงทะเบียนเรียนน้อยกว่า การเรียนในภาคการศึกษาปกติ ซึ่งอาจทำให้ระดับ ความเครียดของนักศึกษาในภาคฤดูร้อนแตกต่าง จากภาคการศึกษาปกติ โดยระดับความเครียดของ นักศึกษาในภาคการศึกษานี้อยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาอิทธิพลของความเครียดในการเรียน ที่มีต่อผลการเรียนและความผูกพันในการเรียนของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีทุนทางจิตวิทยาเป็น ตัวแปรคั่นกลางสะท้อนให้เห็นว่า ความเครียดในการเรียน ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการเรียน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ เนื่องจากลักษณะความเครียดในการเรียน ที่นักศึกษาเผชิญส่วนใหญ่เป็นความเครียดในระดับ ชั่วคราว (State) กล่าวคือ เป็นสภาวะความเครียด ที่เกิดขึ้นเพียงช่วงเวลาเฉพาะเมื่อมีสถานการณ์และ สิ่งกระตุ้นที่ทำให้นักศึกษาเกิดความตึงเครียด ในระหว่างเรียน เช่น การสอบ การทำงานกลุ่ม และ

การนำเสนองานหน้าชั้นเรียน รวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนที่ต้องทำเพิ่มเพื่อเสริมสร้าง ทักษะทางด้านอารมณ์และสังคม ซึ่งอาจสร้างความเครียดให้กับนักศึกษาในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น เมื่อสิ้นสุดช่วงสถานการณ์ดังกล่าว ความเครียดที่เกิดขึ้นก็มีแนวโน้มลดลงจึงไม่มีอิทธิพล โดยตรงต่อผลการเรียน ในขณะที่ผลการศึกษพบว่า นักศึกษาที่มีความเครียดในการเรียนในระดับปานกลาง เป็นระดับที่เหมาะสมที่ทำให้นักศึกษามีแรงผลักดัน ในการทุ่มเทความพยายามเพื่อเอาชนะปัญหาและ อุปสรรคในการเรียน รวมทั้งมีความกระตือรือร้น ในการเรียน (Auerbach & Gramling, 1998) เมื่อนักศึกษาสามารถปรับตัวกับความเครียดที่เผชิญและ สามารถผลักดันตนเองไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ทำให้นักศึกษามีทุนทางจิตวิทยาเพิ่มขึ้น โดยสามารถฟื้นตัว เมื่อเผชิญกับปัญหาหรือความทุกข์ มีความเชื่อมั่น ในศักยภาพของตนเอง มุ่งมองต่อชีวิตและโลก ในเชิงบวก และการมีความหวังที่จะใช้พลังเพื่อนำไปสู่ เป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ ถึงแม้ว่าในภาคการศึกษาที่ผ่านมา จะต้องเผชิญปัญหาและอุปสรรคหลายอย่าง แต่สิ่งเหล่านั้นน่าจะเป็นประสบการณ์สำคัญที่มี ส่วนช่วยทำให้นักศึกษามีความเข้าใจตนเอง สามารถ ปรับตัวเมื่อเผชิญกับความเครียดในการเรียนและ ก้าวข้ามผ่านปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ได้ ดังนั้น ความเครียดในการเรียนจึงมีอิทธิพลทางตรงต่อความ ผูกพันในการเรียนและมีอิทธิพลทางตรงต่อทุนทาง จิตวิทยา

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า ทุนทาง จิตวิทยามีอิทธิพลทางตรงต่อผลการเรียนและความ ผูกพันในการเรียน สอดคล้องกับการศึกษาของ Luthans et al. (2012) ที่พบความสัมพันธ์ระหว่าง ทุนทางจิตวิทยากับผลการเรียนของนักเรียนในสาขา ธุรกิจ โดยทุนทางจิตวิทยาเป็นปัจจัยพยากรณ์เกรด (GPA) และความผูกพันในการเรียน (You & Kang, 2014) กล่าวคือ นักศึกษาที่มีความเชื่อมั่นในศักยภาพ ของตนเองจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกในการเลือกใช้

กลยุทธ์ในการคิดเพื่อทำให้การเรียนรู้ของตนเองประสบความสำเร็จ (Diseth, 2011; Valentine et al., 2004) ในขณะที่การมีความหวังมีความสัมพันธ์ต่อการมีผลการปฏิบัติหรือความสำเร็จในด้านวิชาการที่ดียิ่งขึ้น (Gilman et al., 2006; Rand et al., 2011; Seirup & Rose, 2011) โดยมีลักษณะที่สอดคล้องกับการที่นักศึกษาที่มีมุมมองต่อชีวิตและโลกในเชิงบวกจะสามารถทำสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนได้ดีกว่าคนมองโลกในเชิงลบ (Ruthig et al., 2004; Solberg et al., 2009) นอกจากนี้หนึ่งในองค์ประกอบของทุนทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการเรียนและความผูกพันในการเรียนที่สำคัญคือ การฟื้นตัวเมื่อเผชิญกับปัญหาหรือความทุกข์เพราะเป็นองค์ประกอบที่จะทำให้ศึกษาก้าวข้ามผ่านความล้มเหลว ความเครียด และความทุกข์ที่เผชิญในระหว่างเรียนได้ โดยนักศึกษาที่มีการฟื้นตัวเมื่อเผชิญกับปัญหาหรือความทุกข์ในระดับสูงจะสามารถกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมในเชิงวิชาการและตั้งใจเรียนจนประสบความสำเร็จได้ในที่สุด (Scales et al., 2006) ดังนั้นทุนทางจิตวิทยาจึงเป็นปัจจัยส่งผ่านที่สำคัญที่มีส่วนช่วยในกระบวนการเรียนรู้ให้ประสบความสำเร็จ เนื่องจากการพัฒนาส่งเสริมให้นักศึกษามีทุนทางจิตวิทยาจะมีส่วนช่วยกระตุ้นจิตใจของนักศึกษาให้มีความเข้มแข็ง ยึดหยุ่น กล้าที่จะเผชิญกับอุปสรรคต่าง ๆ เมื่อนักศึกษาเกิดความรู้สึกในเชิงบวกสามารถรับรู้ความสามารถของตนเองได้ โดยมีความเชื่อมั่นและรับรู้ถึงศักยภาพของตนเองว่าตนสามารถก้าวข้ามผ่านปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างเรียนได้ และเมื่อต้องเผชิญกับอุปสรรคหรือปัญหาที่สามารถฟื้นตัวได้ ยอมรับสภาพปัญหาตามความเป็นจริง ไม่ย่อท้อหรือยอมแพ้ต่อปัญหารวมทั้งมีมุมมองในเชิงบวกต่อการใช้ชีวิตในระหว่างเรียน ตลอดจนมีความหวังที่จะดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเรียนให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Luthans et al., 2008; Wilks & Spivey, 2010) สามารถประสบความสำเร็จในการเรียน (Roemer & Harris, 2018) มีความมุ่งมั่น พยายาม มีความ

กระตือรือร้น อุทิศพลังงานพลั้งใจของตนเองอย่างเต็มที่ อันจะทำให้ นักศึกษามีความผูกพันในการเรียนเพิ่มมากขึ้นด้วย ดังนั้นการพัฒนาทุนทางจิตวิทยาให้กับนักศึกษาจึงเป็นปัจจัยที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงการเสริมสร้างและพัฒนากระบวนการคิด อารมณ์ และพฤติกรรมในการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากการวัดความสำเร็จในการเรียนด้วยเกรดหรือคะแนนเพียงอย่างเดียวเป็นกระบวนการวัดผลที่เกิดขึ้นภายหลังการเรียนรู้โดยทันที ซึ่งเป็นข้อจำกัดของการวัดการตอบสนองในด้านประสบการณ์ความรู้สึกที่มีต่อการเรียนรู้ (You, 2016) เพราะนักศึกษาที่มีผลการเรียนระดับดีมากด้วยเกรดเฉลี่ยสูง ๆ ไม่ได้หมายความว่า จะมีความสุขและมีแรงจูงใจภายใน การเรียนรู้เสมอไป (Jeon, 2007) ทุนทางจิตวิทยาจึงเป็นปัจจัยรากฐานสำคัญที่จะทำให้ นักศึกษาประสบความสำเร็จในการเรียนรู้ เมื่อนักศึกษาเผชิญปัญหาในการเรียนจะเกิดกระบวนการเรียนรู้ซึ่งทำให้ทุนทางจิตวิทยาสามารถเปลี่ยนแปลงและพัฒนาได้ ทุนทางจิตวิทยาจึงเป็นปัจจัยทางจิตวิทยาเชิงบวกที่ก่อให้เกิดอารมณ์และความคิดในเชิงบวก ซึ่งจะก่อให้เกิดพฤติกรรมและผลลัพธ์ในเชิงบวกตามมาด้วย (Avey et al., 2010)

สรุปผล

ผลการวิจัยนี้พบข้อสรุปที่น่าสนใจคือ ทุนทางจิตวิทยามีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางแบบสมบูรณ์ (Fully Mediation) ในความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในการเรียนและผลการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี อีกทั้งทุนทางจิตวิทยามีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางแบบบางส่วน (Partial Mediation) ในความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดในการเรียนและความผูกพันในการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ดังนั้นทุนทางจิตวิทยาจึงเป็นปัจจัยรากฐานสำคัญที่จะทำให้ นักศึกษาที่ต้องเผชิญกับความเครียดในการเรียนสามารถประสบความสำเร็จในการเรียนรู้และมีความผูกพันในการเรียนเพิ่มขึ้นได้ จึงเปรียบเสมือน

เป็นภูมิคุ้มกันที่สำคัญเพื่อให้ นักศึกษาสามารถใช้ชีวิต ในระหว่างการเรียนในมหาวิทยาลัยได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า ทักษะทางจิตวิทยาเป็น หนึ่งในแนวคิดจิตวิทยาเชิงบวกที่สำคัญและสามารถ เป็นตัวแปรคั่นกลางความเครียดของนักศึกษาที่มี สภาวะเป็นลบ ซึ่งจะช่วยให้ นักศึกษาสามารถปรับตัว และเผชิญความเครียดในการเรียนได้ดียิ่งขึ้น ทำให้ นักศึกษาประสบความสำเร็จในการเรียนและมีความ ผูกพันในการเรียนเพิ่มขึ้น ซึ่งการจะเสริมสร้างทักษะ จิตวิทยาให้กับนักศึกษาเพื่อเปรียบเสมือนภูมิคุ้มกัน ทางจิตใจที่สำคัญนั้น มหาวิทยาลัยควรส่งเสริม กิจกรรมและการจัดโครงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาให้ นักศึกษามีทักษะจิตวิทยาเพิ่มขึ้น ตลอดจนส่งเสริม การเรียนการสอนที่กระตุ้นให้นักศึกษาสามารถ รับรู้และเชื่อมั่นในศักยภาพหรือความสามารถของ ตนเอง โดยใช้การเสริมแรงทางบวกเข้ามาช่วยกระตุ้น พฤติกรรม นอกจากนี้การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริม และพัฒนาทางด้านจิตใจก็มีส่วนสำคัญในการดูแล สุขภาพจิตของนักศึกษาทั้งในด้านการให้ความรู้ และการรับมือเมื่อต้องเผชิญความเครียดผ่าน ผู้เชี่ยวชาญ เช่น จิตแพทย์และนักจิตวิทยา หรือผ่าน การแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากการเสวนาของกลุ่ม นักศึกษา เพื่อให้ นักศึกษาสามารถเรียนรู้วิธีการเผชิญ ความเครียดผ่านตัวแบบที่เป็นนักศึกษาเหมือนกัน จะ

ทำให้นักศึกษามีความหวัง มองโลกในเชิงบวก และ สามารถฟื้นคืนได้เมื่อเผชิญกับปัญหาหรือความทุกข์ เนื่องจากทักษะทางจิตวิทยาในลักษณะที่เป็นสภาวะ (State) สามารถพัฒนาเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้นได้ หาก สามารถพัฒนาให้เกิดขึ้นในกลุ่มนักศึกษาที่ต้องเผชิญ กับความเครียดในการเรียนจะเป็นปัจจัยคั่นกลาง ที่สำคัญในการเผชิญความเครียดในการเรียนของ นักศึกษา ทำให้ความเครียดในการเรียนลดลงส่งผลให้ นักศึกษามีความผูกพันในการเรียนเพิ่มขึ้นและมี ผลสัมฤทธิ์ในการเรียนที่ดีขึ้นอีกด้วย

การศึกษาวิจัยในอนาคตควรศึกษาบทบาท การเป็นตัวแปรส่งผ่านของทักษะทางจิตวิทยาในแต่ละ องค์ประกอบ คือ ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง (Self-efficacy/Confidence) การมีความหวัง (Hope) การมีมุมมองต่อชีวิตและโลกในเชิงบวก (Optimism) และการฟื้นคืนได้เมื่อเผชิญกับปัญหาหรือความทุกข์ (Resilience) นอกจากนี้ควรขยายขอบเขตของ การศึกษามหาวิทยาลัยในระดับภูมิภาคและระดับ ประเทศ หรือศึกษาเปรียบเทียบนักศึกษาในกลุ่มคณะ มนุษยศาสตร์และสังคม กลุ่มคณะวิทยาศาสตร์สุขภาพ กลุ่มคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อเปรียบเทียบ ความแตกต่างของแต่ละกลุ่ม หรือศึกษาเปรียบเทียบ ในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยของรัฐ มหาวิทยาลัยเอกชน และมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ รวมทั้งศึกษาในกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาโทหรือ สูงกว่า ซึ่งอาจจะพบผลการศึกษาที่แตกต่างกัน

References

- Abouserie, R. (1994). Sources and levels of stress in relation to locus of control and self-esteem in university students. *Educational Psychology, 14*, 323-330.
- Auerbach, S. M., & Gramling, S. E. (1998). *Stress management: Psychological foundations*. Prentice Hall.
- Avey, J. B., Luthans, F., & Jensen, S. M. (2009). Psychological capital: A positive resource for combating employee stress and turnover. *Human Resource Management, 48*(5), 677-693.
- Avey, J. B., Luthans, F., & Youssef, C. M. (2010). The additive value of positive psychological capital in predicting work attitudes and behaviors. *Journal of Management, 36*, 430-452.
- Avey, J. B., Luthans, F., Smith, R. M., & Palmer, N. F. (2010). Impact of positive psychological capital on employee well-being over time. *Journal of Occupational Health Psychology, 15*, 17-28.
- Brown, T. M., Foster, C., Juma, L., Perkins, T., & Williams, M. N. (2005). Surviving college and moving toward a balanced life: Strategies for social work students. *The New Social Worker, 12*, 8-10.
- Chen, G., Gully, S. M., Whiteman, J. A., & Kilcullen, R. N. (2000). Examination of relationships among trait-like individual differences, state-like individual differences, and learning performance. *Journal of Applied Psychology, 85*, 835-847.
- Choi, B., & Rhee, B. (2014). The influences of student engagement, institutional mission, and cooperative learning climate on the generic competency development of Korean undergraduate students. *Higher Education, 67*(1), 1-18.
- Coates, H., & Mahat, M. (2014). Threshold quality parameters in hybrid higher education. *Higher Education, 68*(4), 577-590.
- Colten, S., Kamarck, T., & Mermelstein, R. (1983). Global measure of perceived stress. *Journal of Health and Social Behavior, 24*(4), 385-396.
- Diseth, A. (2011). Self-efficacy, goal orientation and learning strategies as mediators between preceding and subsequent academic achievement. *Learning and Individual Differences, 21*, 191-195.
- Fredericks, J. A., Blumenfeld, P., & Paris, A. H. (2004). School engagement: Potential of the concept, state of the evidence. *Review of Educational Research, 74*(1), 59-109.
- Gilman, R., Dooley, J., & Florell, D. (2006). Relative levels of hope and their relationship with academic and psychological indicators among adolescents. *Journal of Social and Clinical Psychology, 25*(2), 166-178.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based perspective* (2nd ed.). The Guilford Press.

- Horstmeyer, A. (2020). The generative role of curiosity in soft skills development for contemporary VUCA environments. *Journal of Organizational Change Management*, 33(5), 737-751.
- Jelas, Z. M., Azman, N., Zulnaidi, H., & Ahmad, N. A. (2016). Learning support and academic achievement among Malaysian adolescents: The mediating role of student engagement. *Learning Environ Res*, 19, 221-240.
- Jeon, S. (2007). *The effects of parents' and teachers' motivating styles on adolescents' school outcomes and psychological well-being: A test of self-determination theory in a Korean context* [Unpublished doctoral dissertation]. The University of Iowa.
- Kohn, J. P., & Frazer, G. H. (1986). An academic stress scale: Identification and rated importance of academic stressor. *Psychological Reports*, 59(2), 415-426.
- Larson, M., & Luthans, F. (2006). Potential added of psychological capital in predicting work attitudes. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13(1), 45-62.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007). Psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(5), 541-572.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Walumbwa, F. O., & Li, W. (2005). The psychological capital of Chinese workers: Exploring the relationship with performance. *Management and Organization Review*, 1(3), 249-271.
- Luthans, B. C., Luthans, K. W., & Jensen, S. M. (2012). The impact of business school students' psychological capital on academic performance. *Journal of Education for Business*, 87, 253-259.
- Luthans, F., Norman, S. M., Avolio, B. J., & Avey, J. B. (2008). The mediating role of psychological capital in the supportive organizational climate-employee performance relationship. *Journal of Organizational Behavior*, 29, 219-238.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). *Psychological capital developing the human competitive edge*. Oxford University Press.
- Maidment, J. (2003). Problems experienced by students on field placement: Using research findings to inform curriculum design and content. *Australian Social Work*, 56, 50-60.
- Milner, M., & Criss, P. (2006). Use of spiritual practices and classroom rituals of connection to reduce impact of stress in social work students. In *The National Association of Christian Social Workers 2006 Convention*. The North American Association of Christians in Social Work (NACSW). <https://www.nacsw.org/Publications/Proceedings2006/MilnerMSpiritualPracticesE.pdf>
- Newman, A., Ucbasaran, D., Zhu, F., & Hirst, G. (2014). Psychological capital: A review and synthesis. *Journal of Organizational Behavior*, 35, 120-138.

- Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2004). *Character strengths and virtues: A handbook and classification*. Oxford University Press.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, 36, 717-731.
- Rand, K. L., Martin, A. D., & Shea, A. M. (2011). Hope, but not optimism, predicts academic performance of low students beyond previous academic achievement. *Journal of Research in Personality*, 45(6), 683-686.
- Riulli, L., Savicki, V., & Richards, J. (2012). Psychological capital as a buffer to student stress. *Psychology*, 3(12A), 1202-1207.
- Roemer, A., & Harris, C. (2018). Perceived organizational support and well-being: The role of psychological capital as a mediator. *South African Journal of Industrial Psychology*, 44, 1-11.
- Ruthig, J. C., Perry, R. P., Hall, N. C., & Hladkyj, S. (2004). Optimism and attributional retraining: Longitudinal effects on academic achievement, test anxiety, and voluntary course withdrawal in college students. *Journal of Applied Social Psychology*, 34, 709-730.
- Scales, P. C., Roehlkepartain, E. C., Neal, M., Kielsmeier, J. C., & Benson, P. L. (2006). The role of developmental assets in prediction academic achievement: A longitudinal study. *Journal of Adolescence*, 29(5), 692-708.
- Seirup, H., & Rose, S. (2011). Exploring the effects of hope on GPA and retention among college undergraduate students on academic probation. *Education Research International*, 2011, 1-7. <https://doi.org/10.1155/2011/381429>
- Solberg, N. L., Evans, D. R., & Swgerstrom, S. C. (2009). Optimism and college retention: Mediation by motivation, performance, and adjustment. *Journal of Applied Social Psychology*, 39(8), 1887-1912.
- Tuntatead, H., Phattharayuttawat, S., & Manusirivithaya, V. (2014). The development of Thai-psychological capital inventory. *Journal of the Psychiatrist Association of Thailand*, 59(1), 73-83. [in Thai]
- Valentine, J. C., DuBois, D. L., & Cooper, H. (2004). The relation between self-beliefs and academic achievement: A meta-analytic review. *Educational Psychologist*, 39, 111-133.
- Warner, R. M. (2013). *Applied statistics: From bivariate through multivariate techniques* (2nd ed.). Sage Publications.
- Wilks, S. E., & Spivey, C. A. (2010). Resilience in undergraduate social work students: Social support and adjustment to academic stress. *Social Work Education*, 29(3), 276-288.
- You, J. W. (2016). The relationship among college students' psychological capital, learning empowerment, and engagement. *Learning and Individual Difference*, 49, 17-24.

You, J. W., & Kang, M. (2014). The role of academic emotions in the relationship between perceived academic control and self-regulated learning in online learning. *Computers & Education*, 77, 125-133.



Name and Surname: Tassanee Homklin

Highest Education: Ph.D. of Philosophy (Development Science), Hiroshima University

Affiliation: Chiang Mai University

Field of Expertise: Industrial & Organizational Psychology and Training Evaluation



Name and Surname: Araya Pontanya

Highest Education: Ph.D. (Psychology in Developmental Psychology), Chulalongkorn University

Affiliation: Chiang Mai University

Field of Expertise: Developmental Psychology and Child Psychology



Name and Surname: Chaiyun Sakulsriprasert

Highest Education: Ph.D. (Medical and Public Health Social Sciences), Mahidol University

Affiliation: Chiang Mai University

Field of Expertise: Personality and Adjustment, Mental Health, and Psychotherapy

แนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

THE GUIDELINES FOR DEVELOPMENT OF 21ST CENTURY SKILLS OF STUDENTS
IN THE COMPUTER EDUCATION PROGRAM, FACULTY OF EDUCATION,
RAJANAGARINDRA RAJABHAT UNIVERSITY

สายฝน เสกขุนทด

Saifon Sekkhunthod

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

Faculty of Education, Rajanagarindra Rajabhat University

Received: January 4, 2021 / Revised: June 11, 2021 / Accepted: June 23, 2021

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาระดับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษา และ 2) สังเคราะห์ข้อมูลการระดมสมองและนำเสนอแนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ใช้วิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาภาคปกติ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา ชั้นปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 49 คน เลือกแบบเจาะจง และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) จำนวน 9 คน โดยสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบบันทึกการระดมสมอง และแบบประเมินและรับรองแนวทางการพัฒนาตนเอง สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสังเคราะห์ข้อมูลการระดมสมองโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา และเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับสูงทุกกลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มทักษะที่ใช้ในการจัดการตนเองกับสภาพสังคม 2) กลุ่มทักษะที่ต้องนำมาใช้ในการจัดการกับปัญหา และ 3) กลุ่มทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิสัมพันธ์ ส่วนผลการสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 “Self Development” ประกอบด้วย การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ (S) การมุ่งเน้นประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ (E) การมุ่งเน้นผลการเรียนรู้ (L) การทัศนศึกษา (F) เปิดเวทีการสนทนา (D) การพยายาม (E) การมีวิสัยทัศน์ (V) การประเมินผลตนเอง (E) การเรียนรู้ตลอดชีวิต (L) การเรียนรู้ออนไลน์ (O) การพัฒนาตนเองแบบโครงการ (P) การสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง (M) กระตือรือร้น (E) ไม่เปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น (N) และการบริหารจัดการเวลา (T)

คำสำคัญ: ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 แนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 การพัฒนาตนเอง

Abstract

The purposes of this research were (1) to study the 21st century skills of students in the Computer Education Program of the Faculty of Education, Rajanagarindra Rajabhat University; and (2) to synthesis data of brainstorming and propose guidelines for development of the 21st Century skills of the students. This study was a mixed-method research. The research samples were 49 regular students in the Computer Education Program, who were studying in the second semester of the 2019 academic year, obtained by cluster sampling; and the key research informants were 9 purposively selected experts for brainstorming. The research tools included a questionnaire, a brainstorm recording form, and an evaluation and certifying form of guidelines for self-development. The statistics for data analysis were the frequency, percentage, mean, and standard deviation; while data from brainstorming were synthesized with content analysis.

The research findings showed that the sample group had every group of 21st Century skills at the high level. The groups of 21st Century skills were the following: (1) the skill group for self-management under social conditions, (2) the skill group to be applied in problem management, and (3) the group of basic skills required for interaction. The 21st century skill development guidelines were the acronym of “SELF DEVELOPMENT”, which could be explained as follows: Sharing and Exchange Experience (S), Efficiency and Effectiveness (E), Learning Outcome (L), Field Trip (F), Dialogue (D), Endeavor (E), Vision (V), Evaluation (E), Lifelong Learning (L), Online Learning (O), Project-Based Development (P), Motivation (M), Eager (E), Never Compare Yourself to Others (N), and Time Management (T).

Keywords: 21st Century Skills, Guidelines for Development of the 21st Century Skills, Self-Development

บทนำ

ในยุคศตวรรษที่ 21 ทุกคนกำลังเผชิญอยู่กับความท้าทายและอุปสรรคในการดำเนินชีวิตอย่างมาก เนื่องจากความรู้ ประสบการณ์ และทักษะต่าง ๆ ที่เคยเรียนรู้ในอดีตอาจไม่สามารถนำมาใช้ได้อีก เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology) ซึ่งส่งผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ และการประกอบอาชีพในอนาคต สิ่งที่เกิดขึ้นนี้จะส่งผลกระทบต่อคนที่ไม่สามารถปรับเปลี่ยน และเรียนรู้ที่จะอยู่ในวิถีชีวิตใหม่ได้ ตัวอย่างเช่น ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligences: AI) ความจริงเสมือน (Augmented Reality: AR)

อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things: IOT) อากาศยานไร้คนขับ (Drone) ระบบขนส่งแห่งอนาคต (Hyperloop) และเมืองอัจฉริยะ (Smart City) เป็นต้น (Fakkao & Singharaj, 2020) ซึ่งแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 ได้วางเป้าหมายไว้ 2 ด้าน คือ เป้าหมายด้านผู้เรียน (Learner Aspirations) โดยมุ่งพัฒนาผู้เรียนทุกคนให้มีคุณลักษณะและทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 (3Rs8Cs) ประกอบด้วย คุณลักษณะต่อไปนี้ 1) 3Rs ได้แก่ การอ่านออก (Reading) การเขียนได้ (Writing) และการคิดเลขเป็น (Arithmetic) และ 2) 8Cs ได้แก่ ทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณ และทักษะในการแก้ปัญหา

(Critical Thinking and Problem Solving) ทักษะด้านการสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creativity and Innovation) ทักษะด้านความเข้าใจต่างวัฒนธรรม ต่างกระบวนทัศน์ (Cross-cultural Understanding) ทักษะด้านความร่วมมือ การทำงานเป็นทีม และภาวะผู้นำ (Collaboration, Teamwork, and Leadership) ทักษะด้านการสื่อสาร สารสนเทศ และ การรู้เท่าทันสื่อ (Communications, Information, and Media Literacy) ทักษะด้านคอมพิวเตอร์ และ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร (Computing and ICT Literacy) ทักษะอาชีพ และทักษะการเรียนรู้ (Career and Learning Skills) และความมีเมตตา กรุณา มีวินัย จริยธรรม (Compassion) (Office of the Education Council, 2017)

ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 กลายเป็น “คำยอดฮิต” องค์กรต่าง ๆ ได้กำหนดกรอบความคิดเกี่ยวกับทักษะของคนในศตวรรษที่ 21 ซึ่งกรอบคิดที่โดดเด่นในการอธิบายทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 นี้เป็นของภาคีเพื่อการเรียนรู้ศตวรรษที่ 21 (Partnership for 21st Century Learning) หรือเรียกอย่างย่อว่า P21 ซึ่งเกิดจากการรวมตัวของผู้นำด้านการศึกษา ผู้กำหนดนโยบาย นักวิชาการภาคธุรกิจ องค์กร World Economic Forum (WEF) ได้สำรวจและวิเคราะห์ความต้องการของตลาดแรงงาน รวมทั้งแนวโน้มของเทคโนโลยีในองค์กรใหญ่ ๆ ผลการศึกษาได้สรุป 16 ทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 โดยแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ (Maytwin, 2016) ดังนี้

1. Foundational Literacies หมายถึง กลุ่มทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิสัมพันธ์กับบริบทที่แตกต่างกัน ซึ่งแปลง่าย ๆ ก็คือ อยู่ที่ไหนแล้วต้องใช้อะไรบ้างนั่นเอง เพราะเทคโนโลยีและความรู้ใหม่ ๆ ได้ก่อให้เกิดบริบทการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งทักษะเหล่านี้ได้แก่ การรู้หนังสือ (Literacy) การคำนวณ (Numeracy) การใช้เทคโนโลยี (ICT literacy) การใช้วิทยาศาสตร์กับสิ่งรอบตัว (Scientific Literacy) การเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและวัฒนธรรม

(Cultural & Civic Literacy) หรือแม้กระทั่งการจัดการด้านการเงิน (Financial Literacy) ที่รวมไปถึงวิธีการเป็นผู้ประกอบการ หรือ Entrepreneurship ซึ่งนับเป็นทักษะที่จำเป็นต่อการใช้ชีวิตเช่นกัน

2. Competencies หมายถึง กลุ่มทักษะที่ต้องนำมาใช้ในการจัดการกับปัญหา หรือความท้าทายที่ต้องเจอในชีวิต ซึ่งความท้าทายเหล่านั้นจะมีความซับซ้อนขึ้นกว่าเมื่อเทียบกับความท้าทายในโลกเก่า โดยกลุ่มทักษะนี้จะเป็นทักษะสำคัญที่ใช้ร่วมกันในด้านการคิดวิเคราะห์/การแก้ปัญหา (Critical Thinking/ Problem-Solving) สร้างวิธีการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Creativity) รวมทั้งสื่อสารและทำงานร่วมกับผู้อื่น (Communication & Collaboration) เพื่อแก้ปัญหาให้ได้ กลุ่มทักษะนี้มักถูกเรียกรวม ๆ ว่า “4C” จัดได้ว่าเป็นทักษะหลักที่ทำให้มนุษย์เราเหนือกว่าคอมพิวเตอร์นั่นเอง

3. Character Qualities หมายถึง กลุ่มทักษะที่ใช้ในการจัดการตัวเองกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น ความอยากรู้ อยากเห็น (Curiosity) การริเริ่มสร้างสรรค์ (Initiative) ความพยายามในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Persistence/grit) ความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสังคมและสภาพแวดล้อม (Adaptability) ความเป็นผู้นำ (Leadership) และความตระหนักถึงสังคมและวัฒนธรรม (Social & Cultural Awareness)

การพัฒนาหรือการนำสิ่งใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นแนวทาง แนวคิด วิธีการ มาใช้ในการทำงาน เพื่อสร้างสรรค์ผลผลิตใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากเดิม เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ดังนั้นผู้วิจัยจึงประสงค์ที่จะศึกษาระดับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 และนำเสนอแนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 เพื่อนำข้อค้นพบไปพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของเยาวชน นักเรียน นักศึกษากลุ่มอื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาาระดับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของ นักศึกษาสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์

2. สังเคราะห์ข้อมูล การระดมสมอง และนำเสนอแนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับทักษะแห่งศตวรรษ ที่ 21

ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 คือ ทักษะสำหรับการดำรงชีวิตจึงจำเป็นต้องมีทั้งความรู้และทักษะจึงก่อให้เกิดองค์ความรู้ที่สมบูรณ์ในโลกแห่งศตวรรษที่ 21 ผสมผสานองค์ความรู้ ทักษะเฉพาะด้านความชำนาญการและความรู้เท่าทันด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อความสำเร็จของผู้เรียนทั้งด้านการงานและการดำเนินชีวิต อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ได้คิดวิเคราะห์ แสดงความคิดเห็นในการแก้ปัญหาต่าง ๆ โดยภาคีเพื่อการเรียนรู้ศตวรรษที่ 21 (Partnership for 21st Century Learning) หรือที่เรียกอย่างย่อว่า P21 เกิดจากการรวมตัวของผู้นำด้านการศึกษา ผู้กำหนดนโยบาย นักวิชาการภาคธุรกิจ ผลการศึกษาได้สรุป 16 ทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 (21st Century Skill) โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ (Maytwin, 2016) ได้แก่ 1) กลุ่มทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิสัมพันธ์กับบริบทที่แตกต่าง 2) กลุ่มทักษะที่ต้องนำมาใช้ในการจัดการกับปัญหาหรือความท้าทายที่ต้องเจอในชีวิต และ 3) กลุ่มทักษะที่ใช้ในการจัดการตัวเองกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ส่วนวิสัยทัศน์สำหรับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ของกลุ่ม P21 ซึ่งอธิบายชุดผลลัพธ์สำคัญสำหรับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่ผสมผสานทั้งเนื้อหาความรู้ (สาระวิชาหลักและความรู้สำคัญในการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21) และชุดทักษะต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี และทักษะชีวิตและการทำงาน เข้าด้วยกัน โดยผลลัพธ์เหล่านี้เชื่อมโยง

กับระบบส่งเสริมการเรียนรู้รอบด้าน ได้แก่ มาตรฐานและการประเมินหลักสูตรและวิธีการสอน การพัฒนาวิชาชีพ และสภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ ซึ่งควรได้รับการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการพัฒนาทักษะศตวรรษที่ 21

แนวทางการพัฒนาตนเอง

การพัฒนาตนเอง หมายถึง การที่บุคคลพยายามที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตนด้วยตนเอง ให้ดีขึ้นกว่าเดิมหรือมีความเหมาะสมกว่าเดิม เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้ตนเองสามารถมุ่งไปสู่เป้าหมายตามที่ต้องการ ซึ่งจะส่งผลทำให้เกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง บุคคลที่จะพัฒนาตนเองได้จะต้องเป็นผู้มุ่งมั่นที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงตนเอง โดย Pojanapanichkul (2013) กล่าวว่า การพัฒนาตนเองของบุคคลสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ เทคนิคที่ทุกคนสามารถนำไปปฏิบัติเพื่อพัฒนาตนเอง ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ตนเอง 2) มุ่งมั่นที่จะเปลี่ยนแปลง 3) มองโลกแง่ดี 4) ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ 5) ตั้งเป้าหมายในการทำงาน 6) วางแผนก่อนการลงมือทำ 7) มีการสื่อสารที่ดี 8) มีบุคลิกภาพที่ดี 9) สมาธิเพิ่มพลังในการคิด และ 10) สุขภาพดี ซึ่งการพัฒนาตนเองจะเกิดมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความต้องการที่จะพัฒนาตนเอง กระบวนการพัฒนาตนเองนั้นจะประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ คือ 1) การเรียนรู้ 2) การวินิจฉัยตนเอง 3) การกำหนดเป้าหมาย 4) การหาทรัพยากรที่เหมาะสม 5) เพื่อนร่วมงาน 6) ความอดทนและพยายาม และ 7) การประเมินผล (Megginson & Pedler, 1992)

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) แบบลำดับอธิบายผล (The Explanatory Sequential Design) (Joungtrakul & Ferry, 2020) มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาภาคปกติ

สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา คณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์ ปีที่ 1-5 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 161 คน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาภาคปกติ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา ชั้นปีที่ 2 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 49 คน เลือกแบบเจาะจงนักศึกษาทุกคนที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชา ECE205 จริยธรรมและกฎหมายสำหรับครูคอมพิวเตอร์ เพื่อศึกษาระดับแห่งศตวรรษที่ 21 และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) โดยสุ่มอย่างง่าย จำนวน 9 คน เพื่อการระดมสมอง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 2) แบบบันทึกการระดมสมอง และ 3) แบบประเมินและรับรองแนวทางการพัฒนาตนเอง

3. การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

3.1 การสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยยึดหลักตามแนวคิดทฤษฎีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 (21st Century Skill) จำนวน 16 ข้อ ดังนี้

1) กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้าง แบบสอบถาม

2) ศึกษา นิยาม ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างแบบสอบถาม

3) สร้างแบบสอบถามซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยมี 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของนักศึกษา ได้แก่ เพศ และ อายุ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list) เลือกตอบคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุด 1 รายการ

ตอนที่ 2 ระดับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษา ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ (Srisa-ard, 2002)

5 หมายถึง นักศึกษามีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับสูงมาก

4 หมายถึง นักศึกษามีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับสูง

3 หมายถึง นักศึกษามีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง นักศึกษามีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง นักศึกษามีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับน้อยมาก

3.2 แบบบันทึกการระดมสมองผู้วิจัยบันทึกประเด็นระดมสมอง พร้อมทั้งตรวจสอบข้อมูลสังเคราะห์ข้อมูลสำคัญโดยหาฉันทามติความเห็นสอดคล้องกันเป็นส่วนใหญ่เพื่อพัฒนาแนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21

3.3 แบบประเมินและรับรองแนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 มีลักษณะการให้คะแนนแบบรูปิก 10 ข้อ ข้อละ 3 ระดับ

3.4 การตรวจหาคุณภาพแบบสอบถามเกี่ยวกับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21

1) นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ

2) ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประเมินความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามเพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับข้อคำถาม (IOC: Index of Item of Objective Congruence)

3) เกณฑ์การตัดสินค่า IOC ถ้าข้อใดมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป แสดงว่า ข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงตามจุดประสงค์หรือตรงตามเนื้อหาที่อ้างถึงว่าข้อคำถามข้อนั้นสามารถนำไปใช้สอบถามกลุ่มเป้าหมายจริงได้ โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นในงานวิจัยนี้มีค่า IOC เท่ากับ 1.00 ทุกข้อ ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์การประเมินทุกข้อ

4) ทดลองใช้แบบสอบถามกับนักศึกษาที่มีวุฒิ ความรู้ และประสบการณ์ทางการเรียนใกล้เคียงและคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง ซึ่งได้แก่ นักศึกษาภาคปกติ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา ชั้นปีที่ 1 และ ชั้นปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) (Cronbach's Alpha Coefficient) (Saiyos & Saiyos, 1995) ผลพบว่า

แบบสอบถามเกี่ยวกับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .914

5) จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับจริงเป็นลักษณะออนไลน์ด้วยโปรแกรม Google form เพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่าง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ระยะ ระยะที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ในวันศุกร์ที่ 21 กุมภาพันธ์ 2563 เวลา 11.00-12.00 น. และระยะที่ 2 จัดประชุมระดมสมองกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) จำนวน 9 คน เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ในวันศุกร์ที่ 13 มีนาคม 2563

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

5.1 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

5.2 วิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลของนักศึกษา ด้วยค่าความถี่ (f) และร้อยละ (%) แล้วนำเสนอข้อมูลตารางพร้อมทั้งคำบรรยายได้ตาราง

5.3 วิเคราะห์ระดับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษา วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

5.4 เกณฑ์การพิจารณาคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) ของระดับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 โดยใช้เกณฑ์การจัดอันดับที่แต่ละชั้นมีความกว้างเท่ากับ 0.80 เท่ากันทุกชั้น ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.79 หมายถึง นักศึกษามีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับน้อยมาก

ค่าเฉลี่ย 1.80-2.59 หมายถึง นักศึกษามีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.60-3.39 หมายถึง นักศึกษามีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.40-4.19 หมายถึง นักศึกษามีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับสูง

ค่าเฉลี่ย 4.20-5.00 หมายถึง นักศึกษามีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับสูงมาก

5.5 สังเคราะห์ข้อมูลการระดมสมองเพื่อพัฒนาแนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21

ประเด็นคำถามระดมสมอง ได้แก่ “แนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของข้าพเจ้า” ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้ร่วมระดมสมองนำเสนอแนวทางการพัฒนาตนเองได้อย่างอิสระ หลังจากนั้นผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) นำประเด็นแนวทางพัฒนาดตนเองของผู้ร่วมระดมสมองผนวกกับข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วเรียบเรียงร่างแนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 โดยเขียนเป็นภาพ และบรรยายเชิงพรรณานำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบและประเมิน

ผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (67.35%) อายุต่ำสุด 19 ปี อายุสูงสุด 24 ปี อายุเฉลี่ย 20.20 ปี

2. ผลการศึกษาระดับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 จำนวน 16 ทักษะ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม พบว่า นักศึกษามีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 อยู่ในระดับสูงทุกกลุ่ม โดยมีคะแนนเฉลี่ยลำดับสูงสุด ได้แก่ กลุ่มทักษะที่ใช้ในการจัดการตนเองกับสภาพสังคม ($\bar{X} = 3.76$) ลำดับที่ 2 ได้แก่ กลุ่มทักษะที่ต้องนำมาใช้ในการจัดการกับปัญหา ($\bar{X} = 3.66$) และลำดับที่ 3 ได้แก่ กลุ่มทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.43$) รายละเอียดดังตารางที่ 1-3

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษากลุ่มทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิสัมพันธ์ ($n = 49$ คน)

ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21	ระดับทักษะ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
กลุ่มทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิสัมพันธ์ (Foundational Literacies)	3.43	.52	สูง
1. นักศึกษามีทักษะด้านสังคมและวัฒนธรรม (Cultural & Civic Literacy)	3.67	.68	สูง
2. นักศึกษามีทักษะด้านการจัดการด้านการเงิน (Financial Literacy)	3.61	.73	สูง
3. นักศึกษามีทักษะด้านการใช้เทคโนโลยี (ICT Literacy)	3.53	.82	สูง
4. นักศึกษามีทักษะด้านวิทยาศาสตร์กับสิ่งรอบตัว (Scientific Literacy)	3.29	.65	ปานกลาง
5. นักศึกษามีทักษะด้านการใช้ภาษา (Literacy)	3.27	.53	ปานกลาง
6. นักศึกษามีทักษะด้านการคำนวณ (Numeracy)	3.24	.75	ปานกลาง

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาระดับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษา กลุ่มทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิสัมพันธ์พบว่า ภาพรวมมีทักษะอยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.43$) โดยคะแนนเฉลี่ยลำดับสูงสุดได้แก่ มีทักษะด้านสังคมและวัฒนธรรม อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.67$) รองลงมาได้แก่นักศึกษามีทักษะแห่งศตวรรษ

ที่ 21 ด้านการจัดการด้านการเงิน อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.61$) และลำดับที่ 3 ได้แก่ นักศึกษามีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ด้านการใช้เทคโนโลยี อยู่ระดับสูง ($\bar{X} = 3.53$) ส่วนทักษะด้านการคำนวณ คะแนนเฉลี่ยอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษากลุ่มทักษะที่ต้องนำมาใช้ในการจัดการกับปัญหา ($n=49$ คน)

ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21	ระดับทักษะ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
กลุ่มทักษะที่ต้องนำมาใช้ในการจัดการกับปัญหา (Competencies)	3.66	.57	สูง
1. นักศึกษามีทักษะด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่น (Collaboration)	3.86	.79	สูง
2. นักศึกษามีทักษะด้านการสื่อสารกับผู้อื่น (Communication)	3.76	.75	สูง
3. นักศึกษามีทักษะด้านการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Creativity)	3.53	.68	สูง
4. นักศึกษามีทักษะด้านการคิดวิเคราะห์/การแก้ปัญหา (Critical Thinking/Problem-Solving)	3.51	.68	สูง

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาระดับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษา กลุ่มทักษะที่ต้องนำมาใช้ในการจัดการกับปัญหาพบว่า ภาพรวมมีทักษะอยู่ระดับสูง ($\bar{X} = 3.66$) โดยคะแนนเฉลี่ยลำดับสูงสุด ได้แก่ มีทักษะด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่น อยู่ระดับสูง

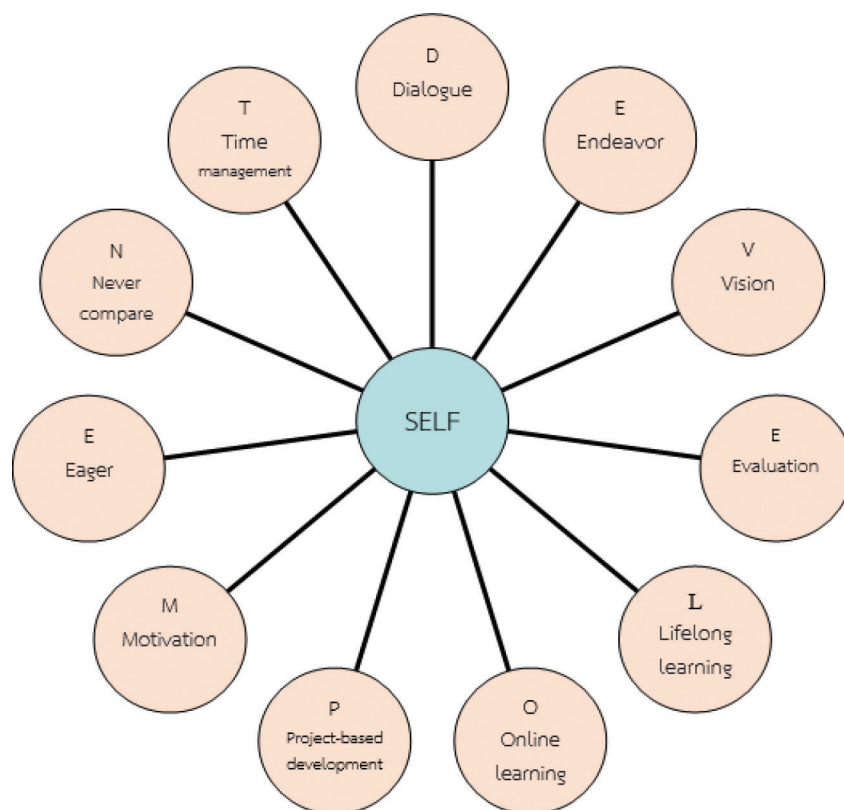
($\bar{X} = 3.86$) ลำดับรองลงมา ได้แก่ มีทักษะด้านการสื่อสารกับผู้อื่น อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 3.76$) และลำดับที่ 3 ได้แก่ มีทักษะด้านการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และทักษะด้านการคิดวิเคราะห์/การแก้ปัญหา อยู่ระดับสูง ($\bar{X} = 3.53$ และ 3.51 ตามลำดับ)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษากลุ่มทักษะที่ใช้ในการจัดการตัวเองกับสภาพสังคม ($n = 49$ คน)

ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21	ระดับทักษะ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
กลุ่มทักษะที่ใช้ในการจัดการตัวเองกับสภาพสังคม (Character Qualities)	3.76	.55	สูง
1. นักศึกษามีทักษะด้านความพยายามในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Persistence/Grit)	4.06	.69	สูง
2. นักศึกษามีทักษะด้านความตระหนักถึงสังคมและวัฒนธรรม (Social & Cultural Awareness)	3.98	.80	สูง
3. นักศึกษามีทักษะด้านความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสังคมและสภาพแวดล้อม (Adaptability)	3.88	.73	สูง
4. นักศึกษามีทักษะด้านความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity)	3.73	.73	สูง
5. นักศึกษามีทักษะด้านการริเริ่มสร้างสรรค์ (Initiative)	3.51	.65	สูง
6. นักศึกษามีทักษะด้านความเป็นผู้นำ (Leadership)	3.37	.78	ปานกลาง

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาระดับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษา กลุ่มทักษะที่ใช้ในการจัดการตัวเองกับสภาพสังคมพบว่า ภาพรวมมีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 อยู่ระดับสูง ($\bar{X} = 3.76$) โดยคะแนนเฉลี่ยลำดับสูงสุด ได้แก่ มีทักษะด้านความพยายามในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ อยู่ระดับสูง ($\bar{X} = 4.06$) รองลงมา ได้แก่ มีทักษะ ด้านความตระหนักถึงสังคมและวัฒนธรรม อยู่ระดับสูง ($\bar{X} = 3.98$) และลำดับที่ 3 ได้แก่ มีทักษะ ด้านความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสังคมและสภาพแวดล้อม อยู่ระดับสูง ($\bar{X} = 3.88$) ส่วนทักษะด้านความเป็นผู้นำ อยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$)

3. แนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ผลการสังเคราะห์ข้อมูลการระดมสมอง เพื่อพัฒนาแนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งสรุปโดยการวิเคราะห์เนื้อหา และเขียนบรรยายเชิงพรรณนา หลังจากสรุปแนวทางการพัฒนาตนเอง “Self Development” แล้ว ได้นำแนวทางนี้เสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินและรับรองแนวทางการพัฒนา ผลการประเมินอยู่ในระดับดีเยี่ยม ($\bar{X} = 2.70$) หมายถึง แนวทางที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพสามารถนำไปใช้งานจริงได้โดย “Self Development” หมายถึง การพัฒนาตนเอง ลงมือทำด้วยตนเอง โดยผ่านกระบวนการการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ออกแบบทำขึ้นด้วยความตั้งใจ ตั้งใจ และเต็มใจของตนเอง ดังภาพที่ 1 และมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 แนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 (Self Development)

3.1 S: Sharing and Exchange Experience (การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนประสบการณ์) หรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge Sharing) หมายถึง การที่กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน รวมตัวกันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การแบ่งปันความรู้ มีองค์ประกอบหลักสำคัญ 3 ประการ คือ คน (People) สิ่งอำนวยความสะดวก (Infrastructure) และสถานที่ และบรรยากาศ (Place) โดยคนเป็นองค์ประกอบ ที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นแหล่งศูนย์รวมของความรู้

3.2 E: Efficiency and Effectiveness (การมุ่งเน้นประสิทธิภาพและประสิทธิผล) หมายถึง การพัฒนาตนเองจะต้องคำนึงถึงเน้นประสิทธิภาพ การทำงาน ซึ่งคำนึงถึงกระบวนการที่มีความประหยัด ได้แก่ ประหยัดต้นทุน ทรัพยากร และเวลา รวมถึง สิ่งที่ทำให้การเสร็จทันเวลา มีคุณภาพ โดยพิจารณา ทั้งกระบวนการตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ซึ่งส่งผลต่อผลผลิตที่ดี ส่วนประสิทธิผล หมายถึง

ผลสำเร็จของงานที่เป็นไปตามความมุ่งหวังที่กำหนด ไว้ในวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย และเป้าหมายเฉพาะ ได้แก่ เป้าหมายเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ

3.3 L: Learning Outcome (การมุ่งเน้น ผลการเรียนรู้) หมายถึง สิ่งที่พัฒนาขึ้นในตัวนักศึกษา หลังจากที่ได้พัฒนาตนเอง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้าน คุณธรรม จริยธรรม 2) ความรู้ 3) ทักษะทางปัญญา 4) ทักษะความสามารถระหว่างบุคคล และ 5) ทักษะ การวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศ

3.4 F: Field Trip (การทัศนศึกษา) หมายถึง การพัฒนาตนเองในสถานที่จริง เพื่อไปหา ประสบการณ์นอกห้องเรียน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และ ประสบการณ์ที่สอดคล้องกับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 โดยต้องอาศัยการวางแผนและการดำเนินการอย่าง มีขั้นตอนเป็นสำคัญ การทัศนศึกษา ช่วยให้นักศึกษา มีประสบการณ์ตรง ช่วยฝึกฝนระเบียบวินัย การตรง

ต่อเวลา และมนุษยสัมพันธ์ ช่วยส่งเสริมการทำงานร่วมกันทั้งก่อนและหลังการทํากิจกรรมทัศนศึกษา และช่วยให้การเรียนรู้เป็นไปในลักษณะบูรณาการ

3.5 D: Dialogue (เปิดเวทีการสนทนา) หมายถึง การปรับฐานความคิด โดยการฟังจากผู้อื่นที่มีความรู้และประสบการณ์มากกว่า ทำให้นักศึกษาเห็นภาพที่ใกล้เคียงกัน เหมือนกัน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันมากยิ่งขึ้น ซึ่งการเปิดเวทีสนทนาทำให้นักศึกษาพัฒนาทักษะที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิสัมพันธ์ เช่น ทักษะด้านการใช้ภาษา ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยี ทักษะด้านสังคมและวัฒนธรรม ทักษะด้านการสื่อสารกับผู้อื่น เป็นต้น

3.6 E: Endeavor (การพยายาม) หมายถึง การที่นักศึกษาลงมือพัฒนาตนเองเกี่ยวกับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ทำแล้วทำอีก ยังทำต่อไปแม้ยากลำบาก ไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้น ยังทำต่อไปถึงปลายทางของ “ความพยายาม” คือ “ความสำเร็จ”

3.7 V: Vision (การมีวิสัยทัศน์) หมายถึง การกำหนดเป้าหมายสำหรับการพัฒนาตนเองแห่งศตวรรษที่ 21 ที่มีลักษณะกว้าง ๆ เป็นความต้องการเกี่ยวกับการเรียนหรือการประกอบอาชีพในอนาคต วิสัยทัศน์จึงเสมือนความทะเยอทะยานของตนเองที่อยากจะเป็น อยากจะทำภายใต้ความพยายาม ความมุ่งมั่นตั้งใจของตนเอง

3.8 E: Evaluation (การประเมินผลตนเอง) หรือ Self-assessment หมายถึง การทบทวนการปฏิบัติงาน และบทบาทหน้าที่ของตนเองในช่วงเวลาที่ผ่านมามีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผลดังที่ตั้งใจไว้หรือไม่ เพียงใด อย่างไร และอยู่ในระดับใด ซึ่งมุ่งให้นักศึกษาเกิดการทบทวนไตร่ตรองการปฏิบัติงาน (Revise) สะท้อนความคิด (Reflection) และนำไปสู่การพัฒนา (Improvement) ในการพัฒนาตนเองเกี่ยวกับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของตนเองอย่างต่อเนื่อง

3.9 L: Lifelong Learning (การเรียนรู้ตลอดชีวิต) หมายถึง ทักษะของการเรียนรู้และการพัฒนา

ตนเองของนักศึกษาอย่างหลากหลายรูปแบบ ทั้งในระบบ นอกระบบ และตามอัธยาศัย เพื่อการเสริมสร้างทักษะเดิมที่มีอยู่ (Upskill) ให้ยังสามารถใช้กับโลกยุคปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการสร้างทักษะใหม่ ๆ (Reskill) ที่ตอบรับกับโลกในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

3.10 O: Online Learning (การเรียนรู้ออนไลน์) หมายถึง วิธีการพัฒนาตนเองด้วยสื่อออนไลน์ในลักษณะหรือรูปแบบใดก็ได้ ซึ่งการถ่ายทอดเนื้อหาสาระผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยนักศึกษสามารถเรียนรู้หรือพัฒนาตนเองได้ตามอัธยาศัยได้ทุกที่ ทุกเวลา สามารถโต้ตอบระหว่างกันได้เสมือนการนั่งอยู่ในห้องเดียวกัน

3.11 P: Project-Based Development (การพัฒนาตนเองแบบโครงการ) หมายถึง การพัฒนาตนเองโดยกำหนดสถานการณ์หรือโครงการ เป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นเพื่อสร้างความสนใจที่เกิดจากตัวนักศึกษามาใช้ในการทำกิจกรรมค้นคว้าหาความรู้ด้วยตัวนักศึกษาเอง นำไปสู่การเพิ่มความรู้และทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ที่ได้จากการลงมือปฏิบัติ การฟัง และการสังเกต ผ่านกระบวนการทำงานเป็นกลุ่ม

3.12 M: Motivation (การสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง) หมายถึง พลังผลักดันให้นักศึกษามีพฤติกรรม และกำหนดทิศทางและเป้าหมาย นักศึกษาจะต้องสร้างแรงจูงใจให้กับตนเองอย่างมาก จะต้องใช้ความพยายามในการกระทำไปสู่เป้าหมายโดยไม่ลดละ ต้องตั้งเป้าหมายของตนเอง วางแผนสู่ความสำเร็จ สร้างความเป็นมืออาชีพให้กับตนเอง และการให้รางวัลกับตนเอง

3.13 E: Eager (กระตือรือร้น) หมายถึง การพัฒนาตนเองจะต้องกระทำด้วยความกระตือรือร้น ความกระหาย ความอยากได้ ความทะเยอทะยาน ผู้ที่มีความกระตือรือร้น ย่อมมีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่า

3.14 N: Never Compare Yourself to Others (ไม่เปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น) หมายถึง การ

ไม่นำสิ่งที่ตนเองมีตนเองเป็นอยู่ไปเปรียบเทียบกับผู้อื่น ทั้งที่ผู้อื่นเป็นหรือมีมากกว่าเราหรือเราเป็นหรือมีมากกว่าคนอื่น แต่ควรมุ่งเปรียบเทียบตนเองกับเกณฑ์มาตรฐานในเรื่องนั้น ๆ รวมถึงเปรียบเทียบตนเองกับผลการประพฤติปฏิบัติที่ผ่านมาเพื่อพัฒนาตนเองให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป

3.15 T: Time Management (การบริหารจัดการเวลา) หมายถึง การรู้จักวางแผนและจัดสรรเวลาในการพัฒนาตนเองอย่างถูกต้องเหมาะสม การกำหนดและการควบคุมการปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามเวลาและวัตถุประสงค์ที่กำหนด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการพัฒนาตนเอง การบริหารเวลาที่ดีจะต้องใช้หลัก PLAN-วางแผนเป็นเลิศ...มีชัยไปกว่าครึ่ง DO-เร่งรีบดำเนินการ...มุ่งสู่เป้าหมาย

อภิปรายผล

1. จากการตอบแบบสอบถามนักศึกษามีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ระดับสูงทุกกลุ่ม ทั้งนี้เป็นเพราะนักศึกษาทุกคนเรียนในระดับอุดมศึกษา อายุเฉลี่ย 20.20 ปี ซึ่งย่างเข้าสู่วัยผู้ใหญ่มีทักษะด้านสังคมและวัฒนธรรม ทักษะด้านการจัดการด้านการเงินมาเป็นอย่างดี มีทักษะด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่นด้วยเหตุที่การเรียนในระดับอุดมศึกษานักศึกษาต้องช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ทำงานร่วมกัน สอดคล้องกับภาคีเพื่อทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 (Partnership for 21st Century Skills, 2013) ที่กล่าวว่าทักษะในศตวรรษที่ 21 เป็นทักษะที่สำคัญที่ผู้เรียนทุกคนพึงมีเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการเรียน การทำงาน การดำรงชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับ Panich (2012) ที่กล่าวว่า ทักษะในศตวรรษที่ 21 เป็นทักษะที่ทุกคนต้องเรียนรู้ตั้งแต่ชั้นอนุบาลไปจนถึงมหาวิทยาลัย และตลอดชีวิต ซึ่ง Kumvang และ Jaichalad (2017) ได้เล็งเห็นถึงการพัฒนาด้านทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของครูเนื่องจากในศตวรรษที่ 21 เป็นยุคที่ต้องเตรียมคนออกไปเป็นคนที่ใช้ความรู้ และเป็นบุคคลพร้อมเรียนรู้ไม่ว่าจะประกอบสัมมาชีพใด การเรียนรู้ของ

นักเรียนเปลี่ยนแปลงเป็นการเรียนรู้จากการค้นคว้าเองของนักเรียน โดยครูช่วยแนะนำ และช่วยออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้สอดคล้องกับ Thanormchayathawat et al. (2016) ที่กล่าวว่า นอกจากทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 แล้ว การพัฒนาให้นักศึกษาสามารถดำรงชีวิตและยืนหยัดในโลกอนาคตได้อย่างมีความสุข ทั้งด้านการดำเนินชีวิตและด้านหน้าที่การงาน สามารถเอาตัวรอด เป็นบัณฑิตที่มีคุณสมบัติพร้อม และประสบความสำเร็จได้นั้น จำเป็นต้องเสริมสร้างให้นักศึกษามีคุณลักษณะ ทักษะแห่งอนาคตใหม่ พัฒนาจิตสำนึกต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จิตสำนึกต่อการเป็นพลเมืองและจรรยาบรรณให้สังคมในอนาคตน่าอยู่มากยิ่งขึ้น นั่นคือ จิตห้าลักษณะสำหรับอนาคตประกอบด้วย จิตเชี่ยวชาญ จิตรู้สังเคราะห์ จิตเคารพ จิตสร้างสรรค์ และจิตจริยธรรม

2. นักศึกษามีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านการจัดการด้านการเงิน ด้านการใช้เทคโนโลยีอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้เป็นเพราะนักศึกษาเรียนสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษาซึ่งใช้ทักษะด้าน ICT เป็นประจำทุกวันทั้งในเรื่องการเรียนและการใช้ชีวิตในยุคพลเมืองดิจิทัล จึงมีทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีในระดับสูง นอกจากนี้ทักษะด้านเทคโนโลยี เป็นทักษะที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งผู้เรียนและคนในยุคใหม่โดยเฉพาะยุคศตวรรษที่ 21 จะต้องเรียนรู้และสามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะทักษะที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง (Sinlarat, 2014) สอดคล้องกับ Siriluk et al. (2014) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ที่เหมาะสมในการบ่งชี้ทักษะของนักเรียนในศตวรรษที่ 21 องค์ประกอบที่ 3 ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยี มี 6 ตัวบ่งชี้ ดังนี้ 1) กำหนดขอบเขตของข้อมูลที่ต้องการได้ 2) เลือกใช้สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล 3) ประเมินข้อมูลและแหล่งที่มาอย่างมีวิจารณญาณ 4) สามารถ

จัดเก็บจัดการและเชื่อมโยงสารสนเทศจากหลายแหล่งที่มาและเลือกใช้ได้อย่างสร้างสรรค์และเหมาะสม 5) สามารถใช้สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศในการนำเสนอได้อย่างเหมาะสมตามวัตถุประสงค์และสภาพแวดล้อม 6) ใช้สารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยีอย่างถูกต้องตามหลักจริยธรรมและกฎหมาย ส่วน Suanplang (2012) กล่าวว่า แนวคิดสำคัญในศตวรรษที่ 21 ที่นักศึกษาจำเป็นต้องทราบและมีความรู้พื้นฐานเหล่านี้เป็นพื้นฐานเพื่อให้สามารถประกอบอาชีพได้อย่างมี “สัมมาชีพ” เป็นพลเมืองที่ดีของสังคมและมีความสุขในชีวิต มีจิตสำนึกต่อโลก มีคุณธรรมจริยธรรม มีจิตอาสารักษาสีงแวดล้อม เป็นผู้มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม รวมถึงมีความสามารถที่จะต้องเรียนรู้และทำงานร่วมกับคนจากวัฒนธรรมที่หลากหลาย และสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศได้

3. นักศึกษามีทักษะที่ต้องนำมาใช้ในการจัดการกับปัญหาอยู่ระดับสูง ทั้งนี้เป็นเพราะการเรียนสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ศึกษา นักศึกษาจะต้องฝึกทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงสู่การวิเคราะห์และออกแบบการเขียนโปรแกรมภาษาคอมพิวเตอร์ รวมถึงนักศึกษาต้องฝึกทักษะการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และสื่อการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับแนวคิดของ Samrattana (2013) กล่าวถึงทักษะความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ได้แก่ คิดอย่างสร้างสรรค์ ประกอบด้วยการใช้เทคนิคการสร้างสรรค์ที่หลากหลาย สร้างความคิดที่ทั้งเป็นความคิดเสริมจากเดิม และความคิดก้าวหน้าใหม่ ๆ รอบคอบ กลั่นกรอง วิเคราะห์ และประเมินความคิดตนเองเพื่อปรับปรุงและให้เกิดพลังอย่างเต็มที่ ส่วนการทำงานอย่างสร้างสรรค์กับคนอื่น คือ การพัฒนา ปฏิบัติ และสื่อสารความคิดใหม่สู่คนอื่น เปิดกว้างและตอบสนองต่อทักษะใหม่ ๆ ที่หลากหลายนำมาใช้ประโยชน์และมีผลสะท้อนต่อการทำงาน การคิดอย่างมีวิจารณญาณมีความสัมพันธ์กับการคิดแก้ปัญหา โดยการคิดอย่างมีวิจารณญาณเป็นทักษะสำคัญของการแก้ปัญหา ผลการวิจัยของ Siriluk et al.

(2014) พบว่า องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ที่เหมาะสมในการบ่งชี้ทักษะของนักเรียนในศตวรรษที่ 21 ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ทักษะการคิดอย่างสร้างสรรค์ 3 ตัวบ่งชี้ 1) รู้จักค้นหาแนวคิดหรือมุมมองใหม่ ๆ โดยใช้เทคนิคที่หลากหลาย 2) บอกคำตอบได้อย่างหลากหลายในเวลาจำกัด 3) อธิบายวิธีการคิดและประเมินแนวคิดของตนได้ องค์ประกอบที่ 2 ทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณและการแก้ปัญหา มี 4 ตัวบ่งชี้ 1) นิยามและทำความเข้าใจปัญหา 2) การวิเคราะห์ ประเมิน สรุป และเลือกใช้ข้อมูลในการแก้ปัญหา 3) สร้างทางเลือกในการแก้ปัญหาได้อย่างหลากหลาย 4) ตัดสินใจลงข้อสรุปในการแก้ปัญหา โดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะตามมาจากทางเลือกนั้นได้อย่างมีเหตุผล

4. นักศึกษามีทักษะที่ใช้ในการจัดการตัวเองกับสภาพสังคมอยู่ระดับสูง ทั้งนี้เป็นเพราะนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีเพื่อนำความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ในสถานศึกษาสู่การประกอบอาชีพ ดังนั้นนักศึกษาจึงต้องพยายามทำหน้าที่ให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ต้องตระหนักในความรับผิดชอบต่อตนเอง สังคมและสภาพแวดล้อมรอบตัว นักศึกษาถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาประเทศ นักศึกษาหรือผู้เรียนจำเป็นต้องมีความรู้ ทักษะ และเจตคติในการทำงาน การจัดการ การดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพ และการใช้เทคโนโลยี (Ministry of Education, 2009) นอกจากนี้ผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 จะมีทักษะที่สอดคล้องกับสภาพสังคมและวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น เกิดจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมการพัฒนาทักษะชีวิตอย่างรอบด้านของครูผู้สอน ครูผู้สอนในฐานะผู้ออกแบบและจัดกิจกรรมการเรียนรู้จึงต้องมีศักยภาพ ตลอดจนความสนใจและการให้ผู้เรียนได้ทดลองปฏิบัติในสถานการณ์จริงเพื่อให้เกิดทักษะอาชีพ อันเป็นส่วนสำคัญในการดำรงชีวิตของผู้เรียนในอนาคต (Noppakit, 2018)

5. แนวทางการพัฒนาตนเอง เป็นแนวทางสำหรับการลงมือทำด้วยตนเอง ผ่านกระบวนการ

การเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ออกแบบทำขึ้นด้วยความตั้งใจ และเต็มใจ ทั้งนี้เป็นเพราะการพัฒนาตนเองทำให้นักศึกษามีการวางแผนการพัฒนาอย่างมีรูปแบบและใกล้เคียงสิ่งที่เป็นจริงและพัฒนาศักยภาพของตนเองตามแบบฉบับของตนเองเป็นการเตรียมตนให้พร้อมในด้านต่าง ๆ สำหรับการทำงานหลังสำเร็จการศึกษา เพื่อรองรับกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่ง Siriluk et al. (2014) ทำวิจัยพบว่า องค์ประกอบที่เหมาะสมในการบ่งชี้ทักษะของนักเรียนในศตวรรษที่ 21 องค์ประกอบที่ 4 ทักษะการสื่อสาร องค์ประกอบที่ 5 ทักษะชีวิตและอาชีพ สอดคล้องกับ Chantamart และ Isarankura Na Ayudhaya (2015) ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาทักษะการสอนของครูสังคมศึกษาเพื่อการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ด้วยตนเอง ด้านการบริหารจัดการเรียนรู้ ควรได้รับการอบรม ครูมีการจัดประสบการณ์หลากหลาย มีการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ระเบียบวินัยให้ผู้เรียนควบคู่กันไป ด้านการจัดการเรียนรู้ ครูควรจัดกิจกรรมที่เน้นกระบวนการคิดวิเคราะห์ให้แก่ผู้เรียน มีนวัตกรรมหรือสื่อการเรียนรู้เหมาะสมกับเนื้อหาวิชาและผู้เรียน กิจกรรมการเรียนรู้เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ครูเปลี่ยนบทบาทจากผู้สอนเพียงอย่างเดียวมาเป็นผู้นำ (coaching) สอดคล้องกับ Thanornchayathawat et al. (2016) กล่าวว่า การพัฒนานักศึกษาเพื่อเสริมสร้างทักษะในศตวรรษที่ 21 จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ เปลี่ยนวิธีคิด เปลี่ยนวิธีการเรียนรู้ และเปลี่ยนวิธีการพัฒนา การพัฒนาจะต้องมีความเป็นพลวัต (Dynamic) ให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของโลกภายนอก เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การพัฒนานักศึกษาในศตวรรษนี้จะต้องให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากการลงมือทำ ลงมือปฏิบัติจริง ผู้เรียนสามารถสร้างความรู้จากสิ่งที่ตนปฏิบัติ สามารถนำความรู้ใหม่ไปใช้ได้อย่างสร้างสรรค์ และเตรียมตัวเพื่อการใช้ชีวิตในโลกที่เป็นจริง ส่งเสริมให้นักศึกษาร่วมมือการทำงานกับนักศึกษาต่างสาขา

วิชา ต่างคณะ ซึ่งคุณภาพของบัณฑิตในศตวรรษที่ 21 ต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ มีทักษะในการเรียนรู้ การปรับตัว มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์และเชี่ยวชาญในการทำงาน

สรุปผล

1. ระดับทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของนักศึกษาสาขาคอมพิวเตอร์ศึกษา ชั้นปีที่ 2 คณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ อยู่ในระดับสูงทุกกลุ่ม โดย 1) กลุ่มทักษะที่ใช้ในการจัดการตนเองกับสภาพสังคม ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านการจัดการด้านการเงิน ด้านการใช้เทคโนโลยี อยู่ในระดับสูง ส่วนทักษะด้านการคำนวณ อยู่ในระดับปานกลาง 2) กลุ่มทักษะที่ต้องนำมาใช้ในการจัดการกับปัญหาด้านการทำงานร่วมกับผู้อื่น ด้านการสื่อสารกับผู้อื่น ด้านการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และทักษะด้านการคิดวิเคราะห์/การแก้ปัญหาอยู่ในระดับสูง 3) กลุ่มทักษะพื้นฐานที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิบัติงานด้านความพยายามในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ด้านความตระหนักถึงสังคมและวัฒนธรรม ด้านความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสังคมและสภาพแวดล้อม อยู่ในระดับสูง ส่วนทักษะด้านความเป็นผู้นำ อยู่ในระดับปานกลาง

2. แนวทางการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 “Self Development” ประกอบด้วย การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ (S) การมุ่งเน้นประสิทธิภาพและประสิทธิผล (E) การมุ่งเน้นผลการเรียนรู้ (L) การทัศนศึกษา (F) เปิดเวทีการสนทนา (D) การพยายาม (E) การมีวิสัยทัศน์ (V) การประเมินผลตนเอง (E) การเรียนรู้ตลอดชีวิต (L) การเรียนรู้ออนไลน์ (O) การพัฒนาตนเองแบบโครงงาน (P) การสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง (M) กระตือรือร้น (E) ไม่เปรียบเทียบตนเองกับผู้อื่น (N) และการบริหารจัดการเวลา (T) ซึ่งเป็นแนวทางที่เยาวชน นักเรียน นักศึกษาลงมือทำด้วยตนเอง โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ออกแบบทำขึ้นด้วยความตั้งใจและเต็มใจของตนเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 จากผลการวิจัยพบว่า ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 กลุ่มพื้นฐานที่จำเป็นต้องใช้ในการปฏิสัมพันธ์ นักศึกษามีระดับทักษะต่ำกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้น สาขาวิชาควรจัดโครงการฝึกอบรมหรือจัดค่ายวิชาการ รวมทั้งจัดหาสื่อดิจิทัลที่ทันสมัย เหมาะสมกับวัยของนักศึกษาเพื่อเสริมสร้างทักษะด้านการคำนวณ การใช้ภาษา และด้านวิทยาศาสตร์ เพื่อนักศึกษาจักได้เป็นพลเมืองดิจิทัลหรือพลเมืองแห่งศตวรรษที่ 21 อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

1.2 จากผลการวิจัยพบว่า ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 สาขาวิชาและคณะ ควรจัดกิจกรรมหรือโครงการพัฒนานักศึกษาในรูปแบบของการเข้าค่ายหรือรวมกลุ่ม เพื่อนช่วยเพื่อน กิจกรรมการเปิดเวทีการสนทนาแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างกลุ่มทักษะที่ต้องนำมาใช้ในการจัดการกับปัญหา เช่น ทักษะด้านการคิดวิเคราะห์/การแก้ปัญหา ทักษะด้านการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ รวมถึงกลุ่มทักษะที่ใช้ในการจัดการตัวเองกับสภาพสังคม เช่น ทักษะด้านความเป็นผู้นำ ทักษะด้านการริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นต้น

1.3 สถานศึกษา คณะ สาขาวิชาต่าง ๆ รวมถึงเยาวชน นักเรียน นักศึกษา ควรนำแนวทาง “Self Development” ไปประยุกต์ใช้จริงด้วยการพัฒนาตนเองทั้ง 15 วิธี เพื่อให้เป็นบุคคลที่สามารถดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ได้อย่างมีความสุข รู้เท่าทันสื่อ และเป็นพลเมืองของชาติที่มีคุณภาพต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำวิจัยเรื่อง “การพัฒนาแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนเพื่อพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 สำหรับพลเมืองดิจิทัล” ที่สามารถใช้ได้อย่างสะดวก ทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ที่สนับสนุนค่าลงทะเบียนตีพิมพ์บทความวิจัย ขอขอบคุณสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่พิจารณาตีพิมพ์บทความวิจัยตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารปัญญาภิวัฒน์ ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย และขอขอบใจกลุ่มตัวอย่างการวิจัยทุกคนที่ช่วยกันทำหน้าที่อย่างดีเพื่อให้การวิจัยเสร็จสิ้นตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

References

- Chantamart, P., & Isarankura Na Ayudhaya, W. (2015). A study of teaching skills of social studies teachers for the 21st century learning in world-class standard secondary schools. *OJED*, 10(4), 612-624. [in Thai]
- Educational Testing Service. (2002). *Digital transformation a framework for ICT literacy*. Educational Testing Service.
- Fakkao, S., & Singharaj, A. (2020). Teacher as instructional designer in 21st century. *Panyapiwat Journal*, 12(2), 302-315. [in Thai]
- Joungtrakul, J., & Ferry, K. N. (2020). Mixed Methods Research (MMR): Choosing among seven MMR designs. *NRRU Community Research Journal*, 14(1), 1-14. [in Thai]
- Kumvang, W., & Jaichalad, N. (2017). Guideline of 21st century skills for Phitsanulok secondary educational service area office. *Lampang Rajabhat University Journal*, 6(1), 129-138. [in Thai]

- Maytwin, P. (2016). *21st Century skill & entrepreneurship for new generations*. Medium. <https://medium.com/base-the-business-playhouse>
- Megginson, D., & Pedler, M. (1992). *Self-development a facilitator's guide*. Graw-Hill.
- Ministry of Education. (2009). *Basic education core curriculum, B.E. 2551*. Agricultural Cooperative Federation of Thailand. [in Thai]
- Noppakit, S. (2018). Organizing activities to develop life skills in the 21st century. *Journal of Research and Curriculum Development*, 8(1), 53-66. [in Thai]
- Office of the Education Council. (2017). *Thailand educational plan B.E. 2017-2037*. Prikwarn Graphic. [in Thai]
- Panich, W. (2012). *A way to create learning for students in the 21st century*. Tathata Publication. [in Thai]
- Partnership for 21st Century Skills. (2013). *Framework for 21st century learning*. Battelle for Kids. <https://www.battelleforkids.org/networks/p21>
- Phimolsathien, T. (2017). Innovation and human resource management: A case study of fashion luxury entrepreneurs in Thailand. *Journal of Politics, Administration, and Law*, 9(3), 199-233. [in Thai]
- Pojanapanichkul, P. (2013). *The efficiency development of a person*. Prachin.RU www.prachin.ru.ac.th/บทความ%20การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน.pdf [in Thai]
- Saiyos, L., & Saiyos, A. (1995). *Educational research techniques* (5th ed.). Suweeriyen. [in Thai]
- Sarnrattana, W. (2013). *A new paradigm in education, a case of perspective on 21st century education*. Thippayawisuth. [in Thai]
- Sinlarat, P. (2014). *21st Century skill, must step away from the trap of the west*. Dhurakij Pundit University. [in Thai]
- Siriluk, W., Prachanban P., & Parnichparinchai, T. (2014). Indicators development of student's skill in the 21st century. *Journal of Education Naresuan University*, 16(4), 155-165. [in Thai]
- Srisa-ard, B. (2002). *Introduction to research* (7th ed.). Suweeriyasan. [in Thai]
- Suanplang, P. (2012). Future trends of information technology. In S. Chaloeysap (Ed.), *Information Technology* (p. 218). Suan Dusit Rajabhat University. [in Thai]
- Thanormchayathawat, B., Vanitsupavong, P., Niemted, W., & Portjanatanti, N. (2016). 21st Century skills: A challenge for student development. *The Southern College Network Journal of Nursing and Public Health*, 3(2), 208-221. [in Thai]



Name and Surname: Saifon Sekkhunthod

Highest Education: Doctor of Philosophy (Ph.D.), Chulalongkorn University

Affiliation: Rajanagarindra Rajabhat University

Field of Expertise: Computer Education, Research Methodology, and Statistics

TERTIARY STUDENT INTENTION TO USE BLOCKCHAIN-BASED ACADEMIC RECORDS: A CASE STUDY OF UBON RATCHATHANI PROVINCE, THAILAND

Charnsak Srisawatsakul¹ and Waransanang Boontarig²

^{1,2}Faculty of Computer Science, Ubon Ratchathani Rajabhat University

Received: March 19, 2021 / Revised: June 7, 2022 / Accepted: June 20, 2022

Abstract

Blockchain-based applications possess the disruption of several industries worldwide. Researchers applied blockchain to transform the educational industry in several approaches, including blockchain-based academic records system. In Thailand, major universities in the capital have applied blockchain-based academic records systems, but it is relatively new in rural areas. Therefore, this study aims to analyze the adoption behavior toward blockchain-based academic records systems of tertiary students in Ubon Ratchathani Province, Thailand. We proposed an integrated research model based on the technology acceptance model and task-technology fit. The data were collected using online and offline questionnaires (Cronbach's alpha > 0.84). A total of 134 randomly selected participants responded to the questionnaires and the obtained data were analyzed. The partial least square structural equation model was applied for empirically testing of the hypotheses. Every hypothesis was statistically supported. However, the behavioral intention to use blockchain-based academic records was predicted by perceived usefulness and task technology fit with 50.6 percent of the variance. Perceived ease of use was the strongest predictor of perceived usefulness. Perceived privacy risk had a negative impact on perceived usefulness. Task technology fit was confirmed in our study. Finally, the paper discussed and provided the practical implications for stakeholders related to the blockchain-based academic records system.

Keywords: Academic Records System, Blockchain, Technology Acceptance, Task-Technology Fit, Tertiary Student

Introduction

The academic record is a formal track record of a student's academic history at the educational institutions. It is a certification of skills, level of education, etc. Employers need certification and academic records from

candidates when applying for a job. Now, the job market is highly competitive, with limited job offers but increased job seekers. Thus, the human resource department receives many job applications every day. Therefore, it is impossible to verify all certification

documents. This situation is happening worldwide, allowing illegal businesses to take advantage by offering fake diplomas or certificates. The fake degree is known as diploma mills, degree mills, and accreditation mills (Brown, 2006). In Thailand, the problem of degree mills still exists (Buasuwan & Jones, 2016). A quick search on the internet on the “buying fake diploma” shows many companies that provide the degree mills.

Recently, blockchains have emerged as powerful platforms across industries. It is a digital ledger that enables a decentralized infrastructure for keeping transaction records without any central authority. The blockchain enables a trustless network suitable for transactions in several contexts. Therefore, it has drawn the interest of stakeholders from lots of industries. Nakamoto (Nakamoto, 2009) introduced it in 2009 as a cryptocurrency named “Bitcoin”. Cryptocurrency is an extremely successful application of blockchain technology. It is a decentralized digital currency that has the potential to eliminate the central bank (Tschorsch & Scheuermann, 2016).

Blockchain’s characteristics, including transparency, traceability, security, etc., which, if applied to the academic records system, may help reduce the degree mills problems (Arenas & Fernandez, 2018; Han et al., 2018; Lizcano et al., 2020). However, Blockchain is still new for rural universities, especially in Ubon Ratchathani Province, Thailand. Hence, the study on the adoption of blockchain-based technology is still minimal.

Objective

The objective of this study is to analyze the factors affecting the adoption of blockchain-based academic records systems in the universities in Ubon Ratchathani Province, Thailand.

Literature Review

Blockchains

Blockchain technology is a combination of several techniques, including mathematics, algorithm, cryptography, etc. Overall, it can be considered a peer-to-peer distributed data structure. Blockchain is a consecutive chain of blocks, where each block can store data that be considered a transaction (Nakamoto, 2009). Therefore, the database’s transaction is shared by entirely nodes participating in a system. Wright and De Filippi (2015) defined the blockchain in the database context as “A distributed, shared, encrypted database that serves as an irreversible and incorruptible public repository of information”.

A blockchain started with a dataset referred to as a “block”. Each block contains the reference to the preceding block in the blockchains, transaction data, and the data used to validate the data associated with that block, which comes from a complex mathematical puzzle (proof of work). The proof of work is complicated (costly, time-consuming) data to generate but simple enough for others to verify and satisfies specific requirements (Tschorsch & Scheuermann, 2016).

After a new block has been successfully added to the blockchain for a while, it will become permanent and computationally impractical to alter because every block after it will be invalid and have to be regenerated. In conclusion, blockchain has a mechanism that guarantees immutability, accuracy, and authenticity without a centralized regulating party. Therefore, blockchain technology has been applied to many industries, such as payment services with blockchain (Dam et al., 2020), supply chains with blockchain (Dujak & Sajter, 2019; Kamble et al., 2019), hotel services with blockchain (Miraz et al., 2020), blockchain as the financial instrument (Heidari, 2019; Sebastian & Venkatesh, 2021), the use of blockchain in e-government (Batubara et al., 2018).

Blockchain-based academic records system

The benefit of blockchain technology functionality, including decentralization, scalability, reliability, security, and cost reduction, can be applied to the educational industry. As a result, academic institutions worldwide have employed blockchain technology in different approaches.

European Commission's science and knowledge service (Grech & Camilleri, 2017) reported examples of potential scenarios that the educational institution will benefit from blockchains, such as issuing certificates, lifelong learning passports, intellectual property management, and personal data management. However, One of the most applications of blockchain is the academic

records system. For example, EduCTX (Turkanović et al., 2018) is a global blockchain-based higher education credit platform based on the European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS) concept. Unichain (Daraghmi et al., 2019) is a blockchain-based smart contract for Electronic Academic Records (EARs). Moreover, various researchers proposed a blockchain-based method for storing, verifying, and sharing academic records (Arenas & Fernandez, 2018; Han et al., 2018; Lizcano et al., 2020). The major frontier universities in Bangkok have applied blockchain technology in their process. However, the universities in the Ubon Ratchathani Province still have not fully adopted this technology yet.

Technology adoption

Over the decades, researchers have attempted to assess and identify the factors that increase users' adoption of a new system or technology. Several theories and research models have been proposed in different contexts. One of the oldest models still famous is the Theory of Reasoned Action (TRA) (Fishbein & Ajzen, 1977). It seeks to explain that attitudes and subjective norms predict behavioral intention. Furthermore, the same researcher presented the Theory of Planned Behavior (TPB) (Ajzen, 1991) as the upgraded version of TRA. The TPB adds a factor called perceived behavioral control. However, TRA and TPB were not explicitly designed for the information technology context.

Davis (1989) proposed a new model specifically for technology adoption based on TRA, namely Technology Acceptance Model

(TAM). The TAM consisted of two primary predictors: Perceived Ease of Use (PEOU) and Perceived Usefulness (PU). Those predictors were used to predict the behavioral intention to use technology. It is one of the most widely applied among researchers in the field of

information technology acceptance. Moreover, TAM was used as a core model for the broader context of technology adoption (King & He, 2006). The TAM's research model is shown in Figure 1.

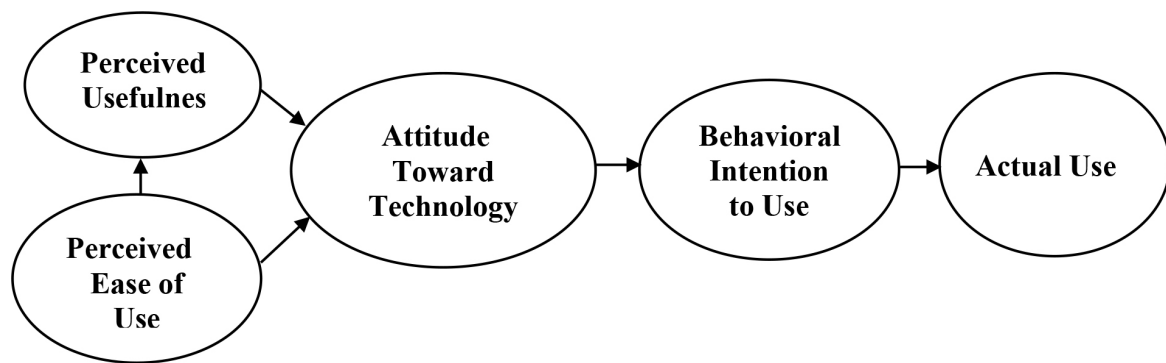


Figure 1 TAM research model (Davis, 1989)

Recent literature also used TAM to investigate the adoption of blockchain. For example, Kamble et al. (2021) predict an institute's chance of successful blockchain adoption using a machine learning technique and TAM. Almekhlafi & Al-Shaibany (2021) reviewed the papers on blockchain adoption from 2017 to 2021. They suggested that TAM is the most common model to assess the adoption of blockchain. However, the number of studies on blockchain adoption in education is still limited.

Task-Technology Fit

The Task-Technology Fit model (TTF) explains the information system's performance by investigating the suitability between two factors: task characteristics and technology characteristics. Those two factors predicted the task-technology fit in order to assess the user's performance and utilization. The original TTF model shows in Figure 2. TTF is widely used for evaluating in several contexts (Dishaw & Strong, 1999; Isaac et al., 2017; Klopping & McKinney, 2004; Wu & Chen, 2017).

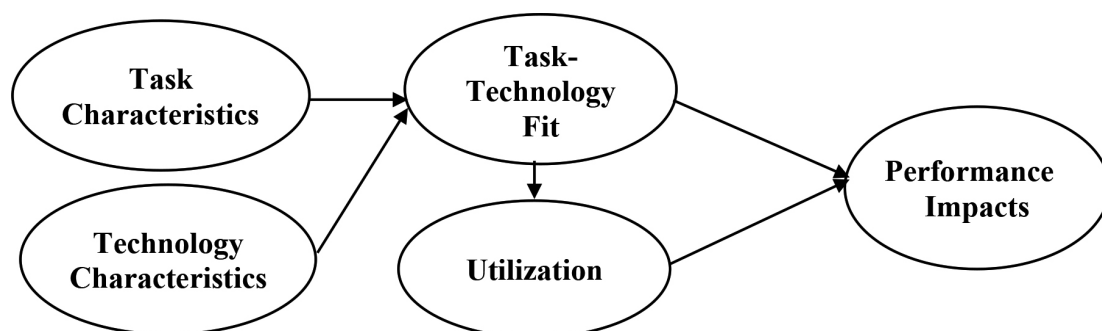


Figure 2 TTF research model (Ballarini et al., 1995)

Methodology

Designing the conceptual model

Perceived Usefulness (PU) and Perceived Ease of Use (PEOU) were widely used for predicting the intention to use technology (Davis, 1989). However, since blockchain in academic records is an entirely new experience, the Task-Technology Fit (TTF) (Ballarini et al., 1995) was added to predict behavioral intention. The TTF has two factors: Technology Characteristics (TC) and Task Characteristics (TFC). Furthermore, academic records are considered sensitive information. Therefore, the Perceived Privacy Risks (PPR) (Featherman & Pavlou, 2003) was added to the model.

Perceived Usefulness (PU)

David (1989) defined PU as “the degree to which a person believes that using a particular system would enhance his or her job performance (Davis, 1989)”. It is one of the most common constructs used for assessing behavioral intention. Prior research study on the effect of perceived usefulness toward blockchain technology found that it has a positive influences blockchain adoption in a different context (Dam et al., 2020; Heidari, 2019; Kamble et al., 2019; Lee et al., 2019; Miraz et al., 2020; Sebastian & Venkatesh, 2021). Assume that users feel that by using blockchain to manage academic records, they will be able to manage their academic information more securely and reliably, as well as enhance their overall effort to manage their academic information. In that case, it may help to create a positive perception of using these systems. Thus, for our context, PU is defined as “the

extent to which using blockchain technology in academic records will provide direct benefits to the users with their activities in academic information”. Therefore, the hypothesis is:

H1: Perceived usefulness positively affects the behavioral intention to use blockchain-based academic records.

Perceived Ease of Use (PEOU)

PEOU is defined as “the degree to which a person believes that using a particular system would be free of effort (Davis, 1989)”. PEOU has a positive effect on the intention to use technology (Legris et al., 2003; Mitzner et al., 2010). Especially with the brand new technology, it will have a strong influence on using the system. Previous research on the adoption of blockchain technology also adopted PEOU as a factor influencing the adoption (Dam et al., 2020; Heidari, 2019; Kamble et al., 2019; Lee et al., 2019; Miraz et al., 2020; Sebastian & Venkatesh, 2021). We therefore hypothesize:

H2: Perceived ease of use positively affects the perceived usefulness of blockchain-based academic records.

Perceived Privacy Risks (PPR)

Academic information is a sensitive information. Therefore, It is crucial to have control over the academic information’s visibility and reliability. Users, on the other hand, will sense a risk to their academic information privacy. The privacy risk is defined as “Potential loss of control over personal information, such as when information about you is used without your knowledge or permission (Featherman & Pavlou, 2003)”.

Perceived privacy risk is one of the most salient concerns for adopting e-services (Featherman et al., 2010; Featherman & Pavlou, 2003). It is also a common concern in the adoption.

H3: Perceived privacy risk negatively affects the behavioral intention to use blockchain-based academic records.

Task-Technology Fit (TTF)

TAM focuses on the influence of an individual's perception of technology adoption. On the other hand, TTF explained how technology leads to performance impacts (Ballarini et al., 1995). TTF is defined as “the degree to which a technology assists an individual in performing his or her portfolio of tasks (Ballarini et al., 1995)”. It is considered the linkage between individual performance, task condition, and the technology's functionality. Therefore, we added the TTF to our model and TAM to profoundly investigate the adoption of blockchain-based academic records for both perception and appropriateness of the technology.

H4: Task technology fit positively affects the behavioral intention to use

blockchain-based academic records.

The TTF is predicted by Technology Characteristics (TC) and Task Characteristics (TFC). Reference (Dishaw & Strong, 1999; Heidari, 2019; Klopping & McKinney, 2004) integrated the TTF with the TAM model. Therefore, we proposed that:

H5: Task technology fit positively affects the perceived usefulness of blockchain-based academic records.

H6: Task technology fit positively affects the perceived ease of use of blockchain-based academic records.

H7: Technology characteristics positively affect the Task technology fit of blockchain-based academic records.

H8: Technology characteristics positively affect the perceived ease of use of blockchain-based academic records.

H9: Task Characteristics positively affect the task technology fit of blockchain-based academic records.

The conceptual research model of this study is shown in Figure 3.

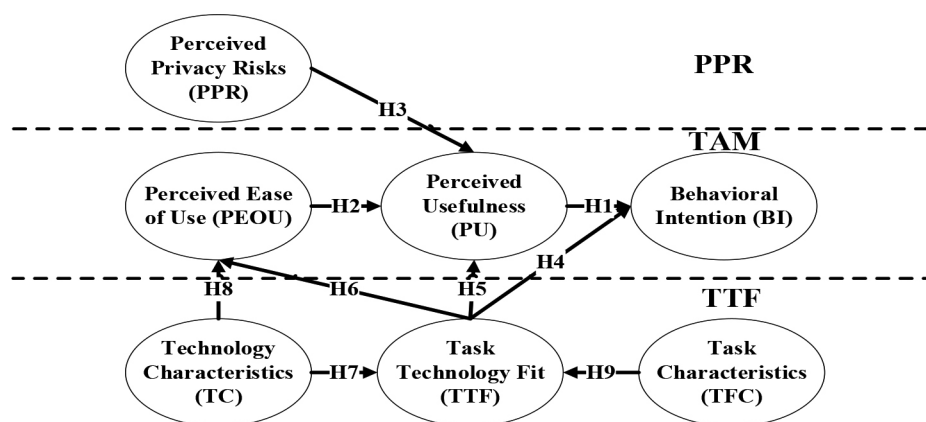


Figure 3 Proposed research model

Participants and data collection

This study's target population is tertiary students from Ubon Ratchathani University (36 participants) and Ubon Ratchathani Rajabhat University (98 participants). The number of populations is 26,896. The participants of the study were selected using a convenience sample method. The data was collected using a self-administered online and offline questionnaire. We sent the questionnaire link to students' university email and online social networking groups. The questionnaire was active for a month (January 2021). One hundred thirty-nine participants answered the questionnaires, but five of them did not pass the screening requirements. The final analysis used 134 participants to test the hypotheses (N = 134). Of these, 29 are male, and 105 are female. The age of participants ranges from 18 to 25 years old because they are tertiary students.

Instrument of constructs

The constructs of the questionnaire were tested and validated from previous studies. We integrated the TAM and TTF based on the evidence that it should help predict the adoption of both individual perception and the fitness of task to the technical aspects (Dishaw & Strong, 1999; Klopping & McKinney, 2004). The PPR was also added to the proposed model (Featherman & Pavlou, 2003).

The constructs were modified to be a more specific context of using blockchain in academic records. The modified constructs are shown in Table 1. In order to keep the

questionnaire short, each construct contains two items: the minimum number of items as arrows points to a latent variable in the model (Wong, 2013).

We added a friendly introduction that explains how the blockchain works, the application in academic records, and its benefits.

The questionnaire consists of two parts. The first part asked about demographic information. The second part contains the constructs from the proposed research model. The variables' constructs have been evaluated with a 7-point Likert scale (1 = "strongly disagree" to 7 = "strongly agree").

Data Analysis

The collected data are analyzed using Partial Least Square Structural Equation Modelling (PLS-SEM) (Hair et al., 2014) with a software package name SmartPLS version 3.3.3 (Ringle et al., 2015). The PLS-SEM does not require that data need to have a normal distribution. The PLS is famous for analyzing small sample sizes (Hair et al., 2014; Ringle & Sarstedt, 2011; Wong, 2013). Previous literature suggested that a sample size of 100 to 200 is enough for carrying out path analysis modeling (Hoyle, 1995; Wong, 2013).

For testing the hypotheses, the bootstrapping will test the hypothesis by creating a bootstrap sample from a repeated random sample of the original sample (Vinzi et al., 2010; Mooney et al., 1993; Ringle & Sarstedt, 2011).

Table 1 Instrument of constructs

Constructs		Questions	Ref.
BI	BINT1	I will definitely use the academic records system using blockchain when it is ready.	(Davis, 1989; Fishbein & Ajzen, 1977)
	BINT2	I will often use the academic records system using blockchain if I have a chance.	
PEOU	PEOU1	In general, the academic records system using blockchain is easy to use.	(Davis, 1989)
	PEOU2	Learning how to use the academic records system using blockchain is easy for me.	
PPR	PPR1	Using the academic records system using blockchain would lead to a loss of privacy because my personal information would be used without my knowledge.	(Featherman & Pavlou, 2003)
	PPR2	What are the chances that my academic records will not be private anymore if I use The academic records system?	
PU	PU1	I find that using the academic records system using blockchain will increase the performance of related work.	(Davis, 1989)
	PU2	The academic records system using blockchain will be useful in my professional life.	
TC	TC1	The academic records system using blockchain can be accessed securely.	(Ballarini et al., 1995; Heidari, 2019)
	TC2	The academic records system is very transparent.	
TFC	TFC1	I want to access my academic records ubiquitously.	(Ballarini et al., 1995; Heidari, 2019)
	TFC2	I want to share my academic records ubiquitously and securely.	
TTF	TTF1	I believe that blockchain technology is suitable for applying to academic records.	(Ballarini et al., 1995; Klopping & McKinney, 2004)
	TTF2	I believe that The academic records system is pretty much what I need to carry out my task requirements.	

Results

We applied the recommended processes from (Hair et al., 2016). The first process evaluates the measurement model in terms of reliability and validity, Followed by examining the structural model for testing the hypotheses. This section presents the detail of the results from those analyses.

Evaluation of the measurement models

Table 2 presents the descriptive statistic of the constructs. The PLS suggested that data distribution is skewed (Wong, 2013). The acceptable skewness and kurtosis are from -2 to +2 (George & Mallery, 2019). Therefore, the data of this study have an acceptable level of kurtosis and skewness.

Table 2 Descriptive statistics

Factors	Mean	S.D.	Kurtosis	Skewness
BINT	5.43	1.194	-0.324	-0.384
PEOU	5.47	1.248	0.304	-0.669
PPR	4.67	1.717	-0.61	-0.509
PU	5.52	1.235	1.301	-0.932
TC	5.43	1.173	-1.150	-0.100
TFC	5.74	1.188	-0.895	-0.521
TTF	5.42	1.157	-1.043	-0.127

Since this study uses a reflective measurement model, it needs to be assessed on its internal consistency reliability, convergent validity, and discriminant validity. The results of the evaluation assessment are shown in Table 3.

The Index of Item Objectives Congruence (IOC) analysis was used to test the questionnaire's validity. It was sent through 3 experts. Each question has an IOC value of more than 0.67; hence, the questions are considered valid.

The Cronbach's alpha coefficient is used to evaluate the reliability. It approximates the reliability based on the intercorrelations of the constructs. The Cronbach's alpha coefficient threshold exceeds 0.70, but not more than 0.95 will be considered satisfactory, reliable

constructs (Featherman & Pavlou, 2003) (Legrís et al., 2003). The constructs of this study have the lowest value of Cronbach's alpha coefficient at 0.84; therefore, the constructs are highly reliable.

We also assess the reliability of the constructs with the Rho_a coefficient and composite reliability. The Rho_a coefficient value should be more than 0.60 (Dijkstra & Henseler, 2015). The composite reliability value must be more than 0.70 (Hair et al., 2016).

The results indicate that the Rho_a and the composite reliability have values higher than 0.70, so it is reliable.

Each construct was tested for convergent validity using the outer loading and Average Variance Extracted (AVE). The outer loading should be 0.708 or higher (Hair et al., 2018; Hair et al., 2016). It reveals how much of the variation in an item.

The AVE's threshold value should be more than 0.5 (Hair et al., 2018; Hair et al., 2016). Therefore, the corresponding constructs' outer loading and AVE of this study pass the convergent validity.

Table 3 Evaluation of measurement model

Factors	Items	Factor Loading	Cronbach's alpha	Rho_a	Composite Reliability	AVE
BINT	BINT1	0.921	0.841	0.847	0.926	0.862
PEOU	BINT2	0.936				
PPR	PEOU1	0.939	0.843	0.853	0.927	0.864
PU	PEOU2	0.920				
TC	PPR1	0.929	0.855	0.859	0.932	0.873
TFC	PPR2	0.940				
TTF	PU1	0.960	0.917	0.917	0.960	0.923
BINT	PU2	0.962				
PEOU	TC1	0.959	0.913	0.913	0.958	0.920
PPR	TC2	0.960				
PU	TFC1	0.946	0.882	0.882	0.944	0.894
TC	TFC2	0.945				
TFC	TTF1	0.960	0.914	0.914	0.959	0.921
	TTF2	0.959				

For the discriminant validity, we test the model with the Fornell-Larcker coefficient. The Fornell-Larcker metric can also determine that a construct is distinct from other constructs in the structural model (Fornell & Larcker, 1981; Hair et al., 2018). However, recent literature argued that the Fornell-Larcker criterion has issues when performing with a strong variety of indicator loading. Hence, the Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) was proposed as a remedy for assessing the discriminant validity. It is defined as “the mean of all correlations of indicators across constructs measuring different constructs (Henseler et al., 2014)”.

Table 4 shows the Fornell-Larcker coefficient and HTMT value of this study. For

the Fornell-Larcker, the discriminant validity is passed if the value has greater than its highest correlation (Fornell & Larcker, 1981), which is matched with our situation.

The HTMT value has a conservative threshold of .85. However, the HTMT value of less than 1 is still acceptable (Henseler et al., 2014). The reliability and validity of the measurement model are confirmed.

The PLS analysis using bootstrapping algorithm was used to evaluate the path coefficient for testing the hypotheses. It reveals the effect of an independent variable assumed to be a cause on a dependent variable. The bootstrapping was used with the maximum number of subsamples (5,000).

Table 4 The Fornell-Larcker and Heterotrait-monotrait ratio metric

Factor	BINT		PEOU		PPR		PU		TC		TFC		TTF	
	FLM	HTMT	FLM	HTMT	FLM	HTMT	FLM	HTMT	FLM	HTMT	FLM	HTMT	FLM	HTMT
BINT	0.929	1.000												
PEOU	0.650	0.769	0.929	1.000										
PPR	0.246	0.293	0.403	0.474	0.934	1.000								
PU	0.651	0.737	0.782	0.887	0.239	0.269	0.961	1.000						
TC	0.641	0.733	0.756	0.858	0.380	0.429	0.623	0.680	0.959	1.000				
TFC	0.608	0.708	0.630	0.731	0.405	0.466	0.540	0.599	0.700	0.781	0.946	1.000		
TTF	0.638	0.729	0.735	0.833	0.407	0.458	0.642	0.701	0.850	0.931	0.765	0.852	0.960	1.000

FLM = Fornell-Larcker, HTMT = Heterotrait-monotrait

We also report the t-statistic value and p-value along with the path coefficient (Hair et al., 2018; Hair et al., 2016).

Table 5 shows the results of the bootstrapping. It shows that every hypothesis is supported. The f^2 values of 0.02, 0.15, and 0.35 correspondingly represent small, medium, and large effects (Cohen, 2013). Moreover, f^2 values of less than 0.02 mean that there is no effect. Furthermore, f^2 shows that every construct has enough effect size. However, H1, H5, and H6 have a negligible effect size. H1, H4, H7, H8, and H9 have a high statistical significance level ($p < 0.001$). The H3 is the only hypothesis that shows a negative beta coefficient (PPR->PU). The H5 (TTF->PU) has the weakest positive path coefficient value.

Discussion

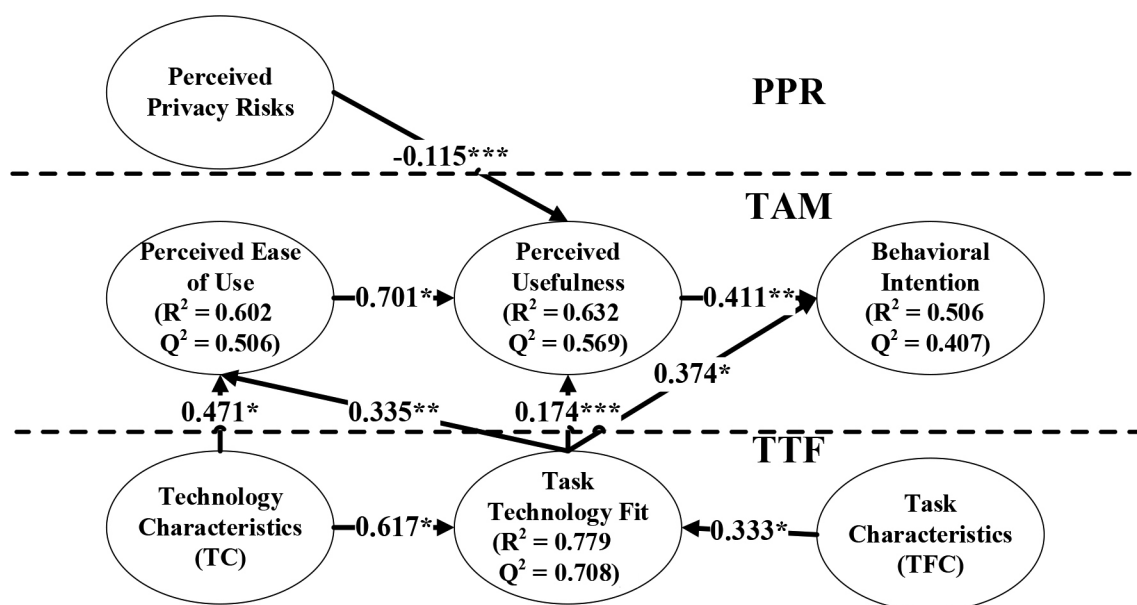
One of the critical criteria that evaluate the quality of the structural model in PLS-SEM is the R^2 (Hair et al., 2016). It is the variance explained in the model. The R^2 value ranges from 0 to 1. The higher value means higher levels of predictive accuracy. Figure 4 shows the results of the proposed model along with R^2 and Q^2 .

Overall, the results indicated that the perceived usefulness and task technology fit could explain 50.6% of the behavioral intention variance. Moreover, the other R^2 values are more than 0.50 and 0.75, which is considered moderate and substantial.

For assessing a relative measure of predictive relevance, we test the proposed model with a blindfolding algorithm with an omission distance of seven (Hair et al., 2016).

Table 5 The results of hypotheses testing

Hypothesis	Relationship	β Coefficients	<i>t</i> -statistics	<i>p</i> -values	Results	f^2	VIF
H1	PU -> BINT	0.411	3.107	< 0.01	Confirmed	0.201	1.701
H2	PEOU -> PU	0.701	6.799	< 0.001	Confirmed	0.596	2.240
H3	PPR -> PU	-0.115	2.273	<0.05	Confirmed	0.029	1.233
H4	TTF -> BINT	0.374	3.646	< 0.001	Confirmed	0.167	1.701
H5	TTF -> PU	0.174	2.105	< 0.05	Confirmed	0.036	2.248
H6	TTF -> PEOU	0.335	2.629	< 0.01	Confirmed	0.078	3.611
H7	TC -> TTF	0.617	8.963	< 0.001	Confirmed	0.881	1.962
H8	TC -> PEOU	0.471	3.88	< 0.001	Confirmed	0.154	3.611
H9	TFC -> TTF	0.333	5.253	< 0.001	Confirmed	0.256	1.962

**Figure 4** Results with R^2 and Q^2 * $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ *** $p < 0.05$

The Q^2 values estimated by the blindfolding procedure represent a level of relevance that the path model predicted the dependent value. The Q^2 must be more than 0 to have small predictive relevance. The value

higher than 0.25 and 0.5 depict the path model's medium and large relevance (Hair et al., 2016). Most of our Q^2 is more than 0.5, which means the path model has high predictive relevance.

Conclusion

This study aimed to analyze the factors affecting intention to use blockchain-based academic records systems. We proposed an integrated model with the combination of TAM, PPR, and TTF. The model has seven factors: behavioral intention to use, perceived ease of use, perceived privacy risks, perceived usefulness, technology characteristics, task characteristics, and task technology fit. Nine research hypotheses were developed based on these factors. Data collected from the online and an offline questionnaire were analyzed using PLS-SEM. The results show that the model has a good fit, and every hypothesis is statistically significantly confirmed. The path model has a strong effect ($\beta > 0.30$) in every relationship.

The behavioral intention to use a blockchain-based academic system is predicted by PU ($\beta = 0.411$) and TTF ($\beta = 0.374$). The PU is also predicted by PEOU ($\beta = 0.701$), consistent with the original TAM result. Moreover, the effect of TTF supports evidence from previous research that integrated TTF and TAM (Dishaw & Strong, 1999; Heidari, 2019; Kloppe & McKinney, 2004). What is surprising is that TTF has a weak effect on PU ($\beta = 0.174$). Previous literature suggested that TTF could be both a strong (Kloppe & McKinney, 2004) and weak (Dishaw & Strong, 1999) effect. PEOU was predicted by TC ($\beta = 0.417$), and TTF ($\beta = 0.335$). The results from the TTF model also confirm the original model (Ballarini et al., 1995).

The PPR is the only factor with a negative relationship with PU ($\beta = -0.115$). If the perception

of the PPR is high, it will decrease PU. These results reflect Featherman (2003), who also obtained the same results when applying PPR with e-services. Furthermore, these results corroborate the ideas that PPR has negatively reduced intention and trust (Lee, 2008; Pavlou, 2003). This result may be related to the new Personal Data Protection Act (PDPA) of Thailand, which will be effective in May 2022 (Thai Government, 2019). It is raising awareness of Thai people's privacy concerns.

Suggestions

This combination of findings provides some implications for this research to help increase the adoption rate of blockchain-based academic records. Firstly, the procedure of using the system must be easy enough. It has a strong effect on the perception of usefulness, which will lead to the intention to use. For example, use the same interface as in the old system to ensure that the users do not need to learn much or make the user interface as simple as possible. Secondly, since the PU affects the intention, the system should extend its features to be more useful. For example, the ability to notify about academic records' status to the social network and one-click verification for checking if the academic records are genuine or not.

Finally, the academic records issuer also needs to be serious about privacy and security of the information. The best way to accomplish this is to follow the rules and regulations for privacy, such as GDPR or PDPA. It depends on each country in which privacy laws are applied.

Limitations and Future Works

Blockchain technology is relatively new for the participants in this study. The tertiary student from the technology departments such as information technology or computer

science, seems to realize the system's idea. However, it took some time to make the students from the non-technology department fully understand the idea of a blockchain-based academic records system.

References

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Almekhlafi, S., & Al-Shaibany, N. (2021). The literature review of blockchain adoption. *Asian Journal of Research in Computer Science*, 7(2), 29-50.
- Arenas, R., & Fernandez, P. (2018). Creedence ledger: A permissioned blockchain for verifiable academic credentials. In *2018 IEEE International Conference on Engineering, Technology and Innovation (ICE/ITMC)* (pp. 1-6). IEEE.
- Ballarini, P., Guido, R., Mazza, T., & Prandi, D. (1995). Task-technology fit and individual performance. *MIS Quarterly*, 10(3), 213-236.
- Batubara, F. R., Ubacht, J., & Janssen, M. (2018). Challenges of blockchain technology adoption for e-government. In *The 19th Annual International Conference on Digital Government Research: Governance in the Data Age* (pp. 1-9). Association for Computing Machinery.
- Brown, G. M. (2006). Degrees of doubt: Legitimate, real and fake qualifications in a global market. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 28(1), 71-79.
- Buasuan, P., & Jones, M. E. (2016). *Asia pacific graduate education*. Palgrave Macmillan.
- Cohen, J. (2013). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Academic press.
- Dam, H. N., Phan, D. T., Vu, D. T., & Nguyen, L. T. N. (2020). The determinants of customer's intention to use international payment services by applying blockchain. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(3), 439-456.
- Daraghmi, E. Y., Daraghmi, Y. A., & Yuan, S. M. (2019). Unichain: A design of blockchain-based system for electronic academic records access and permissions management. *Applied Sciences (Switzerland)*, 9(22), 4966.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dijkstra, T. K., & Henseler, J. (2015). Consistent and asymptotically normal PLS estimators for linear structural equations. *Computational Statistics and Data Analysis*, 81, 10-23.
- Dishaw, M. T., & Strong, D. M. (1999). Extending the technology acceptance model with task-technology fit constructs. *Information & Management*, 36(1), 9-21.
- Dujak, D., & Sajter, D. (2019). *SMART supply network*. Springer, Cham.

- Featherman, M. S., Miyazaki, A. D., & Sprott, D. E. (2010). Reducing online privacy risk to facilitate e-service adoption: The influence of perceived ease of use and corporate credibility. *Journal of Services Marketing*, 24(3), 219-229.
- Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451-474.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research. *Philosophy & Rhetoric*, 10(2), 130-132.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- George, D., & Mallery, P. (2019). *IBM SPSS statistics 26 step by step: A simple guide and reference*. Routledge.
- Grech, A., & Camilleri, A. F. (2017). *Blockchain in education*. Publications Office of the European Union.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2018). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2016). *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
- Han, M., Li, Z., He, J., Wu, D., Xie, Y., & Baba, A. (2018). A novel blockchain-based education records verification solution. In *The 19th Annual SIG Conference on Information Technology Education* (pp. 178-183). Association for Computing Machinery.
- Heidari, H. (2019). Evaluating the factors affecting behavioral intention in using blockchain technology capabilities as a financial instrument. *Journal of Money and Economy*, 13(2), 195-219.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Hoyle, R. H. (1995). *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications*. Sage Publications.
- Isaac, O., Abdullah, Z., Ramayah, T., & Mutahar, A. M. (2017). Internet usage, user satisfaction, task-technology fit, and performance impact among public sector employees in Yemen. *The International Journal of Information and Learning Technology*, 34(3), 210-241.
- Kamble, S., Gunasekaran, A., & Arha, H. (2019). Understanding the blockchain technology adoption in supply chains-Indian context. *International Journal of Production Research*, 57(7), 2009-2033.

- Kamble, S. S., Gunasekaran, A., Kumar, V., Belhadi, A., & Foropon, C. (2021). A machine learning based approach for predicting blockchain adoption in supply chain. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120465.
- King, W. R., & He, J. (2006). A meta-analysis of the technology acceptance model. *Information & Management*, 43(6), 740-755.
- Klopping, I. M., & Mckinney, E. (2004). Extending the technology acceptance model and the task-technology fit model to consumer e-consumer. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 22(1), 35-48.
- Lee, C. C., Kriscenski, J. C., & Lim, H. S. (2019). An empirical study of behavioral intention to use blockchain technology. *Journal of International Business Disciplines*, 14(1), 1-21.
- Lee, M. C. (2008). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130-141.
- Legris, P., Ingham, J., & Colletette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information & Management*, 40(3), 191-204.
- Lizcano, D., Lara, J. A., White, B., & Aljawarneh, S. (2020). Blockchain-based approach to create a model of trust in open and ubiquitous higher education. *Journal of Computing in Higher Education*, 32(1), 109-134.
- Miraz, M. H., Hasan, M. T., & Masum, M. H. (2020). Factors affecting consumers intention to use Blockchain Based Services (BBS) in the hotel industry. *International Journal of Mechanical and Production Engineering Research and Development*, 10(3), 8891-8902.
- Mitzner, T. L., Boron, J. B., Fausset, C. B., Adams, A. E., Charness, N., Czaja, S. J., Dijkstra, K., Fisk, A. D., Rogers, W. A., & Sharit, J. (2010). Older adults talk technology: Technology usage and attitudes. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1710-1721.
- Mooney, C. Z., Mooney, C. F., Mooney, C. L., Duval, R. D., & Duvall, R. (1993). *Bootstrapping: A nonparametric approach to statistical inference*. Sage Publications.
- Nakamoto, S. (2009). *Bitcoin: A peer-to-peer electronic cash system*. Bitcoin. <http://www.bitcoin.org>
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134.
- Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139-152.
- Ringle, C. M., Wende, S., & Becker, J. M. (2015). *SmartPLS3*. SmartPLS. <http://www.smartpls.com>

- Sebastian, S., & Venkatesh, V. (2021). Blockchain, adoption, and financial inclusion in India: Research opportunities. *International Journal of Information Management*, 52, 101936.
- Szabo, N. (1997). *Formalizing and securing relationships on public networks*. Firstmonday. <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/548/469>
- Thai Government. (2019). *Personal data protection act*. <https://drive.google.com/open?id=1MzGNi3kdDPA0E52n8bDybeuDNklM8xJe>
- Tschorsch, F., & Scheuermann, B. (2016). Bitcoin and beyond: A technical survey on decentralized digital currencies. *IEEE Communications Surveys and Tutorials*, 18(3), 2084-2123.
- Turkanović, M., Hölbl, M., Košič, K., Heričko, M., & Kamišalić, A. (2018). EduCTX: A blockchain-based higher education credit platform. *IEEE Access*, 6, 5112-5127.
- Vinzi, V. E., Chin, W. W., Henseler, J., & Wang, H. (2010). *Handbook of Partial Least Squares*. Springer.
- Wong, K. K. K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1-32.
- Wright, A., & De Filippi, P. (2015). *Decentralized blockchain technology and the rise of lex cryptographia*. SSRN. <https://ssrn.com/abstract=2580664>
- Wu, B., & Chen, X. (2017). Continuance intention to use MOOCS: Integrating the Technology Acceptance Model (TAM) and Task Technology Fit (TTF) Model. *Computers in Human Behavior*, 67, 221-232.



Name and Surname: Charnsak Srisawatsakul

Highest Education: Doctor of Philosophy in Information Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi

Affiliation: Ubon Ratchathani Rajabhat University

Field of Expertise: Blockchain, Recommender System, Adoption Model, Internet Network Performance, and Personal Information Privacy



Name and Surname: Waransanang Boontarig

Highest Education: Doctor of Philosophy in Information Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi

Affiliation: Ubon Ratchathani Rajabhat University

Field of Expertise: Human-Computer Interaction, Adoption Model, Multimedia System, Information Technology, and Computer Education

การสร้างสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ BUILDING MANAGEMENT COMPETENCIES OF A MODERN AGRICULTURAL ENTREPRENEUR

ณัฐพัชร อภิรุ้งเรืองสกุล¹ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์² และจันทนา แสนสุข³
Nattaphat Apirungruengsakul¹ Viroj Jadesadalug², and Jantana Sansook³

^{1,2}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

^{1,2}Faculty of Management Science, Silpakorn University

³Faculty of Business Administration and Information Technology,
Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

Received: March 9, 2021 / Revised: May 25, 2021 / Accepted: May 28, 2021

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันภาคเกษตรกำลังเข้าสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม จึงทำให้การพัฒนาทักษะและความสามารถของผู้ประกอบการเกษตรต้องมีความพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง โดยบทความนี้ได้นำเสนอแนวคิดสมรรถนะการจัดการมาเชื่อมโยงกับแนวคิดผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่มีสมรรถนะการจัดการ 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) การจัดการการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 2) การจัดการความมั่นคงทางการเงิน 3) การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเกษตร 4) การจัดการการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ 5) การจัดการระบบนิเวศทางธุรกิจ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลให้เกิดศักยภาพการจัดการ การผลิตเชิงรุก ความสามารถเชิงพลวัตเพื่อความสำเร็จในการแข่งขัน ประสิทธิภาพการตอบรับจากลูกค้า และความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร

คำสำคัญ: สมรรถนะการจัดการ ผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ เกษตรสมัยใหม่

Abstract

At present, the agricultural sector is shifting towards the mobilization by technology and innovation. Therefore, the development of skills and abilities of agricultural entrepreneurs to prepare them for being ready to cope with the changes is very important. This article has taken the concept of management competency to be linked with the concept of modern agricultural entrepreneur. From the study, it was found that modern agricultural entrepreneurs needed to have five management competencies as follows: (1) the creative marketing management; (2) the financial security management; (3) the agricultural technology and innovation management; (4) the agricultural efficiency management; and (5) the business ecosystem management. These factors would result in the creation of potential for proactive production management, dynamic

capabilities for competitive advantage, efficiency of performance feedback from customers, and the success in the operation of the organization.

Keywords: Management Competencies, Modern Agricultural Entrepreneur, Modern Agriculture

บทนำ

การพัฒนาประเทศในช่วงที่ผ่านมาภาคเกษตรเป็นภาคเศรษฐกิจหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ทั้งในมิติของการพึ่งพาตนเองด้านอาหารและแหล่งสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการเกษตรที่เป็นฐานการผลิตและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการค้าและการส่งออก (Office of the National Economics and Social Development Council, 2011) และในช่วงเวลาที่ผ่านมารัฐบาลได้มีนโยบายต่าง ๆ เพื่อให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนภาคเกษตรในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง แต่ผลลัพธ์ที่ได้คือ ความช่วยเหลือส่วนใหญ่เป็น “นโยบายการอุดหนุนระยะสั้น (Short-Term Subsidy Policy)” (Sayamwala & Poapongsakorn, 2009) ทำให้ภาคการผลิตของไทยยังคงมีประสิทธิภาพต่ำและจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีระดับการใช้เทคโนโลยีระดับปานกลาง (Chanhom et al., 2011) เมื่อไม่สามารถเร่งพัฒนาผลผลิตการผลิตให้มีประสิทธิภาพและสินค้าที่ผลิตได้ส่วนใหญ่เป็นสินค้าขั้นปฐมภูมิ ส่งผลทำให้ภาคเกษตรไม่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันไปพร้อมกับการปรับตัวได้ทันต่อสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและการแข่งขันในตลาดโลกที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น (Office of the National Economics and Social Development Council, 2011) จากกระบวนการขับเคลื่อนประเทศไทยตามโมเดลการพัฒนาประเทศไทย 4.0 ซึ่งผลักดันให้เกิดการปฏิรูปโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการบริหารจัดการ เทคโนโลยี และนวัตกรรมมากขึ้น (Ministry of Industry, 2016; Maesincee, 2016) เพื่การดำรงอยู่อย่างมั่นคงและ

ยั่งยืนท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติ โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี

ดังนั้นบทความนี้มุ่งนำเสนอแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ ซึ่งผู้ประกอบการด้านการเกษตรที่มีทักษะเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การตลาดและการจัดจำหน่าย การจัดการเชิงกลยุทธ์ และความสามารถด้านเครือข่าย รวมทั้งตระหนักถึงโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ (Rudmann et al., 2008) ที่จะนำไปสู่การสร้างและพัฒนาธุรกิจให้เกิดผลกำไรภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (De Wolf & Schoorlemmer, 2007) โดยการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (System Reviews) จากผลงานทางวิชาการและงานวิจัยที่มีการเผยแพร่บนวารสารที่ปรากฏในฐานระดับชาติและนานาชาติ รวมทั้งมีการกำหนดประเด็นและคำสืบค้นที่ชัดเจน จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์โดยการนำแนวคิด ทฤษฎี รวมถึงผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอธิบายและสร้างนิยามของตัวแปร เชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ (Causal Relationship) ของตัวแปรที่นำไปสู่การพัฒนากรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework) ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาระยะประจักษ์และนำไปประยุกต์ในทางการจัดการต่อไปในอนาคต

สมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ (Management Competencies of Modern Agriculture Entrepreneur)

สมรรถนะการจัดการมีความสำคัญต่อการดำเนินกิจการและความอยู่รอดของผู้ประกอบการและองค์กร (Rambe & Makhalemele, 2015;

Zarefard & Cho, 2018) เนื่องจากความสามารถขององค์กรล้วนได้รับอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมมาจากสมรรถนะของผู้ประกอบการที่มีอาจแตกต่างกันได้อย่างเด็ดขาด (Samo & Hashim, 2016; Sanchez, 2012; Phungphol, 2018) เมื่อผนวกสมรรถนะการจัดการกับแนวคิดผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่สามารถจำแนกสมรรถนะการจัดการออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) การจัดการการตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม มีความยืดหยุ่นในการสร้างสรรค์นวัตกรรมแปลกใหม่ได้ทันเหตุการณ์ สามารถปรับและประยุกต์ใช้การตลาดเชิงสร้างสรรค์กับศาสตร์ต่าง ๆ (Panyaroj, 2013; Choonhavejsakul et al., 2019) 2) ด้านการบริหารจัดการทางการเงินที่มีประสิทธิภาพจะช่วยลดความเสี่ยงและนำไปสู่ความมั่นคงทางการเงิน โดยเฉพาะการบริหารเงินทุนและหนี้สินที่เป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญในการดำเนินงาน (Musika et al., 2019; Soonthomchai et al., 2013) 3) การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นตัวช่วยสำคัญในการเพิ่มผลผลิตและความสามารถในการแข่งขัน (Ratanavararak et al., 2019) 4) การจัดการอย่างมีประสิทธิภาพช่วยเพิ่มประสิทธิภาพองค์การได้ดีในยุคปัจจุบัน ซึ่งช่วยให้การดำเนินงานขององค์การมีรูปแบบการบริหารจัดการองค์การที่เหมาะสม ยืดหยุ่นรองรับต่อการเปลี่ยนแปลงกับสถานการณ์ (HRNOTE.ASIA, 2019; Sriupayo, 2017) 5) การจัดการระบบนิเวศทางธุรกิจเป็นการสร้างบรรยากาศให้เกิดความร่วมมือผ่านกระบวนการเรียนรู้ เช่น ระบบพี่เลี้ยง การได้รับการสนับสนุนด้านองค์ความรู้ เงินทุน โอกาสทางธุรกิจ และการส่งเสริมให้เกิดการจับคู่ทางธุรกิจ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ธุรกิจเกิดใหม่มีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากขึ้น (Rukhamate, 2018)

องค์ประกอบย่อยเหล่านี้จะส่งเสริมและสนับสนุนสมรรถนะการจัดการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ให้มีความพร้อมทั้งด้านการจัดการการผลิต ความได้เปรียบในการแข่งขันทาง

ธุรกิจ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสร้างผลการดำเนินงานทางธุรกิจให้สำเร็จได้อย่างยั่งยืน

จากการประเด็นข้างต้น ผู้ศึกษาจึงได้บูรณาการแนวคิดสมรรถนะการจัดการและแนวคิดการสร้างผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ เพื่อเป็นตัวแปรหลักในการศึกษาและให้ความหมายของ “สมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่” ว่าหมายถึง ความสามารถหรือศักยภาพของผู้ประกอบการเกษตรที่ใช้ความรู้ ทักษะเชิงพฤติกรรม และคุณลักษณะเฉพาะด้านการบริหารจัดการ ที่บูรณาการกันอย่างแนบแน่นเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลต่อการดำเนินงานที่ดีและความยั่งยืนให้กับองค์กร (Gimiene, 2013; Sebikari, 2014; Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2019) โดยทักษะและความชำนาญของผู้ประกอบการจะสัมพันธ์กับการเพิ่มคุณค่าของกระบวนการผลิตในลักษณะที่ยากต่อการลอกเลียนแบบหรือหาสิ่งใดมาทดแทน (Barney, 1991) ซึ่งจะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร (Singtanasarn, 2019)

ผลลัพธ์ของสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้ศึกษาได้สังเคราะห์ผลลัพธ์ของสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ ประกอบด้วย ศักยภาพการจัดการผลิตเชิงรุก ความสามารถเชิงพลวัตเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ประสิทธิภาพการตอบรับจากลูกค้าและผลการดำเนินงานทางธุรกิจ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ศักยภาพการจัดการผลิตเชิงรุก (Potential of Proactive Production Management)

การจัดการผลิตและการปฏิบัติการเป็นการกล่าวถึง การออกแบบการดำเนินงานและการพัฒนาระบบการผลิตที่ทำงานร่วมกันระหว่างลูกค้าและองค์กรในการสร้างมูลค่า จากกระบวนการแปรสภาพทรัพยากรให้เกิดผลผลิตในรูปของสินค้าและบริการ

ตามคุณลักษณะเฉพาะที่ตรงตามความต้องการของลูกค้านั้นปริมาณและภายใต้ระยะเวลาที่กำหนดโดยเสียค่าใช้จ่ายในการผลิตต่ำที่สุดและองค์การได้รับประโยชน์สูงสุด ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันรุนแรงและผันแปรไปตลอดเวลา (Russell & Taylor, 2006; Khanna, 2007; Kwankaew, 2011; Sililertsakul, 2013; Ninaron, 2017)

จากความหมายของการจัดการผลิตและการปฏิบัติการ ผู้ศึกษาจึงสังเคราะห์และให้ความหมายของ “ศักยภาพการจัดการการผลิตเชิงรุก” ว่าหมายถึงความสามารถในการรับรู้ ตัดสินใจ ปรับเปลี่ยน และบูรณาการทรัพยากรต่าง ๆ ที่องค์การมีอยู่ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยการพัฒนาระบบการผลิต การบริหารจัดการแรงงานที่มีประสิทธิภาพ และสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม (Russell & Taylor, 2006; Khanna, 2007; Sililertsakul, 2013) จากนั้นผู้ศึกษาได้สังเคราะห์องค์ประกอบของศักยภาพการจัดการการผลิตเชิงรุกเพื่อพัฒนาตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย 1) ความสามารถในการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิต (Production Pattern Variation Capability) และ 2) ประสิทธิภาพการผลิตที่ได้มาตรฐาน (Production Performance Standard)

อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ที่มีผลต่อศักยภาพการจัดการการผลิตเชิงรุกนั้น ยังไม่พบการศึกษาในตัวแปรนี้อย่างชัดเจน แต่มีผลการศึกษาวิจัยที่สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในประเด็นดังกล่าวว่า ทักษะและความชำนาญของบุคคลภายในองค์การถือเป็นทรัพยากรและความสามารถขององค์การ โดยเฉพาะผู้บริหารหรือหัวหน้างานกล่าวคือ เมื่อบุคคลเหล่านั้นมีทักษะและความชำนาญจะนำไปสู่การเพิ่มคุณค่าในกระบวนการผลิตในลักษณะเฉพาะที่ยากจะเลียนแบบหรือยากจะหาสิ่งใดทดแทนได้ ซึ่งเป็นที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การ (Barney, 1991; Singtanasarn,

2019) สอดคล้องกับการศึกษาของ Prachumthong & Wongrat (2017) ว่าสมรรถนะในการปฏิบัติงานของผู้บริหารหรือหัวหน้างานจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับประสิทธิผลขององค์การ โดยเฉพาะด้านปริมาณและคุณภาพของการผลิต จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงอาศัยความเชื่อมโยงและผลการวิจัยดังกล่าวเพื่อกำหนดข้อเสนอในการศึกษาดังนี้

ข้อเสนอการวิจัย (Proposition) P1: สมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อศักยภาพการจัดการการผลิตเชิงรุก

2. ความสามารถเชิงพลวัตเพื่อความสามารถในการแข่งขัน (Dynamic Capabilities for Competitive Advantage)

จากแนวคิดมุมมองเชิงฐานทรัพยากร (Resource Base View: RBV) ถือเป็นแนวคิดที่เชื่อว่าองค์การมีทรัพยากรที่หลากหลายกระจายอยู่ทั่วทั้งองค์การและทรัพยากรนั้นจะยังคงอยู่เมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งทรัพยากรเหล่านั้นจะต้องมีคุณสมบัติ 4 ประการคือ มีคุณค่า หายาก ลอกเลียนแบบได้ยาก และไม่มีสิ่งอื่นทดแทนได้ ทั้งนี้หากองค์การนำทรัพยากรที่มีคุณสมบัติดังที่กล่าวมาใช้ในการดำเนินธุรกิจก็จะทำให้องค์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (Barney, 1991; Penrose, 1959; Peteraf, 1993; Wernerfelt, 1984; Huang et al., 2015)

สำหรับความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีจุดเริ่มต้นมาจากความสามารถเชิงพลวัตถือเป็นรากฐานสำคัญของดำเนินธุรกิจที่เกิดจากการผสมผสานทรัพยากรเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีคุณค่าผ่านกระบวนการดำเนินงานและแผนการทำงานขององค์การที่เกิดขึ้นเป็นประจำ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้จะกลายเป็นแหล่งสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันใหม่ให้กับองค์การ โดยการผลิตสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองต่อตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม (Teece & Pisano, 1994; Kogut & Zander, 1992; Eisenhardt & Martin,

2000; Tehseen & Ramayah, 2015; Navarro-Garcia et al., 2018)

จากการประเด็นข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสังเคราะห์และให้ความหมายของ “ความสามารถเชิงพลวัตเพื่อความสามารถในการแข่งขัน” ว่าหมายถึง ทักษะและความรู้ในการพัฒนาความสามารถใหม่ ๆ ไปพร้อมกับความสามารถที่มีอยู่เดิมในการสร้าง ปรับเปลี่ยน และปรับปรุงทรัพยากรขององค์การที่มีทั้งหมดให้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การเพื่อนำไปสู่การสร้างและรักษาความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน (Hunt, 2007; Rachtachart, 2017) จากนั้นผู้ศึกษาได้สังเคราะห์องค์ประกอบของความสามารถเชิงพลวัตเพื่อความสามารถในการแข่งขันเพื่อพัฒนาตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย 1) การจัดการต้นทุนการผลิตที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Production Cost Management Superior to Competitors) 2) ความสำเร็จในการสร้างสรรค์ความหลากหลายของสายผลิตภัณฑ์ (Creative Product Line Variety Success) และ 3) ประสิทธิภาพด้านการจัดการการส่งมอบสินค้า (Product Deliverable Efficiency Management)

อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ที่มีผลต่อความสามารถเชิงพลวัตเพื่อความสามารถในการแข่งขันนั้นยังไม่พบการศึกษาในตัวแปรนี้อย่างชัดเจน แต่มีผลการศึกษาวิจัยที่สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในประเด็นดังกล่าวว่าในการดำเนินธุรกิจนั้นผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาทักษะและความสามารถของตนเองเพื่อเตรียมความพร้อมสู่สนามการแข่งขันทางธุรกิจ (Nakhon Ratchasima Chamber of Commerce, 2018) มีความกล้าและยอมรับกับความเสี่ยงภายใต้สถานการณ์การแข่งขันที่จะเกิดขึ้น ค้นหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ จากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้วยกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ พร้อมกับศรัทธาแรงกล้าที่ต้องการผลักดันและสร้างการเจริญเติบโตและ

ความอยู่รอดให้กับธุรกิจ (Dimitratos et al., 2014; Hoque et al., 2014; Frederick et al., 2016) โดยเฉพาะการประกอบธุรกิจใหม่ (Startup) ควรเริ่มต้นจากการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีความโดดเด่น ทั้งในด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการ รวมถึงการมุ่งตอบสนองความต้องการลูกค้า (Furr, 2011; Patel, 2015; Potjanajaruwit, 2019) จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงอาศัยความเชื่อมโยงและผลการวิจัยดังกล่าวเพื่อกำหนดข้อเสนอในการศึกษา ดังนี้

ข้อเสนอการวิจัย (Proposition) P2: สมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถเชิงพลวัตเพื่อความสามารถในการแข่งขัน

ในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการจัดการผลิตเชิงรุกที่มีผลต่อความสามารถเชิงพลวัตเพื่อความสามารถในการแข่งขัน มีผลการศึกษาวิจัยที่สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในประเด็นดังกล่าวว่า การวิเคราะห์ข้อมูลที่มีอยู่เพื่อวางแผนเกี่ยวกับการจัดการด้านการผลิตจะช่วยกำหนดเป้าหมายในการวางแผนการผลิต (Srisaard & Khamvongsa, 2012) ให้สามารถเชื่อมโยงกับการปรับปรุงกระบวนการผลิตและคุณภาพสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการจัดระบบการขนส่งให้รวดเร็วภายใต้ระดับราคาที่เหมาะสมจะช่วยลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลงและสามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ (Promkan, 2018) จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงอาศัยความเชื่อมโยงและผลการวิจัยดังกล่าวเพื่อกำหนดข้อเสนอในการศึกษา ดังนี้

ข้อเสนอการวิจัย (Proposition) P3: ศักยภาพการจัดการผลิตเชิงรุกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถเชิงพลวัตเพื่อความสามารถในการแข่งขัน

3. ประสิทธิภาพการตอบรับจากลูกค้า (Effectiveness of Customer Response)

ปัจจุบันลูกค้ามีพฤติกรรมเปิดรับและแสวงหาข้อมูลข่าวสารก่อนตัดสินใจซื้อมากขึ้น จึงทำให้ความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อการกำลัງถูกสั่นคลอนจนนำไปสู่ปัญหาด้านการรักษาลูกค้า รวมไปถึงการหาลูกค้าใหม่ที่มีต้นทุนสูงกว่าการขายสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มเดิม (Kotler, 2003; Singh et al., 2010) ดังนั้นการพิจารณาการตอบรับของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากการแสดงออกว่าลูกค้ารู้สึกอย่างไร กิจกรรมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากน้อยแค่ไหน เมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจจะส่งผลให้มีการซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำ การสนับสนุนสินค้าที่ออกใหม่ รวมไปถึงแนะนำบุคคลอื่นให้มาเป็นลูกค้าประจำ ตลอดจนเสนอความคิดเห็นที่แท้จริงเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้แก่องค์กรทราบ ซึ่งการตอบรับจากลูกค้าที่แสดงออกมาในรูปแบบของความพึงพอใจถือเป็นพื้นฐานสำคัญของการและมีอิทธิพลต่อการประเมินผลการดำเนินงานขั้นสุดท้ายขององค์กร ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจึงไม่ควรเพิกเฉยต่อการตอบรับของลูกค้าเพื่อเป็นการรักษาและสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรและลูกค้าในระยะยาวต่อไป (Kijruangroj & Jadesadalug, 2016; Hasitpanichkul & Jadesadalug, 2014)

ผู้ศึกษาจึงได้สังเคราะห์และให้ความหมายของ “ประสิทธิผลการตอบรับจากลูกค้า” ว่าหมายถึงการตอบสนองของลูกค้าอันเกิดจากการที่องค์กรสร้างความเข้าใจและการรับรู้ความต้องการของลูกค้า โดยองค์กรมุ่งมั่นจะสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ ซื้อซ้ำมสายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกัน และเมื่อได้รับการรับรองการใช้ผลิตภัณฑ์จากลูกค้าที่จะนำไปสู่การขยายฐานลูกค้าใหม่ (Pham & Ahammad, 2017; Jancharoenphon & Jadesadalug, 2015) รวมถึงมีภูมิคุ้มกันในการไม่ให้อูกค้าถูกดึงไปโดยคู่แข่ง จากนั้นผู้ศึกษาได้สังเคราะห์องค์ประกอบของประสิทธิผลการตอบรับจากลูกค้าเพื่อพัฒนาตัวแปร

ที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 1) ความพึงพอใจที่ถูกรับรองจากลูกค้า (Customer Satisfaction Testimonial) 2) ความสำเร็จในการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management Success) และ 3) ศักยภาพการขยายฐานลูกค้าใหม่ (New Customer Expansion Potential)

อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการจัดการผลิตเชิงรุกที่มีผลต่อประสิทธิผลการตอบรับจากลูกค้า ยังไม่พบการศึกษาในตัวแปรนี้อย่างชัดเจน แต่มีผลการศึกษาวิจัยที่สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในประเด็นดังกล่าวว่า การสร้างความสมดุลของสายการผลิตโดยการตัดกระบวนการที่ไม่จำเป็นออกไป การรวมกันของกระบวนการผลิต หรือปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ล้วนส่งผลต่อการลดต้นทุนในส่วนของการดำเนินงาน ประสิทธิภาพของสายการผลิตจากการปรับแผนการผลิตที่ยืดหยุ่นในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและนำไปสู่การตอบรับที่ดี (Boso et al., 2013; Warawonghiran, 2016) จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงอาศัยความเชื่อมโยงและผลการวิจัยดังกล่าวเพื่อกำหนดข้อเสนอในการศึกษา ดังนี้

ข้อเสนอการวิจัย (Proposition) P4: ศักยภาพการจัดการผลิตเชิงรุกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลการตอบรับจากลูกค้า

ขณะเดียวกันจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสามารถเชิงพลวัตเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีผลต่อประสิทธิผลการตอบรับจากลูกค้า ยังไม่พบการศึกษาในตัวแปรนี้อย่างชัดเจน แต่มีผลการศึกษาวิจัยที่สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ดังกล่าวว่า ศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพการตอบรับจากลูกค้า (Choengchumpithak, 2013) โดยการตอบรับจากลูกค้าสามารถอธิบายในลักษณะของความจงรักภักดีด้วยนิยามของพฤติกรรมในการกลับมาซื้อซ้ำ การบอกต่อกับบุคคลอื่น การซื้อซ้ำมสายผลิตภัณฑ์หรือการบริการ

ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการมีภูมิคุ้มกันในการถูกดึงดูดไปหาคู่แข่ง (Griffin, 1995; Jancharoenphon & Jadesadalu, 2015) จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงอาศัยความเชื่อมโยงและผลการวิจัยดังกล่าวเพื่อกำหนดข้อเสนอในการศึกษา ดังนี้

ข้อเสนอการวิจัย (Proposition) P5: ความสามารถเชิงพลวัตเพื่อความสามารถได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลการตอบรับจากลูกค้า

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความเกี่ยวข้องของสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ที่มีผลต่อประสิทธิผลการตอบรับจากลูกค้าจากการทบทวนวรรณกรรม มีผลการศึกษาวิจัยที่สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในประเด็นดังกล่าวว่าสมรรถนะทางการจัดการที่ดีของผู้ประกอบการจะทำให้เกิดประสิทธิผลการตลาดที่เชื่อมโยงไปสู่ผลการตอบรับจากลูกค้า (Nwokah & Ahiauzu, 2008; Jancharoenphon & Jadesadalu, 2015) จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงอาศัยความเชื่อมโยงและผลการวิจัยดังกล่าวเพื่อกำหนดข้อเสนอในการศึกษา ดังนี้

ข้อเสนอการวิจัย (Proposition) P6: สมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลการตอบรับจากลูกค้า

4. ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (Business Performance)

ในการดำเนินงานขององค์กรส่วนใหญ่จะนิยมวัดและประเมินผลการดำเนินงานจากการเติบโตของยอดขาย ความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ที่ออกมาใหม่ ผลตอบแทนที่ได้จากสินทรัพย์ ส่วนแบ่งทางการตลาด มาตรฐานในกระบวนการทำงาน การลดความผิดพลาดในการทำงาน และผลการดำเนินงานในภาพรวม (Kohli et al., 1993, Slater & Narver, 1995, Dulyasatien, 2015) อย่างไรก็ตามหากพิจารณาลักษณะของผลดำเนินงานข้างต้นพบว่า ส่วนใหญ่เน้นการวัดประสิทธิภาพผลประกอบการในเชิงเศรษฐกิจ

เพียงอย่างเดียวคือ ด้านที่เป็นตัวการเงิน ซึ่งเป็น การพิจารณาในมุมมองที่แคบเกินไป เนื่องจากละเลยคุณค่าอื่น ๆ ที่จำเป็นในการวัดผลการดำเนินงาน หรือตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ตัวเงิน เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงานในองค์กร การผลิตสินค้าที่ได้คุณภาพและมาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อสังคม ทั้งนี้หากการวัดผลการดำเนินงานในมุมมองที่ไม่รอบด้านหรือการวัดหลายมิติ (Multidimensional) อาจนำไปสู่การสร้างบทสรุปที่ผิดพลาดเกี่ยวกับประสิทธิผลขององค์กรได้ (Baker & Sinkula, 1999a, 1999b; Carton & Hofer, 2006; Combs et al., 2005; Guan et al., 2009; Santos & Brito, 2012; Buathong & Bangchokdee, 2015)

ทั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงสังเคราะห์และให้ความหมายของ “ผลการดำเนินงานของธุรกิจ” ว่าหมายถึงผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงสามารถใช้เป็นหลักฐานในการวัดและประเมินผลการดำเนินงานหรือการบริหารจัดการองค์กรว่าได้ดำเนินการตามนโยบาย แผนงาน และมาตรฐานการบริหารเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุผลตามเป้าหมายที่องค์กรได้วางเอาไว้ (Richard et al., 2007; Ninaroon, 2017) จากนั้นผู้ศึกษาได้สังเคราะห์องค์ประกอบของผลการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อพัฒนาตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ผลลัพธ์ที่เป็นตัวเงิน (Financial) และผลลัพธ์ที่ไม่เป็นตัวเงิน (Non-Financial)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลการตอบรับจากลูกค้าที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ มีผลการศึกษาวิจัยที่สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในประเด็นดังกล่าวว่าการดำเนินงานขององค์กรโดยนำกิจกรรมทางการตลาดเข้ามามีส่วนร่วมนั้น มีวัตถุประสงค์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและมีการตอบรับที่ดี ซึ่งการที่องค์กรให้ความสำคัญต่อการมุ่งเน้นลูกค้าถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะส่ง

ผลให้การดำเนินงานขององค์การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน (Jancharoenphon & Jadesadalu, 2015; Srinuan, 2020) จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงอาศัยความเชื่อมโยงและผลการวิจัยดังกล่าวเพื่อกำหนดข้อเสนอในการศึกษา ดังนี้

ข้อเสนอการวิจัย (Proposition) P7: ประสิทธิภาพการตอบรับจากลูกค้ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

นอกจากนี้จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า สมรรถนะเป็นชุดของความรู้ ทักษะ และความสามารถที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (Chandler & Hanks, 1994; Man et al., 2002; Baum et al., 2001; Choengchumpithak, 2013) ซึ่งธุรกิจจะประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายได้นั้นต้องอาศัยความได้เปรียบทางการแข่งขันและการรับรู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า ดังนั้นหากผู้ประกอบการมีสมรรถนะทางการจัดการที่ดีก็จะทำให้เกิดประสิทธิภาพทางการตลาดที่สะท้อนถึงความสามารถขององค์การที่มุ่งเน้นการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอันนำไปสู่รายได้และกำไรที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย (Nwokah & Ahiauzu, 2008; Jancharoenphon & Jadesadalu, 2015) จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงอาศัยความเชื่อมโยงและผลการวิจัยดังกล่าวเพื่อกำหนดข้อเสนอในการศึกษา ดังนี้

ข้อเสนอการวิจัย (Proposition) P8: ประสิทธิภาพการตอบรับจากลูกค้าเป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพลเชิงบวกของสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ปัจจัยเชิงสาเหตุของสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้ศึกษาพบว่า สมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญประกอบด้วย

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและการจัดการ การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ มีรายละเอียดดังนี้

1. คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics)

ผู้ประกอบการถือได้ว่าเป็นผู้ที่มีความสำคัญในโลกธุรกิจสมัยใหม่ เนื่องจากเป็นพลังที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในด้านต่าง ๆ ทั้งการประดิษฐ์คิดค้น การสร้างงาน การค้าพาณิชย์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งเป็นผู้จุดชนวนการเติบโตทางเศรษฐกิจในมิติต่าง ๆ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังเป็นผู้ที่ใช้พลังความสามารถของตนเองเผชิญกับความเสี่ยง ความไม่แน่นอนทางธุรกิจเพื่อสร้างผลตอบแทนในรูปแบบของกำไร และการเติบโตที่ยั่งยืนให้แก่กิจการ โดยพลังความสามารถของผู้ประกอบการคือ การมีเป้าหมายชัดเจน การมองหาโอกาสและลงมือทำทันที การมีความสุขกับงานที่ทำ การยึดถือคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจ การอดทนและไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค การมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตน และการมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ (Karnsawai et al., 2011; Tungsongcharoen, 2015; Chuckpaiwong & Virunra, 2020)

ทั้งนี้ผู้ศึกษาจึงสังเคราะห์และให้ความหมายของ “คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ” ว่า หมายถึง ลักษณะเฉพาะหรือจุดเด่นที่จะส่งเสริมหรือสนับสนุนผู้ประกอบการให้มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในประกอบธุรกิจ (Karnsawai et al., 2011; Tungsongcharoen, 2015) จากนั้นผู้ศึกษาได้สังเคราะห์องค์ประกอบของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย 1) ความมุ่งมั่นเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ (Business Success Commitment) 2) ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเชิงสร้างสรรค์ (Creative Problem-Solving Capability) 3) ความสามารถในการรับมือความเสี่ยง (Risk Management Capability) และ 4) ทักษะความคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking Competency)

อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ ยังไม่พบการศึกษาในตัวแปรนี้อย่างชัดเจน แต่มีผลการศึกษาวิจัยที่สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในประเด็นดังกล่าว ว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสามารถของผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Sarwoko et al., 2013; Vashararangsi, 2017) จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงอาศัยความเชื่อมโยงและผลการวิจัยดังกล่าวเพื่อกำหนดข้อเสนอในการศึกษา ดังนี้

ข้อเสนอการวิจัย (Proposition) P9: คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่

2. การจัดการการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ (Business Change Management)

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันนอกจากจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาแล้วยังมีความซับซ้อนยากที่จะคาดเดาหรือพยากรณ์ได้ จึงทำให้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจจำเป็นต้องอาศัยประสบการณ์และการตรวจสอบจากปัจจัยแวดล้อมประกอบกันหลาย ๆ ปัจจัย เพื่อความถูกต้องและความเข้าใจที่ลึกซึ้งของระดับหรือแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น สำหรับการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจถือได้ว่าเป็นอุปสรรคสำคัญของผู้บริหารในการวางกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร เนื่องจากการคาดการณ์สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตนั้นทำได้ยากมากขึ้น ดังนั้นหากผู้บริหารไม่เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่อาจส่งผลทำให้แผนกลยุทธ์ขององค์กรที่ได้วางเอาไว้ไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย (Kampheangphet, 2017)

ผู้ศึกษาจึงสังเคราะห์และให้ความหมายของ “การจัดการการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ” ว่าหมายถึง

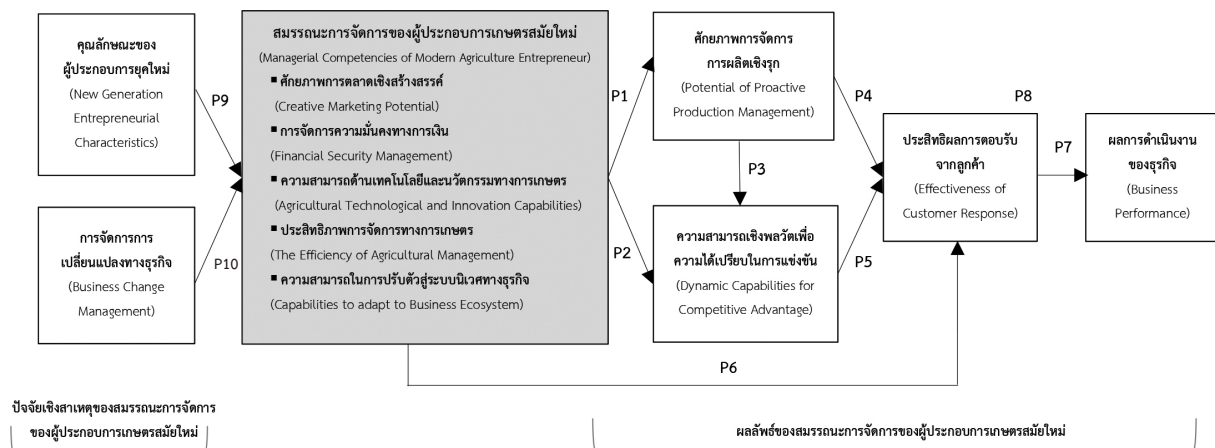
การวางแผนดำเนินการต่าง ๆ โดยติดตามและตรวจสอบสถานการณ์ รวมไปถึงประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่อาจจะส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อองค์กร ซึ่งเป็นการลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ รวมไปถึงสนับสนุนให้เกิดการยอมรับและปรับตัวไปพร้อมกับการสร้างศักยภาพใหม่ ๆ (Kampheangphet, 2017) จากนั้นผู้ศึกษาได้สังเคราะห์องค์ประกอบของการจัดการการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจเพื่อพัฒนาตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย 1) การรับรู้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ (Business Change Perception) และ 2) ความสามารถในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment Adaptation)

ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่มีผลต่อสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ ยังไม่พบการศึกษาในตัวแปรนี้อย่างชัดเจน แต่มีผลการศึกษาวิจัยที่สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในประเด็นดังกล่าวว่า องค์กรจะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้นั้นผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการปรับตัวให้อยู่รอดได้ภายใต้สภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการติดตามสถานการณ์ต่าง ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทันสมัยประกอบการตัดสินใจ พร้อมทั้งใช้กลยุทธ์การแข่งขันที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่องค์กรเผชิญอยู่ และสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานจึงสามารถนำพาองค์กรไปสู่การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันและการอยู่รอดในระยะยาว (Cruz & Nordqvist, 2012; Kampheangphet, 2017) จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงอาศัยความเชื่อมโยงและผลการวิจัยดังกล่าวเพื่อกำหนดข้อเสนอในการศึกษา ดังนี้

ข้อเสนอการวิจัย (Proposition) P10: การจัดการการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้ศึกษาได้เชื่อมโยงแนวคิดและสังเคราะห์เพื่อสร้างโมเดลทฤษฎีการวิจัยเกี่ยวกับสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของ

สมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ ซึ่งสามารถแสดงเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัยในครั้งนี้

1. ประโยชน์เชิงทฤษฎี (Theoretical Contribution)

1.1 ก่อให้เกิดการบูรณาการระหว่างแนวคิดสมรรถนะการจัดการที่เชื่อมโยงกับแนวคิดผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ และสร้างเป็นกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีและองค์การประกอบของสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ที่น่าไปสู่การสร้างกระบวนการด้านการศึกษาสมรรถนะเชิงการจัดการ (Management Competency) ของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม

1.2 ก่อให้เกิดกรอบแนวคิดการวิจัยเชิงบูรณาการความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ประกอบด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและการจัดการการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ รวมไปถึงผลลัพธ์ของสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ ประกอบด้วย ศักยภาพการจัดการการผลิตเชิงรุก ความสามารถเชิงพลวัตเพื่อความได้เปรียบ

ในการแข่งขัน ประสิทธิภาพการตอบรับจากลูกค้า และผลการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งสามารถใช้เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อขยายขอบเขตของการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรในบริบทขององค์การประเภทต่าง ๆ

2. ประโยชน์เชิงการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการเกษตรทางด้านจัดการ (Managerial Contribution)

2.1 ผู้ประกอบการเกษตรได้สำรวจและประเมินตนเองในประเด็นสมรรถนะการจัดการที่แสดงถึงจุดแข็งและจุดอ่อน เพื่อนำไปประกอบการวางแผนพัฒนาความสามารถของตนเองให้เป็นผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ที่พร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งจากภายในและภายนอกองค์การ

2.2 ผู้ประกอบการเกษตรมีแนวทางในการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อพัฒนาสมรรถนะเชิงการจัดการสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรมมากขึ้น

บทสรุป

สมรรถนะการจัดการเป็นตัวแบบการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการเกษตรในยุคเกษตรสมัยใหม่ สอดคล้องกับตัวแบบทางเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ที่มุ่งเสริมสร้างฐานความรู้และพัฒนาผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ให้มีความสามารถในการลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มคุณภาพการผลิตโดยใช้ระบบการตลาดนำการผลิต มุ่งเน้นการผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพสูง ปลอดภัย และมีความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล พร้อมสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็งเชื่อมโยงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมถึงสามารถเพิ่มช่องทางในการขายทั้งในรูปแบบทั่วไปและการตลาดแบบออนไลน์ สำหรับสมรรถนะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ มีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) การจัดการการตลาดเชิงสร้างสรรค์ 2) การจัดการความมั่นคงทางการเงิน 3) การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเกษตร 4) การจัดการการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ และ 5) การจัดการระบบนิเวศทางธุรกิจ ซึ่งสมรรถนะการจัดการจะช่วยให้ผู้ประกอบการเกษตรสามารถรับรู้ เรียนรู้ วิเคราะห์ ประเมิน และรับมือกับกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน และพร้อมก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ที่มีศักยภาพ การจัดการการผลิตเชิงรุกมีความได้เปรียบในสนามการแข่งขัน และสามารถจัดการ

ความต้องการของลูกค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. บทความนี้มุ่งนำเสนอกรอบแนวคิดการวิจัยที่สังเคราะห์ขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม สร้างมโนทัศน์ และข้อเสนอการวิจัย ทั้งนี้ควรนำกรอบแนวคิดดังกล่าวมาทำการศึกษาเชิงประจักษ์ด้วยวิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของตัวแปรในระดับองค์การ จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model) การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) หรือการวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis)
2. บทความนี้เป็นการศึกษาสมรรถนะการจัดการที่มุ่งเน้นผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการบริหารจัดการและการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการเกษตรที่มีความพร้อมและศักยภาพในการยกระดับความสามารถทางการเกษตร เช่น ผู้ประกอบการที่ได้รับใบรับรองแหล่งผลิต GAP พืช และใบรับรองแหล่งผลิตพืชอินทรีย์ หรือผู้ประกอบการที่ผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ (Smart Farmer) และกลุ่มเกษตรกรที่มีการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ที่เข้าร่วมโครงการระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ เป็นต้น

References

- Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (1999a). Learning orientation, market orientation, and innovation: Integrating and extending models of organizational performance. *Journal of Market-Focused Management*, 4, 295-308
- Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (1999b). The synergistic effect of market orientation and learning orientation on organizational performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(4), 411-427.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). A multidimensional model of venture growth. *The Academy of Management Journal*, 44(2), 292-303.
- Boso, N., Story, V. M., & Cadogan, J. W. (2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 708-727.
- Buathong, S., & Bangchokdee, S. (2015). Use of financial and non-financial performance measures within contingency theory. *Journal of Accounting Profession*, 11(31), 63-79. [in Thai]
- Carton, R. B., & Hofer, C. W. (2006). *Measuring organizational performance: Metrics for entrepreneurship and strategic management research*. Edward Elgar Publishing.
- Chandler, G. N., & Hanks, S. H. (1994). Market attractiveness resource-based capabilities, venture strategies and venture performance. *Journal of Business Venturing*, 9(4), 331-349.
- Chanhom, P., Manlikamat, R., & Phuttharee, A. (2011). *Thai labor shortage: Problem condition, cause, and solution*. Senate. http://w3c.senate.go.th/pictures/comm/57/file_1343115661.pdf [in Thai]
- Choengchumpithak, N. (2013). *Influence of marketing competitive potentials and effective of customer response to performance of pharmaceutical business in Thailand* [Master's thesis]. Silpakorn University. [in Thai]
- Chuckpaiwong, R., & Virunra, B. (2020). Characteristics of successful entrepreneurs for Thailand 4.0: Thailand medium enterprises in agricultural processing business. *Journal of Technology Management Rajabhat Maha Sarakham University*, 7(1), 118-127. [in Thai]
- Combs, J. G., Russell Crook, T., & Shook, C. L. (2005). The dimensionality of organizational performance and its implications for strategic management research. *Research Methodology in Strategy and Management*, 2(5), 259-286.
- Choonhavejsakul, A., Laksitamas, P., & Horungrueng, C. (2019). The effects of creative marketing and Thai tourism content advertising on the purchase intentions of Chinese, Japanese, South Korean generation Y tourists. *Silpakorn University Journal*, 39(1), 75-92. [in Thai]

- Cruz, C., & Nordqvist, M. (2012). Entrepreneurial orientation in family firms: A generational perspective. *Small Business Economics*, 38, 33-49.
- De Wolf, P., & Schoorlemmer, H. (2007). *Exploring the significance of entrepreneurship in agriculture*. Ackerstrasse, Research Institute of Organic Agriculture FiBL.
- Dimitratos, P., Liouka, I., & Young, S. (2014). A missing operationalization: Entrepreneurial competencies in multinational enterprise subsidiaries. *Long Range Planning*, 47(1-2), 64-75.
- Dulyasatien, W. (2015). *Factors affecting the performance of large hotels business in Thailand: The empirical study of Centara hotels* [Doctoral dissertation]. Silpakorn University. [in Thai]
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21(10-11), 1105-1121.
- Frederick, H., Kuratko, D. F., & O'Connor, A. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, practice* (4th ed.). Cengage Learning Australia.
- Furr, N. (2011). #1 Cause of startup death? Premature scaling. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/nathanfurr/2011/09/02/1-cause-of-startup-death-premature-scaling/#6ba9dec21fc9>
- Gimiene, I. (2013). Knowledge management influence on innovation: Theoretical analysis of organizational factors. In *The 14th European Conference on Knowledge Management* (pp. 877-885). Kaunas University of Technology.
- Griffin, J. (1995). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. Lexington Books.
- Guan, J. C., Yam, R. C. M., Tang, E. P. Y., & Lau, A. K. W. (2009). Innovation strategy and performance during economic transition: Evidences in Beijing, China. *Research Policy*, 38(5), 802-812.
- Hasitpanichkul, N., & Jadesadalug, V. (2014). The impacts of the pharmacy accreditation development according to the pharmacy council standards towards customer response, competitiveness, and performance of pharmacies in Nakhon Pathom. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 7(1), 1-20. [in Thai]
- Hoque, N., Mamun, A., & Ahshanul Mamun, A. M. (2014). Dynamics and traits of entrepreneurship: An Islamic approach. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 10(2), 128-142.
- Huang, K. F., Dyerson, R., Wu, L. Y., & Harindranath, G. (2015). From temporary competitive advantage to sustainable competitive advantage. *British Journal of Management*, 26(4), 617-636.
- Hunt, S. D. (2007). Economic growth: Should policy focus on investment or dynamic competition. *European Business Review*, 19(4), 274-291.

- HRNOTE.ASIA. (2019). *POSDC: Classic management principles that still help increase organizational efficiency in today's era*. <https://th.hrnote.asia/orgdevelopment/190704-posdc-management-concept/>
- Jancharoenphon, J., & Jadesadalu, V. (2015). The impact of entrepreneurial orientation and market orientation on customer response and competitive advantage of drugstore, Nakhon Pathom. *Veridian E-Journal*, 8(1), 1176-1191. [in Thai]
- Kampheangphet, M. (2017). *Development model of establishing smart farmer in organic farm business of Thailand 4.0* [Doctoral dissertation]. Silpakorn University. [in Thai]
- Karnsawai, F., Pooncharoen, N., & Charmonman, W. (2011). The study of successful characteristics of hotel business entrepreneurs in the lower northern provinces of Thailand. *MIS Journal of Naresuan University*, 7(1), 39-50. [in Thai]
- Khanna, R. B. (2007). *Production operations management*. Prentice-Hall of India Pvt.
- Kijruangroj, W., & Jadesadalug, V. (2016). The impact of customer relationship management on customer responsiveness and business performance of electronic commerce in Thailand. *Journal of Accountancy and Management, Mahasarakham University*, 8(2), 53-66. [in Thai]
- Kittiwutikrai, M., & Chaisawaneeyakorn, M. (2015). The effects of risk management on the work success of small and medium enterprises in Mukdaharn Province. *Humanity and Social Science Journal*, 6(1), 105-118. [in Thai]
- Kogut, B., & Zander, U. (1992). Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology. *Organization Science*, 3(3), 383-397.
- Kohli, A. K., Jaworski, B. J., & Kumar, A. (1993). MARKOR: A measure of market orientation. *Journal of Marketing Research*, 30(4), 467-477.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Prentice-Hall.
- Kwankaew, J. (2011). *The impact of production and operation management in benefit of automotive part manufacturing company: A case study of Thai Arrow Products Co., Ltd.* [Master's thesis]. Srinakarinwirot University. [in Thai]
- Maesincee, S. (2016). *Edit code "Thailand 4.0" creating a new economy, crossing the middle income trap*. Thairath. <https://www.thairath.co.th/content/613903> [in Thai]
- Man, T. W., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17(2), 123-142.
- Ministry of Industry. (2016). *Thailand industrial development strategy 4.0 for 20 years (2017-2036)*. <http://www.industry.go.th/psd/index.php/2016-05-02-05-17-59/item/10820-4-0-20-2560-2579> [in Thai]

- Musika, K., Methiyothin, S., & Wiroonrat, B. (2019). Thai farmer debt management. *Journal of MCU Peace Studies*, 7(1), 111-124. [in Thai]
- Nakhon Ratchasima Chamber of Commerce. (2018). *Business competition*. <http://www.ncc.or.th/web2014/index.php/eco-news/1092-2018-03-07-03-38-23> [in Thai]
- Navarro-Garcia, A., Rey-Moreno, M., & De Lima, P. D. B. P. (2018). Competitive advantages as a complete mediator variable in strategic resources, dynamic capabilities and performance relations in the car sales sector. *Journal of Business, Universidad Del Pacífico (Lima, Peru)*, 10(1), 24-37.
- Ninaroon, P. (2017). *The causal relationship and effect of migrants worker management capability: An empirical evidence of small and medium enterprises in Samutsakorn Provinces* [Doctoral dissertation]. Silpakorn University. [in Thai]
- Nwokah, N. G., & Ahiauzu, A. I. (2008). Managerial competencies and marketing effectiveness in corporate organizations in Nigeria. *Journal of Management Development*, 27(8), 858-878.
- Office of the National Economics and Social Development Council. (2011). *The eleventh national economic and social development plan (2012-2016)*. Office of the Prime Minister. [in Thai]
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2019). *Final report (Strategies and action plans for small and medium enterprises promotion in agricultural industry)*. https://sme.go.th/upload/mod_download/download-20191022060242.pdf [in Thai]
- Panyaroj, S. (2013). Creative marketing. *TPA News Journal*, 119(7), 43-44. [in Thai]
- Patel, N. (2015). *How to avoid the premature scaling death trap*. Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/article/245603>
- Penrose, E. (1959). *The theory of the growth of the firm*. Basil Blackwell.
- Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191.
- Pham, T. S. H., & Ahammad, M. F. (2017). Antecedents and consequences of online customer satisfaction: A holistic process perspective. *Technological Forecasting and Social Change, Elsevier*, 124, 332-342.
- Phungphol, W. (2018). *Business cognitive ability of new generation entrepreneur for Thai SMEs towards business performance in Thailand 4.0* [Doctoral dissertation]. Silpakorn University. [in Thai]
- Potjanajaruwit, P. (2019). The business performance efficiency of startup in Thailand. *Journal of the Association of Researchers*, 24(1), 99-111. [in Thai]
- Prachumthong, W., & Wongrat, K. (2017). Performance competency of heads of production line and organizational effectiveness of canned fruit juice production companies in Prachuap Khiri Khan Province. *Research and Development Journal*, 9(9) 136-151. [in Thai]

- Promkan, R. (2018). Lean thinking agriculture and management according to lean thinking. *Nakhon Lampang Buddhist Coll's Journal*, 7(2), 407-418. [in Thai]
- Rachtachart, T. (2017). *The element factors influence dynamic capability of it system integrator and it services organization in Thailand* [Master's thesis]. Thammasat University. [in Thai]
- Rambe, P., & Makhalemele, N. (2015). Relationship between managerial competencies of owners/managers of emerging technology firms and business performance: A case of internet cafés in Mangaung Province in South Africa. *International Business & Economics Research Journal*, 14(4), 677-690.
- Ratanavararak, L., Chantararat, S., Rittinon, C., Boontida, S., Unahalekhaka, A., Chinnachodteeranun, R., & Pantakua, K. (2019). *Digital technology to improve the quality of life of Thai farmers*. aBRIDGEd, Making Research Accessible, Puey Ungphakorn Institute for Economic Research. <https://www.pier.or.th/?abridged=digital-technology-กับการยกระดับคุณภาพ> [in Thai]
- Rudmann, C., Vesala, K. M., & Jackel, J. (2008). *Synthesis and recommendations, entrepreneurial skills and their role in enhancing the relative independence of farmers: Results and recommendations from the research project developing entrepreneurial skills of farmers*. Research Institute of Organic Agriculture FiBL.
- Richard, O. C., Murthi, B. P., & Ismail, K. (2007). The impact of racial diversity on intermediate and long-term performance: The moderating role of environmental context. *Strategic Management Journal*, 28(12), 1213-1233.
- Rukhamate, P. (2018). An appropriate ecosystem for startup foundation and retention: A synthesis of population ecology theory and business ecosystem metaphor. *Journal of Public and Private Management*, 25(2), 41-63. [in Thai]
- Russell, R. S., & Taylor, B. W. (2006). *Operations management (Quality and competitiveness in a global environment)* (5th ed.). John Wiley and Sons.
- Saardchom, N. (2007). *Enterprise risk management*. Than Printing Company Limited. [in Thai]
- Sanchez, J. C. (2012). The influence of entrepreneurial competencies on small firm performance. *Revista Latino Americana de Psicología*, 44(2), 165-177.
- Santos, J. B., & Brito, L. A. L. (2012). Toward a subjective measurement model for firm performance. *BAR-Brazilian Administration Review*, 9, 95-117.
- Sarwoko, E., Surachman, A., & Hadiwidjojo, D. (2013). Entrepreneurial characteristics and competency as determinants of business performance in SMEs. *Journal of Business and Management*, 7(3), 31-38.
- Sayamwala, A., & Poapongsakorn, N. (2009). New approaches to intervention in rice prices. *TDRI Report*, 75, 1-17. [in Thai]

- Sebikari, K. V. (2014). Entrepreneurial performance and small business enterprises in Uganda. *International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 2(4), 1-12.
- Sililertsakul, V. (2013). *The management potential affecting the farmer's success in Bang Len District Nakhon Pathom Province* [Master's thesis]. Silpakorn University. [in Thai]
- Singh, A., Kumar, B., & Singh, V. K. (2010). Customer engagement: New key metric of marketing. *International Journal of Arts and Sciences*, 3(13), 347-356.
- Singtanasarn, P. (2019). Increasing the competitiveness of the canned food export business and dried food export business in Thailand using the resource-based theory. *Journal of Economics and Management Strategy*, 6(1), 103-120. [in Thai]
- Slater, S. F., & Narver, J. C. (1995). Market orientation and the learning organization. *Journal of Marketing*, 59(3), 63-74.
- Samo, A. H., & Hashim, N. (2016). The impact of entrepreneurial alertness on entrepreneurial intentions. *Journal of International Business Research and Marketing*, 1(6), 7-11.
- Soonthornchai, P., Nikornpittaya, S., & Sansom, K. (2013). Financial and risk management: Case of farmers farming of Kalasin and Maha Sarakham Province. *Prawarun Agricultural Journal*, 10(2), 213-220. [in Thai]
- Srisaard, A., & Khamvongsa, A. (2012). *Guide to growing cassava in the modern era*. Naka Inter Media Company Limited. [in Thai]
- Sriupayo, N. (2017). Agricultural management in the city: The pattern of study centre of sufficiency economy according to his Majesty's initiative, Pa-Hget-Tee Village, Hnongpueng Sub-district, Sarapee District, Chiang Mai Province. *FEU Academic Review*, 11(3), 261-275.
- Teece, D. J., & Pisano, G. (1994). The dynamic capabilities of firms: An introduction. *Industrial and Corporate Change*, 3(3), 537-556.
- Tehseen, S., & Ramayah, T. (2015). Entrepreneurial competencies and smes business success: The contingent role of external integration. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(1), 50-59.
- Tungsongcharoen, S. (2015). *Entrepreneurial orientation of MBA students in Bangkok* [Master's thesis]. Thammasat University. [in Thai]
- Srinuan, R. (2020). Internal marketing on sustainable growth of accounting firm's business. *Panyapiwat Journal*, 12(3), 39-48. [in Thai]
- Vashararangsi, P. (2017). The students competencies and attributes as entrepreneurs in MBA program in Benjamittr Universities Consortium. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*, 3(2), 116-126. [in Thai]
- Warawonghiran, K. (2016). *Process efficiency improvement for automotive parts production line* [Master's thesis]. Burapha University. [in Thai]

- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Zarefard, M., & Cho, S. E. (2018). Entrepreneurs' managerial competencies and innovative start-up intentions in university students: Focus on mediating factors. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(2), 1-22.



Name and Surname: Nattaphat Apirungruengsakul

Highest Education: M.Sc. (Agricultural Economics), Kasetsart University

Affiliation: Faculty of Management Science, Silpakorn University

Field of Expertise: Agricultural Economics, Agricultural Business Management, and Business Management



Name and Surname: Viroj Jadesadalug

Highest Education: Ph.D. in Management, Mahasarakham University

Affiliation: Faculty of Management of Science, Silpakorn University.

Field of Expertise: Management and Business Management



Name and Surname: Jantana Sansook

Highest Education: Ph.D. in Management, Mahasarakham University

Affiliation: Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

Field of Expertise: Management and Business Management

A SCOR-BASED SUPPLY CHAIN MANAGEMENT FOR SUSTAINING COMMUNITY-BASED ENTERPRISES IN THAILAND

Wirachchaya Chanpuypetch¹ and Suratin Tunyaplin^{2,3}

¹College of Maritime Studies and Management, Chiang Mai University

²Faculty of Logistics and Supply Chain Management, Sripatum University, Chonburi

³Suwanpisarn Transportation 2010 Co.,Ltd.

Received: May 19, 2021 / Revised: August 24, 2021 / Accepted: September 3, 2021

Abstract

In Thailand, the agriculture-based industrial sector plays a significant role as the growth engine for the rural economy. However, most businesses in rural areas are community-based enterprise (CBE). They typically have the limitations of an operations management and resources such as human, financial, as well as supportive technologies. Thus, this article aims to offer the direction for enhancing the competitiveness of CBEs in rural Thailand. The cases of Snakeskin Gourami (*Trichogaster pectoralis*) CBE in Ban Phaeo District, Samut Sakhon Province were investigated using semi-structured interviews and direct observation for understanding the supply chain and operations process. Then the competitive position of this business was identified using a SWOT analysis. We have found that the CBEs can produce many kinds of high-quality products. However, the quality of products is still not identified scientifically due to a lack of knowledge and equipment. Not surprisingly, they are always exploited from middlemen. Thus, collaboration with the institutions of higher education in the same area is an effective approach to help entrepreneurs in rural areas. Then this article applied the Supply Chain Operations Reference (SCOR) model for improving the supply chain and operations management of the Snakeskin Gourami CBE. The value-added processes that can be operated by the nearby institutions of higher education were added to link a CBE with research and development (R&D) units, laboratory equipment, academic knowledge as well as other modern technologies. Ultimately, a CBE can enhance its competitiveness and contribute to sustainable development.

Keywords: Supply Chain Management, SCOR, Sustainability, Community-Based Enterprise, University-Community Enterprise Collaboration

Introduction

In Thailand, populations in rural areas predominantly earn their livelihood from agriculture-based sector. Correspondingly, to rise self-reliance of Thai local communities, the community-based enterprise (CBE) has been launched since year 2005. This business form aims to align between the sufficiency economy philosophy and the core economic sectors for management and creativity on community capital. The concept of CBE has been widely implemented in numerous communities all over the country.

CBEs have also been widely established around the world, especially in developing countries. The main goal of this business concept is to enhance social and local economy (Peredo & Chrisman, 2006). CBEs are typically founded by community members living in the same area as a group-owned enterprise. It is a mechanism that encourages a creation of community products by playing various roles such as farm, manufacturing units, and shop. Accordingly, a CBE is a valuable part that helps to generate more jobs and return benefit to the local community.

Generally, CBEs do specific operational and management system. Their operations are based on folk wisdom rather than modern technologies. Hence, all activities of CBEs are performed through low-skilled staffs with the limited technology resources, financial, and infrastructure. These limited resources are crucial factors that obstruct sustainable growth of CBEs. Guidance and other external supports are often required in promoting sustainable

CBEs. Therefore, this article aims to propose a SCOR-based supply chain management for enhancing Thai CBEs' competitiveness and contribute to sustainable development.

The article is organised as follows. The next section describes the methodology used in this research. Then the supply chain and operations process of the Snakeskin Gourami CBEs where are located in Samut Sakhon Province is described in Section 3. The SWOT analysis is conducted for underlining the weaknesses and threats of the CBEs in Sections 4. The SCOR-based supply chain management for sustaining CBEs is proposed in Section 5. Finally, the article is concluded.

Data Collection and Analysis

Referring to the aim of this paper, three Snakeskin Gourami (*Trichogaster pectoralis*) CBEs where are located in Ban Pheao District, Samut Sakhon Province were selected to investigate the current situation (AS-IS). Convenience access and geographic proximity were assessed as the main criteria in selecting a case study (Tunyaplin & Chanpuypetch, 2021; Mettler & Rohner, 2009; Yin, 2014). The research design applied the SCOR model to map the supply chain and operations process of the CBEs. Accordingly, in data collection process, the interview questions were set based on the SCOR framework. The authors used the core open-ended questions as the interview guideline for semi-structured interview. This helps to ensure that data collection focuses on the research needs (Rowley, 2002; Yin, 2014). For a group of

interviewees, the head of CBEs and members who could provide relevant information were interviewed. They also play a role in the supply chain as a farmer. The length of interviews ranged from one to three hours. Simultaneously, direct observation was also performed.

After understanding the supply chain structure, the focus group discussion was conducted to carry out a SWOT analysis for brainstorming a Snakeskin Gourami CBE's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. Then the supply chain and operations management mechanism for sustaining Snakeskin Gourami CBEs can be proposed through the SCOR-based analysis.

The Snakeskin Gourami CBE case studies in Thailand

To understand the AS-IS situation of Thai CBEs, the authors conducted a site visit at the CBEs where are located in Ban Phaeo District, Samut Sakhon Province. This geographical location supplies a large number of agricultural and marine raw materials, such as coconut, orchid, shrimp, Snakeskin Gourami, to food and agro-industrial sector. For Samut Sakhon Province, Snakeskin Gourami is one of the core agricultural products that can generate high revenue over 360 million THB in year 2019. There are 192 registered farmers that

produce Snakeskin Gourami around 4,500 tons to market in 2019 (Governor's Office of Samut Sakhon Province, 2021). Not surprisingly, most farmers in this area always encounter with the price exploitation problem by traders.

To support the farmers in this area, many communities in Ban Phaeo District, Samut Sakhon Province established the CBE for producing many value-added products from Snakeskin Gourami. They will only use fish raw materials that are collected from their owned farm and the nearby farms. Moreover, these CBEs attempt to promote and share processing methods to inhabitants of the community for producing the final products from Snakeskin Gourami. It can be a way to make extra income and improve the quality of life for the communities. Nowadays, in Samut Sakhon, there are six registered Snakeskin Gourami CBEs. Four CBEs are located in Ban Phaeo District. (Department of Agricultural Extension, 2021).

The famous products of the Snakeskin Gourami CBEs in Ban Phaeo, Samut Sakhon include dried, salt pickled, as well as frozen-fishes. These are also the product champion of the province as OTOP (One Tambon (meaning district) One Product). The supply chain and their operations process flow of a Snakeskin Gourami CBE is presented in Figure 1.

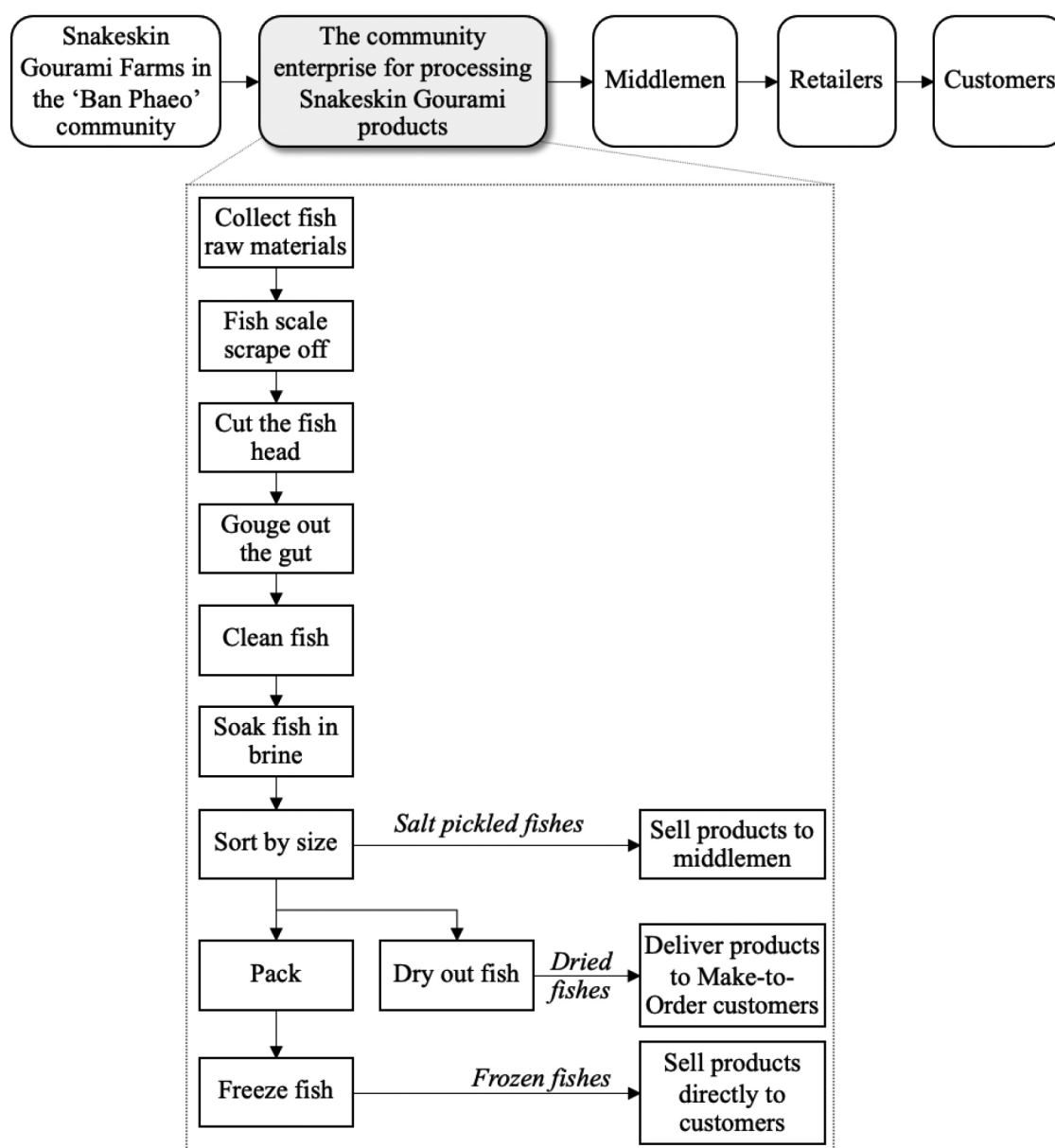


Figure 1 The supply chain and operations process of the Snakeskin Gourami CBEs in Ban Phaeo District, Samut Sakhon Province, Thailand

Although, their products can be sold continually, the CBEs still confronts with the price exploitation problem by middlemen, especially in selling salt pickled fishes. Due to the CBEs' production process still not follows a standard quality guideline for food processing such as Good Manufacturing Practices (GMP). Likewise, they lack know-how in testing a product's shelf-life. The reliability

and quality of products cannot be explicitly identified with scientific evidence. Unavoidably, various defects can be found such as mould, rancidity, a wide variety and large number of invisible microbes. Consumers may presume that the products are unreliable. These crucial issues of CBEs can decrease the ability to enlarge and sustain the business. Therefore, in the next sections, the supply chain and

operations process of a Snakeskin Gourami CBE is then systematically analysed in order to provide an effective approach for sustaining a CBE in Thailand.

SWOT analysis of the community-based enterprises in Thailand

To explore the suitable direction for sustaining long run business growth of Thai CBEs, business characteristics of the Snakeskin Gourami CBEs were analysed using a SWOT analysis. It is a popular managerial instrument in both strategic planning and decision-making processes (Harris, 2018; Patel et al., 2014; Boonyarat et al., 2019). SWOT approach is used to evaluate the current position of a product or business in four aspects including strengths, weaknesses, opportunities, and threats (Helms et al., 2011; Kallioras et al., 2010). By identifying these aspects, the core competencies and new opportunities in a wide variety of business situations can be clearly recognised for building the appropriate strategies (Helms et al., 2011).

In this article, the SWOT analysis was initially performed based on the data that were collected from in-depth interviews and closely observations of the supply chain, operations process, management as well as infrastructures. Then the focus group was conducted with the heads of three Snakeskin Gourami CBEs in Ban Phaeo, Samut Sakhon and their members to discuss about internal and external environment of the supply chain. The identification of both controllable and uncontrollable issues can be described as follows.

For internal environment, four controllable issues have been raised for identifying strengths and weaknesses that support and obstruct to achieve a CBE's mission respectively. They consist of people, raw materials, process and equipment as well as products and market. According to the analysis, the weaknesses (negative) can also be found align with each strength (positive). In this community, the CBE has an intimate relationship with inhabitants in the neighbouring areas. Accordingly, they can constantly collect fish raw materials from many Snakeskin Gourami farms. The CBEs can produce many kinds of high-quality product. Besides, there is a small plant for producing high quality sun-dried salted fish products. Nowadays, their products are famous as one of the product champions of Samut Sakhon Province. However, in their processing, most CBEs do not implement a standard food manufacturing control such as GMP, Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP). The reliability and quality of both raw materials and final products is still not inspected scientifically. Due to a lack of laboratory equipment for analysing chemical components, physical characteristics as well as microbial contamination. Likewise, the CBE's members lack specific knowledge and the best practices on food processing, product and packaging development. Hence, several defects can be found on their products. It may lead to hazardous to consumers' health. The CBEs cannot improve their business and eliminate these problems by themselves.

Likewise, external environment issues

that the CBEs cannot control have been listed including opportunities (positive) and threats (negative). Similar to the analysis of internal issues, two main points have been identified. In term of process and equipment, while the products of CBEs are now famous, most customers also require a good quality control inspection as a prerequisite. Therefore, their market size is no able to expand. The production process needs more control and improvement to meet this crucial requirement for both national and international markets. Regarding products and market growth, the price exploitation problem has occurred from the mechanism of middlemen in the supply chain. Although, the CBEs can recognise their own weak points, a direction for problem-solving cannot be initiated by themselves. They cannot connect to experts or consultants in the related fields who can help an entrepreneur for enhancing the business. Moreover, the CBEs cannot reach some budget or grant from a government sector for product research and development as well as business improvement.

However, various opportunities (positive) of these CBEs can be identified. The CBEs is able to expand and win new position on agro-food market. They should further develop new value-added products from their high-quality raw materials. Additionally, an appropriate packaging is needed to be designed for food preservation and giving a good image to customers. In processing process, the CBEs should employ a good quality control throughout their operations in order to increase the reliability and quality of products. Besides, the products of CBEs have the potential to export into global market. The effective capacity should be planned for expanding to meet demand growth.

According to the SWOT analysis, the weaknesses and threats of the Snakeskin Gourami CBEs have been underlined from the focus group discussion. These negative issues are needed to be solved and eliminated for underpinning the CBEs' strengths to accomplish the business opportunities. All aspects of SWOT are summarised and presented in Table 1.

Table 1 The SWOT analysis of the Snakeskin Gourami CBEs in Thailand

Internal environment (Controllable)	
Strengths (Positive)	Weaknesses (Negative)
People - The CBEs and the inhabitants in the same community are in unity. Raw materials - Raw materials can be constantly collected in the nearby areas. Process and equipment - There is a small plant for producing high quality sun-dried salted fish products. Products and market growth - There are many kinds of high-quality product. - The CBEs' products are famous as one of the product champions of the province.	People - A lack of specific knowledge and the best practices on food processing, product and packaging development. Raw materials - The CBEs cannot inspect the quality of raw materials scientifically. Process and equipment - There is no standard food manufacturing control in their processing. - A lack of laboratory equipment for analysing chemical components, physical characteristics and microbial contamination. Products and market growth - The reliability and quality of products is still not identified scientifically. - Various defects can be found on their products and they cannot solve/eliminate problems by themselves.
External environment (Uncontrollable)	
Opportunities (Positive)	Threats (Negative)
Process and equipment - Process improvement for increasing the reliability and quality of products. - Expansion of capacity to meet demand growth. Products and market growth - Development of new value-added products and packaging. - Expansion and win new position on market. - Exporting the CBEs' products into the global marketplace. - Overcoming the price exploitation problem from the mechanism of middlemen.	Process and equipment - Both national and international customers require a good quality-control inspection as a prerequisite. - The process needs more control and improvement. Products and market growth - The price exploitation problem by middlemen. - A lack of connection with experts/consultants in the related fields for enhancing their business. - A lack of budget or grant support from a government sector for product research and development/business improvement.

A SCOR-based supply chain management for sustaining Thai CBEs

Based on the SWOT analysis, a collaboration among CBEs and institutions of higher education in surrounding areas has been suggested as an effective mechanism. This approach helps local entrepreneurs to access university resources for building sustainable community wealth in neighbourhoods (Harkavy et al., 2017). Thus, the way of collaboration is proposed in this section.

In this study, the authors applied the SCOR model in order to construct a comprehensive supply chain and operations management mechanism for Thai CBEs by presenting through the case of Snakeskin Gourami CBE. SCOR can be used to align supply chain flow among the partners covering the Plan, Source, Make, Deliver, and Return for collaborating and coordinating management of the supply chain (Rotaru et al., 2014). This standard framework has been widely adopted in both academic and industrial settings (Georgise et al., 2012; Lockamy III & McCormack, 2004). Then the case study data were further analysed through the SCOR framework. The analysis aims to provide the mechanism

of institutions of higher education-community partnership in standard form.

According to the data collection, the macro process of a Snakeskin Gourami CBE was determined based on the first level of the SCOR model (see in Figure 2). Five major business processes can be mapped as follows. Plan: A CBE plans to source their raw materials and production resources to meet their customer requirements.

Source: The source process is a collection of fish raw materials from farms in the community.

Make: The make process of a CBE includes both ‘Make-to-Stock’ (salt pickled and frozen-fish productions) and ‘Make-to-Order’ (dried-fishes production).

Delivery: The process of delivering products is made based on a customer order. Mostly, products are packed, loaded and then directly shipped to the end customers by their own carrier. In term of middlemen, they receive products at the CBE by themselves.

Return: There is the process of source return defective raw materials.

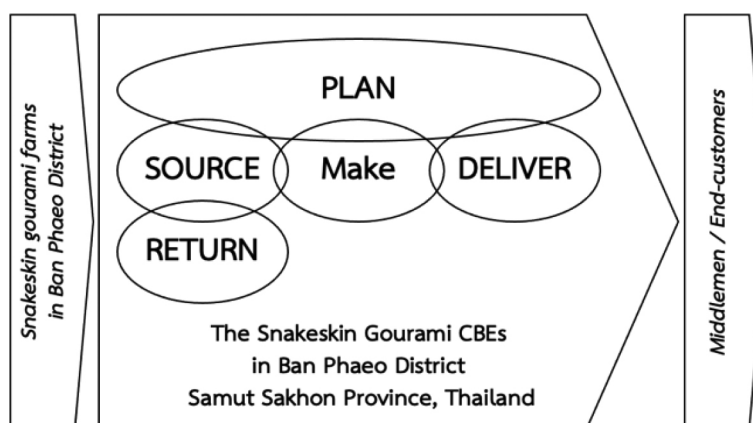


Figure 2 The SCOR-based major business processes of the Snakeskin Gourami CBE in Thailand (SCOR Level 1)

Then the authors mapped the sequence of the CBE's AS-IS workflow (see in Figure 1) to the related SCOR reference processes. The activities of each process can be identified sequentially in the standard form. This approach also helps an entrepreneur to improve their current operations processes. A lack of crucial activities that should be done can be recognised for business process redesign. Likewise, the standard business processes from SCOR lead to the relevant best practices, enabling technologies as well as performance metrics. Institutions of higher education can support a CBE by providing knowledge transfer, R&D units, and scientific laboratory services. These collaboration activities bring up a CBE's

strengths and opportunities. Besides, the performance metrics for measuring the performance of a CBE were listed based on SCOR. The possible metrics that a CBE can easily understand and practical use were identified through a consensus-based approach by the heads of Snakeskin Gourami CBEs in Samut Sakhon province. These key performance indicators (KPIs) can be used to track and improve the progress of business performance against expected goals. Consequently, the SCOR-based supply chain and operations management for a CBE in Thailand can be represented through the case of Snakeskin Gourami CBE as shown in Table 2.

Table 2 The SCOR-based supply chain and operations management: The case of Snakeskin Gourami CBE in Thailand

AS-IS Business Processes of Snakeskin Gourami CBEs		SCOR-based Business Processes	Description	Roles of Institutions of Higher Education for supporting a CBE	SCOR-based KPIs for a CBE
Plan (P)	Plan for raw materials used in production and production process	P1: Identify Product Requirements P2: Identify Product Resources P3: Establish Sourcing Plan P4: Establish Production Plan	- Identifying all sources of demand for products - Planning supply resources to meet production requirements	Provide knowledge regarding bill of material control, supply chain optimisation, supplier research, vendor collaboration, strategic sourcing, publish production plan	- Order fulfilment cycle time - Return on supply chain fixed assets

Table 2 The SCOR-based supply chain and operations management: The case of Snakeskin Gourami CBE in Thailand (Con.)

AS-IS Business Processes of Snakeskin Gourami CBEs		SCOR-based Business Processes	Description	Roles of Institutions of Higher Education for supporting a CBE	SCOR-based KPIs for a CBE
Source (S)	Collect fish raw materials	S1: Identify Sources of Supply S2: Select Final Supplier and Negotiate S3: Schedule Product Deliveries S4: Receive Product S5: Verify Product S6: Transfer Product S7: Authorise Supplier Payment	- Identifying and qualifying the potential of supplier capable - Identifying final supplier (s) and generating a contract. - Scheduling and managing the requirements for product deliveries - Receiving raw materials to contract requirements - Determining conformance of raw materials to requirements and criteria - Hygienically transfer accepted raw materials to the suitable stocking location - Authorisation of payments and paying suppliers for raw materials	Provide knowledge regarding supplier evaluation, alternative supplier benchmarking, raw material receiving process, vendor collaboration, production line sequencing, receiving goods inspection, self-invoicing, 3-way delivery verification, GMP	- Order fulfilment cycle time - Perfect order fulfilment - Source cycle time - Direct material cost - Inventory days of supply-raw material
Return (R)	Return defective fish raw materials	R1: Identify Defective Product Condition R2: Return Defective Product	Identifying business rules and product operating conditions inspection as criteria to identify and confirm that raw materials is excess to requirements defective.	- Provide knowledge regarding logistics management, GMP. - Encourage laboratory services for testing raw materials	- Current supplier return order cycle time - Current source return volume - Percentage defective inventory - Cost to return

Table 2 The SCOR-based supply chain and operations management: The case of Snakeskin Gourami CBE in Thailand (Con.)

AS-IS Business Processes of Snakeskin Gourami CBEs		SCOR-based Business Processes	Description	Roles of Institutions of Higher Education for supporting a CBE	SCOR-based KPIs for a CBE
Make (M)	-	M1: Schedule Production Activities M2: Issue Material/ Identify Resource	• Give plan for the production of products in specified quantities. • Hygienically operating physical movement of raw materials from stocking location.	• Provide knowledge regarding production line sequencing, production scheduling, lean manufacturing, Kanban, Lot tracking, GMP.	• Yield • Make cycle time • Cost to make • Direct material cost • Indirect cost related to production • Direct labour cost
	Fish scale scrape out	M3: Produce and Test	• The series of activities performed raw materials/in-process product to convert it from the raw or semi-finished state to a state of complete and a greater value.	• Provide knowledge regarding lot tracking, lean manufacturing, GMP	• Recyclable waste as % of total waste
	Cut the fish head				
	Gouge out the gut				
	Clean fish				
	Soak fish in brine				
	Sort by size				
	Dry out fish				
	Freeze fish				
	Pack	M4: Package	• The series of activities that containerise completed products for storage or sale to end-users including cleaning or sterilisation.	• Provide knowledge regarding lot tracking, lean manufacturing, GMP. • Encourage research and development unit for packaging design.	
	-	M5: Release Product to M6: Deliver Waste Disposal	• Activities associated with post-production documentation, testing, or certification required prior to delivery of finished product to customer • Activities associated with collecting and managing waste in production process.	• Provide knowledge regarding lot tracking, perfect pick put away, waste management, GMP. • Encourage laboratory services for testing products, creating certificate of analysis.	

Table 2 The SCOR-based supply chain and operations management: The case of Snakeskin Gourami CBE in Thailand (Con.)

AS-IS Business Processes of Snakeskin Gourami CBEs		SCOR-based Business Processes	Description	Roles of Institutions of Higher Education for supporting a CBE	SCOR-based KPIs for a CBE
Deliver (D)	Deliver products to customers	D1: Process Inquiry and Quote	• Receive order from the customer • Inventory is identified and reserved for specific order and a deliver date is committed and scheduled. • Analysing order to determine the groupings that result in least cost and transportation. • Selecting carriers, routes, transportation modes, and building efficient loads. • Picking, sorting/ combining, packing the products, paste labels and delivering to the shipping area for loading • Loading product onto modes of transportation, and generating the documentation including invoice to meet internal, customer, carrier and government needs • Shipping the product to the customer site. • Receiving the shipment by the customer and verifying that the order was shipped complete and meets delivery terms. • Receiving payment from the customer.	• Provide knowledge regarding customer relationship management (CRM), pricing management, lead-time validation, inventory management, order management, transportation route planning, logistics management, packing, material handling, cold chain management, quality management, GMP	• Perfect order fulfilment • Order fulfilment cycle time • Deliver cycle time • Delivery volume • Order management cost • Order delivery cost • Inventory days of supply-WIP • Inventory days of supply-Finished goods
		D2: Receive and Validate Order			
		D3: Reserve Inventory and Determine Delivery Date			
		D4: Consolidate Orders			
		D5: Build Loads			
		D6: Route Shipments			
		D7: Select Carriers and Rate Shipments			
		D8: Pick Product			
		D9: Pack Product			
		D10: Load Vehicle and Generate Shipping Documents			
		D11: Ship Product			
		D12: Receive and Verify Product by Customer			
		D13: Invoice			

Conclusion

This article discloses the existing phenomenon of Snakeskin Gourami CBEs in Thailand through fieldwork visits to the CBEs where are located in Ban Phaeo District, Samut Sakhon Province. According to the data collection, the communities established the CBE to avoid an interference of middlemen in agricultural trade. The CBEs directly collect fresh fishes that are raised from farmers in the same area for adding value as the community products. Although, their production is not complicated, many kinds of good quality products are most famous. Besides, most CBEs play a significant role as the growth engine for the rural economy.

According to the SWOT analysis, it indicates that the CBEs are still suffering from a lot of weaknesses and threats. Due to they normally operate their business by trial and error based on folk wisdom without any outsider's intervention. An encouragement in term of up-to-date knowledge, modern equipment and technologies as well as subsidy has been all along required. But the CBEs cannot reach or perform these crucial things by themselves. Hence, to achieve the

CBE's opportunities, all of negative points must be seriously concentrated to eliminate them throughout the business system.

Consequently, to fulfil Thai CBEs, the mechanism of supply chain management has been proposed based on the SCOR model in this article. Institutions of higher education, especially a university, would form strong relationships with the communities that surround their campuses. According to the SCOR-based supply chain and operations management approach presented based on the case study data, anything that the CBE is incapable can be taken from higher education institutions. As mentioned by McKeon (2013), in developing and sustaining a successful of small businesses ecosystem, universities must take a leadership role. Thus, the mechanism among CBEs and education institutions in the same area should be intensively promoted in Thailand. It helps to match the institutions' capabilities in order to solve the community's problems. This is also one mission of a full-time professional in public universities. Ultimately, Thai rural communities can enhance their quality of life and societies and contribute to sustainable development.

References

- Boonyarat, P., Crowder, R. M., & Wills, G. B. (2019). Importance-performance analysis based SWOT analysis. *International Journal of Information Management*, 44, 194-203.
- Department of Agricultural Extension. (2021). *The list of community-based enterprise*. <http://smce.doae.go.th/>
- Georgise, F. B., Thoben, K. D., & Seifert, M. (2012). Adapting the SCOR model to suit the different scenarios: A literature review & research agenda. *International Journal of Business and Management*, 7(6), 2-17.
- Governor's Office of Samut Sakhon Province. (2021). *Provincial development plan Samut Sakhon, B.E. 2561-2565 (2018-2022) (Revised Edition B.E. 2564 (2021))*. http://www.samutsakhon.go.th/_new/files/com_news_devpro/2020-06_33186312836c656.pdf
- Harkavy, I., Puckett, J., Hartley, M., Hodges, R. A., Johnston, F. E., & Weeks, J. (2017). *University-community partnerships for the public good: A democratic imperative*. North Philly Notes, Temple University Press.
- Harris, S. Y. (2018). SWOT analysis of Jamaican academic libraries in higher education. *Library Management*, 39(3/4), 246-278.
- Helms, M. M., Rodríguez, M. A., de los Ríos, L., & Hargrave, W. (2011). Entrepreneurial potential in Argentina: A SWOT analysis. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 21(3), 269-287.
- Kallioras, A., Pliakas, F., Diamantis, I., & Kallergis, G. (2010). SWOT analysis in groundwater resources management of Coastal Aquifers: A case study from Greece. *Water International*, 35(4), 425-441.
- Lockamy III, A., & McCormack, K. (2004). Linking SCOR planning practices to supply chain performance: An exploratory study. *International Journal of Operations & Production Management*, 24(12), 1192-1218.
- McKeon, T. K. (2013). A college's role in developing and supporting an entrepreneurial ecosystem. *Journal of Higher Education Outreach and Engagement*, 17(3), 85-89.
- Mettler, T., & Rohner, P. (2009). E-procurement in hospital pharmacies: An exploratory multi-case study from Switzerland. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 4(1), 23-38.
- Patel, M. M., Pranali Shah, P. J., & Patel, B. M. (2014). Insights of biosimilars through SWOT Analysis. *Expert Opinion on Biological Therapy*, 14(2), 139-144.
- Peredo, A. M., & Chrisman, J. J. (2006). Toward a theory of community-based enterprise. *The Academy of Management Review*, 31(2), 309-328.

- Rotaru, K., Wilkin, C., & Ceglowski, A. (2014). Analysis of SCOR's approach to supply chain risk management. *International Journal of Operations & Production Management*, 34(10), 1246-1268.
- Rowley, J. (2002). Using case studies in research. *Management Research News*, 25(1), 16-27.
- Tunyaplin, S., & Chanpuypetch, W. (2021). A SCOR-based performance evaluation framework for last-mile delivery of DIY home furniture products. *International Journal of Logistics Systems and Management*, 38(3), 277-306.
- Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods* (5th ed.). SAGE Publications.



Name and Surname: Wirachchaya Chanpuypetch

Highest Education: Ph.D. (Logistics and Engineering Management), Mahidol University

Affiliation: Chiang Mai University

Field of Expertise: Logistics and Supply Chain Management



Name and Surname: Suratin Tunyaplin

Highest Education: Ph.D. (Logistics and Engineering Management), Mahidol University

Affiliation: Sripatum University, Chonburi Suwanpisarn Transportation 2010 Co.,Ltd.

Field of Expertise: Logistics and Transportation Management

ปริทัศน์การศึกษาการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนแบบเน้นภาระงาน

A STUDY OF TASK-BASED CHINESE LANGUAGE TEACHING:
A LITERATURE REVIEW

นลินทิพย์ วิภาวัฒนกุล

Nalintip Vipawatanakul

คณะศิลปศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์

Faculty of Liberal Arts, Panyapiwat Institute of Management

Received: April 25, 2022 / Revised: July 11, 2022 / Accepted: July 14, 2022

บทคัดย่อ

การจัดการเรียนการสอนภาษาจีนแบบเน้นภาระงานเป็นหนึ่งในวิธีการจัดการเรียนการสอนที่มีผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง เน้นให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ภาษาผ่านการลงมือปฏิบัติภาระงานต่าง ๆ ปัจจุบันมีบทความวิชาการในจีนจำนวนมากที่ได้กล่าวถึงการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนในวิธีดังกล่าว ทั้งในเรื่องของความหมาย องค์ประกอบสำคัญ กระบวนการจัดการ ปัญหาที่พบและแนวทางการแก้ปัญหา การออกแบบภาระงาน และ ประเภทของภาระงาน ไปจนถึงการศึกษาเกี่ยวกับการนำการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนแบบเน้นภาระงาน ไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน การประยุกต์ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานควบคู่กับแนวคิด การจัดการเรียนการสอนในรูปแบบอื่น ๆ บทความนี้มีจุดประสงค์เพื่อทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนแบบเน้นภาระงานในจีนและในไทย โดยหวังว่าจะเป็นประโยชน์ต่อวงการการสอนภาษาจีนในไทยด้วย

คำสำคัญ: การสอนภาษาจีน การสอนแบบเน้นภาระงาน ทบทวนวรรณกรรม

Abstract

Task-based Chinese language teaching is one of the instructional management methods of learner-centered education, with the focus on enabling the learners to learn language via actual completion of various tasks. At present, there are numerous academic articles published in China that discuss a wide range of topics of task-based Chinese language teaching, including definition, structure, approach, problems and solutions, task design, and types of task. Many studies also expound the implementation of task-based language teaching along with other teaching methods. This article aims to review the literature on task-based Chinese language teaching conducted in China and Thailand, with the hope that the study would be of great benefit to Chinese language teaching and learning in Thailand.

Keywords: Chinese Language Teaching, Task-based Teaching, Literature Review

บทนำ

การเรียนการสอนภาษาที่สองแบบเน้นภาระงาน เป็นวิธีการสอนภาษาที่สองที่เน้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ (Learning by doing) โดย Prabhu เป็นคนแรกที่เสนอแนวคิดภาระงานเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเรียนการสอนภาษาที่สองขึ้นในปี 1983 หลังจากทำการทดลองการสอนที่ประเทศอินเดีย (Sankaburanurak, 2017, p. 261) ต่อมาในปี 1989 Nunan ได้ทำให้แนวคิดนี้เริ่มชัดเจนมากขึ้นผ่านการตีพิมพ์ผลงานเรื่อง Principle of Course Design for Language Teaching (Wang, 2005, p. 3) จนกระทั่งปี 2000 แนวคิดดังกล่าวจึงเริ่มแพร่หลายในแวดวง การสอนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศ (Xi, 2019, p. 5) ผู้เขียนได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการศึกษาแนวคิดการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนแบบเน้นภาระงานในประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน และการศึกษาเกี่ยวกับการนำการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนแบบเน้นภาระงานไปประยุกต์ใช้กับการเรียน การสอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดการจัดการเรียน การสอนแบบเน้นภาระงาน

ในหัวข้อนี้ผู้เขียนได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับพื้นฐานของแนวคิดการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานทั้งหมด 4 ประเด็น ได้แก่ 1) ความหมายของการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน 2) ประเภทของภาระงาน 3) กระบวนการจัดการเรียน การสอนแบบเน้นภาระงาน 4) ปัญหาที่พบในการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานและแนวทาง ในการแก้ปัญหา และ 5) การออกแบบภาระงาน

1.1 ความหมายของการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน

หลังจากที่ Prabhu ได้เสนอแนวคิดการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน มีนักวิชาการ

จำนวนมากให้ความสนใจและได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความหมายของการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานผ่านบทความต่าง ๆ จำนวนมาก และเนื่องจากแนวคิดเรื่องการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานเป็นแนวคิดที่มาจากนักวิชาการฝั่งตะวันตก ดังนั้นความหมายที่มักนำมาอ้างอิงในงานวิจัยและบทความวิชาการต่าง ๆ ของจีนรวมถึงของไทย ส่วนมากจึงมีที่มาจากทางตะวันตก โดยนักวิชาการที่ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับความหมายของการเรียน การสอนแบบเน้นภาระงาน ที่สำคัญและพบบ่อย ดังนี้ Prabhu (อ้างถึงใน Xi 2019, p. 3) ได้ให้ความหมายของคำว่า การเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานไว้ว่าเป็นกิจกรรมที่ผู้เรียนจะต้องใช้กระบวนการทางความคิดกับข้อมูลให้ผู้สอนให้มาจนได้เป็นผลลัพธ์ด้วยตนเอง โดยมีผู้สอนเป็นผู้วางระเบียบให้กระบวนการเป็นไปตามลำดับขั้น โดย Prabhu เห็นว่า สิ่งสำคัญในการพัฒนาความสามารถทางภาษาไม่ใช่ว่าการทำให้ผู้เรียนได้ข้อมูลจำนวนมากจากผู้สอน แต่เป็นการที่ผู้สอนกำหนดสถานการณ์ขึ้นมาและให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในสถานการณ์นั้น อย่างไรก็ตาม Prabhu ไม่ได้กล่าวถึงแนวทางในการเลือกภาระงาน หรือการกำหนดระดับความยากของภาระงานไว้

Wang (2005, pp. 1-4) เห็นว่า การจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน คือ การจัดการเรียนการสอนที่ให้ความสำคัญกับการใช้ภาษาที่ได้เรียนมาปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เป็นกระบวนการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง โดยผู้สอนใช้วิธีมอบหมายภาระงานที่ชัดเจนให้กับผู้เรียน เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนอยากเรียนรู้

Lu และ Li (2009, p. 110) เห็นว่า ภาระงาน คือ กิจกรรมที่ใช้ภาษาในการสื่อสารอย่างมีเป้าหมาย โดยผู้สอนจะต้องออกแบบกิจกรรมอย่างมีเป้าหมายและชัดเจน เพื่อให้ผู้เรียนได้ใช้ภาษาเป้าหมายในการทำกิจกรรมจนสำเร็จ

Wang (2016a, p. 148) เห็นว่า การสอนแบบเน้นภาระงาน คือ การสอนที่ให้ความสำคัญกับความสนใจของผู้เรียนเป็นหลัก เน้นให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกพึงพอใจในการเรียน โดยการให้ผู้เรียนเรียนรู้ผ่านภาระงานต่าง ๆ อย่างมีจุดประสงค์ ทำให้เป้าหมายด้านความรู้ อารมณ์ และทักษะของผู้เรียนได้พัฒนาอย่างสมดุล

กล่าวโดยสรุป การเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน คือ การเรียนการสอนเชิงบูรณาการเป็นการฝึกฝนภาษาควบคู่กับการฝึกฝนทักษะด้านอื่น ๆ กล่าวคือ ผู้เรียนต้องใช้ภาษาเป้าหมายในการปฏิบัติภาระงานให้สำเร็จ โดยผู้สอนจะต้องออกแบบภาระงานให้สอดคล้องกับความเป็นจริง มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน และทำให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในสถานการณ์นั้น ๆ เพื่อพัฒนาความสามารถของผู้เรียนแบบองค์รวม

1.2 ประเภทของภาระงาน

นักวิชาการได้จำแนกภาระงานออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามลักษณะของภาระงาน

Willis (อ้างถึงใน Ye & Wang 2007, p. 57) ได้ยกตัวอย่างภาระงาน 6 ประเภท มีทั้งภาระงานที่ง่ายเหมาะกับผู้เรียนที่มีทักษะทางภาษาระดับต้น และภาระงานที่ยากเหมาะกับผู้เรียนที่มีทักษะทางภาษาระดับสูง ดังนี้

1) การยกตัวอย่าง (Listing) เป็นภาระงานที่ใช้เพื่ออธิบายแนวคิด หรือทัศนคติที่มีต่อเรื่องเรื่องหนึ่ง เช่น ผู้สอนให้คำว่า “รสชาติ” หลังจากนั้นผู้เรียนแต่ละคนจึงยกตัวอย่างคำที่เกี่ยวข้อง เช่น “เปรี้ยว” “หวาน” “เค็ม” เป็นต้น การใช้ภาระงานในลักษณะนี้จะทำให้ผู้เรียนแต่ละคนเข้าใจแนวคิดได้ลึกซึ้งขึ้นผ่านการยกตัวอย่างของผู้เรียนด้วยกันเอง

2) เรียงลำดับและแบ่งกลุ่ม (Ordering and Sorting) ทำได้โดยมอบหมายให้ผู้เรียนเรียงลำดับหรือแบ่งกลุ่มสรรพสิ่งตามเกณฑ์ใดเกณฑ์หนึ่ง เช่น สามารถเรียงลำดับที่อยู่ในประเทศจีนจากใหญ่ไปเล็ก หรือสามารถแบ่งผู้เรียนในชั้นเรียนได้จากเกรด สัญชาติ

เดือน หรือปีที่เกิด เป็นต้น

3) เปรียบเทียบ (Comparing) ทำได้โดยให้ผู้เรียนเปรียบเทียบส่วนที่เหมือนและส่วนที่แตกต่างของสิ่งต่าง ๆ เช่น เปรียบเทียบความแตกต่างด้านการรับประทานอาหารของชาวจีนและชาวต่างประเทศ เปรียบเทียบวิธีเรียนหนังสือ เป็นต้น

4) แก้ไขปัญหา (Problem Solving) ทำได้โดยมอบหมายงานให้ผู้เรียนแก้ไขปัญหาด้วยการวิเคราะห์ใช้เหตุและผล ใช้การคำนวณและตัดสินใจตามความรู้ความเข้าใจของตนเองโดยใช้ภาษาปลายทาง เช่น ให้ผู้เรียนดำเนินการสำรวจ สัมภาษณ์ หรือแก้ไขปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม เป็นต้น โดยภาระงานในลักษณะนี้จัดเป็นภาระงานที่ใช้ทักษะค่อนข้างสูง

5) แบ่งปันประสบการณ์ส่วนบุคคล (Sharing Personal Experiences) ทำได้โดยให้อิสระแก่ผู้เรียนในการพูดคุย แลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือสิ่งที่ตนได้ประสบพบเจอ เช่น ให้ผู้เรียนได้แลกเปลี่ยนสิ่งที่ตนได้พบเห็นหรือความรู้สึกหลังจากได้เข้าเยี่ยมชมสถานที่เพาะพันธุ์หมีแพนด้า เป็นต้น

6) ภาระงานที่มีการสร้างเป็นภาระงานที่มีลักษณะของการสำรวจ การทำงานร่วมกัน สามารถปฏิบัติได้จริง เช่น การเลียนแบบบทสนทนา การแสดง การจัดทำบัตรอวยพร โดยให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีม การจัดการ ทำให้ผู้เรียนเกิดความคิดต่าง ๆ มากมาย ส่งเสริมให้เกิดจินตนาการและความปรารถนาที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่

Chen (2011, pp. 74-75) ได้นำประสบการณ์จากการสอนพูดภาษาจีนในรายวิชาการวางแผนการท่องเที่ยว (旅游计划) มาใช้ในการจำแนกประเภทของภาระงาน โดยได้จำแนกประเภทของภาระงานออกเป็น 8 ประเภท ดังนี้

1) การแลกเปลี่ยนข้อมูล (Information-Gap Tasks) คือ ภาระงานที่ให้ผู้เรียนแต่ละคน/กลุ่ม มีข้อมูลบางส่วนจากข้อมูลทั้งหมด ผู้เรียนจะต้องใช้ภาษาเป้าหมายแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

2) การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Opinion-Gap Tasks) คือ ภาระงานที่ให้ผู้เรียนแสดงความคิดเห็นต่อหัวข้อหรือสถานการณ์ที่กำหนด โดยที่ไม่ทราบว่า ผู้เรียนคนอื่นมีความคิดเห็นต่อหัวข้อหรือสถานการณ์นั้น ๆ อย่างไร

3) การนำเสนอข้อมูลใหม่ (Reasoning-Gap Tasks) คือ ภาระงานที่ให้ผู้เรียนใช้ข้อมูลที่มีอยู่อย่างจำกัดมาหาบทสรุปที่มีเหตุผล เช่น ผู้สอนอาจให้ผู้เรียน A หาสาเหตุของปัญหาจากการเดินทางท่องเที่ยวของผู้เรียน B โดยได้ข้อมูลเป็นระดับความสะดวกสบายของยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง การเดินทางท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหรือช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว เป็นต้น

4) การบอกเล่า (Declarative Tasks) คือ ภาระงานที่ให้ผู้เรียนออกมากล่าวหน้าชั้น เช่น ผู้สอนให้รูปภาพมาจำนวนหนึ่ง แล้วให้ผู้เรียนปรึกษากันภายในกลุ่ม เมื่อเตรียมตัวเสร็จเรียบร้อยแล้วให้ช่วยกันออกมาเล่าเรื่องหน้าชั้น เป็นต้น

5) จิ๊กซอว์ (Jigsaw Tasks) คือ ภาระงานที่ให้ผู้เรียนปะติดปะต่อเรื่องราวให้สมบูรณ์ ผู้สอนอาจให้ประโยคที่อยู่ในจดหมายหรืออยู่ในตารางมาหลาย ๆ ประโยคแบบกระจัดกระจาย แล้วให้ผู้เรียนนำประโยคเหล่านั้นมาร้อยเรียงต่อกันให้กลับเป็นจดหมายหรือตารางที่สมบูรณ์ หรือให้ผู้เรียนแต่ละคนแต่งประโยคมาคนละหนึ่งประโยค ผลัดกันแต่งไปเรื่อย ๆ จนออกมาเป็นเรื่องราวที่สมบูรณ์ เป็นต้น

6) เปรียบเทียบ (Comparing Tasks) คือ ภาระงานที่ให้ผู้เรียนเปรียบเทียบสิ่งต่าง ๆ วิเคราะห์ความเหมือน ความต่าง จุดเด่น จุดด้อย เช่น เปรียบเทียบร้านอาหารแถว ๆ โรงเรียนในด้านราคา บริการ สภาพแวดล้อม แล้วจึงนำมาอภิปรายร่วมกันว่า ร้านอาหารร้านใดคุ้มค่าด้านราคาที่สุด

7) ตัดสินใจ (Decision-making Tasks) คือ ภาระงานที่ให้ผู้เรียนตัดสินใจเลือก เช่น ผู้สอนให้ปัญหาที่ต้องเลือก โดยการเลือกจะนำมาซึ่งผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน แล้วให้ผู้เรียนอภิปรายร่วมกัน

8) แก้ไขปัญหา (Problem-solving Tasks) คือ ภาระงานที่ให้ผู้เรียนแก้ไขปัญหา โดยปัญหานั้นอาจถูกยกขึ้นโดยผู้สอนหรือผู้เรียนก็ได้ หลังจากนั้นผู้เรียนจึงอภิปรายร่วมกันเพื่อหาวิธีแก้ไขปัญหา โดยสรุปภาระงานมีหลากหลายประเภท ผู้สอนควรพิจารณาเลือกภาระงานให้เหมาะสมกับระดับทางภาษาของผู้เรียนและวัตถุประสงค์การเรียนรู้ โดยทุกประเภทล้วนมุ่งเน้นให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ด้วยแนวทางต่าง ๆ เช่น การยกตัวอย่างคำที่เกี่ยวข้อง การแลกเปลี่ยนความเห็นและประสบการณ์ การเปรียบเทียบ การแก้ปัญหา การตัดสินใจ และการอภิปรายในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

1.3 กระบวนการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน

นักวิชาการที่กล่าวถึงกระบวนการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานที่สำคัญได้แก่ Willis และ Ellis ดังนี้

Willis (อ้างถึงใน Yuan 2008, p. 104) ได้แบ่งการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงก่อนภาระงาน (Pre-task phase) ช่วงภาระงาน (Task Cycle) และช่วงวิเคราะห์ภาษาหรือช่วงเน้นภาษา (Language Focus) และ Ellis (อ้างถึงใน Yuan 2018, p. 184) ได้แบ่งการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงก่อนภาระงาน (The Pre-Task Phase) ช่วงภาระงาน (The During-Task-Phase) และช่วงหลังภาระงาน (The Post-Task Phase) โดยที่กระบวนการจัดการเรียนการสอนในแต่ละช่วงของทั้ง Willis และ Ellis โดยภาพรวมแล้วเหมือนกัน ดังนี้

1) ช่วงก่อนภาระงาน คือ ช่วงที่ทำให้ผู้เรียนเข้าใจภาระงาน ผู้สอนจะต้องนำเข้าสู่บทเรียนช่วยให้ผู้เรียนสามารถคาดการณ์เนื้อหาได้ และกระตุ้นให้ผู้เรียนรู้สึกสนใจ นอกจากนั้นแล้วช่วงนี้ยังเป็นช่วงที่ผู้สอนใช้ทำความเข้าใจพื้นหลังของผู้เรียนต่อภาระงานที่จะมอบหมายให้ในช่วงของภาระงาน โดยในช่วงก่อนภาระงานนี้สามารถแบ่งย่อยได้เป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนการแนะนำหัวข้อ ขั้นตอนการกระตุ้นภาษา
ขั้นตอนการสาธิตการสอน ขั้นตอนการวางแผนหรือนำไปสู่ภาระงาน

2) ช่วงภาระงาน คือ ช่วงสำคัญ ผู้เรียนจับกลุ่มย่อยเพื่อร่วมกันทำภาระงานให้สำเร็จ ผู้เรียนจะต้องใช้ภาษาเป้าหมายในการปฏิบัติภาระงานให้สำเร็จ ในช่วงนี้ผู้สอนจะต้องให้คำแนะนำผู้เรียนกระตุ้นผู้เรียนให้สามารถปฏิบัติภาระงานให้สำเร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยขณะที่ผู้เรียนปฏิบัติภาระงานอยู่นั้น ผู้สอนจะต้องคอยสังเกตความสามารถในการใช้ภาษาของผู้เรียน สถานการณ์ที่ผู้เรียนใช้ภาษาผิดพลาดและจดบันทึกไว้ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการให้คำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุงกับผู้เรียนในช่วงหลังภาระงาน

3) ช่วงหลังภาระงาน (ช่วงวิเคราะห์ภาษาหรือช่วงเน้นภาษา) คือ ช่วงที่ผู้สอนใช้สรุปเกี่ยวกับการปฏิบัติภาระงานให้สำเร็จของผู้เรียน และยังเป็นช่วงที่ผู้สอนและผู้เรียนช่วยกันวิเคราะห์และอภิปรายวิเคราะห์ลักษณะสำคัญของคำศัพท์ โครงสร้างประโยค รูปแบบภาษา และปัญหาที่พบ ผู้สอนจะเน้นย้ำถึงประเด็นสำคัญและประเด็นที่ยากโดยอิงจากการรายงานหรือการนำเสนอของผู้เรียน ประเมินผู้เรียน และฝึกฝนผู้เรียน

จากการทบทวนวรรณกรรมยังมีนักวิชาการที่ได้แบ่งกระบวนการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานออกเป็นแบบอื่น แต่วิธีการแบ่งที่นิยมมากที่สุดคือ วิธีการแบ่งของ Willis และ Ellis ที่แบ่งกระบวนการออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงก่อนภาระงาน ช่วงภาระงาน และช่วงหลังภาระ (ช่วงวิเคราะห์ภาษาหรือช่วงเน้นภาษา)

1.4 ปัญหาที่พบในการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานและแนวทางในการแก้ปัญหา

Lu และ Li (2009, pp. 111-112) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัญหาของการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานเห็นว่า เมื่อผู้เรียนใช้ภาษาสื่อสารผิดพลาด ผู้สอนควรให้คำแนะนำ ไม่ควรปล่อยให้ผู้เรียนแสดง

ความคิดเห็นอย่างอิสระ และเห็นว่าการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานไม่เหมาะกับผู้เรียนที่ไม่เคยเรียนภาษามาก่อน หรือมีทักษะทางภาษาเพียงระดับต้น ยังสะสมคำศัพท์มาได้ไม่มากพอ เนื่องจากการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจภาษา และไม่ให้ความสำคัญกับการสอนโดยใช้วิธีให้ผู้เรียนได้พบคำศัพท์หรือโครงสร้างเดิมซ้ำ ๆ ซึ่งตรงกับทัศนะของ Willis (อ้างถึงใน Klinhom & Moolmee, 2017, p. 75) ที่เห็นว่าการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานจะมีประสิทธิภาพมากกับผู้เรียนที่มีความสามารถระดับกลางขึ้นไป

Lu และ Li (2009) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงปัญหาเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนการสอน เช่น ปัญหาเรื่องภาระงานในแต่ละช่วงที่จะต้องมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกัน และมีระดับความยากที่เหมาะสม ปัญหาเรื่องการจัดการเวลาในการปฏิบัติภาระงานให้สำเร็จ ปัญหาเรื่องการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างการฝึกฝนและคะแนน ปัญหาเรื่องผู้เรียนใช้ภาษาแม่ในการทำงานกลุ่มหรือสมาชิกภายในกลุ่มไม่ให้ความร่วมมือในการทำงานกลุ่ม ปัญหาเรื่องตำราเรียนที่ไม่เหมาะสมเนื่องจากใช้ภาษาโบราณหรือภาษาที่ไม่ได้ใช้ในชีวิตประจำวัน ปัญหาเกี่ยวกับความสามารถของผู้สอนที่จะต้องอาศัยผู้สอนที่มีประสบการณ์สูง สามารถควบคุมห้องเรียน และใช้ภาษาจีนจัดการกับปัญหาหรือข้อสงสัยจากผู้เรียนที่อาจเกิดขึ้นในขณะที่มีการเรียนการสอนได้ตลอดเวลา ปัญหาเกี่ยวกับการขาดงานวิจัยเกี่ยวกับการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานในรายวิชาที่ผู้เรียนมีระดับภาษาจีนค่อนข้างสูง เช่น วิชาเขียน วิชาแปล รวมไปถึงรายวิชาเฉพาะทาง เช่น ภาษาจีนเพื่อการท่องเที่ยว ภาษาจีนสำหรับเด็ก ภาษาจีนธุรกิจ ภาษาจีนเพื่อธุรกิจ การแพทย์ ภาษาจีนเพื่อวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น

ทั้งนี้ Lu และ Li (2009) ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการเรียนการสอนแบบเน้นภาระ

งานเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่มาจากผู้สอนไว้ว่า ผู้สอนควรเข้าใจภาระงานที่ตนได้มอบหมายให้กับผู้เรียนเป็นอย่างดี และในช่วงภาระงานผู้สอนควรพยายามทำให้กระชับ และจัดการเวลาให้ไม่ไปกระทบกับช่วงอื่น ๆ นอกจากนี้ผู้สอนควรเลือกตำราที่มีการกำหนดภาระงานที่ชัดเจน และให้ความสำคัญกับการนำไปใช้ได้จริง Qin (2018, p. 185) ได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานว่า การเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน เป็นการเรียนการสอนที่ให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ดังนั้นในขณะที่มีการเรียนการสอน ผู้สอนรับบทบาทเป็นได้ทั้งผู้ที่มีมอบหมายงาน ผู้กำกับควบคุม ผู้ตรวจสอบ โดยผู้สอนจะต้องกำหนดบทบาทและหน้าที่ของตนเองให้ชัดเจน เช่น เมื่อเป็นผู้มอบหมายงาน ผู้สอนจะต้องเป็นผู้ที่มีมอบหมายงานได้กระชับและเข้าใจง่ายให้มากที่สุด ทำให้ผู้เรียนได้ทราบว่าตนจะต้องทำอะไร เมื่อเป็นผู้กำกับควบคุม ผู้สอนจะต้องให้โอกาสผู้เรียนในการสื่อสารอย่างเต็มที่ พยายามลดบทบาทตนเองลง เหลือเพียงหน้าที่คอยสอดส่อง ดูแล ให้ผู้เรียนทำภาระงานได้สำเร็จลุล่วงภายในระยะเวลาที่กำหนด และเมื่อเป็นผู้ตรวจสอบ ผู้สอนจะต้องกำหนดให้มีขั้นตอนของการรายงาน และเมื่อผู้เรียนรายงานสิ่งที่ตนปฏิบัติเรียบร้อยแล้ว ผู้สอนจะต้องทำการสรุปและประเมินผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนรู้สึกยินดีกับภาระงานที่ลุล่วง รวมไปถึงทราบว่างานของตนเองยังมีส่วนใดบกพร่องและแก้ไขให้ถูกต้อง

Kongkarin และ Paiboonthitipornchai (2019, pp. 10-11) ได้พบปัญหาขณะใช้วิธีการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานและได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการเรียนการสอน ดังนี้

1) ผู้สอนจะต้องให้ความสำคัญกับการจัดการและการออกแบบภาระงานให้มีความเหมาะสม โดยพยายามให้ภาระงานใกล้เคียงกับชีวิตจริง

มีความสมจริง น่าสนใจ และสามารถปฏิบัติได้จริง เพื่อให้ผู้เรียนได้สะสมประสบการณ์ในขณะที่ปฏิบัติภาระงาน นอกจากนั้นแล้วผู้สอนควรหลีกเลี่ยงการมอบหมายภาระงานในลักษณะกล่าวคำอภิปรายหรือให้ประเด็นในการถกเถียงกับผู้เรียนระดับต้น โดยแนะนำว่าสามารถมอบหมายภาระงานที่มีลักษณะเป็นเกมแข่งขัน บทบาทสมมติ บรรยายรูปภาพ เป็นต้นให้กับผู้เรียนระดับต้นแทน

2) ผู้สอนควรให้ความสำคัญกับการแบ่งงานภายในกลุ่ม เช่น หากต้องมีการออกมานำเสนอหน้าชั้นเรียนแล้วให้ผู้เรียนภายในกลุ่มเลือกตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอเอง ผู้เรียนที่ได้ออกมานำเสนอหน้าชั้นเรียนมักจะเป็นผู้เรียนที่มีผลการเรียนที่ดี หากปล่อยให้เหตุการณ์นี้เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ผู้เรียนที่มีผลการเรียนไม่ดีอาจจะไม่ตั้งใจปฏิบัติภาระงาน เพราะทราบว่าไม่ว่าอย่างไรภาระงานก็สำเร็จอยู่ดี จึงเสนอแนะให้ผู้สอนระวังไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนี้ โดยอาจเปลี่ยนจากการให้ผู้เรียนภายในกลุ่มเลือกตัวแทนด้วยตนเองกลายเป็นให้ผู้สอนเป็นผู้สุ่มตัวแทนกลุ่มออกมานำเสนอแทน เป็นต้น โดยการทำเช่นนี้ไม่เพียงแต่จะช่วยแก้ปัญหาการกระจายงานที่ไม่เท่าเทียมกัน และการมีส่วนร่วมของผู้เรียนภายในกลุ่มแล้ว ยังช่วยให้ผู้เรียนตั้งใจปฏิบัติภาระงานมากยิ่งขึ้น

3) ในระยะแรกที่เริ่มใช้วิธีการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน ผู้เรียนอาจจะไม่คุ้นเคยกับการใช้ภาษาจีนในการปฏิบัติภาระงาน เมื่อผู้สอนพบเห็นผู้เรียนใช้ภาษาแม่คุยกันควรเตือนผู้เรียน และหากผู้เรียนมีข้อสงสัยใด ๆ ควรรีบให้ความช่วยเหลือ

4) ผู้สอนสามารถใช้วิธีการสอนวิธีอื่นควบคู่กับการสอนแบบเน้นภาระงาน และไม่ควรให้ผู้เรียนเกิดความเครียดก่อนที่จะออกมามีส่วนร่วมในการปฏิบัติภาระงาน

ตารางที่ 1 สรุปปัญหาที่พบในการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานและแนวทางการแก้ปัญหา

ปัญหา	รายละเอียดของปัญหา	แนวทางการแก้ปัญหา
ปัญหาจากการจัดการห้องเรียนที่ไม่เหมาะสม	1. ผู้สอนไม่สามารถจัดการควบคุมเรื่องเวลาในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม 2. ภาษาจีนของผู้สอนยังไม่ดีพอ 3. การให้คะแนนการฝึกฝนและกิจกรรมต่าง ๆ ในชั้นเรียน 4. ผู้สอนให้ผู้เรียนแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระมากเกินไป 5. ผู้สอนไม่เข้าใจภาระงาน 6. ผู้สอนไม่เข้าใจบทบาทของตนเองในการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน	1. ผู้สอนจะต้องเข้าใจบทบาทของตนเองในการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน และให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง 2. ผู้สอนจะต้องเตรียมตัวในการสอนมาเป็นอย่างดี ทำความเข้าใจภาระงานต่าง ๆ ที่จะมอบหมายให้ผู้เรียน วางแผนเรื่องเวลา และแนวทางในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มาอย่างละเอียด และต้องเตรียมพร้อมสำหรับสถานการณ์ที่จะต้องใช้ภาษาจีนจัดการกับปัญหาของผู้เรียน 3. ผู้สอนเลือกภาระงานให้เหมาะสมกับระดับของผู้เรียน และไม่ควรให้ผู้เรียนแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระมากเกินไป
ปัญหาจากการขาดการศึกษาและการวิจัยเกี่ยวกับการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน	1. ขาดตำราที่สนับสนุนการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน 2. การออกแบบภาระงาน เช่น ระดับความยากของภาระงาน ความสอดคล้องของภาระงานในแต่ละช่วง	1. ส่งเสริมงานวิจัยเกี่ยวกับการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน และผลิตตำราที่มีการออกแบบกิจกรรมให้เหมาะสมกับการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน 2. ภาระงานในแต่ละช่วงควรมีความสอดคล้อง เชื่อมโยง และมีระดับความยากที่เหมาะสม
ปัญหาจากผู้เรียน	1. ผู้เรียนใช้ภาษาแม่ในการเรียน 2. ผู้เรียนไม่ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมกลุ่ม 3. ผู้เรียนแบ่งงานภายในกลุ่มไม่เหมาะสม	ในระหว่างที่ผู้เรียนปฏิบัติภาระงาน ผู้สอนจะต้องคอยสอดส่องและให้ความช่วยเหลือเมื่อจำเป็น

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่า การสอนแบบเน้นภาระงานไม่ได้เหมาะกับผู้เรียนทุกคน โดยเฉพาะผู้เรียนที่มีทักษะทางภาษาในระดับพื้นฐาน เนื่องจากยังสะสมคำศัพท์มาไม่มากพอ

ในการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน ผู้สอนจะต้องเผชิญกับปัญหาหลายอย่าง เริ่มตั้งแต่การเลือกตำราที่เหมาะสม และในระหว่างการสอน ผู้สอนก็ยังต้องเผชิญกับปัญหาการใช้ภาษาแม่ของผู้เรียน การไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มขณะปฏิบัติภาระงานของผู้เรียน โดยหากผู้สอนเตรียมตัวไม่ดี ยิ่งอาจพบปัญหาภาระงานไม่เหมาะสมกับระดับของผู้เรียนอีกด้วย

จะเห็นได้ว่าในการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน ผู้สอนจะต้องมีประสบการณ์ในการจัดการห้องเรียนสูง ให้ความสำคัญกับการออกแบบภาระงาน

ให้มีความเชื่อมโยง และมีระดับความยากเหมาะสมกับผู้เรียนในชั้นเรียนมากที่สุด เนื่องจากผู้เรียนแต่ละคนมีความสามารถทางภาษาภูมิหลัง และทักษะต่าง ๆ แตกต่างกัน

นอกจากนี้ผู้สอนควรเข้าใจบทบาทของตนเองอย่างชัดเจน เนื่องจากการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน เป็นการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ดังนั้นผู้สอนต้องสามารถรับบทบาทได้ทั้งผู้มอบหมายงาน ผู้ควบคุม ผู้ตรวจสอบ และยังต้องเป็นผู้กระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความกล้าที่จะใช้ภาษาเป้าหมาย

1.5 การออกแบบภาระงาน

ในกระบวนการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานนั้น ผู้สอนจะต้องสามารถจัดการเวลาจัดการห้องเรียนได้เป็นอย่างดี ดังนั้นผู้สอนจึงควรให้

ความสำคัญกับการออกแบบภาระงานให้เหมาะสม นักวิชาการที่ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบภาระงาน เช่น

Xu (2009, pp. 9-10) เห็นว่า ในกระบวนการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานนั้น ภาระงานไม่ได้เป็นภาระงานแบบโดด ๆ ภาระงานเดียว แต่มีภาระงานย่อยหลายภาระงาน โดยทุกภาระงานย่อยล้วนเป็นภาระงานที่แบ่งย่อยออกมาจากหัวข้อเดียวกัน มีลำดับก่อนหลัง รวมกันเป็นห่วงโซ่ภาระงาน ดังนั้น ผู้สอนควรให้ความสำคัญกับการออกแบบชุดของภาระงาน

Lu และ Li (2009, p. 112) เห็นว่า ผู้สอนควรออกแบบภาระงานให้เข้ากับความต้องการที่หลากหลาย สร้างระบบทฤษฎีแบบเปิด พยายามพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนอยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนให้ได้สูงสุด

Qin (2018, p. 185) เห็นว่าภาระงานที่ออกแบบจะต้องมีประโยชน์นำไปใช้ได้จริง โดยสถานการณ์ของภาระงานจะต้องอยู่บนพื้นฐานความจริง

Kongkarin และ Paiboonthitipornchai (2019, p. 6) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักในการออกแบบการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานไว้ 4 ข้อ ได้แก่

1) ผู้สอนจะต้องออกแบบภาระงานที่จะมอบหมายให้ผู้เรียนทำสอดคล้องกับความเป็นจริง กล่าวคือ เป็นสถานการณ์ที่มีอยู่จริง มีภาษาที่ใช้จริงในสถานการณ์นั้น และใกล้เคียงกับชีวิตจริงของผู้เรียน

2) ผู้สอนควรออกแบบภาระงานเพื่อให้ผู้เรียนได้มีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างการทำกิจกรรมในชั้นเรียน โดยกิจกรรมที่ออกแบบนั้นจะต้องเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับความสามารถของผู้เรียนและเป็นสถานการณ์จริง เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความกระตือรือร้นในการเรียน เช่น ภาระงาน คือ จะต้องซื้อของให้สำเร็จ ก็อาจจัดสถานการณ์ให้มีผู้ซื้อและผู้ขาย ให้ทั้ง 2 ฝ่ายมีปฏิสัมพันธ์กันจึงจะสามารถทำภาระงานให้สำเร็จคล่องได้ เป็นต้น

3) ผู้สอนจะต้องออกแบบภาระงานโดยยึดหลักผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ผู้สอนจะต้องพยายามให้ผู้เรียนมีบทบาทมากที่สุดในการเรียนการสอน

4) ผู้สอนจะต้องออกแบบกิจกรรมในชั้นเรียนให้น่าสนใจเพื่อให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกสนุกสนาน และมีความกระตือรือร้นในการเรียน โดยการออกแบบนี้จะต้องสอดคล้องกับระดับทางภาษาของผู้เรียนและใกล้เคียงกับชีวิตประจำวันของผู้เรียนด้วย

กล่าวโดยสรุป ผู้สอนควรออกแบบให้สามารถนำไปใช้ได้จริงโดยสอดคล้องกับสถานการณ์หรือภาษาที่ใช้จริง ซึ่งภาระงานควรที่จะมีความน่าสนใจ โดยเน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางและมุ่งเน้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์กัน เหมาะสมกับระดับภาษาของผู้เรียน และแต่ละภาระงานย่อยจะต้องมีความสัมพันธ์กัน

2. การศึกษาเกี่ยวกับการนำการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนแบบเน้นภาระงานไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน

Zhang และ Zhao (2019, p. 92) เห็นว่า การศึกษาเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนแบบเน้นภาระงานยังมีอยู่น้อย โดย Zhang และ Zhao พบว่า ในช่วง 5 ปี (ประมาณช่วงปี 2014-2018) ที่ผ่านมาในเว็บไซต์ CNKI ซึ่งเป็นวิจัยที่รวบรวมงานวิจัยของจีน มีการศึกษาเกี่ยวกับการสอนภาษาจีนแบบเน้นภาระงานเพียง 31 ชิ้น และส่วนมากยังเป็นการศึกษาการสอนภาษาจีนในชั้นเรียนระดับต้น โดยการศึกษาส่วนมากยังจำกัดอยู่ที่กระบวนการสอน รูปแบบการสอน และหลักการสอนเท่านั้น มีผลงานวิชาการน้อยชิ้นที่จะนำเนื้อหาที่จะใช้สอนในชั้นเรียนจริง ๆ มาออกแบบการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน

2.1 ประยุกต์ใช้การเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานกับการเรียนการสอนตามเนื้อหาในบทเรียนในชั้นเรียน

การศึกษาเกี่ยวกับการนำการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนแบบเน้นภาระงานไปใช้ในห้องเรียนในรายวิชาต่าง ๆ มักจะเป็นการศึกษาโดยนำกระบวนการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน

ที่แบ่งการจัดการเรียนการสอนออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงก่อนภาระงาน ช่วงภาระงาน และช่วงหลังภาระงาน มาประยุกต์ใช้กับบทเรียนบางบทในรายวิชาและเขียนวิเคราะห์แนวทางการสอนในแต่ละช่วง เช่น Yuan (2008, pp. 103-105) ได้ประยุกต์ใช้การจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานกับการเรียนพูดในหัวข้อ “เยี่ยมชมโรงงาน” Xu (2009, pp. 7-13) ได้ประยุกต์ใช้กับการสอนพูดในหัวข้อ “แนะนำเชียงใหม่” Chen (2011, pp. 73-77) ได้ประยุกต์ใช้กับการสอนพูดในวิชา วางแผนการท่องเที่ยว Qin (2018, pp. 184-185) ได้ประยุกต์ใช้กับการสอนพูดในบทเรียนเรื่อง “รถไฟใต้ดินเร็วกว่ารถเมล์” Wang (2019, p. 28) ได้ประยุกต์ใช้กับบทเรียนพูดที่ต้องการสอนเรื่อง การถามทางและการบรรยายตำแหน่งที่ตั้ง เป็นต้น

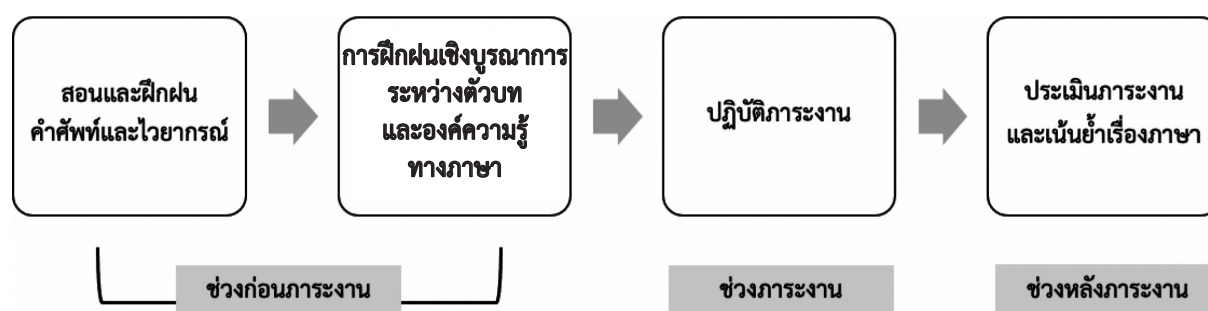
ทั้งนี้ การศึกษาการสอนภาษาจีนแบบเน้นภาระงานส่วนมากจะเป็นการศึกษาที่นำไปใช้กับวิชาการพูดและทักษะอื่น ๆ มีน้อยมากที่จะศึกษาวิชาเชิงบูรณาการที่รวมทักษะฟัง พูด อ่าน เขียน ไว้ด้วยกัน (Xi, 2019, p. 5) และการศึกษาในรายวิชาที่ใช้ความรู้ทางภาษาในระดับสูง เช่น วิชาการเขียน การแปลก็ยังมียุ่่น้อยมาก (Lu & Li 2009, p. 111)

2.2 ประยุกต์ใช้การเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานร่วมกับการเรียนการสอนแบบ

ห้องเรียนกลับด้าน (Flipped Classroom)

ห้องเรียนกลับด้าน คือ การเรียนการสอนที่ให้ผู้เรียนเรียนรู้องค์ความรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์นอกชั้นเรียน นอกเวลาเรียน และใช้เวลาในชั้นเรียนในการทำกิจกรรม ทำแบบฝึกหัดหรือการบ้านร่วมกับเพื่อนร่วมชั้น ซึ่งเป็นแนวทางที่สวนทางกับการเรียนรู้ในห้องเรียนแบบปกติ

Wan (2018, pp. 92-94) ได้นำวิธีการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานมาประยุกต์ใช้ร่วมกับการเรียนการสอนแบบห้องเรียนกลับด้านในการสอนทักษะการพูดในบทเรียน เรื่อง “แพงเกินไปลดให้หน่อยสิ” โดยจัดทำคลิปสั้นเพื่อใช้ในการสอนความรู้และให้ผู้เรียนไปศึกษาด้วยตนเองล่วงหน้าก่อนเข้าชั้นเรียน และเมื่อถึงเวลาเรียนในชั้นให้ผู้สอนแบ่งเวลาบางส่วนสำหรับการทบทวนบทเรียน และตอบคำถามผู้เรียนจากที่ผู้เรียนได้ไปศึกษามาด้วยตนเอง หลังจากนั้นจึงเข้าสู่การลงมือปฏิบัติการภาระงานสรุป และประเมินกิจกรรม และแก้ไขข้อบกพร่องทางภาษา Wan เห็นว่า การใช้ตำราเรียนที่จัดทำขึ้นตามหลักการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานควบคู่กับวิธีการเรียนการสอนแบบห้องเรียนกลับด้านจะสามารถช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เป็นรายบุคคล และเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนการสอนได้



ภาพที่ 1 กระบวนการสอนแบบเน้นภาระงานแบบดั้งเดิม

ที่มา: แปลและเรียบเรียงจาก Wan (2018, p. 93)

2.3 ประยุกต์ใช้การเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานกับการศึกษาด้วยตนเองนอกชั้นเรียน

การศึกษาด้วยตนเองนอกชั้นเรียน หมายถึง การศึกษาที่มีอาจารย์เป็นผู้ชี้แนะ มีคะแนน แต่ไม่ได้ใช้เวลาเรียนในชั้นเรียน เป็นวิธีการเรียนรู้โดยให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง Liu (2020, pp. 45-47) เห็นว่า วิธีการศึกษาด้านตนเองนอกชั้นเรียนเหมาะกับวิชาที่ต้องการฝึกทักษะด้านความเข้าใจ เช่น วิชาการอ่าน วิชาการฟัง และวิชาที่ให้ดูและฟังคลิป เป็นต้น เนื่องจากวิชาเหล่านี้เป็นวิชาที่มีวิธีการสอนที่ไม่ค่อยหลากหลาย จึงได้ออกแบบภาระงานสำหรับวิชาการอ่าน โดยเน้นทั้งคุณภาพและปริมาณในการอ่าน โดยคุณภาพ หมายถึง ระดับความยากของเนื้อหาและแบบฝึกหัดหลังการอ่าน ส่วนปริมาณ หมายถึง ความยาวและจำนวนของบทความ เห็นว่าการอ่านสะสมจะช่วยส่งเสริมและพัฒนาทักษะในการอ่านได้ และเพื่อให้ผู้เรียนได้อ่านเนื้อหาที่หลากหลาย Liu จึงเสนอให้ใช้วิธีอ่านสะสม โดยผู้เรียนจะต้องสะสมทั้งปริมาณภาระงานและคะแนนภาระงานให้ได้ตามที่ผู้สอนกำหนด

ปริมาณภาระงานได้จากการอ่านงานเขียนจำนวนมากและหลากหลาย โดยผู้สอนจะเป็นผู้กำหนดสัดส่วนการอ่านงานเขียนแต่ละประเภท ส่วนคะแนนภาระงานจะได้จากการทำแบบฝึกหัดหลังการอ่าน หากทำคะแนนภาระงานได้ไม่ถึงที่กำหนด ผู้เรียนจะต้องเลือกอ่านงานเขียนเรื่องใหม่ และทำคะแนนภาระงานให้ได้สูงพอที่จะนำมาทดแทนเรื่องที่ได้อ่านคะแนนน้อย โดยคะแนนในรายวิชาการอ่านนี้จะมาจากคะแนนการอ่านนอกเวลา (คะแนนส่วนนี้) 60% และมาจากคะแนนสอบ 40%

จะเห็นได้ว่า แนวทางการกำหนดภาระงานในวิชาการอ่านของ Liu ได้ให้ความสำคัญทั้งในเรื่องความหลากหลายของงานเขียน ปริมาณงานเขียน และคุณภาพของงานเขียน อีกทั้งผู้เรียนยังมีอิสระสามารถอ่านงานนอกเหนือบทเรียนได้หลายประเภทรวมถึงการเลือกอ่านบทความหรือหนังสือที่ตนสนใจได้อีกด้วย

บทสรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน สรุปดังนี้

1. แนวคิดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงาน เป็นแนวคิดที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ภาษาเป้าหมายผ่านการปฏิบัติจริงเพื่อให้บรรลุภาระงานที่กำหนดอย่างอิสระและสร้างสรรค์ โดยมีผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง และผู้สอนทำหน้าที่เป็นผู้ชี้แนะ ควบคุมเพื่อให้ผู้เรียนได้รับทั้งความรู้ และเกิดความกระตือรือร้นในการเรียน เนื่องจากผู้เรียนได้เรียนภาษาเพื่อนำไปใช้งานจริง โดยในกระบวนการฝึกนำภาษาเป้าหมายไปใช้นั้น ผู้สอนจะมอบหมายภาระงานที่มีความสัมพันธ์กับชีวิตจริง โดยกำหนดเป้าหมายของภาระงานไว้ชัดเจน และให้ข้อมูลที่สอดคล้องกับความเป็นจริง เช่น อาจกำหนดให้ใช้ภาษาเพื่อจองห้องพัก กรอกข้อมูลลงในตาราง ยืมหนังสือ ซื้อตั๋วประเภทต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับรายวิชา และวัตถุประสงค์ในการเรียนการสอน เป็นต้น ดังนั้น การเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานจึงไม่ได้เป็นการฝึกฝนภาษาเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการฝึกฝนภาษาควบคู่กับทักษะด้านอื่น ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาหรือปฏิบัติหน้าที่ให้ลุล่วง

2. องค์ประกอบของภาระงานประกอบไปด้วย จุดมุ่งหมายของภาระงาน ข้อมูลที่นำมาประกอบเป็นเนื้อหา ภูมิหลัง หรือสถานการณ์ที่กำหนดบทบาทของผู้เรียนและบทบาทของผู้สอนที่ชัดเจน และกิจกรรมหรือกระบวนการเรียนการสอน โดยองค์ประกอบเหล่านี้ทำให้ภาระงานแตกต่างจากแบบฝึกหัดทางภาษาธรรมดา ทำให้การเรียนภาษากลายเป็นการเรียนที่มีความหมาย และเกิดการสื่อสารอย่างมีวัตถุประสงค์

3. ในกระบวนการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานนั้น ผู้สอนควรพิจารณาเลือกตำราที่มีความเหมาะสม และเตรียมตัวมาอย่างดีเพื่อที่จะสามารถมอบหมายภาระงาน จัดการห้องเรียน และควบคุมเวลาในการปฏิบัติภาระงานได้อย่างเหมาะสม และทำให้ภาระงานในแต่ละช่วงมีความสัมพันธ์กัน โดยระหว่างที่สอนผู้สอนจะต้องให้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง

และให้ความสำคัญกับประสบการณ์ส่วนบุคคลของผู้เรียน การมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่มย่อย และการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้เรียนในขณะปฏิบัติภาระงาน โดยผู้สอนทำหน้าที่เป็นผู้มอบหมายงาน ผู้กำกับควบคุม และผู้ตรวจสอบ

4. ผู้สอนควรพิจารณาออกแบบภาระงานให้เหมาะสมกับระดับความสามารถและสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน โดยเฉพาะกับผู้เรียนระดับต้น เนื่องจากยังสะสมคำศัพท์มาไม่มากพอ โดยอาจมอบหมายภาระงานที่มีลักษณะเป็นเกมแข่งขัน บทบาทสมมติหรือบรรยายรูปภาพ เป็นต้น

5. ผู้สอนควรออกแบบภาระงานให้มีความสัมพันธ์กัน มีลำดับก่อนหลัง โดยภาระงานที่ออกแบบจะต้องเป็นภาระงานที่สอดคล้องกับความเป็นจริง สนุกสนาน เหมาะสมกับระดับของผู้เรียน มีประโยชน์ และนำไปใช้ได้จริง

6. การศึกษาเรื่องการเรียนรู้การสอนแบบเน้นภาระงาน ส่วนมากยังเป็นการศึกษาการสอนภาษาจีนในชั้นเรียนระดับต้น และเน้นไปที่วิชาที่ใช้ทักษะการฟัง และการพูดเป็นสำคัญ และพบการศึกษาที่นำแนวคิดการจัดการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานไปประยุกต์ใช้ควบคู่กับการเรียนการสอนแบบอื่น เช่น ใช้ควบคู่กับการเรียนการสอนแบบห้องเรียนกลับด้าน ใช้กับการเรียนการสอนแบบศึกษาด้วยตนเองนอกชั้นเรียน

ทั้งนี้ปัจจุบันงานวิจัยการสอนภาษาจีนแบบ

เน้นภาระงานยังไม่เป็นที่แพร่หลายในประเทศไทย ผู้เขียนสืบค้นเจอบทความวิจัยเกี่ยวกับการสอนภาษาจีนแบบเน้นภาระงานในประเทศไทยเพียงไม่กี่บทความ โดยบทความที่พบล้วนเป็นการวิจัยกับผู้เรียนที่มีทักษะภาษาจีนในระดับต้น และยังไม่พบบทความวิจัยที่นำแนวทางการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานไปประยุกต์ใช้ร่วมกับแนวทางการสอนแบบอื่น

ผู้เขียนเห็นว่าการเรียนการสอนภาษาจีนแบบเน้นภาระงานเป็นแนวทางการสอนที่ดีวิธีหนึ่ง แตกต่างจากวิธีการสอนภาษาจีนแบบดั้งเดิม ทำให้ผู้เรียนรู้สึกสนใจ ได้ปฏิบัติจริงจนเกิดเป็นผลลัพธ์ทางภาษาในรูปแบบของตัวเอง โดยผู้สอนได้มีโอกาสนำรูปแบบการเรียนการสอนแบบเน้นภาระงานไปใช้ร่วมกับการเรียนการสอนแบบห้องเรียนกลับด้านในการสอนเขียน วิชาการเขียนภาษาจีนเชิงธุรกิจ และได้ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ดี ผู้เรียนรู้สึกสนุกที่ได้เขียนจดหมายเพื่อแก้ไขปัญหาจริง ๆ และไม่ยึดติดกับรูปแบบการเขียนจากตัวบทในตำรา อย่างไรก็ตามการเรียนการสอนในรูปแบบนี้ผู้สอนจะต้องใช้เวลาในการเตรียมตัวค่อนข้างมาก เนื่องจากต้องพยายามออกแบบภาระงานให้มีระดับความยากง่ายที่เหมาะสม มีความเชื่อมโยง และสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เป็นไปได้จริง อย่างไรก็ตามผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการศึกษาแนวทางการสอนแบบเน้นภาระงานในจีนจะเป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทยต่อไป

References

- Chen, W. (2011). The approach of task-based language teaching in teaching Chinese as a foreign language. *Language and Translation*, 2, 73-77. [in Chinese]
- Klinhom, N., & Moolmee, K. (2017). Development of grade 11 students' Chinese speaking skills using TBL (Task-based Learning). *Journal of Education Khon Kaen University*, 40(2), 73-79. [in Thai]
- Kongkarin, S., & Paiboonthitipornchai, P. (2019). A study of elementary Chinese spoken language teaching: In the context of TBLT (Task-based Language Teaching)—The case of Phetchaburi Rajabhat University. *Academic Journal of Phetchaburi Rajabhat University*, 9(3), 4-11. [in Chinese]
- Liu, D. (2020). Feasibility study of Task-based Teaching Theory in reading Chinese as a foreign language with zero class hours. *Heilongjiang Education (Higher Education Research & Appraisal)*, 18(1), 45-47. [in Chinese]
- Lu, H., & Li, X. (2009). Problems and suggestions of Task-based Language Teaching Theory in the use of teaching Chinese as a foreign language. *Journal of Heze University*, 31(3), 110-113. [in Chinese]
- Ma, J. (2002). A short-term Chinese teaching model based on "Communicative Tasks". *Chinese Teaching in the World*, 54(4), 87-93. [in Chinese]
- Qin, Y. (2018). A preliminary study on the application of Task-based Teaching mode in oral Chinese as a foreign language class. *Northern Literature*, 8(35), 184-185. [in Chinese]
- Sankaburanurak, S. (2017). Teaching Chinese language by using Task-based Language Learning approach. *Panyapiwat Journal*, 9(Special), 260-271. [in Thai]
- Wan, S. (2018). Teaching reform in TCSL basic-level speaking class guided by Task-based pedagogy. *Journal of Zhejiang Business Technology Institute*, 17(2), 92-94. [in Chinese]
- Wang, Y. (2005). *A preliminary study on the application of Task-based Teaching method in elementary Chinese teaching as a foreign language* [Master's thesis]. Beijing Language and Culture University.
- Wang, Y. (2016a). The application of Task-based Teaching in advanced Chinese reading courses for international students. *Kaoshi Zhoukan*, 10(19), 148-149. [in Chinese]
- Wang, Y. (2016b). *The application of Task-based Teaching method in business Chinese writing: A case study of the advanced business Chinese class of Shanxi Normal University* [Master's thesis]. Shaanxi Normal University.
- Wang, Y. (2019). A preliminary study on the application of Task-based Teaching mode in the classroom of oral Chinese as a foreign language. *English on Campus*, 12(19), 28. [in Chinese]
- Xi, Y. (2019). *Case study of Chinese as a foreign language comprehensive course based on Task-based Teaching method* [Master's thesis]. Xian Shiyu University.

- Xu, X. (2009). A study on question-oriented Task-based Language Teaching——From the perspective of oral Chinese teaching. *Journal of College of Chinese Language and Culture of Jinan University (TCSOL Studies)*, 7(3), 7-13. [in Chinese]
- Ye, X., & Wang, X. (2007). Task-based Teaching Theory and its application in teaching Chinese as a foreign language. *Modern Chinese*, 6(9), 57-58. [in Chinese]
- Yuan, K. (2008). A preliminary study on the Task-based Teaching model in business Chinese conversation teaching. *Journal of Inner Mongolia Normal University (Philosophy and Social Sciences Edition)*, 6(6), 103-105. [in Chinese]
- Zhang, X., & Zhao, Y. (2019). A discussion on Task-based Teaching of intermediate and advanced oral Chinese as a foreign language. *Literature Education*, 13(2), 92-93. [in Chinese]



Name and Surname: Nalintip Vipawatanakul

Highest Education: Ph.D., Renmin University of China

Affiliation: Panyapiwat Institute of Management

Field of Expertise: Linguistics and Applied Linguistics



การเตรียมบทความ

การจัดพิมพ์บทความ

- ความยาวของบทความ 10-15 หน้ากระดาษ A4 พิมพ์หน้าเดียว กำหนดระยะห่างจากขอบกระดาษ 1 นิ้ว (2.54 ซม.) เท่ากันทุกด้าน
- บทคัดย่อและบรรณานุกรม พิมพ์ 1 คอลัมน์ เนื้อหาบทความ พิมพ์ 2 คอลัมน์ ย่อหน้า 1 ซม.
- ตัวอักษรใช้รูปแบบ TH SarabunPSK โดยใช้ขนาดและชนิดต่าง ๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อความ	ขนาด	ชนิด
ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)	18 (กลาง)	ตัวหนา
ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ-ตัวพิมพ์ใหญ่)	18 (กลาง)	ตัวหนา
ชื่อผู้เขียน	14 (กลาง)	ตัวหนา
ลำดับชื่อผู้เขียนมากกว่า 1 คน	14 (ตัวยกลงหลังสกุลผู้เขียน)	ตัวหนา
ชื่อสังกัดหน่วยงานหรือมหาวิทยาลัย	14 (กลาง)	ตัวธรรมดา
ลำดับชื่อสังกัดหน่วยงานหรือมหาวิทยาลัยมากกว่า 1 แห่ง	14 (ตัวยกลงหน้าชื่อสังกัด)	ตัวธรรมดา
Corresponding Author E-mail	12 (ชิดซ้าย)	ตัวธรรมดา
หัวข้อของบทคัดย่อ/Abstract	16 (ชิดซ้าย)	ตัวหนา
เนื้อหาบทคัดย่อ/Abstract	16 (ย่อหน้า)	ตัวธรรมดา
คำสำคัญ/Keywords	16 (ชิดซ้าย)	ตัวธรรมดา
หัวข้อเรื่อง (ไม่ลำดับเลข)	16 (ชิดซ้าย)	ตัวหนา
หัวข้อย่อย	16 (ย่อหน้า)	ตัวหนา
เนื้อเรื่อง	16 (ย่อหน้า)	ตัวธรรมดา
บรรณานุกรม	16 (ชิดซ้าย)	ตัวธรรมดา
ชื่อตาราง (ระบุไว้บนตาราง)	16 (ชิดซ้าย)	ตัวหนา (เฉพาะคำว่าตารางที่...)
ชื่อรูป ชื่อแผนภูมิ (ระบุชื่อไว้ใต้รูป แผนภูมิ)	16 (กลาง)	ตัวหนา (เฉพาะคำว่ารูปที่... ภาพที่...)

ส่วนประกอบของบทความ

1. ชื่อเรื่องบทความ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
2. ชื่อผู้เขียนทุกคน พร้อมระบุ หน่วยงานที่สังกัด (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
3. Corresponding Author E-mail ใส่อีเมลผู้เขียนหลักหรือผู้ประสานงานบทความ
4. บทคัดย่อ (Abstract) ความยาวไม่เกิน 250 คำ และคำสำคัญ (Keywords) 3-5 คำ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)
5. เนื้อเรื่อง
 - 5.1 บทความวิจัย ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์ ทบทวนวรรณกรรม วิธีการวิจัย ผลการวิจัยอภิปรายผล สรุปผล และข้อเสนอแนะ (ถ้ามี)
 - 5.2 บทความวิชาการ ประกอบด้วย บทนำ เนื้อหา บทสรุป และข้อเสนอแนะ (ถ้ามี)
6. เอกสารอ้างอิง (References) ใช้เป็นภาษาอังกฤษเท่านั้นในรูปแบบ APA (7th edition)
7. ข้อมูลผู้เขียนทุกคนประกอบด้วยชื่อ สกุลผู้เขียน (Name and Surname) วุฒิการศึกษาสูงสุด (Highest Education) หน่วยงานที่สังกัด (Affiliation) ความเชี่ยวชาญ (Field of Expertise) และรูปภาพผู้เขียน โดยข้อมูลทั้งหมดระบุเป็นภาษาอังกฤษ
8. รูปภาพ แผนภูมิ ตารางประกอบ หรืออื่น ๆ ต้องมีหมายเลขกำกับ อ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลให้ถูกต้อง มีความคมชัด และไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น

ตัวอย่าง การนำเสนอข้อมูลตาราง ภาพ และแผนภูมิต่าง ๆ

ตารางที่ 1 ชื่อตาราง...

“ตารางที่” TH SarabunPSK 16 point ตัวหนา ชิดซ้าย ตั้งค่าเป็น 1 คอลัมน์

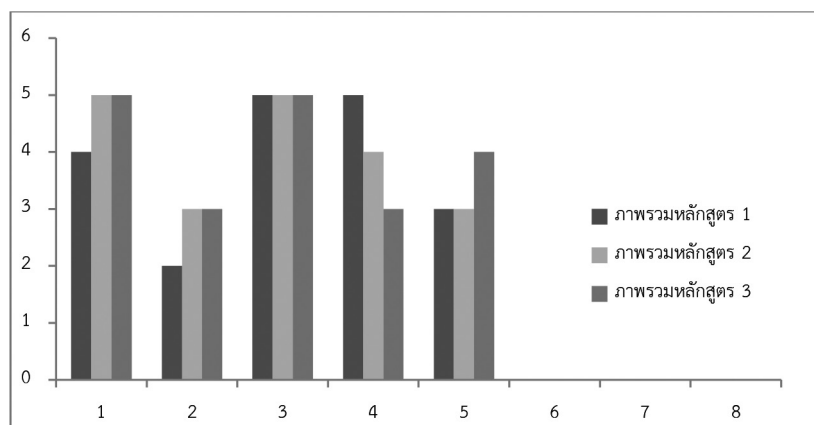
“ชื่อตาราง...” TH SarabunPSK 16 point ตัวธรรมดา

รายการ		
(หัวข้อ TH SarabunPSK 16 point ตัวหนา อยู่กลางตารางและกลางบรรทัด)	จำนวน	ร้อยละ
เนื้อหา (TH SarabunPSK 16 point ตัวธรรมดา อยู่กลางตารางและกลางบรรทัด)	1	25
เนื้อหา (TH SarabunPSK 16 point ตัวธรรมดา อยู่กลางตารางและกลางบรรทัด)	3	75
รวม	4	100

ที่มาหรือหมายเหตุ: รายละเอียด...

“ที่มาหรือหมายเหตุ:” TH SarabunPSK 14 point ตัวหนา ชิดซ้าย

“รายละเอียด...” TH SarabunPSK 14 point ตัวธรรมดา



ภาพที่ 1 ชื่อภาพ แผนภูมิ...

ที่มาหรือหมายเหตุ: รายละเอียด...

“ภาพที่” TH SarabunPSK 16 point ตัวหนา กึ่งกลาง ตั้งค่าเป็น 1 คอลัมน์

“ชื่อภาพ แผนภูมิ...” TH SarabunPSK 16 point ตัวธรรมดา

“ที่มาหรือหมายเหตุ:” TH SarabunPSK 14 point ตัวหนา ชิดซ้าย

“รายละเอียด...” TH SarabunPSK 14 point ตัวธรรมดา

ทั้งนี้ ตาราง รูปภาพ แผนภูมิ สมการต่าง ๆ สามารถทำเป็นคอลัมน์เดียวก็ได้ ขึ้นอยู่กับขนาด ความชัดเจน และความเหมาะสม

การอ้างอิง

ตัวอักษรที่ใช้ คือ “TH SarabunPSK” ขนาด 16 point

1. การอ้างอิงในเนื้อหา

รูปแบบ	การอ้างอิงในเนื้อหา (หน้าข้อความ)	การอ้างอิงในเนื้อหา (ท้ายข้อความ)
ผู้แต่ง 1 คน	Coghlan (1993)	(Coghlan, 1993)
ผู้แต่ง 2 คน	Mohsen และ Mohammad (2011)	(Mohsen & Mohammad, 2011)
ผู้แต่ง 3 คนขึ้นไป	Burkart et al. (1997)	(Burkart et al., 1997)
หน่วยงาน	Ministry of Education (2020)	(Ministry of Education, 2020)
หน่วยงานที่ใช้ชื่อย่อ	การอ้างอิงครั้งแรก National Institute of Development Administration (NIDA, 2018) การอ้างอิงครั้งถัดไป NIDA (2018)	การอ้างอิงครั้งแรก (National Institute of Development Administration [NIDA], 2018) การอ้างอิงครั้งถัดไป (NIDA, 2018)

รูปแบบ	การอ้างอิงในเนื้อหา (หน้าข้อความ)	การอ้างอิงในเนื้อหา (ท้ายข้อความ)
การอ้างอิงที่มาจากต้นฉบับโดยตรง (ให้ระบุเลขหน้า)	Shaw (2017, p. 172) หรือ Shaw (2017, pp. 172-180)	(Shaw, 2017, p. 172) หรือ (Shaw, 2017, pp. 172-180)
การอ้างอิงจากบทสัมภาษณ์	J. M. Sun (Personal communication, August 18, 2021)	(Sun, J. M., Personal communication, August 18, 2021)

2. การอ้างอิงท้ายบทความ ให้รวบรวมเอกสารที่ใช้อ้างอิงไว้ท้ายบทความเรียงตามลำดับอักษรแหล่งอ้างอิงและสกุลผู้เขียน โดยใช้รูปแบบการเขียนอ้างอิง APA (7th edition)

ทั้งนี้ แหล่งรายการอ้างอิงที่เผยแพร่หากเป็น ภาษาไทย ให้ระบุ [in Thai] ภาษาจีน ให้ระบุ [in Chinese] ภาษาญี่ปุ่น ให้ระบุ [in Japanese] ยกเว้นภาษาอังกฤษ ไม่ต้องระบุประเภทภาษา ไว้ด้านท้ายการอ้างอิงแต่ละรายการ

2.1 รูปแบบการอ้างอิงตามจำนวนผู้แต่ง

ผู้แต่ง	การอ้างอิงท้ายบทความ
1 คน	สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่.
2 คน	สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./&/สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่.
3-20 คน	สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่., สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./ (ลำดับที่ 1-19)/&/สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่. (ลำดับที่ 20)
21 คนขึ้นไป	สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./ (ลำดับที่ 1-19)/././สกุล, อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่. (ลำดับสุดท้าย)

2.2 รูปแบบการเขียนอ้างอิงตามเอกสาร

2.2.1 วารสาร

1) วารสาร (รูปเล่ม)

สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./ (ปี ค.ศ.) /ชื่อเรื่อง./ชื่อวารสาร./ปีที่(ฉบับที่)/หน้าแรก-หน้าสุดท้าย
/////ของบทความในวารสาร.

Kraikunasai, J., Chongcharoen, K., Ngudgratoke, S., & Pukchanka, P. (2017). A causal model of administrative factors affecting educational quality in vocational school. *Panyapiwat Journal*, 9(2), 171-184. [in Thai]

2) วารสาร (อิเล็กทรอนิกส์)

สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./(ปี ค.ศ.)/ชื่อเรื่อง./ชื่อวารสาร,/ปีที่(ฉบับที่),/หน้าแรก-หน้าสุดท้าย
 /////ของบทความในวารสาร./http://doi.org/xxxx หรือ URL

Waehayee, N. (2014). Relationship between strategic performance based budgeting system and law on the budgetary procedures. *Jurisprudence Journal Naresuan University*, 7(2), 152-178. <http://doi.org/10.14456/nulj.2014.9>

Sittichai, O., & Silcharu, T. (2021). Guidelines for creating competitive advantage for processed food industry cluster. *Panyapiwat Journal*, 13(2), 12-26. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/240994> [in Thai]

2.2.2 หนังสือ

1) หนังสือ (รูปเล่ม)

สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./(ปี ค.ศ.)/ชื่อหนังสือ/(พิมพ์ครั้งที่)/สำนักพิมพ์.

* กรณีไม่ปรากฏปีที่พิมพ์ให้ใส่ n.d.

* กรณีพิมพ์ครั้งที่ 1 ไม่ต้องระบุครั้งที่พิมพ์

* กรณีไม่ปรากฏสำนักพิมพ์ให้ระบุ n.p.

Ritcharoon, P. (2016). *Principles of measurement and evaluation*. House of Kermyst. [in Thai]

Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). Harper and Row.

2) หนังสือ (อิเล็กทรอนิกส์ ไม่มีเลข DOI)

สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./(ปี ค.ศ.)/ชื่อหนังสือ/(พิมพ์ครั้งที่)/URL

* กรณีไม่ปรากฏปีที่พิมพ์ให้ใส่ n.d.

* กรณีพิมพ์ครั้งที่ 1 ไม่ต้องระบุครั้งที่พิมพ์

* กรณีไม่ปรากฏสำนักพิมพ์ให้ระบุ n.p.

Department of Primary Industries and Mines. (2017). *Benchmarking industrial logistics performance index supply chain performance index logistics scorecard*. <https://dol.dip.go.th/files/article/attachments/dol/3e30ca4fc9f964feeb57fce3fc602c04.pdf>

3) บทในหนังสือ

สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./(ปี ค.ศ.)/ชื่อบทหรือชื่อบทความ./In/อักษรตัวแรกของชื่อ
////////บรรณาธิการตัวพิมพ์ใหญ่./สกุล/(Ed. หรือ Eds.)/ชื่อหนังสือ/(pp./เลขหน้า)/สำนักพิมพ์.

Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling. In G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern methods for business research* (pp. 295-336). Lawrence Erlbaum Associates.

2.2.3 วิทยานิพนธ์

1) วิทยานิพนธ์ (รูปเล่ม)

สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./(ปี ค.ศ.)/ชื่อวิทยานิพนธ์/[Master's thesis หรือ Doctoral
////////dissertation]./ชื่อสถาบันการศึกษา.

Seangsri, W. (2009). *An analysis and development of school network administration model in northeastern rural area* [Doctoral dissertation]. Chulalongkorn University. [in Thai]

2) วิทยานิพนธ์ (อิเล็กทรอนิกส์)

รูปแบบที่ 1

สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./(ปี ค.ศ.)/ชื่อวิทยานิพนธ์/[Master's thesis หรือ Doctoral
////////dissertation]./ชื่อเว็บไซต์./URL

Lin, Q. (2020). *The influence of music teachers' competence on job performance-moderator role of interactive behavior* [Doctoral dissertation]. Panyapiwat Institute of Management Library. <http://elibrary.pim.ac.th/Record/833578> [in Chinese]

รูปแบบที่ 2

สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./(ปี ค.ศ.)/ชื่อวิทยานิพนธ์/(หมายเลข UMI หรือ เลขลำดับอื่น ๆ)/
////////[Doctoral dissertation or Master's thesis,ชื่อมหาวิทยาลัย]./ชื่อฐานข้อมูล.

Lope, M. D. (2014). *Perceptions of global mindedness in the international baccalaureate middle years programme: The relationship to student academic performance and teacher characteristics* (Order No. 3682837) [Doctoral dissertation, University of Maryland]. ProQuest Dissertations and Theses Global.

2.2.4 รายงานการวิจัย

สกุล/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่/(ปี ค.ศ.)/ชื่อเรื่อง/(Report No. ถ้ามี)/สำนักพิมพ์./http://
 //doi.org/xxxx หรือ URL

National Cancer Institute. (2019). *Taking time: Support for people with cancer* (NIH Publication No. 18-2059). U.S. Department of Health and Human Services, National Institutes of Health. <https://www.cancer.gov/publications/patient-education/takingtime.pdf>

2.2.5 สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สกุล/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่/(ปี ค.ศ./เดือน/วันที่)/ชื่อบทความ./ชื่อเว็บไซต์./URL
 * กรณีที่ไม่มีวันที่เผยแพร่ปรากฏ ให้ใส่ n.d.
 * กรณีที่มีปรากฏเฉพาะ ค.ศ. ให้ใส่แค่ปีเท่านั้น
 * กรณีชื่อผู้เขียนและชื่อเว็บไซต์เป็นชื่อเดียวกัน ให้ตัดชื่อเว็บไซต์ออก

Minister of Tourism and Sport. (2020, January 9). *Bangkok flea markets: Adventurous shopping experience*. Tourism Thailand. <https://www.tourismthailand.org/Articles/bangkok-flea-markets-adventurous-shopping-experience>

Millburn, J. F. (2021). *How to start a successful blog in 2021*. The minimalists. <https://www.theminimalists.com/blog/>

2.2.6 บทความ/เอกสารที่นำเสนอในการประชุมวิชาการ

สกุล/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่/(ปี ค.ศ.)/ชื่อเรื่อง./In/อักษรตัวแรกของชื่อบรรณาธิการตัวพิมพ์ใหญ่./
 //doi.org/xxxx หรือ URL

Phinitchai, S., Nawaratana, N., & Tanthanuch, J. (2021). Distributional-based analysis for health care insurance claim data. In *Globalization revisited: Building organization resilience with digital transformation. The 4th PIM International Conference* (pp. 715-725). Panyapiwat Institute of Management. <https://conference.pim.ac.th/zh/wp-content/uploads/2021/03/I-Social-Sciences-and-Humanities-Part-1.pdf>

2.2.7 เอกสารประกอบการประชุม

สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./(ปี ค.ศ./เดือน/วันที่)./เรื่องที่ประชุม./In/อักษรตัวแรกของ
 /////ชื่อประธานตัวพิมพ์ใหญ่./สกุล/(Chair)/ชื่อการประชุม/[Symposium]/ชื่องานที่จัดประชุม,/สถานที่
 /////ประชุม.

Wasi, N., Poonpolkul, P., & Thephasdin na Ayudhya, C. (2021, September 30). Policy design for coping with aging society. In N. Wasi (Chair), *Future world money: Developing Thai digital currency* [Symposium]. BOT Symposium 2021: Building a Resilient Thailand. Bank of Thailand. <https://www.pier.or.th/conferences/2021/symposium/>

2.2.8 สัมภาษณ์

สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./(ปี ค.ศ./เดือน/วันที่สัมภาษณ์)./Interviewed by/อักษรตัวแรก
 /////ของชื่อผู้สัมภาษณ์ตัวพิมพ์ใหญ่./สกุล/[Tape recording]/ตำแหน่งผู้ถูกสัมภาษณ์ (ถ้ามี)/สถานที่
 /////สัมภาษณ์.

Chearavanont, S. (2021, September 30). Interviewed by N. Wanakijpaiboon [Tape recording]. Executive Chairman of Charoen Pokphand Group, Bangkok.

2.2.9 หนังสือพิมพ์

1) หนังสือพิมพ์ (ฉบับ)

สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./(ปี ค.ศ./เดือน/วันที่)./ชื่อเรื่อง./ชื่อหนังสือพิมพ์,/หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

Sriwattanachai, R. (2014, October 24). The prefabricated generation of seasoning sauce market. *POST TODAY*, B3-B4. [in Thai]

2) หนังสือพิมพ์ (อิเล็กทรอนิกส์)

สกุล,/อักษรตัวแรกของชื่อผู้แต่งตัวพิมพ์ใหญ่./(ปี ค.ศ./เดือน/วันที่)./ชื่อเรื่อง./ชื่อหนังสือพิมพ์./URL

Bangkok post and reuters. (2021, October 8). UK eases travel rules for countries including Thailand. *Bangkok Post*. <https://www.bangkokpost.com/thailand/general/2194651/uk-eases-travel-rules-for-countries-including-thailand>

การส่งบทความ

ผู้สนใจเสนอบทความสามารถจัดส่งบทความถึงกองบรรณาธิการวารสารปัญญาวิวัฒน์ ผ่านระบบ ThaiJo ได้ที่เว็บไซต์ <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/index>

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

85/1 หมู่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ
ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี 11120
โทรศัพท์ 0 2855 1102
0 2855 0908
โทรสาร 0 2855 0392

Panyapiwat Institute of Management (PIM)

85/1 Moo 2, Chaengwattana Rd.,
Bang Talad, Pakkred, Nonthaburi 11120
Tel. 0 2855 1102, 0 2855 0908
Fax. 0 2855 0392
<http://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/index>
E-mail: journal@pim.ac.th