



Research and Development Journal Loei Rajabhat University (Online)

วารสารวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (Online)



VOL 19, NO 67, January - March 2024

ปีที่ 19 ฉบับที่ 67 มกราคม - มีนาคม 2567



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Research and Development Journal, Loei Rajabhat University

ปีที่ 19 ฉบับที่ 67 เดือนมกราคม – มีนาคม พุทธศักราช 2567

วัตถุประสงค์

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นวารสารระดับชาติที่ส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการที่มีคุณภาพในลักษณะของบทความวิชาการ (Academic article) บทความวิทยานิพนธ์ (Thesis article) และบทความวิจัย (Research article) ของนักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา ในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ในด้านสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยครอบคลุมสาขามานุษยวิทยา นิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและการจัดการ ประวัติศาสตร์ นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา ภาษาศาสตร์ พัฒนาสังคม พัฒนาชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้บทความที่ลงตีพิมพ์และเผยแพร่จะต้องผ่านการกลั่นกรองจากคณะกรรมการ (Peer review) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอก มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อย่างน้อยบทความละ 3 ท่าน โดยผู้พิจารณาไม่ทราบชื่อผู้แต่ง และผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้พิจารณา (Double-blind peer review)

ที่ปรึกษา

รศ.สมเจตน์ ดวงพิทักษ์

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ผศ.ดร.สุพรรณิ พุกกะ

รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Reviews)

ผศ.ดร.กุลนันท์ ศรีพงษ์พันธุ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ

ผศ.ดร.ฉัฐวัฒน์ ลิ้มปัสสุพงษ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ

ผศ.ดร.เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ

รศ.ดร.นงนิตย์ จันทร์จรัส

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

รศ.ดร.นพมาศ สุวชาติ

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.เมษธาวิณ พลโยธี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.รัฐการ บัวศรี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

รศ.ดร.ธัญภัส เมืองบัน

มหาวิทยาลัยบูรพา

ผศ.ดร.วีรยา ภัทรอาชาชัย

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รศ.ดร.ศาสตรา เหล่าอรรณะ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผศ.ดร.พัชรินทร์ สุภาพันธ์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผศ.ดร.อรรณพ บุญพัฒน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ผศ.ดร.สียา ปวารณาดี ขาติวิวัฒนาการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผศ.ดร.ธวัช วงศ์ประเมษฐ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

รศ.ดร.กานดา เต๊ะชั้นหมาก
ผศ.ดร.ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์
ผศ.ดร.รัตนา สีดี
รศ.ดร.เอมอร แสนภูวา
ผศ.ดร.พิศณุ ชัยจิตวณิชกุล
ผศ.ดร.ดนุ วิโรจน์อุไรเรือง
ผศ.ดร.อโณทัย หาระสาร
ผศ.ดร.หมะหมุด หะยี่หมัด
ผศ.ดร.นันทิ สุทธิการณนัย
ผศ.ดร.จารุพร มีทรัพย์ทอง
ผศ.ดร.พิชิต พระพินิจ
ผศ.ดร.อัญชลี โกกะนุช

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตปัตตานี
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง
ผศ.ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
ผศ.ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์
รศ.ดร.รุ่งระวี วีระเวสส์
ผศ.ดร.ไพโรจน์ นวลนุ่ม
ผศ.ดร.อรทัย เลียงจินดาถาวร
รศ.ดร.เอมอร แสนภูวา
ผศ.จักรกฤษ สถาปนศิริ
รศ.ดร.วีระกิตติ เสาร่ม
รศ.ดร.รักชนก แสงภักดีจิต
รศ.ดร.ขวัญฤดี พรชัยทิวัดธ์
ผศ.ดร.วิภาวี กฤษณะภูติ
รศ.ดร.โสวิทย์ บำรุงภักดี
รศ.ดร.สุทธิชัย หล่อตระกูล
รศ.ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม
รศ.ดร.นัยนา อรรจนาท
รศ.ดร.พรสวรรค์ ศิริภักญณาภรณ์
ผศ.ดร.ยิ่งศักดิ์ คชโคตร

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
มหาวิทยาลัยนเรศวร
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

บรรณาธิการ

ดร.สัณชัย เกียรติทรงชัย

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

คณะทำงาน

ดร.รุ่งกานต์ อินทวงศ์	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายวิจัยและพัฒนา
ดร.วิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายบริการวิชาการ
ผศ.ดร.เนตรนภา พงเพ็ชร	รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายโครงการพระราชดำริ
ดร.ขวัญคุณศรี อินทรตระกูล	รักษาการหัวหน้างานวิจัยและพัฒนา
ผศ.ดร.ธัญชัย บุญหนัก	รักษาการหัวหน้างานสารสนเทศการวิจัย
นายธีรภัทร์ อนุชาติ	หัวหน้างานบริการวิชาการและทรัพยากรมนุษย์

เจ้าหน้าที่ประจำวารสาร

นางสุพัตรา จันทรรอด	นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา
นางสาวปรัตถกร พลดาหาญ	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
นายปริญญา จิตรโคตร	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
นางสาวกมลศรี ราชวงษา	พนักงาน สถาบันวิจัยและพัฒนา
นางสาวจิตรานนท์ วรรณพงศ์	นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา
นายธนพงษ์ สุนทรวีรัตน์	นักวิชาการคอมพิวเตอร์

เจ้าของ

สถาบันวิจัยและพัฒนา ชั้น 4 อาคาร 20 มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ถนนเลย-เชียงคาน ตำบลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเลย 42000
โทร. 042-835223-8 ต่อ 41141-2, 042-808000 ต่อ 51143, 086-643-7010 โทรสาร 042-813061
E-mail: research_lru@hotmail.com
เว็บไซต์สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย: <http://www.research.lru.ac.th/>

กำหนดออก ปีละ 4 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม, ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน,
ฉบับที่ 3 กรกฎาคม-กันยายน, และ ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม

ปีที่เผยแพร่ พ.ศ. 2566

ISSN 2774-1109 (Online)

การเผยแพร่ เผยแพร่เป็นวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเว็บไซต์วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru>

- ข้อความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนแต่ละท่าน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และกองบรรณาธิการ ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยและไม่มีส่วนรับผิดชอบใดๆ
- สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ขอให้ผู้อ่านอ้างอิงในกรณีที่ท่านคัดลอกเนื้อหาบทความในวารสารฉบับนี้

บทบรรณาธิการ

วารสารวิจัยและพัฒนา ของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นวารสารที่นำเสนอผลงานบทความทางวิชาการ/บทความวิทยานิพนธ์/บทความวิจัย ของนักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษาในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ในด้านสหวิทยาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ดังต่อไปนี้ มานุษยวิทยา นิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและการจัดการ ประวัติศาสตร์ นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา ภาษาศาสตร์ พัฒนาสังคม พัฒนาชุมชน เพื่อการเผยแพร่ผลงานแก่ผู้สนใจต่อไป

สำหรับนักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา หรือผู้สนใจที่มีผลงานและมีความประสงค์จะเผยแพร่ผลงาน สามารถส่งผลงานของท่านตามหัวข้อและแบบฟอร์มของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา จะส่งผลงานของท่านให้ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านและประเมินผลงานของท่าน เพื่อให้ผลงานของท่านเป็นที่ยอมรับและได้รับการเผยแพร่ต่อไป

ขอขอบคุณผู้เขียน ผู้ทรงคุณวุฒิ คณะที่ปรึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดจนผู้อ่านที่ให้ความสนใจจนทำให้วารสารฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ปีที่ 19 ฉบับที่ 67 จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางวิชาการ หากมีข้อบกพร่องประการใด สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ยินดีน้อมรับคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขต่อไป

กองบรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

การขับเคลื่อนและการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านจังหวัดเลยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยในฐานะมหาวิทยาลัย เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โดย ไทยโรจน์ พวงมณี, มารีษา ภิรมย์แทน เดอ เบลส์ และ จารุวัลย์ รัชมณี	1
การวิเคราะห์ศักยภาพสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราในพื้นที่จังหวัดเลย โดย นิกร น้อยพรม, ญาณินท์ ทองมาก และ ณรงค์ กมลชิต	16
แนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี โดย เซวง ส่วงลาภธรรม และ ประหัสชัย ระมาศ	29
การพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ร้านกีฟการ์ด จังหวัดเลย โดย นิชนันท์ กะวิวงศ์กุล, ปฐมมาดี คำทอง, ปาณิสรา ขวัญเต็ม และ วพิดา มุลศรี	38
การบริหารการผลิตโดยการประยุกต์ใช้เทคนิค PERT/CPM และแนวคิดแบบสิ้นของผู้ประกอบการโอท็อป: กรณีศึกษา บ้านางน้ำพริกน้ำเงี้ยว อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย โดย ธนินุช เร็วการ, นิชพันธ์ ปิตินิยมโรจน์ และ ชไมพร รัตนเจริญชัย	49
ความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลตามมุมมองของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตภาคเหนือ ตอนล่าง โดย ธนภัทร ไชยชาติ และ ภัทรพร พงศาปรมัตถ์	60
ผลกระทบของการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ในประเทศไทย โดย เฉลิมชัย อุทการ	69
องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการจัดส่งอาหารที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z โดย ธาวิทิพย์ เหล่าวิโรจนกุล	80
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดย นุญยาพร เคนคำ, พัชร ใสภา, ศุภมาส ชื้อแท้, ปิยธิดา จันทะแพง และ วราภรณ์ ใจน้อย	90
พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการมูลค่าเพิ่ม มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดย ลภัสสรดา พิชญาธิรนาถ, ชินเชิง แก้วก่า และ สาธิยา กลิ่นสุคนธ์	101

การขับเคลื่อนและการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านจังหวัดเลย
ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในฐานะมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
Driving and Developing Local Handwoven Cotton Fabric of Loei Province
by Loei Rajabhat University as a University for Local Development

ไทยโรจน์ พวงมณี^{1*} มาริษา ภิรมย์แทน เดอเบลส์² จารุวัลย์ รัชมนี²
Thairoj Phoungmanee^{1*} Marisa Phiromtan De Bels² Charuwan Rakmanee²
Corresponding Author's Email: thai-roj@hotmail.com

(Received: October 17, 2023; Revised: December 20, 2023; Accepted: December 26, 2023)

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการขับเคลื่อนและการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านจังหวัดเลยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในฐานะมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โดยวิธีการศึกษาเอกสารและการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยมีการขับเคลื่อนและพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านผ่านโครงการบริการวิชาการของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และโครงการยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มีรูปแบบการขับเคลื่อนและการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านด้วยรูปแบบการอบรมเชิงปฏิบัติการทอผ้า การได้ซึ่การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การปฏิบัติการเรียนรู้และการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม การให้คำปรึกษา ส่วนกระบวนการ มีดังนี้ 1) การค้นหาประเด็นการพัฒนา 2) การลงพื้นที่สำรวจศึกษาบริบทและสภาพปัญหา 3) การเขียนข้อเสนอโครงการขอรับงบประมาณสนับสนุน 4) การวางแผนดำเนินโครงการและการดำเนินการ 5) การติดตาม และ 6) การประเมินผล สำหรับผลการดำเนินการพัฒนาจากการขับเคลื่อนมีดังนี้ 1) ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2) วัตถุดิบมีคุณภาพ 3) ทักษะการคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ 4) ต้นแบบผ้าทอและผลิตภัณฑ์ 5) ระบบการปกป้องสิ่งแวดล้อม 6) ศูนย์การเรียนรู้และแหล่งเรียนรู้ 7) เครือข่ายความร่วมมือ 8) องค์ความรู้ 9) การจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ 10) การขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนและจังหวัด 11) การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 12) การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม

คำสำคัญ: ผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้าน การขับเคลื่อนและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

Abstract

This academic article aims to investigate driving and developing processes for Loei Province's local handwoven cotton fabric by Loei Rajabhat University as a university for local development. The data was collected from documentary and field studies, and the obtained data was analyzed using content analysis. The findings showed that Loei Rajabhat University had driven and developed local handwoven cotton fabrics through the academic service projects of the Faculty of Science and Technology, the research and development, and the strategic project for local development. The driving and development were conducted through fabric weaving workshops, coaching, meetings for exchanging and sharing knowledge, and consulting. The operation processes were: 1) searching for developing issues; 2) surveying the area to investigate the context and problems; 3) writing the proposal to apply for supporting funds; 4) outlining the project plan and operation; 5) following up; and 6) evaluating. The results of the development of driving processes were: 1) potential of local enterprise group; 2) quality products; 3) creative thinking skill and imagination; 4) prototype of woven fabrics and products; 5) environment projection system; 6) learning center and resources; 7) collaboration network; 8) body of

¹ อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² อาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Lecturer, Faculty of Humanities and Social Science, Loei Rajabhat University

² Lecturers, Faculty of Science and Technology, Loei Rajabhat University

knowledge; 9) patent and copyright; 10) driving economics of community and province; 11) local wisdom conservation; and 12) creation of participatory process.

Keywords: local handwoven cotton, driving and developing, Loei Rajabhat university, university for local development

ความนำ

ผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านถือว่าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นและมรดกมรดกทางวัฒนธรรมที่มีการสืบสานและสืบทอดส่งต่อกันมาอย่างต่อเนื่อง โดยหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาเห็นความสำคัญจึงลงพื้นที่ศึกษา พร้อมกับจัดทำโครงการ การวิจัยไปจัดกิจกรรมการให้ความรู้ การสืบค้น การต่อยอดเพื่อให้ได้องค์ความรู้ใหม่สำหรับนำไปสู่การขับเคลื่อน รื้อฟื้นและพัฒนาเพื่อให้คงอยู่และสร้างรายได้ให้กับช่างทอผ้าที่อยู่ในพื้นที่ ส่วนการพัฒนาผ้าทอพื้นบ้านนั้นต้องให้มีลักษณะเฉพาะของชุมชนด้วยการนำเอกลักษณ์ (Unique) ที่บ่งชี้ถึงความเป็นพื้นที่ (Space) หรือวัฒนธรรม (Culture) ออกมาผ่านคุณลักษณะของลาย สี เส้น และวิธีการทอเพื่อการสะท้อนภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่นให้เป็นไปตามมาตรฐาน (Standard) ของผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง อันจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านเหล่านั้นจากกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมายได้ (กิริติญา สอนเนย และ จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง, 2566)

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยมีพันธกิจในด้านการพัฒนาท้องถิ่น โดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ที่เชื่อมโยงกับชุมชนท้องถิ่นซึ่งส่งผลทำให้ชุมชนมีการพัฒนาศักยภาพและสามารถพัฒนาการดำรงชีวิตได้อย่างยั่งยืน ซึ่ง พัทธนี ตูเล๊ะ และ คณะ (2564) กล่าวว่า การพัฒนาคุณภาพชีวิต การพัฒนาด้านความเป็นธรรม การพัฒนาด้านภูมิคุ้มกัน การพัฒนาด้านการสร้างเครือข่าย การพัฒนาด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญต่อการพัฒนาท้องถิ่นโดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ปัจจัยด้านการเรียนรู้ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการพึ่งตนเอง และด้านการบริหารจัดการจะส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ในรอบยี่สิบปีที่ผ่านมา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยมีการขับเคลื่อนและพัฒนาท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง โดยครอบคลุมจังหวัดเลยและจังหวัดขอนแก่น เพื่อสร้างความกินดีอยู่ดีให้กับชาวบ้านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่รับผิดชอบ โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการทอผ้าพื้นบ้านที่ส่วนใหญ่มีการดำเนินการผลิตตั้งแต่ต้นทางคือการปลูกฝ้ายพื้นเมือง กลางทางคือการแปรรูป และปลายทางคือการแปรรูปและจัดจำหน่ายให้กับกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมายที่สนใจ

1. บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการขับเคลื่อนและการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านจังหวัดเลยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยในฐานะมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา คณะผู้เขียนบทความนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการขับเคลื่อนและการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยในฐานะมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

3. คำจำกัดความ

ผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้าน หมายถึง ผลผลิตจากกรรมวิธีการทอด้วยกี่กระทบหรือกี่กระตุก โดยผ่านการขัดกันของเส้นฝ้ายแนวตั้งที่ยึดโยงกับกี่ หรือ เส้นยืน และเส้นพุ่ง คือเส้นนอนที่อยู่ในกระสวย โดยใช้เทคนิคและทักษะการทอที่มีความชำนาญจึงทำให้ผ้าทอมือมีเอกลักษณ์และความสวยงาม

การขับเคลื่อนและการพัฒนา หมายถึง การดำเนินการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการทำงานและทัศนคติไปในทิศทางที่ก้าวหน้าขึ้นและได้รับการยอมรับจากสังคม โดยการขับเคลื่อนต้องอาศัยงบประมาณ บุคลากรที่เกี่ยวข้อง และประเด็นปัญหาที่ต้องการดำเนินการขับเคลื่อน

มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น หมายถึง สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีพันธกิจ (Mission) 6 ด้านคือ การจัดการศึกษาอย่างมีคุณภาพ การผลิตและพัฒนาครู การวิจัยและสร้างนวัตกรรม การพัฒนาท้องถิ่น การพัฒนาระบบบริหารจัดการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ที่เน้นการตอบสนองความต้องการใช้ความรู้ของชุมชนท้องถิ่นทุกระดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย หมายถึง สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดเลย มีบทบาทหน้าที่ในการจัดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี ปริญญาโทและปริญญาเอก และยังมีบทบาทหน้าที่ในการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม การวิจัยและการบริการวิชาการแก่ชุมชนท้องถิ่น

บุคลากร หมายถึง คณาจารย์ที่มีบทบาทในการจัดการเรียนการสอน การพัฒนาและการขับเคลื่อนชุมชนด้วยการวิจัยและบริการวิชาการ โดยอาศัยประเด็นของฝ่ายพื้นเมืองที่สำนักงานจังหวัดเลยและหน่วยงานภาครัฐมีการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาให้จังหวัดเลยเป็นจังหวัดแห่งฝ่าย โดยคณาจารย์ให้ความสนใจนำมาเป็นแนวคิด เพื่อจัดทำข้อเสนอโครงการบริการวิชาการหรือวิจัยและพัฒนา โดยคณาจารย์มีความรู้ความเข้าใจและมีทักษะการบริหารจัดการโครงการ กิจกรรม องค์ความรู้เกี่ยวกับฝ่าย ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ รสนิยมและการสร้างกระแสความนิยมเกี่ยวกับฝ่าย (Trend) และการตลาด

ผลการดำเนินการขับเคลื่อนและพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้าน หมายถึง เป้าหมายปลายทางที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และคณาจารย์ผู้ดำเนินการโครงการได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ก่อนดำเนินการ โดยสามารถพัฒนาพื้นที่การพัฒนาศักยภาพบุคคล การสร้างองค์ความรู้ใหม่ การสร้างรายได้และเศรษฐกิจให้กับชุมชน การสร้างความรักความสามัคคีให้เกิดขึ้นกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นบ้านและผู้เกี่ยวข้อง

แนวคิดการพัฒนาท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมสู่ความยั่งยืน

การพัฒนาเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงคนและชุมชนให้ดีขึ้น โดยใช้พลังและความร่วมมือจากคนในชุมชน หน่วยงานของรัฐและองค์กรภายในชุมชน เพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหา และสร้างสรรค์ชุมชนให้มีความก้าวหน้าในด้านคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ เศรษฐกิจ สังคม การเมืองการปกครอง โดยมุ่งยกระดับมาตรฐานการครองชีพและคุณภาพชีวิตของชาวบ้านในชุมชน (พัชนี ตูเล๊ะ และ คณะ, 2564) การพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนนั้นเป็นแนวคิดหนึ่งของภาครัฐที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนและพัฒนาศักยภาพท้องถิ่นให้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น ด้วยการจัดโครงการและกิจกรรมการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การพัฒนาของจังหวัดหรือองค์กร ซึ่งกิจกรรมการพัฒนานั้นจะเอื้อต่อการทำให้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นชาวบ้านหรือชุมชนได้ปรับเปลี่ยนทัศนคติ ทักษะการเรียนรู้ ทักษะทางอาชีพได้อย่างมีคุณภาพ อย่างไรก็ตามการพัฒนาท้องถิ่นนั้นมีเป้าหมายสำคัญ ดังนี้ 1) การพัฒนาคนให้มีความสุข และ 2) การพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง (สุภิณธการย์ ระวังวงศา และ นภาพร เชื้อขำ, 2566) ดังนั้นการพัฒนาคนและชุมชนให้เกิดประสิทธิผลได้อย่างยั่งยืน จึงถือว่าเป็นการพัฒนาที่ประสบความสำเร็จ โดยมีตัวชี้วัดในกระบวนการดำเนินการที่ครอบคลุม 3 มิติ ดังนี้ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม และมิติด้านสิ่งแวดล้อม

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยกับบทบาทการพัฒนาท้องถิ่น

สถาบันอุดมศึกษาในท้องถิ่นส่วนใหญ่นั้นจะมีการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบผ่านการกำหนดยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย และมีการสร้างเครือข่ายภาครัฐและเอกชนที่พร้อมจะขับเคลื่อนและพัฒนาพื้นที่ ชุมชนและเมืองด้วยโครงการและกิจกรรมตามโครงการไปด้วยกัน ด้วยการนำองค์ความรู้ที่ผ่านการพิสูจน์เป็นแนวคิดและทฤษฎีไปใช้ในการพัฒนาให้เกิดประโยชน์ได้จริงและสามารถต่อยอดทฤษฎีใหม่เพื่อนำมาใช้ในระบบการศึกษาและสังคมต่อไป สำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยนั้นมีบุคลากรที่มีทักษะความรู้ความสามารถครอบคลุม 5 คณะ ประกอบด้วย คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะวิทยาการจัดการ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ที่จะนำไปสู่การขับเคลื่อนและพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้



ภาพที่ 1 แสดงแนวทางการดำเนินการขับเคลื่อนและพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)

ที่มา: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2561, 16

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยมีการกำหนดยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) โดยมีวิสัยทัศน์ว่า “มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยเป็นสถาบันที่ผลิตบัณฑิตที่มีอัตลักษณ์มีคุณภาพ มีสมรรถนะ และเป็นสถาบันหลักที่บูรณาการองค์ความรู้สู่นวัตกรรมในการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ” และมีพันธกิจที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่น 2 ข้อคือ 1) พัฒนาท้องถิ่นตามศักยภาพ สภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของชุมชนโดยการถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยีและน้อมนำแนวพระราชดำริสู่การปฏิบัติ และ 2) สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับทุกภาคส่วนเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น และเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้นำชุมชนให้มีคุณธรรม และมีความสามารถในการบริหารงานเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวม สำหรับยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มี 4 ประเด็นที่มีการต้องขับเคลื่อนและพัฒนา พร้อมกับการกำหนดเป้าหมายที่ต้องดำเนินการไว้ 4 ด้านคือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านการศึกษา มีกลยุทธ์ดังนี้ 1) สร้างและพัฒนาความร่วมมือกับผู้ว่าราชการจังหวัดในการวางแผนพัฒนาเชิงพื้นที่ และดำเนินโครงการตามพันธกิจและศักยภาพของมหาวิทยาลัยโดยกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณและคุณภาพ และมีการกำหนดเวลา (Timeline) ในการดำเนินการทุกขั้นตอนอย่างเป็นรูปธรรม (ระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว) ทั้งนี้การดำเนินการต้องได้รับความเห็นชอบจากผู้ว่าราชการจังหวัดด้วย 2) บูรณาการความร่วมมือในมหาวิทยาลัยและภายนอกมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ร่วมดำเนินโครงการพัฒนาให้บรรลุตามเป้าหมาย และ 3) บูรณาการการจัดการเรียนการสอน การวิจัยของนักศึกษา และคณาจารย์กับการพัฒนาท้องถิ่น (มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2561) (ภาพที่ 1)

การขับเคลื่อนและการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านผ่านบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

บุคลากรที่เป็นตัวแทนของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยที่ลงพื้นที่ในการขับเคลื่อนและพัฒนาผ้าทอพื้นบ้านนั้นจำเป็นต้องมีทักษะและมีประสบการณ์ในหลายมิติ ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นบ้านมีการยอมรับ เกิดความไว้วางใจและให้ความร่วมมือกับบุคลากรที่จะร่วมดำเนินการขับเคลื่อนและพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือไปด้วยกันจนประสบความสำเร็จ ดังเช่นการขับเคลื่อนการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านก้างปลา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านสูง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอฝ้ายคู่ย จันทน์ให้กลุ่มมีศักยภาพสามารถดำเนินการด้วยตนเองผ่านกลยุทธ์และกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) แบ่งออกเป็นรายด้านบุคลากร มีการพัฒนาความคิดด้านการทอ การย้อมสี การวางแผนโครงสร้างลายผ้าและการขาย ด้าน

การบริหารจัดการ โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของสมาชิก การแสวงหาเครือข่ายการตลาด นักลงทุนผู้มาส่งเสริมจากภาครัฐและเอกชน ด้านการผลิตนั้นมีการพัฒนาการทอ และการย้อมสีให้ได้มาตรฐาน ด้านงบประมาณ มีการระดมทุนจากสมาชิก และด้านการตลาด มีการทอขายผ่านสื่อออนไลน์ (ไทยโรจน์ พวงมณี และ คณะ, 2565)

อย่างไรก็ตามการดำเนินการขับเคลื่อนและการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านได้ผ่านกระบวนการวางแผนและเชื่อมโยงให้เข้ากับเกณฑ์การพัฒนาผ้าทอของกรมการพัฒนาชุมชนเพื่อนำศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ในระดับประเทศ โดยใช้เกณฑ์การขับเคลื่อนดังนี้ 1) ด้านภูมิปัญญาและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น นำความรู้ดั้งเดิมและเทคนิควิธีการใหม่มาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ การออกแบบรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง สวยงามและตรงตามความต้องการของตลาด การสร้างอัตลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนและจังหวัดเลย การคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการจัดการอย่างเป็นระบบ และมีมาตรฐาน 2) ด้านนวัตกรรมและการพัฒนาต่อยอด เช่น มีกระบวนการออกแบบและการผลิตที่แตกต่างจากการผลิตทั่วไป มีองค์ความรู้ใหม่จากการคิดสร้างสรรค์ สร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ สร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์และความคิดใหม่ที่ไม่ซ้ำในตลาดมาก่อน 3) ด้านความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ เช่น การนำวัตถุดิบมาสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการออกแบบสร้างสรรค์ การย้อมสี กระบวนการทอ และมีการบริหารจัดการวัตถุดิบอย่างมีคุณภาพ ความสามารถผลิตผ้าทอซ้ำให้ได้มาตรฐานและอย่างต่อเนื่อง การผลิตผ้าทอและแปรรูปผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับตลาดและมีราคาเหมาะสม 4) ด้านการส่งเสริมช่องทางการตลาด เช่น มีการศึกษาข้อมูลและนำมาปฏิบัติจริง มีกระบวนการค้นหาข้อมูลความต้องการและการเข้าถึงของกลุ่มผู้ซื้อเป้าหมาย มีการเปิดช่องทางตลาดที่หลากหลายรูปแบบ (ไทยโรจน์ พวงมณี และ คณะ, 2565)

รูปแบบการขับเคลื่อนและการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านของจังหวัดเลย

การขับเคลื่อนและการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านจากนักวิชาการในสถาบันอุดมศึกษา อันมีข้อได้เปรียบคือการมีองค์ความรู้ มีทักษะการสื่อสารและการติดตามผลการพัฒนาในแต่ละโครงการอย่างต่อเนื่องถึงความสำเร็จจากการนำแนวคิดทฤษฎีการพัฒนา การออกแบบ การคิดสร้างสรรค์ไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมความคิด ทักษะการสร้างสรรค์ และผลผลิตที่มีอัตลักษณ์เฉพาะของพื้นที่นั้น วินยาภรณ์ พรหมณโชติ (2564) กล่าวว่า การต่อยอดภูมิปัญญาการทอผ้าของนักวิชาการย่อมช่วยให้ผ้าทอสามารถดำรงอยู่ได้ โดยพัฒนานั้นควรต้องดำเนินการตั้งแต่ต้นทาง กลางทางและปลายทาง ด้วยการหนุนเสริมความรู้เทคโนโลยีและเครื่องมือที่จำเป็นและงบประมาณเพื่อให้ผ้าทอเกิดพลวัตขึ้น เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านที่มาร่วมตัวกันใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการทอผ้า การดำเนินการบริหารจัดการและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอจึงเป็นไปอย่างซ้ำๆ สำหรับรูปแบบการขับเคลื่อนและการพัฒนาที่ช่วยให้ผ้าทอพื้นบ้านสามารถดำรงอยู่ มีความก้าวหน้าในการพัฒนามีการปรับประยุกต์ไปสู่การทอผ้าและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอรูปแบบร่วมสมัยจากการมีศักยภาพของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยที่ลงพื้นที่ไปจัดกิจกรรมการบริการวิชาการและการวิจัยตามโครงการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 - 2566 มีรายละเอียดดังนี้

1. การอบรมเชิงปฏิบัติการทอผ้า การย้อมสีธรรมชาติ การมัดหมี่ ได้ดำเนินการอบรมพัฒนาทักษะของสมาชิกในด้าน การทอผ้า การย้อมสีธรรมชาติ และการมัดหมี่ ดำเนินการหลังจากการวิเคราะห์คุณภาพผ้าทอและศักยภาพของสมาชิกกลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อทบทวนความรู้ ประสบการณ์ ทักษะและศักยภาพของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นบ้าน ให้สามารถพัฒนาการทอผ้าได้อย่างมีคุณภาพดี มีขนาดที่เหมาะสมกับการนำไปใช้ มีการเก็บงานก่อนส่งผู้ซื้อเป้าหมายมีการย้อมสีจากธรรมชาติ ที่ให้สีสดใสดูดีทนทานและมีสีเฉพาะ มีการผสมผสานร่วมกับวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น และการออกแบบลายมัดหมี่ตามความต้องการของผู้ซื้อเป้าหมาย

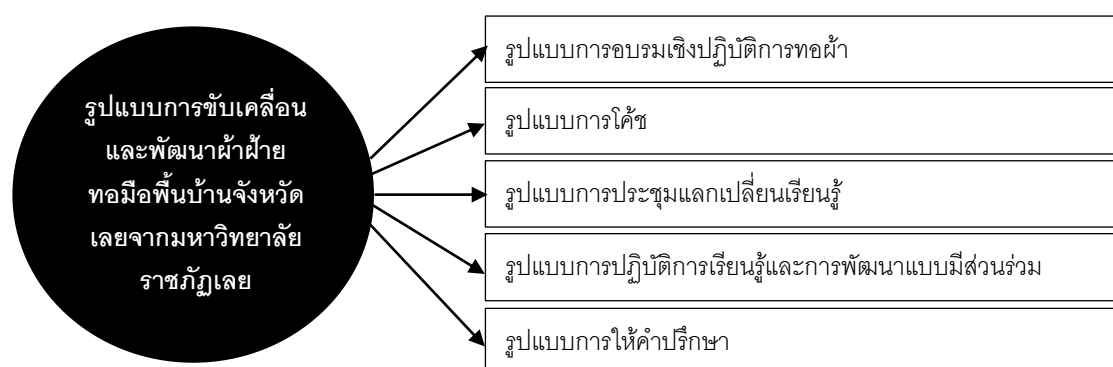
2. การอบรมเชิงปฏิบัติการและการโค้ช (Coaching) การปลูกฝ้าย การออกแบบลาย การออกแบบการทอ และการย้อมสี เพื่อให้กลุ่มทอผ้าได้ฝึกปฏิบัติและให้คำแนะนำในด้านการพัฒนากระบวนการปลูกฝ้าย การคิดค้น การเก็บเกี่ยวผลผลิต การเตรียมฝ้ายเพื่อให้การผลิตมีคุณภาพ เทคนิคการออกแบบลาย การออกแบบการทอที่มีความหลากหลายเป็นเอกลักษณ์ และการย้อมสีธรรมชาติที่คงทนและติดสีได้นาน

3. การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เชี่ยวชาญ นักวิจัยและผู้ซื้อเป้าหมาย เป็นกิจกรรมที่เน้นการร่วมกันค้นหา มุมมองด้านรูปแบบ ด้านวัตถุดิบ ด้านสี ด้านการทอของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ากลุ่มอื่นๆ เพื่อนำมาสร้างรูปแบบความรู้ที่เป็น แนวคิดและทฤษฎี เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนากระบวนการ เทคนิค วัสดุและรูปแบบการทอผ้าให้มีความทันสมัย สอดคล้องกับ ความต้องการและพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค

4. การปฏิบัติการเรียนรู้และการพัฒนาที่เน้นการมีส่วนร่วมของกลุ่มทอผ้าและนักวิจัย เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่าน กระบวนการ SWOT Analysis การวิพากษ์วิจารณ์ชิ้นงานในมิติต่างๆ ตั้งแต่ระยะต้นน้ำ คือ คุณภาพของเส้นฝ้าย การคัดแยกฝ้าย พื้นเมืองที่มีคุณภาพ การเตรียมเส้นใยที่สะอาดและนุ่ม รวมทั้งเทคนิคการคัดสิ่งเจือปนก่อนและหลังอ้อมฝ้าย การตรวจสอบ สิ่งเจือปนหรือสิ่งสกปรกต่างออกจากเส้นใย ระยะกลางน้ำ การเตรียมเส้นฝ้าย ความเหนียวของเส้นใยให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ผ้าทอชนิดต่างๆ ขนาดเส้นใย คุณภาพและปัญหาของวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการทอ แนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และระยะ ปลายน้ำ คือ เทคนิคการทอ การออกแบบ การวางแผนสี และลาย รวมทั้งการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่นนอกเหนือจากผ้าทอสำหรับ ตัดเสื้อและเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ผ้าพันคอ ขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ ผ้าคลุมไหล่ การตัดเย็บเสื้อผ้าด้วยมือโดยใช้เส้นฝ้ายของกลุ่ม การทำของที่ระลึก พวงกุญแจ กระเป๋า ยาม เป็นต้น กลุ่มได้ทดลองปฏิบัติตามข้อ 3 จากนั้นนำผลงานมาวิพากษ์วิจารณ์ โดย กลุ่มทอผ้าชุมชน หน่วยงานภาครัฐหลายภาคส่วน เพื่อนำข้อวิพากษ์วิจารณ์ดังกล่าวมาผลิตผลงานให้ได้มาตรฐานมากยิ่งขึ้น ในขั้นตอนนี้ดำเนินการผลิตและนำมาปรับปรุงอย่างน้อย 3 ครั้ง ตามแนวทางการดำเนินการรูปแบบวิจัยและพัฒนา (R & D)

5. การให้คำปรึกษาการปลูกฝ้าย การทอ การย้อม การออกแบบลายผ้าทอ โดยให้กลุ่มเป็นผู้ดำเนินการ นักวิจัยเป็นผู้ จัดหาผู้เชี่ยวชาญลงไปให้แนวทางและแนวคิดในการพัฒนางาน โดยนักวิจัยเป็นผู้ติดตาม วิพากษ์วิจารณ์ และประเมินผล การดำเนินการพัฒนา

กล่าวได้ว่ารูปแบบการขับเคลื่อนและพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยลงพื้นที่ไปดำเนินการนั้น ได้มีการออกแบบกิจกรรมที่เหมาะสม เป็นระบบและเป็นขั้นตอนเพื่อหวังผลการพัฒนาอย่างแท้จริง โดยรูปแบบการวิจัยจะใช้ เครื่องมือและวิธีการจัดกิจกรรมเพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่เป็นระบบด้วยการบันทึก การประชุม การสัมภาษณ์หรือการสนทนากลุ่ม ส่วนการบริการทางวิชาการนั้นจะเน้นการให้ความรู้และทักษะตามกิจกรรมที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน โดยงานการพัฒนาจะจบลงที่ การประเมินความรู้หลังการอบรม แต่อย่างไรก็ตามมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยในฐานะมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โดยผู้ดำเนินโครงการที่เป็นคณาจารย์ยังคงมีการขับเคลื่อนและพัฒนากลุ่มผู้ทอผ้าฝ้ายพื้นบ้านตลอด แม้ว่าจะไม่มีงบประมาณ ในการดำเนินการก็ตาม (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 แสดงรูปแบบการขับเคลื่อนและพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

กระบวนการขับเคลื่อนและการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านของจังหวัดเลย

กระบวนการขับเคลื่อนและการพัฒนาของผู้ดำเนินการนั้นจำเป็นต้องมี “ความตระหนัก” ในสภาพปัญหาของชุมชน อันจะนำไปสู่การปฏิบัติโดยการนำ “ความรู้” จากกระบวนการเรียนรู้และความคิดที่เน้นการให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตของชุมชน อย่างแท้จริงไปสู่ปฏิบัติการ จนเกิดเป็นพลังแห่งความร่วมมือร่วมใจที่จะเข้าร่วมดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (นรินทร์, ดำรงชัย, 2561) สำหรับกระบวนการขับเคลื่อนและพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านจังหวัดเลยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยมีขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนการค้นหาคำประเด็นการบริการวิชาการหรือการวิจัยจากนโยบายภาครัฐของจังหวัดเลย และยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
2. ขั้นตอนการลงพื้นที่สำรวจศึกษาบริบทและสภาพปัญหา สำหรับเขียนข้อเสนอโครงการให้สอดคล้องกับความต้องการของภาครัฐ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในฐานะกลุ่มเป้าหมาย
3. ขั้นตอนการเขียนข้อเสนอโครงการขอรับงบประมาณสำหรับสนับสนุนการดำเนินการ มีการระบุสภาพปัญหาความต้องการ รูปแบบกิจกรรมการพัฒนา การติดตามและการประเมินผลที่จะเกิดขึ้น
4. ขั้นตอนการวางแผนดำเนินโครงการ ที่มีการประสานงานความร่วมมือกับภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาพื้นที่ให้เข้ามาเป็นเครือข่ายการพัฒนา การแสวงหาวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาผ้าทอพื้นบ้านร่วมกับคณาจารย์ เพื่อให้เกิดผลผลิตระยะต่างๆ ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง เพื่อการสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ที่ดีในฐานะผู้ขับเคลื่อนผ้าทอพื้นบ้าน
5. ขั้นตอนการดำเนินการตามโครงการบริการวิชาการและการวิจัยมีดังนี้ 1) การประสานงานกับพื้นที่เป้าหมายเพื่อการดำเนินการ 2) การเตรียมปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการเช่น เอกสาร วิทยากร สถานที่ อาหาร แบบประเมินผลการดำเนินการ งบประมาณ ประสานกล่าวเปิดงาน ภาคเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง 3) ลงพื้นที่จัดกิจกรรมการขับเคลื่อนและการพัฒนา เช่นการอบรมเชิงปฏิบัติการ การสนทนากลุ่ม การประชุม การสัมภาษณ์ และการติดตามประเมินผล 4) การติดตามความก้าวหน้าจากการลงพื้นที่พัฒนาผ่านการดำเนินการตามกิจกรรมต่างๆ และการให้ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงและพัฒนาให้ผ้าฝ้ายทอมือและผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายมีคุณภาพ 5) การประเมินผลการพัฒนาและการขับเคลื่อนผ้าทอและผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านจังหวัดเลย ด้วยการจัดประชุมแสดงความคิดเห็น การสนทนากลุ่มแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการพัฒนาในระดับสูงต่อไป 6) การติดตามหลังจากดำเนินการเสร็จสิ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยยกระดับศักยภาพการบริหารจัดการ บุคลากรและผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำอย่างต่อเนื่อง อันเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ความเชื่อใจและการยอมรับในศักยภาพของการดำเนินการพัฒนาให้เกิดขึ้น ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงบุคคล ผลผลิตและศักยภาพของชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าอย่างยั่งยืน
6. ขั้นตอนการติดตามความก้าวหน้าการขับเคลื่อนและการพัฒนาตามโครงการระหว่าง ตุลาคม 2563 - ธันวาคม 2566 โดยการลงพื้นที่พูดคุย สนทนากลุ่ม แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มที่ได้ดำเนินการพัฒนาศักยภาพไปแล้ว มีการให้ข้อเสนอแนะในลักษณะการโค้ช และระบบพี่เลี้ยง (Mentoring)
7. ขั้นตอนการประเมินผลการดำเนินการ ด้วยการนำผลผลิตจากการพัฒนามาประเมินรูปแบบ 2 รูปแบบดังนี้ 1) การประเมินผลการดำเนินการร่วมกันภายในกลุ่ม มีผู้ทรงคุณวุฒิร่วมเวทีการสะท้อนผลการดำเนินการทุกด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านวัตถุดิบ ด้านกระบวนการทอ และด้านผลผลิต มีการกำหนดเกณฑ์การประเมินเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเพื่อเป็นเครื่องมือช่วยยืนยันความสำเร็จในการดำเนินการ และ 2) การประเมินผลจากภาครัฐ เอกชน นักวิชาการที่มีบทบาทการพัฒนาและเป็นเครือข่ายความร่วมมือที่เข้าร่วมกิจกรรมการรับฟังผลการดำเนินการ ร่วมประเมินผลด้านกระบวนการและด้านผลผลิต โดยมีการให้ข้อเสนอแนะต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้รับผิดชอบโครงการจะดำเนินการต่อไป

ผลการดำเนินการขับเคลื่อนและการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านจังหวัดเลยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

การพัฒนาบนฐานของการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นักวิชาการ ตัวแทนภาครัฐและมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ย่อมทำให้การขับเคลื่อนและพัฒนาผ้าทอมือพื้นบ้านประสบความสำเร็จตามประเด็นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยมีนักวิชาการหรือนักวิจัยเป็นผู้ลงพื้นที่ไปส่งเสริมและพัฒนา โดยมีเป้าหมายเพื่อการอนุรักษ์ การต่อยอดและการประยุกต์ไปสู่การเป็นผ้าทอพื้นบ้านและผลิตภัณฑ์แบบร่วมสมัย วินยาภรณ์ พรหมณโชติ (2564) ที่กล่าวว่า นักวิชาการและนักพัฒนาต้องหาวิธีการส่งเสริมและแนวทางการพัฒนาผ้าทอให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้ โดยการใช้รูปแบบการมีส่วนร่วม 4 รูปแบบ ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมดำเนินงาน การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมประเมินผล (ศุภินธกราย

ระวังวงศ์ และ นภพร เชื้อชา, 2566) ดังนั้นบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยจะต้องทำการศึกษา วิเคราะห์เกี่ยวกับตลาด นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายพื้นเมืองทั้งการปลูก การทอและการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อนำองค์ความรู้มาใช้นหนุนเสริมผ่านการจัดกิจกรรมการขับเคลื่อนและพัฒนา นอกจากนี้ยังต้องหนุนเสริมงบประมาณบางส่วนที่เป็นวัสดุในการทดลองผลิต สำหรับการค้นหาต้นแบบที่เหมาะสมที่สุดและมีการจัดกิจกรรมการประชุม การอบรมเชิงปฏิบัติการและการติดตามประเมินผล ตลอดโครงการ โดยที่ผลลัพธ์จากการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพก็ย่อมทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งผู้ปลูกฝ้ายและผู้แปรรูปผ้าฝ้าย ทอมือได้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การปรับพฤติกรรมทางทักษะ ทักษะคิดเพื่อการผลิตและสร้างสรรค์ผ้าฝ้าย และผลิตภัณฑ์จากฝ้ายที่แปลกใหม่ มีความโดดเด่น และไม่เหมือนใคร โดยมีผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินการขับเคลื่อนและพัฒนา ดังนี้

1. ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (Potential of Community enterprise group) ที่มีทักษะความรู้ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม ทำให้สมาชิกสามารถคิดวิเคราะห์ ผ่านกิจกรรม SWOT analysis มีการสร้างกลยุทธ์และกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการย้อมสี ด้านการปลูกฝ้าย ด้านการเตรียมวัสดุการผลิต ด้านการสื่อสาร และด้านใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการจัดการความรู้เรื่องการทอผ้า ซึ่งทำให้ผ้าทอสามารถที่จะก้าวไปสู่การจำหน่ายในระดับสากล

2. วัตถุดิบมีคุณภาพ (Material) ได้มีการบริหารจัดการที่ชัดเจนและเป็นระบบตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง และยังมีการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการปลูกฝ้ายพื้นเมืองที่เคยรุ่งเรืองในอดีต มีการคัดเลือกพันธุ์ฝ้ายพื้นเมืองที่มีสีขาว และสีตุ้มมาสร้างจุดขายและจุดแข็งให้ผลิตภัณฑ์ และทำการพัฒนาระดับพื้นที่การปลูกฝ้ายของกลุ่มให้เป็นพื้นที่การเรียนรู้และการท่องเที่ยวชุมชน ดังเช่นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านลาด

3. ทักษะการคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ (Creative and imaginative skills) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาผ้าทอมือพื้นบ้านและผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับแนวโน้มผลิตภัณฑ์ผ้าทอและความต้องการกลุ่มเป้าหมาย ดังเช่นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฝ้ายตุ้ม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังอาบช้าง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอบ้านท่าดีหมี่ที่มีการใช้แนวคิดการปรับ การเปลี่ยนแปลง การลด และการเพิ่มสี ขนาดหรือตำแหน่งของลายจนได้ลายใหม่ขึ้นมา

4. ต้นแบบผ้าทอและผลิตภัณฑ์ (Textile prototypes and products) ที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่ม โดยสามารถอธิบายและสื่อสารถึงแนวคิดและที่มาที่ไปของต้นแบบที่มีการออกแบบได้ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมืองบ้านสบที่โดดเด่นเรื่องลายผ้าขิด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฝ้ายตุ้มที่โดดเด่นเรื่องฝ้ายและรูปแบบการทอผ้า หรือกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาป่าหนาด หมู่ 12 ที่มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย

5. ระบบการปกป้องสิ่งแวดล้อม (Environmental protection system) จากกระบวนการดำเนินการตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง เช่น การสร้างเครื่องมือสำหรับการกักเก็บสีที่ย้อมแล้วไม่ให้ปนเปื้อนในดิน รวมถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจในการดูแลและอยู่ร่วมกับธรรมชาติ ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอ้อมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฝ้ายตุ้ม กลุ่มทอผ้าอ้อมสีธรรมชาติลุ่มน้ำฮวย และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมืองบ้านสบ

6. ศูนย์การเรียนรู้และแหล่งเรียนรู้ (Learning centers & resources) ของชุมชนและจังหวัดแบบมีชีวิตที่มีการนำเสนอทั้งการทอของสมาชิกกลุ่ม หรือการเรียนรู้จากการจัดแสดงประวัติความเป็นมาของกลุ่ม วัสดุอุปกรณ์การทอผ้าฝ้ายพื้นบ้าน ไปจนถึงการปลูกฝ้ายและลักษณะของปลูกฝ้าย เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอ้อมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ รวมถึงกลุ่มอื่นๆ ที่มีการปลูกและทอผ้าฝ้ายพื้นบ้านสำหรับพื้นที่ดังกล่าวนี้ ได้มีภาครัฐและสถาบันการศึกษาเข้าไปศึกษาและเรียนรู้ภูมิปัญญาผ้าทออย่างต่อเนื่อง

7. เครือข่ายความร่วมมือของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยกับภาครัฐและเอกชน (Public-Private partnership network) ที่เข้ามาร่วมส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง โดยมีอาจารย์และบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยที่มีความชำนาญการเข้าไปเป็นที่ปรึกษา และเป็นวิทยากร ซึ่งเครือข่ายของกลุ่มนั้น อาจมีการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการเพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างรวดเร็ว ดังเช่นภาครัฐอย่างองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานวัฒนธรรมจะต้องเข้ามาจัดทำกลยุทธ์การพัฒนาและแผนการดำเนินการพัฒนาผ้าทอพื้นบ้าน

อย่างเป็นระบบ การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ และการค้นหาและสร้างศักยภาพปราชญ์ท้องถิ่น เช่น ด้านการทอผ้า ด้านการบริหารจัดการ ด้านการออกแบบลายผ้าและด้านการแปรรูป

8. องค์ความรู้ (Knowledge) ที่นักวิชาการและนักวิจัยนำมาเขียนหนังสือ เอกสาร แผ่นพับ หรือบทความวิชาการที่นำเสนอผ่านวารสารทางวิชาการ และในเวทีการประชุมวิชาการทั้งระดับชาติและนานาชาติ โดยองค์ความรู้ที่บุคลากรในฐานะตัวแทนมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ที่มีการดำเนินการสร้างองค์ความรู้ดังนี้ 1) การปลูกฝ้ายพื้นเมือง 2) การแปรรูปเส้นใยฝ้าย 3) กระบวนการทอผ้าฝ้ายพื้นเมือง 4) การรื้อฟื้น การพัฒนา และการต่อยอดวัฒนธรรมฝ้ายจังหวัดเลย 5) การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 6) การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า และ 7) การสร้างรูปแบบและการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นบ้านให้เกิดความเข้มแข็งด้วยกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การวิจัยและพัฒนา การบริการวิชาการ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฝ้ายตุ่ย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มส่งเสริมอาชีพแม่บ้านเกษตรกรบ้านโนนกกข่า

9. การจดสิทธิบัตรและลิขสิทธิ์ (Patents and copyrights) ของผ้าทอ ลายผ้า เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มาจากการคิดสร้างสรรค์ และการปรับปรุงให้เหมาะสมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของนักวิจัย หรือบุคลากรเจ้าของโครงการบริการวิชาการ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมืองบ้านโพหนอง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอ้อมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ

10. การขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนและจังหวัด (Community and provincial economy) โดยการทดลองสร้างสรรค์ต้นแบบ ทำให้เกิดผลผลิตใหม่ๆ เพื่อจูงใจผู้ซื้อเป้าหมายให้สนใจและมีความต้องการผ้าทอที่มีความแตกต่าง โดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะที่ไม่เหมือนใคร เช่น กลุ่มทอผ้าอ้อมสีธรรมชาติลุ่มน้ำฮวย ตำบลกกบก ที่ย้อมด้วยสีจากธรรมชาติและมีการปลูกฝ้ายแบบออร์แกนิก (Organic) ทำให้ผ้ามีคุณภาพและมีราคาสูงขึ้น ซึ่งการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจนั้นต้องอาศัยเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ประกอบการผ้าทอ ภาครัฐ องค์การบริหารส่วนตำบล พัฒนาชุมชน และเอกชน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการผลิตและยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์จะนำไปสู่การพัฒนาและสร้างงานในชุมชนให้มั่นคงทางเศรษฐกิจ การแก้ไขปัญหาความยากจนระดับชุมชน การอนุรักษ์และขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์มากที่สุด (ชัชวริยา ไบลี, 2560)

11. การอนุรักษ์ภูมิปัญญาฝ้าย (Preserving local wisdom) ด้วยกิจกรรมการปลูกฝ้าย การแปรรูปเส้นใย ฝ้าย การทอ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สายพันธุ์ฝ้ายพื้นเมืองได้คงอยู่ต่อไป รวมถึงมีกิจกรรมการสร้างการเรียนรู้ถึงรากเหง้าทางวัฒนธรรมวิถีชีวิตสู่ความยั่งยืนสำหรับการพัฒนาไปสู่พื้นที่การเรียนรู้ฝ้ายต่อไป มีกลุ่มที่ร่วมดำเนินการคือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ศาลาเพื่องกลุ่มฝ้ายตุ่ย กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านโพหนอง กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาป่าหนาด หมู่ 12 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านลาด และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอ้อมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ กลุ่มสืบสานฝ้ายไหมไทยเลย

12. การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม (Participation) ของชุมชนกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยและชุมชนกับภาครัฐ เริ่มตั้งแต่การเลือกใช้วัตถุดิบ เทคนิควิธี และขั้นตอนการดำเนินการสืบทอด มีการรื้อฟื้น การพัฒนาและการต่อยอดการทอผ้าให้มีความแปลกใหม่ วิจิตรสวยงาม มีคุณค่าและมูลค่าเหมาะสมกับยุคสมัย โดยการมีส่วนร่วมถูกดำเนินการผ่านกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้กลุ่มมีการสนทนาและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านวังอาบช้างและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ศาลาเพื่องที่มีการรื้อฟื้นและต่อยอดผ้าลื้อไปสู่ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่มีอัตลักษณ์ ส่วนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านสูบนั้นมีการพัฒนาลายขีดโบราณที่สร้างมูลค่ามากขึ้น ส่วนกลุ่มอื่นๆ ก็ได้มีการดำเนินการที่เน้นการมีส่วนร่วมไปตามบริบทของพื้นที่และรูปแบบของผ้าทอเป็นสำคัญ สำหรับการมีส่วนร่วมที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยเข้าไปดำเนินการพัฒนาด้านผ้าฝ้ายทอมือมี 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการปฏิบัติการ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และด้านการรื้อฟื้นและการขับเคลื่อนศิลปวัฒนธรรม

ดังนั้นการขับเคลื่อนผ้าฝ้ายทอมือและผลิตภัณฑ์จากฝ้ายพื้นบ้านของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยที่ดำเนินการผ่านโครงการบริการวิชาการและการวิจัยนั้น จึงอยู่บนฐานของ 9 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) กำลังคน (Man power) ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นพัฒนาศักยภาพการทอผ้าให้มีมาตรฐาน ได้นำความรู้เกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีทางวิชาการไปใช้ในการดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ไม่น้อยกว่า 150 คนที่เข้าร่วมกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง 2) การบริหารจัดการ (Management) ได้ร่วมกันระดมความคิดเพื่อหาแนวทางการบริหารจัดการระบบงาน คนและเงินให้ได้มาตรฐานพร้อมกับทำการทดลองดำเนินการ และมีการ

ประเมินผลการบริหารจัดการ ดังเช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฝ้ายตุ่ย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านลาด 3) การตลาด (Marketing) ที่สมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมวางแผนการสร้างแบรนด์ การแสวงหาตลาดออนไลน์และตลาดที่ภาครัฐจัด และสร้างรูปแบบการจำหน่ายที่หลากหลายรูปแบบและช่องทาง เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านลาด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านโนนกกข่า 4) การมีส่วนร่วม (Participation) จากทุกภาคีเครือข่ายร่วมมือกันขับเคลื่อนและพัฒนาผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น สำนักพัฒนาชุมชน สำนักงานวัฒนธรรม สำนักงานพาณิชย์ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเลย และเครือข่ายคลัสเตอร์ (Cluster) ผ้าทอพื้นบ้านจังหวัดเลย 5) การเรียนรู้ร่วมกัน (Learning) ผ่านกิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาผ้าทอ การจัดกิจกรรมด้านการตลาดทำให้กลุ่มสร้างเครือข่ายและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่มีการค้นพบจากการทดลองทอผ้า การย้อม การบริหารจัดการและค้นหารูปแบบของผ้าทอ เช่น การมัดหมี่ลายพระธาตุสัจจะ 6) เอกลักษณะ (Unique) ที่มาจากการเรียนรู้และการค้นหาอัตลักษณ์ร่วมกันของสมาชิกกลุ่มเพื่อการสร้างจุดขายของผ้าทอผ่านลาย การย้อมสีและการทอ เช่น การทอลายผีตาโขนของกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านศรีโค้ว การทอลายผีขนน้ำของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ศาลาเพ็ญ และยังมีกรรือพื้นผ้าทอโบราณขึ้นมาเพื่อเป็นจุดขายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ศาลาเพ็ญและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านวังอาบช้าง 7) มาตรฐาน (Standard) ตั้งแต่การปลูก การแปรรูปเส้นใย การทอ การย้อมสีและการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยที่ผ่านมามีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างน้อย 5 กลุ่มที่ส่งผ้าทอเพื่อขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและบางกลุ่มได้มีการตอบรับให้สามารถใช้ตรามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ 8) การติดตามประเมินผล (Evaluation) อย่างต่อเนื่องโดยคณาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการ และ 9) ความยั่งยืน (Sustainability) จากผลการพัฒนาทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้ามีรายได้เพิ่มมากขึ้น มีการใช้แนวคิดและทฤษฎีวิชาการด้านการบริหารจัดการ ด้านการเกษตร ด้านการออกแบบสร้างสรรค์ ด้านการสื่อสาร ด้านการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ไปสู่การคิด พัฒนา ประยุกต์สู่การสร้างองค์ความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง และมีการประสานความร่วมมือจากบุคลากรที่ได้ลงพื้นที่ไปพัฒนาโดยนำความรู้ที่ประสบความสำเร็จมาพัฒนาในกลุ่มต่อไป (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าที่บุคลากรของมหาวิทยาลัยได้ลงพื้นที่ขับเคลื่อนและพัฒนาระหว่าง 2563 – 2566

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	การพัฒนา	วิธีการขับเคลื่อน/ผลลัพธ์
1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฝ้ายตุ่ย (มีนาคม 2563 – ปัจจุบัน)	(/) การปลูกฝ้าย (/) การดูแลรักษาฝ้าย (/) การย้อมสีธรรมชาติ (/) การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (/) การออกแบบลายผ้า (/) การตลาดและการประชาสัมพันธ์	การอบรมเชิงปฏิบัติการทอผ้า การย้อมสีจากพืชและสมุนไพรท้องถิ่น การสร้างตราสินค้าและการตลาด การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เชี่ยวชาญ การดำเนินการในลักษณะการโค้ช การให้คำปรึกษา และประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับมาก
2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มส่งเสริมอาชีพแม่บ้าน เกษตรกรบ้านโนนกกข่า (มกราคม 2563 – ปัจจุบัน)	(/) การปลูกฝ้าย (/) การดูแลรักษาฝ้าย (/) การย้อมสีธรรมชาติ (/) การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (/) การออกแบบลายผ้า (/) การตลาดและการประชาสัมพันธ์	การอบรมเชิงปฏิบัติการทอผ้า การย้อมสีธรรมชาติ การออกแบบลายผ้าการตลาดและตราสินค้า การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เชี่ยวชาญ การดำเนินการในลักษณะการโค้ช การให้คำปรึกษา และประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับปานกลาง
3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า บ้านวังอาบช้าง (มกราคม 2563 - ธันวาคม 2565)	(/) การพัฒนาอุปกรณ์การทอ (/) การย้อมสี (/) การออกแบบลายผ้า (/) กรรือพื้นผ้าโบราณ (/) การออกแบบลายผ้า (/) การตลาด	การอบรมเชิงปฏิบัติการทอผ้า การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เชี่ยวชาญ การดำเนินการในลักษณะการโค้ช การให้คำปรึกษา และขึ้นการประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับปานกลาง

ตารางที่ 1 (ต่อ)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	การพัฒนา	วิธีการขับเคลื่อน/ผลลัพธ์
4. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านใหม่ศาลาเพ็ญ (มกราคม - ธันวาคม 2565)	(/) การพัฒนาอุปกรณ์ (/) การย้อมสี (/) การออกแบบลายผ้า (/) การรีดพื้นผ้าโบราณ (/) การออกแบบลายผ้า (/) การตลาด	การอบรมเชิงปฏิบัติการทอผ้า การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างผู้เชี่ยวชาญ การดำเนินการในลักษณะการโค้ช (Coaching) การให้คำปรึกษา และการประเมินผลการดำเนิน โครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับปานกลาง
5. กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านศรีอู่ (มกราคม - ธันวาคม 2564)	(/) การออกแบบลายผ้า	การให้คำปรึกษา และขึ้นการประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับปานกลาง
6. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า พื้นเมืองบ้านโพนทอง (มีนาคม 2563 - ธันวาคม 2565)	(/) การปลูกฝ้าย (/) การดูแลรักษาฝ้าย (/) การย้อมสีธรรมชาติ (/) การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (/) การออกแบบลายผ้า	การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เชี่ยวชาญ การดำเนินการ ในลักษณะการโค้ช การให้คำปรึกษา และการประเมินผลการ ดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับปานกลาง
7. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ก้าวหน้าการทอ (เมษายน 2564 - กันยายน 2565)	(/) การปลูกฝ้าย (/) การดูแลรักษาฝ้าย (/) การย้อมสีธรรมชาติ (/) การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (/) การออกแบบลายผ้า	การให้คำปรึกษา และขึ้นการประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับปานกลาง
8. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านอาฮี (เมษายน 2564 - กันยายน 2565)	(/) การย้อมสีธรรมชาติ (/) การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (/) การออกแบบลายผ้า (/) การตลาดและการประชาสัมพันธ์	การให้คำปรึกษา และขึ้นการประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับปานกลาง
9. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า พื้นเมืองบ้านสุม (เมษายน 2564 - กันยายน 2565)	(/) การปลูกฝ้าย (/) การดูแลรักษาฝ้าย (/) การย้อมสีธรรมชาติ (/) การออกแบบลายผ้า (/) การตลาดและการประชาสัมพันธ์	การอบรมเชิงปฏิบัติการทอผ้า การย้อมสีธรรมชาติ การประชุม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เชี่ยวชาญ การดำเนินการในลักษณะ การโค้ช การให้คำปรึกษา และการประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับมาก
10. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า ไทยเลียบบ้านก้างปลา (มกราคม - ธันวาคม 2564)	(/) การปลูกฝ้าย (/) การดูแลรักษาฝ้าย (/) การย้อมสีธรรมชาติ (/) การออกแบบลายผ้า (/) การตลาดและการประชาสัมพันธ์	การดำเนินการในลักษณะการโค้ช การให้คำปรึกษา และการ ประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับปานกลาง
11. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนวัด จอมมณี (มกราคม 2565 - ธันวาคม 2566)	(/) การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (/) การออกแบบลายผ้า (/) การตลาดและการประชาสัมพันธ์	การดำเนินการในลักษณะการโค้ช การให้คำปรึกษา และขึ้นการ ประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับปานกลาง

ตารางที่ 1 (ต่อ)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	การพัฒนา	วิธีการขับเคลื่อน/ผลลัพธ์
12. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า ผ้าถุงลายล่องบ้านนาพึง (มกราคม - ธันวาคม 2564)	(/) การปลูกฝ้าย (/) การดูแลรักษาฝ้าย (/) การย้อมสีธรรมชาติ (/) การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (/) การออกแบบลายผ้า	การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การดำเนินการในลักษณะการโค้ช การให้คำปรึกษา และขึ้นการประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับปานกลาง
13. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า บ้านท่าดีหมี่ (ตุลาคม 2563 -เมษายน 2564)	(/) การปลูกฝ้าย (/) การดูแลรักษาฝ้าย (/) การย้อมสีธรรมชาติ (/) การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (/) การออกแบบลายผ้า (/) การตลาดและการประชาสัมพันธ์	การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การดำเนินการในลักษณะการโค้ช การให้คำปรึกษา และการประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับปานกลาง
14. กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้าน นาป่าหนาด หมู่ 12 (ตุลาคม 2563 -กันยายน 2566)	(/) การปลูกฝ้าย (/) การดูแลรักษาฝ้าย (/) การย้อมสีธรรมชาติ (/) การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (/) การออกแบบลายผ้า (/) การตลาดและการประชาสัมพันธ์	การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การดำเนินการในลักษณะการโค้ช การให้คำปรึกษา และการประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับปานกลาง
15. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า บ้านลาด (มีนาคม 2563 – ปัจจุบัน)	(/) การปลูกฝ้าย (/) การดูแลรักษาฝ้าย (/) การย้อมสีธรรมชาติ (/) การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (/) การออกแบบลายผ้า (/) การตลาดและการประชาสัมพันธ์	การอบรมเชิงปฏิบัติการทอผ้า การย้อมสีธรรมชาติ การประชุม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เชี่ยวชาญ การดำเนินการในลักษณะ การโค้ช การให้คำปรึกษา และการประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับค่อนข้างมาก
16. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนออม ทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้าน ศรีเจริญ (มิถุนายน 2563 – ปัจจุบัน)	(/) การปลูกฝ้าย (/) การดูแลรักษาฝ้าย (/) การย้อมสีธรรมชาติ (/) การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (/) การออกแบบลายผ้า (/) ศูนย์การเรียนรู้	การอบรมเชิงปฏิบัติการทอผ้า การย้อมสีธรรมชาติ การประชุม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เชี่ยวชาญ การดำเนินการในลักษณะ การโค้ช การให้คำปรึกษา และการประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับมาก
17. กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ ลุ่มน้ำฮวย (มีนาคม 2563 – ปัจจุบัน)	(/) การปลูกฝ้าย (/) การดูแลรักษาฝ้าย (/) การย้อมสีธรรมชาติ (/) การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (/) การออกแบบลายผ้า (/) การตลาดและการประชาสัมพันธ์	การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด การขาย การดำเนินการในลักษณะการโค้ช การให้คำปรึกษา และ การประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับปานกลาง
18. กลุ่มสืบสานผ้าไหมไทเลย (มีนาคม 2563 - ธันวาคม 2565)	(/) การปลูกฝ้าย (/) การดูแลรักษาฝ้าย (/) การย้อมสีธรรมชาติ (/) การตลาด	การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การดำเนินการในลักษณะการโค้ช การให้คำปรึกษา และขึ้นการประเมินผลการดำเนินโครงการ ผลลัพธ์: กลุ่มมีความเข้มแข็งในระดับค่อนข้างมาก

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนและพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านจังหวัดเลยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

การขับเคลื่อนและการพัฒนาที่ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องมีปัจจัยและเงื่อนไขของบริบทพื้นที่และศักยภาพขององค์กรเข้ามาช่วยหนุนเสริมการดำเนินการตามโครงการวิจัยและบริการวิชาการ จนสามารถสร้างผลผลิตและพัฒนาศักยภาพคนในชุมชนได้อย่างยั่งยืน ดังที่ นรินทุ ดำรงชัย (2561) กล่าวว่า ปัจจัยการขับเคลื่อนและการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้ประสบความสำเร็จสู่การดำเนินการอย่างยั่งยืนนั้น มีดังนี้ 1) ผู้นำเป็นผู้ริเริ่มการปฏิบัติการเปลี่ยนแปลง 2) รูปแบบการพัฒนาจะให้ความสำคัญกับการพึ่งพาตนเอง 3) รูปแบบการสื่อสารและการพัฒนาที่เหมาะสมจะโน้มน้าวจิตใจให้ยอมรับการเปลี่ยนแปลง และ 4) มีการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ที่เริ่มต้นจากการสร้างการตระหนักรู้ในปัญหา และร่วมค้นหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เหมาะสมร่วมกับชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งจากผลการดำเนินการมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนผ้าทอมือพื้นบ้านจังหวัดเลยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย มีดังนี้

1. ปัจจัยด้านนโยบายของมหาวิทยาลัย ได้จัดทำแผนงานย่อยโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้า ด้วยภูมิปัญญาอัตลักษณ์ท้องถิ่นครบวงจรภายใต้ แผนงานยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่นเสริมสร้างพลังทางสังคม โครงการยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 จนถึงปัจจุบัน เพื่อยกระดับการผลิตผ้าตามอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้สอดคล้องกับแผนการพัฒนาของจังหวัดเลย และแผนพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นในการยกระดับการผลิตผ้าพื้นเมืองเพื่อยกระดับชุมชนในการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือสำหรับการสร้างความเข้มแข็ง การสร้างรายได้ และยกระดับเศรษฐกิจชุมชนตามอัตลักษณ์ของจังหวัดเลย

2. ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรภายใน ภายนอกและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่มีมาตั้งแต่ พ.ศ. 2563 - 2566 โดยมีการบูรณาการความร่วมมือกับเครือข่ายต่างๆ เช่น บุคลากรภาครัฐ ได้แก่ บุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ทั้งจากคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม สำนักศิลปะและวัฒนธรรมมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย คณะวิทยาการจัดการ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาและขับเคลื่อนร่วมกัน ในส่วนหน่วยงานภายนอก เช่น ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรเลย สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเลย สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเลย สถานีพัฒนาที่ดินเลย กรมวิชาการเกษตร สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเลย สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเลย กลุ่มวิสาหกิจทอผ้า เกษตรกรผู้ปลูกฝ้าย ครอบคลุมเขตอำเภอเมือง อำเภอผาขาว อำเภอวังสะพุง อำเภอด่านซ้าย อำเภอท่าลี่ อำเภอเชียงคาน อำเภอปากชม อำเภอภูหลวง ได้เข้าร่วมดำเนินการ ส่วนภาคธุรกิจนั้นมีการประสานงานกับหอการค้าจังหวัดเลย ร้านขายของที่ระลึกร้านอาหาร และฟาร์มท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเลย การมีส่วนร่วมของหลายภาคส่วนได้นำไปสู่การขับเคลื่อน อย่างเป็นระบบและสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดเป็นรายได้

3. ปัจจัยด้านศักยภาพของบุคลากร ที่มีการบูรณาการศาสตร์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ด้านเทคโนโลยีอุตสาหกรรม และด้านการจัดการที่ให้การพัฒนาเกิดขึ้นในหลายมิติทั้งในระยะต้นน้ำ กลางน้ำ และระยะปลายน้ำ ที่เข้ามาสนับสนุนเติมเต็มทำให้การพัฒนาเกิดขึ้น เช่น ทักษะการปลูกฝ้ายพื้นเมือง การคัดเลือกพันธุ์ฝ้าย การแปรรูปเส้นใยฝ้าย การมัดหมี่ลายอัตลักษณ์ คุณภาพการทอ เทคนิควิธีการทอ การพัฒนาเครื่องมือและวัสดุการทอ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างเครือข่ายการผลิตและการเรียนรู้การทอผ้าฝ้ายพื้นบ้านในระดับจังหวัดเลย และทำการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านอย่างมีประสิทธิภาพ

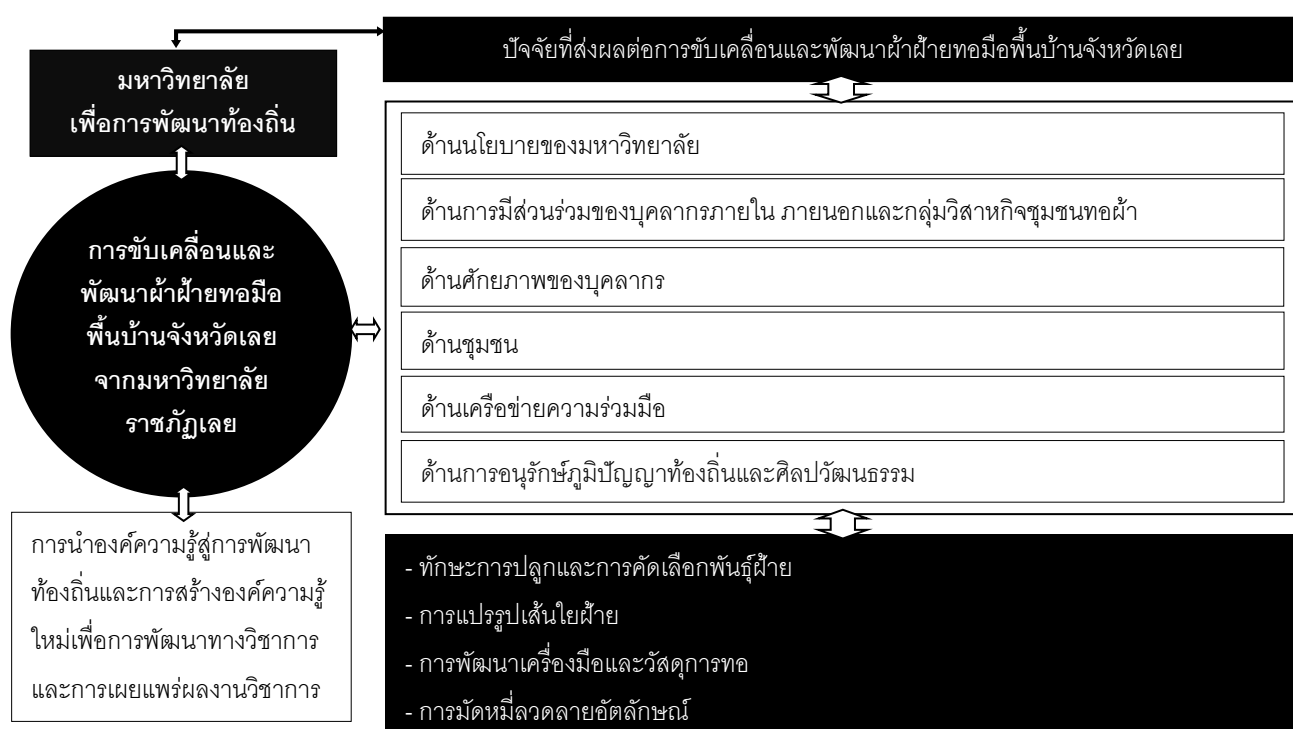
4. ปัจจัยด้านชุมชน จากการที่กลุ่มวิสาหกิจทอผ้าในจังหวัดเลยที่มีความรักความผูกพันในวิถีวัฒนธรรมการทอผ้าเป็นทุนเดิม จึงต้องการพัฒนาศักยภาพกลุ่มทอผ้าและพัฒนารูปแบบของผ้าทอให้มีอัตลักษณ์ โดยมุ่งมองหาโอกาสสร้างความร่วมมือและการช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการ และพร้อมสมัครใจเข้าร่วมการพัฒนาต่างๆ โดยมีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ดังนั้นการจัดกิจกรรมการพัฒนาจึงได้ร่วมสะท้อนปัญหาของกลุ่มและความต้องการในการพัฒนาที่ชัดเจน รับฟังข้อคิดเห็น การเปิดใจพูดคุยกับสมาชิกกลุ่ม และการร่วมค้นหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเพื่อการผลิตผ้าฝ้ายทอมือที่มีคุณภาพ มีคุณค่าความงาม ความแปลกใหม่ และความโดดเด่นให้เป็นที่ต้องการของตลาด และสามารถแข่งขันไปสู่การขายใน

ระดับนานาชาติได้ตามแนวทางการดำเนินการรูปแบบวิจัยและพัฒนา (R & D) จึงส่งผลให้มีกระบวนการพัฒนาศักยภาพตนเองได้อย่างเป็นระบบชัดเจนและมีประสิทธิภาพ

5. ปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือ จากบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และจากหน่วยงานภาครัฐภายนอก เช่น ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรเลย สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเลย สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเลย สถานีพัฒนาที่ดินเลย กรมวิชาการเกษตร สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเลย สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเลย นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าในจังหวัดเลย และเครือข่ายภาคเอกชน เช่น หอการค้าจังหวัดเลย ร้านขายของฝาก ร้านอาหาร และฟาร์มท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเลย ที่ต้องการเห็นการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้าน จึงร่วมกันขับเคลื่อนและผลักดันการพัฒนาผ้าทอของจังหวัดเลยผ่านกิจกรรมต่างๆ

6. ปัจจัยด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและศิลปวัฒนธรรม พบว่า กลุ่มทอผ้าทอต้องการอนุรักษ์และต่อยอดในหลายมิติ ได้แก่ การปลูกฝ้ายพื้นเมือง การแปรรูปเส้นใยจากฝ้าย การทอผ้า และวัฒนธรรมอื่นๆ ที่ต้องมีการใช้ฝ้าย ดังนั้นชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าจึงร่วมมือหาแนวทางการขับเคลื่อนและพัฒนา เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านวังอาบช้าง และบ้านใหม่ศาลาเพิง มีการรื้อฟื้นและพัฒนาารูปแบบการทอผ้าขึ้นมาใหม่ เพื่อสร้างรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่ม ระยะแรกมีการพัฒนาและเสริมสร้างด้านความรู้ ด้านกระบวนการพัฒนา ด้านทักษะการทอ และด้านความคิดสร้างสรรค์จากวิทยากรและมีการขับเคลื่อนต่อโดยนักวิจัยและคณาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการอย่างต่อเนื่อง (ไทยโรจน์ พวงมณี และ คณะ, 2565) ส่วนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านลาด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนออมทรัพย์เกษตรยั่งยืนบ้านศรีเจริญ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไทเลย บ้านก้างปลา ฯลฯ มีการขับเคลื่อนการปลูกฝ้าย การแปรรูปเส้นใย การออกแบบและการทอผ้าฝ้ายพื้นบ้านอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ดีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนและพัฒนาภูมิปัญญาผ้าทอพื้นบ้านจังหวัดเลย ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยนั้น เกิดขึ้นจากปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายของผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย การมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและมีทักษะที่เข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนและพัฒนาผ้าทอภายใต้แนวคิดพื้นฐานจากการนำองค์ความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้งานแบบใหม่ พร้อมกับสร้างองค์ความรู้ใหม่ขึ้นมา ส่วนปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวกับกลุ่มทอผ้าและชุมชน รวมถึงภาครัฐทุกระดับที่ได้ลงพื้นที่ช่วยกันหนุนเสริมจนกระทั่งส่งผลทำให้ผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าได้มีการพัฒนาศักยภาพอย่างมีประสิทธิภาพ จนสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนทอผ้าได้อย่างยั่งยืน (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 3 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อการขับเคลื่อนและพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านจังหวัดเลย จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

บทสรุป

การขับเคลื่อนและการพัฒนาผ้าฝ้ายทอมือพื้นบ้านจังหวัดเลยของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยในฐานะมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น พบว่ามีการดำเนินการครอบคลุมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า จำนวน 18 กลุ่ม โดยมีการพัฒนาและสามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างเต็มศักยภาพหลายด้าน ตั้งแต่ด้านการปลูก การออกแบบลาย การย้อมสี การบริหารจัดการ โดยผลการดำเนินงานส่งผลต่อการมีระบบและการมีมาตรฐานที่ชัดเจน เช่น มีการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สามารถสร้างเครือข่ายการขยายผลิตภัณฑ์ผ้าทอฝ้ายในจังหวัดเลย มีการพัฒนาคุณภาพการย้อมสีธรรมชาติ การพัฒนาอุปกรณ์และวัสดุการทอผ้า การสร้างตราผลิตภัณฑ์ โดยผลจากการพัฒนาด้วยหลักวิชาการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทำยู่ได้ส่งต่อไปยังหน่วยงานภาครัฐให้มีการพัฒนาและขับเคลื่อนศักยภาพกลุ่มให้มีคุณภาพต่อไป สำหรับผลการดำเนินการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยที่ลงพื้นที่ไปดำเนินการจนประสบความสำเร็จนั้น เกิดจากปัจจัยสำคัญทั้งปัจจัยภายใน ได้แก่ การมีนโยบายของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย การมีบุคลากรที่มีศักยภาพเฉพาะทาง ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ การมีนโยบายของจังหวัดและภาครัฐ รวมถึงการที่ชุมชนที่ต้องการรื้อฟื้นขับเคลื่อนและพัฒนา จึงส่งผลทำให้บทบาทของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยในฐานะมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นได้ทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์แบบทั้งการสร้างสังคม การอนุรักษ์วัฒนธรรม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การศึกษา การจัดการและการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอันเป็นการใช้หลักวิชาการไปพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กิริติญา สอนเนย และ จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง. (2566). รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาผ้าทอท้องถิ่นเชิงพาณิชย์. *วารสารศิลปและการจัดการ*, 7(1), 141 - 158.
- ชัชจรีญา ไบลี. (2560). แผนวิจัยและพัฒนาสิ่งทอพื้นบ้านจังหวัดเลย. *สารอาศรมวัฒนธรรมวลัยลักษณ์*, 17(2), 109 - 126.
- ไทยโรจน์ พวงมณี, ศศิณี เจริญสุข, พชรมณ ใจงามดี และ ณศิริ ศิริพริมา. (2565). การกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นบ้าน “กลุ่มฝ้ายตุ่ย” บ้านหนองบัว ตำบลภูหอ อำเภอกุดหวาง จังหวัดเลย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา*, 4(2), 67 - 92.
- ไทยโรจน์ พวงมณี, จารุวัลย์ รัชมณี, มาริษา ภิรมย์แทน เดอ เบลส์ และ สมิง ศรีกา. (2565). แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านก้างปลา ตำบลชัยพฤกษ์ อำเภอมืองจังหวัดเลย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 17(61), 89 - 98.
- ไทยโรจน์ พวงมณี, มาริษา ภิรมย์แทน เดอ เบลส์, จารุวัลย์ รัชมณี และ ศศิณี เจริญสุข. (2565). กระบวนการรื้อฟื้นวัฒนธรรมการทอผ้าของชุมชนวิสาหกิจชุมชนบ้านวังอาบช้าง อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล*, 6(1), 223 - 262.
- นริศ ดารงชัย. (2561). แนวทางการสร้างความยั่งยืนในการพัฒนาชุมชนไทยภายใต้แนวความคิดเศรษฐกิจพอเพียง. *วารสารสุขุทัยธรรมมาธิราช*, 31(1), 92 - 107.
- พัชนี ตูเล๊ะ, ชนาธิป หวังวรงค์, อภิรต อิม สารีมาแซ, ชลธิชา มะลิพรม, ศรัณ โนน้อย, พรทิพย์ มานพคำ และ มรุส ทองอินทราช. (2564). ปัจจัยที่ส่งต่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนในจังหวัดนราธิวาส. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 8(1), 230 - 245.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. (2561). ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) (ฉบับปรับปรุง 11 ตุลาคม 2561). สืบค้นจาก <https://lru.ac.th/th/wp-content/uploads/2019/10/strategic20year.pdf>
- วินยาภรณ์ พรหมณโชติ. (2564). ผ้าฝ้ายทอมือจอมทองกับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ในตลาดสมัยใหม่: การวิจัยเชิงคุณภาพ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 16(1), 1 - 10.
- ศุภินันท์ ระวังวงศา และ นภาพร เชื้อข้าว. (2566). การพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม: การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(1), 290 - 306.

การวิเคราะห์ศักยภาพสถาบันเกษตรกร
และผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราในพื้นที่จังหวัดเลย
An Analysis of the Potential of Entrepreneur Institutions
and Rubber Collectors and Processors in Loei Province

นิกร น้อยพรม¹ ญาณินท์ ทองมาก¹ ณรงค์ กมลชิต²

Nikorn Noiprom¹ Yanin Thongmak¹ Narong Kamonchit²

Corresponding Author's Email: jose_097134124@hotmail.com

(Received: May 10, 2023; Revised: November 29, 2023; Accepted: December 6, 2023)

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับศักยภาพของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราในพื้นที่จังหวัดเลย และ 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการค้าในพื้นที่จังหวัดเลย โดยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการ ที่เข้าร่วมโครงการ รวมทั้งสิ้นจำนวน 10 แห่ง โดยกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้บริหาร และสมาชิกของสถาบันเกษตรกร จำนวน 30 ราย และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐผู้เกี่ยวข้องกับยางพาราระดับผู้บริหาร หรือหัวหน้างาน ที่ปฏิบัติงานในด้านการพัฒนายางพาราจากสำนักงานการยางแห่งประเทศไทยในจังหวัดเลย สำนักงานสหกรณ์จังหวัดเลย และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสำนักงานจังหวัดเลย โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง รวมทั้งหมด 6 ท่าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเชิงโครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณผู้วิจัยประมวลผลโดยใช้สถิติพรรณนา ในการอธิบาย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อทำการแปลผลหาจุดแข็งหรือจุดอ่อนโอกาสหรืออุปสรรค ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย มาวิเคราะห์เพื่อหาบทสรุปเป็นกลยุทธ์ โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT analysis) ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ (TOWS matrix)

ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพปัจจัยภายในของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราในพื้นที่จังหวัดเลย มีจุดแข็ง คือ มีตลาดรองรับแน่นอนในการขายผลผลิตยางพารา โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก มีจุดอ่อนคือ อำนาจต่อรองกับตลาดที่ส่งผลผลิตยางพาราไปขายต่อ และมีแหล่งเงินทุนเพียงพอให้เกิดสภาพคล่อง โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย มีโอกาส คือ ภาครัฐมีการสนับสนุนเงินทุน ภาครัฐมีนโยบายและมาตรการในการช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง การประกอบอาชีพรับซื้อผลผลิตยางพารามีเงินเลี้ยงดูครอบครัวให้มีความเป็นอยู่ที่ดี และเกษตรกรมีการใช้เทคโนโลยีที่ส่งเสริมการผลิตยางพาราที่หลากหลาย ทำให้มีการรับซื้อผลผลิตยางพาราที่หลากหลายโดยมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก และมีอุปสรรค คือ สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันมีผลต่อรายได้จากการขายผลผลิตยางพารา โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย และได้กลยุทธ์ทั้งหมด 4 กลยุทธ์ได้แก่ 1) กลยุทธ์การพัฒนาตลาดรับซื้อผลผลิตยางพารา 2) กลยุทธ์การตลาดในพื้นที่ 3) กลยุทธ์สนับสนุนเงินทุน 4) กลยุทธ์สร้างเครือข่ายคณะผู้บริหารการคลังประจำจังหวัดเลยรวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมยางพารา สามารถนำกลยุทธ์ไปประยุกต์ใช้จัดทำโครงการพัฒนาการค้าในพื้นที่ต่อไป

คำสำคัญ: การวิเคราะห์ศักยภาพ สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพารา

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² นักวิชาการคลังชำนาญการพิเศษ สำนักงานคลังจังหวัดเลย

¹ Lecturers, Economics Program, Faculty of Management science, Loei Rajabhat University

² The Loei Provincial Office Of The Comptroller General's Department

Abstract

This research aimed to: 1) study the potential levels of entrepreneur institutions and rubber collectors and processors in Loei province.; and 2) analyze the potential of the entrepreneur institutions and rubber collectors and processors in order to create the strategy for trading development in Loei province. This research is a mixed method research. The samples, selected by using purposive sampling technique, were 10 entrepreneur institutions and processors in agricultural industry in Loei province to participate in the project and 6 officers working for rubber development who had experience, were expert, and were responsible for this. The research tools comprised an interview and a structural questionnaire. The data was analyzed with descriptive statistics namely percentage, mean, and standard deviation, and the strategy was evaluated from SWOT Analysis.

The study showed that the potential of internal factors of entrepreneur institutions and rubber collectors and processors in Loei Province had the strength that there was a certain market for selling rubber products. The potential was at a high level. The weakness was bargaining power with the market for rubber products to resell, and insufficient financial loans to create liquidity. The potential was at a low level. There was a chance that the government offered funding support. The government had policies and measures to help continuously, rubber product buyers made sufficient income to support their family wealthily, and farmers used technologies that promote the production of a variety of rubber resulting in buying rubber products with a high potential. For obstacle, the current economic situation affected the income from the sale of rubber products with a low level of potential. There were 4 strategies obtained: 1) Market development strategy for buying rubber products; 2) Local marketing strategy; 3) Capital support strategy; and 4) Network building strategy. Loei Provincial Finance Executive Board as well as agencies involving in rubber promotion can apply these strategies to develop trade development projects in the area.

Keywords: potential analysis, entrepreneur institutions, rubber collectors and processors

ความเป็นมาของปัญหา

จากการดำเนินนโยบายส่งเสริมการปลูกยางพารา 1 ล้านไร่ทั่วประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2553 - 2557 ส่งผลให้พื้นที่ปลูกยางพาราของจังหวัดเลยเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากเมื่อเทียบกับ 40 ปีก่อนที่เริ่มทำการปลูก (จักรี สุจริตธรรม, เฑียรเกียรติ กุลบุตร และ สุวริย์ ศรีปทุม, 2561) โดยมีพื้นที่ประมาณ 766,000 ไร่ และสามารถผลิตยางธรรมชาติได้ประมาณ 154,000 ตัน สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจประมาณ 5,800 ล้านบาท (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเลย, 2563) การซื้อขายผลผลิตยางพาราในพื้นที่จังหวัดเลยเกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 99 นิยมขายแบบยกถ่วง ณ จุดรวบรวมที่นัดหมาย และพ่อค้าที่รวบรวมยางจะเคลื่อนย้ายเข้าสู่โรงงานที่ปลายทางทั้งในตัวจังหวัดและต่างจังหวัด ซึ่งราคาที่ซื้อขายยางพาราแบบยกถ่วงนั้น จะซื้อขายแบบผู้ซื้อกำหนดราคาเอง ทำให้เกษตรกรได้รับรายได้น้อย ส่วนการซื้อขายนํายางสด จะซื้อขายตามเปอร์เซ็นต์เนื้อยางแห้ง (Dry rubber content: DRC) กล่าวคือ ค่า DRC สูง ก็ได้ราคาสูง ค่า DRC ต่ำ ก็ได้ราคาต่ำ อีกทั้ง วิธีการขายยางพาราแบบยกถ่วง ก่อให้เกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมในเรื่องกลิ่นเหม็น และปัญหาดินสลายปนเปื้อน ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายทั้งต่อชีวิตและทรัพย์สิน

ในปี 2563 คณะผู้บริหารการคลังประจำจังหวัดเลย (คปจ.เลย) ในฐานะตัวแทนกระทรวงการคลังในระดับจังหวัดซึ่งประกอบด้วย ส่วนราชการและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการคลัง อาทิเช่น สำนักงานคลังจังหวัดเลย สำนักงานสรรพากรพื้นที่เลย ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นต้น ซึ่งมีภารกิจสำคัญในการแปลงนโยบายและยุทธศาสตร์กระทรวงการคลังสู่การปฏิบัติในระดับภูมิภาคจึงได้จัดทำ "โครงการนำร่องยกระดับรายได้เกษตรกรจังหวัดเลยด้วยการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตและการขายยางพาราสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน" โดยมุ่งเน้นสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าการ

พัฒนาคุณภาพยางพารา ลดปัญหาผลกระทบสิ่งแวดล้อม และยกระดับรายได้ของเกษตรกร จากการประเมินผลโครงการเบื้องต้นพบว่าเกษตรกรชาวสวนยางในจังหวัดเลยที่เข้าร่วมโครงการมีรูปแบบการจำหน่ายผลผลิตยางพารา 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) การจำหน่ายผลผลิตยางพาราเป็นน้ำยางสดให้กลุ่ม/สหกรณ์เพื่อจำหน่ายให้กับโรงงานยางแท่งทำให้ได้รับผลกำไรที่ได้รับต่อการอบการผลิต 12,125.16 บาท/กิโลกรัม 2) การจำหน่ายยางก้อนถ้วยผ่านพ่อค้าคนกลางส่งต่อไปยังโรงงานผลิตยางแท่งซึ่งกำไรที่ได้รับต่อการอบการผลิต 7,760.75 บาท/กิโลกรัม (สำนักงานคลังจังหวัดเลย, 2564)

ต่อมาในปี 2564 คบจ.เลย จึงได้จัดทำโครงการเพิ่มศักยภาพสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป (SMEs เกษตร) จังหวัดเลย เพื่อต่อยอดโครงการข้างต้น โดยดำเนินการในรูปแบบบูรณาการระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย ประกอบด้วย การยางแห่งประเทศไทยจังหวัดเลย สหกรณ์จังหวัดเลย ชุมนุมเครือข่ายการยางจังหวัดเลย สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. เลย จำกัด (สกต.เลย จำกัด) โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้สถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการมีความเข้มแข็งมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งจะเป็นกลไกที่จะช่วยแก้ไขปัญหาราคายางพาราตกต่ำเป็นแหล่งรวบรวม จัดเก็บ แปรรูปผลผลิตขั้นต้น ขั้นกลาง รวมทั้งส่งเสริมให้สถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์ยางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าส่งผลให้เกษตรกรมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งการดำเนินโครงการเพิ่มศักยภาพสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป (SMEs เกษตร) จังหวัดเลย จำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มเป้าหมายผู้เข้าร่วมโครงการเพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาในด้านต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ศักยภาพผู้ประกอบการรวบรวมยางพาราที่ผ่านมาของสุภาภรณ์ พวงชมพู และ เพียรศักดิ์ ภักดี (2554) ศึกษาแบบการค้ำน้ำยางสดของเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งเป็นการศึกษาลักษณะการซื้อขายน้ำยางสด และพัฒนาวิธีการซื้อขายที่เป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดน้ำยางสด และพัฒนาวิธีการซื้อขายที่เป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดน้ำยางสดของ พุฒิสวรรค์ เครือคำ และ พินิตพิมพ์ สิทธิศักดิ์ (2560) ศึกษาการวิเคราะห์ระบบตลาดและส่วนเหลือการตลาดยางพาราของเกษตรกรรายย่อยในจังหวัดเชียงรายและพะเยา เพื่อประโยชน์ต่อการวางแผนการผลิตและการตลาดยางพาราของเกษตรกรรายย่อยในอนาคตต่อไป และ บัญชา สมบูรณ์สุข, ประวดี เวทย์ประสิทธิ์, ปุริวิชญ์ พิทยาภินันท์ และ วิชาติ จรุงโรจน์ (2558) ศึกษาศักยภาพและการจัดการของแรงงานครัวเรือนในระบบการผลิตยางพาราขนาดเล็ก: กรณีศึกษาพื้นที่ปลูกยางพาราดั้งเดิมในภาคใต้ของประเทศไทย เสนอการพัฒนาปรับปรุงทักษะ ความรู้ และความสามารถในการปฏิบัติงานของแรงงานครัวเรือน รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีแผนและนโยบายเกี่ยวกับแรงงานภาคการเกษตร และ มณีสร อนันต๊ะ, สุกัลยา ศิริพองนุกูล, และ สมจิตต์ ศิขรินมาศ (2553) ศึกษาแบบการซื้อขายยางก้อนถ้วยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสำหรับเป็นแนวทางในการกำหนดหลักเกณฑ์ซื้อขายยางก้อนถ้วยของตลาดกลางยางพารา

งานวิจัยในอดีตที่ทำการศึกษาลักษณะนั้นพบว่า ส่วนใหญ่ยังมีการศึกษาถึงศักยภาพของผู้ประกอบการรับซื้อผลผลิตยางพารารายย่อยไม่มากนักจะเป็นการศึกษาระดับตลาดกลาง สหกรณ์ โรงงานอุตสาหกรรม และเกษตรกรชาวสวนยางพารา (โชเพีย แวะมะมะ, 2561) ในขณะที่การศึกษาวเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการรับซื้อผลผลิตยางพารารายย่อย ซึ่งเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการประกอบการยางพาราในประเทศไทย ที่ทำหน้าที่เป็นคนกลางให้กับเกษตรกร อำนวยความสะดวกในการจำหน่าย สามารถลดต้นทุนของการขนส่งให้ระบบเศรษฐกิจได้จะพบในการศึกษาของโชเพีย แวะมะมะ (2561) ซึ่งทำการศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการรับซื้อผลผลิตยางพารารายย่อยเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการค้าในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT analysis) ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ (TOWS matrix) โดยสามารถแบ่งความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ได้ 4 ประเภท คือ กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ทำให้ทราบศักยภาพที่แท้จริงนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการค้าในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะนำ SWOT analysis ในรูปแบบความสัมพันธ์ TOWS matrix มาใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป (SMEs เกษตร) จังหวัดเลย เพื่อนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้จัดทำโครงการเพิ่มศักยภาพให้แก่สถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราเพิ่มมูลค่าการผลิตจนส่งผลให้เกษตรกรมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับศักยภาพของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราในพื้นที่จังหวัดเลย
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพารา เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการค้าในพื้นที่จังหวัดเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการ เพื่อวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานรัฐผู้เกี่ยวข้องกับยางพารา โดยมีระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ สถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปจังหวัดเลย (SMEs เกษตร) จึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เฉพาะสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปจังหวัดเลย (SMEs เกษตร) ที่เข้าร่วมโครงการ “เพิ่มศักยภาพสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป (SMEs เกษตร) จังหวัดเลย” ที่ คบจ.เลย โดยวิธีการคัดเลือกจากสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการ ที่มีความสนใจและมีความพร้อมเข้าร่วมโครงการ รวมทั้งสิ้นจำนวน 10 แห่ง โดยกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้บริหาร และสมาชิกของสถาบันเกษตรกร จำนวน 30 ราย

ในส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ เจ้าหน้าที่การยางแห่งประเทศไทยในจังหวัดเลย สำนักงานสหกรณ์จังหวัดเลย และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสำนักงานจังหวัดเลย ซึ่งเป็นหน่วยงานให้การสนับสนุน และส่งเสริมศักยภาพสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการ ที่โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) รวมทั้งหมด 6 ท่าน ระดับผู้บริหาร หรือหัวหน้างาน ที่ปฏิบัติงานในด้านการพัฒนายางพารา ซึ่งเป็นที่มีความรู้ มีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยสำรวจสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปจังหวัดเลย (SMEs เกษตร) โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านพื้นฐานสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามศึกษาระดับศักยภาพปัจจัยภายในเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อน และส่วนที่ 3 แบบสอบถามศึกษาระดับศักยภาพปัจจัยภายนอกเกี่ยวกับโอกาสและอุปสรรค โดยกำหนดระดับประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า 6 ระดับแบบลิเคิร์ท โดยกำหนดคะแนนได้ดังนี้

- | | | |
|----------------|---------|---|
| คะแนนเท่ากับ 5 | หมายถึง | มีความเห็นว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด |
| คะแนนเท่ากับ 4 | หมายถึง | มีความเห็นว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับมาก |
| คะแนนเท่ากับ 3 | หมายถึง | มีความเห็นว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง |
| คะแนนเท่ากับ 2 | หมายถึง | มีความเห็นว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย |
| คะแนนเท่ากับ 1 | หมายถึง | มีความเห็นว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับน้อยที่สุด |

คะแนนเท่ากับ 0 หมายถึง มีความเห็นว่ามีศักยภาพ

โดยมีเกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

คะแนนเฉลี่ย 4.16 - 5.00 แปลความว่า มีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.32 - 4.15 แปลความว่า มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.49 - 3.31 แปลความว่า มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.66 - 2.48 แปลความว่า มีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 0.83 - 1.65 แปลความว่า มีศักยภาพอยู่ในระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 0.00 - 0.82 แปลความว่า ไม่มีศักยภาพ

โดยศักยภาพระดับมากที่สุดถึงมากที่สุดถือว่าเป็นจุดแข็งกับโอกาส ระดับปานกลางยังไม่แน่ใจว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อน โอกาสหรืออุปสรรค และระดับน้อยถึงน้อยที่สุดถือว่าเป็นจุดอ่อนกับอุปสรรคและไม่มีระดับศักยภาพ กรณีที่ผลการศึกษาระดับปานกลาง ยังไม่แน่ใจว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนโอกาสหรืออุปสรรค จะให้ผู้เชี่ยวชาญระดับผู้บริหาร หรือหัวหน้างาน ที่ปฏิบัติงานในด้านการพัฒนาทางพาธา ทั้ง 6 ท่าน พร้อมด้วยคณะทำงานการวิเคราะห์ข้อมูลโครงการฯ ที่ คบจ.เลย แต่งตั้งขึ้น ร่วมกันพิจารณาว่าเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค หรือไม่กำหนดเป็นศักยภาพด้านใดเลย

3. วิธีการสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยมี 2 วิธี 1) การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จำนวน 3 ท่าน มีค่า IOC (Item Objective Congruence Index) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ มีค่าอยู่ระหว่าง 1 ถึง -1 ข้อคำถามที่มีความตรงตามเนื้อหาจะมีค่า IOC เข้าใกล้ 1.00 ถ้าข้อใดมีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรจะปรับปรุงข้อคำถามใหม่ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (สุรพงษ์ คงสัตย์ และ ชีรชาติ ธรรมวงศ์, 2558) และทำการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามให้ถูกต้องสมบูรณ์ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และ 2) การตรวจสอบความเที่ยง หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจากการ Try out แบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด และคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient; α) เป็นการวัดทางสถิติที่ในการประเมินความสอดคล้องภายในหรือความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามและค่าที่ได้จะอยู่ในช่วงตั้งแต่ 0 ถึง 1 โดยค่าที่ได้ยิ่งเข้าใกล้ 1 จะแสดงถึงความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ซึ่งการประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟาค้างนี้กำหนดให้มีความเชื่อมั่นไม่น้อยกว่า 0.85 (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนการสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือในการศึกษาระดับศักยภาพของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรูปทางพาธาในพื้นที่จังหวัดเลย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางสร้างแบบสำรวจสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปจังหวัดเลย (SMEs เกษตร)

ขั้นตอนที่ 2 นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 ดำเนินการสร้างแบบสำรวจชุดรายการเพื่อศึกษาศักยภาพสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปจังหวัดเลย (SMEs เกษตร) ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสำรวจไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบความถูกต้อง ให้คำแนะนำ ปรับปรุงแก้ไข โดยจะใช้ค่า IOC ซึ่งผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องเมื่อนับคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ปรากฏว่าแบบสำรวจมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ถูกต้อง เหมาะสมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยค่า IOC ที่ได้เท่ากับ 0.91

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยทำการปรับปรุงแบบสำรวจตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 5 นำแบบสำรวจไปทดลองใช้กับสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปจังหวัดเลย (SMEs เกษตร) แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.96

ขั้นตอนที่ 6 ทำการปรับปรุงแบบสำรวจและจัดทำเป็นฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการสำรวจกับสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปจังหวัดเลย (SMEs เกษตร)

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Protocol) เก็บรวบรวมข้อมูล โดยสอบถามประเมินกลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT analysis และเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดเลยสู่การปฏิบัติจริง จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 ท่าน โดยนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไปนำเสนอผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือในการวิจัย เพื่อพิจารณาความครบถ้วน ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัยเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญแนะนำ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนดังนี้

4.1 ประชุมคณะทำงานการวิเคราะห์ข้อมูลโครงการฯ ที่ คบจ.เลย แต่งตั้งขึ้น เพื่อชี้แจงทำความเข้าใจข้อคำถามในแบบสอบถามทุกข้อ

4.2 ดำเนินการลงพื้นที่เก็บแบบสอบถาม ในช่วงเวลาตั้งแต่เดือนมิถุนายน จนถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2564

4.3 คณะทำงานฯ ทำการประมวลผลจากแบบสอบถามทั้งหมด นำไปสรุปผลเชิงปริมาณ และตามด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพในการกำหนดกลยุทธ์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณผู้วิจัยประมวลผลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ในการอธิบาย ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อทำการแปลผลหาจุดแข็งหรือจุดอ่อนโอกาสหรืออุปสรรค

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Analytic induction) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยคณะทำงานการวิเคราะห์ข้อมูลโครงการฯ มาวิเคราะห์เพื่อหาบทสรุปเป็นกลยุทธ์ในการกำหนดแนวทางดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดเลย โดยกำหนดปัจจัยที่กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ ในการพัฒนาการค้าในพื้นที่จังหวัดเลยตามแนวคิดด้านการตลาด จำแนกได้ 2 ประเภท คือ 1) ปัจจัยภายในกิจการ (Internal factors) เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถกำหนดและควบคุมได้ ได้แก่ วัตถุประสงค์ทางการตลาด กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ต้นทุนและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับราคา 2) ปัจจัยภายนอกกิจการ (External factors) เป็นปัจจัยที่กิจการไม่สามารถควบคุมได้แต่ต้องคำนึงถึงในการจัดการ ได้แก่ ตลาด อุปสงค์ของตลาด การแข่งขัน ผู้จำหน่าย วัตถุดิบ ผู้จัดจำหน่าย สภาพเศรษฐกิจ รัฐบาลและจริยธรรมทางธุรกิจ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ม.ป.ป.) โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT analysis) ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบเมตริกซ์ (TOWS matrix) กำหนดเป็น 2 ส่วน คือ 1) ศึกษาระดับศักยภาพปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเงินทุน และด้านราคา 2) ศึกษาระดับศักยภาพปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่

ผลการวิจัย

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับศักยภาพของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดเลย ที่เข้าร่วมโครงการ เป็นผลการวิจัยเชิงปริมาณสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน พบว่า สถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดเลย ที่เข้าร่วมโครงการ ข้อมูลพื้นฐานของสถาบันเกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย พบว่า สหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิก 51 – 100 คน ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ มีจำนวนสมาชิก 151 – 200 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีทุนดำเนินงานเฉลี่ย 10,000 – 500,000 บาท ร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ เป็นทุนดำเนินงานเฉลี่ย 500,001 – 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.00

ส่วนที่ 2 ศึกษาระดับศักยภาพปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านเงินทุน และด้านราคา ของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการ ที่เข้าร่วมโครงการ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และการแปลผลของศักยภาพปัจจัยภายใน

ปัจจัยภายใน	ระดับศักยภาพ			แปลผล
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	
1. ด้านการตลาด				
1.1 มีตลาดรองรับแน่นอนในการขายผลผลิตยางพารา	3.90	0.70	มาก	จุดแข็ง
1.2 มีตลาดภายนอกพื้นที่ในการขายผลผลิตยางพารา	2.70	0.90	ปานกลาง	*
1.3 มีตลาดต่างประเทศในการขายผลผลิตยางพารา	2.80	0.87	ปานกลาง	*
1.4 มีอำนาจต่อรองกับตลาดที่ส่งผลผลิตยางพาราไปขายต่อ	2.10	0.70	น้อย	จุดอ่อน
เฉลี่ย	2.88	0.79	ปานกลาง	*
2. ด้านเงินทุน				
2.1 มีเงินลงทุนเพียงพอในการประกอบอาชีพรับซื้อผลผลิตยางพารา	2.90	0.83	ปานกลาง	*
2.2 มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอในการรับซื้อผลผลิตยางพารา	3.20	0.87	ปานกลาง	*
2.3 มีแหล่งเงินกู้เพียงพอให้เกิดสภาพคล่อง	2.00	0.63	น้อย	จุดอ่อน
2.4 การเป็นสมาชิกกลุ่มหรือสบันกับสถาบันสามารถสินเชื่อได้ง่ายขึ้น	3.20	0.87	ปานกลาง	*
เฉลี่ย	2.83	0.80	ปานกลาง	*
3. ด้านราคา				
3.1 มีอำนาจในการกำหนดราคารับซื้อผลผลิตยางพารา	3.20	0.75	ปานกลาง	*
3.2 ก่อนกำหนดราคาสามารถเปรียบเทียบราคาจากแหล่งรับซื้ออื่น	3.20	0.75	ปานกลาง	*
3.3 ราคาผลผลิตยางพาราที่รับซื้อสามารถสร้างกำไรได้	3.20	0.87	ปานกลาง	*
เฉลี่ย	3.20	0.79	ปานกลาง	*

* หมายถึง ระดับปานกลาง (ยังไม่แน่ใจว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อน)

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับศักยภาพปัจจัยภายในของของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปจังหวัดเลย (SMEs เกษตร) ด้านการตลาด ด้านเงินทุน พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีจุดแข็งด้านตลาด คือ มีตลาดรองรับแน่นอนในการขายผลผลิตยางพารา โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, $\pm S.D. = 0.70$) และมีจุดอ่อนด้านตลาด คือ มีอำนาจต่อรองกับตลาดที่ส่งผลผลิตยางพาราไปขายต่อ โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.10$, $\pm S.D. = 0.70$) และมีจุดอ่อนด้านเงินทุน คือ แหล่งเงินกู้เพียงพอทำให้เกิดสภาพคล่อง โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.00$, $\pm S.D. = 0.63$) ส่วนด้านราคาทั้ง 3 ปัจจัย มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางจึงไม่กำหนดเป็นศักยภาพด้านใดเลย

ส่วนที่ 3 ศึกษาระดับศักยภาพปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการ ที่เข้าร่วมโครงการ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และการแปลผลของศักยภาพปัจจัยภายนอก

ปัจจัยภายนอก	ระดับศักยภาพ			แปลผล
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	
1. ด้านการสนับสนุนภาครัฐ				
1.1 ภาครัฐมีการสนับสนุนเงินทุน	3.90	0.70	มาก	โอกาส
1.2 ภาครัฐมีนโยบายและมาตรการในการช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง	3.80	0.87	มาก	โอกาส
1.3 ภาครัฐมีการช่วยเหลือสถานที่รับซื้อผลผลิตยางพารา	3.10	0.83	ปานกลาง	*
1.4 มีสิทธิพิเศษในการลดหย่อนภาษี เช่น ภาษีการค้า ภาษีโรงเรือน ภาษีที่ดิน และภาษีรายได้ เป็นต้น	3.20	0.87	ปานกลาง	*
1.5 ภาครัฐมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความเข้มแข็งพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น	3.30	0.64	ปานกลาง	*
เฉลี่ย	3.46	0.78	มาก	โอกาส
2. ด้านเศรษฐกิจ				
2.1 การประกอบอาชีพรับซื้อผลผลิตยางพารามีเงินเลี้ยงดูครอบครัวให้มีความเป็นอยู่ที่ดี	3.40	0.66	มาก	โอกาส
2.2 การประกอบอาชีพรับซื้อผลผลิตยางพารายกบ่อมีเงินเหลือสำหรับการออม	3.00	0.63	ปานกลาง	*
2.3 สภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันมีผลต่อรายได้จากการขายผลผลิตยางพารา	1.50	0.81	น้อยที่สุด	อุปสรรค
เฉลี่ย	2.63	0.70	ปานกลาง	*
3. ด้านสังคม				
3.1 มีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างผู้รับซื้อผลผลิตยางพารา	3.20	0.87	ปานกลาง	*
3.2 การประกอบอาชีพรับซื้อผลผลิตยางพาราเป็นค่านิยมของคนในพื้นที่	3.10	0.94	ปานกลาง	*
3.3 มีเวลาในการประกอบอาชีพหลังจากการรับซื้อผลผลิตยางพารา	3.20	0.87	ปานกลาง	*
3.4 การรวมกลุ่มทำให้มีอำนาจต่อรองขอความช่วยเหลือได้	3.10	0.54	ปานกลาง	*
3.5 การช่วยเหลือซึ่งกันและกันสามารถสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนได้	3.30	0.90	ปานกลาง	*
เฉลี่ย	3.18	0.83	ปานกลาง	*
4. ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่				
4.1 มีการใช้นวัตกรรมใหม่ในการรับซื้อผลผลิตยางพาราให้มีคุณภาพและมาตรฐานคงที่	3.00	0.63	ปานกลาง	*
4.2 เกษตรกรมีการใช้เทคโนโลยีที่ส่งเสริมการผลิตยางพาราที่หลากหลายทำให้มีการรับซื้อผลผลิตยางพาราที่หลากหลาย	3.90	0.70	มาก	โอกาส
4.3 มีการใช้เทคโนโลยีตรวจสอบราคายางพาราได้เร็ว แม่นยำ	3.10	0.54	ปานกลาง	*
เฉลี่ย	3.33	0.62	มาก	โอกาส

* หมายถึง ระดับปานกลาง (ยังไม่แน่ใจว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อน)

จากตารางที่ 2 พบว่าระดับศักยภาพปัจจัยภายนอกของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปจังหวัดเลย (SMEs เกษตร) ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ โดยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีโอกาสด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ คือ ภาครัฐมีการสนับสนุนเงินทุนโดยมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, $\pm S.D. = 0.70$) และภาครัฐมีนโยบายและมาตรการในการช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง โดยมีศักยภาพอยู่ใน

ระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, $\pm S.D. = 0.87$) เช่นเดียวกับด้านด้านเศรษฐกิจที่การประกอบอาชีพรับซื้อผลผลิตยางพารามีเงินเลี้ยงดูครอบครัวให้มีความเป็นอยู่ที่ดี โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.40$, $\pm S.D. = 0.66$) และด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นมีการใช้เทคโนโลยีที่ส่งเสริมการผลิตยางพาราที่หลากหลาย ทำให้ท่านมีการรับซื้อผลผลิตยางพารา โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$, $\pm S.D. = 0.54$) ในขณะที่อุปสรรคจะพบในด้านเศรษฐกิจ คือ สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันมีผลต่อรายได้จากการขายผลผลิตยางพารา โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.50$, $\pm S.D. = 0.81$) ส่วนด้านสังคม ทั้ง 5 ปัจจัย มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางจึงไม่กำหนดเป็นศักยภาพด้านใดเลย

2. จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูปจังหวัดเลย (SMEs เกษตร) ที่เข้าร่วมโครงการ เพื่อกำหนด กลยุทธ์ในการพัฒนาสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดเลย ผลจากการวิจัยเชิงปริมาณทำให้ได้ SWOT และตามด้วยการวิจัย เชิงคุณภาพในการกำหนดกลยุทธ์ในการกำหนดแนวทางดำเนินกิจกรรมส่งเสริมศักยภาพ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สรุปสังเคราะห์จากแบบสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้างจากเจ้าหน้าที่การยางแห่งประเทศไทยในจังหวัดเลย สำนักงานสหกรณ์จังหวัดเลย และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสำนักงานจังหวัดเลย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังตารางที่ 3 ตารางที่ 4 และ ตารางที่ 5

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT analysis) ของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดเลย

ปัจจัยภายใน	
จุดแข็ง (S: Strengths)	จุดอ่อน (W: Weaknesses)
S1 มีตลาดรองรับแน่นอนในการขายผลผลิตยางพารา	W1 มีอำนาจต่อรองกับตลาดที่ส่งผลผลิตยางพาราไปขายต่อ W2 มีแหล่งเงินทุนเพียงพอให้เกิดสภาพคล่อง
ปัจจัยภายนอก	
โอกาส (O: Opportunities)	อุปสรรค (T: Threats)
O1 ภาครัฐมีการสนับสนุนเงินทุน O2 ภาครัฐมีนโยบายและมาตรการในการช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง O3 การประกอบอาชีพรับซื้อผลผลิตยางพารามีเงินเลี้ยงดูครอบครัวให้มีความเป็นอยู่ที่ดี O4 เกษตรกรมีการใช้เทคโนโลยีที่ส่งเสริมการผลิตยางพาราที่หลากหลาย ทำให้มีการรับซื้อผลผลิตยางพารา	T1 สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันมีผลต่อรายได้จากการขายผลผลิตยางพารา

ตารางที่ 4 กำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราในพื้นที่จังหวัดเลย ด้วยเทคนิค TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	S1	W1 W2
O1	กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) (S1+O1+O2+O3+O4)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) (W2+O1)
O2	กลยุทธ์การพัฒนาลาดรับซื้อผลผลิตยางพารา	กลยุทธ์สนับสนุนเงินทุน
T1	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) (S1+T1) กลยุทธ์การตลาดในพื้นที่	กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) (W1+T1) กลยุทธ์สร้างเครือข่าย

ตารางที่ 5 แนวทางการพัฒนาศักยภาพสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราในจังหวัดเลย

กลยุทธ์	แนวทางการพัฒนา/กิจกรรม	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
1. กลยุทธ์การพัฒนาลาดรับซื้อผลผลิตยางพารา	1.1 ปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตยางกันด้วยเป็นน้ำยางสดเพื่อส่งผู้ประกอบการรับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่จังหวัดเลย และพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อลดต้นทุนการผลิต 1.2 นำเทคโนโลยีมาพัฒนาเครื่องมือเครื่องจักรในการแปรรูปการผลิต เช่น การร่วมกับสถาบันการศึกษาวิจัยและพัฒนาเครื่องจักร	1. การยางแห่งประเทศไทยจังหวัดเลย 2. สหกรณ์จังหวัดเลย ชุมชุมเครือข่ายการยางจังหวัดเลย 3. ธ.ก.ส. สำนักงานจังหวัดเลย 4. คบจ.เลย 5. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
2. กลยุทธ์การตลาดในพื้นที่	2.1 หาแหล่งรับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่จังหวัดเลย และพื้นที่ใกล้เคียง	1. การยางแห่งประเทศไทยจังหวัดเลย 2. สหกรณ์จังหวัดเลย ชุมชุมเครือข่ายการยางจังหวัดเลย 3. ธ.ก.ส. สำนักงานจังหวัดเลย 4. คบจ.เลย
3. กลยุทธ์สนับสนุนเงินทุน	3.1 สนับสนุนสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการรับซื้อผลผลิตยางพารา เช่น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ เป็นต้น	1. ธ.ก.ส. สำนักงานจังหวัดเลย 2. คบจ.เลย
4. กลยุทธ์สร้างเครือข่าย	4.1 จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเกษตรกรผู้ประกอบการรับซื้อผลผลิตยางพาราย่อย โรงงานอุตสาหกรรม และภาครัฐ เป็นต้น 4.2 เชื่อมโยงเครือข่ายด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาด	1. ธ.ก.ส. สำนักงานจังหวัดเลย 2. คบจ.เลย

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ศักยภาพปัจจัยภายในของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราในจังหวัดเลย มีจุดแข็งด้านตลาด คือ มีตลาดรองรับแน่นอนในการขายผลผลิตยางพารา โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พุฒิสวรรค์ เครือคำ และ พนิตพิมพ์ สิทธิศักดิ์ (2560) พบว่า เกษตรกร ร้อยละ 83.23 จำหน่ายผลผลิตในรูปของยางก้อนส่วนที่เหลือจำหน่ายในรูปของน้ำยางสดให้กับพ่อค้าคนกลางนำไปแปรรูปเป็นยางแผ่นดิบ และโครงสร้างตลาดยางพาราของจังหวัดเลยยังเคยเป็นตลาดประเภทผู้ซื้อน้อยรายเช่นเดียวกับจังหวัดเลยที่ผู้รับซื้อรายย่อยมีตลาดจำหน่ายต่อเนื่อง เนื่องจากตลาดยังมีการแข่งขันที่ไม่มากนัก

การวิเคราะห์ศักยภาพปัจจัยภายในของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราในจังหวัดเลย มีจุดอ่อนด้านตลาด คือ มีอำนาจต่อรองกับตลาดที่ส่งผลผลิตยางพาราไปขายต่อ โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชีราภรณ์ วงศ์เสน (2559) ที่พบว่า มีจุดอ่อนด้านความซับซ้อนในการประกอบธุรกิจ เช่น ปริมาณซัพพลายเออร์ในท้องถิ่น คุณภาพของซัพพลายเออร์ในท้องถิ่น และการควบคุมการกระจายสินค้าจะส่งผลกระทบต่ออำนาจในการต่อรองขายสินค้า ทำให้ซัพพลายเออร์ในท้องถิ่นมีอำนาจการต่อรองในการขายสินค้าได้น้อย และมีจุดอ่อนด้านเงินทุน คือ มีแหล่งเงินทุนเพียงพอทำให้เกิดสภาพคล่อง โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พัชรีย์ หล้าแหล่ง (2555) พบว่า การศึกษาศักยภาพและข้อจำกัดในการดำเนินงานเพื่อหาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มสหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟ จังหวัดชุมพร โดยการจัดทำ SWOT analysis นั้นพบว่า มีจุดอ่อนทางด้านเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอต่อการบริหารงานและมีต้นทุนสูง

การวิเคราะห์ศักยภาพปัจจัยภายนอกของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราในจังหวัดเลย มีโอกาสด้านการสนับสนุนภาครัฐ คือ ภาครัฐมีการสนับสนุนเงินทุน ภาครัฐมีนโยบายและมาตรการในการช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง

การประกอบอาชีพรับซื้อผลผลิตยางพารามีเงินเลี้ยงดูครอบครัวให้มีความเป็นอยู่ที่ดี และมีโอกาสด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ คือ มีการใช้เทคโนโลยีตรวจสอบราคาขายพาราได้รวดเร็ว แม่นยำ โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปัทมา ตริมงคล (2559) พบว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของชุมชนผู้ผลิตวัตถุดิบในห่วงโซ่อุปทานนั้นมีระบบเครือข่ายชุมชนที่เข้มแข็งในการแลกเปลี่ยนความรู้ถือว่าเป็นโอกาสที่ดีในการดำเนินงาน และมีโอกาสด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ คือ มีการใช้เทคโนโลยีตรวจสอบราคาขายพาราได้รวดเร็ว แม่นยำ โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก

การวิเคราะห์ศักยภาพปัจจัยภายนอกของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราในจังหวัดเลย มีอุปสรรคด้านเศรษฐกิจ คือ สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันมีผลต่อรายได้จากการขายผลผลิตยางพารา โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ โสมรัตน์ จันทรัตน์ และ คณะ (2563) ที่ได้ศึกษาครัวเรือนเกษตรกรไทยที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงโควิด-19 ซึ่งพบว่า ข้อมูลทะเบียนเกษตรกรปี 2562 ซึ่งครอบคลุมครัวเรือนเกษตรกรเกือบทั้งหมดกว่า 6.08 ล้านครัวเรือนทั่วประเทศ แสดงให้เห็นถึงความเปราะบางในหลายมิติของครัวเรือนเกษตรกรต่อวิกฤตครั้งนี้ โดยครัวเรือนเกษตรกรกว่าครึ่งทั่วประเทศกำลังเพาะปลูก และ/หรือมีผลผลิตพร้อมขายในช่วงไตรมาสแรกของปี และเนื่องด้วยครัวเรือนส่วนใหญ่มักทำเกษตรซึ่งเป็นต้นน้ำของห่วงโซ่อุปทานที่ส่งออกไปขายในเมืองใหญ่และต่างประเทศ มาตรการระงับการระบาด ซึ่งส่งผลให้ระบบขนส่งและโลจิสติกส์ชะงักงัน และความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป อาจส่งผลโดยตรงต่อรายได้เกษตรกรครัวเรือน

จากการวิเคราะห์ SWOT analysis และกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการค้าในพื้นที่จังหวัดเลย โดยใช้เทคนิค TOWS matrix ได้กลยุทธ์ทั้งหมด 4 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์การพัฒนาตลาดรับซื้อผลผลิตยางพารา 2) กลยุทธ์การตลาดในพื้นที่ 3) กลยุทธ์สนับสนุนเงินทุน 4) กลยุทธ์สร้างเครือข่าย โดยสอดคล้องกับการวิเคราะห์ SWOT analysis ของไชเพีย แวะมะ (2561) ที่ทำการวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการรับซื้อผลผลิตยางพาราย่อยเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการค้าในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งพบว่า กลยุทธ์การพัฒนาตลาดรับซื้อผลผลิตยางพารา ผ่านการจัดตั้งศูนย์รับซื้อผลผลิตยางพาราระดับท้องถิ่นแบบครบวงจร กลยุทธ์สร้างเครือข่าย โดยจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเกษตรกรผู้ประกอบการรับซื้อผลผลิตยางพาราย่อยโรงงานอุตสาหกรรม และภาครัฐ กลยุทธ์สนับสนุนเงินทุน โดยสนับสนุนสินเชื่อแก่ผู้ประกอบการรับซื้อผลผลิตยางพารา เช่น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ และกลยุทธ์สร้างเครือข่าย โดยจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเกษตรกรผู้ประกอบการรับซื้อยางพาราย่อย โรงงานอุตสาหกรรม และภาครัฐ เป็นต้น และสอดคล้องกับการวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจเพื่อกำหนดกลยุทธ์การค้าดำเนินงานด้วยเทคนิค TOWS matrix ของพัชรี หล้าแหล่ง (2555) พบกลยุทธ์ที่สำคัญ คือ ส่งเสริมการเพิ่มรายได้ด้วยการขยายตลาด โดยอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนการสนับสนุนเรื่องแหล่งเงินทุนตามความเหมาะสม สร้างตลาดในท้องถิ่นให้มั่นคง และสร้างเครือข่ายตลาดระหว่างท้องถิ่น จะเห็นได้ว่ากลยุทธ์สร้างเครือข่าย พัฒนาเป็นโครงการเชื่อมโยงเครือข่ายด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาดนั้น มีความจำเป็นที่ควรได้รับการพัฒนาให้เกิดขึ้นในชุมชน

สรุปผลการวิจัย

1. ผลศึกษาระดับศักยภาพปัจจัยภายในของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการ ที่เข้าร่วมโครงการพบว่า มีจุดแข็งด้านตลาด คือ มีตลาดรองรับแน่นอนในการขายผลผลิตยางพารา โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ในขณะที่จุดอ่อนด้านตลาด คือ มีอำนาจต่อรองกับตลาดที่ส่งผลผลิตยางพาราไปขายต่อ โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย ส่วนการวิเคราะห์ศักยภาพปัจจัยภายนอก พบว่า มีโอกาสด้านการสนับสนุนภาครัฐ คือ ภาครัฐมีการสนับสนุนเงินทุน ภาครัฐมีนโยบายและมาตรการในการช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง และมีโอกาสด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ คือ มีการใช้เทคโนโลยีตรวจสอบราคาขายพาราได้รวดเร็ว แม่นยำ โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ในขณะที่มีอุปสรรคด้านเศรษฐกิจ คือ สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันมีผลต่อรายได้จากการขายผลผลิตยางพารา โดยมีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย

2. จากการวิเคราะห์ SWOT analysis และกำหนด กลยุทธ์ในการพัฒนาการค้าในพื้นที่จังหวัดเลย โดยใช้เทคนิค TOWS matrix ได้กลยุทธ์ทั้งหมด 4 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์การพัฒนาตลาดรับซื้อผลผลิตยางพารา 2) กลยุทธ์การตลาดในพื้นที่ 3) กลยุทธ์สนับสนุนเงินทุน และ 4) กลยุทธ์สร้างเครือข่าย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การยางแห่งประเทศไทย สำนักงานสหกรณ์จังหวัด ชุมนุมเครือข่ายการยางจังหวัด สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ควรให้การสนับสนุนหรือดำเนินนโยบายดังต่อไปนี้

1. สร้างความรู้ความเข้าใจในการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตยางกันถ้วยเป็นน้ำยางสดเพื่อส่งผู้ประกอบการรับซื้อน้ำยางสดในพื้นที่จังหวัดเลย และพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อลดต้นทุนการผลิต
2. สนับสนุนงบประมาณที่จำเป็นเบื้องต้นและประสานงานขอความช่วยเหลือจากสถาบันการเงินให้ช่วยเหลือด้านสินเชื่อ โดยให้สิทธิประโยชน์พิเศษเฉพาะผู้ประกอบการรับซื้อผลผลิตยางพารา เช่น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ อำนวยความสะดวกด้านเอกสาร เป็นต้น
3. สนับสนุนเสริมสร้างบทบาทความร่วมมือในสังคม โดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคสังคม เช่น สถาบันเกษตรกร ผู้ประกอบการ และสถาบันการศึกษาในพื้นที่ร่วมกันวิจัยและพัฒนาโดยนำเทคโนโลยีมาพัฒนาเครื่องมือเครื่องจักรในการแปรรูปการผลิตเพื่อช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มหรือลดต้นทุนการผลิต เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพในการกำหนด กลยุทธ์พัฒนาการค้าของสถาบันเกษตรกรและผู้ประกอบการรวบรวมและแปรรูปยางพาราระหว่างจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและจังหวัดอื่นในประเทศไทย
2. ควรศึกษาศักยภาพตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของยางพาราในประเทศไทยขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- จักรี สุจริตธรรม, เชิดเกียรติ ภูบุตร และ สุวารี ศรีปทุม. (2561). การสร้างความมั่นคงทางสังคมด้วยกระบวนการกลุ่มในการพัฒนาเกษตรกรชาวสวนยางพาราแบบครบวงจรในจังหวัดเลย. *วารสารวิชาการธรรมทรรศน์*, 18(3), 14.
- จิราภรณ์ วงศ์แสน. (2559). การวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศสมาชิก ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การรองรับเงินทุนไหลเข้าจากต่างประเทศ. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์ การจัดการ*, 3(2), 70 - 82.
- ไชเพีย แวะมะ. (2561). การวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการรับซื้อผลผลิตยางพาราย่อยเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการค้าในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์* (2561), 29(3), 102 -116.
- บัญชา สมบูรณ์สุข, ประวีติ เวทย์ประสิทธิ์, ปุริวิชญ์ พิทยาภินันท์, และ วิชิต จรุงโรจน์. (2558). ศักยภาพและการจัดการของแรงงานครัวเรือนในระบบการผลิตยางพาราขนาดเล็ก: กรณีศึกษาพื้นที่ปลูกยางพาราดั้งเดิมในภาคใต้ของประเทศไทย. *วารสารเกษตรศาสตร์ (สังคม)*, 36(2), 258 - 270.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปัทมา ตริมงคล. (2559). *การพัฒนากลยุทธ์การจัดการความรู้เชิงรุก สำหรับชุมชนผู้ผลิตวัตถุดิบในห่วงโซ่อุปทานกิจการเพื่อสังคม* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- พัชรีย์ หล้าแหล่ง. (2555). แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตาม ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มสหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟ จังหวัดชุมพร จำกัด. *วารสาร Veridian E-Journal, SU*, 5(1), 586 - 601.
- พุดิสสรค์ เครือคำ, และ พนิตพิมพ์ สิทธิศักดิ์. (2560). การวิเคราะห์ระบบตลาดและส่วนเหลือของการตลาดยางพาราของเกษตรกรรายย่อยในจังหวัดเชียงรายและพะเยา. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 5(2), 330-339.
- มณีสร อนันต๊ะ, สุกัลยา ศิริพวงนุกูล, และ สมจิตต์ ศิขรินมาศ. (2553). *รูปแบบการซื้อขายยางก้อนถ้วยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. กรุงเทพฯ: คลังผลงานวิจัย กรมวิชาการเกษตร.

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (ม.ป.ป.). เรื่องที่ 5.1.3 ปัจจัยในการกำหนดราคา. สืบค้นจาก <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/unit5/Subm1/U513-1.htm>
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2544). *ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเลย. (2563, 1 กรกฎาคม). ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลด้านการเกษตร จังหวัดเลย ประจำปี 2562. สืบค้นจาก <https://www.opsmoac.go.th/loi-performance-files-431991791857>.
- สำนักงานคลังจังหวัดเลย. (2564, 30 กันยายน). รายงานผลการประเมินโครงการนำร่องยกระดับรายได้เกษตรกรจังหวัดเลยด้วยการปรับเปลี่ยนวิถีการผลิตและการขายทางพาราสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน. สืบค้นจาก <https://www.cgd.go.th/cs/lei/lei/5.2ผลงาน/บทความวิชาการ.html>
- สุภาภรณ์ พวงชมพู และ เพียรศักดิ์ ภักดี. (2554). รูปแบบการค้า น่ายางสดของเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. *วารสารแก่นเกษตร*, 39(ฉบับพิเศษ), 236 - 240.
- สุรพงษ์ คงสัตย์ และ ธีรชาติ ธรรมวงศ์. (2558, 25 พฤศจิกายน). การหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC). สืบจาก [https:// www.mcu.ac.th/article/detail/14329](https://www.mcu.ac.th/article/detail/14329)
- โสมรัตน์ จันทรัตน์, อัจฉนา ลำซ้ำ, ณรงค์ฤทธิ์ อุดลยฐานานุศักดิ์, ลัทพร รัตนวรารักษ์, ชนกานต์ ฤทธิพันธ์ และ บุญธิดา เสงี่ยมเนตร. (2563, 15 พฤษภาคม). ครว้เรือนเกษตรไทยในวิกฤติโควิด-19. สืบค้นจาก <https://www.pier.or.th/abridged/2020/11/>

แนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี

Guideline to Green Logistics Management for Sustainable Development in Industrial Estates in Chonburi Province

เชวง สว่างลาภธรรม¹ ประหัสชัย ระมาศ²Chaweng Sawanglaptham¹ Prahuschai Ramart²

Corresponding Author's Email: chawengsw@gmail.com

(Received: April 24, 2023; Revised: November 29, 2023; Accepted: December 6, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารองค์กรในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี จำนวน 314 ราย ผลการวิจัย พบว่า ด้านผู้นำการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยย่อยที่สำคัญที่สุด ได้แก่ กระตุ้นบุคลากรให้มองเห็นและตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม ด้านการจัดการเชิงบูรณาการ ปัจจัยย่อยที่สำคัญที่สุด ได้แก่ มีการกำหนดข้อปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ส่งมอบ ด้านการประสานความร่วมมือในองค์กร ปัจจัยย่อยที่สำคัญที่สุด ได้แก่ จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมเพื่อกระตุ้นความตระหนักในสิ่งแวดล้อม และด้านเทคโนโลยีโลจิสติกส์เพื่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยย่อยที่สำคัญที่สุด ได้แก่ มีการนำระบบการติดตามรถขนส่งไม่ให้ออกนอกเส้นทาง ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรีโดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพล โลจิสติกส์สีเขียว การพัฒนาที่ยั่งยืน

Abstract

This research aimed to study on the guideline to green logistics management for sustainable development and to compare the differences in green logistics management components for sustainable development. The sample groups in this research were 314 organizational executives of industrial estates in Chonburi province. It was found from the study results that the most important item on the aspect of change leadership was to stimulate the personnel to see and aware of the environmental problems. The most important item on the aspect of integrated management was to set for the requirement on environmental practices for suppliers. The most important item on the aspect of internal organizational cooperation was to arrange for the activities to promote and stimulate for environmental awareness. The most important item on the aspect of logistics technology for the environment was to adopt tracking system to keep transport vehicles on the route. The comparison results on differences among influential factors in green logistics management for sustainable development in industrial estates district in Chonburi province overall had no statistical significance at the level of .05.

Keywords: influencing factors, green logistics, sustainable development

¹ ผู้จัดการฝ่าย บริษัทเลซิบอย (ประเทศไทย) จำกัด

² อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

¹ Department Manager, La-Z-Boy (Thailand) Ltd.

² Lecturer, Faculty of Business Administration and Service Industry, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

ความเป็นมาของปัญหา

ในปี พ.ศ. 2564 นับเป็นปีที่ได้รับ ความเสียหายจากเหตุการณ์ที่มีความเชื่อมโยงกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมากที่สุดปีหนึ่ง โดยมีเหตุการณ์สภาพอากาศที่รุนแรงทั่วโลกถึง 15 เหตุการณ์ และมีถึง 10 เหตุการณ์ที่มีมูลค่าความเสียหายสูงกว่า 1.5 พันล้านดอลลาร์ และจากเหตุการณ์ภัยพิบัติที่เกิดขึ้นในปี 2564 วาตภัยและอุทกภัยเป็นสาเหตุหลักของความเสียหายที่เกิดขึ้นซึ่งมีมูลค่ารวมถึง 170.3 พันล้านดอลลาร์ เฮอริเคน ไอต้า ซึ่งเข้าถล่มประเทศสหรัฐอเมริกาในเดือนสิงหาคมสร้างความเสียหายเป็นอันดับหนึ่งที่ 65 พันล้านดอลลาร์ รวมถึงมีผู้เสียชีวิต 95 คน และผู้ไร้ที่อยู่อาศัยกว่า 14,000 คน อุทกภัยในยุโรปที่โจมตีประเทศเยอรมัน ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ เบลเยียม และลักเซมเบิร์ก ในเดือนกรกฎาคมสร้างความเสียหายเป็นลำดับที่สองที่ 43 พันล้านดอลลาร์ รวมถึงมีผู้เสียชีวิต 240 คน คลื่นความเย็นที่เกิดขึ้นในประเทศฝรั่งเศสในเดือนเมษายนสร้างความเสียหายครั้งใหญ่แก่การเกษตรโดยเฉพาะโรงเรือนนำมาสู่มูลค่าความเสียหายกว่า 5.6 พันล้านดอลลาร์ อุทกภัยที่เกิดขึ้นในประเทศออสเตรเลีย อินเดีย ศรีลังกา มัลดีฟ จีน ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น และแคนาดา ก็ได้สร้างความเสียหายครั้งใหญ่เช่นกัน (Thailand Greenhouse Gas Management Organization, 2021)

การพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจและการขยายตัวของเมืองที่ค่อนข้างเข้มข้น ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนไทย โดยเฉพาะผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ เนื่องจากต้องเผชิญปัญหาลังแวดล้อมรอบด้าน ทั้งขยะมูลฝอย น้ำเสีย และมลพิษทางอากาศ ปัญหามลพิษทางอากาศ โดยเฉพาะปัญหาฝุ่นละอองขนาดเล็กกว่า 2.5 ไมครอน (PM 2.5) นับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีสภาพการจราจรหนาแน่น และจังหวัดทางภาคเหนือที่ประสบปัญหาหมอกควันจากไฟป่า และการเผาเศษวัสดุทางการเกษตร การมุ่งพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจโดยหลงลืมประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม อาจทำให้เราไม่สามารถจินตนาการได้ว่า ประเทศไทยจะฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม คุณภาพอากาศและความเป็นอยู่ของผู้อยู่อาศัยที่ดีขึ้นได้อย่างไร หรืออีก 20 ปีข้างหน้าเราจะนำคุณภาพน้ำและอากาศที่ดี ปราศจาก ขยะมูลฝอยกลับมาได้หรือไม่ (ทีดีอาร์ไอ, 2565) ในขณะที่ประเทศไทยกำลังเจอโจทย์ยากจากกระแสการเปลี่ยนแปลงในโลกที่มาซ้ำเติมปัญหาโครงสร้างเศรษฐกิจที่มีอยู่เดิมท่ามกลางเศรษฐกิจการเงินโลกที่ผันผวน ความสามารถในการหารายได้ที่ลดลง ความเหลื่อมล้ำที่สูงขึ้น และภาวะโลกรวนรวมถึงภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง การปรับตัวท่ามกลางปัญหาดังกล่าวยังทำได้จำกัด จากการจัดตั้งของภาระหนี้ของคนไทยที่มีมากขึ้นและนานขึ้น ธุรกิจไทยยังต้องปรับตัวอีกมาก แม้เศรษฐกิจจะเริ่มเห็นสัญญาณดีขึ้นบ้างในบางกิจกรรมแล้ว (Pornrapunt, Pohnpattanapisankul and Wangvanichpan, 2022)

ภัยพิบัติร้ายแรงทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นทั่วทุกมุมโลก และการพยากรณ์ทางวิทยาศาสตร์ถึงวิกฤตการณ์ร้ายแรงทางธรรมชาติจากอุณหภูมิโลกที่สูงขึ้น ล้วนเป็นกระแสที่ทำให้เกิดการตื่นตัวในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและสภาพแวดล้อมทั่วโลก ผู้คนจำนวนมากจากหลายแวดวงอาชีพเข้ามาร่วมกันจัดกิจกรรมที่มุ่งเน้นในการรักษาความสะอาดของสภาพแวดล้อม หรือบรรเทาผลกระทบที่เป็นปัญหาวิกฤตอยู่ในทุกวันนี้ ทำให้เรื่องโลจิสติกส์สีเขียวได้รับความสนใจมากขึ้น เป็นการบริหารจัดการโลจิสติกส์ในมิติที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม โดยให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในทุกกิจกรรมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ (Department of Environmental Quality Promotion, 2022) การพัฒนาด้านโลจิสติกส์สีเขียว (Green logistics) และความยั่งยืน (Sustainability) เพื่อไปสู่เป้าหมายการปลดปล่อย ปล่อยปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ (Net zero emission) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าทั้งในกลุ่มบริษัท และกลุ่มผู้บริโภคในด้านการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น สำหรับในประเทศไทยผู้ประกอบการหลายรายต่างๆ เริ่มให้ความสนใจในด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการวางแผนหรือเริ่มนำยานยนต์ไฟฟ้าทั้งจักรยานยนต์ไฟฟ้าและรถบรรทุกไฟฟ้ามาใช้ในการขนส่ง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังเริ่มนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยวางแผนในการขนส่ง เช่น การใช้ระบบการจัดเส้นทางที่เหมาะสม (Route optimization) เพื่อลดการใช้พลังงาน (Economic Intelligence Center, 2022)

จากปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมในการลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมของหน่วยงานภาคเอกชนดังกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อศึกษาว่าแนวทางการจัดการ

โลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนมีลักษณะอย่างไร โดยทางผู้วิจัยคาดหวังว่าผลที่ได้จากการวิจัยจะมีประโยชน์เพื่อแนวทางสำหรับหน่วยงานภาคเอกชนได้นำไปเป็นแนวทางในการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวในองค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ระดับผู้บริหารองค์กรระดับต้นขึ้นไปภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี จำนวน 1,455 ราย

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ดังนั้นสูตรในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ (Yamane, 1973) คือ

$$\text{สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 313.75 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 314 ราย และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดลักษณะของเครื่องมือในการวิจัย และการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check - list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลลักษณะทั่วไปของกิจการ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check - list)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating - scale) เกณฑ์การกำหนด คำนวณหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open - ended)

4. คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนก โดยการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาผ่านการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ในขั้นตอนนี้ใช้การวิเคราะห์ความสอดคล้องแบบ Item Objective Congruence Index (IOC) ของแบบสอบถามเป็นรายข้อโดยพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) พบว่า ดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.80 - 1.00 แล้วปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญแล้วนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นนำผลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1990) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.87 (ค่ามากกว่า 0.80)

5. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยดำเนินการ 3 ขั้นตอน

5.1 ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย โดยผู้วิจัยทำการส่งแบบสอบถามทางแบบสอบถามออนไลน์ที่มีการระบุลิงค์ในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ไปยังกลุ่มตัวอย่างและกำหนดให้ตอบกลับภายใน 3 สัปดาห์หลังจากได้รับแบบสอบถาม

5.2 เมื่อครบกำหนด 3 สัปดาห์หากยังได้แบบสอบถามคืนมาไม่ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจะดำเนินการส่งแบบสอบถามอีกครั้งให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ได้ตอบแบบสอบถาม โดยผ่านช่องทางจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์เพื่อแจ้งเตือน และความอนุเคราะห์อีกครั้ง

5.3 รวบรวมแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมาเปลี่ยนเป็นรหัสตัวเลข (Code) แล้วบันทึกลงในโปรแกรม เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามลำดับ 2 ขั้นตอน ดังนี้

6.1 การคำนวณหาข้อมูลแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี จากแบบสอบถามตอนที่ 3 ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1

6.2 การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี จำแนกตามสภาพส่วนบุคคล ด้านเพศ และอายุ โดยใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t - test สำหรับสถานะภาพด้านเพศ และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่มสำหรับตัวแปรอายุ กรณีพบค่าความแตกต่างเป็นรายกลุ่ม จะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างรายกลุ่มเป็นรายคู่อีกครั้ง โดยใช้ Scheffe ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้บริหารของสถานประกอบการในนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	177	56.37
	หญิง	137	43.63
สถานภาพ	โสด	23	7.32
	สมรส	283	90.13
	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	8	2.55
อายุ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	37	11.78
	31 - 40 ปี	155	49.36
	41 ปีขึ้นไป	122	38.85
วุฒิการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	66	21.02
	ปริญญาตรี	178	56.69
	สูงกว่าปริญญาตรี	70	22.29

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูล		จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	น้อยกว่า 5 ปี	35	11.15
	5 – 10 ปี	253	80.57
	มากกว่า 10 ปี	26	8.28
จำนวนพนักงานในองค์กร	1 - 50 คน	61	19.43
	51 - 100 คน	218	69.43
	101 คนขึ้นไป	35	11.15

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพสมรส อายุระหว่าง 31-40 ปี วุฒิมัธยมศึกษา ระดับปริญญาตรี ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 5-10 ปี และมีจำนวนพนักงานในองค์กร 51-100 คน แสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดชลบุรี แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมขององค์กร ด้านการปฏิบัติขององค์กร ด้านเทคโนโลยีโลจิสติกส์ และด้านการสื่อสารในองค์กร รวมทั้งวิเคราะห์เป็นรายข้อจำนวน 15 ข้อ แสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี

แนวทางการจัดการโลจิสติกส์	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านผู้นำการเปลี่ยนแปลง			
1.1 กระตุ้นบุคลากรให้มองเห็นและตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม	4.63	0.57	มากที่สุด
1.2 ส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น	4.54	0.54	มากที่สุด
1.3 ส่งเสริมให้บุคลากรหาแนวทางแก้ไขปัญหอย่างเป็นระบบ	4.60	0.50	มากที่สุด
1.4 มีทักษะการสื่อสารที่เข้าใจง่ายในการปฏิบัติงานของบุคลากร	4.55	0.51	มากที่สุด
1.5 มีความคิดเชิงบวกส่งผลให้บุคลากรมีทัศนคติที่ดี	4.52	0.53	มากที่สุด
โดยรวมด้านผู้นำการเปลี่ยนแปลง	4.57	0.37	มากที่สุด
2. ด้านการจัดการเชิงบูรณาการ			
2.1 มีการประสานงานแต่ละฝ่ายเพื่อสนับสนุนโลจิสติกส์สีเขียวภายในองค์กร	4.52	0.59	มากที่สุด
2.2 มีการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลการทำงานอย่างต่อเนื่อง	4.53	0.56	มากที่สุด
2.3 มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน	4.50	0.62	มากที่สุด
2.4 มีการกำหนดข้อปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ส่งมอบ	4.56	0.61	มากที่สุด
2.5 มีเกณฑ์การเลือกผู้ส่งมอบโดยใช้เกณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม	4.51	0.62	มากที่สุด
โดยรวมด้านการจัดการเชิงบูรณาการ	4.52	0.42	มากที่สุด

ตารางที่ 2 (ต่อ)

แนวทางการจัดการโลจิสติกส์	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
3. ด้านการประสานความร่วมมือในองค์กร			
3.1 จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมเพื่อกระตุ้นความตระหนักในสิ่งแวดล้อม	4.61	0.49	มากที่สุด
3.2 มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ได้อย่างต่อเนื่อง	4.48	0.58	มาก
3.3 การจัดการและควบคุมมลพิษและของเสียภายในองค์กร	4.50	0.60	มากที่สุด
3.4 จัดเส้นทางขนส่งที่มีระยะทางสั้นและใช้เวลาในการเดินทางน้อยลง	4.55	0.55	มากที่สุด
3.5 มีการตรวจเช็คสภาพรถขนส่งให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์เป็นประจำ	4.49	0.60	มาก
โดยรวมด้านการประสานความร่วมมือในองค์กร	4.53	0.38	มากที่สุด
4. ด้านการใช้เทคโนโลยีโลจิสติกส์เพื่อสิ่งแวดล้อม			
4.1 มีการนำระบบการติดตามรถขนส่งไม่ให้ออกนอกเส้นทาง	4.57	0.54	มากที่สุด
4.2 นำระบบ Barcode มาใช้สำหรับสแกนเพื่อความถูกต้องของสินค้า	4.51	0.58	มากที่สุด
4.3 มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการประสานงานภายในและภายนอกองค์กร	4.56	0.55	มากที่สุด
4.4 มีการพัฒนาระบบการใหม่ในการดำเนินงานโลจิสติกส์	4.51	0.56	มากที่สุด
4.5 มีการใช้เทคโนโลยีในการแก้ปัญหาการดำเนินงานโลจิสติกส์	4.54	0.55	มากที่สุด
โดยรวมด้านการใช้เทคโนโลยีโลจิสติกส์เพื่อสิ่งแวดล้อม	4.54	0.39	มากที่สุด
โดยภาพรวม	4.54	0.30	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรีโดยภาพรวม มีความสำคัญอยู่ระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 0.30) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านผู้นำการเปลี่ยนแปลง ($\bar{x} = 4.57$, S.D. = 0.37) ด้านการจัดการเชิงบูรณาการ ($\bar{x} = 4.52$, S.D. = 0.42) ด้านการประสานความร่วมมือในองค์กร ($\bar{x} = 4.53$, S.D. = 0.38) ด้านการใช้เทคโนโลยีโลจิสติกส์เพื่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 0.39) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.63-4.51

3. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี จำแนกตามสภาพส่วนบุคคลด้านเพศ และอายุ

การเปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี จำแนกตามสภาพส่วนบุคคลด้านเพศ ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย Independent-Samples t-test ปรากฏผลดังตารางที่ 3 และการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี จำแนกตามสภาพส่วนบุคคลด้านอายุ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ปรากฏผลดังตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียว เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี จำแนกตามสภาพส่วนบุคคล ด้านเพศ

แนวทางการจัดการโลจิสติกส์	t-Value	P-Value
ด้านผู้นำการเปลี่ยนแปลง	-1.91	0.06
ด้านการจัดการเชิงบูรณาการ	-2.54	0.01*
ด้านการประสานความร่วมมือในองค์กร	-0.31	0.76
ด้านการใช้เทคโนโลยีโลจิสติกส์เพื่อสิ่งแวดล้อม	-0.75	0.45
โดยภาพรวม	-1.80	0.07

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี จำแนกตามสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ พบว่า โดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเปรียบเทียบรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการเชิงบูรณาการ สอดคล้องกับ ญฐฐาระวี พงศ์กระพันธุ์ (2565) ได้ศึกษาการพัฒนาแบบการจัดการกรีนโลจิสติกส์เพื่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มของประเทศไทยในอนาคต พบว่า กระบวนการบริหารจัดการโลจิสติกส์ต้องคำนึงถึงการจัดการด้านกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ได้แก่ ด้านการปลูกและการดูแลรักษาปาล์มน้ำมัน กระบวนการผลิตน้ำมันปาล์มจนถึงกระบวนการขนส่งน้ำมันปาล์มไปยังผู้บริโภค ต้องมีการลดต้นทุนในแต่ละกระบวนการ และลดปริมาณการปล่อยมลพิษในแต่ละขั้นตอนการผลิตให้ได้มากที่สุด

ตารางที่ 4 ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียว เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี จำแนกตามสภาพส่วนบุคคล ด้านอายุ

แนวทางการจัดการโลจิสติกส์	F-Value	P-Value
ด้านผู้นำการเปลี่ยนแปลง	0.73	0.48
ด้านการจัดการเชิงบูรณาการ	2.61	0.08
ด้านการประสานความร่วมมือในองค์กร	0.94	0.39
ด้านการใช้เทคโนโลยีโลจิสติกส์เพื่อสิ่งแวดล้อม	2.56	0.08
โดยภาพรวม	2.31	0.10

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 2) เปรียบเทียบความแตกต่างขององค์ประกอบการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพสมรส อายุระหว่าง 31-40 ปี วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 5-10 ปี และมีจำนวนพนักงานในองค์กร 51-100 คน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม มีความสำคัญอยู่ระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม

มีระดับความคิดเห็นด้านผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้านการจัดการเชิงบูรณาการ ด้านการประสานความร่วมมือในองค์กรและด้านการใช้เทคโนโลยีโลจิสติกส์เพื่อสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญอยู่ระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน

ประเด็นสำคัญที่ได้พบจากผลการวิจัยแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายเพื่อสรุปเป็นข้อยุติโดยมีการนำเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงสนับสนุนหรือขัดแย้ง ดังนี้ ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของแนวทางการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในเขตนิคมอุตสาหกรรมจังหวัดชลบุรี จำแนกตามตามเพศ และอายุโดยภาพรวม ไม่มีความแตกต่างกันอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อันเนื่องจากการบริหารจัดการโลจิสติกส์อย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือโลจิสติกส์สีเขียวเป็นการสร้างความรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสังคม (Chang, Kenzhekhanuly and Park, 2013) สถานประกอบการสามารถปรับปรุงกิจกรรมโลจิสติกส์ในแต่ละกระบวนการเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (สุทธิดา ทับทิมศรี, 2558) ทำการส่งเสริมบุคลากรแต่ละฝ่ายในองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความรู้ความสามารถ (Asian Productivity Organization, 2008) และมีความเข้าใจด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์สีเขียวอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง (McKinnon, 2010) นอกจากนั้นจากการศึกษาของ สุวัจน์ ด้านสมบุญณ์ และธีวรินทร์ นฤนาท (2563) ซึ่งได้ศึกษาการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวและการจัดการโซ่อุปทานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย พบว่า อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยควรร่วมมือกันทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยการผลิตที่ลดการปล่อยมลภาวะของเสีย การนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่เพื่อลดการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

สรุปผลการวิจัย

การมุ่งเน้นการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวเชิงบูรณาการจะส่งผลเชิงบวกต่อการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละฝ่าย ทั้งในแง่ของประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด และในการดำเนินการจัดการโลจิสติกส์ สีเขียวเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนให้ประสบความสำเร็จ ผู้บริหารองค์กรควรกำหนด กลยุทธ์ เป้าหมาย แผนการดำเนินการ ผู้รับผิดชอบ และทรัพยากรที่นำมาใช้อย่างชัดเจนและมีการบริหารจัดการเชิงบูรณาการ เพื่อให้การดำเนินการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวสามารถประเมินและวัดผลการดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ศึกษาพื้นที่ในจังหวัดชลบุรีเท่านั้น ซึ่งในอนาคตอาจจะขยายขอบเขตเป็นกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้น เช่น กลุ่มตัวอย่างอื่น ทำการศึกษาในพื้นที่อื่น รวมทั้งงานวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีทางสถิติโดยใช้ t-test และ One-Way ANOVA การวิจัยในอนาคตอาจจะใช้วิธีทางสถิติอื่นๆ เช่น Structural Equation Modeling (SEM) และศึกษาโดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน โดยการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มเพื่อให้ได้ประโยชน์ของงานวิจัยเพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐธราวี พงศ์กระพินธุ์. (2565). การพัฒนารูปแบบการจัดการกรีนโลจิสติกส์เพื่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนของโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มของประเทศไทยในอนาคต (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ยะลา) สืบค้นจาก <https://wb.yru.ac.th/bitstream/yr/6244/1/ณัฐธราวี%20พงศ์กระพินธุ์.pdf>
- ทีติอาโอ. (2565). พลิกฟื้นผืนป่าด้วยพันธุกรรมป่าไม้. กรุงเทพฯ: บริษัท พี.เอ. ลิฟวิ่ง จำกัด.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). วิธีทางสถิติสำหรับการวิจัยเล่ม 1. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- สุวัจน์ ด้านสมบุญณ์ และ ธีวรินทร์ นฤนาท. (2563). การจัดการโลจิสติกส์สีเขียวและการจัดการโซ่อุปทานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 17(1), 125-145.

- สุธิดา ทับทิมศรี. (2558). การบริหารจัดการโลจิสติกส์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬงเพชร ครั้งที่ 2 (น. 874 - 880). มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬงเพชร, กาฬงเพชร.
- Asian Productivity Organization. (2008). *Green Productivity and Green Supply Chain Manual*. Tokyo: Asian Productivity Organization.
- Chang, B-Y, Kenzhekhanuly, Y. and Park, B. (2013). A Study on Determinants of Green Supply Chain Management Practice. *International Journal of Control and Automation*, 6(3), 199-208.
- Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of Psychological Testing*. (3rd ed). New York: Happer and Row.
- Department of Environmental Quality Promotion. (2022). Sustainable Urban Environment Management. Retrieved from http://www.tei.or.th/file/library/Sustainable_Environmental_Management_2022_70.pdf
- Economic Intelligence Center, (2022). Sticking to Transporting Parcels 2022. Retrieved from http://www.Scbeic.com/th/detail/file/product/8322/gart575wnp/EIC-Note_Parcel-delivery_2022_0610.pdf
- McKinnon, AC. (2010). *Green Logistics: Improving the Environment Sustainability of Logistics: eBook Collection*. EBSCO Publishing.
- Pornprapunt, C., Pohnpattanapaisankul, K. and Wangvanichpan, S. (2022). Bank of Thailand and the problem of thoroughness and sustainability. Retrieved from https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/DocLib/_/Article_5Sep2022.pdf
- Thailand Greenhouse Gas Management Organization. (2021). Massive damage from disasters linked to climate change. Retrieved from <http://www.tgo.or.th/2020/index.php/th/post>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed). New York: Harper and Row Publication.

การพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ร้านกิฟการ์ด จังหวัดเลย

The Development of Electronic Commerce: A Case Study of Gift Card Shop, Loei Province

ณิชนันท์ กะวิวังสกุล^{1*} ปฐมาวดี คำทอง¹ ปานิส ขวัญเต็ม² วปิตดา มุลศรี²

Nitchanan Kawiwangsakul^{1*} Patamawadee Khamthong¹ Panisa Khwantem² Wapirada Moolsri²

Corresponding Author's Email: nitchanan.cho@ru.ac.th

(Received: July 20, 2023; Revised: November 13, 2023; Accepted: November 20, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ร้านกิฟการ์ด จังหวัดเลย 2) เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบ และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งาน โดยระบบถูกพัฒนาขึ้นในรูปแบบของเว็บแอปพลิเคชัน และเก็บข้อมูลไว้ในฐานข้อมูล MySQL กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อประเมินประสิทธิภาพ และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานจำนวน 384 คน ได้จากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีประชากรมีจำนวนไม่แน่นอน เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ทางสถิติ ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินประสิทธิภาพจากผู้เชี่ยวชาญในภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.48$, S.D= 0.62) และกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้งานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.47$, S.D= 0.68)

คำสำคัญ: เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การขายสินค้าออนไลน์ ระบบสารสนเทศ ระบบฐานข้อมูล

Abstract

The objectives of this research were to: 1) Development of Electronic Commerce: A case study of Gift Card Shop, Loei Province; 2) assess the system's quality; and 3) study the satisfaction of user who are users of the system. This system was developed as a web application using MySQL database. The representatives used in this study consisted of 5 experts and 384 users selected based on the sample size determination method for populations of uncertain size to evaluate user satisfaction. The data were then analyzed using statistical techniques such as percentage, average, and standard deviation. The research results showed that the overall evaluation of the experts' effectiveness was at a good level, ($\bar{X} = 4.48$, S.D= 0.62). Similarly, the sample of users also had a good level of satisfaction, ($\bar{X} = 4.47$, S.D= 0.68)

Keywords: electronic commerce website, shopping online, information system, database system

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² นักศึกษาปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Lecturers, Business Computer of Digital Program, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

² Bachelor's Students, Business Computer of Digital Program, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

ความเป็นมาของปัญหา

ในปัจจุบันผู้คนสามารถเข้าถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ในโลกออนไลน์ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว การใช้งานอินเทอร์เน็ตถือได้ว่าเป็นกิจกรรมหลักในชีวิตประจำวันของผู้คนส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นการเล่นโซเชียลมีเดีย ค้นหาข้อมูล ดูหนังหรือฟังเพลง หรือแม้แต่กระทั่งการซื้อขายของออนไลน์ การทำธุรกิจปัจจุบันจึงต้องปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนั้นจึงมีร้านค้าที่ก้าวเข้าสู่โลกพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กันมากขึ้น การศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจออนไลน์และกลยุทธ์การตลาดในการประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตจึงเป็นเรื่องสำคัญ ที่จะทำให้สามารถขายสินค้าและเอาชนะคู่แข่งที่มีจำนวนมากได้ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คือการทำธุรกิจโดยซื้อขายสินค้าหรือโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย โดยสามารถใช้ทั้งข้อความ เสียง ภาพ และคลิปวิดีโอในการทำธุรกิจได้ การทำธุรกิจแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้กว้างขวางและทำให้ลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการดำเนินการได้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สอบถามข้อมูลรายละเอียดร้านค้ากิ๊ฟการ์ด จังหวัดเลย ถึงความต้องการทางด้านเทคโนโลยีที่จะเข้ามาช่วยส่งเสริมการขายสินค้า เพื่อให้กลุ่มลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้อย่างครอบคลุมทุกพื้นที่ จีระนันท์ สาพรหม (2565) พบปัญหาว่า ยอดขายของทางร้านไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เพราะลูกค้าบางกลุ่มไม่สามารถเดินทางมาซื้อสินค้าที่ร้านด้วยตัวเองได้ และเมื่อมีสินค้าใหม่ทางร้านไม่สามารถนำเสนอรายละเอียดสินค้าให้ลูกค้าหันมาสนใจหรือรู้จักสินค้าได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฏชนันท์ จงใจสิทธิ์ และวัชรินทร์ ดีสุทธิ (2564) ที่ได้พัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอผาขาว จังหวัดเลย ได้กล่าวว่า การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์สินค้าของชุมชนผ่านเว็บไซต์นั้น ยังทำให้เกิดการกระจายข้อมูลไปยังที่ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วทำให้ผู้ที่สนใจข้อมูลสินค้าของชุมชนสามารถเห็นสินค้าและเกิดการซื้อขายกันได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น นอกจากนั้นการซื้อขายสินค้าหรือการตรวจสอบคลังสินค้าในบางครั้งอาจมีการลงข้อมูลผิดพลาดหรือตกหล่น ทำให้มีปัญหาในการตรวจสอบจำนวนสินค้าในคลังสินค้าและเสียเวลาในการตรวจสอบสินค้าซ้ำหลายรอบ ดังนั้นร้านกิ๊ฟการ์ด จังหวัดเลย จึงต้องการระบบสารสนเทศเพื่อขายสินค้าออนไลน์ โดยระบบขายสินค้าออนไลน์จะช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น ไม่ต้องเดินทางมาที่ร้านด้วยตัวเองแต่สามารถสั่งซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็ว สามารถติดตามรายละเอียดสินค้าใหม่ได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องเดินทางไปยังหน้าร้าน

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้มีแนวคิดในการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านกิ๊ฟการ์ด จังหวัดเลย เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจการค้า และเพิ่มช่องทางในการขายสินค้า ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ให้ความสนใจในการเยี่ยมชมสินค้าภายในร้าน ทำให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น นำเสนอรายละเอียดสินค้าให้ลูกค้าหันมาสนใจหรือรู้จักสินค้าได้อย่างง่ายดาย โดยเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านกิ๊ฟการ์ด จังหวัดเลยจะถูกจัดทำขึ้นในรูปแบบของ Web Application และจัดเก็บข้อมูลลงในฐานข้อมูล MySQL ทำให้การจัดการข้อมูลมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้านกิ๊ฟการ์ด จังหวัดเลย
2. เพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านกิ๊ฟการ์ด จังหวัดเลย
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านกิ๊ฟการ์ด จังหวัดเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย
การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา (Research and Development)
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
ประชากร ได้แก่ ประชากรในเขตเทศบาลเมืองเลย อำเภอเมือง จังหวัดเลย

ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน โดยเป็นอาจารย์จากสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจดิจิทัล และกลุ่มตัวอย่างเป็นการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีที่มีประชากรมีจำนวนไม่แน่นอน จำนวน 384 ราย โดยใช้สูตรดังนี้ (ละเอียด ศิลา น้อย, 2560)

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

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากร

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95% (ระดับ .05)

e แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{(.50)(1-.50)(1.96)^2}{.05^2} \\ &= \frac{(.50)(.50)(3.8416)}{.0025} \\ &= \frac{.9604}{.0025} \\ &= 384.16 \text{ หรือ } 384 \text{ ราย} \end{aligned}$$

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูล ร้านก๊ีฟการ์ด จังหวัดเลย สำหรับสอบถามปัญหาและวิเคราะห์ความต้องการของระบบ

3.2 แบบประเมินความพึงพอใจออนไลน์ เพื่อวัดระดับความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านก๊ีฟการ์ด จังหวัดเลย เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ ระดับน้อยมาก ระดับน้อย ระดับปานกลาง ระดับดี ระดับดีมาก โดยการให้คะแนนมีเกณฑ์ดังนี้

ดีที่สุด มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน

ดี มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน

ปานกลาง มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน

น้อย มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน

น้อยที่สุด มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

การแปลความหมายของระดับค่าคะแนนเฉลี่ยที่คำนวณนั้นจะใช้หลักการทางสถิติหาค่าเฉลี่ยมีเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง 5 มีความพึงพอใจที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง 4 มีความพึงพอใจดี

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง 3 มีความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง 2 มีความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง 1 มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ซึ่งแบบสอบถามนี้จะออกแบบให้มี 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจต่อเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านก๊ีฟการ์ด จังหวัดเลย

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของที่มีต่อเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านก๊ีฟการ์ด จังหวัดเลย

3.3 แบบประเมินประสิทธิภาพสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เว็บไซต์ถูกออกแบบและพัฒนาด้วยหลักทฤษฎีวงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle: SDLC) ที่ประกอบด้วยกิจกรรม 3 ส่วนหลักๆ คือ การวิเคราะห์ การออกแบบ การนำไปใช้ โดยกิจกรรมทั้งสามส่วน สามารถนำไปใช้ได้กับโครงการซอฟต์แวร์ขนาดเล็ก โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา

4.1.1 ศึกษาปัญหาโดยการลงพื้นที่สอบถามเจ้าของร้านกึ่งฟาร์ม

4.1.2 รวบรวมความต้องการของระบบและนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้

4.1.3 ศึกษาเครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ในการสร้างเว็บไซต์

4.2 การออกแบบระบบและออกแบบเครื่องมือทดสอบระบบ

4.2.1 ออกแบบเว็บไซต์ในภาพรวม

4.2.2 ออกแบบส่วนติดต่อกับผู้ใช้

4.2.3 ออกแบบเครื่องมือการทดสอบการใช้งานเว็บไซต์

4.3 สร้างเว็บไซต์ โดยใช้ Bootstrap Framework พัฒนาในส่วนของการแสดงผล ใช้ภาษา PHP ในการประมวลผล และใช้ PHPMyAdmin เป็นระบบจัดการฐานข้อมูล

4.4 การทดสอบการใช้งานเว็บไซต์ โดยใช้วิธีแบบ Black Box Testing โดยมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์มุ่งเน้นว่าตรงตามความต้องการหรือไม่ ทำการป้อนข้อมูลทดสอบเพื่อให้ระบบประมวลผลและแสดงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงานว่ามีความถูกต้องหรือไม่

4.5 เปิดใช้งานเว็บจริงและประเมินคุณภาพด้านเนื้อหาและการออกแบบเว็บไซต์

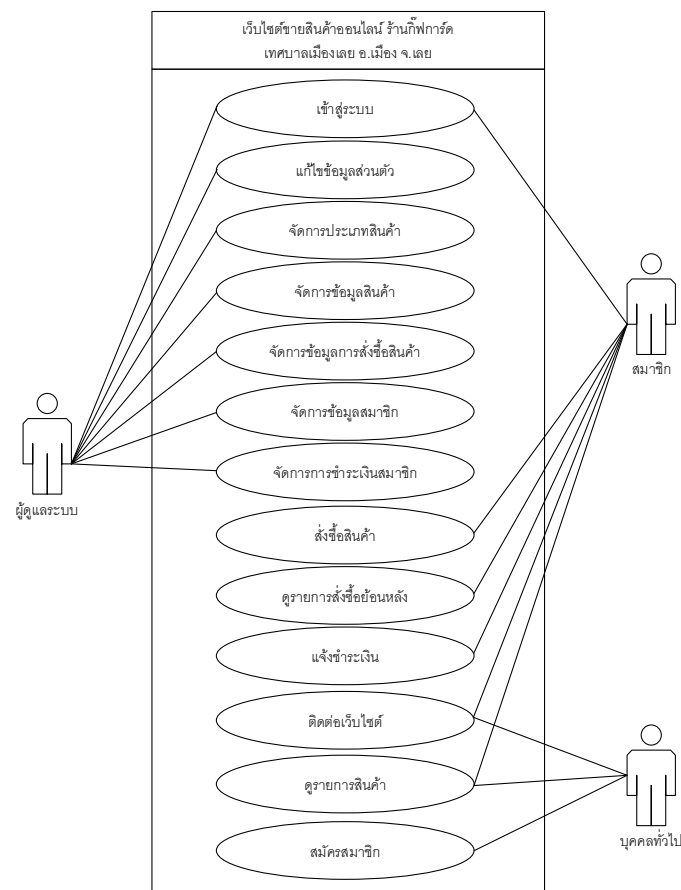
4.6 สรุปผล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแล้วเรียบเรียงนำเสนอเป็นการบรรยาย ส่วนแบบสอบถามและแบบประเมินใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

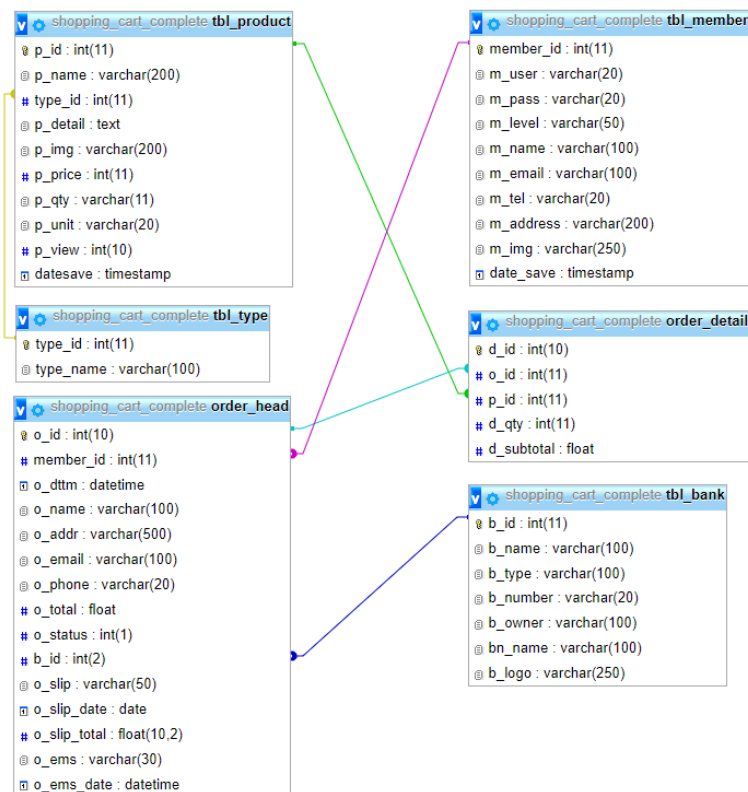
ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของระบบสามารถเขียนออกมาเป็นแผนภาพความต้องการระบบ (Use Case Diagram) ดังนี้



ภาพที่ 1 Use Case Diagram ของระบบการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านก๊อฟการ์ด จังหวัดเลย

จากภาพที่ 1 สามารถพัฒนาระบบตามความต้องการของผู้ใช้งาน โดยแบ่งผู้ใช้งานออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ผู้ดูแลระบบ สมาชิก และ บุคคลทั่วไป



ภาพที่ 2 โครงสร้างความสัมพันธ์ของฐานข้อมูล

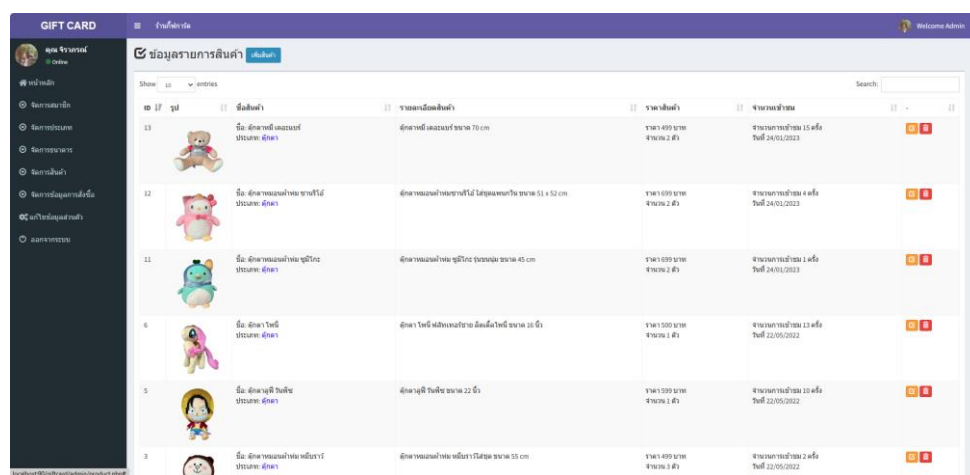
จากภาพที่ 2 แสดงภาพความสัมพันธ์ของฐานข้อมูล โดยมีทั้งหมด 6 Entity ประกอบด้วย ประเภทสินค้า สินค้า ใบสั่งซื้อ รายการสั่งซื้อ ธนาคาร และลูกค้า

ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิจัย ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ผลการพัฒนาเว็บไซต์ และผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านก๊ีฟการ์ด จังหวัดเลย ดังนี้

ผลการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านก๊ีฟการ์ด จังหวัดเลย

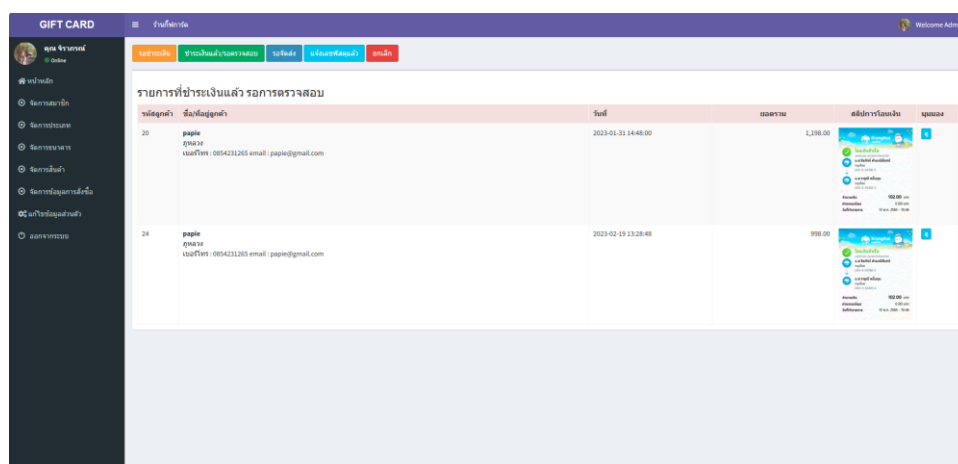
1. ส่วนของผู้ดูแลระบบ

เมื่อเข้าสู่ส่วนของผู้ดูแลระบบ จะแสดงหน้าจอของผู้ดูแลระบบ ประกอบไปด้วยหน้าจัดการสมาชิก จัดการประเภท จัดการธนาคาร จัดการสินค้า จัดการข้อมูลการสั่งซื้อ แก้ไขข้อมูลส่วนตัว และออกจากระบบ ในส่วนของสินค้าจะแสดงหน้าข้อมูลประเภทสินค้า ประกอบด้วยรายการสินค้า ปุ่ม เพิ่ม ลบและแก้ไขสินค้า โดยสามารถเลือกดูรายการสินค้าตามประเภทได้ ดังภาพที่ 3



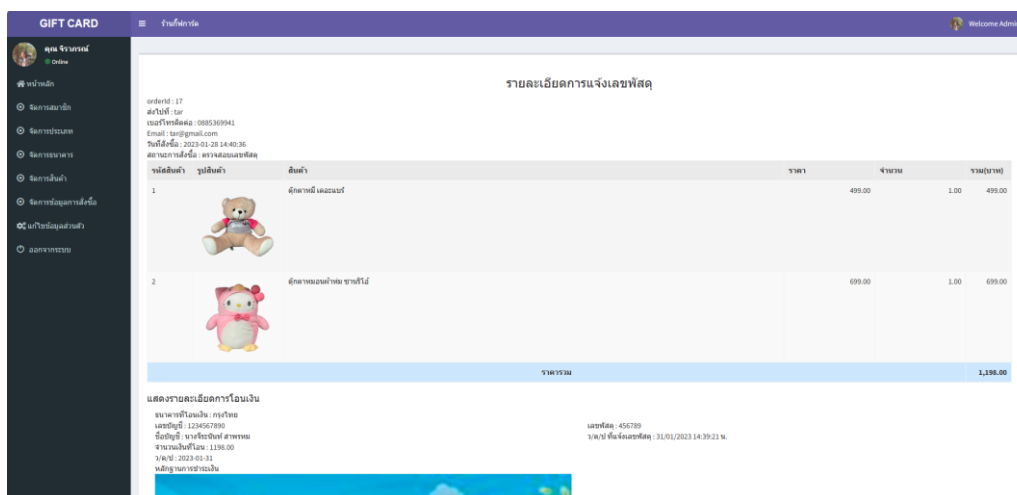
ภาพที่ 3 หน้าข้อมูลรายการสินค้า

หน้าแสดงรายการสั่งซื้อที่รอการชำระเงิน ประกอบด้วยข้อมูลของผู้สั่งซื้อ และยอดเงินรวมที่สั่งซื้อ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 หน้าชำระเงิน และรอตรวจสอบ

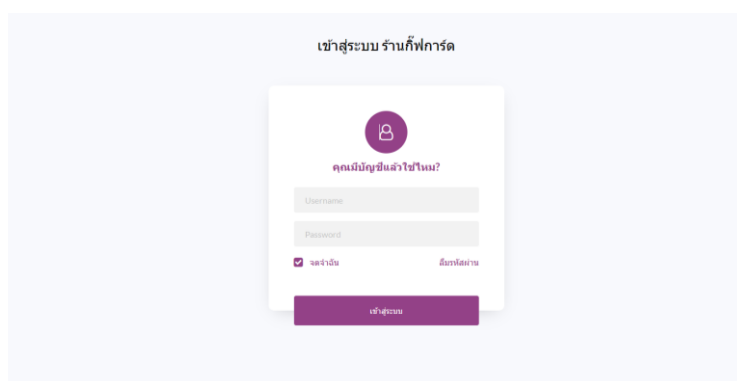
หน้าแสดงรายละเอียดการแจ้งชำระเงินของผู้สั่งซื้อ และแจ้งเลขพัสดุ โดยผู้ดูแลระบบจะเป็นคนดำเนินการยืนยันการชำระเงินและกรอกข้อมูลการจัดส่ง และมีปุ่มกดยืนยันการสั่งซื้อ ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 รายการที่ทำการแจ้งเลขพัสดุเรียบร้อยแล้ว

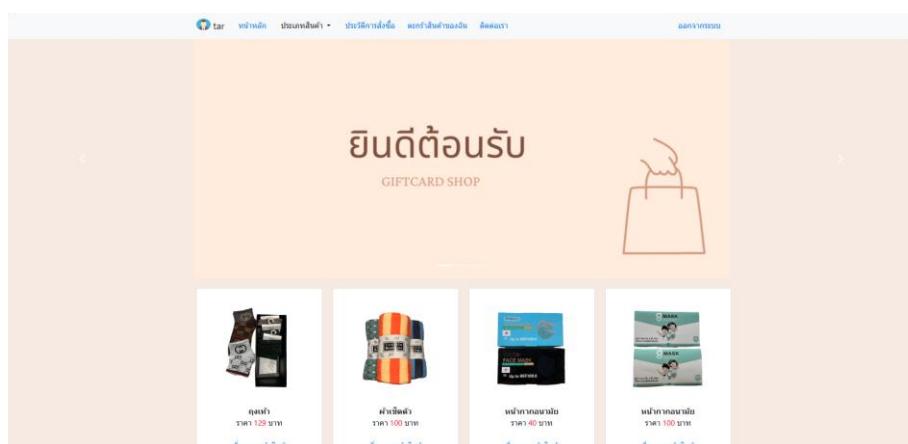
2. ส่วนของสมาชิกผู้ใช้งาน

ส่วนของสมาชิกจะต้องทำการเข้าสู่ระบบ ซึ่งหน้าจอก็จะแสดงฟอร์มให้ใส่ Username และ Password เพื่อเข้าสู่ระบบ ดังภาพที่ 6



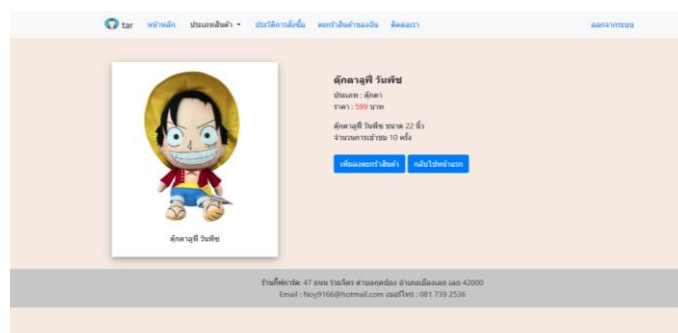
ภาพที่ 6 หน้าเข้าสู่ระบบของสมาชิก

เมื่อเข้าสู่หน้าจอสมาชิก ที่เมนูจะแสดงชื่อของสมาชิก ด้านบนจะประกอบไปด้วย หน้าหลัก ประวัติการสั่งซื้อ ตะกร้าสินค้า ติดต่อเรา และออกจากระบบ ด้านล่างประกอบด้วยภาพและรายละเอียดสินค้าดังภาพที่ 7



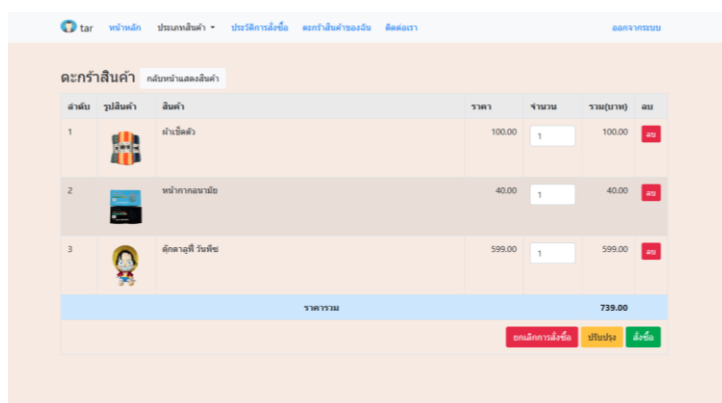
ภาพที่ 7 หน้าจอสมาชิกผู้ใช้งาน

หน้าแสดงสินค้า จะแสดงรายละเอียดสินค้าและราคา หากต้องการสั่งซื้อสินค้าให้กดปุ่ม เพิ่มลงตะกร้าสินค้า ระบบ จะทำการเพิ่มรายการสินค้าเข้าสู่ตะกร้าสินค้าและทำการคำนวณราคาสินค้า ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 หน้าแสดงรายละเอียดสินค้า

หน้าตะกร้าสินค้า เมื่อคลิกสั่งซื้อสินค้าจะเพิ่มในตะกร้าสินค้า โดยจะแสดงสินค้าที่เพิ่มลงในตะกร้า แสดงชื่อสินค้า ราคา จำนวน และราคารวม สามารถลบสินค้าที่ไม่ต้องการออกได้ หากต้องการเพิ่มจำนวนสินค้าในตะกร้าให้เพิ่มหมายเลขจำนวนที่ต้องการ จากนั้นคลิกปุ่มปรับปรุงข้อมูล จะแสดงยอดรวมราคาของสินค้าทั้งหมด ดังภาพที่ 9



ภาพที่ 9 หน้าตะกร้าสินค้า

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ที่มีเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านกิฟการ์ด จังหวัดเลย

ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบโดยผู้เชี่ยวชาญ แสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบจากผู้เชี่ยวชาญ

ด้านประสิทธิภาพของระบบ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
การจัดการรักษาความปลอดภัยและกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ดูแลระบบ	4.60	0.52	ดี	2
การเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว/ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ	4.50	0.53	ดีมาก	3
ความเหมาะสมของขั้นตอนการบันทึกผลข้อมูลต่างๆ	4.50	0.85	ดีมาก	3
การเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูล มีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน	4.10	0.74	ดีมาก	4
ความปลอดภัยในการป้อนข้อมูล	4.70	0.48	ดีมาก	1
เฉลี่ยรวม	4.48	0.62	ดี	

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินด้านประสิทธิภาพของการทำงานของระบบ จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ผู้ใช้ประเมินภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.48$, S.D= 0.62) อยู่ในเกณฑ์ดี โดยระดับดีมากประเมินจำแนกเป็นรายชื่อจากผลมากไปหาน้อย คือ ความปลอดภัยในการป้อนข้อมูล ($\bar{X} = 4.70$, S.D= 0.48) การจัดการรักษาความปลอดภัยและกำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลของผู้ดูแลระบบ ($\bar{X} = 4.60$, S.D= 0.52) การเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว/ความรวดเร็วในการตอบสนองของระบบ ($\bar{X} = 4.50$, S.D= 0.53) ความเหมาะสมของขั้นตอนการบันทึกผลข้อมูลต่างๆ ($\bar{X} = 4.50$, S.D= 0.85) และการเชื่อมต่อของระบบฐานข้อมูลฯ มีประสิทธิภาพต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 4.10$, S.D= 0.74)

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจผู้ใช้งานเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านกิ๊ฟการ์ด จังหวัดเลย

หัวข้อการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ
ความสวยงาม ความทันสมัย และน่าสนใจของระบบ	4.49	0.70	ดี	6
การจัดการวางแผนและรูปแบบง่ายต่อการอ่าน	4.38	0.71	ดี	8
ลักษณะของสีสันทันและพื้นหลังมีความเหมาะสม	4.37	0.72	ดี	9
ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร อ่านได้ง่ายและสวยงาม	4.51	0.62	ดีมาก	5
การจัดวางองค์ประกอบของหน้าเว็บไซต์เหมาะสม	4.52	0.60	ดีมาก	4
การจัดวางตำแหน่งภาพประกอบมีความสวยงามและเหมาะสม	4.57	0.64	ดีมาก	2
การแบ่งหมวดหมู่เมนูและข้อมูลชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.38	0.64	ดี	8
ข้อมูลมีความถูกต้อง ครบถ้วน และเชื่อถือได้	4.54	0.61	ดีมาก	3
ระยะเวลาในการเข้าถึงข้อมูลเป็นไปด้วยความรวดเร็ว	4.66	0.77	ดีมาก	1
ระบบมีความปลอดภัยด้วยการพิสูจน์ตัวตนก่อนเข้าใช้ระบบ เช่น การเข้าสู่ระบบด้วย Username และ Password	4.34	0.77	ดี	10
ข้อมูลในระบบ มีความปลอดภัย ผู้ไม่ได้รับอนุญาตไม่สามารถเข้าถึงได้	4.44	0.71	ดี	7
เฉลี่ยรวม	4.47	0.68	ดี	

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านกิ๊ฟการ์ด อำเภอเมือง จังหวัดเลย พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.47$, S.D= 0.68) โดยประเมินจำแนกผลมากไปหาน้อย คือ ระยะเวลาในการเข้าถึงข้อมูลเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.66$, S.D= 0.77) การจัดวางตำแหน่งภาพประกอบมีความสวยงามและเหมาะสมด้านการออกแบบหน้าจอของระบบ ($\bar{X} = 4.57$, S.D= 0.64) ข้อมูลมีความถูกต้อง ครบถ้วน และเชื่อถือได้ ($\bar{X} = 4.54$, S.D= 0.61) การจัดวางองค์ประกอบของหน้าเว็บไซต์เหมาะสม ($\bar{X} = 4.52$, S.D= 0.60) ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร อ่านได้ง่ายและสวยงาม ($\bar{X} = 4.51$, S.D= 0.62) ความสวยงาม ความทันสมัย และน่าสนใจของระบบ ($\bar{X} = 4.49$, S.D= 0.70) ข้อมูลในระบบมีความปลอดภัย ผู้ไม่ได้รับอนุญาตไม่สามารถเข้าถึงได้ ($\bar{X} = 4.44$, S.D= 0.71) การจัดการวางแผนและรูปแบบง่ายต่อการอ่าน ($\bar{X} = 4.38$, S.D= 0.71) ลักษณะของสีสันทันและพื้นหลังมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.37$, S.D= 0.72) และการเข้าใช้งานระบบมีความปลอดภัยด้วยการพิสูจน์ตัวตนก่อนเข้าใช้ระบบ เช่น การเข้าสู่ระบบด้วย Username และ Password ($\bar{X} = 4.34$, S.D= 0.77)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องการพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ร้านกิฟการ์ด จังหวัดเลย อภิปรายผลได้ดังนี้

1. เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ร้านกิฟการ์ด จังหวัดเลย ช่วยเพิ่มช่องทางในการขายสินค้า ช่วยประชาสัมพันธ์ร้านค้า ส่งเสริมการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ นภารัตน์ ฐิพร และ คณะ (2565) ได้วิจัยเรื่องการพัฒนากระบวนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ กาแฟ วิสาหกิจชุมชนบ้านถ้ำสิงห์ จังหวัดชุมพร ได้นำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้นมาช่วยสร้างความสะดวก สามารถเพิ่มช่องทางการกระจายผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าอย่างทั่วถึงและสามารถเพิ่มรายได้และปริมาณในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ทำให้ชุมชนมีได้รายได้เพิ่มมากขึ้น

2. การประเมินประสิทธิภาพของระบบจากผู้เชี่ยวชาญ ในการใช้งานเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้านกิฟการ์ด จังหวัดเลย พบว่า ประสิทธิภาพของระบบภาพรวมอยู่ในระดับดี ด้านความปลอดภัยของระบบมีความพึงพอใจเป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากผู้วิจัยได้คำนึงถึงความปลอดภัยในการเข้าใช้งานระบบที่ผู้ดูแลระบบ สมาชิกจะต้องเข้าสู่ระบบก่อนเข้าใช้งานสามารถจัดการข้อมูล และทำธุรกรรมซื้อ ขายสินค้าได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไหมคำ ต้นติปทุม (2562) ได้พัฒนาระบบสารสนเทศการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ที่ผู้บริหาร อาจารย์ เจ้าหน้าที่และนักศึกษาจะต้องเข้าสู่ระบบก่อนเข้าใช้งานและสามารถแก้ไขข้อมูลในส่วนของตนเองได้เท่านั้น

3. ความพึงพอใจเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา ร้านกิฟการ์ด จังหวัดเลย พบว่า ความพึงพอใจผู้ใช้ภาพรวมอยู่ในระดับดี ระยะเวลาในการเข้าถึงข้อมูลเป็นไปด้วยความรวดเร็ว การจัดวางตำแหน่งภาพประกอบมีความสวยงามและเหมาะสม ด้านการออกแบบหน้าจอของระบบ ข้อมูลมีความถูกต้อง ครบถ้วน และเชื่อถือได้ การจัดวางองค์ประกอบของหน้าเว็บไซต์ ขนาดตัวอักษร และรูปแบบตัวอักษร อ่านได้ง่ายและสวยงาม ในระดับดีมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากในปัจจุบันยุคสมัยใหม่ต้องการสิ่งที่มีความสวยงาม สีสันสดใส เพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อสินค้า จึงเป็นวิธีเดียวที่จะสามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าว โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพา เพ็งโอ และ อมราวดี เนียมศรี (2565) ที่ได้พัฒนาระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ กรณีศึกษา: ร้านน้ำฝนเบเกอรี่ ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบสรุปผลว่า เว็บไซต์สามารถทำงานได้ตรงตามความต้องการที่วางไว้ และสามารถที่จะแก้ไขปัญหาข้างต้นได้จริง และยังสอดคล้องกับ สุบิน พุทโสม และ จิระภา จันทรว (2564) ที่กล่าวไว้ว่าการออกแบบเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพจะสามารถทำให้ลูกค้าจะเกิดความจงรักภักดีทางพฤติกรรมและความจงรักภักดีทางทัศนคติอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์วรรณกรรม เอกสารต่างๆ และการสอบถามถึงความต้องการทางด้านเทคโนโลยีที่จะเข้ามาช่วยในการส่งเสริมการขายสินค้า พบว่า มีความต้องการระบบ คือ ระบบจัดการประเภทและจัดการสินค้า ระบบตะกร้าสินค้า ระบบแจ้งชำระเงิน การออกใบเสร็จ และการสมัครสมาชิกเพื่อทำการซื้อขายสินค้า รวมถึงระบบแจ้งเลขพัสดุเพื่อติดตามการส่งพัสดุ โดยการวิเคราะห์ระบบนั้นทำตามกระบวนการ SDLC (System Development Life Cycle)

ผลการประเมินระบบจากผู้เชี่ยวชาญพบว่า ผลประเมินภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.48$, S.D= 0.62) อยู่ในเกณฑ์ดี และผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน พบว่า ผู้ใช้มีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.47$, S.D= 0.68)

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีระบบโปรโมชั่นเพื่อให้ลูกค้าสามารถนำคูปองมาเป็นส่วนลดในการซื้อครั้งต่อไปได้
2. ควรปรับปรุงเนื้อหาให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งานอยู่ตลอดเวลา
3. ควรเข้าสู่ระบบได้ด้วยแอปพลิเคชันอื่น
4. ควรศึกษาถึงเครื่องมือสังคมออนไลน์อื่นๆ เพื่อทำการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม
5. ในการพัฒนาระบบครั้งต่อไป อาจจะพัฒนาในรูปแบบของระบบปฏิบัติการ Android หรือ IOS เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ณิชนันท์ จงใจสิทธิ และ วชิรภรณ์ ดีสุทธิ. (2564). การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP อำเภอผาขาว จังหวัดเลย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 16(57), 100-109.
- นภารัตน์ ชูไพร, เอกกรินทร์ วิจิตรพันธ์, พิมพ์ชนก แก้วอุดม และ ชุตินา ยอดเกื้อ. (2565). การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับเพิ่ม ช่องทางการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์กาแฟวิสาหกิจชุมชน บ้านถ้ำสิงห์ จังหวัดชุมพร. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 24(3), 39-49.
- ใหม่คำ ต้นติปทุม. (2562). การพัฒนาระบบสารสนเทศการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์*, 14(2), 59-72.
- ยุพา เพ็งโอ และ อมรชาติ เนียมศรี. (2565). ระบบเว็บไซต์สั่งซื้อเบเกอรี่ออนไลน์ กรณีศึกษา: ร้านน้ำฝนเบเกอรี่. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 4(1), 32-46.
- ละอียด ศิลาน้อย. (2560). การใช้สูตรทางสถิติ(ที่ถูกต้อง) ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณในทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 12(2), 50-61.
- สุบิน พุทโสม และ จิระภา จันทร์บัว. (2564). อิทธิพลของความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์ความพึงพอใจในการซื้อสินค้าออนไลน์และความภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ซ้ำ. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 27(2), 57-73.

ผู้ให้สัมภาษณ์

- จิระนันท์ สาทอม. (2565, 24 พฤศจิกายน). ผู้ประกอบการร้านร้านกิฟการ์ด จังหวัดเลย. [สัมภาษณ์].

การบริหารการผลิตโดยการประยุกต์ใช้เทคนิค PERT/CPM และแนวคิดแบบลีนของ
ผู้ประกอบการโอท็อป: กรณีศึกษา บ้านง่าน้ำพริกน้ำเงี้ยว อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย
Production Management by Applying PERT/CPM Techniques and Lean Concepts
of OTOP Entrepreneurs: A Case Study of Aunt Nang Nam Prik Nam Ngiao,
Mueang Chiang Rai District, Chiang Rai Province

ธนีษฐ เรือการ¹ นิชพัฒน์ ปิตินิยมโรจน์^{1*} ชไมพร รัตนเจริญชัย²

Taneenuch Reokarn¹ Nichaphan Pitiniyomrot^{1*} Chamaipon Ratanacharoenchai²

Corresponding Author's Email: sangduan_MG@rmutl.ac.th

(Received: July 20, 2023; Revised: December 2, 2023; Accepted: December 6, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการผลิตน้ำพริก โดยการวิเคราะห์และสร้างข่ายงานกิจกรรมของกระบวนการผลิตน้ำพริก และประยุกต์ใช้แนวคิดแบบลีนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการของผู้ประกอบการโอท็อป กรณีศึกษา บ้านง่าน้ำพริกน้ำเงี้ยว อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบวินิจฉัยสถานประกอบการ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่ากระบวนการผลิตจำแนกออกเป็น 4 กิจกรรมหลัก ได้แก่ กระบวนการเตรียมวัตถุดิบ กระบวนการบดวัตถุดิบ กระบวนการคั่วน้ำพริก และกระบวนการบรรจุน้ำพริก เมื่อทำการวิเคราะห์ข่ายงานกิจกรรมของกระบวนการผลิตด้วยเทคนิค PERT/CPM พบว่า กิจกรรมการผลิต 12 กิจกรรม เป็นกิจกรรมวิกฤตที่เกิดจากการรอคอยงาน ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการผลิตแบบลีนมาประยุกต์ใช้เพื่อลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต ด้วยหลักการ ECRS โดยใช้หลักการตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นในกระบวนการผลิต เพื่อให้เวลาการทำงานสั้นลง สามารถลดระยะเวลาในกระบวนการเตรียมวัตถุดิบผลิตจาก 420 นาที เหลือเพียง 210 นาที ซึ่งจะส่งผลให้กระบวนการผลิตของผู้ประกอบการมีประสิทธิภาพการผลิตเพิ่มขึ้น

คำสำคัญ: การบริหารการผลิต เทคนิค PERT/CPM แนวคิดแบบลีน ผู้ประกอบการ

Abstract

The purpose of this research was to study the curry paste production process by analyzing and creating a network of the curry paste production process and to apply the Lean concept to improve the process efficiency of OTOP Entrepreneurs: A Case Study of Aunt Nang Nam Prik Nam Ngiao, Mueang Chiang Rai District, Chiang Rai Province. This research was a qualitative research based on participatory action by using in-depth interview with semi-structured, business diagnosis and participatory observations. The results showed that there are 4 major production process which were raw material preparation, raw material grinding, chili roasting, and curry paste packaging. When analyzing the activity network of the production process by using PERT/CPM techniques, it was found that 12 production activities were critical activities that caused by time wasted. Therefore, the researcher applied the Lean Production Concept to decrease production process wasting by eliminating unnecessary process with ECRS that caused the raw material preparation process to spend less time from 420 minutes to 210 minutes. This will help to improve the production process efficiency.

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ วิชาเอกการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

² อาจารย์ประจำหลักสูตรการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

¹ Lecturers, Business Administration Program, Major in Business Management, Rajamangala University of Technology Lanna Chiangrai

² Lecturer, Accounting Program, Rajamangala University of Technology Lanna Chiangrai

Keywords: production management, PERT/CPM techniques, Lean concepts, entrepreneurs

ความเป็นมาของปัญหา

พริกแกงนับเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์โอท็อปที่สำคัญของไทยเนื่องจากอาหารประเภทแกงต่างๆ เป็นอาหารหลักของทุกภาคของประเทศไทย (สำนักหอสมุดและศูนย์สารสนเทศวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2556) ซึ่งในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริกแกงยังเป็นผลิตภัณฑ์โอท็อปของจังหวัดเชียงรายที่สามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชน จากข้อมูลของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงรายในปี พ.ศ. 2563 พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่เป็นโอท็อป 5 ดาว มีจำนวนทั้งสิ้น 145 รายการ โดยผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำพริกได้รับการคัดสรรจำนวน 12 รายการ (คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดเชียงราย, 2564) และในปี พ.ศ. 2564 รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอท็อป อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จำนวน 1,329,614,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 83.78 ของเป้าหมายรายได้ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย, 2566)

จังหวัดเชียงรายมีผลิตภัณฑ์พริกแกงสำหรับน้ำเงี้ยวซึ่งเป็นอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดได้รับความนิยมในการบริโภคทั้งคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์บ้านงน้ำพริกน้ำเงี้ยว ถือเป็นผู้ประกอบการโอท็อปกลุ่มน้ำพริกน้ำเงี้ยวเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในจังหวัดเชียงรายและสามารถจำหน่ายไปในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ อย่างไรก็ตามพบว่ากระบวนการผลิตน้ำพริกน้ำเงี้ยวบ้านงมีกรรมวิธีจากภูมิปัญญาดั้งเดิม ซึ่งผู้ผลิตปัจจุบันเป็นรุ่นที่ 2 มีความต้องการปรับปรุงกระบวนการให้มีประสิทธิภาพรองรับการขยายกำลังการผลิตในอนาคต ตลอดจนเป็นการเตรียมความพร้อมในการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากประเด็นปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นในการศึกษาถึงแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตและการนำแนวคิดการบริหารการผลิตและการจัดการต้นทุน ผลที่ได้จากการศึกษาจะนำไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารการผลิตและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ ตลอดจนเป็นต้นแบบให้กับผู้ประกอบการโอท็อปรายอื่นๆ ส่งผลถึงการพัฒนาคุณภาพและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการผลิตน้ำพริกแกง
2. เพื่อวิเคราะห์และสร้างข่ายงานกิจกรรมของกระบวนการผลิตน้ำพริกแกง
3. เพื่อประยุกต์ใช้แนวคิดแบบลีนในการบริหารการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research) เพื่อศึกษากระบวนการผลิตน้ำพริกแกง วิเคราะห์และสร้างข่ายงานกิจกรรมของกระบวนการผลิตน้ำพริกแกง ตลอดจนการประยุกต์ใช้แนวคิดแบบลีนในกระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการโอท็อปที่ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารประเภทน้ำพริก ในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย จำนวนทั้งสิ้น 32 ราย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการโอท็อปที่ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารประเภทน้ำพริก ในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง กำหนดเกณฑ์การเลือกเฉพาะผู้ประกอบการ ที่มีระยะเวลาในการจัดตั้งสถานประกอบการตั้งแต่ 5 ปี ขึ้นไป มีรอบการผลิตในหนึ่งเดือนอย่างน้อย 2 รอบ ขึ้นไป และมีความสนใจหรือมีความสะดวกในการเข้าร่วมงานวิจัย จำนวน 10 ราย จากนั้นคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยคัดเลือกเพียง 1 ราย

เพื่อเป็นกรณีศึกษาคือ กลุ่มบ้านง่าน้ำพริกน้ำเงี้ยว ผู้ประกอบการโอท็อปในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความสนใจและมีความประสงค์จะนำแนวทางการผลิตแบบลีนไปประยุกต์ใช้เพื่อลดความสูญเสียและเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบฉบับที่เก็บข้อมูลด้านกระบวนการผลิต การวิเคราะห์สายงานกิจกรรมการผลิต และแบบวินิจฉัยความสูญเสียในกระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งของข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้สนใจผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) รวมถึงการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเพื่อศึกษากระบวนการผลิตน้ำพริก

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิจัยแบบมีส่วนร่วม ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน นำมาวิเคราะห์สรุปเนื้อหา (Content analysis) และรายงานผลการวิเคราะห์สายงานกิจกรรมการผลิตด้วยเทคนิค PERT/CPM (สุทธิมา ชำนาญเวช, 2559) นำเสนอผลการวิเคราะห์สายงานกิจกรรมการผลิต และการประยุกต์ใช้แนวคิดแบบลีนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตของผู้ประกอบการ

6. การประยุกต์ใช้แนวคิดแบบลีน

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตของผู้ประกอบการด้วยการใช้หลักการ 5W1H ร่วมกับหลักการ ECRS ในการคิดวิเคราะห์แบบแก้ปัญหา จะใช้ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน มีรายละเอียด ปัญหาคืออะไร หรืออะไรคือปัญหา โดยการตั้งคำถามเป็นขั้นตอนตามลำดับดังนี้ Who ใคร (ในเรื่องนั้นมีใครบ้าง) What ทำอะไร (แต่ละคนทำอะไรบ้าง) Where ที่ไหน (เหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำนั้นอยู่ที่ไหน) When เมื่อไหร่ (เหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำนั้นทำเมื่อวัน เดือน ปี ไດ) Why ทำไม (เหตุใดจึงได้ทำสิ่งนั้นหรือเกิดเหตุการณ์นั้นๆ) How อย่างไร (เหตุการณ์หรือสิ่งที่ทำนั้นทำเป็นอย่างไรบ้าง) ในส่วนของการลดความสูญเสียจะใช้หลักการ ECRS เป็นหลักการที่ประกอบด้วยการจัดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น (Eliminate) การรวมขั้นตอนไว้ด้วยกัน (Combine) การจัดเรียงกระบวนการผลิตใหม่ (Rearrange) และการทำให้ง่ายลดขั้นตอนที่ยุ่งยากและซ้ำซ้อน (Simplify) ซึ่งเป็นหลักการง่ายๆ ที่สามารถใช้ในการเริ่มต้นลดความสูญเสียเปล่าหรือ MUDA ลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการวิจัย

จากการศึกษา พบว่า บ้านง่าน้ำพริกน้ำเงี้ยว ได้ดำเนินกิจการมาแล้ว 30 ปี ผลิตภัณฑ์หลักคือ น้ำพริกน้ำเงี้ยว บรรจุถุงซีลพร้อมโลโก้ มี 2 ขนาดบรรจุ คือ ขนาด 80 กรัม ราคา 10 บาท และ ขนาด 500 กรัม ราคา 55 บาท กำลังการผลิตปกติสามารถผลิตน้ำพริกน้ำเงี้ยวได้จำนวน 120 กิโลกรัม/รอบ โดยผลิตสัปดาห์ละ 3 รอบ ในหนึ่งสัปดาห์ผลิตได้ 360 กิโลกรัม/สัปดาห์ คิดเป็น 1,440 กิโลกรัม/เดือน ปัจจุบันมีแรงงาน 2 คน และมีการนำเครื่องจักรมาใช้ในการกระบวนการผลิต ได้แก่ เครื่องโม่พริกแกง เครื่องกวนใหญ่ เครื่องกวนเล็ก เครื่องซีลสุญญากาศ จากการศึกษากิจกรรมการผลิตสามารถแบ่งได้ 4 กระบวนการหลัก ได้แก่ กระบวนการเตรียมวัตถุดิบ กระบวนการบดวัตถุดิบ กระบวนการคั่วน้ำพริก และกระบวนการบรรจุน้ำพริก โดยมีรายละเอียดของกิจกรรมย่อยในกระบวนการผลิต แสดงดังตารางที่ 1

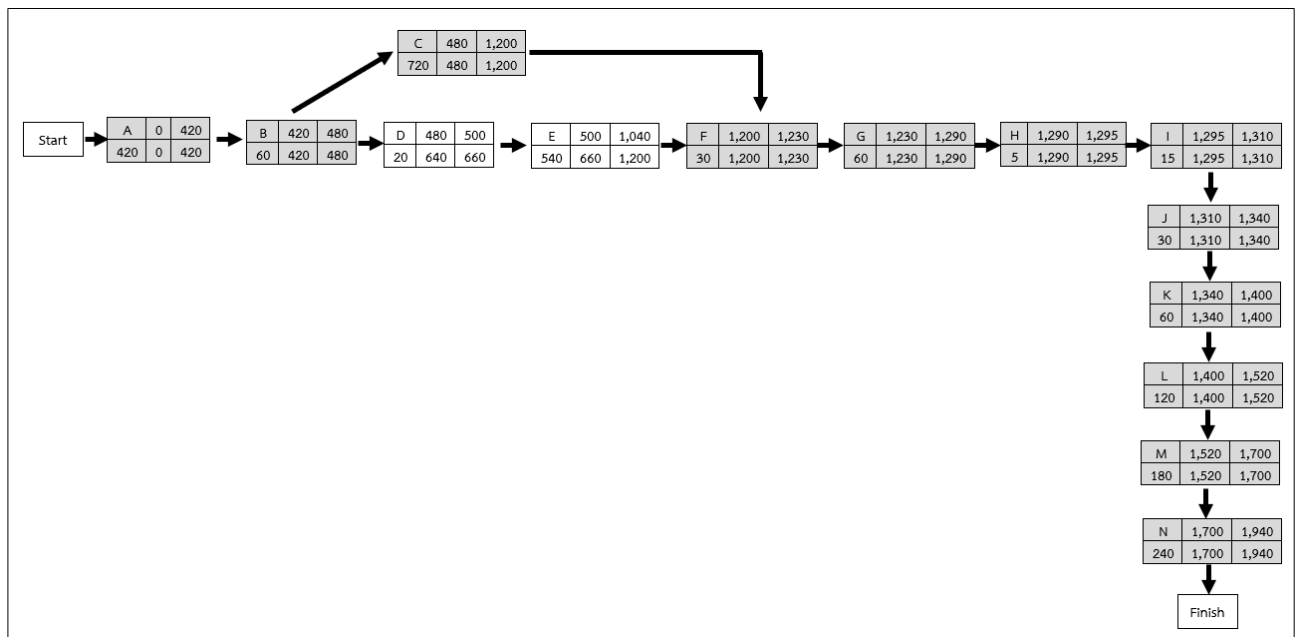
ตารางที่ 1 กิจกรรมของกระบวนการผลิตของกลุ่มบ้านง้ำน้ำพริกน้ำเงี้ยว

ที่	กิจกรรม	รายละเอียดกิจกรรม	กิจกรรมที่ทำ ก่อนหน้า	ระยะเวลา (นาที)
1	A	ปอกเปลือกและหั่นหอมแดง	-	420
2	B	ล้างกระเทียม ผึ่งให้แห้ง	A	60
3	C	นำหอมแดง กระเทียม เก็บแช่ตู้เย็น เตรียมผลิตวันถัดไป	B	720
4	D	ล้างพริกแห้งจินดาและพริกเค็ดใหญ่	B	20
5	E	ผึ่งพริกในตะกร้าให้แห้ง พักไว้ 1 คืน	D	540
6	F	คลุกวัตถุดิบหลักเข้ากัน (พริกแห้ง หอมแดง กระเทียม)	C , E	30
7	G	บดพริกและวัตถุดิบหลักที่คลุกไว้ทั้งหมด	F	60
8	H	เปิดเตาแก๊สเครื่องกวน ใส่น้ำมันพืชลงไป รอให้ร้อน	G	5
9	I	คั่วถั่วเน่าสดให้สุก	H	15
10	J	คั่วน้ำพริกและวัตถุดิบที่เหลือ (พริกแกงบด กะปิ ถั่วเน่าป่น เกลือ) ปิดเตาแก๊ส	I	30
11	K	คั่วน้ำพริกน้ำเงี้ยวหลังปิดเตาแก๊ส เพื่อให้พริกแกงแห้ง	J	60
12	L	คั่วน้ำพริกน้ำเงี้ยวเพื่อให้ความร้อนคลายตัวลง	K	120
13	M	พักน้ำพริกน้ำเงี้ยวให้เย็นตัวลงก่อนบรรจุ	L	180
14	N	บรรจุน้ำพริกน้ำเงี้ยวเพื่อรอจำหน่าย	M	240

จากตารางที่ 1 ผลจากการศึกษากระบวนการผลิตพบว่า กระบวนการผลิตน้ำพริกน้ำเงี้ยว ประกอบด้วยกิจกรรมย่อยที่ต้องทำทั้งหมด 14 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรม A-N ซึ่งแต่ละกิจกรรมย่อยใช้เวลาแตกต่างกัน โดยกิจกรรมที่ใช้เวลานานที่สุดคือ กิจกรรมการเตรียมวัตถุดิบ

จากนั้นจึงนำกิจกรรมของกระบวนการผลิตทั้งหมดมาวิเคราะห์หาข่ายงาน จากข้อมูลที่ได้ในตารางที่ 1 สามารถนำมาสร้างข่ายงานความสัมพันธ์ก่อนหลัง และวิเคราะห์ข่ายงานด้วยเทคนิค CPM ผลการวิเคราะห์ข่ายงานของกิจกรรมย่อย A-N พบว่า กระบวนการผลิตพริกแกงน้ำเงี้ยวใช้เวลาทั้งหมด 1,940 นาที หรือ 32 ชั่วโมง 19.80 นาที สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ข่ายงานกิจกรรมของกระบวนการผลิต ดังภาพที่ 2

จากนั้นทำการวิเคราะห์ข่ายงานเพื่อหากิจกรรมวิกฤตของกระบวนการผลิต โดยพิจารณาจากเวลาดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของกระบวนการผลิต ทั้งกำหนดเวลาอย่างเร็วที่สุด และกำหนดเวลาอย่างช้าที่สุด พบว่า กิจกรรมการผลิต A-N ทั้ง 14 กิจกรรมย่อย เป็นกิจกรรมวิกฤตจำนวน 12 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรม A, B, C, F, G, H, I, J, K, L, M, N สามารถสรุปเวลาการดำเนินงานของกิจกรรมย่อยในกระบวนการผลิต แสดงดังตารางที่ 2



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์ข่ายงานกิจกรรมของกระบวนการผลิตน้ำพริกน้ำเงี้ยวของกลุ่มบ้านงน้ำพริกน้ำเงี้ยว

ตารางที่ 2 ตารางกำหนดเวลาดำเนินการผลิตของกลุ่มบ้านงน้ำพริกน้ำเงี้ยว

กิจกรรม	T	ES	EF	LS	LF	TS	งานวิกฤต
A	420	0	420	0	420	0	✓
B	60	420	480	420	480	0	✓
C	720	480	1,200	480	1,200	0	✓
D	20	480	500	640	660	160	-
E	540	500	1,040	660	1,200	160	-
F	30	1,200	1,230	1,200	1,230	0	✓
G	60	1,230	1,290	1,230	1,290	0	✓
H	5	1,290	1,295	1,290	1,295	0	✓
I	15	1,295	1,310	1,295	1,310	0	✓
J	30	1,310	1,340	1,310	1,340	0	✓
K	60	1,340	1,400	1,340	1,400	0	✓
L	120	1,400	1,520	1,400	1,520	0	✓
M	180	1,520	1,700	1,520	1,700	0	✓
N	240	1,700	1,940	1,700	1,940	0	✓

จากภาพที่ 2 และตารางที่ 2 ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ในกระบวนการผลิตพริกแกงน้ำเงี้ยวใช้เวลาในการผลิตทั้งหมด 32 ชั่วโมง 19.80 นาที เส้นทางวิกฤต คือ A-B-C-F-G-H-I-J-K-L-M-N โดยกิจกรรมที่เป็นกิจกรรมวิกฤตรวม 12 กิจกรรม ซึ่งทางกลุ่มจะต้องให้ความสำคัญและควบคุมการผลิตในกิจกรรมวิกฤตให้เป็นไปตามระยะเวลาที่กำหนด หากกระบวนการผลิตของกิจกรรมวิกฤตไม่เป็นไปตามเวลาที่กำหนด จะส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิตที่ต้องล่าช้าออกไป ผลจากการวิเคราะห์นำไปสู่แนวทางการบริหารการผลิตด้วยแนวคิดแบบลีนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

ผลการศึกษาการนำแนวคิดลีนมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต โดยเริ่มต้นจากการวินิจฉัยสถานประกอบการเพื่อสำรวจความสูญเสียในกระบวนการผลิต โดยการวิเคราะห์ร่วมกับผลที่ได้จากกระบวนการวิเคราะห์ทำงานในกระบวนการผลิต มาประเมินกิจกรรมเพื่อให้สามารถระบุกิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่าและนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการผลิตโดยใช้เครื่องมือตามแนวคิดการผลิตแบบลีน ได้แก่ แนวคิด 5W1H พร้อมทั้งใช้แนวคิด ECRS เพื่อกำหนดแนวทางแก้ไข เปรียบเทียบเวลาในการผลิต และจำนวนกิจกรรมของกระบวนการผลิตระหว่างก่อนการปรับปรุงและหลังการปรับปรุง สรุปผลการวิจัย เพื่อนำเสนอเป็นแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการผลิตน้ำพริกน้ำเงี้ยวของผู้ประกอบการที่ใช้เป็นกรณีศึกษา ได้แก่ ผลกระทบที่น้ำพริกน้ำเงี้ยวบ้านาง สามารถแสดงผลการศึกษารายการตามกระบวนการวิจัยในส่วนของการนำแนวคิดการผลิตแบบลีนไปใช้ในการลดความสูญเสียในกระบวนการผลิตได้แบ่งเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์การสังเกตและศึกษากระบวนการผลิตวินิจฉัยสถานประกอบการเพื่อสำรวจและค้นหาความสูญเสียในกระบวนการผลิต เพื่อนำสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตน้ำพริกน้ำเงี้ยวตามแนวคิดแบบลีน ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการวินิจฉัยสถานประกอบการเพื่อค้นหาความสูญเสียในกระบวนการผลิต

คำถามเพื่อการสำรวจตามแนวคิด LEAN	คำตอบ		กระบวนการความสูญเสียที่พบ
	ใช่	ไม่ใช่	
1. มีของเสียเกิดในกระบวนการทำงาน เช่น ผลผลิตไม่ตรงตามมาตรฐานของลูกค้า		✓	
2. การผลิตของเสียซ้ำทำให้งานช้าลงเพราะต้องเสียเวลาซ่อมแซมและทำงานซ้ำ		✓	
3. มีการผลิตมากเกินความจำเป็น		✓	
4. เกิดการรอคอยในกระบวนการ (รอคน รอ เครื่องจักร รอวัตถุดิบ รอข้อมูลข่าวสาร)	✓		ในกระบวนการผลิตต้องมีกิจกรรมที่ต้องล้างวัตถุดิบและนำไปผึ่งให้แห้งก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิต นอกจากนี้กลุ่มมีผู้ผลิตเพียง 2 คน จึงทำให้ต้องมีการรอกอยงานระหว่างผลิต
5. ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์		✓	
6. การขนย้ายที่ไม่จำเป็น เช่น การขนย้ายวัตถุดิบ, สิ่งของ ซึ่งมีระยะทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง	✓		การเคลื่อนย้ายของวัตถุดิบทั้งก่อนและระหว่างกระบวนการที่มีระยะทางและเวลานานเกินไป ที่เกิดจากที่เก็บวัตถุดิบและเครื่องจักรไม่ได้อยู่ใกล้กัน หรือแม้กระทั่งตั้งของเครื่องจักรในกระบวนการผลิตมีการจัดเรียงอย่างไม่เหมาะสมทำให้ต้องเดินย้อนไปย้อนมา
7. การมีสินค้าคงคลังมากเกินความจำเป็น		✓	
8. มีการเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็น		✓	
9. มีกระบวนการที่ซับซ้อนมากเกินความจำเป็น		✓	

ผลการค้นหาความสูญเสียในกระบวนการผลิต จากตารางที่ 3 พบความสูญเสียในการรอกอยในขั้นตอนการผลิตที่เกิดจากกิจกรรมการเตรียมวัตถุดิบขั้นตอนการล้างพริกและหอมแดง หลังจากนั้นต้องนำมาผึ่งให้แห้งเพื่อเตรียมสู่กระบวนการบดละเอียดซึ่งเป็นขั้นตอนที่ต้องเกิดการรอกอย เนื่องจากหากวัตถุดิบไม่แห้งจะทำให้เครื่องจักรเกิดการติดขัดและเกิดของเสียใน

กระบวนการบดละเอียด นอกจากนี้ในขั้นตอนการผลิตยังพบความสูญเสียที่เกิดจากการขนย้ายที่ไม่จำเป็น เช่น การขนย้ายวัตถุดิบ, สิ่งของ ซึ่งมีระยะทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเนื่องจากผู้ผลิตมีการผลิตเส้นไหมและน้ำพริกซึ่งใช้พื้นที่ในการผลิตอยู่บนที่เดียวกันทำให้การจัดลำดับการผลิตมีความซับซ้อน มีระยะทางการเคลื่อนย้ายไกลและต้องใช้พื้นที่โรงงานมาก ดังนั้นจึงควรมีการนำแนวคิดการผลิตแบบลีนไปช่วยในการลดความสูญเสียที่เกิดขึ้น

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ขั้นตอนกระบวนการผลิตสามารถแบ่งกระบวนการผลิตน้ำพริกน้ำเงี้ยวออกเป็น 4 กิจกรรมหลักคือ การเตรียมวัตถุดิบและส่วนผสม กระบวนการบดวัตถุดิบ กระบวนการคั่วน้ำพริกและส่วนผสม และขั้นตอนการบรรจุ โดยแต่ละขั้นตอนจะประกอบด้วยกิจกรรมย่อยที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต โดยใช้สัญลักษณ์มาตรฐาน 5 สัญลักษณ์ เพื่อระบุลักษณะงาน คือ การปฏิบัติงาน (O) การเคลื่อนย้าย ($\Rightarrow$) การรอคอย (D) การตรวจสอบ ($\square$) และการเก็บพักถาวร (Δ) จากนั้นทำการวิเคราะห์คุณค่าของกิจกรรมเป็น 3 กลุ่ม คือ

- 1) กิจกรรมที่เพิ่มคุณค่า (VA)
- 2) กิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่า (NVA)
- 3) กิจกรรมที่จำเป็นแต่ไม่เพิ่มคุณค่า (NNVA)

ผลการวิเคราะห์กิจกรรมการผลิตพบว่า กลุ่มบ้านงน้ำพริกน้ำเงี้ยวมีกิจกรรมการผลิตและใช้เวลาในรอบการผลิตสามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์กิจกรรมย่อยของการผลิตน้ำพริกน้ำเงี้ยวของกลุ่มบ้านงน้ำพริกน้ำเงี้ยว

ลำดับ	กิจกรรม	เวลาเฉลี่ย (นาที)	ประเภทกิจกรรม					คุณค่า
ขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบและส่วนผสม								
1	ล้างหอมแดงกระเทียมพริกแห้ง	80	○	⇒	□	△	D	NNVA
2	ผึ่งหอมแดงและกระเทียมให้แห้ง	60	○	⇒	□	△	D	NNVA
3	ปอกเปลือกและหั่นหอมแดง	420	○	⇒	□	△	D	NNVA
4	นำหอมแดงและกระเทียมเก็บแช่ตู้เย็นเพื่อเตรียมผลิตในวันถัดไป	720	○	⇒	□	△	D	NNVA
5	ผึ่งพริกในตะกร้าให้แห้ง พักไว้ 1 คืน	540	○	⇒	□	△	D	NNVA
กระบวนการบดวัตถุดิบ								
6	คลุกส่วนผสมที่เตรียมไว้ให้เข้ากัน (พริกแห้ง หอมแดง และกระเทียม)	30	○	⇒	□	△	D	VA
7	บดพริกและส่วนผสมที่คลุกไว้ทั้งหมด	60	○	⇒	□	△	D	VA
กระบวนการคั่วน้ำพริกและส่วนผสม								
8	คั่วถั่วเน่าสดให้สุก	20	○	⇒	□	△	D	VA
9	คั่วน้ำพริกและส่วนผสมทั้งหมด (น้ำพริกไม่ กะปิ ถั่วเน่าป่น เกลือ)	210	○	⇒	□	△	D	VA
กระบวนการบรรจุน้ำพริกน้ำเงี้ยว								
10	พักน้ำพริกน้ำเงี้ยวให้เย็นตัวลงก่อนบรรจุ	180	○	⇒	□	△	D	NNVA
11	บรรจุน้ำพริกน้ำเงี้ยวเพื่อรอจำหน่าย	120	○	⇒	□	△	D	VA

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์กิจกรรมย่อย พบนงานที่ถือเป็นกิจกรรมที่จำเป็นแต่ไม่เพิ่มคุณค่า (NNVA) ได้แก่ การล้างหอมแดง กระเทียม พริกแห้ง ตลอดจนการนำวัตถุดิบไปตากและผึ่งให้แห้ง การปอกเปลือกหอมแดงและหั่นหอมแดง รวมถึงกิจกรรมการพักน้ำหอมแดงและกระเทียมเก็บแช่ตู้เย็นเพื่อเตรียมผลิตในวันถัดไป หรือผึ่งพริกในตะกร้าให้แห้ง พักไว้ 1 คืน และการพักน้ำพริกน้ำเงี้ยวให้เย็นเพื่อรอบรรจุ ล้วนแล้วแต่เป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดการรอคอยงานในกระบวนการผลิตซึ่งขั้นตอนถัดไปต้องค้นหาสาเหตุและกำหนดแนวทางในการลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต

ขั้นตอนที่ 3 แนวทางการปรับปรุงการทำงานด้วย 5W1H และ ECRS

จากแผนผังกิจกรรมย่อยของกระบวนการผลิตพบว่า มีระยะเวลารอคอยคิดเป็น 25 ชั่วโมง และมีกิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่าจำนวน 6 กิจกรรม และพบว่าส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่เกิดจากการรอคอยโดยเฉพาะการรอคอยในขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบและกระบวนการบรรจุน้ำพริกน้ำเงี้ยว จึงจำเป็นต้องดำเนินการวิเคราะห์เพื่อหาสาเหตุของความสูญเสียเปล่าในกระบวนการผลิตน้ำพริกน้ำเงี้ยว ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการสัมภาษณ์และระดมความคิดร่วมกับผู้ประกอบการ และใช้เครื่องมือ 5W1H เพื่อทำความเข้าใจสาเหตุของปัญหาและความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกระบวนการผลิต ข้อมูลดังแสดงในตารางที่ 5 ซึ่งพบว่า กระบวนการที่ผู้ประกอบการต้องการปรับปรุงและแนวทางการแก้ไขโดยใช้หลักการ ECRS ในการแก้ไขปัญหากิจกรรมที่ไม่เกิดมูลค่าเพิ่มในกิจกรรมการจัดเตรียมวัตถุดิบเพียงกิจกรรมเดียว เนื่องจากกระบวนการพักน้ำพริกให้เย็นลงก่อนทำการบรรจุนั้น เป็นขั้นตอนที่ส่งผลกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงไม่ได้มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการเพื่อเป็นการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่จะส่งมอบให้แก่ลูกค้า

ตารางที่ 5 คำถาม 5W1H และแนวทางการปรับปรุง ECRS กิจกรรมการจัดเตรียมวัตถุดิบบ้านง่าน้ำพริกน้ำเงี้ยว

หัวข้อ	5W1H	คำตอบ	ปัญหาที่เกิดขึ้น	หลักเกณฑ์ ECRS
วัตถุประสงค์	What	ปอกเปลือกกระเทียมและหั่นหอมแดง นำเก็บแช่ตู้เย็น	ผู้ประกอบการใช้เวลานานในการปอกและหั่นหอมแดง (420 นาที) และมีการนำเข้าสู่เย็นเพื่อพักรอการผลิต ซึ่งเป็นกระบวนการผลิตที่มีขั้นตอนที่ใช้เวลานานที่สุดทำให้เสียพื้นที่การจัดเก็บ	ใช้หลักการตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นในกระบวนการผลิต (Eliminate) เพื่อลดระยะเวลาในการทำงานให้สั้นลง และตัดขั้นตอนของการนำหอมแดงไปแช่ไว้ในตู้เย็นซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนพื้นที่ในการจัดเก็บ
	Why	เพื่อเตรียมผลิตในวันถัดไป		
สถานที่	Where	จุดเตรียมวัตถุดิบ		
	Why	พื้นที่เตรียมวัตถุดิบ/ตู้แช่เย็น		
ลำดับขั้นตอน	When	ล้าง ปอก หั่น พักคอยหอมแดง 1 วัน ก่อนการผลิต		
	Why	จัดเตรียมก่อนการผลิตในวันถัดไปก่อน		
คน	Who	ผู้ผลิต		
เครื่องจักร	Why	มีดปอกหั่นหอมแดง		
วิธีปฏิบัติงาน	How	ล้าง ปอก หั่น พักคอยหอมแดง		
	Why	นำเข้าสู่กระบวนการผสมและบดในวันถัดไป		

จากตารางที่ 5 เพื่อหาแนวทางการปรับปรุงกระบวนการผลิตด้วยหลักการ ECRS พบว่า กิจกรรมการจัดเตรียมวัตถุดิบต้องผ่านกระบวนการล้างและทำความสะอาดวัตถุดิบและผึ่งให้แห้งก่อนนำเข้าสู่กระบวนการบดและคั่วน้ำพริก โดยปกติผู้ผลิตจะใช้เวลาจัดเตรียมวัตถุดิบล่วงหน้า 1 วัน ก่อนเริ่มกระบวนการบดคั่วและบรรจุน้ำพริก ดังนั้น 1 รอบการผลิตจึงใช้เวลาประมาณ 2 วัน ดังนั้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตจึงต้องมีการปรับกระบวนการทำงานให้กิจกรรมการจัดเตรียมวัตถุดิบในส่วนของการปอก การล้าง และการหั่นหอมแดง ซึ่งใช้เวลานานถึง 420 นาที ตลอดจนการนำไปพักคอยในตู้เย็น ซึ่งทำให้เกิดการสิ้นเปลืองพื้นที่ในการจัดเก็บ จึงควรใช้หลักการตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นในกระบวนการผลิต (Eliminate) เพื่อลดระยะเวลาในการทำงานให้สั้นลง โดยการตัดขั้นตอนการหั่นหอมแดง และใช้กระบวนการบดหยาบหอมแดงก่อนการนำไปคลุกผสมรวมกับวัตถุดิบอื่นๆ ก่อนขั้นตอนการบด

รวมวัตถุดิบ ซึ่งใช้เวลาเพิ่มเพียง 10 นาที ทำให้ผู้ประกอบการประหยัดเวลาไปครึ่งหนึ่งหรือคิดเป็น 210 นาที ในกิจกรรมการจัดเตรียมวัตถุดิบและสามารถลดพื้นที่ในการจัดเก็บในตู้เย็น

ขั้นตอนที่ 4 การสรุปสถานการณ์ดำเนินงานหลังจากมีการปรับปรุงกระบวนการผลิตและลดความสูญเสียด้วยแนวคิดแบบลีน

ตารางที่ 6 สรุปสถานะภายหลังการปรับปรุงกิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่า บำบัดน้ำพริกน้ำเงี้ยว

กิจกรรม	เวลาเฉลี่ย (นาที)		หลักเกณฑ์ ECRS	สถานะ	ปัจจัยเพิ่มเติม
	ก่อนปรับปรุง	หลังปรับปรุง			
การล้าง ปอกหอม หั่นหอมแดง นำไปพักคอยในตู้เย็น	420	210	ใช้หลักการตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นในกระบวนการผลิต (Eliminate)	เพื่อลดระยะเวลาในการทำงานให้สั้นลง ลดพื้นที่ในการจัดเก็บในตู้เย็น	แบ่งรอบการผลิตเป็น 2 ช่วงเช้าและเย็น เพื่อลดกระบวนการรอคอย

จากตารางที่ 6 สรุปสถานะของกิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่า (NNVA) ในกระบวนการผลิตของกลุ่มบ้านง่าน้ำพริกน้ำเงี้ยวที่สามารถดำเนินการปรับปรุงได้ทันทีจำนวน 1 กิจกรรม โดยใช้หลักการตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นในกระบวนการผลิต (Eliminate) ออกด้วยการตัดขั้นตอนการหั่นซอยหอมแดงออกและใช้การบดหอมแดงด้วยเครื่องบดที่กิจการมีใช้งานอยู่แล้ว ซึ่งส่งผลให้ระยะเวลาในการผลิตลดลงจาก 420 นาที เป็น 210 นาที โดยปรับกระบวนการหลังจากล้างหอมแดง จะฝังให้แห้งโดยจะยังไม่บดจนกว่าจะเริ่มการผลิตในวันถัดไป เพื่อลดพื้นที่การจัดเก็บหอมแดงในตู้เย็น

อภิปรายผล

จากการศึกษาการบริหารการผลิตโดยการประยุกต์ใช้เทคนิค PERT/CPM และแนวคิดแบบลีนของผู้ประกอบการโอท็อป: กรณีศึกษา บ้านง่าน้ำพริกน้ำเงี้ยว อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย สามารถอภิปรายผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษากระบวนการผลิตน้ำพริกแกง

ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการผลิตน้ำพริกแกงมีขั้นตอนทั้งหมด 14 ขั้นตอน ผู้วิจัยจึงได้ทำการวิเคราะห์ขั้นตอนกระบวนการผลิตสามารถแบ่งกระบวนการผลิตน้ำพริกน้ำเงี้ยวออกเป็น 4 กิจกรรมหลักคือ การเตรียมวัตถุดิบและส่วนผสม กระบวนการบดวัตถุดิบ กระบวนการคั่วน้ำพริกและส่วนผสม และขั้นตอนการบรรจุ และสามารถสรุปได้ว่าความสูญเสียในกระบวนการผลิตในกิจกรรมการจัดเตรียมวัตถุดิบ รวมถึงกิจกรรมการพักน้ำพริกน้ำเงี้ยวให้เย็นเพื่อรอบรรจุ ล้วนแล้วแต่เป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดการรอคอยงานในกระบวนการผลิต ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกเอาความสูญเสียที่เกิดขึ้นในกิจกรรมดังกล่าวมาดำเนินการลดความสูญเสียเนื่องจากเป็นกิจกรรมที่สามารถดำเนินการได้ทันทีและไม่มีข้อจำกัดในการปรับปรุงงาน จึงนำไปสู่การค้นหาสาเหตุและกำหนดแนวทางในการลดความสูญเสียในขั้นตอนถัดไป

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การวิเคราะห์และสร้างข่ายงานกิจกรรมของกระบวนการผลิตน้ำพริกแกง

จากการศึกษากระบวนการผลิตโดยวิเคราะห์ข่ายงานกิจกรรมของกระบวนการผลิตด้วยเทคนิค PERT/CPM แล้วพบว่ากิจกรรมการผลิตส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมวิกฤตที่เกิดจากการรอคอยงาน ซึ่งหากกิจกรรมการผลิตใดเกิดความล่าช้าใช้เวลานานและไม่เป็นไปตามแผนการผลิต จะส่งผลกระทบต่อระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตสินค้าโดยรวมทั้งหมดที่ต้องเสร็จสิ้นล่าช้าตามไปด้วย ดังนั้น ทางกลุ่มผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญและควบคุมการผลิตในกิจกรรมวิกฤตให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ยังพบว่าบางขั้นตอนยังเกิดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการผลิต จึงนำไปสู่การนำแนวคิดลีนไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทราพร ศิริพันธ์ (2562) ที่ได้พบว่าแนวทางการพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จังหวัดบุรีรัมย์ ควรพัฒนาการวางแผนการผลิต

เน้นการรักษาคุณภาพและปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้า นำนวัตกรรมเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบวนการผลิต พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย ขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การประยุกต์ใช้แนวคิดแบบลีนในการบริหารการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิต

ในการนำแนวคิดการผลิตแบบลีนมาประยุกต์ใช้เพื่อลดความสูญเสียในกระบวนการผลิต จากการดำเนินการวิจัยเพื่อหาแนวทางการปรับปรุงการทำงานด้วยคำถาม 5W1H เพื่อค้นหาสาเหตุและแนวทางแก้ไขปัญหาด้วยหลักการ ECRS ทำได้โดยใช้หลักการตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นในกระบวนการผลิต (Eliminate) เพื่อลดระยะเวลาในการทำงานให้สั้นลง และตัดขั้นตอนของกระบวนการที่ซ้ำซ้อน ซึ่งทำให้เกิดการประหยัดเวลาและพื้นที่จัดเก็บในตู้เย็นสามารถใช้พื้นที่ในการเก็บวัตถุดิบ ผลการดำเนินงานสามารถลดระยะเวลาในกระบวนการผลิตจาก 420 นาที เหลือเพียง 210 นาที จากกรณีดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าการปรับปรุงกระบวนการผลิตด้วยการลดความสูญเสียเปล่าโดยประยุกต์ใช้แนวคิดลีนส่งผลให้สามารถลดเวลานำกระบวนการผลิต (Lead time)

จากการวิเคราะห์การดำเนินการวิจัยนี้ ทำให้สามารถสร้างแนวทางในการปรับปรุงกระบวนการผลิตน้ำพริกน้ำเงี้ยวโดยการประยุกต์ใช้แนวคิดลีนเพื่อลดความสูญเสียเปล่า และเป็นการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นโดยการพิจารณาลดและปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน และจากการทดลองกระบวนการทำงานของกระบวนการผลิตใหม่สามารถลดกิจกรรมการทำงานที่ไม่ให้เกิดความล่าช้าและการรอคอยได้ ซึ่งสามารถทำให้ผู้ประกอบการโอท็อปมีกระบวนการผลิตที่เร็วมากยิ่งขึ้น และลดงานที่ไม่เพิ่มคุณค่าโดยยังคงรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า สอดคล้องกับงานของไวรุจน์ อิมโพ และ ศนิศร ภูมิคม (2560) ที่เสนอการปรับปรุงการผลิตด้วยการลดความสูญเสียเปล่าโดยประยุกต์ใช้แนวคิดลีน ด้วยหลักการ 5W1H และ ECRS ซึ่งช่วยลดขั้นตอนการทำงานและช่วยให้ระยะเวลาการทำงานในกระบวนการผลิตลดลง

สรุปผลการวิจัย

ผู้ประกอบการกลุ่มบ้านงน้ำพริกน้ำเงี้ยวมีการพัฒนากระบวนการผลิตโดยใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม และมีการนำเครื่องจักรและเทคโนโลยีมาปรับใช้ได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญของการปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตคือการยอมรับและพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนของผู้ประกอบการ ซึ่งผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นถึงการมีผลลัพธ์ที่ดีขึ้นจากการปรับปรุงกระบวนการผลิตที่ผู้ประกอบการสามารถปรับเพียงเล็กน้อยและสามารถดำเนินการได้ทันที ทำให้สามารถลดความสูญเสียด้านเวลา เกิดการประหยัดพื้นที่ในกระบวนการผลิต ซึ่งผลการศึกษาวิจัยที่เกิดขึ้นสามารถนำไปเป็นแนวปฏิบัติที่ดี เพื่อปรับทัศนคติและวิถีคิดของผู้ประกอบการรายอื่นๆ ให้มีการนำองค์ความรู้ไปสร้างประสิทธิภาพการผลิตและนำไปสู่การได้เปรียบในการแข่งขัน และก่อให้เกิดความเข้มแข็งและธุรกิจมีการเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการควรมีการจดบันทึกข้อมูลด้านปริมาณและเวลาที่ใช้กระบวนการผลิตในแต่ละขั้นตอนซึ่งจะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์สำหรับการบริหารการผลิตและการลดความสูญเสียเปล่าในอนาคต
2. ในการวิจัยควรมีพิจารณาเพิ่มเติมในรายละเอียดของสาเหตุของความสูญเสียเปล่าชนิดอื่นเพิ่มเติม เช่น ระยะทางการขนย้าย การพิจารณาถึงความสูญเสียเปล่าในส่วนของการเสีย เป็นต้น
3. ควรทำการศึกษาถึงรูปแบบการบริหารการผลิตของผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ ในการพัฒนากระบวนการผลิตเพิ่มขึ้น
4. ควรศึกษาวิจัยต่อยอด ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกง

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดเชียงราย. (2564). แผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย (พ.ศ. 2566 - 2570). สืบค้นจาก <https://gdcatalog.go.th/dataset/gdpublish-planning/resource/b8589964-0138-4f52-8b48-2ae762e00e4c>
- จันทิราพร ศิรินนท์. (2562). การพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 9(2), 31-37.
- ไวรุจน์ อิมโพ และ คณิศร ภูนิคม. (2560). การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตน้ำดื่มด้วยแนวคิดแบบลีน: กรณีศึกษาโรงงานผลิตน้ำดื่มธารทิพย์. *SNRU Journal of Science and Technology*, 9(3), 653-660.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงราย. (2566, 10 กุมภาพันธ์). รายได้จากการจำหน่าย OTOP. สืบค้นจาก <https://lookerstudio.google.com/reporting/06568957-a7a6-4f3f-8bb0-c89ba78c36cd/page/LVuKC>
- สำนักหอสมุดและศูนย์สารสนเทศวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2556). ประมวลสารสนเทศพร้อมใช้พริกแกง (Curry paste). สืบค้นจาก <http://siweb1.dss.go.th/repack/fulltext/IR%2032.pdf>
- สุทธิมา ขำนาญเวช. (2559). *การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางธุรกิจ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒนา.

ความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล
ตามมุมมองของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตภาคเหนือตอนล่าง
Cognitive of the Role of Accountants in the Digital Era

from the Perspective of Professional Accountants in the Lower Northern Region

ธนภัทร ไชยชาติ¹ ภัทรพร พงศาปรมัตถ์²

Thanaphat Chaiyachat¹ Pattaraporn Pongsaporamat²

Corresponding Author's Email: Thanaphatc64@nu.ac.th¹

(Received: September 14, 2023; Revised: January 11, 2024; Accepted: January 15, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลตามมุมมองของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตภาคเหนือตอนล่างและศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตภาคเหนือตอนล่าง จำนวน 302 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe-Method)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตภาคเหนือตอนล่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบวิชาชีพบัญชียุคดิจิทัล ควรมีความรู้ความเข้าใจและให้ความสำคัญกับบทบาทของนักบัญชีในทุกด้าน โดยบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแบ่งออกเป็น 4 ด้านโดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านกฎหมาย ด้านเทคโนโลยี และด้านทักษะ

ผู้ประกอบวิชาชีพในเขตภาคเหนือตอนล่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลไม่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชีที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ความรู้ความเข้าใจ บทบาทของนักบัญชี ยุคดิจิทัล

Abstract

The purpose of this research was to study cognitive of the role of accountants in the digital era from the perspective of professional accountants in the lower northern region and studying personal factors affects cognitive of the role of accountants in the digital era. The sample used in this research were 302 professional accountants in the lower northern region. The instrument used for data collection was a questionnaire. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test, with a statistical significance level of .05. When differences were found, pairs were compared using Scheffe's method.

The research results found that accounting professionals in the lower northern region have the highest level of opinion regarding the role of accountants in the digital era, indicating that accounting professionals in the digital era should have knowledge, understanding and importance of the accountant's role in every aspect. The role of

¹ นิสิตหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

¹ Master's candidate, Accountancy Program, Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University

² Lecturer, Accountancy Program, Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University

accountants in the digital era is divided into 4 areas, in order: professional ethics, legal aspects, technology, and skills.

Professionals in the lower northern region of different genders had similar opinions about cognitive roles of accountants in the digital era. Era Individual Factors education level and different experiences in accounting have different opinions about the cognitive of the role of accountants in the digital era. Statistically significant at the .05 level.

Keywords: cognitive, the role of an accountant, Digital era

ความเป็นมาของปัญหา

เนื่องจากในปัจจุบันประเทศไทยกำลังเข้าสู่ยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงเป็นยุคดิจิทัล ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทุกองค์ประกอบที่จะเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสังคม วัฒนธรรม การศึกษา เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนธุรกิจต่างๆ (ราชิต ไชยรัตน์, 2563) ทำให้ทุกองค์กรนั้นต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับระบบดิจิทัล การก้าวเข้าสู่ยุคที่จำเป็นจะต้องมีเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง ต้องมีการเพิ่มทักษะต่างๆ และใช้นวัตกรรมในการสื่อสาร ในการเปลี่ยนแปลงนั้น วิชาชีพบัญชีถือเป็นส่วนหนึ่งที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลง อดีตที่ผ่านมาในการทำบัญชีนั้นเริ่มต้นด้วยระบบการบันทึกบัญชีด้วยมือ ซึ่งจะต้องใช้ความละเอียดรอบคอบในการค้นหาข้อผิดพลาดจากการบันทึกตัวเลขที่ไม่ถูกต้อง หรือการผ่านบัญชีด้วยสมุดบัญชีหลายๆ เล่ม จึงจะสามารถจัดทำงบการเงินได้ เมื่อเริ่มมีเครื่องคอมพิวเตอร์จึงเริ่มมีการพัฒนาให้มีโปรแกรมบัญชีเพื่อให้ง่ายต่อการจัดทำบัญชีนั้นมีความสะดวกและไม่ซับซ้อน ซึ่งโปรแกรมคอมพิวเตอร์สามารถช่วยผ่านรายการบัญชีไปยังบัญชีแยกประเภทและออกงบทดลองได้รวดเร็วขึ้น ปัญหาในการจัดทำงบการเงินที่ไม่ลงตัวก็จะลดน้อยลง เมื่อมีการพัฒนาโปรแกรมระบบบัญชีให้สามารถออกเอกสารทางการค้าได้สามารถเชื่อมโยงรายการค้ามายังรายการบัญชีด้วยการจัดการผังบัญชีกับรายการค้า ช่วยลดเวลาในการบันทึกบัญชีได้มากขึ้น ปัจจุบันมีการนำความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมาพัฒนากระบวนการทำงานและทดแทนงานของนักบัญชีอยู่ตลอดเวลา ผู้พัฒนาทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศต่างนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ในการทำงานเพื่อให้การจัดทำบัญชียุคนี้มีประสิทธิภาพ

นักบัญชียุคดิจิทัลนอกจากจะต้องเพิ่มทักษะในหลายๆ ด้านแล้วการเป็นนักบัญชียุคดิจิทัลยังต้องมีความเป็นนักบัญชีมืออาชีพต้องมีคุณค่าและมีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพบัญชีอันอยู่บนพื้นฐานของจริยธรรม ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคม ความซื่อสัตย์ต่อวิชาชีพ ความสามารถในการรักษาความลับ และความเป็นอิสระ นักบัญชีมืออาชีพจะต้องมีการสะสมประสบการณ์เชิงปฏิบัติเป็นระยะเวลานานและเข้มข้นเพียงพอที่จะแสดงให้เห็นว่าเป็นนักบัญชีที่มีความรู้และมีทักษะทางวิชาชีพ รวมทั้งมีความรู้และทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพอันอยู่บนพื้นฐานของความมีจริยธรรม โดยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบ ควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิดและมีกระบวนการตรวจสอบอย่างมีมาตรฐานและสม่ำเสมอ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจะต้องสอบผ่านการประเมินความสามารถทางวิชาชีพ ซึ่งจะเป็นการประเมินความรู้และทักษะทางด้านวิชาชีพ ตลอดจนการมีคุณค่า ทัศนคติทางวิชาชีพและจริยธรรม ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจะต้องมีการเรียนรู้อย่างไม่จบสิ้น โดยถือเป็นภาระหน้าที่ที่จะต้องพัฒนา และรักษาความสามารถด้านวิชาชีพ โดยมีกฎเกณฑ์และข้อบังคับให้นักบัญชีได้มีโอกาสได้พัฒนาความรู้ความสามารถทางด้านวิชาชีพอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม

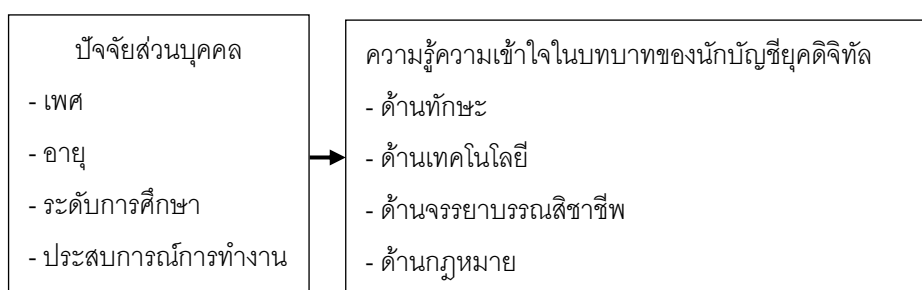
ดังนั้นผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลและมีการเพิ่มทักษะในด้านต่างๆ วิชาชีพบัญชีเป็นวิชาชีพที่เกี่ยวข้องข้อมูลทางการเงินของกิจการ นักบัญชีจะเก็บรวบรวมข้อมูล บันทึกการสรุปข้อมูลต่างๆ ในรูปแบบของรายงานทางการเงินรวมไปถึงงานตรวจสอบดังนั้นผู้ทำบัญชีจะต้องปฏิบัติหน้าที่บนพื้นฐานของจรรยาบรรณสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีตามจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีปี 2561 ในยุคดิจิทัลนักบัญชีไม่เพียงแต่มุ่งเน้นทักษะต่างๆ ในการปฏิบัติงานแต่ต้องมีบทบาทสำคัญในการยึดมั่นในหลักจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีเพื่อป้องกันไม่ให้วิชาชีพบัญชีมีผลเสียจากการใช้เทคโนโลยีเพื่อนำไปสู่การทุจริตรวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน และการรู้ข้อบังคับกฎหมาย เนื่องจากการทำงานที่ใช้เทคโนโลยีผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องมีความรู้ความเข้าใจด้านกฎหมายเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการทราบมุมมองของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเกี่ยวกับบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลเพื่อให้เกิด

การทำงานที่มีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัลและช่วยเพิ่มคุณค่าในตัวนักบัญชีให้เป็นนักบัญชีที่มีคุณภาพในยุคดิจิทัล เป็นคู่คิดทางธุรกิจซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยนำพาให้องค์กร ขับเคลื่อนทิศทางให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเติบโตและมีความสามารถในการแข่งขันที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลตามมุมมองของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตภาคเหนือตอนล่าง
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล

กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

สมมติฐานงานวิจัย

1. ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีเพศต่างกันมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกัน
2. ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีระดับอายุต่างกันมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกัน
3. ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกัน
4. ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกันมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีการใช้แบบสอบถามในการทำวิจัย

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรในงานวิจัย คือ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตภาคเหนือตอนล่างตามรายชื่อที่ขึ้นทะเบียนในสภาวิชาชีพในพระบรมราชูปถัมภ์จากรายงานประจำปีสภาวิชาชีพปี 2564 จำนวน 1,217 คน (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2565)

2.1 ประชากร คือ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตภาคเหนือตอนล่าง 9 จังหวัด จำนวน 1,217 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตภาคเหนือตอนล่าง 9 จังหวัด จำนวน 302 คน ในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างผู้ทำวิจัยจะใช้วิธีการคำนวณตามเกณฑ์ของ Taro Yamane (ศิริพงศ์ พฤทธิพันธ์, 2553) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้อยู่ที่ 5%

3. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานเป็นข้อคำถามลักษณะแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชีในยุคดิจิทัล ตามมุมมองของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตภาคเหนือตอนล่าง โดยคำถามจะประกอบด้วยบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล 4 ด้านประกอบด้วย ด้านทักษะด้านเทคโนโลยี ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านกฎหมาย ลักษณะข้อคำถามเป็นการวัดระดับความคิดเห็นโดยผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเลือกคำตอบเดียวจากคำตอบ 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนตามวิธีของ Likert's scale

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในหัวข้อ "บทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล" ตามมุมมองของท่าน

4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

งานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ดังนี้

4.1 ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา Validity ของแบบสอบถามทั้ง 3 ส่วน โดยให้ผู้เชี่ยวชาญผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน พบว่าได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ แต่ละข้อมีค่าระหว่าง 0.6 ขึ้นไป ดังนั้น ถือว่าแบบสอบถามทั้ง 3 ส่วนที่ใช้ในการเก็บข้อมูลงานวิจัยมีความเที่ยงตรงของเนื้อหาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีทางสถิติ โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองกับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Try-out) จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามนั้นมีการสื่อความหมายตรงกับความต้องการของผู้วิจัยหรือไม่และตรวจสอบความเข้าใจของภาษาที่ใช้รวมถึงเนื้อหาของข้อคำถามใช้วิธีการหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้ จึงนำเอาแบบสอบถามนี้ไปใช้ในการวิจัยต่อไป

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากงานวิจัย หนังสือ วารสาร บทความ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลเพื่อนำมาพัฒนาแบบสอบถาม

ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นแหล่งข้อมูลที่รวบรวมมาจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลเป็นคำถามลักษณะปลายเปิดโดยจะนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างหลังจากมีการนำแบบทดสอบไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความถูกต้องเพื่อที่จะนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 จังหวัดได้ตอบแบบสอบถาม หลังจากผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่ได้มาจากทางไปรษณีย์และ E-mail ผู้วิจัยจะนำไปวิเคราะห์ข้อมูล และนำไปสู่การสรุปและอภิปรายผล เป็นต้น

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามแล้วนำมาทำการตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูลในแบบสอบถามแล้วจึงนำข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามได้กรอกในแบบสอบถามไปลงรหัสในคอมพิวเตอร์ เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์

6.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

6.1.1 สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย

ค่าร้อยละและค่าความถี่ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการวิเคราะห์วัดระดับความคิดเห็นความรู้ความ

เข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล ตามมุมมองของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ที่แบ่งออกเป็น 4 ด้าน โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่ไปกับการบรรยายและสรุปผลการวิจัยโดยแปลผลคะแนนคำตอบของแบบสอบถามดังนี้

- 4.21 – 5.00 มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมากที่สุด
 3.41 – 4.20 มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก
 2.61 – 3.40 มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง
 1.81 – 2.60 มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับน้อย
 1.00 – 1.80 ควรมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

6.1.2 สถิติเชิงอนุมาน เป็นการนำผลข้อมูลที่เก็บมาจากกลุ่มตัวอย่างไปใช้อ้างอิงในกลุ่มประชากร (วีระศักดิ์ จินารัตน์, 2557) เพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย ความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ประกอบด้วย สถิติ t-test เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่ได้จากตัวแปร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันกับตัวแปรตาม ใช้วิเคราะห์ เพศ (หญิง, ชาย) สถิติ F-test เป็นการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรที่มากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกันกับตัวแปรตามว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ใช้วิเคราะห์ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชี

สถิติที่ใช้ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการของเซฟเฟ (Sheffe's Method) สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (Alpha – Coefficient Method) ตามวิธีครอนบาค (Cronbach)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี จำนวน 302 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 302 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 88.4 และเป็นเพศ ชาย จำนวน 35 คิดเป็นร้อยละ 11.6 ส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุ 25 - 35 ปี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมาเป็นผู้มีอายุ 36 – 45 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และน้อยที่สุดเป็นผู้มีอายุ สูงกว่า 55 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาเป็นปริญญาโท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และน้อยที่สุดเป็นต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และมีประสบการณ์ทำงาน 1-3 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมาเป็นประสบการณ์การทำงาน 6 ปีขึ้นไป จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และน้อยที่สุดเป็นประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 302 คน ประกอบด้วยบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล ด้านทักษะ ด้านเทคโนโลยี ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ และด้านกฎหมาย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความเห็นผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมแต่ละด้าน

บทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านทักษะ	4.29	0.38	มากที่สุด
2. ด้านเทคโนโลยี	4.58	0.42	มากที่สุด
3. ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ	4.76	0.34	มากที่สุด
4. ด้านกฎหมาย	4.61	0.41	มากที่สุด
รวม	4.56	0.39	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตภาคเหนือตอนล่าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$) แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีนั่นให้ความสำคัญกับบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลในทุกๆ ด้าน เมื่อพิจารณาบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลในแต่ละด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยมีด้านจรรยาบรรณวิชาชีพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$) รองลงมาคือด้านกฎหมายอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.61$) ด้านเทคโนโลยี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) ตามลำดับ และด้านทักษะ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ ($\bar{X} = 4.29$)

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกันจะทดสอบหาความแตกต่างด้วยค่าที (t-test) ในการเปรียบเทียบของตัวแปร 2 กลุ่ม พบว่า เพศที่ต่างกันมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามระดับอายุที่ต่างกันมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกัน จะทดสอบหาความแตกต่างด้วยค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ .016 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ระดับอายุที่ต่างกันมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกัน เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับอายุต่างกันมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกันในภาพรวม จำนวน 1 คู่ ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี กับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 – 35 ปี

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกัน จะทดสอบหาความแตกต่างด้วยค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความรู้ความเข้าใจบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกัน เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกันในภาพรวม จำนวน 3 คู่ ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชีต่างกันมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกัน จะทดสอบหาความแตกต่างด้วยค่าเอฟ (F-test) ในการเปรียบเทียบตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชีต่างกันมีความรู้ความเข้าใจบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกัน เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชีต่างกันมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกันในภาพรวม จำนวน 4 คู่ ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชีต่ำกว่า 1 ปีกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชี 1 – 3 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชี 1 – 3 ปีกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชี 4 – 6 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชีต่ำกว่า 1 ปีกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชี 4 – 6 ปีและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชี 4 – 6 ปีกับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชี 6 ปีขึ้นไป

อภิปรายผล

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล ตามมุมมองของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตภาคเหนือตอนล่างและศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล

จากการศึกษาความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล ตามมุมมองของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตภาคเหนือตอนล่าง ซึ่งบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลจะแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านทักษะ 2) ด้านเทคโนโลยี 3) ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ และ 4) ด้านกฎหมาย โดยผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีให้ความสำคัญกับบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลทุกด้าน โดยเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาทักษะวิชาชีพรูปแบบการปฏิบัติงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลที่มีเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานและยังให้ความสำคัญในด้านจรรยาบรรณวิชาชีพของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องพึงมีอยู่เสมอในการปฏิบัติงานซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวัชร อุดตมะปรากรม (2561) กล่าวว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านความซื่อสัตย์สุจริต โดยที่จะปฏิบัติตามอยู่ในความซื่อสัตย์สุจริตซึ่งตรงต่อวิชาชีพไม่มีการปกปิดข้อเท็จจริงและไม่บิดเบือนความจริงอันเป็นสาระสำคัญและปฏิบัติงานตามที่สภาวิชาชีพกำหนดอย่างตรงไปตรงมา ด้านกฎหมายผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า นักบัญชียุคดิจิทัลต้องมีความรู้ความเข้าใจในข้อบังคับ ระเบียบต่างๆ ของสภาวิชาชีพและมีความรู้ความเข้าใจในข้อกฎหมายและบทลงโทษของกฎหมายเกี่ยวกับภาษีอากร กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กฎหมายธุรกิจ กฎหมายธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงกฎหมายเกี่ยวกับสินทรัพย์ดิจิทัลซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทริจิรา ยอดจันทร์ (2563) พบว่า ผลการศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร ของนักตรวจสอบภาษีกองบริหารภาษีธุรกิจขนาดใหญ่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้วิจัยได้กล่าวไว้ว่า นักตรวจสอบภาษีควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องภาษีอากร เพื่อช่วยในการตรวจสอบและจัดเก็บภาษีได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน และ นักบัญชียุคดิจิทัลต้องมีความรู้ความเข้าใจในข้อกฎหมายและบทลงโทษ ด้านเทคโนโลยี ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า นักบัญชียุคดิจิทัลต้องมีความรู้ความเข้าใจในระบบการยื่นเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การยื่นงบ การยื่นภาษีผ่านระบบ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอิเล็กทรอนิกส์ การใช้เทคโนโลยีในการจัดเก็บ รวบรวมข้อมูล และรายงานผล รวมถึงสามารถใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการปฏิบัติงาน เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการปฏิบัติงานผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีนั่นต้องมีความคิดเป็นนักธุรกิจต้องรู้จักการนำเทคโนโลยีและกลยุทธ์ทางดิจิทัลมาปรับใช้ในองค์กรซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ ธีรศักดิ์ จั่วศรีสกุล (2563) กล่าวคือ เทคโนโลยีที่มีบทบาทสำคัญต่อการทำงานของนักบัญชี คือ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องรวบรวมข้อมูลมาประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจแก่ผู้บริหารและด้านทักษะผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า นักบัญชียุคดิจิทัลต้องอัปเดตมาตรฐานรายงานทางการเงินและหมั่นแสวงหาความรู้ใหม่อยู่เสมอ มีทักษะในการใช้เทคโนโลยีมาใช้ในการวิเคราะห์และต้องมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในการจัดทำงบการเงินและวิเคราะห์งบการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรียา ปานปรุง (2561) ที่ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีต่อลักษณะของนักบัญชีในยุคไทยแลนด์ 4.0 พบว่า ในด้านการคิดวิเคราะห์และการใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยให้งบการเงินมีความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ที่สุด ซึ่งนักบัญชีที่ใช้เทคโนโลยีในการวิเคราะห์และใช้เทคโนโลยีในการประกอบวิชาชีพบัญชีนี้นั้นจะทำให้ นักบัญชีปฏิบัติงานง่ายขึ้นในการทำงาน และทำให้ปฏิบัติงานรวดเร็วทันเวลาที่กำหนด

จากการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล พบว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีเพศต่างกันมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า เพศของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีนี้นั้นไม่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล อาจเป็นเพราะ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีทั้งเพศหญิงเพศชายสามารถเข้าถึงการปฏิบัติงานในรูปแบบดิจิทัลมากขึ้นทั้งในเรื่องการใช้โปรแกรมบัญชีสำเร็จรูป การใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์จึงทำให้มี

มุมมองเกี่ยวกับบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลไม่แตกต่างกัน ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีระดับอายุต่างกันมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า ระดับอายุมีผลต่อความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล อาจเป็นเพราะ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีบางกลุ่มอาจมีการคุ้นเคยกับการทำบัญชีแบบยุคเดิมที่ใช้กระดาษทำการในการบันทึกบัญชีเดบิตเครดิตและการทำงานกับเอกสารที่ไม่สามารถรายงานผลได้ตลอดเวลา จึงทำให้มีมุมมองเกี่ยวกับบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกัน ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษามีผลต่อความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการแปลความตีความหมาย และขยายความไปในทิศทางที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชีต่าง ๆ มีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับด้านบัญชีมีผลต่อความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีประสบการณ์มากกว่าจะคุ้นเคยกับการทำบัญชีแบบยุคเดิมคือการทำงานกับเอกสารการบันทึกบัญชีเดบิต เครดิต จากกระดาษทำการซึ่งทำให้มีมุมมองเกี่ยวกับบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลต่างกับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่อยู่ในยุคการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัลที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการทำงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง ความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล ตามมุมมองของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในเขตภาคเหนือตอนล่าง ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามวิจัยส่วนใหญ่คือ เพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญา และมีประสบการณ์การทำงาน 1 – 3 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านเช่นเดียวกัน โดยมีความคิดเห็นว่าการบัญชียุคดิจิทัลต้องมีความรู้ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัลอันดับที่ 1 คือ ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี รายข้อที่มีความเห็นด้วยมากที่สุดคือ นักบัญชียุคดิจิทัลต้องมีความโปร่งใส ความอิสระ ความเที่ยงธรรมและซื่อสัตย์สุจริต ลำดับที่ 2 คือด้านกฎหมาย รายข้อที่มีความเห็นด้วยมากที่สุดคือ นักบัญชียุคดิจิทัลต้องมีความรู้ความเข้าใจในข้อบังคับระเบียบต่างๆ ของสภาวิชาชีพ ลำดับที่ 3 คือด้านเทคโนโลยี รายข้อที่มีความเห็นด้วยมากที่สุดคือ นักบัญชียุคดิจิทัลต้องมีความรู้ความเข้าใจในระบบการยื่นเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-filing) เช่น การยื่นงบ การยื่นภาษีผ่านระบบ และอันดับสุดท้ายคือด้านทักษะ รายข้อที่มีความเห็นด้วยมากที่สุดคือทักษะทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ได้แก่ นักบัญชียุคดิจิทัลต้องมีความสามารถในการปรับตัว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความรู้ความเข้าใจในแต่ละด้านที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีควรมี จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีควรมีการเสริมความรู้ความเข้าใจในหลักการและจรรยาบรรณทางวิชาชีพ โดยให้เน้นการจัดฝึกอบรมที่ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในเรื่องจรรยาบรรณวิชาชีพ
2. ด้านกฎหมาย การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในด้านกฎหมายทางบัญชีและภาษีจำเป็นต้องมีการจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และความเข้าใจในเรื่องกฎหมายทางบัญชีและภาษี
3. ด้านเทคโนโลยี การสะสมความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับงานบัญชีควรมีการสนับสนุนในการเรียนรู้และเป็นการส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

4. ด้านทักษะ การส่งเสริมทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลการเงินและการสื่อสาร ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีควรมีการสนับสนุนในการพัฒนาทักษะในการแก้ปัญหาและการตัดสินใจ

แนวทางดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติตามหลักการวิชาชีพได้อย่างถูกต้อง การมีความรู้ความเข้าใจหลากหลายด้านจะทำให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีมีส่วนร่วมสำคัญในการสนับสนุนธุรกิจเพื่อทำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและประพัตตต่อองค์กรได้อย่างมีความรับผิดชอบ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยควรศึกษากลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างหลายๆ กลุ่มเช่น ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในภาคอื่นๆ และควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรตาม เพื่อผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจะได้นำผลการศึกษาไปปรับปรุงและพัฒนาให้เกิดทักษะ ความเข้าใจในบทบาทของนักบัญชียุคดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

- จันทร์จิรา ยอดจันทร์. (2563). *ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีอากรตามประมวลรัษฎากรของนักตรวจสอบภาษี กองบริหารภาษีธุรกิจขนาดใหญ่* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ณัฐวัชร อุตตะมะปราการ. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและพฤติกรรมการตกแต่งกำไร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- ธีรศักดิ์ ชั่วศรีสกุล. (2563, 21 เมษายน). ทักษะและเทคโนโลยีที่สำคัญสำหรับนักบัญชีบริหาร. สืบค้นจาก <https://www.tfac.or.th/Article/Detail/123469>
- ราเชิด ไชยรัตน์. (2563, 7 กรกฎาคม). บทบาทนักบัญชีในโลกอนาคตจากนักบัญชีสู่บัณฑิตกร. สืบค้นจาก <https://www.accrevo.com/articles/item/58>
- วริยา ปานปง. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีต่อคุณลักษณะของนักบัญชีในยุคไทยแลนด์ 4.0*. ในการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 2, "Graduate School Conference 2018", มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- วีระศักดิ์ จินารัตน์. (2557). การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*, 11(2), 80-85.
- ศิริพงศ์ พงษ์พันธุ์. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัย*. กรุงเทพฯ: อักษรวิพัฒน์.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2565, 7 เมษายน). รายงานสภาวิชาชีพบัญชีประจำปี 2564. สืบค้นจาก <https://www.tfac.or.th/Article/Detail/66553>

ผลกระทบของการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง ของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย

The Effect of Controlling Procurement and Procurement Efficiency for Public Higher Education Institutions in Thailand

เฉลิมชัย อุทการ¹

Chalermchai Utakarn¹

Corresponding Author's Email: Chalermchai.u@acc.msu.ac.th¹

(Received: September 20, 2023; Revised: December 15, 2023; Accepted: December 21, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย และ 2) เพื่อศึกษาผลกระทบของการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย จำนวน 156 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง และประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง อยู่ในระดับมาก และ 2) การควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการบริหารสัญญา และด้านการควบคุมภายใน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง สถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย

Abstract

This research aimed: 1) to study the controlling procurement and procurement efficiency for public higher education institutions in Thailand; and 2) to study the effect of controlling procurement on procurement efficiency for public higher education institutions in Thailand. The sample group of was 156 administrators at public higher education institutions in Thailand. The research methodology consisted of the method data collected by questionnaire. Statistical techniques were percentage, mean, standard deviation, multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The results of the research showed that: 1) administrators at public higher education institutions in Thailand showed a high degree of agreement toward the controlling procurement and procurement efficiency; and 2) controlling procurement in term of procurement planning, purchasing, contract administration, and internal control positively affects overall procurement efficiency with statistical significance at the .05 level.

Keywords: controlling procurement, procurement efficiency, public higher education institutions in Thailand

¹ นักวิชาการพัสดุ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ Supply Analyst, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารงานพัสดุภาครัฐได้มีการเปลี่ยนแปลง โดยยกเลิกการใช้ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 และได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 กฎกระทรวงการคลัง และประกาศของคณะกรรมการที่อาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ซึ่งกฎหมายดังกล่าว มีแนวคิดเพื่อให้การปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ มีการใช้เงินงบประมาณให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความคุ้มค่าต่อการกิจของรัฐและป้องกันปัญหาการทุจริต โดยให้หน่วยงานของรัฐปฏิบัติตามแนวทางของพระราชบัญญัติ ระเบียบ กฎกระทรวง และประกาศที่ออกตามความในพระราชบัญญัติ ซึ่งให้ความสำคัญกับการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุของหน่วยงานของรัฐต้องก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่หน่วยงานของรัฐ ต้องสอดคล้องกับหลักการที่ประกอบด้วย ความคุ้มค่า โดยพัสดุที่จัดซื้อจัดจ้างต้องมีคุณภาพหรือคุณลักษณะที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ในการใช้งานของหน่วยงานของรัฐ มีราคาที่เหมาะสมและมีแผนการบริหารพัสดุที่มีความเหมาะสม ชัดเจน โปร่งใส โดยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุต้องกระทำโดยเปิดเผย เปิดโอกาสในการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มีการปฏิบัติต่อผู้ประกอบการทุกรายโดยเท่าเทียมกัน มีระยะเวลาที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการยื่นข้อเสนอ มีหลักฐานการดำเนินงานที่ชัดเจน มีการเปิดเผยข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุในทุกขั้นตอน การมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยต้องมีการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุล่วงหน้า เพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุเป็นไปอย่างต่อเนื่อง มีกำหนดเวลาที่เหมาะสม โดยมีการประเมินและเปิดเผยผลสัมฤทธิ์ของการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ และมีการตรวจสอบได้ โดยมีการเก็บข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุอย่างเป็นระบบ เพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบ (พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560) จากการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านพัสดุดังกล่าว กรมบัญชีกลาง (2566) ได้เปิดเผยข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2566 พบว่า หน่วยงานของรัฐได้มีการขอคำปรึกษาเกี่ยวกับการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง เป็นจำนวน 6,030 ครั้ง แสดงให้เห็นว่าในการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติ ระเบียบ และกฎกระทรวงยังเป็นปัญหาสำหรับหน่วยงานของรัฐที่ต้องดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติ ระเบียบ และกฎกระทรวง ซึ่งทำให้วิธีการ ขั้นตอน การกำหนดวงเงินสำหรับวิธีการจัดซื้อจัดจ้าง รวมถึงอำนาจในการอนุมัติการจัดซื้อจัดจ้างเปลี่ยนแปลงไป ทำให้หน่วยงานของรัฐต้องมีการปรับเปลี่ยนและดำเนินงานให้สอดคล้องกับแนวคิดและหลักการของพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ จึงทำให้ทุกหน่วยงานของรัฐให้ความสำคัญ มีการควบคุมและการกำกับดูแลการจัดซื้อจัดจ้างมากยิ่งขึ้น

การควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง (Controlling procurement) เป็นการกำกับดูแลการจัดซื้อจัดจ้าง โดยมีการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารสัญญา และมีการควบคุมภายในอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งการจัดซื้อจัดจ้างเป็นการดำเนินการเพื่อให้หน่วยงานได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ เพื่อสนับสนุนและสนองความต้องการในการปฏิบัติงานของหน่วยงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย โดยการจัดซื้อจัดจ้างต้องมีการรอบการปฏิบัติงาน ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน มุ่งเน้นการเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชนให้มากที่สุด เพื่อความโปร่งใสและเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มีการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างที่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการใช้งานเป็นสำคัญ ซึ่งก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการใช้จ่ายเงิน มีการวางแผนการดำเนินงาน และมีการประเมินผลการปฏิบัติงาน ซึ่งจะทำให้การจัดซื้อจัดจ้างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เกิดความโปร่งใสในการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ อันจะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับสาธารณชน และก่อให้เกิดผลดีกับการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐให้เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2560) เพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้าง บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ การควบคุมและการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement planning) ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง (Purchasing) ด้านการบริหารสัญญา (Contract administration) และด้านการควบคุมภายใน (Internal control) (ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560) เมื่อหน่วยงานของรัฐมีการควบคุมและกำกับดูแลการจัดซื้อจัดจ้างที่ดี ย่อมทำให้การจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานเกิดประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement efficiency) เป็นการดำเนินงานด้านการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารงานพัสดุให้ดีขึ้น โดยการร่วมมือกันระหว่างผู้ปฏิบัติงานและหน่วยงาน เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและการพัฒนาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารงานพัสดุให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่หน่วยงาน (วิชณกรณ์ โคตมี, 2564) ซึ่งการจัดซื้อจัดจ้างหรือการจัดหาพัสดุเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญสำหรับการบริหารงานของหน่วยงานของรัฐ โดยที่งบประมาณรายจ่ายประจำปีของประเทศจำนวนมากได้ใช้จ่ายไปในการจัดซื้อจัดจ้างโดยผ่านกระบวนการด้านพัสดุ หากการได้มาซึ่งพัสดุเป็นไปตามความต้องการที่แท้จริง มีการวางแผนกำหนดความต้องการใช้วัสดุ จำนวน และคุณภาพที่เหมาะสมกับภารกิจของหน่วยงานนั้นๆ มีการจัดการเพื่อให้ได้มาซึ่งสินทรัพย์ มีการบริหารสินทรัพย์ได้อย่างถูกต้องตามวงจรการบริหารพัสดุอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ย่อมทำให้การใช้จ่ายเงินงบประมาณเกิดความคุ้มค่ามากที่สุด (มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 2561) ตัวชี้วัดที่สำคัญที่จะประเมินประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความคุ้มค่า (Worthiness) ด้านความโปร่งใส (Transparency) ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency and Effectiveness) และด้านการตรวจสอบ (Inspection) (พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560) ซึ่งทุกหน่วยงานของรัฐต่างต้องการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้างเกิดความคุ้มค่า โปร่งใส มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และสามารถตรวจสอบได้ รวมทั้งสถาบันอุดมศึกษาดด้วย

สถาบันอุดมศึกษาเป็นหัวใจสำคัญของการผลิตและพัฒนาากำลังคน สร้างงานวิจัยและนวัตกรรมขั้นสูง เป็นแหล่งที่สร้างองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทยจะนำศักยภาพของอุดมศึกษามาเป็นกำลังสำคัญของการขับเคลื่อน นอกจากนี้คุณภาพของการอุดมศึกษายังเป็นตัวชี้วัดหนึ่งของการวัดขีดความสามารถในการแข่งขัน และทุกประเทศในโลกต่างให้ความสำคัญกับการพัฒนาการอุดมศึกษาของประเทศอย่างจริงจัง ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยล้วนมีพันธกิจหลักสำคัญตามกฎหมายในการจัดทำแผน เพื่อการพัฒนาสถาบันให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมทั้งแผนของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางของการขับเคลื่อนอุดมศึกษาทั้ง 4 พันธกิจ ประกอบด้วย การผลิตบัณฑิต การวิจัย การบริการวิชาการและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม โดยสามารถนำมาใช้ในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศได้อย่างเต็มศักยภาพบนทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด รองรับบริบทของโลกและของประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (สำนักนโยบายและแผนการอุดมศึกษา, 2561) เพื่อให้การดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาบรรลุพันธกิจและเป้าหมาย ย่อมต้องอาศัยกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้สถาบันอุดมศึกษาได้มีพัสดุนำมาใช้ในการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมการและโครงการต่างๆ ของสถาบัน

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย และเพื่อศึกษาผลกระทบของการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย โดยผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในควบคุมและลดความเสี่ยงการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานให้มีขั้นตอนและการดำเนินงานที่ครบถ้วน สมบูรณ์ รวมถึงเป็นการเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานด้านการจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานให้มีความถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

ในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ในระดับอธิการบดี รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี ผู้อำนวยการ และหัวหน้าเจ้าหน้าที่พัสดุ จำนวน 255 คน (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2566)

2.2 กลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ในระดับอธิการบดี รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี ผู้อำนวยการ และหัวหน้าเจ้าหน้าที่พัสดุ จำนวน 156 คน โดยใช้เกณฑ์การกำหนดขนาดตัวอย่างตามสูตร Yamane (1973) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดยจำแนกตามประเภทของสถาบัน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานด้านการจัดซื้อจัดจ้าง รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน และประเภทของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยครอบคลุมเนื้อหาการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง 4 ด้าน จำนวน 16 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement planning) จำนวน 4 ข้อ ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง (Purchasing) จำนวน 4 ข้อ ด้านการบริหารสัญญา (Contract administration) จำนวน 4 ข้อ และด้านการควบคุมภายใน (Internal control) จำนวน 4 ข้อ ด้านละ 4 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยครอบคลุมเนื้อหาประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง 4 ด้าน จำนวน 16 ข้อ ประกอบด้วย ด้านความคุ้มค่า (Worthiness) จำนวน 4 ข้อ ด้านความโปร่งใส (Transparency) จำนวน 4 ข้อ ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency and Effectiveness) จำนวน 4 ข้อ และด้านการตรวจสอบ (Inspection) จำนวน 4 ข้อ ด้านละ 4 ข้อ

4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

4.1 การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.512 – 0.749 และประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.515 – 0.812 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกที่มีค่ามากกว่า 0.4 เป็นค่าที่ยอมรับสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

4.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ซึ่งการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.837 – 0.892 และประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.842 – 0.914 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่มีค่ามากกว่า 0.7 เป็นค่าที่ยอมรับและสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังกลุ่มตัวอย่าง โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม 2566 เพื่อขอความอนุเคราะห์และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยกำหนดระยะเวลาให้ตอบกลับภายใน 15 วัน หลังจากได้รับแบบสอบถาม เมื่อครบกำหนดตามระยะเวลา ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่มีผู้ตอบกลับมาจำนวน 109 ฉบับ ผู้วิจัยจึงได้ติดตามโดยสอบถามทางโทรศัพท์กลับไปยังหน่วยงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตอบกลับ เพื่อขอความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามอีกครั้ง ผู้วิจัยได้รอบแบบสอบถามตอบกลับถึงวันที่ 14 กรกฎาคม 2566 ปรากฏว่าได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาเพิ่มอีก จำนวน 47 ฉบับ รวมกับแบบสอบถามเดิมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 156 ฉบับ รวมระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 60 วัน หลังจากนั้นทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน เพื่อนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลต่อไป

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple correlation analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างของสถาบัน อุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 อายุ 46 – 50 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 48.72 ประสบการณ์ในการทำงานด้านการจัดซื้อจัดจ้าง 10 – 15 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 36.54 รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน 50,001 – 70,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 39.74 และประเภทของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย เป็นมหาวิทยาลัยในสังกัดของรัฐ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 67.31

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย

การควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง	4.06	0.58	มาก
ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง	4.02	0.16	มาก
ด้านการบริหารสัญญา	4.00	0.54	มาก
ด้านการควบคุมภายใน	3.96	0.68	มาก
โดยรวม	4.01	0.41	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการบริหารสัญญา และด้านการควบคุมภายใน ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย

ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความคุ้มค่า	4.03	0.72	มาก
ด้านความโปร่งใส	4.08	0.64	มาก
ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล	4.05	0.49	มาก
ด้านการตรวจสอบ	4.07	0.51	มาก
โดยรวม	4.06	0.51	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความโปร่งใส ด้านการตรวจสอบ ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล และด้านความคุ้มค่า ตามลำดับ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย

การควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง	ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง โดยรวม			
	B	Std. Error	t	p-value
ค่าคงที่	1.14	0.48	2.36	.02*
ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง	0.29	0.04	6.53	.00*
ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง	0.17	0.07	2.18	.03*
ด้านการบริหารสัญญา	0.21	0.06	3.59	.00*
ด้านการควบคุมภายใน	0.34	0.05	7.54	.00*
F = 162.92, p = 0.00, R ² = 0.82, Adj R ² = 0.81				

จากตารางที่ 3 พบว่า การควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการบริหารสัญญาและด้านการควบคุมภายใน มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสามารถเขียนสมการถดถอยประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวม (PRE) ได้ดังนี้ $PRE = 1.14 + 0.29PRP + 0.17PUR + 0.21COA + 0.34INC$

อภิปรายผล

ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวม และเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการบริหารสัญญา และด้านการควบคุมภายใน เนื่องจากการจัดซื้อจัดจ้างเป็นกระบวนการดำเนินงาน เพื่อให้ได้มาซึ่งพัสดุที่ต้องการใช้งานในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ซึ่งเป็นการดำเนินการที่มีความยุ่งยากและซับซ้อน มีการดำเนินงานหลายขั้นตอน และมีความต่อเนื่องกันเป็นวงจร รวมถึงต้องปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง จึงทำให้สถาบันอุดมศึกษาของรัฐให้ความสำคัญในการควบคุม การจัดซื้อจัดจ้าง โดยมีการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง มีการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง มีการบริหารสัญญา และมีการควบคุมภายในที่ดีและเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เลิศลักษณ์ สุวรรณรัตน์ (2564) พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติด้านการควบคุมโดยภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ซึ่งหน่วยงานบริการวิชาการทั้งสามมหาวิทยาลัย คือ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระเจ้าเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีการควบคุมพัสดุโดยผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุทำการบันทึกหลักฐาน การรับเข้าคลังพัสดุลังจากการตรวจรับพัสดุจากการจัดซื้อจัดจ้างทันที และมีขั้นตอนการกำหนดหมายเลขอย่างชัดเจน รวมถึงทำการบันทึกหลักฐานการเบิกจ่ายพัสดุทันทีหลังจากผู้เบิกดำเนินการเบิกพัสดุ และขั้นตอนการให้บริการการเบิกพัสดุที่มีสภาพคงทนถาวรเพื่อทดแทนของเดิม ผู้ขอเบิกได้แสดงซากของพัสดุต่อผู้ปฏิบัติงานพัสดุอยู่เสมอ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกวิทย์ ดาววัลย์ (2561) พบว่า แนวทางการบริหารจัดการงานพัสดุของมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มีแนวทางการดำเนินการโดยมีกรอบระยะเวลา การกำกับติดตาม และตรวจสอบพัสดุที่ชัดเจน เพื่อให้การควบคุมพัสดุเป็นไปโดยถูกต้องตามระเบียบฯ อย่างเคร่งครัด การดำเนินการออกหมายเลขครุภัณฑ์เป็นไปอย่างรวดเร็ว การจัดทำทะเบียนคุมพัสดุให้ถูกต้องเป็นปัจจุบัน มีการนำระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการจัดทำข้อมูลการควบคุมทรัพย์สิน เช่น การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นฐานข้อมูล เพื่อการปฏิบัติงานและเพื่อการควบคุมพัสดุ

ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวม และเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความคุ้มค่า ด้านความโปร่งใส ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล และด้านการตรวจสอบ เนื่องจากการจัดซื้อจัดจ้างมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย จึงทำให้สถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ให้ความสำคัญกับการจัดซื้อจัดจ้างให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อให้สถาบันอุดมศึกษาสามารถดำเนินงานหรือจัดกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนพัสดุใช้อย่างเพียงพอ และมีการใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิตากาญจน์ วงษ์สุวรรณ (2563) พบว่า ประสิทธิภาพของจัดซื้อจัดจ้าง โดยวิธีเฉพาะเจาะจงของมหาวิทยาลัยบูรพาอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างของมหาวิทยาลัยบูรพาได้ให้ความสำคัญกับด้านความโปร่งใส ซึ่งมีการเก็บหลักฐาน การดำเนินงานชัดเจน ด้านการตรวจสอบได้ ซึ่งมีการปฏิบัติงานที่เป็นไปตามระเบียบกระทรวงการคลัง พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 และประกาศต่างๆ อย่างมีระบบครบทุกขั้นตอน ด้านความคุ้มค่า ซึ่งมีการจัดซื้อจัดจ้างในราคาที่เหมาะสมยึดหลักราคากลางหรือมีการเทียบราคา และด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งมีการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุไว้ล่วงหน้า เพื่อให้การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ ลาวงค์ (2561) พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวม และเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก เนื่องจากประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างไม่ว่าจะเป็นความถูกต้อง ความคุ้มค่า ความโปร่งใส หรือด้านความรวดเร็วในการให้บริการ เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้หน่วยงานประสบความสำเร็จ เนื่องจากงานพัสดุ มีความเกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้าง การเก็บรักษาการควบคุมการเบิกจ่ายพัสดุ ซึ่งขั้นตอนต่างๆ ในกระบวนการเหล่านี้ย่อมต้องอาศัยความโปร่งใส และความรวดเร็วในการให้บริการ ดังนั้น หากสถานศึกษามีความสามารถในการจัดซื้อจัดจ้างให้มีความถูกต้อง ความคุ้มค่า ความโปร่งใสและความรวดเร็วในการให้บริการ ย่อมทำให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดซื้อจัดจ้าง และเกิดประโยชน์ต่อหน่วยงาน

การควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวม เนื่องจากการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง เป็นหัวใจสำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินงานที่จะให้ได้มาซึ่งพัสดุ เพราะการวางแผนเป็นขั้นตอนของการกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมในการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง หากหน่วยงานมีการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างที่ดี ย่อมจะทำให้หน่วยงานได้พัสดุที่ทันต่อเวลาการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรชุนันท์ เครือวรรณ (2565) พบว่า การวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง เนื่องจากมหาวิทยาลัยได้มีการดำเนินการจัดทำแผนการจัดซื้อจัดจ้างประจำปีอยู่เสมอ และให้ความสำคัญต่อแผนการจัดซื้อจัดจ้าง โดยสามารถดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างได้ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในแผน จึงทำให้การจัดซื้อจัดจ้างของมหาวิทยาลัย มีประสิทธิภาพ โดยเกิดจากการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างที่ดีและมีระบบ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรี เมาลี และ สายทิพย์ จะโนภาส (2565) พบว่า การจัดทำแผนการจัดซื้อ จัดจ้างและการบริหารงานพัสดุที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับนโยบาย

ของหน่วยงาน ทำให้เกิดประสิทธิผลในการจัดซื้อจัดจ้าง โดยมีการกำหนดแผนและดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างในแต่ละครั้งให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบฯ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด และการดำเนินการด้วยความถูกต้อง โปร่งใส และเปิดเผยข้อมูลเสมอ จะทำให้การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารงานพัสดุ มีประสิทธิภาพ

การควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวม เนื่องจากการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างเป็นกระบวนการจัดหาพัสดุ เพื่อมาใช้ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ซึ่งหากสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทยสามารถดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างได้อย่างเหมาะสม ถูกต้องตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับ ย่อมจะทำให้การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างมีประสิทธิภาพ ได้พัสดุตรงตามความต้องการใช้งาน และไม่ก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรชุนันท์ เครือวรรณ (2565) พบว่า การจัดหาพัสดุ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง เนื่องจากมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญต่อกระบวนการจัดหาพัสดุอย่างเคร่งครัดและเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนด มีการตระหนักถึงปัญหาและการป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดจากการจัดหาพัสดุ ด้วยการปฏิบัติตามวิธีการปฏิบัติอย่างระมัดระวังรอบคอบ ทำให้การจัดหาพัสดุเพื่อนำมาใช้งานของมหาวิทยาลัยเกิดความคุ้มค่าและเกิดความโปร่งใส และสอดคล้องกับแนวคิดของ Jiang (2017) กล่าวว่า การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างที่เป็นระบบ โดยมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ มีข้อกำหนดและขั้นตอนการกำหนดความต้องการที่มีความชัดเจน ส่งผลทำให้เกิดการกำหนดวัตถุประสงค์และความต้องการอย่างเป็นระบบและสร้างความสัมพันธ์ ความร่วมมือที่มั่นคงกับซัพพลายเออร์ จึงส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนิน การจัดซื้อจัดจ้างขององค์กร

การควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการบริหารสัญญา มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวม เนื่องจากการบริหารสัญญาเป็นกระบวนการที่สำคัญในการจัดการกับสัญญา รวมถึงเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและต้องคำนึงถึงกฎหมายและข้อกำหนดที่ระบุไว้ในสัญญาอย่างเคร่งครัด เพื่อปกป้องสิทธิและความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นในการบริหารสัญญา ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย จึงให้ความสำคัญในการบริหารสัญญา เพื่อให้การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุเกิดประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีศา แสงคำ, ธกานต์ ชาตวงศ์ และ กรไชย พรภักดิ์ (2564) พบว่า การควบคุมภายในด้านพัสดุ ด้านการบริหารสัญญา มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ เนื่องจากการบริหารสัญญา ได้มีการกำหนดมาตรฐานการควบคุมภายในสำหรับหน่วยงานภาครัฐไว้อย่างชัดเจน ดังนั้น การควบคุมภายในเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยให้หน่วยงานภาครัฐ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน การรายงาน การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง รวมถึงในการควบคุมภายในด้านพัสดุถือเป็นกระบวนการปฏิบัติงานที่สำคัญของสถาบันอุดมศึกษา เพราะว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่บุคลากร ผู้บริหารทุกระดับ ต้องมีบทบาทร่วมกันในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและทำให้การปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามการควบคุมภายในด้านพัสดุ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉลิมชัย อุทการ (2565) พบว่า การบริหารสัญญา มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม ด้านความคุ้มค่า ด้านความโปร่งใส และด้านการตรวจสอบ เนื่องจากการบริหารสัญญา มีความสำคัญต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ ซึ่งหน่วยงานจะสามารถดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย ได้พัสดุที่มีคุณภาพ และทันต่อการใช้งานต้องอาศัยกระบวนการบริหารสัญญา ซึ่งการบริหารสัญญาเป็นหน้าที่ของคณะกรรมการตรวจรับพัสดุที่จะต้องทำหน้าที่บริหารสัญญาให้เป็นไปตามข้อกำหนดหรือเงื่อนไขที่ได้จัดทำไว้ระหว่างหน่วยงานกับผู้ขายหรือผู้รับจ้าง ดังนั้น หากหน่วยงานมีการบริหารสัญญาที่ดีย่อมจะส่งผลให้การบริหารงานพัสดุเกิดประสิทธิภาพ

การควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการควบคุมภายใน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวม เนื่องจากการควบคุมภายในในการจัดซื้อและจัดจ้าง เป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างความมั่นใจว่าการจัดซื้อจัดจ้างสามารถดำเนินการอย่างถูกต้อง โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ ซึ่งกระบวนการควบคุมภายในนี้ จะช่วยลดความเสี่ยงและป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินการจัดซื้อและจัดจ้างของสถาบันอุดมศึกษา ของรัฐในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ นลินี จรรย์วัฒน์ (2564) พบว่า เครือข่ายอุดมศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ความสำคัญกับการควบคุมภายใน ตลอดจนสร้างแนวคิดที่ทุกคนต้องมีส่วนในการรับรู้ถึงความสำคัญของการควบคุมภายใน โดยมีระบบต้นแบบเป็นแนวทางการควบคุมภายในของการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสี่ยงและสามารถตรวจสอบกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างอยู่เสมอ จึงทำให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดซื้อจัดจ้าง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Huang และ Liu (2019) พบว่า การควบคุมภายในและการจัดการความเสี่ยงในการจัดซื้อ จัดจ้าง โดยใช้หลักการของกรอบงาน COSO-ERM ที่มีการสร้างผังงาน การระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ และมีการจัดทำรายงานความเสี่ยง โดยค้นหาภัยคุกคามความเสี่ยง เพื่อประเมินจุดเสี่ยง และกำหนดให้หน่วยงานที่รับผิดชอบต้องปฏิบัติงานตามขั้นตอน จึงทำให้กลไก การควบคุมความเสี่ยงมีประสิทธิภาพ และทำให้กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างของมหาวิทยาลัยเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่อง ผลกระทบของการควบคุม การจัดซื้อจัดจ้างที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย สามารถสรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างและประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง อยู่ในระดับมาก
2. การควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างด้านการบริหารสัญญา และด้านการควบคุมภายในมีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างโดยรวม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากสรุปผลการวิจัยดังกล่าว สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสถาบันอุดมศึกษาหรือหน่วยงานของรัฐ ดังนี้

1. การควบคุมการจัดซื้อจัดจ้าง ต้องมีการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง มีการบริหารสัญญา และการควบคุมภายในอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล
2. ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง ต้องดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างให้เป็นไปตามขั้นตอนปฏิบัติและให้เป็นไปตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ เพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้างก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่หน่วยงาน โดยมีความคุ้มค่า โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้
3. การวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง ต้องให้ความสำคัญกับการจัดทำแผนการจัดซื้อจัดจ้าง โดยมีการกำหนดชื่อโครงการ กำหนดวงเงินงบประมาณและระยะเวลาที่คาดว่าจะดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อเป็นกรอบระยะเวลาให้หน่วยงานได้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างตามแผนที่กำหนดไว้
4. การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง ต้องให้ความสำคัญต่อกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างอย่างเคร่งครัดและเป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนด และมุ่งเน้นการจัดซื้อจัดจ้างต้องสอดคล้องตามวัตถุประสงค์การใช้งานและเป็นไปตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับ
5. การบริหารสัญญา ต้องเลือกใช้แบบสัญญาที่ถูกต้องและรัดกุม เพื่อจะทำให้การบริหารสัญญาของหน่วยงานมีประสิทธิภาพ และให้ความสำคัญกับการควบคุม หรือดำเนินการต่างๆ ต้องเป็นไปตามเงื่อนไขหรือข้อกำหนดในสัญญา
6. การควบคุมภายใน ต้องตระหนักถึงปัญหาและการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดจากการจัดซื้อจัดจ้าง ด้วยการปฏิบัติตามขั้นตอนการปฏิบัติงานและปฏิบัติด้วยความระมัดระวัง รอบคอบ และมีการแบ่งแยกหน้าที่โดยมิให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบมากกว่าหนึ่งลักษณะงาน เช่น ห้ามมิให้บุคคลที่ทำการพิจารณาผลจัดซื้อจัดจ้าง เป็นผู้ตรวจรับพัสดุโดยเด็ดขาด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาผลกระทบของการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในประเทศไทย ผู้ที่สนใจศึกษาในครั้งต่อไปอาจทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งในการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างต้องใช้กฎระเบียบเดียวกัน เพื่อศึกษาว่าการควบคุมการจัดซื้อจัดจ้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะมีความสัมพันธ์หรือมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้าง หรือไม่ และเป็นอย่างไร
2. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ผู้ที่สนใจศึกษาในครั้งต่อไปอาจทำการวิจัยในเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่น เช่น การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลและรายละเอียดที่แตกต่างออกไปจากการใช้แบบสอบถามเพียงอย่างเดียว

เอกสารอ้างอิง

- กรมบัญชีกลาง. (2566, 1 พฤศจิกายน). ข้อมูลเชิงสถิติการให้บริการ. สืบค้นจาก https://www.cgd.go.th/cs/internet/internet/สถิติการให้บริการ.html?page_locale=th_TH
- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2566, 14 กุมภาพันธ์). รายชื่อสถาบันอุดมศึกษา. สืบค้นจาก https://data.mhesi.go.th/dataset/univ_uni_11_01/resource/f59fe468-1eb5-4154-8686-f5f218702358.
- เฉลิมชัย อุทการ. (2565). รายงานการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์กับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม (รายงานการวิจัย). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นลินี จรรยาวัฒนานนท์. (2564). การควบคุมและการตรวจสอบภายในการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐของเครือข่ายอุดมศึกษาภาคตะวันออก (ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ปวีศา แสงคำ, ธกานต์ ขาดิงค์ และ กรไชย พรภัสสรกร. (2564). ผลกระทบของกำกับดูแลที่ดีด้านพัสดุและการควบคุมภายในด้านพัสดุที่มีต่อประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 3(4), 67-84.
- พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560. (2560, 24 กุมภาพันธ์). ราชกิจจานุเบกษา, 134(24 ก), 13-54.
- พัชรี เมาลี และ สายทิพย์ จะโนนาษ. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานพัสดุแบบมืออาชีพเชิงรุกกับประสิทธิผลการจัดซื้อจัดจ้างของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. วารสารรัฐศาสตร์, 16(49), 57-70.
- มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. (2561). การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุของทุนส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมนักศึกษา มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560. (2560, 23 สิงหาคม). ราชกิจจานุเบกษา, 134 (210 ง), 1 - 71.
- เลิศลักษณ์ สุวรรณรัตน์. (2564). การศึกษาเปรียบเทียบการควบคุมพัสดุของหน่วยงานบริหารวิชาการ. วารสารพัฒนาเทคนิคการศึกษา, 33(119), 111 - 125.
- วรัญญู นปี เครือวรรณ. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วารสารการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย, 9(2), 9 - 16.

- วัชรภรณ์ ลาวงค์. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนากระบวนการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์กับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- วิษณุกรณ์ โคตมี. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดบึงกาฬ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, สกลนคร.
- สิตากาญจน์ วงษ์สุวรรณ. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีเฉพาะเจาะจงของมหาวิทยาลัยบูรพา. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี, 17(2), 98 - 109.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2560). สารสำคัญของพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สำนักงานนโยบายและแผนการอุดมศึกษา. (2561). แผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี พ.ศ. 2561-2580. กรุงเทพฯ: บริษัท ฟริกฮาวน กราฟฟิค จำกัด.
- เอกวิทย์ ดาวัลย์. (2561). แนวทางการบริหารจัดการงานพัสดุของมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, ภูเก็ต.
- Huang, Y. and Liu, L. (2019). Research on Risk Management in the Internal Process of College Procurement under the COSO-ERM Framework. *Research & Exploration in Laboratory*, 38(11), 290-293.
- Jiang, Z. (2017). *Procurement Management in the Supply Chain Environment: A Practical Guide to Understanding Procurement Management and Enhancing Procurement Effectiveness and Efficiency*. UK: Chartridge Books Oxford.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: Harper & Row.

องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการจัดส่งอาหาร ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z

Food Delivery Service Marketing Mix Factors Affecting Purchasing Intention of Gen Z

ธารีทิพย์ เหล่าวิโรจนกุล¹

Thareethip Laowirojanakul¹

Corresponding Author's Email: thipreetha@gmail.com

(Received: January 23, 2023; Revised: January 23, 2024; Accepted: January 26, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการจัดส่งอาหารที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z และ 3) วิเคราะห์องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z ด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ กลุ่มตัวอย่างการวิจัยคือกลุ่ม Gen Z ที่เกิดระหว่างปี 2538 – 2553 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 คน ใช้สถิติการวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการและการวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบ ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับส่วนประสมการตลาดบริการจัดส่งอาหารด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านการส่งเสริมการขายมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก 2) องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 6 ด้านคือด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านช่องทางการขาย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z อย่างมีนัยสำคัญ และ 3) องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการขายเป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z

คำสำคัญ: บริการจัดส่งอาหาร ส่วนประสมการตลาดบริการ Gen Z

Abstract

This research aimed to 1) study level of service marketing-mix factors affecting purchasing intention of Gen Z consumers in Bangkok metropolitan and the vicinity 2) analyze the relationship between the service marketing-mix factors affecting purchasing intention of Gen Z consumers and 3) analyze the service marketing-mix factor influencing purchase intentions of Gen Z consumers using multiple regression analysis. The 400 samples were generation Z, born in 1995-2010 and living in Bangkok metropolitan and the vicinity. The instruments used for measurement were Pearson's Coefficient Correlation analysis of service marketing-mix factors and the second order influence of the factors. The results are that 1) Product, process, and promotion are top three level of all 6 service marketing-mix factors affecting purchasing intention of Gen Z consumers. 2) all six service marketing-mix: promotion, product, process, price, person, and place, are significantly related to the purchasing intention of Gen Z consumers, and 3) the promotion of service marketing-mix is positively influencing purchasing intention of Gen Z consumers.

Keywords: food delivery, service marketing mix, Gen Z

¹ อาจารย์ประจำสาขาการโรงแรมและธุรกิจอาหาร คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

¹ Lecturer, Hotel and Culinary Business, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University

ความเป็นมาของปัญหา

ก่อนการแพร่ระบาดของโควิด-19 วิถีชีวิตและพฤติกรรมของคนไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมและการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจ คนในสังคมเมืองมีวิถีชีวิตความอยู่แบบเร่งรีบและต้องแข่งขันกับเวลา เชื่อมกับการจราจรที่ติดขัด ทำให้คนในเมืองใหญ่เลือกที่จะลดความยุ่งยากจากการประกอบอาหารเองที่บ้านเป็นการรับประทานข้างนอก เพราะสะดวกและประหยัดเวลามากกว่า ประกอบกับความล้ำสมัยของเทคโนโลยีและความเร็วของอินเทอร์เน็ตทำให้รูปแบบการบริโภคอาหารยิ่งเปลี่ยนไป Datareportal (2021) รายงานว่า ประเทศไทยมีผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตจำนวน 48.59 ล้านคน อายุตั้งแต่ 16-64 ปี ใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละเกือบ 9 ชั่วโมง เข้าถึงแอปพลิเคชันธนาคารสูงเป็นอันดับ 1 ของโลก คือ ร้อยละ 68.1 และระบบประยุกต์สั่งอาหารออนไลน์ร้อยละ 61 ถือเป็นอันดับ 10 ของโลก สร้างมูลค่าประมาณ 35,000 ล้านบาท โดยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคต้องการสั่งอาหารผ่านบริการจัดส่งอาหารเพิ่มขึ้น (ISMED, 2021) ควบคุมระบบโดยแพลตฟอร์มและให้บริการผ่านระบบประยุกต์การสั่งซื้อและจัดส่งอาหาร สามารถสร้างความสะดวกสบายและลดการติดต่อในสถานการณ์การแพร่ระบาดแก่ผู้บริโภค ด้วยการเลือกสั่งอาหารจากระบบประยุกต์และรอรับอาหาร ณ จุดหมายปลายทางที่กำหนด ทำให้จำนวนการใช้งานมีอัตราที่เพิ่มขึ้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2564) ประเมินว่า ธุรกิจจัดส่งอาหารของประเทศไทยจะลดต่ำลงจากช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 แต่มูลค่ากลับเพิ่มขึ้นคือประมาณ 8.1 – 8.6 หมื่นล้านบาทในปี 2566 เพราะความคุ้นชินการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภค การทำตลาดของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มจัดส่งอาหาร และแนวโน้มราคาต่อออเดอร์ที่เพิ่มขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนไปของพฤติกรรมผู้บริโภค ETDA (2021) รายงานว่ากลุ่มผู้บริโภค Gen Z มีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละ 12 ชั่วโมง 8 นาที เข้าถึงสื่อโซเชียลร้อยละ 95.3 และสั่งสินค้าออนไลน์ร้อยละ 67.3 ใช้สื่อออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟนร้อยละ 88 ใช้แอปพลิเคชันเพื่อส่งข้อความร้อยละ 87 นิยมแบ่งปันประสบการณ์การจับจ่ายออนไลน์ร้อยละ 84 จัดเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่มีกำลังซื้อในอนาคต เป็นกลุ่มที่เน้นการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อการทำงานและการเรียน มีความคุ้นเคยกับการใช้งานมากที่สุดและมีแนวโน้มบริโภคสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับทุกกลุ่มอายุ ผู้บริโภค Gen Z มีอายุระหว่าง 11 - 26 ปี หรือเกิดในปีค.ศ. 1995-2010 (McKinsey & Company, 2018) เรียกอีกอย่างว่ากลุ่มอินเทอร์เน็ตหรือกลุ่มคริสตัล (Adiguzel, Batur, and Eksili, 2014) เกิดมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด เติบโตควบคู่กับอุปกรณ์เทคโนโลยีและเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มผู้บริโภคในช่วงอายุอื่น มักชอบอยู่โดดเดี่ยว มีทักษะการทำงานที่หลากหลาย เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อย่างรวดเร็ว ใจร้อน ชอบเอาชนะ และมีความคิดที่กว้างไกล จำนวนมากกว่าครึ่งของกลุ่มคน Gen Z นิยมซื้อของผ่านช่องทางออนไลน์ โดยหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเพื่อเปรียบเทียบสินค้าและบริการอย่างละเอียด เช่น ขนาด สี และราคา การให้ความสำคัญกับการบริการด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดโดยเฉพาะช่องทางออนไลน์จึงมีความจำเป็นและเน้นการพัฒนา (กรุงศรีกรุ, 2564) จากสถานการณ์ความรุนแรงของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ส่งผลให้ภาครัฐกำหนดมาตรการปิดเมืองเป็นระยะๆ ธุรกิจจัดส่งอาหารยิ่งทวีความสำคัญทั้งจากจำนวนผู้บริโภค จำนวนที่เพิ่มขึ้นของร้านอาหารในระบบ และจำนวนผู้จัดส่งหรือเรียกกันทั่วไปว่าไรเดอร์ (Rider) ยิ่งทำให้ธุรกิจจัดส่งอาหารพยายามหาทางกระตุ้นการจับจ่ายด้วยกลยุทธ์การตลาดมากมาย เพื่อดึงดูดลูกค้าประจำและสร้างจำนวนลูกค้าใหม่ให้เพิ่มขึ้น

การศึกษาเรื่องการจัดส่งอาหารกับความตั้งใจซื้อของกลุ่ม Gen Z ที่ผ่านมา โดยเฉพาะการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการส่วนใหญ่เป็นการศึกษาที่เน้นการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นการวัดส่วนที่แยกจากกันโดยปราศจากการศึกษาความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบ ด้วยสาเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญและสนใจศึกษาความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบ วิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z เพื่อนำผลจากการศึกษาไปปรับปรุงแก้ไขส่วนที่บกพร่อง ประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้อง และรองรับการแข่งขันที่สูงขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพในธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z
2. เพื่อศึกษาระดับความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบส่วนประสมการตลาดกับความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z
3. เพื่อศึกษาองค์ประกอบส่วนประสมการตลาดที่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z

องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการ (Service marketing mix)

องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดเป็นหนึ่งในแนวคิดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่ Kotler (1997) ได้ศึกษาและพัฒนาเรื่อยมาจากส่วนประสมการตลาด 4 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการขาย (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) จนมาเป็นส่วนประสมการตลาด 7 ด้าน (Kotler, 2000) คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการขาย การส่งเสริมการตลาด บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) และกระบวนการ (Process) เป็นกลยุทธ์ที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้และใช้สำหรับสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค ถูกพัฒนาและเพิ่มตัวแปรมากขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนในแต่ละยุคสมัย สำนักพาดิชนิยธิเล็กรทอนนิคส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560) แสดงหลักการตลาดด้วยองค์ประกอบส่วนประสมการตลาด (6Ps) สำหรับธุรกิจการขายสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ E-Commerce ที่ต่างจากธุรกิจหน้าร้าน ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์แบบดิจิทัล (Digital product) เช่น หนังสือและเพลงดิจิทัล และแบบไม่ใช่ดิจิทัล (Physical product) 2) ราคา บนระบบประยุกต์การสั่งอาหารออนไลน์ ที่มีแบบรวมหรือไม่รวมค่าขนส่ง 3) ช่องทางการจัดจำหน่ายบนเว็บไซต์หรือหมายถึงระบบประยุกต์สั่งซื้ออาหารของธุรกิจจัดส่งอาหาร 4) การส่งเสริมการขาย ที่เสริมขึ้นนอกเหนือจากสินค้าที่ขายปกติ เพื่อดึงดูดให้เกิดความสนใจและติดตามอย่างต่อเนื่องด้วยส่วนลดแก่สมาชิกหรือลูกค้าประจำ 5) การบริการโดยบุคคลที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการทักทาย การปฏิบัติและการจัดส่ง และ 6) ความเป็นส่วนตัวที่ธุรกิจปฏิบัติตามนโยบายรักษาความเป็นส่วนตัวและข้อมูลของลูกค้าด้วยจรรยาบรรณ

ความตั้งใจซื้อ (Buying behavioral intention)

ความตั้งใจซื้อหมายถึงความเต็มใจซื้อสินค้า/บริการของผู้บริโภค ด้วยการรับรู้ ทศนคติ (Ajzen, 1991) ความพร้อม การประเมินความพึงพอใจ การเลือก และการตัดสินใจที่จะซื้อ (Athapaththu and Kulathunga, 2018) ถือเป็นปัจจัยภายในบุคคล นอกจากนี้ ปัจจัยภายนอกยังสามารถส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมความตั้งใจซื้อ เช่น ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว โดยเฉพาะการบริการบนช่องทางออนไลน์ ที่มีอิทธิพลทำให้เกิดความตั้งใจซื้อและความต่อเนื่องของการซื้อ (Lee et al., 2016) ที่มาจากทศนคติและความตั้งใจเชิงบวกต่อเทคโนโลยีของผู้บริโภค (Crespo and Del Bosque, 2008)

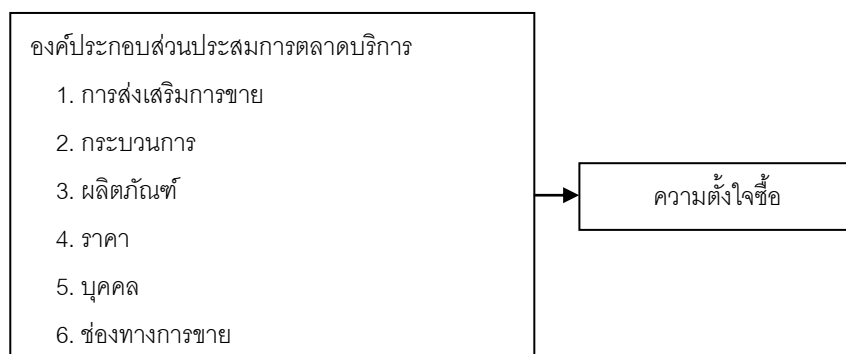
ในการศึกษารุ่นนี้ ผู้วิจัยประยุกต์และนำองค์ประกอบ 6 ด้านมาใช้ คือ 1) ผลิตภัณฑ์ ถือเป็นสิ่งที่สนองความจำเป็นเป็นประโยชน์และมีคุณค่าต่อผู้บริโภค อาจจับต้องได้ (สินค้า) หรือไม่ได้ (บริการ) 2) ราคา เป็นการตีค่าของบริการกับคุณค่าที่ได้รับว่าเหมาะสม ช่วยบอกระดับและสร้างความชัดเจน 3) ช่องทางการขาย สื่อถึงที่ตั้งหรือเครื่องมือในการจำหน่ายที่สะดวกต่อการเข้าถึงและมีผลต่อการรับรู้สินค้าหรือบริการ 4) การส่งเสริมการขาย เป็นเครื่องมือสื่อสารและกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดทศนคติและพฤติกรรมซื้อ ถือเป็นหัวใจสำคัญของการตลาด 5) กระบวนการ เป็นการปฏิบัติตามขั้นตอน มีระเบียบและวิธีการในการกระทำการกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง อันจะนำไปสู่ความประทับใจต่อผู้บริโภค และ 6) บุคคล เป็นบุคคลที่ต้องมีทักษะ ผ่านการอบรม เพื่อทำหน้าที่สารสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับผู้บริโภค มีผลต่อทศนคติและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อองค์กร

ในการศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคอาหารออนไลน์ของชาวจีนไต้หวันของ Sembiring (2021) พบว่า ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการขาย และการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green product) ส่งผลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจซื้อของ

ลูกค้า สำหรับการศึกษา สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบส่วนประสมการตลาดต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภค กลุ่ม Gen Y ในกรุงเทพมหานคร ของ Munamba and Nuangjamnong (2021) พบว่า ส่วนประสมการตลาด 6 องค์ประกอบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อ โดยการรับรู้ตราหือและทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์สีเขียวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ การศึกษาของ Sudari et al. (2019) ศึกษาเรื่องความภักดีและความพึงพอใจของลูกค้ากับองค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในประเทศมาเลเซีย พบว่า ผลกระทบต่อการส่งเสริมการขาย ช่องทางการขาย และราคามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ตลอดจนสร้างความพึงพอใจและความภักดีให้กับลูกค้า การศึกษาด้านความสัมพันธ์ของส่วนประสมการตลาดบริการและความภักดีของผู้บริโภคกับร้านอาหารแบบดั้งเดิมในประเทศอินโดนีเซียของ Anjani, Irham and Waluyati (2018) พบว่า บุคคลคือองค์ประกอบสำคัญที่สุดที่สามารถแสดงมิตรไมตรี ความซื่อสัตย์และความกระตือรือร้นให้ลูกค้าได้รับรู้ ในขณะที่การส่งเสริมการขายมีความสำคัญน้อยที่สุด และร้อยละ 77.61 ของชาวอินโดนีเซียยังคงมีความตั้งใจซื้อและมีความภักดีต่อรูปแบบร้านอาหารดั้งเดิม แต่สำหรับผู้บริโภคอาหารในเมือง Kumasi ประเทศกานา จากการศึกษาของ Amofah, Gyamfi and Tutu (2016) พบว่า องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค โดยด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการกลับมาซื้อซ้ำมากที่สุด ยกเว้นช่องทางการขาย และการวิจัยยังแนะนำให้ธุรกิจร้านอาหารพิจารณาส่วนประสมการตลาดบริการ 3 ด้าน คือ กระบวนการ บุคคล และลักษณะทางกายภาพในการเสนอบริการด้านการจัดส่งอาหารตามความเหมาะสมของวิถีชีวิตลูกค้าในปัจจุบัน

การศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการของธุรกิจจัดส่งอาหารในประเทศไทย โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครของ ชีระวัฒน์ ศรีชา (2562) พบว่า องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ราคา กระบวนการ และความไว้วางใจ เป็นองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารออนไลน์ของประชากรวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ส่วนการศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของ ชนเศ ลักษณ์พันธุ์ภักดี (2560) คือ ผลิตภัณฑ์/บริการ การจัดส่ง การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพและช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการใช้บริการของผู้บริโภค

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการจัดส่งอาหารและวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการจัดส่งอาหารที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีความคุ้นเคยกับอุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเข้าถึงการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลายมากกว่ากลุ่มผู้บริโภคในช่วงอายุอื่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณรูปแบบการสำรวจเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

ออนไลน์ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 11 - 26 ปี และใช้บริการจัดส่งอาหารในช่วงสถานการณ์ โควิด - 19 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นการวิจัยแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional study) ที่มีขอบเขตด้านระยะเวลาในระหว่างเดือน พฤษภาคม – กรกฎาคม 2564 แบ่งออกเป็น 6 ด้านดังนี้ ผลลัพธ์ ราคา ช่องทางการขาย การส่งเสริมการตลาด บุคคลและกระบวนการ ตามแนวคิดทฤษฎีของ Kotler (2000) และสำนักพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2560)

ประชากรของการศึกษาค้นนี้เป็นกลุ่ม Gen Z ที่มีอายุระหว่าง 11 - 26 ปี ผู้ที่เกิดในปี ค.ศ. 1995 - 2010 (McKinsey & Company, 2018) ในประเทศไทยจำนวนประมาณ 14.5 ล้านคน (เทอร์ราปีเคด, 2562) นำมาคำนวณหากลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดการวิเคราะห์ของ Bujang, Sa'at, and Baker (2017) ที่เสนอว่าการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณจะมีประสิทธิภาพถ้าเป็นข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 300 ตัวอย่าง และใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970) ได้จำนวน 384 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึงจัดทำแบบสอบถามเพิ่มอีก 16 รวมขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง สุ่มเลือกตัวอย่างตามความสะดวกแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น จำกัดเฉพาะบุคคลที่ไม่ใช่ “เด็ก” หมายถึงผู้มีอายุระหว่าง 18- 26 ปีเท่านั้น โดยยึดถือตาม พ.ร.บ. คุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 มาตรา 4 ที่บัญญัติว่า “เด็ก” คือบุคคลที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์ อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเคยใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านระบบประยุกต์แล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง

เครื่องมือที่ใช้ศึกษารวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่พิจารณาจากกรอบความคิดที่ได้กำหนดตัวแปรจากแนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาถามด้วยคำถามปลายปิด (ส่วนที่ 1-3) และปลายเปิด (ส่วนที่ 4) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการจัดส่งอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดด้านการใช้บริการจัดส่งอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลด้านความตั้งใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามส่วนที่ 3 และ 4 จะเป็นแบบสอบถามในรูปแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ เห็นด้วยที่สุด เห็นด้วย เฉยๆ ไม่เห็นด้วย และ ไม่เห็นด้วยอย่างมาก ตามวิธีของ Likert (Five point scales) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน คือ 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ แปลความหมายของระดับความคิดเห็นตามเกณฑ์การหาค่าเฉลี่ยในการแปลความหมาย ตามการคำนวณความกว้างอันตรภาคชั้น คือ $(5 - 1) \div 5 = 0.80$ แปลความคิดเห็นได้ดังนี้ คือ เห็นด้วยที่สุด (4.21 – 5.00) เห็นด้วย (3.21 - 4.20) เฉยๆ (2.61 – 3.40) ไม่เห็นด้วย (1.81 – 2.60) และ ไม่เห็นด้วยอย่างมาก (1.00 – 1.800) โดยข้อคำถามจำแนกตามองค์ประกอบส่วนประสมการตลาด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการขาย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ

จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) และขอคำปรึกษาเพิ่มเติม พบว่า ค่า IOC ที่ได้มีค่าเฉลี่ย = 0.93 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 ถือว่ามีคุณภาพและสามารถนำไปทดลองใช้ได้ ถัดไปคือการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับตัวอย่างจำนวน 30 ชุด (Pilot test) เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นและคำนวณค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาควัดความสอดคล้องภายในได้ = 0.885 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.7 ถือว่าเชื่อถือและนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ (Nunnally and Benstein, 1994) ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google form และใช้ลิงค์แบบสอบถามส่งให้ผู้ตอบแบบสุ่มตามความสะดวกบนสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook Email และ Line ทั้งส่วนตัวของผู้วิจัยและคนใกล้ชิด กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยคำถามระบุความเป็น Gen Z (มีอายุระหว่าง 18 - 26 ปี) ในระหว่างเดือนเดือนพฤษภาคมถึงกรกฎาคม 2564 เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาจากการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 และเพื่อลดการพบปะผู้คนจำนวนมากได้แบบสอบถามกลับมาจำนวน 412 ชุด จากนั้นทำการคัดเลือกแบบสอบถามโดยได้แบบสอบถามชุดที่สมบูรณ์จำนวน 400 ชุด

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมาประมวลผลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ใช้อธิบายข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างและนำเสนอในรูปการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การใช้สถิติหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อตอบวัตถุประสงค์

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 60) มีอายุ 23 ปี (ร้อยละ 21.25) มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 15,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 49.25) ใช้บริการจัดส่งอาหาร 4 - 10 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 36.25) โดยเฉพาะวันจันทร์ – ศุกร์ (ร้อยละ 52.50) ใช้จ่ายแต่ละครั้ง 101 - 300 บาท (ร้อยละ 62.50) เป็นอาหารจานหลัก (ร้อยละ 66.50) เหตุผลที่เลือกใช้บริการเพราะไม่ต้องเดินทางออกไปรับประทานที่ร้าน (ร้อยละ 55)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
การส่งเสริมการขาย	4.47	0.532	มากที่สุด
กระบวนการ	4.57	0.546	มากที่สุด
ผลิตภัณฑ์	4.61	0.547	มากที่สุด
ราคา	3.92	0.589	มาก
บุคคล	4.24	0.520	มากที่สุด
ช่องทางการขาย	4.33	0.515	มากที่สุด
ความตั้งใจซื้อ	4.12	0.689	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับส่วนประสมการตลาดบริการจัดส่งอาหารด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ($\bar{X}$ = 4.61, S.D.= 0.547) รองลงมาคือด้านกระบวนการ ($\bar{X}$ = 4.57, S.D.= 0.546) ด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X}$ = 4.47, S.D.= 0.532) ด้านช่องทางการขาย ($\bar{X}$ = 4.33, S.D.= 0.515) และด้านบุคคล ($\bar{X}$ = 4.24, S.D.= 0.520) ตามลำดับ และมีระดับส่วนประสมการตลาดในระดับมากคือ ด้านราคา ($\bar{X}$ = 3.92, S.D.= 0.589) และระดับความตั้งใจซื้อในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.12, S.D.= 0.689)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการจัดส่งอาหารกับความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z มีการแสดงผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการจัดส่งอาหาร

ส่วนประสมการตลาด	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	r
การส่งเสริมการขาย	.296**
กระบวนการ	.254**
ผลิตภัณฑ์	.242**
ราคา	.204**
บุคคล	.275**
ช่องทางการขาย	.279**

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 2 พบว่า องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการทุกด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับค่อยข้างต่ำ มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยมีเกณฑ์ คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) 0.80 ขึ้นไปอยู่ในระดับสูง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.60 – 0.79 อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.40 – 0.59 อยู่ในระดับปานกลาง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.20 – 0.39 อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำกว่า 0.20 อยู่ในระดับต่ำ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540) ในด้านการส่งเสริมการขายมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .296 ด้านช่องทางการขายมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .279 ด้านบุคคล มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .275 ด้านกระบวนการมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .254 ด้านผลิตภัณฑ์มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .242 และด้านราคามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ .204

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อพยากรณ์ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z

ส่วนประสมการตลาด	b	S.E	B	T	P
ค่าคงที่	1.967	.324		6.075	.000
การส่งเสริมการขาย	.241	.094	.186	2.567	.011*
กระบวนการ	-.018	.107	-.014	-.166	.868
ผลิตภัณฑ์	.022	.098	.017	.221	.825
ราคา	-.049	.081	-.042	-.603	.547
บุคคล	.153	.105	.116	1.453	.147
ช่องทางการขาย	.137	.109	.102	1.248	.213
R= .328, R ² = .107, Adj R ² = .094, SE= .655, F= 7.861, p= .000					

จากตารางที่ 3 พบว่า การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อพยากรณ์ความตั้งใจซื้อบริการจัดส่งอาหารของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z สามารถอธิบายได้ว่า ความตั้งใจซื้อบริการจัดส่งอาหารของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z คือร้อยละ 10.70 โดยมีสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ คือ ความตั้งใจซื้อบริการจัดส่งอาหาร คือ 1.967+ ด้านการส่งเสริมการขาย .241 โดยอธิบายสมการได้ว่า ถ้าส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะทำให้ความตั้งใจซื้อบริการจัดส่งอาหารเพิ่มขึ้น .241 คะแนน

นอกจากนี้ ตารางที่ 3 ยังแสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการขายสามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อบริการจัดส่งอาหารของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากกลุ่ม Gen Z เป็นกลุ่มที่ใช้เวลากับการค้นหาข้อมูลออนไลน์มาก และชอบสิ่งที่ท้าทายและแปลกใหม่ที่มากระตุ้นความอยากรู้อยากเห็น จึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายของบริการจัดส่งอาหารเป็นสำคัญ ส่วนองค์ประกอบส่วนประสมการตลาดตามการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณที่ไม่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อบริการจัดส่งอาหารของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล และด้านช่องทางการขาย

อภิปรายผล

จากผลการศึกษางานวิจัยพบว่า องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการจัดส่งอาหารด้านการส่งเสริมการขายเป็นองค์ประกอบที่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อบริการจัดส่งอาหารของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z นั้นมีความสัมพันธ์กับผลการศึกษาของ Sembiring (2021) ที่พบว่า การส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวของลูกค้า

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยมีความแตกต่างจากผลการศึกษาของ Amofah et al. (2016) และผลการศึกษาของ วีระวัฒน์ ศรีชา (2562) ที่ว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ เป็นองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อและต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภค และการศึกษาของ Munamba and Nuangjamnong (2021) ที่พบว่าช่องทางการขายเป็นหนึ่งในส่วนประสม

การตลาด 6 องค์ประกอบที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังมีความแตกต่างจากผลการศึกษาของ Anjani et al. (2018) ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล เป็นองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการรับรู้สินค้าและบริการของผู้บริโภค เช่นเดียวกับการศึกษาของ Seo (2021) ที่พบว่ากระบวนการในการใช้งานส่งผลต่อความเชื่อใจในความปลอดภัยของระบบด้านการชำระเงิน รวมถึงการแสดงผลตามจริง (real time) ของเส้นทางและการเดินทางของผู้ขับที่ทำให้สามารถคาดการณ์เวลาจัดส่งได้ และการศึกษาของ Sudari et al. (2019) และ ชเนศ ลักษณะพันธุ์ภักดี (2560) ที่พบว่าช่องทางการขายเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความภักดีและการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคต้องการข้อมูลที่ชัดเจนสวยงาม หลากหลาย มีการแนะนำหรือการจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องประโยชน์ต่อการตัดสินใจ เช่น การนำเสนอร้านอาหารที่ได้รับรางวัลหรือการรับประกัน เพื่ออาหารที่เป็นที่นิยมและมีรสชาติที่ดี และการคัดสรรร้านอาหารที่อยู่ใกล้กับจุดรับอาหาร เพื่อประโยชน์ด้านอัตราค่าจัดส่งที่ถูกลง เป็นต้น

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าระดับส่วนประสมการตลาดบริการจัดส่งอาหารและระดับความตั้งใจซื้อบริการจัดส่งอาหารของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยทุกองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ และองค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการจัดส่งอาหารด้านการส่งเสริมการขายสามารถพยากรณ์ความตั้งใจซื้อบริการจัดส่งอาหารของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z ได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลการศึกษาในครั้งนี้แสดงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคออนไลน์เฉพาะกลุ่ม Gen Z ที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่และอยู่ในวัยเรียน เป็นผลที่สะท้อนความคิดและความปรารถนาด้านการรับรู้บริการของผู้บริโภค ที่นักวิชาการสามารถนำไปพัฒนาและบูรณาการการเรียนการสอน ประกอบการเขียนตำรา รวมทั้งต่อยอดการศึกษาค้นคว้าวิจัย สามารถนำไปขยายให้มันียะมากขึ้นสำหรับการศึกษาในอนาคต โดยผู้วิจัยหรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำกรอบแนวคิดจากงานวิจัยนี้ไปศึกษากับกลุ่มประชากรและจำนวนประชากรที่แตกต่าง รวมทั้งสถานที่และบริบทอื่น ก็จะทำให้ได้มิติของการศึกษาที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

2. ในส่วนของประโยชน์เชิงธุรกิจ จากทัศนะของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z ต่อการบริการจัดส่งอาหารที่ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านช่องทางการขาย ด้านกระบวนการ และด้านบุคคล จัดเป็นจุดแข็งทางการตลาดที่ผู้บริหารจัดการสามารถนำไปปรับและพัฒนากลยุทธ์การขาย อาทิ ด้านบุคคลกับด้านช่องทางการขายที่มีความสัมพันธ์สูงสุด รองลงมาคือด้านกระบวนการ และด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบที่เจ้าของธุรกิจแพลตฟอร์มจัดส่งอาหารและธุรกิจร้านอาหารควบคุมได้ ธุรกิจแพลตฟอร์มจึงควรนำมาเป็นหลักพัฒนาการใช้งานระบบให้มีศักยภาพเหนือคู่แข่งที่ปัจจุบันกำลังมีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาประกอบเพื่อให้กระบวนการทำงานของระบบเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ปลอดภัยและแม่นยำมากขึ้น ผสานกับการพัฒนาบุคลากรจัดส่งให้มีทักษะและจิตใจการบริการที่จำเป็นมากกว่าการรับและส่งสินค้าไปยังผู้บริโภคเท่านั้น การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรจะยิ่งช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้กับผู้บริโภค รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรผ่านตัวบุคคล ขณะเดียวกันธุรกิจร้านอาหารเจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรงก็ควรให้ความสำคัญกับประเภทอาหารที่ต้องใช้ระยะเวลาช่วงหนึ่งในการเดินทางก่อนถึงมือผู้รับ จึงควรจัดการด้านคุณภาพและรักษามาตรฐานรวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่อาหารให้รักษาสภาพและอุณหภูมิของอาหารให้ดีที่สุด

3. ผลการศึกษาในครั้งนี้แสดงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคออนไลน์เฉพาะกลุ่ม (Gen Z) ที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่และอยู่ในวัยเรียน เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ยังไม่มีการศึกษามากเมื่อเทียบกับกลุ่มช่วงวัยอื่น ผลที่ได้สะท้อนความคิดและความปรารถนาด้านการรับรู้บริการของผู้บริโภค โดยเฉพาะด้านการส่งเสริมการขายที่นักวิชาการสามารถนำไปพัฒนาและบูรณาการการเรียนการสอน ประกอบการเขียนตำรา รวมทั้งต่อยอดการศึกษาค้นคว้าวิจัย

ข้อจำกัดของการวิจัย

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยแบบภาคตัดขวางด้วยการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาหนึ่งและกับกลุ่มประชากรเฉพาะคือกลุ่ม Gen Z ที่มีอายุระหว่าง 11 - 26 ปี หรือเกิดในปี ค.ศ. 1995 - 2010 และเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนพฤษภาคม – กรกฎาคม 2564 เท่านั้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560, 15 กุมภาพันธ์). คู่มือการจดทะเบียนพาณิชย์ประกอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการขอใช้เครื่องหมายรับรองการจดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. สืบค้นจาก https://www.dbd.go.th/download/ecommerce_file/pdf/e-commerce_manual_570428.pdf
- กรุงศรีกูรู. (2564, 7 พฤศจิกายน). 6 สิ่งต้องรู้เมื่อบุกตลาดเจน Z. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/6-techniques-to-approach-gen-z>
- ชเนศ ลักษณะพันธุ์ศักดิ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธีระวัฒน์ ศรีชา. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารออนไลน์ ของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- เทอร์ราบีเคเค. (2562, 7 พฤศจิกายน). Where Y? Gen Y Portion in Thailand. สืบค้นจาก <https://www.terrabkk.com/articles/191968/where-y-สัดส่วน-gen-y-ในประเทศไทย>.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564, 7 พฤศจิกายน). Food Delivery. COVID-19 forced business to reach 5.3 billion baht, grown 18.4-24.4%. สืบค้นจาก <https://kasikomresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Food-Delivery-FB-24-08-21.aspx>.
- Adiguzel, O., Batur, H. Z., and Eksili, N. (2014). Kusaklarin Degisen Yuzu ve Y Kusagi ile Ortaya Cikan Yeni Calisma Tarzi: Mobil Yakalilar. *Journal of Suleyman Demirel University Institute of Social Sciences Year*, 1(19), 165-182.
- Amofah, O., Gyamfi, I., and Tutu, C. O. (2016). The influence of service marketing mix on customer choice of repeat purchase of restaurant in Kumasi, Ghana. *European Journal of Business and Management*, 8(11), 102-112.
- Anjani, H. D., Irham, I., and Waluyati, L. R. (2018). Relationship of 7P Marketing Mix and Consumers' Loyalty in Traditional Markets. *Agro Ekonomi*, 29(2), 261 - 273.
- Athapaththu, J. C., and Kulathunga, D. (2018). Factors Affecting Online Purchase Intention: Effects of Technology and Social Commerce. *International Business Research*, 11(10), 111 - 128.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179 - 211.
- Bujang, M. A., Sa'at, N., and Bakar, T. M. I. T. A. (2017). Determination of minimum sample size requirement for multiple linear regression and analysis of covariance based on experimental and non-experimental studies. *Epidemiology, Biostatistics and Public Health*, 14(3), e12117-1 - e12117-9.
- Crespo, A. H. and del Bosque, I. R. (2008). The effect of innovativeness on the adoption of B2C e-commerce: A model based on the Theory of Planned Behaviour. *Computers in Human Behavior*, 24(6), 2830 - 2847.

- Datareportal. (2021, 11 February). Digital 2021: Thailand. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-thailand>.
- ETDA. (2021, 15 December). Thailand Internet User Behavior 2020. Retrieved from <https://www.etda.or.th/th/news-events/pr-news/ETDA-released-IUB-2020.aspx>.
- ISMED. (2021, November 11). Business Trend of High Growth Prospects. Retrieved from [https://www.ismed.or.th/SPR200463\(1\).php](https://www.ismed.or.th/SPR200463(1).php).
- Kotler, P. (1997). *Marketing management (9th ed.)*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. (The Millennium Ed.). NJ: Prentice Hall.
- Krejcie, R. V. and Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Lee, T. S., Ariff, M. S. M., Zakuan, N., Sulaiman, Z., and Saman, M. Z. M. (2016, May). Online sellers' website quality influencing online buyers' purchase intention. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 131(1), 012014-1 – 012014-10.
- McKinsey & Company. (2018, 12 November). True Gen: Generation Z and its implications for companies. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>.
- Munamba, R. and Nuangjamnong, C. (2021). The Impact of Green Marketing Mix and Attitude towards the Green Purchase Intention among Generation Y Consumers in Bangkok. Available at SSRN 3968444.
- Nunnally, J.C. and Benstein, I.H. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Sembiring, R. J. (2021). The effect green marketing mix on corporate image as well as implication for purchase intention of food and beverages companies in Indonesia. *Journal of Social Science*, 2(2), 210-222.
- Seo, W. T. (2021). Effect of Delivery Application Quality on Application Trust, Delivery Rider Trust, and Intention to Use: Focused on Trust Transfer in Online Platform Logistics. *The Korean Journal of Franchise Management*, 12(4), 41-54. <https://doi.org/10.21871/KJFM.2021.12.4.41>
- Sudari, S., Tarofder, A., Khatibi, A., and Tham, J. (2019). Measuring the critical effect of marketing mix on customer loyalty through customer satisfaction in food and beverage products. *Management Science Letters*, 9(9), 1385-1396.

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

Guidelines for the Development of Food Tourism
of Local Fisheries Groups Chiang Khan District, Loei Provinceบุญยาพร เคนคำ^{1*} พัชรีย์ โสภ¹ ศุภมาส ซื่อแท้¹ ปิยธิดา จันทะแพง¹ วรารกรณ์ ใจน้อย²Boonyaporn Kenkam^{1*} Patcharee Sopa¹ Suppamas Suetae¹ Piyathida Junthapaeng¹ Warakorn Jainoi²

Corresponding Author's Email: boonyaporn.khen@gmail.com

(Received: May 3, 2023; Revised: September 25, 2023; Accepted: September 29, 2023)

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นของกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และ 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยกลุ่มเป้าหมายหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ประธานกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน 2) กลุ่มแม่บ้านที่มีอาชีพประกอบอาหารพื้นถิ่นเป็นหลัก และ 3) ผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนทั้งหมด 18 คน ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกต การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ในพื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเกษตรริมโขงประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ผลการวิจัยพบว่า 1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของกลุ่มประมงพื้นบ้าน ได้แก่ การเยี่ยมชมและชิมอาหาร เข้าเรียน รับประทานอาหารแบบท้องถิ่น กิจกรรมการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ชื้อสินค้าหรือของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร ชมแหล่งท่องเที่ยวทางอาหารและเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวทดลองทำอาหาร และ 2) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคานจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว (Tourism route) ที่เชื่อมต่อพื้นที่ท่องเที่ยวโดยรอบ ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวข้องกับ “วิถีชาวประมง” จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับฤดูกาลหรือเทศกาลต่างๆ พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น พัฒนารูปแบบอาหารพื้นถิ่นให้มีความหลากหลายมากขึ้น การแปรรูปวัตถุดิบ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว ยกกระดับอาหารท้องถิ่นให้เป็นการรับประทานอาหารชั้นเลิศ (Fine dining) เสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่กลุ่มชาวบ้าน การอบรมสมาชิกในกลุ่มในเรื่องการให้ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเวลาจมน้ำ สร้างสรรค์อาหารโดยใช้วัสดุจากธรรมชาติ

คำสำคัญ: อาหารพื้นถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the local food tourism activities of the local fishery groups. Chiang Khan District, Loei Province; and 2) To study the guidelines for the development of food tourism for the local fisheries group. Chiang Khan District Loei Province, 3 main target groups these include: 1) leader of local fishermen group; 2) a group of housewives who mainly cook local food; and 3) who take care of tourist attractions, totaling 18 people collecting data from observations. Interviews and Group Discussions In the area of the Mekong Agricultural Tourism Community Enterprise Group, the local fisheries Chiang Khan District, Loei Province.

The results of the research were as follows: 1) Food tourism activities of local fishermen group include sunset cruises. Visit and taste local food, participate in local culture and lifestyle, buy goods or souvenirs related to food, taste food, understand local lifestyle, and local communities and tourists try food together; and 2) Guidelines for the

¹ นักศึกษาลัทธิศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Bachelor of Art's Students, Tourism and Hotel Program, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

² Lecturer, Tourism and Hotel Program, Faculty of Management science, Loei Rajabhat University

development of food tourism, the Chiang Khan local fishery group has established a route (route) that connects the surrounding tourist areas. Promote food tourism activities related to "Fisherman's Way" Organize tourism activities in accordance with the seasons or festivals, develop new tourism activities. Disseminate information to the target audience, Promote tourism through online media, create added value for local food products, develop local food patterns to be more diverse raw material processing, organize tourism programs, elevate local food to fine dining to enhance the body of knowledge for the villagers, training group members on how to help tourists when drowning and create food using natural materials.

Keywords: local food, tourism activities, food tourism, local fisheries group, Chiang Khan district

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทย และยังคงมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องขึ้นทุกปี เป็นผลทำให้เศรษฐกิจฟื้นตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยประกอบไปด้วยการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและนันทนาการ รวมไปถึงศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ตลอดจนประเพณี และเทศกาลสำคัญๆ รัฐบาลไทยได้มีนโยบายในการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ในพื้นที่การท่องเที่ยวเมืองรอง ซึ่งจังหวัดเลย เป็นหนึ่งจังหวัดที่ได้รับการประกาศให้เป็นพื้นที่เมืองรอง เนื่องจากมีศักยภาพด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ เพราะจังหวัดเลยมีความเพียบพร้อมด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ซึ่งมีศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาและสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น จังหวัดเลยเต็มไปด้วยธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งป่าไม้และภูเขา อีกทั้งยังเป็นแหล่งเพาะปลูกไม้ดอกไม้ประดับที่สำคัญของประเทศ ภายในจังหวัดมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายและหลากหลาย มีประเพณีที่น่าสนใจและมีชื่อเสียงในเรื่องของการท่องเที่ยว จึงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวรวมทั้งผู้คนในต่างพื้นที่แวะเวียนมาเที่ยวจังหวัดเลยตลอดทั้งปี

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หรือ Gastronomy tourism มีชื่อที่เรียกกันหลากหลาย อาทิ Culinary tourism และ Food tourism เป็นต้น เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยม เนื่องจากปัจจุบันการแข่งขันทางการท่องเที่ยวสูงขึ้นมาก ประกอบกับพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลมีความแตกต่างและหลากหลายเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดการนำองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมมาพัฒนาในรูปแบบการท่องเที่ยวและรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างทักษะประสบการณ์แปลกใหม่และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง ซึ่งอาหารเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการจัดการท่องเที่ยวและยังถูกใช้เป็นรูปแบบกิจกรรมของการท่องเที่ยวที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถสร้างรายได้มหาศาลให้แก่การท่องเที่ยวของประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) รวมไปถึงการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากแรงจูงใจที่จะไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ด้านอาหาร หรือเกี่ยวกับการผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหาร หรือแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะเรื่องอาหาร โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์ด้านอาหารที่แท้จริง ซึ่งสะท้อนความมีเอกลักษณ์เรียบง่าย วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น

อำเภอเชียงคานเป็นหนึ่งในอำเภอของจังหวัดเลยที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วิถีชีวิตชุมชน และยังเป็นพื้นที่ที่สามารถเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่สำคัญของอำเภอเชียงคานและอำเภอใกล้เคียง นอกเหนือจากการเดินทางมาท่องเที่ยวดังกล่าวมาข้างต้นแล้ว เชียงคานยังมีวิถีชีวิตที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นตามลักษณะภูมิประเทศที่ติดกับแม่น้ำโขง ซึ่งวิถีชีวิตหนึ่งของชาวเชียงคานที่มีพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขงคือ การทำประมงพื้นบ้านที่มีลักษณะเฉพาะตลอดจนการประกอบอาหารจากปลาที่ได้จากแม่น้ำโขงที่เป็นเอกลักษณ์รสชาติและการปรุงอาหารที่มีอัตลักษณ์ของท้องถิ่น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ถึงแม้จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวยังอำเภอเชียงคานเป็นจำนวนมาก แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักวิถีชีวิตของชาวชุมชนอำเภอเชียงคานที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพประมงของชาวอำเภอเชียงคานและการประกอบอาหารท้องถิ่น ประกอบกับยังไม่มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตลอดจนกระบวนการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กลุ่มประมงพื้นบ้านอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารและการประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนรู้จักวิถีชีวิตของชุมชนริมแม่น้ำโขง มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การทำประมงพื้นบ้านให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ตลอดจนการมีส่วนร่วมและการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนนั้นๆ เพื่อให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพโดยชุมชนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นของกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีหน่วยในการวิเคราะห์เป็นรายบุคคล กลุ่มคน และชุมชนในกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน ประกอบไปด้วยคนในชุมชน สมาชิกกลุ่ม ราชภัฏชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. กลุ่มประชากร

ประธานกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน หัวหน้ากลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน แม่บ้านที่มีอาชีพประกอบอาหารพื้นถิ่นเป็นหลัก และผู้ที่ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 18 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการโดยดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

3.1 ศึกษาข้อมูลรายละเอียดจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 กำหนดประเด็นหลักในการสัมภาษณ์ตามเอกสาร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการวิจัย ระบุรายการข้อมูลที่ต้องการของแต่ละประเด็น

3.3 จัดทำร่างแบบสัมภาษณ์และรายการคำถามแต่ละประเด็น เพื่อให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบว่าตรงตามเนื้อหาและมีข้อมูลครบถ้วนหรือไม่ จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.4 นำแบบสัมภาษณ์ที่ร่างขึ้นนำเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบจำนวน 3 ท่าน พร้อมสรุปย่อถึงตัวแปรและวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญใช้ประกอบการตรวจสอบประเมินความครบถ้วนถูกต้องของเนื้อหาและโครงสร้างของคำถาม

3.5 ปรับปรุงแก้ไขคำถามตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำและนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล

3.6 ผู้วิจัย (Researcher) เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้นผู้วิจัยต้องเตรียมพร้อมก่อนลงพื้นที่ทั้งด้านร่างกาย เพื่อให้มีสุขภาพแข็งแรงพร้อมการลงพื้นที่เตรียมแนวคำถาม เพื่อให้ถามได้ตรงประเด็น และครอบคลุมตามที่ต้องการทราบถึงข้อมูลของผู้ที่เข้าไปขอเก็บข้อมูลและการเข้าถึงผู้ให้ข้อมูล

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary study) เป็นการเก็บข้อมูลในลักษณะข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากหนังสือและเอกสารงานวิชาการต่างๆ ทั้งที่เป็นหนังสือและสื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ผลงานวิจัย วิทยานิพนธ์ งานเขียนทางวิชาการ บทความทางวิชาการ ตลอดจนหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ในการนี้ผู้วิจัยจะเลือกเฉพาะในส่วนที่เชื่อมโยง หรือที่มีส่วนสัมพันธ์กับเนื้อหาสาระ และกรอบแนวคิดในการวิจัย และเป็นข้อมูลที่มีส่วนสัมพันธ์กับบทสัมภาษณ์

4.2 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ (Interview) การวิจัยครั้งนี้ใช้ทั้งการสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการ (Semi formal interview) และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Information interview) ดำเนินการสัมภาษณ์ ประธานกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน หัวหน้ากลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน แม่บ้านที่มีอาชีพประกอบอาหารพื้นถิ่นเป็นหลัก และผู้ที่ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว โดยคำถามที่จะใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นของกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบตามกรอบแนวคิดการศึกษาและมีอิสระในการตอบโดยข้อมูลที่ได้จะเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ทั้งหมดทำให้ทราบภาพสะท้อนข้อเท็จจริงตามกรอบแนวคิด โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

ขั้นเตรียมการสัมภาษณ์ ได้แก่ ก่อนลงพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเริ่มต้นด้วยการนัดหมาย วัน เวลา สถานที่ ที่จะสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยผู้วิจัยได้ศึกษาประเด็นคำถาม ที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ พร้อมเตรียมและศึกษาวิธีใช้เครื่องมือในการบันทึกเสียง เตรียมสมุด จดบันทึก และอุปกรณ์ต่างๆ ให้พร้อมก่อนดำเนินการสัมภาษณ์

ขั้นตอนการสัมภาษณ์ ได้แก่ ก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สนทนาร่างความคุ้นเคยกับผู้ให้สัมภาษณ์พร้อมแจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ อธิบายเหตุผลและขออนุญาตใช้เครื่องบันทึกเสียงในขณะสัมภาษณ์ รวมทั้งแจ้งให้ทราบว่าข้อมูลต่างๆ ที่บันทึกเสียงไว้โดยผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ ทั้งนี้หากผู้ให้สัมภาษณ์ ไม่ประสงค์ที่จะให้บันทึกเสียงในช่วงใด ผู้วิจัยก็จะไม่บันทึกเสียง

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกต นำเสนอด้วยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ข้อมูลบริบทของกลุ่มประมงพื้นบ้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทำให้ทราบถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาจำแนกตามประเด็นต่างๆ เพื่อศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นของกลุ่มประมงพื้นบ้าน การพัฒนาการท่องเที่ยว การพัฒนาอาหาร และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีลักษณะสำคัญคือ การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการลงมือทำโดยเน้นการมีส่วนร่วมและปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน รวมถึงเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างการเรียนรู้และความเข้าใจผ่านประสบการณ์

1.1 รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบการเยี่ยมชมและชิมอาหาร

รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสประสบการณ์ทางด้านอาหารในแต่ละพื้นที่ เพื่อความบันเทิงและสุนทราภรณ์ รวมถึงการเยี่ยมชมสถานที่ทำอาหาร เทศกาลอาหารท้องถิ่น ตลาด งานแสดงและสาธิต การทำอาหาร หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่สัมพันธ์กับอาหาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสรสชาติอาหารท้องถิ่น และเคล็ดลับการทำอาหารของสถานที่นั้นๆ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นลำดับแรก คือ การที่นักท่องเที่ยวได้เข้าไปมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นของกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน กิจกรรมที่นำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว คือ การลิ้มลองอาหาร การเรียนรู้ขั้นตอนการประกอบอาหาร กิจกรรมดังกล่าวเป็นการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับประสบการณ์ และสร้างความประทับใจอย่างยาวนานให้กับนักท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบการเยี่ยมชมและชิมอาหารหลักๆ ของกลุ่มประมงพื้นบ้าน เริ่มต้นจากการเลือกวัตถุดิบ เตรียมวัตถุดิบ หรือเพียงแคชมกรรมวิธีในการทำอาหารจนนั้น และเมื่อได้ชิมอาหารแล้วสิ่งที่ได้จากการชิมคือรสสัมผัสของอาหาร ความพึงพอใจที่ได้ลิ้มรสอาหารที่ไม่ใช่แค่เพียงความอร่อย ยังรวมถึงความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ลิ้มลองอาหารจานพิเศษนั้นในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่นนั้น

1.2 เข้าเรียนทำอาหาร

นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับเทคนิคในการปรุงอาหารจากแม่บ้านกลุ่มประมงพื้นบ้าน ตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบในการทำอาหาร เช่น การเลือกวัตถุดิบ พืชผักต่างๆ ที่จะนำมาประกอบอาหารผัดต้องอ่อนแก่มากน้อยเพียงใดจึงจะนำมาทานได้ และการปรุงก็ไม่ใช่ว่าจะใส่อะไรลงไปก็ได้รวมๆ กันแล้วต้องออกมาเป็นอาหารที่รับประทานได้ สีสันหน้าตาของอาหารสวยงาม เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่กลุ่มประมงพื้นบ้าน นักท่องเที่ยวจะได้มีส่วนร่วมในการประกอบอาหารที่ทางกลุ่มได้เตรียมไว้ต้อนรับสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจจะทำอาหารและได้ติดต่อไว้ก่อนล่วงหน้าแล้ว ว่าอยากทำเมนูอาหารอะไรวันนี้ และอยากที่จะเรียนรู้การทำแบบไหนโดยมีแม่บ้านกลุ่มประมงเป็นคนสอนและสาธิตวิธีการทำให้อ่านแล้วค่อยให้นักท่องเที่ยวทำตามหรือการทำไปพร้อมกันกับการบรรยายวิธีการทำอาหาร

1.3 รับประทานอาหารแบบท้องถิ่น

การรับประทานอาหารแบบท้องถิ่น คือกินง่ายอยู่ง่าย อาหารการกินคล้ายคลึงกัน ไม่ขึ้นอยู่กับการฐานะทางเศรษฐกิจ การบริโภคของชาวบ้านกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคานจะให้ความสำคัญกับรสชาติและความประหยัดมากกว่าประโยชน์ และคุณค่าของสารอาหารที่จะได้รับ และสุขอนามัยในการรับประทานอาหารแบบท้องถิ่นเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมการกินที่สะท้อนถึงวิถีการดำเนินชีวิต วิธีการจัดการทางเศรษฐกิจและภูมิปัญญาของท้องถิ่นเป็นการผสมผสานวัตถุดิบจากธรรมชาติมาปรุงแต่งอาหารที่ใช้รับประทานกันในชีวิตประจำวัน

1.4 การสร้างความประทับใจอื่นๆ ในระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ในระหว่างการทำกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมของที่แพประมงพื้นบ้าน ทางกลุ่มประมงพื้นบ้านก็ได้มีการพูดคุยกับนักท่องเที่ยวและได้แนะนำสิ่งต่างๆ เพื่อที่จะสร้างความประทับใจ ความคุ้นเคยกับการเป็นท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่กลุ่มแพประมงพื้นบ้าน โดยมีการเล่าเรื่องที่มาจากแพ วิถีชีวิตและสิ่งที่มองเห็นรอบข้างในระหว่างการทำกิจกรรม

1.5 การเสนอให้นักท่องเที่ยว ชิม/รับประทานอาหาร

การเสนอให้ชิม/รับประทานอาหารเป็นกิจกรรมที่สามารถเสริมสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจได้เช่นกัน เนื่องจากการกินเป็นการตอบสนองความต้องการของร่างกาย แต่การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังสามารถตอบสนองทางด้านอารมณ์ความรู้สึกให้กับนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย เช่น การทานอาหารบนเรือ นอกจากได้รับประทานอาหารที่อร่อยแล้วยังได้ดื่มด่ำกับบรรยากาศที่งดงามพระอาทิตย์ที่กำลังตกาลับขอบฟ้าระหว่างการเล่นเรือ สามารถให้ประสบการณ์ที่น่าจดจำและยังเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางกลับมายังแหล่งท่องเที่ยวได้บ่อยครั้ง

1.6 นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

วิถีชีวิตชาวบ้านในพื้นที่กลุ่มวิสาหกิจเกษตรริมโขงประมงพื้นบ้านเชียงคาน มีการใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย กลุ่มหลักของการประกอบอาชีพ คือ กลุ่มที่หาปลาจากแม่น้ำโขงและกลุ่มที่ประกอบอาหารพื้นถิ่น ซึ่งวิถีชีวิตชาวบ้านคือการออกไปหาปลาในแม่น้ำโขงเป็นประจำทุกช่วงฤดูกาล ไม่ว่าจะเป็น ปลา บู่ กุ้ง หอย ที่หามาได้ก็จะนำมาประกอบอาหาร ถ้าได้จำนวนเยอะก็จะนำมาแปรรูปทำปลาตากแห้ง หรือนำไปจำหน่าย เมื่อนักท่องเที่ยวมาก็จะได้เรียนรู้ในวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น มีศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องสัตว์น้ำ เครื่องมือหาปลา เครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็นในการหาปลา ความรู้ด้านวิถีชีวิตชาวประมง และความรู้เกี่ยวกับพิธีกรรมการหาปลา เป็นต้น

1.7 นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร

การให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหารในแหล่งท่องเที่ยวเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งในการท่องเที่ยวที่มีการซื้อกลับไปเป็นของฝากหรือทานเอง การซื้อของฝากเป็นการยืนยันว่าได้เดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นจริง และสินค้าที่เป็นอาหารของท้องถิ่นนั้นทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความภูมิใจว่าได้ทานอาหารที่มาจากต้นตำรับ แหล่งกำเนิด แหล่งเพาะปลูก หรือแหล่งผลิตจริง ของที่ระลึกกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคานที่นักท่องเที่ยวได้ซื้อกลับไป ได้แก่ พวงกุญแจปลา ตะกร้าพลาสติกสาน ลายผ้าที่ตกเป็นลวดลายต่างๆ ที่วางโทรศัพท์ไม่รูปปลา ปลาส้ม แจ่วปลา ปลาแดดเดียว เป็นต้น

1.8 การนำเสนอเรื่องราวที่น่ารู้เกี่ยวกับอาหาร

การสร้างเรื่องราวให้อาหารท้องถิ่น มีองค์ประกอบที่สำคัญคือ การเล่าเรื่องเกี่ยวกับสถานที่ การใช้ภาพถ่ายเป็นสื่อ และการสร้างความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์ กรณีของทอดมันปลาแม่น้ำโขง สิ่งที่จะสามารถใช้เป็นรูปแบบสร้างให้เป็น Story ก็คือ สื่อสารให้เห็นความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์ว่าทอดมันปลาแม่น้ำโขง ผลิตจากเนื้อปลาที่หาได้จากแม่น้ำโขงเท่านั้น และปลาที่ได้มานั้น ชาวประมงต้องออกไปหาตามเก็บสะสมไว้ในตู้เย็นก่อน เพื่อใช้สำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยว และเมื่อนักท่องเที่ยวมาก็ให้นำปลาที่หาได้ออกมาให้ชม ซึ่งมีจำหน่ายแค่ที่กลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคานที่เดียวในจังหวัดเลย และได้มีการนำเสนอเล่าเรื่องผ่านการใช้ภาพถ่ายอาหารเป็นสื่อการสร้างเสน่ห์ให้อาหารมีความน่ารับประทานมากยิ่งขึ้น

1.9 การนำนักท่องเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางอาหารและเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น

การนำชมแหล่งท่องเที่ยวทางอาหารและเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่นสามารถเสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้ การนำชมที่มาของอาหารนอกเหนือจากคำบอกเล่าเป็นการไปพิสูจน์ให้เห็นด้วยตาตนเองว่าภูมิปัญญาคนในท้องถิ่นและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชาวประมง การทำเกษตรริมโขงและการใช้ชีวิตกันอย่างไร รวมถึงมีการให้นักท่องเที่ยวชมบรรยากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้พาหนะของท้องถิ่นจะทำให้เกิดความประทับใจมากที่สุด จากการได้พบเห็นวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่น การล่องเรือชมความสวยงามของธรรมชาติแม่น้ำโขง การหาปลาของชาวประมง และชมพื้นที่ระบบนิเวศที่สำคัญ พร้อมกับมีการบอกเล่าถึงตำนาน ความเชื่อ และยังได้เข้าไปสัมผัสถึงวิถีการทำเกษตรริมโขงแลกเปลี่ยนวิถีชีวิตของชาวประมงแม่น้ำโขงกับการหาปลาด้วยวิธีไหลมอง (ซ้าย) ชมทัศนียภาพสองริมฝั่งโขง ถ่ายภาพเมืองเชียงคานจากกลางแม่น้ำโขงที่เห็นพื้นหลัง (Background) เป็นพระพุทธรูปทองคำเงินที่งดงาม ดูพระอาทิตย์กำลังจะลับขอบฟ้าหลังภูเขา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยเฉพาะช่วงชมนกกระยางบินเลียบน้ำกลับรังในช่วงเย็น ได้มีการร่วมประกอบอาหารจากสัตว์น้ำที่จับได้และให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตกับชาวประมงไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และได้ทานอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งมีความรู้สึกแตกต่างจากการทานอาหารในชีวิตประจำวันทั่วไป

1.10 การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวทดลองทำอาหาร

สำหรับการให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำอาหารเป็นอีกวิธีหนึ่งที่สามารถสร้างประสบการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ โดยกลุ่มประมงพื้นบ้านได้มีการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำอาหาร ได้รับประสบการณ์ตรงและเรียนรู้การทำงานอย่างเป็นกระบวนการผ่านการทำอาหาร โดยมีวิธีและขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.10.1 ขั้นนำ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวช่วยคิดหาเมนูอาหารที่สนใจร่วมกับแม่บ้านที่รับผิดชอบการทำอาหาร พูดคุยเกี่ยวกับวัตถุดิบ ส่วนผสม และอุปกรณ์ที่ใช้ในการประกอบอาหาร ว่ามีอะไรบ้าง พร้อมทั้งจัดเตรียมวัตถุดิบสำหรับทำอาหารในแต่ละเมนูของกลุ่มที่จัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยว

1.10.2 การปฏิบัติ เมื่อนักท่องเที่ยวได้จัดเตรียมวัตถุดิบและส่วนผสมที่จะนำมาปรุงอาหารในเมนูที่คิดแล้วให้ช่วยกันล้าง หั่น และปรุงสุก ทั้งนี้ ก่อนการประกอบอาหาร ให้แม่บ้านแนะนำขั้นตอนในการทำอาหาร พร้อมทั้งแนะนำวิธีการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อความปลอดภัยในการทำกิจกรรม

1.10.3 ขั้นตอนสุดท้าย สรุป เมื่อนักท่องเที่ยวทำการประกอบอาหารเสร็จเรียบร้อยแล้ว ให้นักท่องเที่ยวเล่าประสบการณ์การทำงานและขั้นตอนการทำงานว่าทำอย่างไร แล้วช่วยกันสรุปว่าเมนูที่ทำนั้นมีสีสัน กลิ่น รสชาติ เป็นอย่างไร ส่วนผสมและเครื่องปรุงใส่อะไรบ้าง ใส่ไปเท่าไร รวมทั้งเครื่องปรุงแต่ละชนิดมีรสชาติเป็นอย่างไร และรับประทานอาหารที่มาจากฝีมือการประกอบอาหารหรือการปรุงของตนเองนักท่องเที่ยวเกิดความภาคภูมิใจและประทับใจทำให้อยากกลับมาอีก

2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ในประเด็นที่ศึกษาประกอบด้วย แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาอาหาร และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2.1 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

เสนอให้เป็นการพัฒนาและส่งเสริมความเป็น “แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” นำเสนอเรื่องราววิถีชีวิตชุมชนกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน ซึ่งปัจจุบันยังมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ค่อนข้างน้อย จึงนำเสนอแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวดังนี้

2.1.1 นำเสนอการสร้างเส้นทางท่องเที่ยว (Tourism route) ที่เชื่อมต่อพื้นที่ท่องเที่ยวโดยรอบ เช่น การเชื่อมต่อพื้นที่พิพิธภัณฑ์ศูนย์เรียนรู้ประมงพื้นบ้านเชียงคานเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น สกายวอล์ค เชียงคาน แก่งคุดคู้ วัดศรีคุณเมือง ภูทอก เป็นต้น

2.1.2 ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวข้องกับ “วิถีชาวประมง” ผสานกับการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์กับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท้องถิ่น อาทิ กิจกรรมการเรียนรู้การทำอาหารท้องถิ่นของกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน กิจกรรม เรียนรู้วิถีการหาปลาในแม่น้ำโขง การทำเกษตรริมโขง เป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว

2.1.3 จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับฤดูกาลหรือเทศกาลต่างๆ และพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การพัฒนาพื้นที่กลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน คือ การอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น การประยุกต์ใช้วัตถุดิบในการประกอบอาหาร การสร้างเมนูอาหารหรือแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ

2.1.4 การประชาสัมพันธ์ควรมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและเป็นการสร้างโอกาสทางการท่องเที่ยว โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มศึกษาดูงาน นักเรียน นักศึกษา และกลุ่มครอบครัว

2.1.5 สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน โดยรวบรวมกิจกรรมที่กลุ่มประมงพื้นบ้านสร้างขึ้น มาจัดให้เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว เพื่อหนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน

2.2 แนวทางการพัฒนาอาหาร

2.2.1 สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นและพัฒนารูปแบบอาหารพื้นถิ่นให้มีความหลากหลาย เพื่อการเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ทางการตลาด

2.2.2 ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้เข้าถึงกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นอย่างแท้จริง เช่น การทดลองทำอาหาร การบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาภูมิปัญญาของอาหารท้องถิ่น

2.2.3 การแปรรูปวัตถุดิบให้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ช่วยให้สินค้าทางการตลาดเพิ่มมากขึ้นลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมีโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าที่หลากหลาย ชื่อเป็นของฝากหรือนำไปใช้ในการประกอบอาหารตามความต้องการได้ วัตถุดิบที่นำมาแปรรูป ได้แก่ ปลาสาม หมกปลา แจ่วปลา ปลาดุกแห้ง เป็นต้น

2.3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

กลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคน จังหวัดเลย พร้อมที่จะสร้างประสบการณ์ สร้างการเรียนรู้ใหม่ๆ ที่น่าดึงดูดให้นักท่องเที่ยว การเข้ามาช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคน โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์และองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้คนมากขึ้น โดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

2.3.1 จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว พร้อมสอดแทรกกิจกรรมการทำอาหารที่ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซึมซับวิถีชีวิตจากการผสมผสานธรรมชาติในพื้นที่ วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น

2.3.2 ยกกระดับอาหารท้องถิ่นให้เป็นการรับประทานอาหารชั้นเลิศ (Fine dining) ต้องเป็นการทานอาหารที่อร่อย นักท่องเที่ยวทานแล้วมีความสุขกลับไป ชุมชนต้องมีวัตถุดิบคุณภาพดี ที่ถูกคัดสรรมาอย่างดี ผ่านกรรมวิธีการทำที่สะอาดปลอดภัยแก่ผู้บริโภคและอาหารแต่ละจานจะต้องมีมาตรฐานในเรื่องรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ และการตกแต่งจานที่สวยงาม รวมไปถึงการบริการที่เหนือกว่าร้านอาหารทั่วไปอย่างชัดเจน

2.3.3 การประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายช่องทางตลอดจนสื่อช่องทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไลน์ ออฟฟิศเชียล การบอกเล่าปากต่อปาก โดยกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคนได้มีการใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านเพจเฟสบุ๊ก ที่มีชื่อว่าเฟสบุ๊ก Hug ChaingKhan วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเกษตรริมโขง & ประมงพื้นบ้าน ปัจจุบันถือได้ว่าเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพ

2.3.4 กลุ่มประมงพื้นบ้านมีการเสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่กลุ่มชาวบ้านมีการอบรมให้ข้อมูลความรู้ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ในการหาปลา การอบรมสมาชิกในกลุ่มในเรื่องการให้ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเวลาจมน้ำ อบรมการทำเกษตรริมแม่น้ำโขง วิธีการจับปลา และรวมถึงการอนุรักษ์ปลาในบริเวณชายฝั่ง ดังนั้นเพื่อให้ชาวบ้านได้มีความรู้รอบด้านควรมีการพัฒนาเพิ่มเติม คือ เสริมศักยภาพกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคนด้านการพัฒนากิจกรรม ได้แก่ สินค้าของที่ระลึกทางการท่องเที่ยว การคิดต้นทุน การคิดราคาขาย การประมาณการรายได้ การทำบัญชีชุมชน และการสื่อความหมาย การประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อที่จะช่วยส่งเสริมชุมชนให้เกิดความสมดุลทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

2.3.5 การสร้างสรรค์อาหารนอกจาน้ำตาอาหารที่มีสีสันสวยงามแล้วยังมีการจัดตกแต่งและการเสิร์ฟอาหารในจานชามที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติของท้องถิ่นที่หาได้ เช่น ไม้ไผ่ ดอกไม้ท้องถิ่น ใบตอง มาประกอบพร้อมด้วยให้สวยงาม เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่สามารถเชิญชวนลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น เช่น ต้มยำปลาน้ำโขงต้องหอมสมุนไพรรสชาติเปรี้ยวเผ็ดถึงใจเพื่อตัดความคาวของปลา ทอดปลาสมุนไพรต้องมีสมุนไพรเครื่องเคียงที่หลากหลายน้ำจิ้มรสเด็ด

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคน จังหวัดเลย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นของกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคน จังหวัดเลย และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคน จังหวัดเลย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวกลุ่มประมงพื้นบ้านส่วนใหญ่มีพฤติกรรมชื่นชอบในการรับประทานอาหารพื้นถิ่นเป็นหลัก รองลงมาอันดับสองมีความชื่นชอบในกิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่จะเติมเต็มความสุขให้กับตนเองและ ยังต้องแสวงหาสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองเพิ่มเติมได้ นั่นคือ อาหารท้องถิ่น มีความชื่นชอบในวิถีชีวิต วัฒนธรรม ธรรมชาติของชุมชน เหมือนได้อยู่ที่บ้านของตนเอง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ เกิดความประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chang (2007) ได้ทำการศึกษาด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค และประสบการณ์ด้านอาหาร ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลียของนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมถึงการสำรวจพฤติกรรม การบริโภคและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่ออาหารที่ได้รับบริการระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลีย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจและมีความคาดหวังเป็นพิเศษในช่วงเวลาระหว่างเที่ยวนั้นคือการรับประทานอาหารเช้าในภัตตาคารจีน การรับประทานอาหารเช้าออสเตรเลีย หลังจากการศึกษาได้มีประเด็นที่น่าสนใจต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร กล่าวคือ การที่นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าอาหารที่บริษัทนำเที่ยวจัดไว้เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวตลอดระยะเวลาการเดินทางเที่ยวนั้น ถือเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะช่วยให้เกิดความประทับใจต่อประสบการณ์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวจีนยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณค่าของวัฒนธรรมอาหาร ความหลากหลายของอาหารที่มีให้เลือกรับประทานในแต่ละมื้อ ความสำคัญและความเป็นมาของสถานที่ ที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่ได้ไปเยี่ยมชม รวมไปถึงประสบการณ์และความสามารถของหัวหน้าทัวร์ ที่จะต้องมีทักษะในการบริหารจัดการและการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้แก่นักท่องเที่ยวในกลุ่มที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม

ด้านการรับประทานอาหาร การได้ลิ้มลองรสชาติอาหารท้องถิ่นในบรรยากาศอบอุ่น ผู้มาเยือนได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่จากการเดินทางและลิ้มรสอาหารที่หลากหลายตามแบบของคนท้องถิ่นในพื้นที่ทำกินกันเองในชีวิตประจำวัน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ได้ลิ้มลองรสชาติอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคานมีความรู้สึกประทับใจ แปลกใหม่ที่ไม่เคยลิ้มลอง ซึ่งมีรสชาติที่ต่างไปจากอาหารที่เคยรับประทาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูมิ ชุมทรัพย์ (2564) นักศึกษาปริญญาเอก สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา ได้ศึกษา องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารและส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์กับระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (10 P's) ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตกของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยทำการศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ของจังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดชุมพร และจังหวัดระนอง จำนวน 400 คน ซึ่งพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (10P's) เพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตกที่มีความสัมพันธ์กันในบางหัวข้อ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ต่อไป

ด้านภาพลักษณ์ของอาหาร การรับรู้ ความเข้าใจต่อวัตถุดิบท้องถิ่นที่พบเห็น อุดมการณ์ที่เกิดจากการรับรู้จึงเป็นภาพสะท้อนที่ดีที่สุดของภาพลักษณ์วัตถุดิบ จากจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวรับรู้เพราะนักท่องเที่ยวจะพิจารณาภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้เป็นครั้งแรก และภาพลักษณ์ของวัตถุดิบท้องถิ่นจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวก่อนที่จะนำมาประกอบอาหารพื้นถิ่น องค์ประกอบของอาหารทั้ง 3 ด้านที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรพร พันธุ์ (2558) ได้ศึกษาการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย อาหารเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ เนื่องจากอาหารสามารถบอกถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมทั้งสามารถนำเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็น “ความสนใจพิเศษ” โดยมีอาหารเป็นปัจจัยหลักในการสร้าง

ประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวสามารถทำได้โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส แต่อย่างไรก็ตาม การสร้างประสบการณ์ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 มีองค์ประกอบและรายละเอียดที่แตกต่างกัน ดังนั้น วัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ มุ่งศึกษาการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดประสาทสัมผัสทั้ง 5 ผ่านรายการการแนะนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นจากประชากร คือ บริษัทนำเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 704 บริษัท และได้รับการตอบกลับจำนวน 215 บริษัท สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถเสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ การสร้างความประทับใจแบบต่างๆ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร รองลงมาตามลำดับได้แก่ การเสนอให้ชิม/รับประทานอาหาร การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น การให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร การนำเสนอเรื่องราวความรู้เกี่ยวกับอาหาร การนำชมแหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร และการทดลองทำอาหารของนักท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่าการเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของนักท่องเที่ยวนั้น ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจได้อย่างแท้จริงในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

สรุปผลการวิจัย

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย พบว่า

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย หลักๆ ได้แก่ การล่องเรือชมพระอาทิตย์ตก การทำเกษตรริมแม่น้ำโขง เรียนรู้วิถีชีวิตการหาปลาแม่น้ำโขง กิจกรรมการทำอาหารพื้นถิ่น กิจกรรมการทำของที่ระลึก เช่น การทำพวงกุญแจปลา ตอกลายผ้า เป็นต้น ส่วนมากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวมีความชื่นชอบในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน คือ การล่องเรือชมพระอาทิตย์ตก รองลงมาอันดับสอง คือ การทำอาหารพื้นถิ่น
2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน มีมีวัฒนธรรมด้านอาหารที่หลากหลายมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ สามารถนำมาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ ประกอบด้วย 1) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจัดให้มีนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยว (Tourism route) ที่เชื่อมต่อพื้นที่ท่องเที่ยวโดยรอบ ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวข้องกับ "วิถีชาวประมง" ผสานกับการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์กับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท้องถิ่น จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับฤดูกาลหรือเทศกาลต่างๆ และพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ควรมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน โดยรวบรวมกิจกรรมที่กลุ่มประมงพื้นบ้านสร้างขึ้น มาจัดให้เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว เพื่อหนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มประมงพื้นบ้านเชียงคาน
- 2) แนวทางการพัฒนาอาหาร ประกอบด้วย สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นและพัฒนารูปแบบอาหารพื้นถิ่นให้มีความหลากหลายมากขึ้น นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะได้เข้าถึงกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง การแปรรูปวัตถุดิบให้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ช่วยให้สินค้าทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น ลูกค้านักท่องเที่ยวมีโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าที่หลากหลาย 3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว พร้อมสอดแทรกกิจกรรมการทำอาหารที่ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ยกกระดับอาหารท้องถิ่นให้เป็น การรับประทานอาหารชั้นเลิศ (Fine dining) เพื่อตอบใจของนักท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ เสริมสร้างองค์ความรู้ให้แก่กลุ่มชาวบ้านมีการอบรมให้ข้อมูลความรู้ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ในการหาปลา การอบรมสมาชิกในกลุ่มในเรื่องการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเวลาจมน้ำ อบรมการทำเกษตรริมแม่น้ำโขง วิธีการจับปลา และรวมถึงการอนุรักษ์ปลาในบริเวณชายฝั่ง สร้างสรรค์อาหารโดยใช้วัสดุจากธรรมชาติของท้องถิ่นที่ได้มาเป็นอีกองค์ประกอบในการจัดตกแต่งจานอาหาร ดังนั้น ผู้วิจัยมีข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย และแนวทางสำหรับ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เพื่อส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเรื่องการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างถิ่นให้เข้ามามากขึ้น
2. ควรทำการศึกษา แนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของกลุ่มประมงพื้นบ้าน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เพื่อให้ทราบแนวทางการวิเคราะห์และการวางแผนด้านการตลาดให้ตรงตามความต้องการของตลาดกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พุทธศักราช 2560-2564. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). Food Festival. *จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*, 3(1), 13 - 16.
- ภัทรพร พันธุรี. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 8(2), 27 - 38.
- ภูมิ ชุณห์ขจร. (2564). องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารและส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15(1), 66 – 82.
- Chang C. Y. (2007). An Analysis of the Chinese group tourist's dining-out experience while holodaying in Australia and its contribution to their visit satisfaction (Doctoral dissertation). The Hong Kong Polytecnic University, Hong Kong. Retrieved from <https://theses.lib.polyu.edu.hk/handle/200/2284>.

พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการภูค้ำพลส มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Behavior and Satisfaction of Customers Using the Services at Phu Kham Place,
Loei Rajabhat Universityลภัสรดา พิษญาธีรนาถ¹ ชินเชิง แก้วกา¹ สาทิยา กลิ่นสุคนธ์¹Laphatrada Pitchayatheeranat¹ Chincheng KaewKa¹ Satiya Klinsukhon¹

Corresponding Author's Email: Laphatrada2355@gmail.com

(Received: June 23, 2023; Revised: January 5, 2024; Accepted: January 15, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการภูค้ำพลสและเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการภูค้ำพลสจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภูค้ำพลส จำนวน 151 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าสถิติแบบทีและการทดสอบค่าสถิติแบบเอฟ

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงมีอายุ 20 – 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดเลย โดยมีเหตุผลในการเข้าใช้บริการภูค้ำพลส คือ ห้องพักราคาถูก ระยะเวลาในการเข้าพัก 1 คืน เข้าพักช่วงเวลา 16.00 – 20.00 น. เลือกใช้บริการห้องพักประเภทเตียงเดี่ยว เข้าพักคนเดียว จองด้วยตัวเอง และเข้าพักครั้งแรก ส่วนความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการภูค้ำพลส พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านทำเลที่ตั้งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาด้านพนักงานบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านห้องพัก ด้านราคา ด้านการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ส่วนผลวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการภูค้ำพลส พบว่า ลูกค้าที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจที่เข้ามาใช้บริการภูค้ำพลสโดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อเปรียบเทียบรายด้านพบว่าลูกค้าที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการภูค้ำพลสในด้านพนักงานบริการและด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: พฤติกรรม ความพึงพอใจ บริการ

Abstract

This research objective were to study the behavior and satisfaction of customers who use Phu Kham place services and to compare their satisfaction in using Phu Kham services classified by personal factors. The sample group consisted of 151 customers who came to use Phu Kham Place service, using a questionnaire as a tool for collecting data. The statistics used in the analysis include percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test.

The research results found that most of the customers who use the service are female, age range of 20 – 30 years, Bachelor's degree level, students, monthly income less than 10,000 baht and Loei Province residents. The reason for using Phu Kham Place service is cheap rooms. They stay 1 night, check-in during 4:00 PM to 8:00 PM, choose to use a single bed room type, stay alone, reserve by the mselves (Walk in) and stay for the first time. As for satisfaction in using Phu Kham Place services, it found that overall satisfaction was at a high level. Especially, place is the most average, followed by the staff, the physical evidence, the rooms, the price, the process and the promotion respectively. In addition, the results of the comparative analysis of the satisfaction of customers who use Phu Kham Place service, It was found that customers' satisfaction with different genders, ages, education levels, occupations, monthly incomes

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Lecturers, Accounting, Faculty of Management Sciences, Loei Rajabhat University

and domiciles is not significantly different and when comparing each dimension, it was found that customers from different domiciles had different satisfaction in using Phu Kham Place service in terms of staff and physical evidence with significantly different of .05.

Keywords: behavior, satisfaction, service

ความเป็นมาของปัญหา

ธุรกิจโรงแรมและที่พักเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ เป็นธุรกิจการบริการที่มีการดำเนินงานมาอย่างยาวนานและเป็นธุรกิจที่มีการเปิดให้บริการกันอย่างแพร่หลาย มีการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมให้เป็นมาตรฐานสากลเพื่อใช้เป็นมาตรฐานการดำเนินงานและให้บริการของโรงแรมต่างๆ (ทรงสมร กิตติวุฒิเวช, 2558) ธุรกิจการให้บริการของโรงแรมเติบโตอย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันในธุรกิจการให้บริการที่สูงขึ้น ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการนั้นมีสิทธิ์เลือกมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการกิจการโรงแรมและที่พักจึงต้องมีการพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการ

ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดเลยมีเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว นำไปสู่การแข่งขันในธุรกิจนี้ค่อนข้างสูง ดังนั้น การที่โรงแรมและที่พักจะสร้างชื่อเสียงและสามารถครองใจผู้มาใช้บริการได้นั้น ต้องมีการดำเนินการบริหารจัดการที่ดีที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและควรตระหนักถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของโรงแรม (บุญญาพร บุญธรรมมา, 2563) เช่นเดียวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ที่ได้มีการเปิดให้บริการภูคำเพลส จุดประสงค์เบื้องต้นเพื่อเป็นการฝึกประสบการณ์ให้กับนักศึกษาสาขาการโรงแรม ให้ได้รับประสบการณ์และรู้จักแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ ตลอดจนได้มีการพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

ภูคำเพลส ตั้งอยู่ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เริ่มใช้เป็นศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ก่อตั้งเมื่อวันที่ 6 ตุลาคม 2562 มีการปรับปรุงและพัฒนาการบริการมาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีห้องพักทั้งหมด 20 ห้อง อัตราค่าบริการห้องละ 500 บาท/คืน มีสิทธิพิเศษสำหรับอาจารย์ บุคลากรในมหาวิทยาลัย นักศึกษา ข้าราชการทั่วไป กิจการภูคำเพลส เป็นกิจการประเภทบริการที่มุ่งเน้นเพื่อหารายได้จากผู้เข้าพัก ทั้งกลุ่มลูกค้าที่มาเช่าห้องพักรายวัน และการเช่าห้องประชุมสัมมนาและการแสดงนิทรรศการทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก มีการให้บริการที่ครบวงจร อำนวยความสะดวก อาคารตกแต่งภายในที่สวยงาม เดินทางสะดวกรวดเร็ว และทำเลที่ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัยมีความปลอดภัย

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการภูคำเพลส เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาและข้อเสนอแนะในการวิจัยมาปรับปรุงกลยุทธ์ด้านต่างๆ และพัฒนาคุณภาพการบริการให้ตอบสนองต่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าได้



ภาพที่ 1 บริเวณที่ตั้งอาคารภูคำเพลส

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการใช้บริการมูลค่าเพิ่ม
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการมูลค่าเพิ่ม
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการมูลค่าเพิ่ม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการของมูลค่าเพิ่ม

2.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่มาใช้บริการของมูลค่าเพิ่ม จำนวน 151 คน โดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร กำหนดให้สัดส่วนของประชากร 10% ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน 5% (ธำนิษฐา ศิลป์จารุ, 2555)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

3.1.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.1.2 สร้างแบบสอบถาม แบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ตอน โดยพิจารณาถึงเนื้อหา ความครบถ้วน ความถูกต้องของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัยตามแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือ

3.1.3 นำแบบสอบถามทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีการของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.944

3.1.4 นำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป โดยแจกแบบสอบถามออนไลน์ รายละเอียดดังนี้
ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและภูมิลำเนา

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการเข้าใช้บริการมูลค่าเพิ่ม ประกอบด้วย เหตุผลในการเข้าใช้บริการมูลค่าเพิ่ม ระยะเวลาในการเข้าพัก ช่วงเวลาที่เข้าพัก ประเภทห้องพักที่เลือกใช้บริการ บุคคลที่ท่านเข้าพักด้วย ช่องทางการจองห้องพัก จำนวนครั้งในการเข้าพัก

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมูลค่าเพิ่ม ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ด้านห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ ด้านพนักงานบริการและด้านลักษณะทางกายภาพ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ ด้วยการให้ลูกค้าที่เข้าใช้บริการแสดกคิวอาร์โค้ดที่เคาท์เตอร์มูลค่าเพิ่ม ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูล เดือน กุมภาพันธ์ - มีนาคม 2566 จำนวน 151 ชุด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.1 วิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการมูลค่าเพิ่ม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

5.2 วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมูลค่าเพลส โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

5.3 วิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมูลค่าเพลส จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มและมากกว่า 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent test) ด้วยการวิเคราะห์ t-test และ F-test

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมูลค่าเพลสส่วนใหญ่

ปัจจัยส่วนบุคคล	ส่วนใหญ่ พบว่า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	หญิง	114	75.5
อายุ	20 – 30 ปี	89	58.90
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	88	58.30
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	50	33.10
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	38.40
ภูมิลำเนา	จังหวัดเลย	107	70.90

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมูลค่าเพลสส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 มีช่วงอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 58.90 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 58.30 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 33.10 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 38.40 และมีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดเลย จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 70.90

ตารางที่ 2 พฤติกรรมของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมูลค่าเพลส ส่วนใหญ่

พฤติกรรมลูกค้า	ส่วนใหญ่ พบว่า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เหตุผลในการเข้าใช้บริการ	ห้องพักราคาถูก	83	55.5
ระยะเวลาเข้าพัก	1 คืน	110	72.80
ช่วงเวลาเข้าพัก (เช็คอิน)	เวลา 16.00 – 20.00 น.	67	44.40
ประเภทห้องพัก	เตียงเดี่ยว	96	63.60
บุคคลที่เข้าพักด้วย	คนเดียว	56	37.10
ช่องทางการจองห้องพัก	จองด้วยตัวเอง (Walk in)	95	62.90
จำนวนครั้งในการเข้าพัก	เข้าพักครั้งแรก	85	56.30

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมูลค่าเพลสเนื่องจากห้องพักราคาถูก จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 ระยะเวลาในการเข้าพัก 1 คืน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 72.80 เข้าพักช่วงเวลา 16.00 – 20.00 น. จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40 เลือกใช้บริการห้องพักประเภทเตียงเดี่ยว จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 63.60 เข้าพักคนเดียว จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 37.10 จองด้วยตัวเอง (Walk in) จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 62.90 เข้าพักครั้งแรก จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการมูลค่าเพดส โดยรวม

ความพึงพอใจโดยรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านห้องพัก	4.26	0.63	มาก
ด้านราคา	4.21	0.65	มาก
ด้านทำเลที่ตั้ง	4.35	0.57	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.17	0.66	มาก
ด้านการให้บริการ	4.20	0.64	มาก
ด้านพนักงานบริการ	4.35	0.60	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.32	0.62	มาก
รวม	4.27	0.53	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าโดยรวมลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, S.D.= 0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$, S.D.= 0.57) รองลงมาคือ ด้านพนักงานบริการ ($\bar{X} = 4.35$, S.D.= 0.60) และด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.17$, S.D.= 0.66)

ตารางที่ 4 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการมูลค่าเพดสในแต่ละด้านกับปัจจัยส่วนบุคคล

ความพึงพอใจ	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้	ภูมิลำเนา
ด้านห้องพัก	.94	.28	.54	.86	.76	.37
ด้านราคา	.96	.66	.28	.70	.37	.95
ด้านทำเลที่ตั้ง	.40	.43	.79	.32	.55	.80
ด้านส่งเสริมการตลาด	.22	.94	.72	.43	.57	.09
ด้านการให้บริการ	.41	.68	.80	.81	.54	.11
ด้านพนักงานบริการ	.99	.94	.67	.43	.74	.00*
ด้านลักษณะทางกายภาพ	.99	.63	.39	.39	.75	.00*
รวม	.67	.86	.98	.55	.92	.15

*p-value < .05

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการมูลค่าเพดสกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ลูกค้าที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการมูลค่าเพดส ด้านห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ ด้านพนักงานบริการและด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อเปรียบเทียบลูกค้าที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการมูลค่าเพดส ด้านพนักงานบริการและด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

อภิปรายผล

1. ผู้เข้าใช้บริการมูลค่าเพดสส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 20 – 30 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดเลย เนื่องจากมูลค่าเพดสดังอยู่ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ทำให้นักเรียน/นักศึกษาสามารถเดินทางมาพัก สะดวกต่อการเดินทาง

2. เหตุผลในการเข้าใช้บริการภูค้ำเพลส คือ ห้องพักราคาถูก ระยะเวลาในการเข้าพัก 1 คืน เข้าพักช่วงเวลา 16.00 – 20.00 น. เลือกใช้บริการห้องพักประเภทเตียงเดี่ยว เข้าพักคนเดียว จองด้วยตัวเอง สอดคล้องกับ บุญญาพร บุญธรรมมา (2563) และเข้าพักครั้งแรก อาจเนื่องมาจากลูกค้ามีทางเลือกในการตัดสินใจที่หลากหลายมากขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการได้ทันที ทั้งในด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง รวมถึงความคาดหวังคุณภาพการบริการ (Lau, Akbar, and Fi, 2005)

3. ความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการภูค้ำเพลส พบว่า ห้องพักรวมความสะดวกเป็นสัดส่วน สอดคล้องกับ ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร (2557) ราคาห้องพักถูกกว่าที่อื่น สอดคล้องกับ อนรรักษ์ ทองขาว (2559) ที่พักเดินทางได้สะดวก สอดคล้องกับ ณัฏชนันต์ ราชจุทอง (2556) มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ Facebook ของโรงแรม สอดคล้องกับ ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร (2557) การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม สอดคล้องกับ อนรรักษ์ ทองขาว (2559) พนักงานตอบคำถาม/แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี สอดคล้องกับ ทรรศนีย์ ไกรสุวรรณ (2558) ภายในโรงแรม หรือทางเดิน มีแสงสว่างที่เพียงพอ ซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับนั้น สามารถกระตุ้นความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ได้แก่ พฤติกรรมของพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก หลักฐานทางกายภาพ และคุณภาพอาหาร (Padlee, Thaw, and Zulkifli, 2019)

4. ลูกค้าที่เพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการภูค้ำเพลสไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากคุณภาพของการบริการตอบสนองต่อความต้องการต่อทุกคน สอดคล้องกับธีรชาติ เพียรการ (2550) พบว่า ระหว่างเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อธุรกิจโรงแรม ไม่มีความแตกต่างกัน

5. ลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการภูค้ำเพลสไม่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากลูกค้าได้รับการบริการที่เสมอภาค และเท่าเทียมกัน ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจต่อกันรับบริการที่เหมือนกัน สอดคล้องกับ วิทยา วุฒิพงษ์พิพัฒน์ (2550) อายุของผู้ใช้บริการที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ไม่แตกต่างกัน

6. ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการภูค้ำเพลสไม่แตกต่างกัน เนื่องมาจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาในระดับ และภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเลย มีความคุ้นเคยกับการเข้าพักภูค้ำเพลส จึงทำให้การวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน เกิดความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ นฤมล บัวจันทร์ (2551) พบว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล ไม่แตกต่างกัน

7. ลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการภูค้ำเพลสโดยรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องมาจากแต่ละอาชีพนั้นมีพื้นฐาน ทักษะคิด เรื่องการบริการที่ไม่ต่างกัน ต้องการความสะดวกสบาย สิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าพักโรงแรมที่คล้ายคลึงกัน สอดคล้องกับ วิทยา วุฒิพงษ์พิพัฒน์ (2550) พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ไม่แตกต่างกัน

8. ลูกค้าที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการภูค้ำเพลสโดยรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องมาจากลูกค้าที่มาใช้บริการภูค้ำเพลส ได้รับการบริการพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน พร้อมทั้งบริการเสริมที่มีให้ เช่น บริการอาหาร/เครื่องดื่ม สัญญาณอินเทอร์เน็ต (Wi-Fi) เป็นต้น เมื่อลูกค้าได้เข้าถึงการบริการเหมือนกัน สอดคล้องกับ นฤมล บัวจันทร์ (2551) พบว่าลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล ไม่แตกต่างกัน

9. ลูกค้าที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการภูค้ำเพลส โดยรวมไม่แตกต่างกัน เนื่องมาจากลูกค้าได้รับการต้อนรับ และดูแลอำนวยความสะดวกในบริการต่างๆ เหมือนกัน สอดคล้องกับ นฤมล บัวจันทร์ (2551) พบว่าลูกค้าที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ลไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้าที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการภูค้ำเพลส ด้านพนักงานบริการและด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาในจังหวัดเลยจะมี

ความคุ้นเคยกับพนักงานและลักษณะทางกายภาพของภูค้ำเพส ส่วนลูกค้าต่างจังหวัดอาจมีความคาดหวังต่อการบริการของพนักงานและลักษณะทางกายภาพที่มีในเพจกับการเข้าพักจริงอาจจะมีรู้สึกแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง (2558) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการภูค้ำเพสส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเข้ามาใช้บริการภูค้ำเพสเนื่องจากห้องพักราคาถูก เข้าพัก 1 คืนพักช่วงเวลา 16.00 – 20.00 น. ใช้บริการเตียงเดี่ยว พักคนเดียว จองด้วยตัวเอง เข้าพักครั้งแรก ความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการภูค้ำเพส พบว่า ห้องพักมีความสะอาดเป็นสัดส่วน ราคาห้องพักถูกกว่าที่อื่น ที่พักเดินทางได้สะดวก มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเพจ Facebook ของโรงแรม การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรม พนักงานตอบคำถาม/แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี ภายในโรงแรม/ทางเดิน มีแสงสว่างที่เพียงพอ เมื่อทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการภูค้ำเพส พบว่าลูกค้าที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการภูค้ำเพส ด้านห้องพัก ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการ ด้านพนักงานบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ลูกค้าที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการภูค้ำเพส ด้านพนักงานบริการและด้านลักษณะทางกายภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. โรงแรมควรรักษามาตรฐานการบริการไม่ว่าจะเป็นพนักงานบริการแต่งกายสุภาพ มีอัธยาศัยดี และมีใจบริการ บริเวณโรงแรมมีความสะอาด มีมุมพักผ่อน บรรยากาศดี และราคาห้องพักมีความเหมาะสม เพื่อสร้างความประทับใจและกลับมาใช้บริการในครั้งถัดไป
2. ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่มีภูมิลำเนาต่างจังหวัด อาจมีความคาดหวังกับการบริการและลักษณะทางกายภาพของภูค้ำเพส ดังนั้นทางโรงแรมควรปรับภูมิทัศน์ภายในและภายนอกให้ทันสมัยและสอดคล้องกับภาพถ่ายในเพจของภูค้ำเพส จะได้ตรงตามความคาดหวังของลูกค้า
3. โรงแรมควรปรับปรุงการให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต (Wi-Fi) ภายในห้องพัก ให้มีความเสถียร และรวดเร็ว
4. ทางโรงแรมควรให้ความสำคัญในเรื่องการสื่อสารทางการตลาด การโฆษณา จัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลและส่วนลดให้กับลูกค้าทั่วไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรเพิ่มวิธีการเก็บข้อมูลเช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อจะได้นำไปขยายผลการศึกษาและอธิบายผลความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการภูค้ำเพส ได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร. (2557). ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ณชนันต์ ราชรุจิทอง. (2556). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมบูรพาสามยอด (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ.

- ทรงสมร กิตติวุฒิเดช. (2558). รายงานการวิจัยเรื่องความคาดหวังและการรับรู้ต่อความพึงพอใจในคุณภาพบริการของผู้ใช้โรงแรมในเขตเมืองพัทยา (รายงานการวิจัย). วิทยาลัยดุสิตธานี, ชลบุรี.
- ทรรศนัย ไกรสุวรรณ. (2558). ความพึงพอใจของลูกค้าคนไทยที่เข้ามาใช้บริการเกะช้าง ไบลาน บีช รีสอร์ท จังหวัดตราด (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: บิตชีเนสอาร์เอ็นดี.
- ธีรชาติ เพียรการ. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, เชียงราย.
- นฤมล บัวจันทร์. (2551). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, พระนครศรีอยุธยา.
- บุญญาพร บุญธรรมมา. (2563). คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการโรงแรมขนาดกลางในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง. (2558). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติทางบกในภาคใต้ของประเทศไทย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 35(1), 39-49.
- วิทยา วุฑฒิพงษ์พิพัฒน์. (2550). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, เชียงราย.
- อนุรักษ ทองขาว. (2559). รายงานการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของโรงแรมระดับ 3 - 5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา (รายงานการวิจัย). วิทยาลัยดุสิตธานี, ชลบุรี.
- Padlee, S. F., Thaw, C. Y., and Zulkifli, S. N. A. (2019). The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioral Intentions in the Hospitality Industry. *Tourism and hospitality management Journal*, 25(1), 121 - 139.
- Lau, P. M., Akbar, A. K., and Fi, D.Y. G. (2005). Service Quality: A Study of the Luxury Hotels in Malaysia. *The Journal of American Academy of Business*, 7(2), 46 – 55.

จริยธรรมการตีพิมพ์บทความในวารสาร

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์เผยแพร่บทความ ดังนั้นจึงกำหนดให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์อย่างเคร่งครัด โดยปรับปรุงจาก Committee on Publication Ethics: <https://www.publicationethics.org/files/2008%20Code%20of%20Conduct.pdf> โดย ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre) รายละเอียดดังนี้

1. บทบาทหน้าที่ของบรรณาธิการและกองบรรณาธิการ

1.1 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาและตรวจสอบบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์กับวารสารทุกบทความ โดยพิจารณาความสอดคล้องของเนื้อหาบทความกับเป้าหมายและขอบเขตของวารสาร รวมถึงตรวจสอบคุณภาพบทความในกระบวนการประเมินคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์

1.2 บรรณาธิการมีหน้าที่จัดพิมพ์คำแนะนำแก่ผู้เขียนในทุกประเด็นที่ผู้เขียนควรรับทราบและควรมีการปรับปรุงคำแนะนำให้ทันสมัยอยู่เสมอพร้อมทั้งควรมีการอ้างอิงหรือการเชื่อมโยงกับระเบียบดังกล่าวนี้ด้วย

1.3 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องใช้หลักการพิจารณาบทความโดยอิงเหตุผลทางวิชาการเป็นหลัก และต้องไม่มีอคติต่อผู้เขียนและบทความที่พิจารณาไม่ว่าด้วยกรณีใด บรรณาธิการไม่ควรเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจในการตอบรับบทความที่ถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ไปแล้ว ยกเว้นมีปัญหาร้ายแรงเกิดขึ้นในระหว่างการส่งบทความมารับการพิจารณา

1.4 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนหรือผู้ทรงคุณวุฒิ ไม่ว่าจะเพื่อประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการของตนเอง

1.5 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่ปิดกั้น เปลี่ยนแปลง หรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียน และมีระบบปกป้องข้อมูลส่วนตัวของผู้ประเมินบทความ

1.6 บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด คงไว้ซึ่งความถูกต้องของผลงานวิชาการ และรักษามาตรฐานการดำเนินการทุกอย่างเพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของบทความที่ตีพิมพ์และรับรองคุณภาพของงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ตามมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับ

1.7 บรรณาธิการควรมีระบบที่ทำให้มั่นใจได้ว่าบทความที่ส่งเข้ามายังวารสาร จะได้รับการปกปิดเป็นความลับในระหว่างขั้นตอนการพิจารณาประเมิน

1.8 บรรณาธิการมีความรับผิดชอบในการปรับปรุงวารสารอย่างสม่ำเสมอ และขอรับการประเมินมาตรฐานคุณภาพวารสารวิชาการ

1.9 บรรณาธิการมีหน้าที่ปกป้องมาตรฐานของทรัพย์สินทางปัญญาจากความต้องการทางธุรกิจ

1.10 บรรณาธิการมีหน้าที่จัดการต่อข้อร้องเรียน กรณีมีการร้องเรียนต้องร้องเรียนเป็นลายลักษณ์อักษรไปที่บรรณาธิการโดยตรงก่อนในขั้นตอนแรกควรทำการร้องเรียนอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรต่อบรรณาธิการวารสารโดยตรงหากข้อร้องเรียนไม่ได้รับการแก้ไขเป็นที่น่าพอใจ ก็สามารถยื่นข้อร้องเรียนนั้นต่อคณะกรรมการต้นสังกัดของบรรณาธิการ

2. บทบาทหน้าที่ของผู้เขียน

2.1 บทความที่ผู้เขียนส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน

2.2 ผู้เขียนต้องทำการอ้างอิงให้ถูกต้องทุกครั้งเมื่อนำผลงานของผู้เียนมานำเสนอหรืออ้างอิงประกอบในเนื้อหาบทความของตนเอง และต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้เียน

2.3 หากผลงานทางวิชาการของผู้เขียนเกี่ยวข้องกับการใช้สัตว์ ผู้เข้าร่วม หรืออาสาสมัคร หรือผลการวิจัยมีประเด็นที่เปราะบางต่อผู้ให้ข้อมูล ผู้เขียนควรดำเนินการตามหลักจริยธรรม ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด

รวมถึงต้องได้รับความยินยอมก่อนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือแสดงเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หรือในสัตว์ทดลองประกอบด้วยทุกครั้ง

2.4 ผู้นิพนธ์ต้องยินยอมให้สิทธิ์แก่วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในการเผยแพร่ผลงาน และไม่นำผลงานไปเผยแพร่หรือตีพิมพ์กับแหล่งอื่นๆ หลังจากที่ได้รับการตอบรับการตีพิมพ์กับวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย แล้ว

2.5 ชื่อผู้นิพนธ์ที่ปรากฏในบทความต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในบทความนั้นๆ จริง

3. บทบาทหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

3.1 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์ การพิจารณาคุณภาพของบทความต้องคำนึงถึงคุณภาพบทความเป็นหลัก และพิจารณาบนหลักการและเหตุผลทางวิชาการโดยปราศจากอคติหรือความขัดแย้งส่วนตัว

3.2 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องตระหนักว่าตนเองเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของบทความที่รับประเมินอย่างแท้จริง

3.3 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่แสวงหาประโยชน์จากบทความที่ตนเองได้ทำการประเมิน

3.4 หากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพบว่าบทความที่รับประเมิน เป็นบทความที่คัดลอกผลงานชิ้นอื่นๆ ผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบทันที พร้อมแสดงหลักฐานประกอบที่ชัดเจน

3.5 ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่วารสารกำหนด รวมถึงไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความให้ผู้อื่นได้รับรู้

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (Research and Development Journal, Loei Rajabhat University) เป็นวารสารที่นำเสนอผลงานบทความทางวิชาการ/บทความวิจัย/บทความวิทยานิพนธ์ที่หลากหลายสาขาวิชาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการจัดทำวารสาร ซึ่งกำหนดตีพิมพ์วารสาร 4 ฉบับ/ปี (รอบ 3 เดือน) บทความทางวิชาการ/บทความวิจัย/บทความวิทยานิพนธ์ที่จะตีพิมพ์ในวารสารต้องผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก และการประสานงานระหว่างผู้เขียนและผู้ทรงคุณวุฒิ ต้องได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการเท่านั้น ผู้ประสงค์ส่งผลงานบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ลงในวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย สำหรับอาจารย์และพนักงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ไม่ต้องชำระค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์ นักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ต้องชำระค่าธรรมเนียมเรื่องละ 1,000 บาท และบุคคลภายนอก ต้องชำระค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์เรื่องละ 2,000 บาท โดยส่งบทความผ่านระบบออนไลน์เท่านั้น ที่เว็บไซต์ <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/research-journal-lru> โดยกองบรรณาธิการได้กำหนดเนื้อหาการส่งบทความ เพื่อให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกันดังต่อไปนี้

ส่วนประกอบของบทความ

1. บทความวิจัย/วิทยานิพนธ์

1.1 ชื่อเรื่อง ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

1.2 ชื่อ-สกุล และสังกัดของผู้เขียน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ครบทุกคน โดยใส่หมายเลขที่ชื่อผู้เขียนที่เป็นผู้ติดต่อพร้อมอีเมลติดต่อที่ชัดเจน

1.3 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทย)

1.3.1 บทคัดย่อภาษาไทย สรุปเนื้อหาของบทความให้เข้าใจถึงที่มาของการทำวิจัย วิธีการดำเนินการวิจัย ผลที่ได้จากการวิจัย และการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ความยาวประมาณ 250 คำ

1.3.2 คำสำคัญภาษาไทย จำนวน 3 - 5 คำ (ไม่ใช่วลี หรือ ประโยค)

1.4 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาอังกฤษ)

1.4.1 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย โดยให้มีขนาดและเนื้อหาเหมือนกับ บทคัดย่อภาษาไทย

1.4.2 คำสำคัญภาษาอังกฤษ แปลจากคำสำคัญภาษาไทย

1.4.3 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ต้องได้รับการตรวจทานภาษาอังกฤษจากผู้เชี่ยวชาญทางภาษาให้ถูกต้องก่อนการส่งบทความขอตีพิมพ์ในวารสาร

1.5 เนื้อเรื่อง

1.5.1 ความเป็นมาของปัญหา ให้อธิบายถึงเหตุผล และชี้ให้เห็นความสำคัญของงานวิจัยที่ทำ

1.5.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย ให้ระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ชัดเจน โดยบอกเป็นข้อๆ ตามลำดับความสำคัญ

1.5.3 วิธีดำเนินการวิจัย ให้ระบุประเภทการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ การเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล

1.5.4 ผลการวิจัย ให้แสดงผลจากการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจมีภาพประกอบ แผนภูมิ ตาราง หรือการสื่อในลักษณะอื่นๆ ที่ผู้อ่านดูแล้วเข้าใจ

1.5.5 อภิปรายผล อภิปรายให้ผู้อ่านเห็นความสัมพันธ์และความเป็นไปได้ของผลการศึกษา สนับสนุนหรือคัดค้านทฤษฎี เปรียบเทียบหรือตีความเพื่อเน้นความสำคัญของงานให้เข้าใจง่ายที่สุด

1.5.6 สรุปผลการวิจัย ข้อสรุปที่ได้จากการวิจัย ความยาวประมาณ 150 คำ

1.5.7 ข้อเสนอแนะ ให้แนะนำการนำผลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และแนะนำเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไป

1.5.8 เอกสารอ้างอิง ให้ระบุชื่อเอกสารที่ใช้อ้างอิงในเนื้อหาบทความทั้งหมด โดยเรียงลำดับตามตัวอักษรชื่อผู้แต่ง (คนไทย) หรือ ตัวอักษรนามสกุลผู้แต่ง (คนต่างชาติ) และการอ้างอิงในเนื้อหาและท้ายบทความต้องสอดคล้องกัน ดังรูปแบบที่อธิบายไว้ในข้อ 3

2. บทความทางวิชาการ

2.1 ชื่อเรื่อง ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.2 ชื่อ-สกุล และสังกัดของผู้เขียน ต้องมีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษให้ครบทุกคน โดยใส่หมายเลขที่ชื่อผู้เขียนที่เป็นผู้ติดต่อพร้อมอีเมลติดต่อที่ชัดเจน

2.3 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทย)

2.3.1 บทคัดย่อภาษาไทย สรุปความเป็นมาของสิ่งที่นำเสนอ และสรุปภาพรวมทั้งหมดของบทความ ความยาวประมาณ 250 คำ

2.3.2 คำสำคัญภาษาไทย จำนวน 3 - 5 คำ (ไม่ใช่วลี หรือ ประโยค)

2.4 บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาอังกฤษ)

2.4.1 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย โดยให้มีขนาดและเนื้อหาเหมือนกับบทคัดย่อภาษาไทย

2.4.2 คำสำคัญภาษาอังกฤษ แปลจากคำสำคัญภาษาไทย

2.4.3 บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ต้องได้รับการตรวจทานภาษาอังกฤษจากผู้เชี่ยวชาญทางภาษาให้ถูกต้องก่อนการส่งบทความขอตีพิมพ์ในวารสาร

2.5 เนื้อเรื่อง

2.5.1 ความนำ ควรประกอบด้วย

1) ความเป็นมาหรือภูมิหลังหรือความสำคัญของเรื่องที่นำเสนอ

2) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอบทความที่ต้องการให้อ่านทราบเรื่องอะไรบ้าง ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับเรื่องหรือเนื้อหาของบทความ

3) ขอบเขตของเรื่องที่นำเสนอ ระบุกรอบในการอ่านโดยการเขียนขอบเขตเพื่อบอกให้อ่านทราบและเข้าใจตรงกัน

4) คำจำกัดความ ควรระบุไว้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านหากคำเหล่านั้นมีความหมายที่แตกต่างจากคำทั่วไป หรือคำที่ผู้อ่านอาจจะไม่เข้าใจความหมาย

2.5.2 เนื้อหา ต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2.5.3 บทสรุป ข้อสรุปประเด็นสำคัญที่ได้จากเนื้อหา/เนื้อเรื่อง ความยาวประมาณ 150 คำ

2.5.4 เอกสารอ้างอิง ให้ระบุชื่อเอกสารที่ใช้อ้างอิงในเนื้อหาบทความทั้งหมด โดยเรียงลำดับตามตัวอักษรชื่อผู้แต่ง (คนไทย) หรือ ตัวอักษรนามสกุลผู้แต่ง (คนต่างชาติ) และการอ้างอิงในเนื้อหาและท้ายบทความต้องสอดคล้องกัน

ข้อกำหนดในการเตรียมต้นฉบับ

ให้พิมพ์ต้นฉบับโปรแกรม Microsoft Word ชนิดอักษร Cordia New หรือ Cordia UPC แบบ 1 คอลัมน์ โดยใช้ขนาดตัวอักษร 14 ปกติ จำนวนหน้า 7-15 หน้า ขนาดกระดาษ A4 (210 x 297 mm) ระยะห่างจากขอบกระดาษด้านบน 2.1 ซม. ส่วนด้านล่าง ด้านซ้าย และด้านขวา มีระยะห่างจากขอบกระดาษด้านละ 2 ซม. การเว้นวรรคระหว่างประโยคให้เคาะเว้นวรรค 2 ครั้ง โดยมีรายละเอียดแต่ละรายการดังต่อไปนี้

1. **ชื่อเรื่อง** ขนาดตัวอักษร 17 ตัวหนา จัดไว้กลางหน้ากระดาษ
2. **ชื่อผู้เขียน** ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ปกติ ไว้ขอบด้านขวาหน้ากระดาษ
3. **คำสำคัญ (Keywords)** หัวข้อหลักในฉบับบทความ ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา เนื้อหาของคำสำคัญ ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ปกติ จัดชิดขอบกระดาษด้านขวา
4. **ชื่อหัวข้อหลักและรอง** หัวข้อหลักในฉบับบทความ ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์ และหัวข้อรอง ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์
5. **รูปแบบและตาราง** ชื่อตารางให้จัดวางบนตารางโดยใช้ขนาดตัวอักษร 14 ตัวหนา จัดให้ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์ ส่วนคำบรรยายรูปภาพจัดไว้ให้อยู่ใต้รูปภาพ
6. **ความห่างระหว่างข้อความ** การเว้นวรรคระหว่างประโยคให้เคาะเว้นวรรค 2 ครั้ง กรณีที่ขึ้นหัวข้อใหม่ (หัวข้อหลัก) ให้กด Enter 2 ครั้ง กรณีที่ขึ้นหัวข้อใหม่ (หัวข้อย่อย) ให้กด Enter 1 ครั้ง

การอ้างอิงเอกสาร

1. การลงรายการอ้างอิงในเนื้อเรื่อง

ให้ใช้ระบบนาม-ปี ทั้งผู้แต่งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยแยกเป็น

1.1 ข้อมูลนาม-ปี **อยู่หน้าข้อความ** ชื่อผู้เขียนเป็นส่วนหนึ่งของข้อความ ใส่ปีพิมพ์ไว้ในวงเล็บ ตามรูปแบบ

ชื่อ – สกุล (ปีพิมพ์) / Surname (Date) โดยไม่ต้องใส่เลขหน้า ยกเว้นการอ้างอิงแบบคัดลอกข้อความในเครื่องหมายอัญประกาศ (“ ”) เท่านั้น

ในกรณีที่ผู้แต่งมีจำนวนผู้แต่ง 3 คน ให้ลงชื่อทุกคน มีคำว่า “และ” (“and” ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) เชื่อมคนสุดท้าย และคั่นแต่ละคนด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ส่วนในกรณีที่ผู้แต่ง 4 คนขึ้นไป ให้ลงชื่อผู้แต่งคนแรก และคำว่า “และคณะ” (“et al.” ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) ต่อท้าย นอกจากนี้ การอ้างอิงงานเดียวกันที่มีผู้แต่งตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป หลังการอ้างอิงครั้งแรกไปแล้ว ให้ลงชื่อผู้แต่งคนแรก และคำว่า “และคณะ” (et al. ในกรณีเป็นผู้แต่งชาวต่างประเทศ) ต่อท้าย เช่น

ชื่อผู้แต่ง	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งแรก)	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งต่อไป ในบทความ)	ภาษาอังกฤษ	ภาษาอังกฤษ (อ้างอิงครั้งต่อไป ในบทความ)
1 คน	วันทนา ทับทิม (2552)	วันทนา ทับทิม (2552)	Brown (2009)	Brown (2009)
2 คน	วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี (2552)	วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี (2552)	Smith and Brown (2009)	Smith and Brown (2009)
3 คน	วันทนา ทับทิม, สมใจ พิมพ์ และอุษา งามดี (2553)	วันทนา ทับทิม และคณะ (2553)	Smith, Bradley, and Brown (2011)	Smith et al. (2011)
≥ 4 คน	วันทนา ทับทิม และคณะ (2552)	วันทนา ทับทิม และคณะ (2552)	Smith et al. (2009)	Smith et al. (2009)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช., 2555)	วช. (2555)	National University of Singapore (NUS, 2015)	NUS (2015)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (ไม่มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (2560)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (2560)	Loei Rajabhat University (2003)	Loei Rajabhat University (2003)

1.2 ข้อมูลนาม-ปี อยู่ท้ายข้อความ ชื่อผู้เขียนไม่ได้อยู่ในข้อความที่อ้าง ใส่ชื่อผู้แต่งและปีพิมพ์ คั่นด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ไว้ในวงเล็บ วางไว้ท้ายข้อความที่อ้าง เช่น

ชื่อผู้แต่ง	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งแรก)	ภาษาไทย (อ้างอิงครั้งต่อไป ในบทความ)	ภาษาอังกฤษ	ภาษาอังกฤษ (อ้างอิงครั้งต่อไป ในบทความ)
1 คน	(วันทนา ทับทิม, 2552)	(วันทนา ทับทิม, 2552)	(Brown, 2009)	(Brown, 2009)
2 คน	(วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี, 2552)	(วันทนา ทับทิม และอุษา งามดี, 2552)	(Smith and Brown, 2009)	(Smith and Brown, 2009)
3 คน	(วันทนา ทับทิม, สมใจ พิมพา และอุษา งามดี 2553)	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2553)	(Smith, Bradley, & Brown, 2011)	(Smith et al., 2011)
≥ 4 คน	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2552)	(วันทนา ทับทิม และคณะ, 2552)	(Smith et al., 2009)	(Smith et al., 2009)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	(สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ [วช.], 2555)	(วช., 2555)	(National University of Singapore [NUS], 2015)	(NUS, 2015)
ผู้แต่งเป็นสถาบัน (ไม่มีชื่อย่อที่เป็นทางการ)	(มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2560)	(มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 2560)	(Loei Rajabhat University, 2003)	(Loei Rajabhat University, 2003)

2. การอ้างอิงเอกสารทุติยภูมิ (อ้างถึงใน)

ในกรณีที่เป็นกรอ้างอิงถึงงานที่ถูกอ้างอิงอยู่ในงานเขียนอื่น และประสงค์จะอ้างอิงงานนั้นด้วย ให้ใส่ข้อความเพิ่มว่า อ้างถึงใน ชื่อผู้แต่งงานเขียนแหล่งที่ 2 ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค และปีพิมพ์ สำหรับภาษาอังกฤษใช้ as cited in secondary source author, year และลงรายละเอียดของเอกสารทุติยภูมิในอ้างอิงท้ายบทความ เช่น

ชัยอนันต์ สมุทวณิช (อ้างถึงใน พนม คลีฉายา, 2542)

Allport's diary (as cited in Nicholson, 2003).

3. การลงรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (Reference)

ใช้การลงรายการอ้างอิงตามรูปแบบของ APA (American Psychological Association 6th edition) ระบุเฉพาะรายการที่ถูกอ้างอิงในเนื้อหาของบทความเท่านั้น โดยให้เรียงลำดับเอกสารตามตัวอักษรชื่อผู้แต่ง (กรณีภาษาไทย) หรือ นามสกุลของผู้แต่ง (กรณีภาษาอังกฤษ) และเรียงเอกสารภาษาไทยไว้ก่อนภาษาอังกฤษ แสดงการลงรายการเพื่อเป็นตัวอย่างดังนี้

3.1 หนังสือทั่วไป (อ้างอิงทั้งเล่ม)

3.1.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์ ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

3.1.2 ฉบับพิมพ์ มีบรรณานิการ

ชื่อผู้แต่ง (บรรณานิการ). (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์ ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

3.1.3 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่อง (ครั้งที่พิมพ์ ครั้งที่ 2 เป็นต้นไป). สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

ตัวอย่าง

ศักดิ์ดา ดาตวง. (2551). เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเพื่อชีวิต (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.

มัญชุสา วัฒนพร (บรรณานิการ). (2542). คู่มือการจัดและตกแต่งสวนในบ้าน (พิมพ์ครั้งที่ 8, เล่ม 2). กรุงเทพฯ: บ้านและสวน.

วีระชัย ณ นคร. (2556). สารานุกรมเรื่องหญ้าแฝก (พิมพ์ครั้งที่ 7). สืบค้นจาก <http://ebook.lib.ku.ac.th/item /2/20170123>

Hogue, A. (2008). *First steps in academic writing* (2nd ed.). NY: Pearson Education.

Chen, A., & Xu, K. (Eds). (2011). *Fabulous furniture*. Hong Kong: Artpower.

Sarrazin, N. (2016). *Music and the Child*. Retrieved from <http://textbooks.opensuny.org/music-and-the-child/>

3.2 บทความหรือบทในหนังสือ

ชื่อผู้แต่งบทความหรือบท. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความหรือบท. ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ), ชื่อหนังสือ (หมายเลขหน้าที่ปรากฏบทความ). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

สุปราณี แจ้งบำรุง. (2546). ปริมาณสารอาหารอ้างอิงที่ควรได้รับประจำวัน. ใน สุปราณี แจ้งบำรุง และคณะ (บรรณาธิการ), *ปริมาณสารอาหารอ้างอิงที่ควรได้รับประจำสำหรับคนไทย พ.ศ. 2546* (น. 21-26). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).

Haybron, D.M. (2008). Philosophy and the science of subjective well-being. In M. Eid & R. J. Larsen (Eds.), *The science of subjective well-being* (pp. 17-43). New York, NY: Guilford Press.

3.3 หนังสือแปล

ชื่อผู้แต่งต้นฉบับ. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่องที่แปล [ชื่อต้นฉบับ] (ชื่อผู้แปล, แปล). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. หรือ พ.ศ.)

ตัวอย่าง

แบร์รี สมาร. (2555). *มิเชล ฟูกูต์* [Michel Foucault] (จามะรี เชียงทอง และ สุนทร สราญจิต, แปล). กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). (ต้นฉบับพิมพ์ปี ค.ศ. 1994).

3.4 บทความวารสาร

3.4.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, เลขของปีที่(เลขของฉบับที่), เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

3.4.2 ออนไลน์ (มีรหัส DOI – Digital Object Identifier)

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, เลขของปีที่(เลขของฉบับที่), เลขหน้าที่ปรากฏบทความ. doi:xx.xxxx

3.4.3 ออนไลน์ (ไม่มีรหัส DOI ให้ลิง URL ของวารสาร)

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, เลขของปีที่(เลขของฉบับที่), เลขหน้าที่ปรากฏบทความ. สืบค้นจาก <http://www.xxxx>

ตัวอย่าง

ปิยะวิทย์ ทิพรส. (2553). การจัดการป้องกันและลดสารให้กลิ่นโคลน Geosmin ในผลิตภัณฑ์แปรรูปสัตว์น้ำ. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 24(72), 103-119.

จรรยาลักษณ์ สิริกุลนฤมิตร, และภิญญาดา เมธารมณ. (2561). องค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อการสร้างความนิยมเพลงเกาหลีในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 41(157), 1-20. doi: 10.14456/jba.2018.5

- ดิเรก หงษ์ทอง. (2558). พงศาวดารเขมรใน “นิพนธ์วังหน้า”: ความสำคัญต่อการตีความชีวิตของเจ้านายเขมรพลัดถิ่นในสยาม. *วารสารอาณานิคมศึกษาไทย-สากล*, 6(1), 203-222. สืบค้นจาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jnuks/index>
- Siriwongworawat, S. (2003). Use of ICT in Thai libraries: An overview. *Program*, 37(1), 38-43.
- Samorna, S. (2013). Social movements against gold mining. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 88(2013), 299-305. doi:10.1016/j.sbspro.2013.08.509
- Kramanon, R., & Gray, R. (2015). Differentials in happiness among the young old, the middle old and the very old in Thailand. *Journal of Population and Social Studies [JPSS]*, 23(2), 180-192. Retrieved from <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jpss/article/view/102342>

3.5 วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระ และดุฎิณิพนธ์

3.5.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีพิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์ (วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญาดุฎิณิพนธ์). ชื่อสถาบันที่จบ, เมืองของสถาบันที่จบ.

3.5.2 จากฐานข้อมูลที่สถาบันบอกรับ คลังข้อมูลสถาบัน ฐานข้อมูลพาณิชย์ และเว็บไซต์ส่วนบุคคล

ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีพิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์ (วิทยานิพนธ์/การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญาดุฎิณิพนธ์). ชื่อสถาบัน, เมือง, ประเทศ). สืบค้นจาก ระบุชื่อฐานข้อมูล หรือ <http://www.xxxxxxx>. (หมายเลขประจำรายการ - ถ้ามี)

ตัวอย่าง

- เข้มทอง ศิริแสงเลิศ. (2540). การวิเคราะห์ระบบประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนกรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุฎิณิพนธ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- กฤษดี ปิยะวัฒนธนา. (2546). โครงสร้างเงินทุนของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ). สืบค้นจากฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.
- จรัส อุ่นฐิตวิวัฒน์. (2548). กลวิธีการถ่ายทอดทางสังคมขององค์การที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันในองค์การสำหรับพนักงานสถาบันการเงินพิเศษของรัฐ (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุฎิณิพนธ์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <http://library.swu.ac.th>
- Nickels, D. W. (2005). *The relationship between IT-business alignment and organizational culture: An exploratory study* (Unpublished doctoral dissertation). University of Memphis, Memphis, TN.
- Li, S. (2000). *Network traffic control and bandwidth management in Internet: A differentiated services case study* (Master's thesis). Retrieved from ProQuest Dissertation and Theses database. (AAT MQ64392)
- DiNicola, M.D. (2004). *Pathological Internet use among college students: The prevalence of Pathological Internet use and its correlates* (Doctoral dissertation). Retrieved from <http://www.ohiolink.edu/etd>

3.6 รายงาน รายงานการวิจัย

ชื่อผู้วิจัย. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง (รายงานการวิจัย). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง

ยุวลักษณ์ เวชวิทยาลัง. (2550). รายงานการวิจัยเรื่อง ความต้องการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรบุคคลในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการ (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

Huguet, J. W., & Chamrathirong, A. (Eds.). (2011). *Thailand migration report: Migration for development in Thailand: Overview and tools for policy makers*. Retrieved from http://publications.iom.int/bookstore/free/tmr_2011.pdf

3.7 เอกสารประกอบการนำเสนอในที่ประชุม สัมมนา รายงานการประชุม

3.7.1 บทความที่เผยแพร่ในรายงานการประชุม

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี). ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณานุกรม (บรรณานุกรม), ชื่อหัวข้อกลุ่มนำเสนอ (หน้าที่ปรากฏบทความ). doi หรือ ชื่อการประชุม, เมืองที่จัดการประชุม.

3.7.2 บทความออนไลน์ของบทความที่นำเสนอในที่ประชุม

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, เดือน). ชื่อบทความ. บทความนำเสนอในการประชุม..., สถานที่จัดการประชุม. บทความสืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

3.7.3 บทความ/โปสเตอร์นำเสนอในงานประชุมที่ไม่มีการตีพิมพ์เผยแพร่เป็นทางการ

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, เดือน). ชื่อบทความ. บทความ หรือ โปสเตอร์นำเสนอในการประชุม..., สถานที่จัดการประชุม.

ตัวอย่าง

สุภัทตร์ ปัญญา, และสมชาย อารยพิทยา. (2560). การพัฒนาฐานข้อมูลสมุนไพรในตำรายาหมอพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน. ใน สำนักวิจัยและส่งเสริมวิชาการการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้, รายงานการประชุมวิชาการ ประจำปี 2560 มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ภาคบรรยาย (น. 592-603). การประชุมวิชาการ ประจำปี 2560 มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.

Mo, L., และจิตรลดา แสงปัญญา. (2560, พฤษภาคม). ปัญหาครอบครัวในสังคมไทย: ภาพสะท้อนจาก นวนิยายไทย ช่วง พ.ศ. 2508-2557. บทความนำเสนอ ณ โครงการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 5: "งานวิชาการรับใช้สังคม" ในโอกาสครบรอบ 25 ปี ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ, สมุทรปราการ. บทความสืบค้นจาก <https://hcuconf.hcu.ac.th/download/2017/hcu-conference-2017-abstract-pdf.pdf>

กุลศิริ เตียนศรี, และธัชชา พงศ์พิทักษ์ดำรง. (2557, พฤศจิกายน). *How to approach to abnormal pain in children*. บทความนำเสนอ ณ การประชุมวิชาการประจำปี 2557: สุขภาพดีสมัย อนาคตแม่และเด็กในยุค AEC, นครราชสีมา.

Katz, I., Gabayan, K., & Aghajan, H. (2007). A multi-touch surface using multiple cameras. In J. Blanc-Talon, W. Philips, D. Popescu, & P. Scheunders (Eds.), *Lecture Notes in Computer Science: Vol. 4678. Advanced Concepts for Intelligent Vision Systems* (pp. 97-108). doi: 10.1007/978-3-540-74607-2_9

Liu, S. (2005, May). *Defending against business crises with the help of intelligent agent based early warning solutions*. Paper presented at the Seventh International Conference on Enterprise Information Systems, Miami, FL. Abstract retrieved from http://www.iceis.org/iceis2005/abstracts_2005.htm

Brown, S., & Caste, V. (2004, May). *Integrated obstacle detection framework*. Paper presented at the IEEE Intelligent Vehicles Symposium, Detroit, MI.

3.8 บทความในหนังสือพิมพ์

3.8.1 ฉบับพิมพ์

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อหนังสือพิมพ์, เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

3.8.2 ออนไลน์

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อหนังสือพิมพ์. สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

3.8.1 กรณีไม่ปรากฏชื่อผู้เขียนบทความ

ชื่อบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อหนังสือพิมพ์, เลขหน้าที่ปรากฏบทความ.

ชื่อบทความ. (ปี, วันที่ เดือนที่พิมพ์). ชื่อหนังสือพิมพ์. สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

ตัวอย่าง

จินดารัตน์ โพธิ์นอก. (2560, 16 พฤศจิกายน). มหาวิทยาลัยนวัตกรรม. *เดลินิวส์*, น. 8.

ชนัดดา ชินะโยธิน. (2561, 18 ธันวาคม). คูยกับทูตโปแลนด์ ผู้ที่เคย Backpack มาเที่ยวไทย เพราะหลงใหลวิถีชีวิต-ผู้คน และการฝึกความอดทนกับสภาพจราจร. *มติชนสุดสัปดาห์*. สืบค้นจาก https://www.matichonweekly.com/column/article_156170

รื้อฟื้น! อัตลักษณ์ชุมชน ทายาทผ้าขาวม้าไทย สร้างผลิตภัณฑ์ระดับห้าดาว!. (2561, 19 ธันวาคม). *ผู้จัดการรายวัน*, น. 5.

Leesa-nguansuk, S., & Sritama, S. (2018, May 25). EU data privacy laws creating local waves. *Bangkok Post*, p. B3.

Judd, J. (2018, December 17). On International Migrants Day, a sea change for Thai fishing?. *The Nation*. Retrieved from <http://www.nationmultimedia.com/detail/opinion/30360513>

Bangkok tops Agoda's 2018 list of Asian destinations. (2018, December 11). *The Nation*. Retrieved from <http://www.nationmultimedia.com/detail/thailand/30360181>

3.9 เว็บไซต์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์, วันที่ เดือน). ชื่อบทความ. สืบค้นจาก <http://www.xxxxxxx>

ตัวอย่าง

เนื่อแพร เล็กเฟื่องฟู, วรประภา นาควัชร, และปภัสสร แสงสุขสันต์. (2560, 2 มิถุนายน). Big Data บอกอะไรได้บ้างเกี่ยวกับตลาดแรงงานไทย. สืบค้นจาก <https://www.pier.or.th/?abridged=big-data-บอกอะไรได้บ้างเกี่ยวกับตลาดแรงงานไทย>

Koh, D. (2018, November 4). Spreading digital health initiatives in Thailand with the Khon Kaen Health project. Retrieved from <https://www.healthcareitnews.com/news/spearheading-digital-health-initiatives-thailand -khon-kaen-smart-health-project>

3.10 ผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์. (ปีที่ให้สัมภาษณ์, วันที่ เดือน). ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์ (ถ้ามี). [สัมภาษณ์]

ตัวอย่าง

สุขสรรค์ ทองดี. (2560, 2 มิถุนายน). ผู้จัดการร้าน ดี ดี จำกัด. [สัมภาษณ์]

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

234 ถนนเลย-เชียงคาน ต.เมือง อ.เมือง จ.เลย 42000

Research and Development Institute, Loei Rajabhat University

234 Loei-Chiangkan Road, T.Muang A.Muang, Loei 42000

Tel. 0-4283-5223-8 ext 41141-2, 0-4280-8000 ext 51143 Fax 0-4281-1143

<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru>,

E-mail: research_lru@hotmail.com