

วารสาร SPU ศรีปทุม ปริทัศน์

ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ISSN 1513 - 7287



SRIPATUM REVIEW
OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2565
Vol. 22 No. 1 January - June 2022

SRIPATUM REVIEW

SRIPATUM REVIEW



วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ SRIPATUM REVIEW OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นวารสารทางวิชาการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการแก่บุคคลทั่วไป ทั้งแวดวงวิชาการและสังคม ส่งเสริม และกระตุ้นให้เกิดการวิจัยและการพัฒนาองค์ความรู้ในสาขาวิชาต่างๆ ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยสาขาของบทความที่รับตีพิมพ์ ประกอบด้วย (1) General Arts and Humanities (2) General Business, Management and Accounting และ (3) General Social Sciences โดยจัดพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับในเดือนมกราคม-มิถุนายน และกรกฎาคม-ธันวาคม โดยจัดส่งให้กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) (สมศ.) สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (สกศ.) หน่วยงานและสถาบันการศึกษาต่างๆ

กองบรรณาธิการวารสารศรีปทุมปริทัศน์ มีความยินดีรับบทความวิจัย (Research article) บทความทางวิชาการ (Academic article) บทความปริทัศน์ (Review article) และบทวิจารณ์หนังสือ (Book review) ที่ยังไม่เคยเผยแพร่ในวารสารฉบับอื่นมาก่อน ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดได้ที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/spurhs>

กองบรรณาธิการ วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม

2410/2 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ : 0-2579-1111 ต่อ 1331, 1155

โทรสาร : 0-2579-1111 ต่อ 2187

Email : research@spu.ac.th

- กองบรรณาธิการสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตัดสินใจตีพิมพ์บทความในวารสาร
- บทความทุกเรื่องจะได้รับการตรวจสอบทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ แต่ข้อความและเนื้อหาในบทความที่ตีพิมพ์เป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว มิใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบของมหาวิทยาลัยศรีปทุม
- การคัดลอกอ้างอิงต้องดำเนินการตามการปฏิบัติในหมู่นักวิชาการโดยทั่วไป และสอดคล้องกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

บทบรรณาธิการ

วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (Sripatum Review of Humanities and Social Sciences) เป็นวารสารระดับชาติที่ออกปีละ 2 ฉบับ สำหรับฉบับนี้เป็นปีที่ 22 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม-มิถุนายน 2565 ซึ่งปัจจุบันอยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Centre: TCI) กลุ่มที่ 1 โดยวารสารศรีปทุมปริทัศน์เกิดมาจากปณิธานของมหาวิทยาลัยศรีปทุม คือ “ปัญญา เชี่ยวชาญ เบิกบาน คุณธรรม” และปรัชญาที่ว่า “การศึกษาสร้างคน คนสร้างชาติ” โดยมุ่งหวังว่าวารสารฉบับนี้จะเป็นแหล่งข้อมูลทางการวิจัยและทางวิชาการระดับชาติทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สำหรับคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ ตลอดจนนิสิตและนักศึกษาในระดับปริญญาเอก

วารสารศรีปทุมปริทัศน์ฉบับนี้ ยังคงเข้มข้นไปด้วยเนื้อหาสาระทางวิชาการ กองบรรณาธิการได้ให้ความสำคัญในการพิจารณาและคัดเลือกบทความที่มีคุณภาพ มาลงตีพิมพ์ โดยทุกบทความได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกที่ตรงสาขาเพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความก่อนลงตีพิมพ์ โดยผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้แต่งและผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้ประเมินบทความ (Double-blind peer review) สำหรับวารสารฉบับนี้ ประกอบด้วย บทความวิจัยจำนวน 7 เรื่อง เช่น “ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย” “แนวทางการพัฒนาวัสดุก่อสร้างที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย” “การพัฒนาความสามารถด้านการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล ในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจ : กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี” เป็นต้น

กองบรรณาธิการวารสารศรีปทุมปริทัศน์ มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพสูงขึ้นจนถึงระดับนานาชาติในอนาคต ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกทุกท่านที่กรุณาเป็นผู้ประเมินบทความอย่างมีคุณภาพให้กับกองบรรณาธิการ และขอเชิญชวนคณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นิสิตและนักศึกษาในระดับปริญญาเอก เสนอบทความเข้ารับการพิจารณากลั่นกรองตีพิมพ์เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะและอาจนำไปสู่การใช้ประโยชน์ต่อไป โดยท่านสามารถส่งบทความต้นฉบับได้ที่กองบรรณาธิการวารสารศรีปทุมปริทัศน์ (ดังรายละเอียดท้ายเล่ม) และหากท่านมีข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะประการใดที่จะนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น กองบรรณาธิการยินดีรับข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะนั้นด้วยความขอบคุณยิ่ง



(รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน ยुरะรัช)

บรรณาธิการ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์แก่อาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นิสิต นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ทั้งแวดวงวิชาการและสังคมทั่วไป
2. เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการวิจัยและการพัฒนาองค์ความรู้ในศาสตร์สาขาวิชาต่างๆ ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยสาขาของบทความที่รับตีพิมพ์ ประกอบด้วย (1) General Arts and Humanities (2) General Business, Management and Accounting และ (3) General Social Sciences

เจ้าของ

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน ยุระรัช

บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา

รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน ยุระรัช

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย ยาวะประภาษ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ประพนธ์ เจียรกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ วรรณนัจฉริยา	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.นิตยา วงศ์ภินันท์วัฒนา	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยากร หวังมหาพร	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
รองศาสตราจารย์ ดร.ประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
รองศาสตราจารย์ รุ่งฤดี แผลงศรี	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตติ อินทมาโน	มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ฝ่ายจัดการ และเลขานุการกองบรรณาธิการ

นางสาวอรกัญญา สุขแก้ว

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ จัดจำหน่าย และสมาชิก

นางสาวอรกัญญา สุขแก้ว

ฝ่ายศิลปกรรมและจัดทำรูปเล่ม

นางฉวีวรรณ สภาพ

นายสุรตนต์ชัย ชื่นตา

ฝ่ายพิสูจน์อักษร

รองศาสตราจารย์สมทรง สีสลายน

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ ประจำเดือน มกราคม-มิถุนายน และ กรกฎาคม-ธันวาคม

สถานที่จัดพิมพ์

บริษัท สยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด (มหาชน) โทร. 0 2508 8000

CONTENTS

SRIPATUM REVIEW OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

บทความวิจัย

- 07 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์
ภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
: ประภัศร กลีบประทุม, วิชญานัน รัตนวิบูลย์สม, ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ
- 20 แนวทางการพัฒนาวัสดุก่อสร้างที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย
: ณัชวิชญ์ ตีกุล
- 35 การพัฒนาความสามารถด้านการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล ในการเพิ่มศักยภาพ
ทางการแข่งขันของธุรกิจ : กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี
: ณัตตยา เอี่ยมคง
- 49 การสร้างกลยุทธ์ตลาดแนวใหม่เพื่อยกระดับความสามารถในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์
ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก
: อรุมา นาทสีทา, วรรณดี สุทธินรากร, ภัทรวรรณ จีรพัฒน์ธนธร
- 65 รูปแบบคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาสินค้าอีทอยนิโคล
: จอมขวัญ สุทธินนท์
- 78 อิทธิพลทางสังคมจิตพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการจัดการทางการเงิน
และความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ
สถาบันอุดมศึกษาเอกชน
: ชันยวรรณัฐ เลื่อนอย่าง
- 93 การตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจไทย
: ทิพย์มัมพร เกษโกมล, ณรงค์ ใจหาญ

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ

Reviewers

ศาสตราจารย์ ดร.จันทน์ อติวัฒนสิทธิ์
ศาสตราจารย์ ดร.ดิน ปรัชญพฤทธิ์
ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง
ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
ศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย ยาวะประภา
ศาสตราจารย์ ดร.อนุสรณ์ ลิ้มมณี
ศาสตราจารย์ พล.ต.ทันตแพทย์ รังษิต บุญแต้ม
ศาสตราจารย์ นพ.วันชัย วัฒนศัพท์
ศาสตราจารย์ นวลจันทร์ ทศนชัยกุล
ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.จำเนียร จวงตระกูล
ศาสตราจารย์ ดร.อัมพร อารังลักษณ์
ศาสตราจารย์พิเศษ จันทน์ ทองประเสริฐ ราชบัณฑิต
รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์
รองศาสตราจารย์ ดร.กมลวรรณ ตั้งชนกานนท์
รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญามน กาญจนาทวิกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญามน อินทวาท
รองศาสตราจารย์ ดร.กัญนิภัทธี นิธิโรจน์ธนา
รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ
รองศาสตราจารย์ ดร.ครรชิต ทะกอง
รองศาสตราจารย์ ดร.จรัสดาว อินทรทัศน์
รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์
รองศาสตราจารย์ ดร.จินดา ชันทอง
รองศาสตราจารย์ ดร.ชญาสิริ โคโนะ
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนงกรณ์ กุณพลบุตร
รองศาสตราจารย์ ดร.ชนิดา จิตตรุทธะ
รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยวิชิต เขียวชนะ
รองศาสตราจารย์ ดร.ชูชาติ พ่วงสมจิตร
รองศาสตราจารย์ ดร.ชูชีพ พิพัฒน์ดี
รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ ไรจนแสง
รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม
รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติ ชัยวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.ไตรรัตน์ โภคพลาภรณ์
รองศาสตราจารย์ ดร.ทองฟู ศิริวงศ์
รองศาสตราจารย์ ดร.เทียน ทองแก้ว
รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญญา วสุศรี
รองศาสตราจารย์ ดร.ธาริณี พงษ์สุพัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.นาทิพย์ วิภาวิน
รองศาสตราจารย์ ดร.บรรจบ บรรณรุจิ
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์
รองศาสตราจารย์ ดร.ประจิต หาว์ตร
รองศาสตราจารย์ ดร.ประพนธ์ เขียวกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.ปราโมทย์ ประจันปัจจนึก
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรียานุช อภิบุญโยภาส
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยากร หวังมหาพร
รองศาสตราจารย์ ดร.พรสวรรค์ ศิริกัญจนภรณ์
รองศาสตราจารย์ ดร.พลพงศ์ สุขสว่าง
รองศาสตราจารย์ ดร.ยุยงศ์ แฉล้มวงษ์
รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงศ์
รองศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ ประเสริฐศรี
รองศาสตราจารย์ ดร.รัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งรัศมี บุญดาว
รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดา กิติวิภาต
รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณดี แสงประทีปทอง
รองศาสตราจารย์ ดร.วัลย์ลดา วิวัฒน์พนาดี
รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ รัฐฉัตรานนท์
รองศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ วรธนัจฉริยา

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Far East University, South Korea
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ราชบัณฑิตสถาน
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยนเรศวร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยศิลปากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
มหาวิทยาลัยบูรพา
สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.สมชนก ภาสกรจรัส	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.สมถวิล วิจิตรวรรณ	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
รองศาสตราจารย์ ดร.สังวรณั จังกระโทก	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันท์ อัญชลีกุล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.สุนีย์ เหมะประสิทธิ์	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ดร.สุบิน ยุระรัช	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
รองศาสตราจารย์ ดร.สุพจน์ บุญวิเศษ	มหาวิทยาลัยบูรพา
รองศาสตราจารย์ ดร.สุพิน เกษาคปต์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุภมาส อังศุโชติ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒน์ ฉิมะสังคนันท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
รองศาสตราจารย์ ดร.อนันต์ มุ่งวัฒนา	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.อมรา ตีระศรีวัฒน์	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
รองศาสตราจารย์ ดร.อรรณพ จินะวัฒน์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.อัศม์เดช วานิชชินชัย	มหาวิทยาลัยมหิดล
รองศาสตราจารย์ พ.ต.อ.หญิง ดร.ทิพย์ฉิมพร เกษโกมล	วิทยาลัยพยาบาลตำรวจ
รองศาสตราจารย์ จรินทร์ เทศวานิช	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ไฉไล คักติวรพงศ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ชารี มณีศรี	มหาวิทยาลัยบูรพา
รองศาสตราจารย์ ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ชีรศักดิ์ หมากผิน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
รองศาสตราจารย์ นิตยา เงินประเสริฐศรี	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ นิภา ศรีโพธิ์จัน	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ปราชญา กล้าจัญญ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ รุ่งฤดี แผลงศร	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
รองศาสตราจารย์ วิรัช ธเนศวร	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ศิริชัย พงษ์วิชัย	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ สุธรรม พงษ์สำราญ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ สุธี พลพงษ์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ สุรางค์รัตน์ วศินารมณ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ อภิญญา เวชยชัย	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ อติดา จันผึ่งเพ็ชร	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
รองศาสตราจารย์ เอกธิดา เสริมทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พ.ต.ต.ดร.วิชิต สุดสาคร	โรงเรียนนายร้อยตำรวจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพัชร กอประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมล จิราพงษ์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลชลี จงเจริญ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวรา สุวรรณพิมล	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ โปณะทอง	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยพงศ์ ตังมณี	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาติเมธี หงษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณคุณ ธรณีนิตินาณ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ ขาวจิตร	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภูมิ เปரியนต์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภูมิ อัครโกวิทวงศ์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภูมิ อัครโกวิทวงศ์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพรัตน์ พงศ์ธนาพานิช	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธินี มณีศรี	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธารัตน์ โมกขมรรคกุล	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิภา แก้วศรีงาม	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษอริ ยี่หะมะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณายุ ไชยรัตนานนท์	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประณต บุญไชยอภิสิทธิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ สิทธิจิรพัฒน์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พจนา พิชิตปัจจา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ เย็นจะบก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ สวัสดิ์สิงห์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ นันทแพศย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรี กล่อมเมือง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัต์ย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งภัสสรณ์ ศรีพิธานพัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรางคณา นิพัทธ์สุขกิจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ ไทยมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สวัสดิ์ สุตินุญามณี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันทนี บงเสน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไล ลิ้มถาวรานันต์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ลิ้มสมบุญชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิธร บัวทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริรัตน์ พวงแสงสุข
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ สาระพัด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภัทรา สุทธสุภา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสภณ เจริญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุพงศ์ อวิรุทธา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิภา ปรัชญพทุธิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรา ตีระวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัครเดช ไชยเพิ่ม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เชียง เกาซิด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ฉนวนรัฐธัญ วงศ์บ้านดู่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนภณ สมหวัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธรรมศักดิ์ เอื้อรักสกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิชัย บุญวาต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หทัยพันธุ์ สุนทรพิพิธ
ดร.กฤษ เอี่ยมฐานนท์
ดร.เกวลิณ ศิลพิพัฒน์
ดร.คณพล จันทรหอม
ดร.คมศร วงษ์รักษา

ดร.จันทนา สุทธิจารี
ดร.จิตติมา กัตถัญญ
ดร.ฉัตรรัตน์ โหตระไวยะ
ดร.โสมยง โต๊ะทอง
ดร.ณัฐชานนท์ โกมุตพัฒน์พงศ์
ดร.ทวี จันทชัยชนะ
ดร.ธงชัย จิระดิษฐ์
ดร.นันทนา นันทวโรภาส
ดร.นันทวุฒิ ลือมรสสิริ
ดร.นาวัน มินะกรรม
ดร.นิธุมณ รัตนะรัต
ดร.พีร วงศ์อุปราชา
ดร.มณฑิชา เครือสุวรรณ
ดร.มรกต ไมยเออร์
ดร.วรพงษ์ ลีวัฒนกิจ
ดร.วิจิตรบุษบา มารมย์
ดร.วิชชุกร ทองหล่อ
ดร.วิโรจน์ วาทีนพงศ์พันธ์
ดร.ศุภกร ปุณญฤทธิ์
ดร.สุทิน ลีปิยะชาติ

ดร.สุรีย์ฉาย พลวัน
ดร.อมรวิทย์ นาคทรพรพ
ดร.อรนันท์ กลั่นทประ
พลเอกเอกชัย ศรีวิลาศ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (องค์การมหาชน)
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพ
การศึกษา
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยสยาม
บริษัท การบินไทย จำกัด
มหาวิทยาลัยเกริก
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหิดล
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ
และสังคมแห่งชาติ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
สถาบันพระปกเกล้า

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ประภัสสร กลีบประทุม^{1,*}, วิษณุชนัน รัตนวิบูลย์สม², ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ³

^{1,2} หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร

³ หลักสูตรสังคมศึกษา สาขาวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร

Received: 30 April 2020

Revised: 15 January 2021

Accepted: 20 January 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์สองข้อ คือ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี คือ (1) การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง คือ ระดับผู้บริหารและระดับพนักงานปฏิบัติการในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 20 คน และ (2) การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ระดับผู้บริหารในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์จำนวน 223 คน เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยการวิเคราะห์ด้วยแบบสมการเชิงโครงสร้างเชิงเส้น ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยสนับสนุนการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร และปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ (2) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร ($\beta = 0.298$, $t = 3.736$) และปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ ($\beta = 0.353$, $t = 3.391$) ส่งอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยด้านการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนั้นปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร ($IE = 0.266$) และปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ ($IE = 0.315$) ส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ผ่านปัจจัยด้านการแบ่งปันความรู้

คำสำคัญ : วัฒนธรรมองค์กร ประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: giftfy.ag@gmail.com

Factors Affecting the Efficiency of Knowledge Sharing in The Electrical and Electronics Industry Sectors of The Electronics Industry Group in Thailand

Prapatsorn Kleeprathum^{1,*}, Vichayan Rattanawiboonsom², Nattachet Pooncharoen³

^{1,2} Doctor of Philosophy Program in Business Administration, Naresuan University

³ Social Studies Program, Faculty of Education, Naresuan University

Received: 30 April 2020

Revised: 15 January 2021

Accepted: 20 January 2021

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the supporting factors of knowledge sharing in the electrical and electronics industry sectors of the electronics industry group; and (2) to study the factors affecting the efficiency of knowledge sharing in electrical and electronics industry sectors of the electronics industry group. This study was a mixed method research involving (1) qualitative research, the sample of which consisted of 20 executives and practitioner level staff members in the electronics industry; and (2) quantitative research, the sample of which consisted of 233 executives in the electronics industry. The research tools were in-depth interview forms and a questionnaire. The qualitative data was analysed with content analysis, while the quantitative data was analyzed using structural equation modeling (SEM). The results of the study showed that (1) the supporting factors of knowledge sharing in the electrical and electronics industry sectors of the electronics industry group were the organizational culture factor and the leadership factor; and (2) the organizational culture factor ($\beta = 0.298$, $t = 3.736$) and the leadership factor ($\beta = 0.353$, $t = 3.391$) had statistically significant direct influences on the knowledge sharing factors in the electronics industry. In addition, the organizational culture factor ($IE = 0.266$) and the leadership factor ($IE = 0.315$) had indirect influences on the efficiency of knowledge sharing in the electronics industry through knowledge sharing factors.

Keywords : Organizational culture, Efficiency of Knowledge sharing, Electronics industry

* Corresponding Author; Email: giftfy.ag@gmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญกับเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ในส่วนของเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบมีมูลค่าการส่งออกเป็นอันดับ 2 จาก 10 กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ในภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ปี พ.ศ. 2560 เท่ากับ 36,505 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 38,063 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในการเป็นฐานการผลิตที่ได้รับการยอมรับและมีการดำเนินงานของโซ่อุปทานในการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ (Kasikorn research, 2020) เนื่องจากอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญจากการส่งออก ทำให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก อย่างไรก็ตามปัญหาที่อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ประสบอย่างต่อเนื่อง คือ การขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะและมีความชำนาญเฉพาะด้านเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว (Positioning, 2020) อีกทั้งการสร้างบุคลากรใหม่มีต้นทุนและต้องใช้เวลาในการฝึกอบรมแรงงาน ซึ่งการขาดพนักงานที่มีความรู้ความสามารถเป็นผลให้ผลผลิตขององค์กรลดลงอีกด้วย (Namwongsa, Nertepredit and Yavirach, 2020) ทั้งยังมีอุปสรรคที่เกิดจากการแบ่งปันความรู้ คือ พนักงานไม่เปิดใจแลกเปลี่ยนความรู้เพราะกลัวที่จะสูญเสียความสำคัญของตนเอง (Amayah, 2013) นอกจากนี้พนักงานยังขาดทักษะในการแบ่งปันแก่กัน (Jain, Sandhu and Goh, 2015) ดังนั้น การแบ่งปันความรู้เป็นการสร้างการมีส่วนร่วมในพัฒนาความรู้แก่องค์กร เพราะความรู้เป็นทรัพยากรหลักช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน (Turner and Petrunin, 2015) สอดคล้องกับ Nonaka (1994) กล่าวว่า การแลกเปลี่ยนความรู้เป็นการสร้างองค์ความรู้แก่องค์กร อีกทั้ง (Lai, 2010) พบว่า ธุรกิจทางด้านอิเล็กทรอนิกส์จำเป็นต้องได้รับความรู้และวิธีการปฏิบัติงานที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ การแบ่งปันความรู้จากประสบการณ์ตรงของพนักงานทำให้ความรู้ไหลเวียนอยู่ในองค์กรและเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพอันสูงสุด

จากการทบทวนวรรณกรรมและปัญหาของอุตสาหกรรมดังกล่าวพบ การขาดแคลนความรู้เฉพาะด้านในการทำงานและการไม่เปิดใจต่อการแบ่งปันความรู้ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ซึ่งอุตสาหกรรมสามารถนำองค์ความรู้ไปปรับใช้เพื่อให้เกิดการพัฒนาทักษะด้านการแบ่งปันความรู้ของบุคคลให้กลายเป็นความรู้ขององค์กร แม้จะเกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างบุคลากร เมื่อพนักงานมีพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้และแบ่งปันประสบการณ์ตรงจากการปฏิบัติงานให้แก่กัน ความรู้ก็จะเป็นทรัพยากรที่ได้แบ่งปันและถ่ายทอดแก่กันไม่เลือนหายไปตามโครงสร้างบุคลากรที่เปลี่ยนแปลง และยังส่งผลต่อการประหยัดต้นทุนการบริหารจัดการและต้นทุนการผลิต อันอาจเกิดจากความผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน และสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง พนักงานที่ได้รับการแบ่งปันความรู้จากการปฏิบัติงาน สามารถสร้างองค์ความรู้พื้นฐานของให้แก่องค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนการแบ่งปันความรู้ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory : SET) อธิบายถึง การแลกเปลี่ยนของบุคคลหลากหลายรูปแบบที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันหรือหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติร่วมกัน เกิดจากความเคารพและความไว้วางใจเป็นพื้นฐานสอดคล้องกับ Blau (1964) สอดคล้องกับ Nonaka and Takeuchi (1995) กล่าวถึง การแบ่งปันความรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในทุกๆ ขั้นตอนของการสร้างความรู้ ส่วนที่สามารถแสดงให้เห็นได้ชัดเจนที่สุด คือ กระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Socialization) ซึ่งปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Culture : Cult) กล่าวถึง องค์กรที่เปิดรับวัฒนธรรมและมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันทำให้เกิดการแบ่งปันความรู้อย่างต่อเนื่อง การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการแบ่งปันความรู้ (Potgieter, Adamovic and Mearns, 2012) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ ความไว้วางใจ (Tr) การสร้างเครือข่ายทางสังคม (Sn) และสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงาน (Oc) ที่เอื้อต่อการแบ่งปันความรู้

ปัจจัยด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) กล่าวถึง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการแบ่งปันความรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Kim and Lee, 2006) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ ความหลากหลายของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Vt) และเทคโนโลยีสารสนเทศที่ง่ายต่อการเข้าถึง (Ef)

ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ (Leadership : Led) กล่าวถึง ผู้สร้างศรัทธาและแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้พนักงานรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าต่อองค์กร สอดคล้องกับ Niyom (2012) พบว่า ผู้นำองค์กรมีบทบาทสำคัญต่อการสนับสนุนกิจกรรมทางความรู้แก่พนักงาน

ปัจจัยด้านการแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing : KS) กล่าวถึง การแบ่งปันความรู้ในรูปแบบ ความรู้ชัดแจ้งและความรู้ซ่อนเร้น (Nonaka and Takeuchi, 1995) กล่าวว่า ความรู้ชัดแจ้ง คือ สิ่งที่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร เช่น ตำรา หนังสือ คู่มือ เป็นต้น และความรู้ซ่อนเร้น คือ ประสบการณ์หรือทักษะส่วนบุคคล และเป็นความรู้ที่สามารถปรับตามบริบทของของแต่ละบุคคล เป็นต้น ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ การแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร (ksin) และการแบ่งปันความรู้ระหว่างองค์กร (ksbe)

ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing performance : per) กล่าวถึง อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมกลางน้ำและปลายน้ำ โดยอุตสาหกรรมต้นน้ำเกิดจากการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันเป็นการขับเคลื่อนการทำงานร่วมกันได้ (Balfaqih and Yunus, 2014) กล่าวว่า แบบจำลองโซ่อุปทานหรือ Score Model คือ กรอบการประเมินและการพัฒนาการปฏิบัติงาน ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ การพัฒนาทักษะ ความสามารถในการถ่ายทอดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ต้นทุนในการผลิตและของเสียลดลง การปฏิบัติงานได้เร็วขึ้น ระยะเวลาการส่งมอบสินค้าและบริการของพนักงานรวดเร็วขึ้น การตัดสินใจ ความรู้ ความชำนาญในการปฏิบัติงานดีขึ้น ความมั่นใจในการปฏิบัติงาน เป็นต้น โดยการแบ่งปันความรู้ทั้งในและระหว่างองค์กรช่วยให้การบริหารจัดการต้นทุน เวลา คุณภาพและการปรับตัวของพนักงาน อธิบายด้วยแบบจำลองโซ่อุปทาน เนื่องจากอธิบายลักษณะกิจกรรมทางธุรกิจของห่วงโซ่อุปทานได้ครอบคลุม

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์
2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์
3. ปัจจัยด้านผู้นำองค์กรมีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์
4. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร และการแบ่งปันความรู้มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพก่อนการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อค้นหาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในบริบทของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ประชากรและตัวอย่าง

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ตัวอย่าง คือ ระดับผู้บริหารและระดับพนักงานปฏิบัติการในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) ด้วยวิธีการจับฉลากตามด้วยการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience)

ตารางที่ 1 แสดงการสุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ

ขนาดองค์กร	จำนวนองค์กร	ร้อยละ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (องค์กร)
เล็ก	274	49.19	4
กลาง	128	22.98	2
ใหญ่	155	27.83	2
รวม	557	100	8

จากตารางที่ 1 แสดงการสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการจับฉลาก คิดสัดส่วนจากจำนวนประชากรทั้งหมดจำนวน 557 องค์กร โดย 1 องค์กรแทนระดับผู้บริหาร 1 คน และระดับพนักงานปฏิบัติการ 1 คนได้ตัวอย่างองค์กรละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 8 องค์กร ทั้งนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาด (Error) ของข้อมูลจึงทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 10 องค์กร จำนวนรวม 20 คน

2. การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้บริหารในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 557 คน (Electrical and Electronics Institute, 2016) วิธีการกำหนดตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ซึ่งเป็นการกำหนดขนาดตัวอย่างที่ได้รับการยอมรับในการวิเคราะห์จำนวน 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Hair, Black, Babin and Anderson, 2010) ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 36 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย

180 ตัวอย่าง เพื่อให้การวิจัยมีข้อมูลเพียงพอที่จะนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลได้ 233 ตัวอย่าง สอดคล้องกับ Comrey and Lee (1992) กล่าวว่า ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 รายอยู่ในเกณฑ์พอใช้ได้ จึงกำหนดตัวอย่างที่เก็บข้อมูลได้ทั้งหมดเป็นแหล่งข้อมูล

เครื่องมือวิจัย

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยมีลักษณะแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi structure Interview) จากแนวคิดและทฤษฎีการแบ่งปันความรู้ การจัดการความรู้ การสร้างความรู้ และนำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมและนำไปสร้างเครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

2. การวิจัยเชิงปริมาณ โดยสร้างแบบสอบถามการวิจัย (Questionnaire) จากการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและการทบทวนวรรณกรรม การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม สอดคล้องกับ Nonaka and Takeuchi (1995) แนวคิดทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมของ Blau (1964) แนวคิดการแบ่งปันความรู้ ความรู้ชัดแจ้งและความรู้ซ่อนเร้นของ Davenport and Prusak (1998) และสอดคล้องกับประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ของ Balfaqih and Yunus (2014) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันความรู้ เป็นต้น

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย สำหรับแบบสอบถามตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน อยู่ระหว่าง 0.6 - 1.00 สอดคล้องกับ Ritcharoon (2001) กล่าวว่า ค่า IOC ควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามเชิงปริมาณไปทำการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ก่อนนำไปใช้จริง (n= 30) มีค่าเท่ากับ 0.944 และข้อมูลที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่าง (n= 223) คิดเป็นร้อยละ 40.03 ทั้งนี้ตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบาคมากกว่า 0.7 (มีค่าอยู่ระหว่าง 0.846-0.883) มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อคำถาม (Item Total Correlation) มากกว่า 0.30 และค่า KMO (KMO and Bartlett's Test) มีค่าเท่ากับ 0.913 ไม่ต่ำกว่า 0.50 เป็นไปตามเกณฑ์ที่สามารถยอมรับได้ (Hair, Black, Babin and Anderson, 2010; Siljaru, 2014)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ไม่น้อยกว่า 30 นาที และการวิจัยเชิงปริมาณโดยส่งแบบสอบถามไปยังประชากรจำนวน 557 คน ได้รับแบบสอบถามกลับมา 223 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 40.03 สอดคล้องกับ Wang and Wang (2012) ศึกษาการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยส่งแบบสอบถามจำนวน 551 ฉบับ ได้รับกลับมาจำนวน 209 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 37.90 ดังนั้น อัตราการตอบกลับที่งานวิจัยฉบับนี้ คิดเป็นร้อยละ 40.03 เป็นอัตราที่ยอมรับได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อการได้มาซึ่งคำตอบที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วย การจัดระเบียบข้อมูล การแสดงข้อมูล และการหาข้อสรุป (Photisita, 2009)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการตรวจสอบความเที่ยงและการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลองการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Siljaru, 2014) ดังนี้

ตารางที่ 2 การตรวจสอบความเที่ยงและการตรวจสอบความตรงแบบรวมศูนย์

ตัวแปร	Cronbach's alpha	AVE	CR
ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร (Cult)	0.846	0.500	0.852
ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)	0.874	0.533	0.871
ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ (Led)	0.883	0.595	0.877
ปัจจัยด้านการแบ่งปันความรู้ (KS)	0.857	0.764	0.958
ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ (PER)	0.941	0.591	0.951

จากตารางที่ 2 พบว่า ความแปรปรวนที่สกัดได้เฉลี่ย (Average Variance Extracted) ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวในภาพรวมมีค่ามากกว่า 0.50 ค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้าง (Construct Reliability) ในภาพรวมมีค่ามากกว่า 0.70 ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา (Cronbach's alpha) มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 ถือว่าเป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair, Black, Babin and Anderson, 2010)

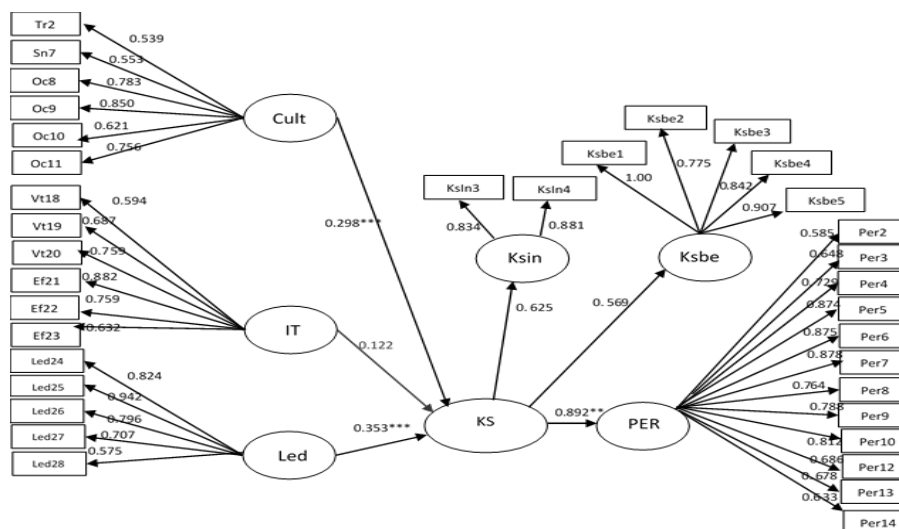
ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการแบ่งปันความรู้ ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมขององค์กร (2) ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และ (3) ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร โดยปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร พบว่า พฤติกรรมที่ปฏิบัติสืบทอดกันมานานทำให้เกิดเป็นการแบ่งปันความรู้และทักษะการปฏิบัติงาน พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร พนักงานมีกลุ่มและเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า เป็นสื่อกลางในการแบ่งปันข้อมูล แต่ในการปฏิบัติงานจริงในภาพรวมพนักงานไม่สามารถนำเครื่องมือสื่อสารติดตัวไปปฏิบัติงานได้ ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร พบว่า ผู้นำมีบทบาทต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน เป็นต้นแบบและเป็นผู้ผลักดันให้เกิดการแบ่งปันความรู้ทั่วทั้งองค์กร ดังคำพูดที่ว่า “วัฒนธรรมองค์กรสนับสนุนการแบ่งปัน ความรู้ที่พนักงานได้รับการแบ่งปันช่วยให้เกิดความมั่นใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น” (Anonymous, 2018) “เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้พนักงานสื่อสารและแบ่งปันข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว ดังนั้น ควรมีความหลากหลายและสะดวกต่อการใช้งาน เพราะพนักงานต้องทำงานแข่งขันกับเวลา” Anonymous (2018) “ผู้นำองค์กรเป็นต้นแบบสำคัญของการแบ่งปันความรู้และสำคัญต่อการผลักดันกิจกรรมการแบ่งปันความรู้ของพนักงาน” (Anonymous, 2018)

1.2 ปัจจัยด้านการแบ่งปันความรู้ พบว่า การแบ่งปันความรู้ความรู้อ่อนเร้นและความรู้ชัดแจ้งเกิดขึ้นในทุกๆ กระบวนการปฏิบัติงาน เช่น ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการผลิต ความต้องการลูกค้า เอกสารที่จำเป็นต่อการผลิตสินค้า ดังคำพูดที่ว่า “การแบ่งปันความรู้ทั้งในและระหว่างองค์กรเป็นสิ่งจำเป็นต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานโดยตรง” (Anonymous, 2018)

1.3 ปัจจัยด้านประสิทธิภาพในการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า ทักษะและความเชี่ยวชาญของพนักงานได้รับการพัฒนาเร็วขึ้น เนื่องจากการได้รับการแบ่งปันประสบการณ์การตรง ดังคำพูดที่ว่า “การแบ่งปันความรู้สนับสนุนให้พนักงานมีทักษะการปฏิบัติงาน เพราะได้รับประสบการณ์ตรงจากเพื่อนร่วมงานทำให้เกิดประสิทธิภาพในการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรม” (Anonymous, 2018)

2. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ



Chi-square = 467.795, Chi-square/df=0.893, P=0.963 GIF=0.900, RMSEA=0.00

ภาพที่ 1 โมเดลการโครงสร้าง (หลังปรับ) แสดงปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

จากภาพที่ 1 แสดงผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล พบว่า ค่า P-value หรือระดับความมีนัยสำคัญอยู่ที่ 0.963 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าต้องมีค่ามากกว่า 0.05 และ CMIN/DF มีค่า 0.893 ซึ่งผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่ต้องมีค่าน้อยกว่า 3 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน GFI อยู่ในระดับ 0.900 ซึ่งผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่ต้องมีค่ามากกว่า 0.90 ในกรณีนี้ค่า GFI มีค่าใกล้เคียงกับเกณฑ์การพิจารณา และสุดท้ายค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนจากการประมาณค่า RMSEA อยู่ที่ 0.00 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.08 โดยมีค่าสถิติไค-สแควร์ อยู่ที่ 467.795

ตารางที่ 3 ค่าสถิติผลสรุปของโมเดลก่อนและหลังการปรับปรุงโมเดล

ค่าสถิติ	P-value	CMIN/DF	GFI	RMSEA
เกณฑ์การพิจารณา	> 0.05	< 3.00	> 0.90	< 0.08
ก่อนปรับโมเดล	0.000	2.321	0.724	0.077
หลังปรับโมเดล	0.963	0.893	0.900	0.000

ที่มา: ดัดแปลงมาจาก Siljaru (2014)

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าสถิติหลังปรับโมเดลผ่านเกณฑ์มาตรฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์สรุปว่าโมเดลวัดประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้กลมกลืนกับโมเดลทางทฤษฎีที่กำหนดในระดับยอมรับได้

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	เส้นทาง	β	t-value	ผลลัพธ์
H1:	ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร → การแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	0.298	3.736***	สนับสนุน
H2:	ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ → การแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	0.122	0.1460	ไม่สนับสนุน
H3:	ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร → การแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	0.353	3.391***	สนับสนุน
H4:	การแบ่งปันความรู้ → ประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์	0.892	2.835**	สนับสนุน

หมายเหตุ: * หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p < 0.05$) ($1.96 \leq t\text{-value} < 2.576$)

** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < 0.01$) ($t\text{-value} \geq 2.576$)

*** หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($p < 0.001$) ($t\text{-value} \geq 3.291$)

จากตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปผลได้ดังนี้ สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.298 ($\beta = 0.298$, $t = 3.736$) สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำมีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.353 ($\beta = 0.353$, $t = 3.391$) ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 สมมติฐานที่ 4 การแบ่งปันความรู้มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.892 ($\beta = 0.892$, $t = 2.835$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไม่มีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5 แสดงอิทธิพลของตัวแปรบุพปัจจัย (Antecedents) ที่มีต่อตัวแปรตาม (Dependent variable)

ตัวแปรตาม (Latent Variable)	R^2	อิทธิพล (effect)	อิทธิพลของตัวแปรบุพปัจจัย (Antecedents)		
			ผู้นำองค์กร	วัฒนธรรมองค์กร	การแบ่งปันความรู้
การแบ่งปันความรู้ (KS)	0.706	DE	0.353	0.298	0.000
		IE	0.000	0.000	0.000
		TE	0.353	0.298	0.000
ประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้	0.482	DE	-0.176	-0.134	0.892
		IE	0.315	0.266	0.000
		TE	0.139	0.131	0.892

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ คือ การแบ่งปันความรู้ค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ (TE = 0.892) และอิทธิพลทางตรงเท่ากับ (DE = 0.892) อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านผู้นำ

องค์กร และปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ผ่านปัจจัยด้านการแบ่งปันความรู้โดยค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ ($IE = 0.315$) และ ($IE = 0.266$) ตามลำดับ

จากการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำและปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สนับสนุนการแบ่งปันความรู้ อย่างไรก็ตามจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อยืนยันข้อค้นพบการแบ่งปันความรู้ของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในบริบทของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยสนับสนุนการแบ่งปันความรู้ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรและปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ โดยปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจากการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณไม่สนับสนุนการแบ่งปันความรู้ และปัจจัยด้านการแบ่งปันความรู้ส่งอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ โดยปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรและปัจจัยด้านความเป็นผู้นำส่งผลต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ผ่านปัจจัยด้านการแบ่งปันความรู้แสดงค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ ($IE = 0.315$) และ ($IE = 0.266$) ตามลำดับ โดยประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ที่เกิดขึ้นได้แก่ การบริหารต้นทุน เวลา คุณภาพและการปรับตัวของพนักงาน เป็นต้น

อภิปรายผล

1. วัตถุประสงค์ข้อที่หนึ่ง เพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนการแบ่งปันความรู้ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรและปัจจัยด้านผู้นำองค์กรสนับสนุนการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์สอดคล้องกับ Potgieter, Adamovic and Mearns (2012) พบว่า องค์กรที่เปิดรับวัฒนธรรมและมีปฏิสัมพันธ์ที่ตรงกันทำให้เกิดการแบ่งปันความรู้ระหว่างกันและสร้างสรรค์องค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Niyom (2012) พบว่า ผู้บริหารสามารถกำหนดนโยบายขับเคลื่อนองค์กรทุกด้านรวมถึงการแบ่งปันความรู้ เพื่อให้พนักงานมีโอกาสแบ่งปันแลกเปลี่ยนระหว่างกันและสอดคล้องกับทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมของ Blau (1964) อธิบายการแลกเปลี่ยนของบุคคลที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันหรือมีหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติร่วมกัน อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไม่สนับสนุนการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ดังผลการวิจัยของ Sourit et al. (2019) พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสื่อกลางเชื่อมการปฏิบัติงานของพนักงานผ่านการแบ่งปันความรู้เท่านั้น

2. วัตถุประสงค์ข้อที่สอง เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรและปัจจัยด้านผู้นำองค์กรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์โดยผ่านปัจจัยด้านการแบ่งปันความรู้ สอดคล้องกับ Nonaka and Takeuchi (1995) กล่าวว่า การสร้างความรู้ประกอบด้วยกระบวนการการแบ่งปันความรู้ที่เกิดขึ้นในทุกๆ ขั้นตอน ซึ่งปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรและปัจจัยด้านผู้นำองค์กรไม่มีอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญ และมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ เป็นการยืนยันได้ว่าประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้จะเกิดขึ้นควรมีกิจกรรมการแบ่งปันความรู้เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ปัจจัยด้านการแบ่งปันความรู้มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ โดยสามารถจัดกลุ่มประสิทธิภาพที่เกิดจากการแบ่งปันความรู้ ได้แก่ การบริหารจัดการต้นทุน, การบริหารจัดการเวลา, การบริหารจัดการให้เกิดคุณภาพตามข้อกำหนด และความสามารถต่อการปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลงต่อสภาพแวดล้อม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Balfaqih and Yunus (2014) พบว่า SCOR Model

คือ กรอบการประเมินการพัฒนาการปฏิบัติงาน ทั้งภายในและภายนอกองค์กร สามารถจัดกลุ่มของตัวแปรสังเกตได้ ดังนี้ (1) ด้านการบริหารจัดการต้นทุน (Cost) ได้แก่ ต้นทุนในการผลิต (2) การจัดการเวลา (Time) ได้แก่ พนักงานปฏิบัติงานได้เร็วขึ้น ระยะเวลาการส่งมอบสินค้าและบริการของพนักงานรวดเร็วขึ้น (3) ด้านการบริหารจัดการคุณภาพ (Quality) ได้แก่ ความเข้าใจการปฏิบัติงาน การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ความชำนาญในการปฏิบัติงานมากขึ้น และ (4) การปรับตัวของพนักงาน (Flexibility) ได้แก่ การพัฒนาทักษะของพนักงานสามารถถ่ายทอดให้พนักงานคนอื่นได้ การตัดสินใจของพนักงานดีขึ้น พนักงานรู้สึกมั่นใจในการปฏิบัติงาน การแบ่งปันความรู้ระหว่างองค์กรช่วยให้เกิดองค์ความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง เกิดองค์ความรู้ที่สามารถนำมาใช้ร่วมกันได้ ช่วยรักษาองค์ความรู้ให้อยู่คู่กับองค์กร และการแบ่งปันความรู้อย่างเต็มใจของพนักงานทำให้เกิดพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ในทางบวก สอดคล้องกับ Jinyang (2015) พบว่า การแบ่งปันความรู้อย่างเต็มใจของพนักงานทำให้เกิดพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ในทางบวก เพื่อเพิ่มคุณภาพของการปฏิบัติงานอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ (1) การวิจัยนี้พบรูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บนฐานการแบ่งปันความรู้จากแนวคิดการจัดการความรู้ วงจรการสร้างความรู้ (2) ประสิทธิภาพที่เกิดจากการแบ่งปันความรู้อธิบายด้วย การบริหารจัดการต้นทุน เวลา คุณภาพตามข้อกำหนดและการปรับตัวของพนักงาน ตามแนวคิดแบบจำลองโซ่อุปทาน (Score Model)

1.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ (1) ผู้บริหารควรสนับสนุน ส่งเสริมและสร้างการยอมรับการแบ่งปันความรู้ให้เกิดแก่พนักงาน ผ่านกิจกรรมการแบ่งปันความรู้ในรูปแบบต่างๆ เช่น กิจกรรมมิตรสัมพันธ์ กิจกรรมสนทนากาเป็นต้น (2) จัดตั้งฝ่ายงานที่ดูแลกิจกรรมการแบ่งปันความรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อจัดสรรกิจกรรมและเทคนิควิธีการแบ่งปันความรู้ให้สอดคล้องกับความต้องการและความสามารถของพนักงาน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ศึกษาประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในพนักงานฝ่ายผลิตในอุตสาหกรรมอื่นเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้

2.2 ควรคำนึงถึงขนาดขององค์กร ที่จะทำให้การสังเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแบ่งปันความรู้มีรายละเอียดที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของดัชนีพนธ์เรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการแบ่งปันความรู้ในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย” ได้รับทุนอุดหนุนและสนับสนุนการวิจัยประเภทบัณฑิตศึกษา จากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปี 2562

เอกสารอ้างอิง

- Amayah, A. T. (2013). Determinants of knowledge sharing in a public sector organization. *Journal of Knowledge Management*, 17(3), 454-471.
- Anonymous. (2018). *Interview*. Human Resources Manager. Ayutthaya: STARS Microelectronics (Thailand) Public Co., Ltd.
- Balfaqih, H. and Yunus, B. (2014). Supply Chain Performance in Electronics Manufacturing Industry. *Applied Mechanics and Materials*, 554, 633-637.
- Blau, P. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: Wiley.
- Comrey, A. L. and Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis*. Hillsdale: NJ: Erlbaum.
- Davenport, T. H. and Prusak, L. (1998). *Working knowledge: how organizations manage what they know*. Boston: Harvard Business School Press.
- Electrical and Electronics Institute. (2016). *Economic and Electronics Industry Situation Report*. [Online]. Retrieved May 18, 2020, from: <http://eiu.thaieei.com/box/Outlook/47/.pdf>.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. 7th ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Jain, K.K., Sandhu, M.S. and Goh, S. K. (2015). Organizational climate, trust and knowledge sharing: insights from Malaysia. *Journal of Asia Business Student*, 9(1), 54-77.
- Jinyang, L. (2015). Knowledge Sharing in Virtual Communities: A Social Exchange Theory Perspective. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 8(1), 170-183.
- Kasikorn research. (2020). *Problems holding the Electronics Industry Group in Thailand*. [Online]. Retrieved May 18, 2020, from: <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/FB-06-09-19-1.aspx>. (in Thai)
- Kim, S. and Lee, H. (2006). The impact of organizational context and information technology on employee knowledge-sharing capabilities. *Public administration review*, 66(3), 370-385.
- Lai, S. C. (2010). The Mediating Effect of Incentive and Reward System on the Relationship between Enterprise Ownership and Knowledge Sharing in Electronic Industry in Southern China. *The International Journal of Interdisciplinary Social Sciences*, 5(5), 399-421.
- Namwongsa, S., Nertepadit, N. and Yavirach, N. (2020). Influence of Leadership, Human Resource Development and Employee Engagement Affecting the Employee Intentions to Stay in Factories of Electronic Industry Group. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 14(2), 131-143.
- Niyom, P. (2012). *Factors affecting knowledge sharing of large business firms in Thailand*. Thesis of the Degree of Doctor of Business Administration Program. Nonthaburi: Dhurakij Pundit University. (in Thai)

- Nonaka, I. (1994). A dynamic theory of organizational knowledge creation. *Organization Science*, 5(1), 14-37.
- Nonaka, I. and Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. New York: Oxford university press.
- Nonaka, I., Umemoto, K., and Senoo, D. (1996). Information Processing to Knowledge Creation: A Paradigm Shift in Business Management Technology. *Elsevier Science*, 18(2), 203-218.
- Photisita, C. (2009). *Science and art of quality research*. Bangkok: Amarin Printing and Publisher. (in Thai)
- Positioning. (2020). *Electronic industry: Orders recovered but labor shortages*. [Online]. Retrieved May 20, 2020, from: <https://positioningmag.com/49474>. (in Thai)
- Potgieter, A., Adamovic, D. and Mearns, M. (2012). Knowledge sharing through social media: Investigating trends and technologies in a global marketing and advertising research company. *South African Journal of Information Management*, 14(1), 1-7.
- Ritcharoon, P. (2001). *Social science research methodology*. Bangkok: Phranakhon Rajabhat University. (in Thai)
- Siljaru, T. (2014). *Research and analysis of statistical data with SPSS and AMOS*. 15th ed. Bangkok: SR Printing Mass Products. (in Thai)
- Souri, A., Nourozi, M., Rahmani, A. M. and Navimipour, N. J. (2019). A model checking approach for user relationship management in the social network. *Kybernetes*, 48(3), 407-423.
- Turner, J.R. and Petrunin, K. (2015). Creating Self-Generating Knowledge Sharing Spirals: Improving Motivation in a Knowledge Economy. *Performance Improvement*, 54(7), 20-25.
- Wang, Z. and Wang, N. (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance. *Expert systems with applications*, 39(10), 8899-8908.

แนวทางการพัฒนาวัสดุก่อสร้างที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย

ณัชวิชัย ติกุล *

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยแม่โจ้

Received: 30 June 2020

Revised: 16 August 2021

Accepted: 7 January 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะวัสดุก่อสร้างตามส่วนประกอบของที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อย รวมทั้งศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้และแหล่งที่มาของวัสดุในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยเพื่อนำไปสู่การพัฒนาวัสดุ ก่อสร้างให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีรายได้น้อยต่อไป ชุมชนผู้มีรายได้น้อยในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 4 ชุมชน รวมทั้งสิ้น 176 หลังคาเรือน ถูกใช้เป็นพื้นที่ศึกษาและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจรูปแบบที่อยู่ อาศัยและชนิดวัสดุก่อสร้างที่อยู่อาศัยและสัมภาษณ์เจ้าของบ้านถึงเหตุผลในการตัดสินใจเลือกวัสดุชนิดต่างๆ มาใช้ การก่อสร้าง ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายและสรุปลักษณะของกลุ่มข้อมูลที่ เก็บรวบรวมมา ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้มีรายได้น้อยนิยมใช้วัสดุก่อสร้างสำเร็จรูปเนื่องจากไม่พบวัสดุ ประกอบอาคารที่ผู้มีรายได้น้อยที่สร้างขึ้นเองเลยและพบว่าการใช้วัสดุจากธรรมชาติมีแนวโน้มลดลงแม้จะเป็นพื้นที่ ชนบทก็ตาม วัสดุสำเร็จรูปที่ขายตามร้านวัสดุก่อสร้างกลับมีแนวโน้มการเลือกใช้เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า ยี่ห้อ และคุณภาพวัสดุไม่ใช่สิ่งที่คำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกวัสดุก่อสร้างแต่จะพิจารณาเลือกวัสดุที่ราคาถูกลงมาเป็นวัสดุสามารถหาง่ายและสามารถก่อสร้างสะดวกเมื่อพังหรือชำรุดสามารถเปลี่ยนใหม่ได้ด้วยตนเอง ดังนั้น การศึกษาและพัฒนาวัสดุก่อสร้างสำหรับผู้มีรายได้น้อยจึงควรเน้นการพัฒนาวัสดุก่อสร้างสำเร็จรูปที่สามารถวางขาย ตามร้านค้าวัสดุก่อสร้างในพื้นที่ที่มีราคาถูก ก่อสร้างได้สะดวกรวดเร็วและซ่อมแซมได้ง่าย

คำสำคัญ : วัสดุก่อสร้าง ที่อยู่อาศัย ผู้มีรายได้น้อย ชุมชนแออัด ชนบท

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: nachawit@gmail.com

Guidelines for the Development of Building Materials for Low-Income Housing

Nachawit Tikul*

Faculty of Architecture and Environmental Design, Maejo University

Received: 30 June 2020

Revised: 16 August 2021

Accepted: 7 January 2022

Abstract

The objectives of this study were to examine the characteristics of building materials as components of housing for low-income people and to study the factors influencing the decision for selection of building materials and their sources. The results of this study can lead to the development of cheap building materials based on the needs of low-income people. The four low-income communities in Chiang Mai province with a total number of 176 households were used as the study areas. The data were collected by surveying housing patterns and types of residential building materials and face to face interviewing of homeowners on the rationale behind choosing construction materials. The obtained data were analyzed with the use of descriptive statistics to describe and conclude the nature of the group of data collected. The results indicated that low-income people preferred to use prefabricated building materials because no materials made on their own had been found. It was also found that the use of natural materials tended to decrease even in rural areas, while the materials sold at the building material stores tended to be more selected. Moreover, the brand and quality of building materials might not be their first choice of consideration for decision making to select the materials, but they would consider selecting the low price, easily found and convenient for construction materials so that when they became damaged or broken down they could be easily replaced by the house owner. Therefore, the study and development of building materials for housing of low-income people should focus on the development of prefabricated construction materials that can be sold in local building materials stores as construction materials that are cheaper and easier to construct and maintain.

Keywords : Building material, Housing, Low-income people, Rural area

* Corresponding Author; Email: nachawit@gmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีแนวโน้มการขยายตัวของชุมชนผู้มีรายได้น้อยเพิ่มมากขึ้นอย่างก้าวกระโดดในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา จากข้อมูลการสำรวจจำนวนชุมชนผู้มีรายได้น้อยในปี พ.ศ. 2560 (Community Organizations Development Institute: CODI, 2018) พบว่ามีชุมชนผู้มีรายได้น้อยทั่วประเทศทั้งชุมชนผู้มีรายได้น้อยที่อยู่ในเขตเมืองและชุมชนผู้มีรายได้น้อยที่อยู่ในพื้นที่ชนบทรวมประมาณ 5,500 ชุมชน มีประชากรผู้มีรายได้น้อยประมาณ 6.75 ล้านคน ซึ่งมากกว่าจำนวนชุมชนและจำนวนประชากรผู้มีรายได้น้อยทั่วประเทศในปี พ.ศ. 2552 เกือบ 3 เท่าตัว และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอีกในอนาคต ผู้มีรายได้น้อยส่วนใหญ่มักมีปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย ได้แก่ ปัญหาสิทธิในการครอบครองที่ดิน ปัญหาด้านสภาพที่อยู่อาศัยไม่มีความมั่นคงแข็งแรงและปัญหาด้านความแออัดเนื่องจากข้อจำกัดของพื้นที่ซึ่งเป็นลักษณะปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชนผู้มีรายได้น้อยในเขตเมืองทั่วโลกจึงมักถูกเรียกว่าชุมชนแออัด (Allen and Johnson, 2010; Huchzermeyer, 2011) ที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อยในเขตชนบทแม้จะไม่มีปัญหาเรื่องความแออัดแต่ยังคงพบปัญหาเรื่องสิทธิในการครอบครองที่ดิน การขาดแคลนระบบสาธารณูปโภคและสภาพที่อยู่อาศัยไม่มีความมั่นคงแข็งแรงเช่นกัน (Yask et al., 2020)

วัสดุก่อสร้างเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยที่สัมพันธ์กับความแข็งแรงของอาคาร ความทนทานและระยะเวลาการใช้งาน ระยะเวลาการก่อสร้าง วิธีการก่อสร้างและความจำเป็นในการใช้เครื่องมือเครื่องจักรในการก่อสร้าง (Bredenoord and Lindert, 2010) โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนการก่อสร้างเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างอาคารบ้านพักอาศัย 1 หลังจะประกอบด้วยค่าใช้จ่ายสำหรับวัสดุก่อสร้างประมาณร้อยละ 60 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด (Marsh et al., 2019) ดังนั้นหากมีวัสดุก่อสร้างที่มีคุณภาพเพียงพอ สอดคล้องกับความสามารถในการจัดหาของผู้มีรายได้น้อยและสามารถก่อสร้างได้ด้วยตัวเองจะช่วยลดปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสภาพที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อยลงอย่างมาก ทำให้หลายประเทศพยายามศึกษาวัสดุก่อสร้างสำหรับที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อยที่เป็นกลุ่มวัสดุธรรมชาติเช่น ไม้ไผ่ พางข้าว ดิน วัสดุทำเองจากวัสดุทางการเกษตร (Zami, 2011; Yask et al., 2020) หรือวัสดุเหลือใช้ เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก ถุงพลาสติก กล่องนม (Marsh et al., 2019) แต่การศึกษาที่มีอยู่มักมีข้อจำกัดด้านความแตกต่างของพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่แตกต่างกัน ในบางพื้นที่อาจมีดินที่เหมาะสมกับการใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตวัสดุก่อสร้างในขณะที่บางพื้นที่อาจมีไม้ไผ่หรือมีหินเป็นจำนวนมาก รวมถึงความแตกต่างด้านความสะดวกในการจัดหา ราคา วิธีการก่อสร้างและคุณสมบัติวัสดุสำหรับการก่อสร้างในด้านต่างๆ ที่ควรสอดคล้องกับสภาพภูมิอากาศในพื้นที่

อย่างไรก็ตามการพัฒนาวัสดุก่อสร้างสำหรับผู้มีรายได้น้อยจำเป็นต้องพิจารณาความต้องการและข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สามารถออกแบบและผลิตวัสดุได้ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง แต่จากการรวบรวมข้อมูลวัสดุก่อสร้างสำหรับผู้มีรายได้น้อยกลับพบว่างานวิจัยที่เชื่อมโยงการพัฒนาวัสดุกับความต้องการและการตัดสินใจเลือกวัสดุของผู้มีรายได้น้อยมีอยู่น้อยมาก จึงเกิดคำถามวิจัยว่าผู้มีรายได้น้อยใช้วัสดุประเภทไหนบ้างในการก่อสร้าง มีแหล่งที่มาและปัจจัยในการเลือกวัสดุในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยของพวกเขาอย่างไร การศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเพื่อนำไปสู่การพัฒนาวัสดุก่อสร้างที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยที่สามารถจัดหาได้และให้สอดคล้องกับความต้องการผู้มีรายได้น้อยเพื่อช่วยแก้ปัญหาด้านความมั่นคงทางด้านกายภาพของที่อยู่อาศัยซึ่งถือเป็นพื้นฐานของการดำรงชีวิตของมนุษย์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะการก่อสร้างที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อย
2. เพื่อวิเคราะห์และจำแนกกลุ่มวัสดุก่อสร้างที่ใช้ในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกวัสดุในการก่อสร้างที่อยู่อาศัย
4. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาวัสดุก่อสร้างที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อยที่สามารถจัดหาได้และให้สอดคล้องกับความต้องการผู้มีรายได้น้อย

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบที่อยู่อาศัย ลักษณะวัสดุก่อสร้าง แหล่งที่มาและการตัดสินใจในการเลือกวัสดุในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้น้อยที่เน้นการนำเสนอเชิงตัวเลขทางสถิติ

ตัวอย่าง

ตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ที่อยู่อาศัยจำนวน 176 หลังคาเรือนที่ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจงโดยมีเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยที่อยู่ในชุมชนผู้มีรายได้น้อยในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งในพื้นที่เมืองและชนบทจำนวน 4 ชุมชน ประกอบด้วยที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อยในชุมชนกำแพงงามจำนวน 64 หลังคาเรือน ชุมชนสามัคคีพัฒนาจำนวน 61 หลังคาเรือน ชุมชนบ้านสันกู่จำนวน 21 หลังคาเรือน และชุมชนบ้านบวักจันจำนวน 30 หลังคาเรือน ชุมชนเหล่านี้ถูกเลือกเนื่องจากได้รับอนุญาตและได้รับความร่วมมือจากผู้นำชุมชนและคนในชุมชนเป็นอย่างดี มีความสะดวกในการเดินทางและมีความปลอดภัยต่อทีมวิจัยในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยได้แก่ (1) แบบสำรวจถูกสร้างขึ้นเพื่อสำรวจรูปแบบที่อยู่อาศัยและชนิดของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง และ (2) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างถูกสร้างขึ้นเพื่อเก็บข้อมูลรายละเอียดทั่วไปของเจ้าของบ้าน ได้แก่ อาชีพ รายได้ ระยะเวลาการอยู่อาศัยในชุมชน อายุของอาคารที่อยู่อาศัย ระยะเวลาที่ใช้ในการก่อสร้างและค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างที่อยู่อาศัย วิธีการก่อสร้าง เหตุผลในการเลือกใช้วัสดุและแหล่งที่จัดหาวัสดุ จากนั้นผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน จากสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) นักวิชาการทางด้านการออกแบบสถาปัตยกรรมและสถาปนิกชุมชน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ชักชวนและทำความเข้าใจประเด็นข้อคำถามกับทีมวิจัยและลงพื้นที่เพื่อทำการสำรวจที่อยู่อาศัยรายหลังคาเรือนและสัมภาษณ์รายละเอียดผู้อยู่อาศัยรายครัวเรือนในชุมชนแบบตัวต่อตัว

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากแบบสำรวจและแบบสัมภาษณ์ถูกนำมาจัดกลุ่มตามเนื้อหาที่มีความคล้ายหรือสอดคล้องกัน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาเพื่ออธิบายรายละเอียดทั่วไปของเจ้าของบ้าน โดยเลือกใช้ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ในการอธิบายข้อมูลแบบอัตราส่วน (ratio scale) และอันตรภาค (interval scale) ใช้ค่าความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage) ในการอธิบายข้อมูลเรียงอันดับ (ordinal scale) และนามบัญญัติ (nominal scale) ได้แก่ วัสดุประกอบอาคาร เหตุผลในการเลือกใช้ และแหล่งที่จัดหา

ผลการวิจัย

1. รายละเอียดชุมชน

ชุมชนสามัคคีพัฒนาตั้งอยู่ที่ตำบลศรีภูมิ อำเภอเมืองเชียงใหม่ซึ่งเป็นเขตเมืองชั้นในที่มีศักยภาพเชิงธุรกิจสูง ใกล้กับมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ คูเมืองเชียงใหม่และถนนคนเดินประตูท่าแพ จากข้อมูลในตารางที่ 1 พบว่า ผู้ที่อยู่อาศัยในชุมชนสามัคคีพัฒนาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง รองลงมาเป็นอาชีพ รับจ้างทั่วไปและอาชีพค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยของคนในชุมชนประมาณ 122,275 บาท/ครัวเรือน/ปี ชุมชนกำแพงงามตั้งอยู่บริเวณริมคลองแม่ข่า ถนนกำแพงดิน ตำบลหายยา อำเภอเมืองเชียงใหม่เป็นพื้นที่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว เช่น ถนนคนเดินวัวลายและเชียงใหม่ไนท์บาร์ซ่า ประมาณร้อยละ 40 ของผู้อยู่อาศัยในชุมชนเป็นชาวเขากลุ่ม อาข่า ลีซอ ม้ง คนชุมชนกำแพงงามประกอบอาชีพหลากหลาย คนในชุมชนกำแพงงามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการทำของที่ระลึกเพื่อขายนักท่องเที่ยว รองลงมาเป็นอาชีพค้าขาย เป็นลูกจ้างและรับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยของคนในชุมชนกำแพงงามประมาณ 91,250 บาท/ครัวเรือน/ปี

ชุมชนบ้านสันกู่ตั้งอยู่ในซอยบ่อสร้างซอย 10 ตำบลตันเปา อำเภอสันกำแพง เป็นย่านแหล่งท่องเที่ยวชานเมืองที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ ผู้อยู่อาศัยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหัตถกรรมทำร่มและของที่ระลึกขายนักท่องเที่ยวอยู่ภายในบ้านของตนเอง มีบางส่วนเป็นลูกจ้างประจำ ค้าขาย และรับจ้างทั่วไป รายได้เฉลี่ยของคนในชุมชน 93,730 บาท/ครัวเรือน/ปี และชุมชนบ้านบวจันตั้งอยู่ที่ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 45 กิโลเมตร อยู่ในพื้นที่ชนบทมีสภาพทางกายภาพทั่วไปเป็นภูเขาและบางส่วนเป็นที่ราบเชิงเขา พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าไม้และเป็นพื้นที่เพาะปลูกทางการเกษตร คนในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร บางส่วนประกอบอาชีพค้าขายโดยลงมาขายผลผลิตทางการเกษตรที่ตลาดนัดใกล้ชุมชน รายได้เฉลี่ยของคนในชุมชน 63,400 บาท/ครัวเรือน/ปี ดังข้อมูลรายละเอียดทางด้านเศรษฐกิจของผู้มีรายได้น้อยทั้ง 4 ชุมชนในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายละเอียดทางด้านเศรษฐกิจของผู้มีรายได้น้อย

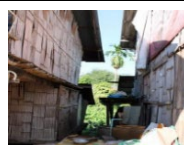
ชุมชน	รายได้เฉลี่ย (บาท/ครัวเรือน/ปี)	อาชีพ											
		ลูกจ้างประจำ		รับจ้างทั่วไป		ค้าขาย		หัตถกรรม		เกษตรกรรม		อื่นๆ	
		หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%
สามัคคีพัฒนา	122,275	26	42.62	17	27.87	11	18.03	0	0.00	0	0.00	7	11.48
กำแพงงาม	91,250	14	21.88	13	20.31	18	28.13	19	29.69	0	0.00	0	0.00
บ้านสันกู่	93,730	6	28.57	3	14.29	4	19.05	8	38.10	0	0.00	0	0.00
บวจัน	63,400	0	0.00	0	0.00	5	16.67	0	0.00	25	83.33	0	0.00

2. รูปแบบที่อยู่อาศัย

รูปแบบที่อยู่อาศัยแบ่งได้เป็น 8 กลุ่ม (A-H) ตามลักษณะอาคารซึ่งใช้จำนวนชั้นของอาคารเป็นตัวกำหนดและความแข็งแรงอาคารโดยที่รูปแบบถาวรหมายถึงที่อยู่อาศัยที่มีโครงสร้างและวัสดุประกอบอาคารที่แข็งแรงทำด้วยคอนกรีตเสริมเหล็กหรือไม้ที่มีความทนทานและอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ รูปแบบกึ่งถาวรหมายถึงที่อยู่อาศัยที่มีโครงสร้างและวัสดุประกอบอาคารที่แข็งแรงแต่มีบางส่วนเป็นวัสดุเบาไม่ทนทานและไม่แข็งแรง และรูปแบบไม่ถาวร

หมายถึงที่อยู่อาศัยที่มีโครงสร้างและวัสดุประกอบอาคารที่หลากหลายและภาพรวมโครงสร้างของอาคารหลังนั้นอยู่ในสภาพที่ไม่สมบูรณ์และไม่แข็งแรง (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 รายละเอียดรูปแบบอาคาร

รูปแบบ	ลักษณะอาคาร	ภาพประกอบ	รูปแบบ	ลักษณะอาคาร	ภาพประกอบ
A	ถาวร 1 ชั้น		E	กึ่งถาวร 1 ชั้น ใต้ถุนสูง	
B	กึ่งถาวร 1 ชั้น		F	ไม่ถาวร 1 ชั้น ใต้ถุนสูง	
C	ไม่ถาวร 1 ชั้น		G	ถาวร 2 ชั้น	
D	ถาวร 1 ชั้น ใต้ถุนสูง		H	กึ่งถาวร 2 ชั้น	

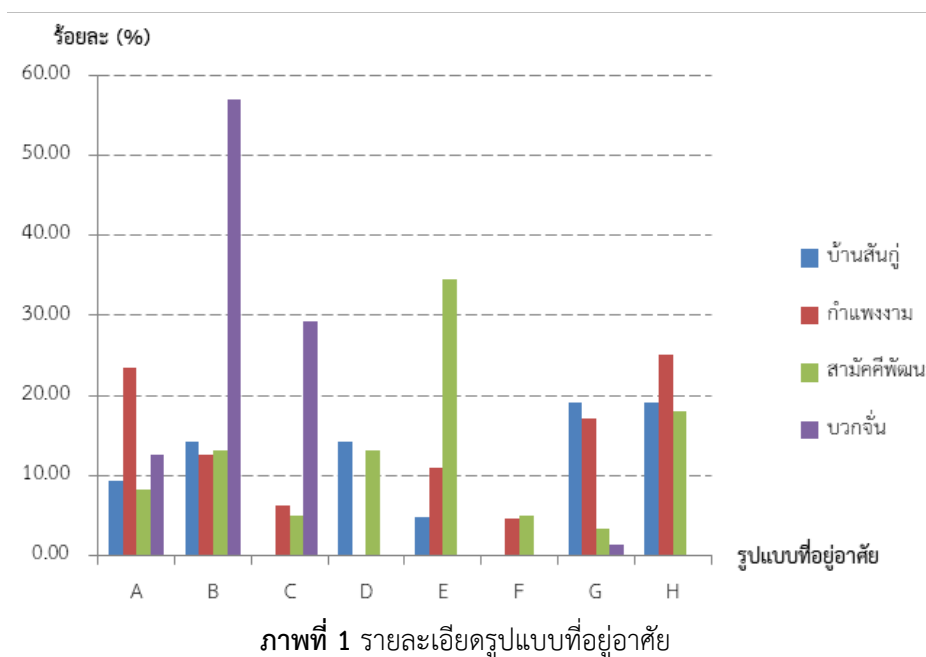
ตารางที่ 3 จำนวนที่อยู่อาศัยภายในชุมชนผู้มีรายได้ต่ำแยกตามรูปแบบ

รูปแบบ	ชุมชนสามัคคีพัฒนา		ชุมชนกำแพงงาม		ชุมชนบ้านสันกู่		ชุมชนบวกจั่น	
	หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%
A	5	8.20	15	23.44	6	9.38	4	12.50
B	8	13.11	8	12.50	3	14.29	17	56.94
C	3	4.92	4	6.25	0	0.00	9	29.17
D	8	13.11	0	0.00	3	14.29	0	0.00
E	21	34.43	7	10.94	1	4.76	0	0.00
F	3	4.92	3	4.69	0	0.00	0	0.00
G	2	3.28	11	17.19	4	19.05	0	1.39
H	11	18.03	16	25.00	4	19.05	0	0.00

จากตารางที่ 3 และ ภาพที่ 1 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบที่อยู่อาศัยในชุมชนสามัคคีพัฒนามีลักษณะเป็นแบบกึ่งถาวร 1 ชั้นใต้ถุนสูงหรือเป็นแบบ E มากที่สุด รองลงมาเป็นแบบ H D และ B สำหรับที่อยู่อาศัยในชุมชนกำแพงงามจะเป็นแบบกึ่งถาวร 2 ชั้นหรือเป็นแบบ H มากที่สุด รองลงมาเป็นแบบ A และ G แต่ไม่พบที่อยู่อาศัยรูปแบบถาวร 1 ชั้นใต้ถุนสูงหรือแบบ D ในชุมชนกำแพงงามเลย กรณีที่เป็นอาคารที่มีใต้ถุนบ้านแบบ E และ F ในชุมชนกำแพงงามนั้น

เจ้าของส่วนใหญ่จะเป็นชาวไทยภูเขาที่ใช้พื้นที่ไถ่ถอนบ้านเป็นพื้นที่เปิดกึ่งสาธารณะสำหรับทำของที่ระลึก ทำครัวและรับแขก

ชุมชนบ้านสันกุ่มีที่อยู่อาศัยรูปแบบถาวร 1 ชั้นหรือแบบ A มากที่สุด รองลงมาเป็นแบบ G และ H แต่ไม่พบรูปแบบที่อยู่อาศัยแบบ C และ F ในชุมชนบ้านสันกุ่มีเลย สำหรับที่อยู่อาศัยในชุมชนบ้านบวจันมีความแตกต่างจากทั้ง 3 ชุมชนค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นชุมชนผู้มีรายได้น้อยในชนบทและอยู่บนภูเขา มีอาคารเย็นสบายตลอดปี ไม่เคยประสบปัญหาน้ำท่วมจึงไม่พบที่อยู่อาศัยประเภทบ้านไถ่ถอนสูงหรือบ้าน 2 ชั้นเลย ที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่เป็นบ้านรูปแบบกึ่งถาวร 1 ชั้นหรือแบบ B รองลงมาเป็นแบบ C และแบบ A



3. รายละเอียดการก่อสร้างที่อยู่อาศัย

เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวส่วนใหญ่จะมีส่วนร่วมในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยของตนเอง มีจำนวน 91 หลังคาเรือน (51.70%) ก่อสร้างที่อยู่อาศัยด้วยตัวเองทั้งหมด (กลุ่ม 1) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นที่อยู่อาศัยรูปแบบไม่ถาวรและกึ่งถาวร (รูปแบบ B C E และ F) มีจำนวน 67 หลังคาเรือน (38.07%) มีส่วนร่วมในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยบางส่วน (กลุ่ม 2) เช่น การทำผนังเอง มุงหลังคาเอง ส่วนใหญ่จะเป็นขั้นตอนการทำโครงสร้างอาคารที่ต้องจ้างช่างแถวบ้านหรือได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนหรือคนรู้จัก มีจำนวน 18 หลังคาเรือน (10.23%) ที่จ้างช่างมาก่อสร้างที่อยู่อาศัยทั้งหมดโดยไม่มีส่วนร่วมในการก่อสร้างเลย (กลุ่ม 3) ดังรายละเอียดในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 รายละเอียดการก่อสร้างที่อยู่อาศัย

รูปแบบ	ชุมชนสามัคคีพัฒนา						ชุมชนกำแพงงาม						ชุมชนบ้านสันกู่						ชุมชนบวจัน					
	กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3		กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3		กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3		กลุ่ม 1		กลุ่ม 2		กลุ่ม 3	
	หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%	หลัง	%
A	1	1.64	3	4.92	1	1.64	8	13.11	6	9.84	1	1.64	2	3.28	4	6.56	0	0.00	4	6.56	0	0.00	0	0.00
B	2	3.28	3	4.92	3	4.92	5	8.20	3	4.92	0	0.00	0	0.00	3	4.92	0	0.00	17	27.87	0	0.00	0	0.00
C	1	1.64	2	3.28	0	0.00	4	6.56	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4	6.56	5	8.20	0	0.00
D	2	3.28	3	4.92	3	4.92	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	4.92	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
E	10	16.39	9	14.75	2	3.28	4	6.56	1	1.64	2	3.28	0	0.00	0	0.00	1	1.64	0	0.00	0	0.00	0	0.00
F	1	1.64	1	1.64	1	1.64	2	3.28	1	1.64	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
G	0	0.00	2	3.28	0	0.00	8	13.11	2	3.28	1	1.64	3	4.92	1	1.64	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
H	2	3.28	8	13.11	1	1.64	10	16.39	4	6.56	2	3.28	1	1.64	3	4.92	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00

หมายเหตุ : กลุ่ม 1 = ก่อสร้างเองทั้งหมด กลุ่ม 2 = ก่อสร้างเองบางส่วน กลุ่ม 3 = ไม่ได้ก่อสร้างเองเลย

ระยะเวลาในการก่อสร้างเป็นไปด้วยความรวดเร็วเฉลี่ยประมาณ 18 วัน (SD=14.08) ที่อยู่อาศัยที่ใช้เวลาก่อสร้างนานที่สุด 74 วันซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยรูปแบบ G และที่อยู่อาศัยที่ใช้เวลาก่อสร้างเร็วที่สุดใช้เวลา 1 วันซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยรูปแบบ C การก่อสร้างจะเป็นไปตามงบประมาณที่มีอยู่แล้วค่อยต่อเติมเมื่อมีความสามารถในการจ่ายมากขึ้น หากมีงบประมาณจำกัดจะสร้างส่วนห้องนอนที่สามารถใช้เป็นห้องนอนประสงค์ก่อนแล้วจึงสร้างห้องน้ำและห้องอื่นๆ เพิ่มเติมเมื่อมีความพร้อม ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างทั้งหมดผู้มียารได้น้อยจัดหาด้วยตนเองโดยการใช้เงินออมหรือกู้ยืมจากญาติหรือแหล่งเงินกู้นอกระบบ มีบางส่วนในชุมชนกำแพงงามและชุมชนบ้านสันกู่เคยได้รับเงินช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อซ่อมแซมที่อยู่อาศัยภายหลังจากประสบภัยพิบัติน้ำท่วมเมื่อปี พ.ศ. 2554

4. วัสดุในการก่อสร้าง

วัสดุก่อสร้างแบ่งตามส่วนประกอบอาคารได้แก่วัสดุโครงสร้างอาคาร (ฐานราก เสา-คาน โครงสร้างพื้น โครงสร้างหลังคา) วัสดุปูพื้น วัสดุทำผนัง วัสดุมุงหลังคา ประตู-หน้าต่าง และฝ้าเพดาน จากการสำรวจพบว่า วัสดุโครงสร้างประเภทไม้เนื้อแข็ง ไม้ยูคาลิปตัส ไม้สน ไม้เนื้ออ่อนและไม้ไผ่ ยังเป็นที่นิยมในการทำโครงสร้างที่อยู่อาศัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งอาคารที่มีอายุมากกว่า 10 ปีขึ้นไป (ภาพที่ 2) ในชุมชนบ้านบวจันพบโครงสร้างที่อยู่อาศัยที่มีส่วนประกอบที่ทำจากไม้เกือบทุกหลังคาเรือน (96.66%) ดังรายละเอียดส่วนโครงสร้างอาคารในภาพที่ 8 แต่สำหรับส่วนของอาคารที่ถูกต่อเติมหรือสร้างขึ้นใหม่จะใช้โครงสร้างคอนกรีตสำเร็จรูปเนื่องจากมีความสะดวกในการจัดหา และมีความรวดเร็วในการก่อสร้างและไม่หายากมากขึ้น และพบการใช้โครงสร้างเหล็กในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยอยู่บ้างโดยการประยุกต์ใช้ร่วมกับไม้โดยการผูก (ภาพที่ 3)



ภาพที่ 2 ที่อยู่อาศัยที่ทำด้วยโครงสร้างไม้



ภาพที่ 3 การผสมผสานโครงสร้างเหล็กและไม้

คอนกรีตหล่อในส่วนใหญ่ถูกใช้ทำพื้นสำหรับบ้านชั้นเดียวและบริเวณพื้นห้องน้ำ ใต้ถุนบ้านหรือบริเวณพื้นที่ชั้นล่างเป็นการผสมผสานระหว่างปูนซีเมนต์ ทราฟและหินแบบง่ายๆ และส่วนใหญ่ไม่เสริมเหล็ก จึงพบรอยร้าวเกิดขึ้นมากบริเวณพื้นคอนกรีตภายในที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อย ในกรณีเป็นบ้านรูปแบบใต้ถุนสูง (รูปแบบ D E หรือ F) หรือพื้นที่ชั้นที่ 2 ของที่อยู่อาศัยรูปแบบ 2 ชั้น (รูปแบบ G หรือ H) พื้นส่วนใหญ่จะใช้โครงสร้างไม้ปูทับด้วยไม้ไผ่ ไม้อัด ไม้เนื้ออ่อนและไม้เนื้อแข็ง ไม่พบการใช้แผ่นพื้นคอนกรีตสำเร็จในที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อยเลยด้วยเหตุผลที่มีน้ำหนักมาก ราคาสูงและไม่รู้จัก สำหรับในชุมชนบ้านบวักจันพื้นบ้านส่วนใหญ่ จะเป็นพื้นดิน (ภาพที่ 4) เนื่องจากลักษณะพื้นที่เป็นดินภูเขาที่อัดแน่นมากอยู่แล้ว สำหรับชุมชนผู้มีรายได้น้อยในเมือง (ชุมชนสามัคคีพัฒนา กำแพงงามและบ้านสนัก) ส่วนใหญ่จะปูด้วยกระเบื้องเซรามิคบนพื้นคอนกรีต รองลงมาเป็นการใช้เสื่อกกและเสื่อน้ำมันปูทับบนพื้นไม้หรือพื้นคอนกรีตภายในบ้าน (ภาพที่ 5) เนื่องจากมีราคาถูกไม่ต้องเสียค่าแรงปู หาซื้อง่ายและทำความสะอาดง่าย ทั้งยังสวยงามมีให้เลือกหลายลาย ดังรายละเอียดส่วนวัสดุปูพื้นในภาพที่ 8



ภาพที่ 4 พื้นดินบริเวณส่วนทำครัว



ภาพที่ 5 เสื่อและเสื่อน้ำมันปูทับบนพื้นไม้

จากรายละเอียดส่วนวัสดุทำผนังในภาพที่ 8 พบว่ากลุ่มวัสดุในการทำผนังที่อยู่อาศัยมีความหลากหลายและแตกต่างกันอย่างมาก ส่วนใหญ่เป็นการใช้วัสดุแบบผสมผสาน ใน 1 หลังสามารถพบวัสดุประกอบผนังได้ถึง 7 ชนิด คอนกรีตบล็อกเป็นวัสดุที่ถูกใช้ทำผนังหรือบางส่วนของผนังที่อยู่อาศัยเกือบทุกหลังคาเรือนเนื่องจากมีราคาถูก หาซื้อง่าย ทนทานและก่อสร้างง่าย ส่วนใหญ่ใช้ทำผนังห้องน้ำหรือส่วนล่างของผนังที่ติดกับพื้นดิน รองลงมาได้แก่ สังกะสี ไม้อัด

ไฟเบอร์ซีเมนต์ พลาสติก ไม้ไผ่สาน (ฟากไม้ไผ่) ผ้า กระดาษ รวมทั้งกระเบื้องลอนคู่และกระเบื้องเซรามิคด้วยและพบการใช้ผนังไม้ในกรณีที่เป็นอาคารเก่าที่มีอายุมากกว่า 10 ปี



(A) ผนังฟากไม้ไผ่



(B) ผนังเสื่อกกและพลาสติก



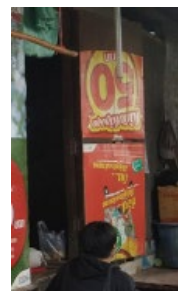
(C) ผนังไม้อัด กระเบื้อง พลาสติกและกระดาษ



(D) ผนังกระเบื้องลอนคู่และสังกะสี

ภาพที่ 6 วัสดุทำผนังที่อยู่อาศัย

ผู้มีรายได้น้อยไม่นิยมซื้อประตูหรือหน้าต่างสำเร็จรูปแต่มักประกอบขึ้นเองตามขนาดบานที่ต้องการและสอดคล้องกับพื้นที่และช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย ประตูหรือหน้าต่างมักถูกประกอบด้วยโครงไม้และใช้บานที่ทำจากไม้อัด สังกะสี หรือแผ่นกระเบื้องซีเมนต์ (ภาพที่ 7) ผนังภายในหรือนั่งกันห้องเพื่อแบ่งพื้นที่ใช้สอยและสร้างความเป็นส่วนตัวมักใช้ผ้า พลาสติกหรือตุ๊กกันระหว่างพื้นที่ ในกรณีที่เป็นหน้าต่างสำเร็จรูปนิยมเลือกใช้หน้าต่างบานเกล็ดเนื่องจากขนาดที่ดินจำกัด ไม่สามารถใช้บานเปิดได้และต้องการแสงให้เข้ามาภายในอาคารมากที่สุด ซึ่งบานเกล็ดมีราคาถูกกว่าการทำหน้าต่างบานเลื่อน ดังรายละเอียดส่วนประตู-หน้าต่างในภาพที่ 8

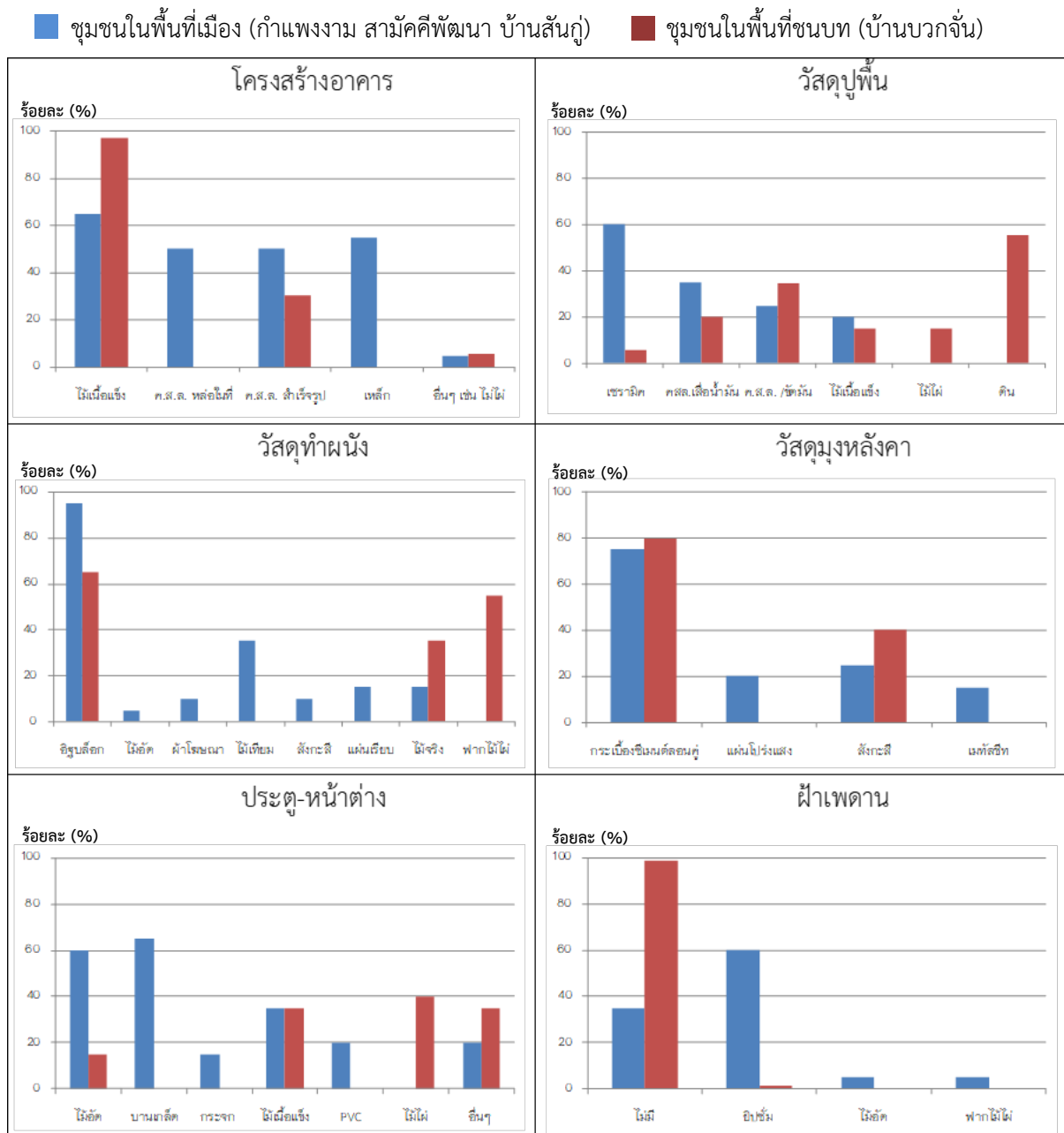


ภาพที่ 7 ลักษณะประตูและหน้าต่างที่พบส่วนใหญ่

ปัญญา เชี่ยวชาญ เบิกบาน คุณธรรม

Intellectual, Professional, Cheerfulness, Morality

กลุ่มวัสดุผนังหลังคาไม่หลากหลายมากนักส่วนใหญ่นิยมใช้กระเบื้องลอนคู่และสังกะสีผนังหลังคาบริเวณตัวบ้านพบการใช้เมทัลชีทผนังหลังคาบ้างในที่อยู่อาศัยในเมือง (17%) แต่ในส่วนชานคาหรือส่วนที่ยื่นออกมาจากตัวอาคารมักใช้พลาสติกหรือของเหลือใช้มาประกอบเป็นส่วนกันแดดและกันฝน พบการทำฝ้าเพดานอยู่บ้าง (53%) เพื่อป้องกันความร้อนจากหลังคา รวมถึงกันฝนที่รั่วจากหลังคาด้วย วัสดุที่นิยมมากที่สุดคือแผ่นยิปซัม ไม้อัดและไม้ไผ่ รวมถึงใช้พลาสติก ฝ้าหรือสแลน ผสมผสานกันบางส่วน ดังรายละเอียดส่วนวัสดุผนังหลังคาในภาพที่ 8



ภาพที่ 8 วัสดุที่เลือกใช้ในการก่อสร้างอาคารภายในชุมชนผู้มีรายได้ต่ำในเมืองและชนบท

6. เหตุผลในการเลือกใช้วัสดุก่อสร้าง

ราคาเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกวัสดุก่อสร้าง (94%) โดยจะเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายหรือเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดก่อน ตัวอย่างเช่นในบางกรณีอาจพบการใช้กระเบื้องลอนคู่มาทำผนัง เนื่องจากซื้อของเก่ามาได้จำนวนมากแล้วเหลือจากการมุงหลังคา หรือใช้กระเบื้องเซรามิคตกแต่งผนังเป็นต้น จากนั้นจะพิจารณาที่ความสะดวกในการจัดซื้อและความคุ้นเคยกับวัสดุชนิดนั้น ใช้วิธีการก่อสร้างหรือการติดตั้งไม่ยุ่งยากสามารถทำได้ด้วยตัวเองและสามารถขนย้ายสะดวก โดยไม่ให้ความสำคัญกับยี่ห้อหรือคุณสมบัติของวัสดุนัก

7. แหล่งที่มาของวัสดุก่อสร้าง

วัสดุก่อสร้างที่เป็นวัสดุสำเร็จรูป เช่น เสาคอนกรีตโครงสร้างอาคาร ฝ้าและผนัง รวมทั้งอุปกรณ์ก่อสร้างอื่นๆ ผู้มีรายได้น้อยจะซื้อจากร้านค้าวัสดุก่อสร้างขนาดเล็กในพื้นที่ใกล้เคียงอาศัย ปัจจัยแรกในการตัดสินใจเลือกร้านค้าคือระยะทางและความสะดวกในการขนส่ง (94%) รองลงมาเป็นการให้เครดิตจากร้านค้า (64%) ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจไปซื้อร้านที่ไกลกว่าเนื่องจากผู้มีรายได้น้อยสามารถนำวัสดุไปก่อนและสามารถจ่ายเงินที่หลังได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัสดุก่อสร้างที่ต้องซื้อปริมาณมากหรือมีราคาสูง เช่น วัสดุมุงหลังคา ปูนซีเมนต์ เป็นต้น มีการเปรียบเทียบราคาเพื่อเลือกร้านค้าที่ขายราคาถูกไม่มากนัก (37%) ในกรณีที่เริ่มวัสดุไปแล้ว เช่น สังกะสีเก่า กระเบื้องเก่าจะซื้อจากร้านขายของเก่าใกล้ที่อยู่อาศัยหรือมีคนให้มาหรือเจอมาโดยบังเอิญ

อภิปรายผล

ที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อยจะมีรูปแบบที่ใช้พื้นที่อย่างคุ้มค่ามากที่สุด (Chauhan, 1996; Zami, 2011) รวมทั้งสอดคล้องกับปัญหาและสภาพพื้นที่ (Bredenoord and Lindert, 2010) เช่น รูปแบบที่อยู่อาศัยในชุมชนกำแพงงามและสามัคคีพัฒนาดังอยู่ในเขตเมืองที่มีข้อจำกัดเรื่องขนาดพื้นที่และมีปัญหาน้ำท่วมบ่อยจึงทำให้พบบ้าน 2 ชั้น และบ้านใต้ถุนสูงค่อนข้างมากเพื่อเพิ่มพื้นที่ใช้สอยในแนวดิ่งและสามารถอยู่อาศัยได้เมื่อน้ำท่วมซึ่งต่างจากรูปแบบที่อยู่อาศัยในชุมชนบ้านบวกจั่นที่มีพื้นที่กว้างขวางและไม่มีปัญหาน้ำท่วมเลย ที่อยู่อาศัยที่พบส่วนใหญ่จึงเป็นบ้านชั้นเดียวและพื้นบ้านเป็นดินเกือบทั้งหมด

เนื่องจากผู้มีรายได้น้อยมักมีความสามารถและทักษะทางการก่อสร้างและต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย (Allen and Johnson, 2010; United Nations Habitat, 2009) ที่อยู่อาศัยส่วนใหญ่จึงถูกสร้างขึ้นด้วยตัวเองโดยไม่ได้ผ่านขั้นตอนการออกแบบโดยวิศวกรหรือสถาปนิกแต่อย่างใดจึงมักไม่เป็นไปตามมาตรฐานการก่อสร้างอาคารที่อยู่อาศัย (Iwuagwu and Eme-anele, 2012) นอกจากนี้การก่อสร้างบ้านด้วยตัวเองยังสามารถควบคุมแบบการก่อสร้างให้เป็นไปตามความต้องการได้เป็นอย่างดี ผู้มีรายได้น้อยจะเลือกใช้วิธีการก่อสร้างที่เรียบง่าย รวดเร็วและประหยัด สอดคล้องกับทักษะความชำนาญที่มีและเป็นวิธีที่ไม่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์หรือเครื่องจักรในการก่อสร้าง (Mbaka, 2019) ภายใต้ข้อจำกัดด้านที่ตั้ง ขนาดพื้นที่ดิน สภาพปัญหาในพื้นที่และค่าใช้จ่ายในการก่อสร้าง ประเด็นเหล่านี้จึงเป็นปัจจัยพื้นฐานที่นำไปสู่การตัดสินใจเลือกใช้วัสดุในการก่อสร้างของผู้มีรายได้น้อยโดยให้ความสำคัญด้านราคา ความคุ้นเคยในการก่อสร้าง ความสะดวกในการจัดซื้อและขนย้ายซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Danso (2013) และ Marsh (2019)

วัสดุก่อสร้างสำหรับที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อยสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 เป็นวัสดุก่อสร้างจากธรรมชาติ เช่น ทางมะพร้าว ไม้ไผ่ ไม้เนื้อแข็งและไม้เนื้ออ่อนที่ไม่ผ่านกระบวนการ ในกรณีที่โดยรอบชุมชนมีพืชพรรณ

ที่อุดมสมบูรณ์หรือตั้งอยู่ใกล้ป่าจะนิยมใช้วัสดุกลุ่มนี้ในการก่อสร้าง กลุ่มที่ 2 เป็นวัสดุเหลือใช้เช่น สังกะสีเก่า ป้ายโฆษณาไม้อัด ป้ายไว้นิล เศษเหล็ก ที่สามารถพบได้มากทั้งแหล่งที่ทิ้งขยะหรือร้านขายของเก่าที่มีอยู่มากมายในเขตเมือง กลุ่มที่ 3 เป็นวัสดุก่อสร้างราคาถูกที่มีขายในร้านวัสดุก่อสร้างที่สามารถหาซื้อได้จากร้านวัสดุก่อสร้างในพื้นที่ เช่น เสาคอนกรีตสำเร็จรูป แผ่นสังกะสี คอนกรีตบล็อก กระเบื้องแผ่นเรียบ กระเบื้องเซรามิค และกลุ่มที่ 4 จะเป็นวัสดุทำเอง เช่น บล็อกดิน ซีเมนต์บล็อก อิฐที่ทำจากเศษวัสดุ (Correa, 2000; Zami, 2011; Danso, 2013) จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้พบกลุ่มวัสดุก่อสร้างที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่

วัสดุก่อสร้างกลุ่มที่ 1 จะถูกใช้มากในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยในชุมชนบ้านบวกันซึ่งตั้งอยู่ในชนบท อย่างไรก็ตามที่อยู่อาศัยที่ต่อเติมใหม่หรือเพิ่งทำการก่อสร้างไม่นานจะไม่พบโครงสร้างอาคารที่ทำจากวัสดุธรรมชาติเลยแต่จะใช้วัสดุก่อสร้างราคาถูกเช่นเสาคอนกรีตสำเร็จรูปและคอนกรีตบล็อกในการก่อสร้าง (วัสดุก่อสร้างกลุ่มที่ 3) เนื่องจากต้องการความรวดเร็วและต้องพึ่งพาตัวเองในการก่อสร้างมากขึ้นประกอบกับวัสดุธรรมชาติหายากมากขึ้นด้วยแม้จะอยู่ในพื้นที่ชนบทก็ตาม แต่สำหรับที่อยู่อาศัยที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองมักเลือกใช้วัสดุที่ใช้แล้วหรือเป็นวัสดุที่หาซื้อได้ง่าย ราคาถูก เช่น คอนกรีตสำเร็จรูป แผ่นสังกะสีหรือกระเบื้องเซรามิค จากร้านวัสดุก่อสร้างในพื้นที่ หรือการประยุกต์ใช้วัสดุใช้แล้วอย่างสร้างสรรค์และเข้าใจคุณสมบัติวัสดุทำให้สามารถใช้งานได้ดี เช่น การใช้โครงสร้างอาคารแบบผสมผสานทั้งไม้ คอนกรีตและเหล็ก รวมถึงการนำกล่องนมมาคลี่เป็นแผ่นต่อกันเพื่อทำผนังที่สามารถช่วยสะท้อนความร้อนและกันน้ำได้ การใช้ฟางไม้ไผ่ทำผนังในส่วนที่ต้องการการระบายอากาศ การใช้พื้นดินบริเวณที่ต้องการทำครัว เป็นต้น วัสดุก่อสร้างกลุ่มที่ 2 และ 3 ถูกใช้มากในชุมชนผู้มีรายได้ที่อยู่ในเมืองผู้ที่อยู่อาศัยที่ใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการทำมาหากินและมีลักษณะการอยู่แบบสังคมเมือง จึงเป็นไปได้ยากที่จะหาวัสดุจากแหล่งธรรมชาติหรือทำวัสดุก่อสร้างเอง วัสดุก่อสร้างกลุ่มที่ 2 จะถูกใช้เพื่อการตกแต่งหรือใช้ทำส่วนประกอบอาคารที่ไม่ต้องการความแข็งแรง เช่น ผนังด้านในและด้านนอก กันสาด ประตูหน้าต่างหรือฝ้าเพดาน วัสดุก่อสร้างกลุ่มที่ 3 ที่พบโดยทั่วไปจะมีเพียงไม่กี่ชนิดได้แก่เสาคอนกรีตสำเร็จรูปที่ถูกใช้ในทุกพื้นที่สำหรับส่วนโครงสร้างอาคาร คอนกรีตบล็อกสำหรับผนัง หลังคาลอนคู่ (ไฟเบอร์ซีเมนต์)หรือแผ่นสังกะสี จากการสำรวจพื้นที่ไม่พบกลุ่มที่ 4 ในชุมชนใดเลยซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ Danso (2013) และ Bredenoord and Lindert (2010) ที่ระบุว่าวัสดุก่อสร้างสำหรับผู้มีรายได้น้อยส่วนใหญ่เป็นวัสดุจากธรรมชาติและวัสดุที่ถูกทำขึ้นมาเอง

ประเด็นสำคัญที่อาจถูกนำมาคิดใหม่สำหรับการศึกษาและพัฒนาวัสดุก่อสร้างสำหรับผู้มีรายได้น้อย ทำให้เห็นว่าวัสดุก่อสร้างกลุ่มที่ 1 และ 4 มีแนวโน้มการใช้สำหรับการก่อสร้างที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อยลดลงในอนาคตสำหรับการปรับปรุงหรือก่อสร้างที่อยู่อาศัยใหม่ แต่วัสดุก่อสร้างกลุ่มที่ 2 กลับมีแนวโน้มการเลือกใช้เพิ่มสูงขึ้น เน้นการใช้วัสดุสำเร็จรูปและวัสดุเบาที่ขายตามท้องตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนโครงสร้างที่อยู่อาศัย และวัสดุก่อสร้างกลุ่มที่ 3 มีแนวโน้มถูกใช้สำหรับกลุ่มผู้มีรายได้น้อยในเมืองที่มีแหล่งซื้อขายของเก่าจำนวนมาก นอกจากนี้ยังพบว่าเชื้อเพลิงและคุณภาพวัสดุอาจไม่ใช่สิ่งที่คำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกวัสดุ ผู้มีรายได้น้อยทราบข้อดีของวัสดุและไม่คิดว่าเป็นปัญหาใหญ่หากจะชำรุดเร็ว ฝุ่นเร็ว หรือมีปัญหาหน้าฝนรั่วบ้างหากใช้สังกะสีเก่าทำหลังคา ฟางไม้ไผ่ใช้งานไม่นานก็ต้องเปลี่ยน หรือการใช้กระเบื้องแผ่นเรียบทำผนังทั้งที่มีความเปราะ แตกหักง่ายแต่มีราคาถูกจึงเสี่ยงการถูกกระแทกด้วยการนำไปใช้กับผนังบ้านชั้นบน เป็นต้น ดังนั้นประเด็นสำคัญจึงควรเป็นวัสดุที่ตอบสนองการใช้งาน สามารถหาง่าย ราคาถูก เมื่อพังหรือชำรุดสามารถเปลี่ยนใหม่ได้ด้วยตนเอง สามารถสร้างที่อยู่อาศัยได้ด้วยแรงงานคนในครอบครัวหรือชุมชน ไม่ต้องอาศัยเครื่องมือเครื่องจักรขนาดใหญ่หรือถ้าเป็นการจ้างก็สามารถจ้างได้ในราคาถูก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ภาคเอกชนหรือผู้ผลิตวัสดุก่อสร้างควรเพิ่มวัสดุก่อสร้างที่มีคุณลักษณะเบื้องต้นตามผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษานี้ ได้แก่ ราคาถูกและสามารถเข้าถึงหรือจัดซื้อได้ง่าย ก่อสร้างได้ง่ายและสามารถประยุกต์ใช้ได้ประกอบของอาคารต่างๆของที่อยู่อาศัย

1.2 ภาครัฐควรเร่งสนับสนุนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการพัฒนาวัสดุก่อสร้างสำหรับที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อยเชิงพาณิชย์เพื่อให้ผู้มีรายได้น้อยมีทางเลือกมากขึ้นในท้องตลาด

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาต่อเนื่องจากการวิจัยนี้เพื่อวิเคราะห์และกำหนดคุณสมบัติ ขนาดและรูปทรงของวัสดุก่อสร้างที่เหมาะสมกับส่วนประกอบต่างๆ ของที่อยู่อาศัยผู้มีรายได้น้อย

2.2 ควรมีการศึกษาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ทางด้านเศรษฐศาสตร์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและราคาวัสดุก่อสร้างที่สามารถนำไปผลิตวัสดุก่อสร้างที่สามารถขายได้ในท้องตลาดและสอดคล้องกับความสามารถในการจ่ายของผู้มีรายได้น้อยต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- Allen, A. and Johnson, C. (2010). Built-In Resilience: Learning from Grassroots Coping Strategies to Climate Variability. *Environment and Urbanization*, 22(2), 415–431.
- Bredenoord, J. and Lindert, V.P. (2010). Pro-Poor Housing Policies: Rethinking the Potential of Assisted Self-Help Housing. *Habitat International*, 34(2), 278-287.
- Chauhan, A. (1996). *Minimal Space – Minimal Housing: Learning from Slums*. Austria: Technische Universitaet Graz.
- Community Organizations Development Institute (CODI). (2018). *Slums Report: Slums in Northern Areas*, Chiang Mai: CODI Northern of Thailand.
- Correa, C. (2000). *Housing and Urbanization: Building Solutions for People and Cities*. New York, USA: Thames & Hudson.
- Danso, H. (2013). Building Houses with Locally Available Materials in Ghana: Benefits and Problems. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 2(2), 225-231.
- Huchzermeyer, M. (2011). *Cities with ‘Slums’: From Informal Settlement Eradication to a Right to the City in Africa*. Cape Town, South Africa: University of Cape Town.

- Iwuagwu, B.U. and Eme-anele, N. (2012). Earth Construction Technology and Design: A Positive Solution to Mass Housing in Africa. *International Journal of Scientific Innovations and Sustainable Development*, 2(1), 89-92.
- Marsh, A., Heath, A., Reddy, V. and Evernden, M. (2019). *A Holistic Materials Design Requirements Framework (Homdref) for Future Housing Materials*. [Online]. Retrieved June 14, 2019, from: https://www.researchgate.net/publication/305333845_A_HOLISTIC_MATERIALS_DESIGN_REQUIREMENTS_FRAMEWORK_HoMDReF_FOR_FUTURE_HOUSING_MATERIALS/link/5788fe3708ae254b1ddce88b/download
- Mbaka, S. (2019). *A Global Network of the Urban Poor: How Affordable is "Affordable Housing"?* [Online]. Retrieved July 16, 2019 from: <http://www.sdinet.org/blog/2013/08/14/how-affordable-affordable-housing>.
- United Nations Habitat. (2009). *Planning Sustainable Cities: Global Report on Human Settlements*. London, UK: United Nations Human Settlements Programme, Earthscan Publications.
- Yask, K., Nelson, J.A., Mota, K.S., Jagadish, J.B., Philip, J.V., and Henk, M.J. (2020). The potential and current status of earthen material for low-cost housing in rural India. *Construction and Building Materials*, 247(1), 118615.
- Zami, M.S. (2011). Drivers that Help Adopting Stabilised Earth Construction to Address Urban Low-Cost Housing Crisis: An Understanding by Construction Professionals. *Environment, Development and Sustainability*, 13(1), 993-1006.

การพัฒนาความสามารถด้านการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน ของธุรกิจ: กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี

นัตตยา เอี่ยมคง*

สาขาวิชาธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

Received: 16 March 2021

Revised: 14 February 2022

Accepted: 15 February 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี การวิจัยนี้แบ่งเป็น 3 ระยะ คือ ระยะแรกเป็นการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลสภาพปัจจุบัน วิเคราะห์ปัญหา และความต้องการของวิสาหกิจชุมชนด้วยแผนภูมิแก๊งปลาและวิเคราะห์สวอต สร้างกลยุทธ์ทางการตลาดและออกแบบแผนธุรกิจดิจิทัล ระยะที่ 2 การพัฒนาธุรกิจตามแผนธุรกิจดิจิทัล โปรโมทผ่านสื่อออนไลน์ และทดลองใช้งาน ระยะที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูลรายงานทางการเงินกำไรและต้นทุน วิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ในระยะที่ 1 วิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี มีความต้องการเปลี่ยนเป็นธุรกิจดิจิทัล ปัญหาคือขาดศักยภาพในการใช้งานเทคโนโลยีทางดิจิทัล โดยลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบเก่า เป็นการขายสินค้า ผ่านพ่อค้าคนกลาง ผู้วิจัยจึงพัฒนาแผนธุรกิจดิจิทัล ระยะที่ 1 ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมาช่วยในการสร้าง จุดแข็งและลดจุดอ่อนลงตามข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์สวอต ระยะที่ 2 สร้างช่องทางการตลาดดิจิทัลและพัฒนา ช่องทางการโปรโมทสินค้าผ่านโซเชียลมีเดีย ระยะที่ 3 ธุรกิจมีศักยภาพทางการแข่งขันมากขึ้น จากการขายตรงมีกำไร เพิ่มขึ้นและต้นทุนที่ลดลงคิดเป็นร้อยละ 20

คำสำคัญ : การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล ศักยภาพการแข่งขัน วิสาหกิจชุมชน เบญจรงค์

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: nuttaya.iam@vru.ac.th

The Development of Digital Transformation for Improving Business Potential: A Case Study of Banbenjarong Community Enterprise in Pathumthani Province

Nuttaya Iam-Khong*

Department of Digital Business, Faculty of Management Sciences,
Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage

Received: 16 March 2021

Revised: 14 February 2022

Accepted: 15 February 2022

Abstract

The objective of this research was to develop and increase the competitive potential of Ban Benjarong Community Enterprise in Pathum Thani province. This research was divided into 3 phases. The first phase was the interview to collect information on current conditions of the community enterprise, and then its problems and needs were analyzed with the use of fishbone chart and SWOT analysis to create a marketing strategy and design a digital business plan. The second phase was the business development based on the digital business plan, the promotion of the plan via online media, and the try-out of the plan. The third phase was the data collection of financial reports on the profit and cost of Ban Benjarong Community Enterprise in Pathum Thani province. The research results showed that in the first phase, Ban Benjarong Community Enterprise in Pathum Thani province had a need to be transformed into a digital business. The problem was the lack of potential for using digital technology. The old way of doing business was the selling of products through middlemen. The researcher therefore developed a digital business plan with the first phase being the use of marketing mix strategies to help build strengths and mitigate weaknesses based on the data obtained from SWOT analysis; the second phase being the creation of digital marketing channels and development of promotional channels for the products via social media; and the third phase being the outcome that the business having more competitive potential as shown by the increase of profits from direct sales and the reduction of cost by 20 percent.

Keywords : Digital transformation, Competitive potential, Community enterprise, Ban Benjarong

* Corresponding Author; E-mail: nuttaya.iam@vru.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงปี พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมานี้เป็นช่วงเวลาที่เศรษฐกิจของประเทศไทยและทั่วโลกตกต่ำลงด้วยสถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้นใหม่โควิด-19 เพราะโรคนี้มีวิธีการแพร่เชื้อโรคโดยมนุษย์เป็นพาหะรูปแบบการดำเนินชีวิตของทุกคนจึงเป็นแปลงไป ด้วยกระบวนการป้องกันการติดเชื้อแบบเว้นระยะ ลดการสัมผัสธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์กลายเป็นทางเลือกหนึ่งในการใช้ชีวิตประจำวันไป เช่น การส่งสินค้า ซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การชำระเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์แทนเงินสด เป็นต้น สถานการณ์นี้ส่งผลให้สถานะเศรษฐกิจตกต่ำ อัตราการว่างงานเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว (Chumtakhob, 2020) แรงงานจึงพากันกลับภูมิลำเนา โมเดลฝ่าวิกฤตหนึ่งที่รัฐบาลให้การสนับสนุนมากที่สุดในช่วงนี้ คือ การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจจากฐานที่เข้มแข็งของชุมชนและสามารถพึ่งพาตนเองได้ อันจะก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้และแก้ปัญหาชุมชนได้อย่างยั่งยืน สินค้าวิสาหกิจชุมชนมี 5 ประเภทด้วยกันดังนี้ ประเภทที่ 1 อาหาร ครอบคลุมไปถึงอาหารสด และอาหารแห้ง ประเภทที่ 2 ของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึก เช่น ไม้ จักสาน โลหะ เซรามิค เครื่องปั้นดินเผา ประเภทที่ 3 เครื่องดื่ม ที่มีและไม่มีแอลกอฮอล์ อาทิ สุรา น้ำผลไม้ และน้ำสมุนไพร ประเภทที่ 4 สิ่งทอ หน้ากากผ้า และเครื่องนุ่งห่ม อาทิ ผ้าทอ และเครื่องแต่งกาย ประเภทที่ 5 สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เช่น ยาสมุนไพร เครื่องสำอางสมุนไพร วัตถุดิบสมุนไพรที่ใช้ในบ้าน (Ministry of Agriculture and Cooperatives, 2012) ข้อดีของการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน คือ ได้รับการรับรองตามกฎหมาย สามารถขอรับการส่งเสริมหรือสนับสนุนจากคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ในการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน โดยในช่วงที่ทำการวิจัยนี้เป็นช่วงที่สถานการณ์โควิดรุนแรงถึงขั้นประกาศปิดประเทศ ทำให้คาดการณ์ว่า GDP ไทยปี พ.ศ. 2563 อยู่ที่ -6.1% สถานการณ์นี้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกที่หดตัวที่ -14% (Chumtakhob, 2020) และมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการขายสินค้ามาเป็นการขายสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น แต่ปัญหาของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ที่พบจะเป็นในด้านของช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย สินค้าวิสาหกิจชุมชนส่วนมากขายภายในชุมชนของตนเอง หรือนำไปฝากขายตามร้านค้าผ่านพ่อค้าคนกลาง ส่งผลให้ต้นทุนสูงและรายได้ต่ำ (Kaewkhankrai, 2017) ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะนำมาซึ่งทางรอดของธุรกิจวิสาหกิจชุมชน (Kanokhong, 2018)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเลือกวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี เป็นสินค้าวิสาหกิจชุมชนประเภทที่ 2 โดยผู้วิจัยเล็งเห็นว่าเครื่องปั้นดินเผาเป็นสินค้าที่ไม่มี ความจำเป็นและขายได้ยากในสถานการณ์ที่สถานะเศรษฐกิจโลกย่ำแย่ โดยปัญหาของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี ขณะนั้น คือ สินค้าขายไม่ได้เลย ไม่มีรายการสั่งซื้อจากพ่อค้าคนกลาง แหล่งเงินทุนมีจำกัด และขาดความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ดังนั้นผู้วิจัยได้นำทฤษฎีกระบวนการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลมาประยุกต์ใช้สำหรับการพัฒนาความสามารถด้านดิจิทัลในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี โดยมีความคาดหวังให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการเป็นธุรกิจดิจิทัล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและการพัฒนา (Research and Development: R&D) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี จำนวน 7 คน พัฒนาและนำไปทดลองใช้งาน งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นการพัฒนาเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจให้กับวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี มิได้มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และราคาสินค้า

นิยามศัพท์เฉพาะ

ส่วนผสมทางการตลาด เป็นแนวคิดการเข้าถึงผู้บริโภคและอุปโภคสินค้าที่ถูกนำมาใช้กับธุรกิจ ประกอบไปด้วย 7 ปัจจัย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ (Kotler, 2012)

การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล คือ กระบวนการที่นำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจแล้วทำให้ต้นทุนลดลงด้วยการยุบกระบวนการที่ไม่มีความจำเป็นออกเพื่อให้ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจต่ำลง นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยทำให้กระบวนการในการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล (Schallmo and Williams, 2018)

สมมติฐานการวิจัย

เมื่อมีการพัฒนาความสามารถด้านดิจิทัลในกระบวนการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี แล้วทำให้กำไรเพิ่มขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ด้วยการใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เป็นวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี มีสมาชิกในกลุ่มจำนวน 7 คน

เครื่องมือวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยและการพัฒนามีการนำเครื่องมือเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการวิจัยแบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะแรก ใช้วิธีการสัมภาษณ์ปลายเปิดโดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ตอนที่ 2 ความต้องการในการพัฒนาความสามารถด้านดิจิทัลทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี ตอนที่ 3 ความสามารถในการใช้งานคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในการทำธุรกิจดิจิทัล วิเคราะห์ปัญหาของธุรกิจด้วยวิธีการแบบก้างปลา (Fishbone Diagram) แล้วใช้เทคนิคการวิเคราะห์สวิตทาจุดแข็งและจุดอ่อนของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี สร้างแผนธุรกิจขึ้นด้วย Business Model Canvas (BMC Model)

ระยะที่สอง พัฒนาเครื่องมือ ตัวอย่างเช่น สื่อออนไลน์ ภาพเพื่อการโฆษณา วิดีโอส่งเสริมการขาย การพัฒนาหน้าร้านบนเพจเฟซบุ๊ก แคตตาล็อกสินค้าดิจิทัล เป็นต้น นำเครื่องมือด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ได้พัฒนามาทดลองใช้ร่วมกับผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจดิจิทัล การส่งเสริมการขายด้วยการสร้างโฆษณาออนไลน์ด้วย

ภาพและวิดีโอส่งเสริมการขายผ่านโซเชียลมีเดียและเสิร์ชเอนจิน (Search engine) การเผยแพร่โฆษณาผ่านกลุ่มตลาดขายสินค้าของโซเชียลมีเดีย

ระยะที่สาม การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบทุติยภาพจากรายงานทางการเงินกำไรและต้นทุนของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี ที่ผ่านกระบวนการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลหลังจากดำเนินธุรกิจในรูปแบบดิจิทัลเป็นระยะเวลา 6 เดือน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลเริ่มตั้งแต่ 1 มกราคม 2563 – 31 กรกฎาคม 2563 โดยแบ่งช่วงระยะที่เก็บข้อมูลออกเป็น 3 ระยะด้วยกัน ดังนี้

ระยะที่ 1 ได้จากการสัมภาษณ์จากแบบสัมภาษณ์ปลายเปิด ด้วยการสนทนา ซักถาม และโต้ตอบระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์คือผู้ประกอบการ สังเกตพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจ การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล ระยะเวลาเก็บข้อมูลและสังเคราะห์ข้อมูล 1 เดือน

ระยะที่ 2 และ ระยะที่ 3 ทำควบคู่โดยมีระยะเวลาคาบเกี่ยวกันที่ 6 เดือน เริ่มจากระยะที่ 2 นำเครื่องมือด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ได้พัฒนามาทดลองใช้ โดยทำการลงโฆษณาสัปดาห์ละ 3 ครั้ง

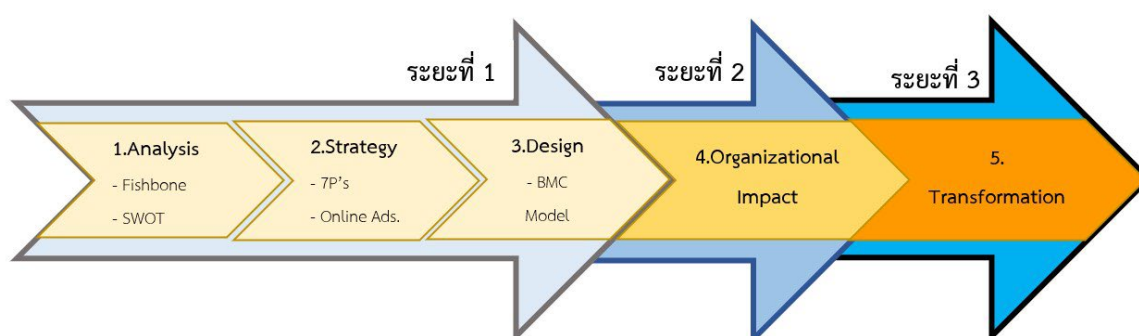
ระยะที่ 3 ทำการเก็บข้อมูลกำไรและต้นทุนจากรายงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี ด้านการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลจากการประกอบธุรกิจออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ร้อยละ วิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา และข้อมูลทุติยภาพแล้วนำเสนอข้อมูลด้วยการบรรยายเชิงพรรณนาใช้ตารางประกอบ

ผลการวิจัย

กระบวนการพัฒนาความสามารถด้านดิจิทัลในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันด้านธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1



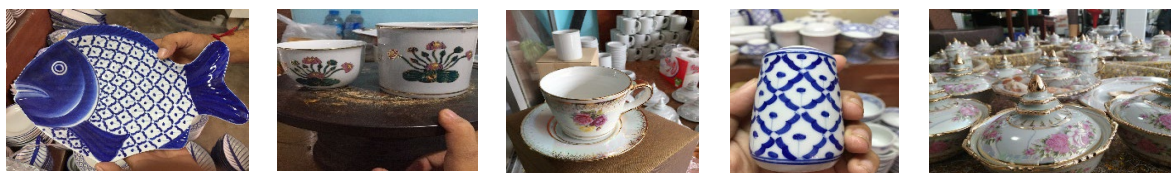
ภาพที่ 1 กระบวนการพัฒนาความสามารถด้านดิจิทัลในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจประยุกต์จากกระบวนการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล (Schallmo and Williams, 2018)

จากภาพที่ 1 เป็นภาพสรุปกระบวนการพัฒนาความสามารถด้านดิจิทัลในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี สามารถอธิบายได้เป็น 3 ระยะ คือ

ระยะแรก แบ่งเป็น 3 กระบวนการย่อย คือ (1) การวิเคราะห์ (Analysis) ได้จากการสัมภาษณ์จากแบบสัมภาษณ์ปลายเปิดนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สร้างแผนภูมิกำงปลา และวิเคราะห์ส่ว (2) กลยุทธ์ (Strategy) และ (3) การออกแบบ (Design) จะรวมอยู่ใน แผนธุรกิจ BMC Model โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ปลายเปิดแบ่งเป็น 3 ตอนมีดังนี้

(1) การวิเคราะห์ ข้อมูลที่ได้แบบสัมภาษณ์ปลายเปิดทั้ง 3 ตอนสามารถสรุปได้ดังนี้

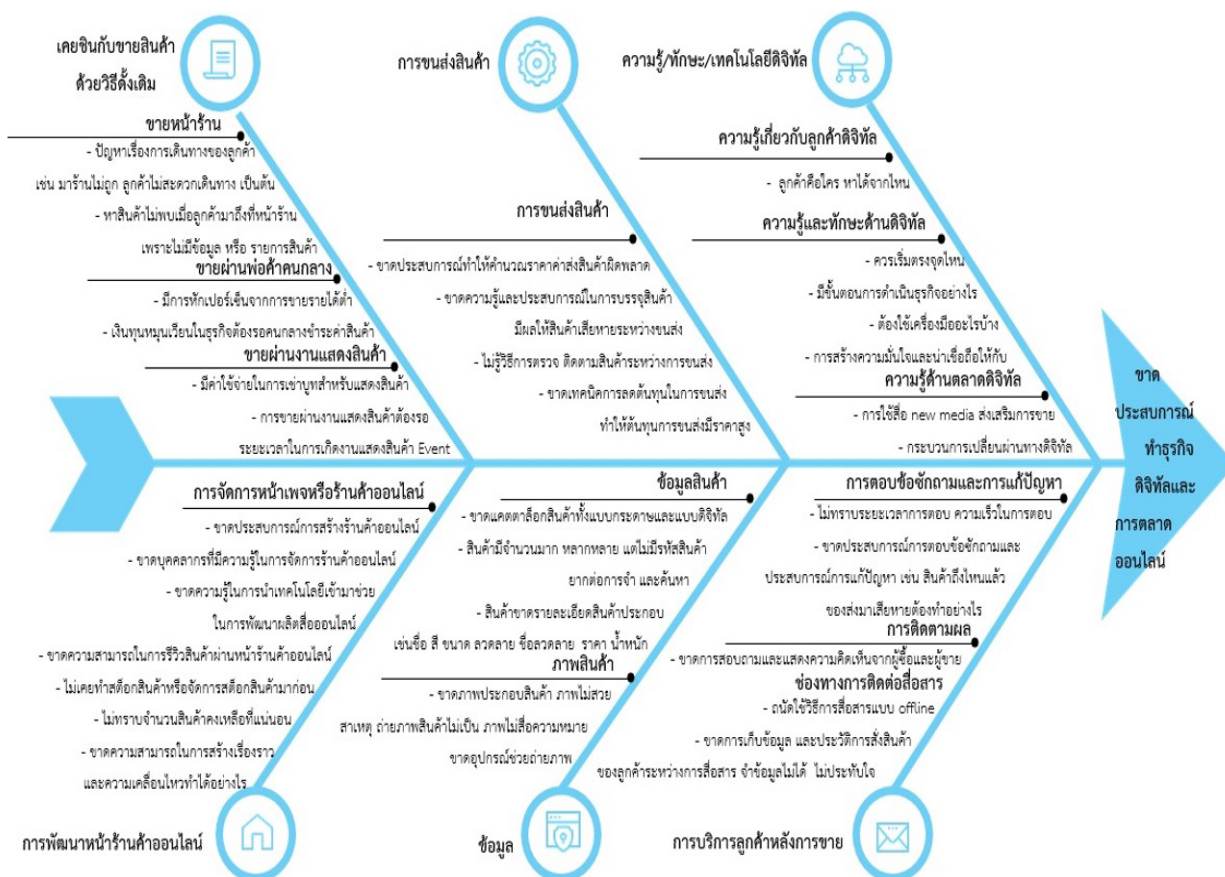
ตอนที่ 1 สภาพปัจจุบันของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี เริ่มดำเนินธุรกิจและจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนในปี 2560 คัดสรรโอท็อปอยู่ในระดับ ดาวเดียว สมาชิกมีจำนวน 7 คน เพศชาย 5 คน และเพศหญิง 2 คน ผู้ให้สัมภาษณ์อายุ 30 – 35 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีพหลักส่วนใหญ่มีอาชีพทำเครื่องเบญจรงค์ สินค้าของบ้านเบญจรงค์เป็นเครื่องปั้นดินเผาที่มีลวดลายเบญจรงค์ลายคราม และมุข ดังภาพสินค้าตัวอย่างในภาพที่ 2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจขายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยมารับไปขายตามที่ต่างๆ ลูกค้านั้นเป็นกลุ่มเดิมที่ค้าขายกันมานาน วิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานีขาดประสบการณ์และความสามารถในการหาลูกค้าผ่านระบบดิจิทัล ลูกค้าที่เป็นธุรกิจรู้จักผ่านการบอกต่อ สินค้าที่ขายให้กับธุรกิจเป็นสินค้าคัดเกรดไม่มีตำหนิ สินค้าที่ตกเกรดจะถือเป็นของเสีย



ภาพที่ 2 สินค้าของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ (ที่มา: ผู้วิจัย)

ตอนที่ 2 ความต้องการในการพัฒนาความสามารถด้านดิจิทัลทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี พบว่าวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี มีความต้องการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเป็นธุรกิจดิจิทัลและการส่งเสริมการขายด้วยระบบดิจิทัล

ตอนที่ 3 ความสามารถในการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจดิจิทัล ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ การใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลอินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนเท่านั้น ในระดับใช้งานทั่วไปไม่ใช่เพื่อการพาณิชย์ แอปพลิเคชันที่ใช้ คือ แอปพลิเคชันไลน์และเฟซบุ๊ก ขาดความรู้และความเข้าใจในการทำธุรกิจดิจิทัลสร้างแผนภูมิกำงปลา ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 การวิเคราะห์ปัญหาของบ้านเบญจรงค์ด้วยแผนภูมิแกงปลา (ที่มา: ผู้วิจัย)

การวิเคราะห์ส่วอตดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สภาพธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี

วิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths: S)	วิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses: W)
- เป็นสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะ ออกแบบและปรับแต่งได้ เช่น การใส่ข้อความ ชื่อลูกค้า ลวดลาย และ การลงสี เป็นต้น - สินค้ามีความน่าเชื่อถือจากประสบการณ์ในการขายสินค้าแบบออฟไลน์ - สินค้ามีหลายแบบหลายประเภทครอบคลุมการใช้ - สามารถซื้อได้ตามงบประมาณที่มี	- ขาดความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล - ขาดความรู้และทักษะด้านการโฆษณาออนไลน์ - สินค้าเป็นเซรามิคแตกง่าย - มีสินค้าตักค้างจำนวนมากเพราะไม่ได้มาตรฐาน (Defect Product) ทำให้มีต้นทุนสูง - สินค้าด้านศิลปหัตถกรรมต้องใช้ทักษะในการผลิตสินค้าบุคคลากรมีจำกัด
วิเคราะห์โอกาส (Opportunities: O)	วิเคราะห์อุปสรรค (Threats: T)
- นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันด้านธุรกิจ รายได้เพิ่มขึ้น จำนวนผู้ซื้อกว้างขึ้น และชื่อเสียงให้กับบ้านเบญจรงค์ (Famous) - สินค้าสามารถเป็นของขวัญ ของที่ระลึก ในโอกาสต่างๆ ได้ - เมื่อนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยจะสร้างโอกาสในการพัฒนาสินค้าสู่กลุ่มลูกค้าที่หลากหลายขึ้น	- ผู้ประกอบการไม่เคยขายออนไลน์ ขาดประสบการณ์ในการบรรจุและจัดส่งสินค้าผ่านระบบโลจิสติกส์ - เป็นสินค้าที่ไม่มีความจำเป็น

(2) กลยุทธ์ การเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน และ 3) การออกแบบ แผนธุรกิจที่
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมอยู่ในแผนธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย
9 องค์ประกอบ ดังภาพที่ 4

แผนธุรกิจ บ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี				
พันธกิจหลักในธุรกิจ	กิจกรรมหลัก	การนำเสนอคุณค่า	ความสัมพันธ์กับลูกค้า	กลุ่มลูกค้า
- บริษัทขนส่ง - โรงงานผลิตกล่องและอุปกรณ์บรรจุสินค้าและกันกระแทก - โรงงานเครื่องปั้นดินเผา - โรงงานสีและอุปกรณ์เขียนลาย - ร้านค้าทั่วไป ร้านของฝาก	- ผลิตสินค้าด้วยการสร้างลวดลายสีสันลงบนเครื่องปั้นดินเผา - การพัฒนาและดำเนินการตลาดดิจิทัล	- ปรับรูปแบบสินค้าให้เป็นสินค้าที่ใช้งานได้ -- ทรงคุณค่าเวลาใช้ - พัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ สร้างให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นจากตราสินค้า - ให้ความสำคัญกับการจํา และมีการรับประกัน การขนส่งสินค้าของกระบวนการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป	- การโปรโมท (Promotion) สินค้าและให้ข้อมูลสินค้าผ่านช่องทางดิจิทัล - เผยแพร่ข้อมูลการวิ่งสินค้า - เล่าเรื่องสินค้าเพื่อสร้างการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องผ่านหน้าเพจ	- กลุ่มลูกค้าที่มีช่วงอายุ 34 – 45 ปี - เป็นลูกค้าในกลุ่มธุรกิจคือพ่อค้าคนกลาง - กลุ่มลูกค้าใหม่ช่วงอายุ 25 – 63 ปี
	ทรัพยากรหลัก - สติ๊กเกอร์สำหรับบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า - กล่องบรรจุ - อุปกรณ์บรรจุสินค้าและกันกระแทก - เครื่องปั้นดินเผา - ค่าแรงงาน - ค่าไฟฟ้า		ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า - เข้าถึงลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลผ่านโซเชียลมีเดียต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก เพจบุ๊ก แมสเซนเจอร์ และไลน์แอปพลิเคชัน เป็นต้น	
โครงสร้างต้นทุน		รายได้หลัก		
- ค่าวัสดุชิ้นส่วนประกอบ เช่น เครื่องปั้นดินเผา ลงสี ค่าอุปกรณ์ และเคลือบ เป็นต้น - ค่ากล่อง บรรจุภัณฑ์ ค่าสติ๊กเกอร์ และตราสินค้า - ค่าขนส่ง และค่าเดินทาง - ค่าสาธารณูปโภค เช่น ค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น - ค่าการตลาด - ค่าเช่าสถานที่ ค่าไฟฟ้าและน้ำ - ค่าบริหารจัดการลูกค้า - ค่าจ้างพัฒนาสื่อเทคโนโลยีและการตลาดออนไลน์		- ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางโทรสอบถาม ติดต่อหน้าร้าน ขายผ่านระบบดิจิทัล และการออกหน้าร้าน ออกบูท (B2B) - การขายสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน		

ภาพที่ 4 แผนธุรกิจของบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี (ที่มา: ผู้วิจัย)

ระยะที่ 2 ผลกระทบที่มีต่อองค์กร (Organizational Impact) แผนธุรกิจได้ออกแบบและเครื่องมือการส่งเสริมการขายที่ได้พัฒนา ผู้วิจัยได้นำเสนอให้วิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี แล้วนำไปใช้โดยผู้วิจัยจึงดำเนินการอบรมให้ความรู้กับผู้ประกอบการและแนวการพัฒนาเข้าสู่ธุรกิจดิจิทัล หัวข้อในการอบรมประกอบไปด้วย การพัฒนาเฟสบุ๊คเป็นช่องทางการทำธุรกิจดิจิทัล การถ่ายภาพเพื่อการโฆษณา การสร้างการตลาดดิจิทัล การส่งเสริมการขาย กระบวนการบรรจุและจัดส่งติดตามสินค้า เทคนิคการบริการก่อนและหลังการขายผ่านระบบดิจิทัล แล้วจึงเริ่มทดลองในระยะที่ 2 โดยเริ่มจากปัญหาที่พบของผู้ประกอบการจากการวิเคราะห์ด้วยภูมิคุ้มกันปลาและส่วตก่อนเป็นธุรกิจดิจิทัลและปรับธุรกิจตามแผนธุรกิจโดยนำจุดแข็งและโอกาสพัฒนาตลาดอุปสรรคที่คาดว่าจะพบในการดำเนินธุรกิจ โดยใช้ตามส่วนผสมทางการตลาดเป็นกลยุทธ์ทางการขาย

ด้านกายภาพและการนำเสนอ ปัญหาที่พบกับข้อมูลของสินค้า คือ ข้อมูลของสินค้ามีจำนวนมากขาดการสรุปเป็นสารสนเทศที่เข้าใจง่าย ภาพของสินค้า ตราสินค้า การออกแบบหน้าร้านค้าออนไลน์ ยากต่อการจำและค้นหา ผู้วิจัยจึงได้ทำการพัฒนาออกแบบตราสินค้า (Design Branding) และหน้าร้านค้าผ่านเฟสบุ๊ค ดังภาพที่ 5



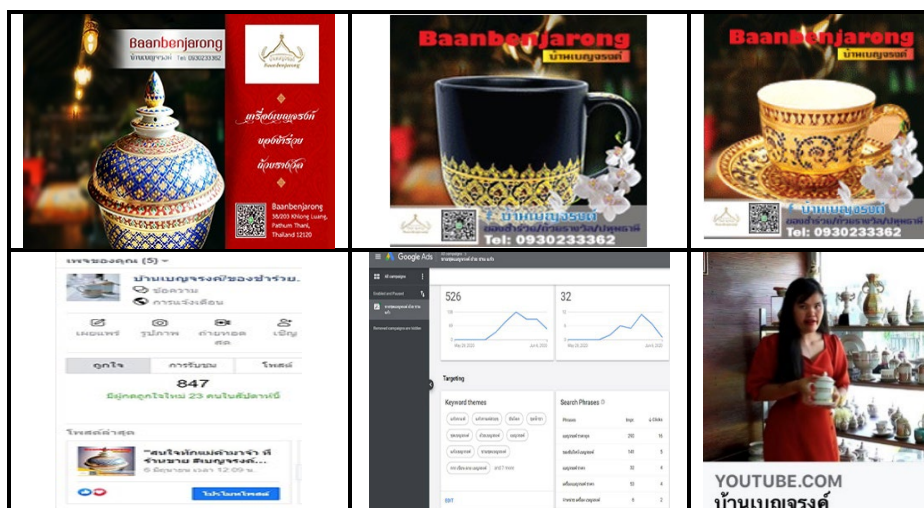
ภาพที่ 5 แบนเนอร์และการนำไปใช้ผ่านหน้าเพจเฟซบุ๊ก (ที่มา: ผู้วิจัย)

หน้าร้านออนไลน์ และแบนด์เนอร์ที่ประกอบด้วยตราสินค้าช่วยสร้างการจดจำตราสินค้า และภาพลักษณ์ให้กับวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี การปรับปรุงแคตตาล็อกดิจิทัล แสดงถึงความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และมีการสร้างความน่าใช้ (Usefulness) ด้วยการสื่อสารผ่านภาพเพื่อการโฆษณาตัวอย่างในสร้างความน่าเชื่อถือด้วยตราสินค้าและช่องทางในการติดต่อสื่อสาร การรับประกันสินค้า (Warranties) ช่วยให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้น ในส่วนการสร้างคุณค่าของแบรนด์ (Values Propositions) อีกทั้งยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship) ด้วยการตอบข้อซักถามลูกค้าผ่านระบบดิจิทัล การนำเสนอข้อมูลที่ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย เมื่อพบปัญหาต่างๆ สามารถระบุ และมีการจัดเก็บประวัติการสนทนา และสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าจากการแชร์ประสบการณ์หรือรีวิวสินค้าผ่านหน้าเฟซบุ๊ก เป็นการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น (Customer Segments) เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายขึ้นตามแผนธุรกิจด้วย และการนำเสนอสินค้าผ่านสื่อดิจิทัล

ด้านโปรโมชั่นและการโปรโมทสินค้า จากการวิเคราะห์ส่วตลาดเราพบจุดอ่อนของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี เป็นของเสียที่เป็นสินค้าต่ำกว่ามาตรฐานค้างอยู่ในสต็อกจำนวนมาก ทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าสูง

กลยุทธ์ด้านโปรโมชั่นด้วยการลดราคาสินค้ามาใช้ ผู้วิจัยได้เสนอให้ผู้ประกอบการกำจัดของเสียโดยใช้วิธีการลดราคาสินค้าตามสภาพของสินค้า แจ้งตำหนิของสินค้าให้ลูกค้าทราบชัดเจน ของเสีย แล้วลดราคาสินค้านั้นไปข้อเสียจึงกลายเป็นรายได้อีกทางหนึ่งตามแผนธุรกิจไม่ถือเป็นของเสีย (Defect Product) อีกต่อไป

การโปรโมทสินค้าด้วยการสร้างการโฆษณาออนไลน์ (Online Advertisements) การสร้างโฆษณาออนไลน์ด้วยภาพและวิดีโอส่งเสริมการขายผ่านโซเชียลมีเดียและเสิร์ชเอนจิน การเผยแพร่โฆษณาผ่านกลุ่มตลาดขายสินค้าของโซเชียลมีเดีย พัฒนาเนื้อหาดิจิทัลด้วยวิดีโอแนะนำสินค้าดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 การส่งเสริมการขายผ่านโฆษณาออนไลน์ (ที่มา: ผู้วิจัย)

ด้านบุคลากร กระบวนการ และสถานที่จัดจำหน่าย ปัญหาที่พบ คือ ขาดความรู้ ทักษะ การใช้เทคโนโลยี ดิจิทัลในการทำธุรกิจดิจิทัลผู้วิจัยได้อบรมให้ความรู้และพัฒนาความสามารถด้านดิจิทัลในกระบวนการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจพร้อมให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง เพื่อสร้างให้บุคลากร (People) ของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี สามารถดำเนินงานได้ตามแผนธุรกิจดิจิทัลที่วางไว้เป็นการปรับกระบวนการ (Process) ดำเนินธุรกิจปรับโครงสร้างและวัฒนธรรมองค์กรดิจิทัล (Reorganization Culture) และเปลี่ยนช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จากเดิมขายผ่านคนกลาง (Dealer) เป็นการขายตรง (Direct Sell) ผ่านระบบออนไลน์

ระยะที่สาม กระบวนการเปลี่ยนผ่าน (Transformation) ด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ ข้อมูลได้จากการเก็บข้อมูลกำไรและต้นทุนจากรายงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี ด้านกระบวนการดำเนินธุรกิจได้เปลี่ยนรูปแบบเป็นขายสินค้าโดยไม่ผ่านคนกลางนำธุรกิจดิจิทัลเข้ามาใช้มีการส่งเสริมการขายผ่านสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย

ผลประกอบการ กำไรและต้นทุน จากกระบวนการที่ได้ดำเนินตามแผนธุรกิจที่วางไว้ทำให้ปริมาณการขายสินค้าปลีกเพิ่มมากขึ้น กำไรเพิ่ม และมีต้นทุนที่ต่ำกว่า โดยผู้วิจัยได้ขอข้อมูลรายได้ของผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการให้มาเป็นด้านรายได้รวมแบบคาดการณ์ เนื่องจากสินค้ามีหลากหลายจำนวนมากไม่จัดเก็บข้อมูลการขายในระบบคอมพิวเตอร์มาก่อน จึงสะดวกให้ข้อมูลด้วยการจดบันทึก โดยเป็นรายได้ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ – เดือนกรกฎาคม 2563 ผู้วิจัยแบ่งเปรียบเทียบรายได้เป็น 2 ช่วงทุก 3 เดือนเพื่อหาอัตราการเจริญเติบโตโดยเฉลี่ยแบบธรรมดา

ตารางที่ 2 รายได้จากการขายสินค้าในระยะเวลาทดลองทำธุรกิจดิจิทัล

เดือน	รายได้ปี 2563							
	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	ค่าเฉลี่ย (3 เดือน)	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ค่าเฉลี่ย (3 เดือน)
รายได้ทั้งหมด	62,060	44,808	16,400	41,089	16,080	38,372	68,750	41,067
ต้นทุน	43,442	31,365	8,200	27,669	8,040	19,186	34,375	20,533
กำไร	18,618	13,443	8,200	13,420	8,040	19,186	34,375	20,533

จากตารางที่ 2 พบว่าเมื่อเปรียบเทียบกันแล้วในช่วง 3 เดือนหลังมีมีกำไรเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 53% ผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่าถึงปริมาณการขายสินค้าจะไม่ได้มากเท่าเดิม แต่กำไรสูงขึ้นและต้นทุนลดลงจากการขายตรง และไม่มีสินค้าที่ไม่ผ่านมาตรฐานตกค้างแล้ว ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยได้นำรายได้ทั้งหมด ต้นทุนและกำไร ของปี 2562 ขายผ่านพ่อค้าคนกลาง และปี 2563 ขายด้วยธุรกิจดิจิทัล ในช่วงเดือนพฤษภาคม - เดือนกรกฎาคม มาเปรียบเทียบกัน

จากร้อยละของรายได้ที่เพิ่มขึ้นพบว่าในปี 2563 มีกำไรเพิ่มขึ้นจากปี 2562 ด้วยต้นทุนที่ต่ำลงทำให้กำไรสูงขึ้น จากตารางที่ 3 ในปี 2562 ผู้ประกอบการมีต้นทุนคิดเป็นร้อยละ 70% ของทุกเดือน กำไรร้อยละ 30% ปี 2563 ผู้ประกอบการมีต้นทุนคิดเป็นร้อยละ 50% ของทุกเดือน กำไรร้อยละ 50% แสดงให้เห็นว่าบ้านเบญจรงค์มีกำไรเพิ่มขึ้นและต้นทุนต่ำลงดังแสดงในตารางที่ 3 โดยข้อมูลได้มาจากการเก็บข้อมูลกำไรและต้นทุน (Banbenjarong Community Enterprise Pathumthani Province, 2020)

ตารางที่ 3 ตารางการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายได้ของเดือนพฤษภาคม - เดือนกรกฎาคม ปี 2562 และปี 2563

เดือน	รายได้ปี 2562			รายได้ปี 2563		
	รายได้ทั้งหมด	ต้นทุน	กำไร	รายได้ทั้งหมด	ต้นทุน	กำไร
พฤษภาคม	87,070	60,949	26,121	16,080	8,040	8,040
มิถุนายน	65,430	45,801	19,629	38,372	19,186	19,186
กรกฎาคม	76,320	53,424	22,896	68,750	34,375	34,375
ค่าเฉลี่ย (3 เดือน)	76,273	53,391	22,882	41,067	20,533	20,533
รายได้ที่เพิ่มขึ้น			ร้อยละ 30%			ร้อยละ 50%

หมายเหตุ : ร้อยละรายได้ที่เพิ่มขึ้น (%) หมายถึง การเพิ่มขึ้นของค่าเฉลี่ยกำไรเมื่อเปรียบกับค่าเฉลี่ยกำไรของปีก่อน

ผู้ประกอบการสามารถทำกำไรเพิ่มขึ้นจากการขายตรงคิดเป็นร้อยละ 20% และมีต้นทุนที่ลดลงคิดเป็นร้อยละ 20% จากการสัมภาษณ์ถึงกำไรจากยอดขายที่ได้ผู้ประกอบการให้สัมภาษณ์ว่า “จะสังเกตได้ว่า 3 เดือนหลังที่ทำธุรกิจดิจิทัลกำไรเยอะขึ้น การขายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนได้มาจากการขายปลีกอย่างเดียว ไม่มีพ่อค้าคนกลางมารับสินค้าไปขายหลายเดือนแล้วเนื่องจากสถานการณ์โควิดทำให้สินค้าที่เคยขายในห้างสรรพสินค้า หรือตามตลาดนัดต่างๆ ขายไม่ได้เลย การขายส่งได้จำนวนเยอะจริงแต่กำไรน้อย ผู้ประกอบการรู้สึกปลื้มที่ตัวเองสามารถขายของ

ออนไลน์ได้ และในระยะ 2-3 เดือนที่ผ่านมาทำไมจากเพจทั้งนั้น มีลูกค้าหน้าใหม่มาตลอด หลายช่วงอายุมากขึ้น สังเกตก็มี สินค้าที่ส่งไปลูกค้าถ่ายภาพมาให้ดูสภาพไม่เสียหาย และลูกค้าเริ่มสั่งจำนวนมากขึ้นนำไปใช้เป็นของขวัญ และของที่ระลึกในงานต่างๆ มีงานเข้ามาเรื่อยๆ”

การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลด้วยธุรกิจดิจิทัล ทำให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปหน้าร้านค้าออนไลน์ ผ่านเฟสบุ๊ค การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและตลาดดิจิทัล การใช้เครื่องมือเพื่อการโปรโมท (Promotion) สินค้า ผ่านการทำโฆษณาด้วย Google Ads., Facebook Ads., YouTube Ads. และโฆษณาผ่านเสิร์ชเอนจิน มีการพัฒนา สื่อสมัยใหม่ (New Media) สร้างเนื้อหาดิจิทัล (Content Media) ด้วยวิดีโอนำเสนอสินค้า โบชัวร์สินค้าดิจิทัล (E-Poster) สร้างกระแสการแชร์ และการบอกต่อข้อมูลสินค้า เพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ผ่านกลุ่มลูกค้าออนไลน์ (Social Media) เพิ่มกระบวนการทางดิจิทัลที่ไม่มีค่าใช้จ่ายด้วยการเคลื่อนไหวในหน้าเพจอย่างต่อเนื่องเป็นการสร้างความ น่าเชื่อถือให้กับลูกค้า การสร้างข้อความส่งเสริมการขายผ่านแฮชแท็ก (Hashtag) หรือ การสร้างรีวิวสินค้า (Review) การสร้างฐานลูกค้าใหม่ผ่านการไลฟ์ความเชื่อมั่นในธุรกิจดิจิทัล ปริมาณการซื้อจากกลุ่มลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นจาก ความสะดวกในการรับสินค้าด้วยการใช้ระบบโลจิสติกส์เข้ามาช่วยในการจัดส่งสินค้า และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยการติดตามหลังการขาย

อภิปรายผล

การพัฒนาความสามารถด้านดิจิทัลในกระบวนการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจวิสาหกิจชุมชนบ้าน เบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี มีความต้องการให้พัฒนาศักยภาพเป็นธุรกิจดิจิทัลและส่งเสริมการตลาดออนไลน์ เช่นเดียวกับกระบวนการพัฒนาระบบของ (Chumpa, 2018) (Lumpu and Sadsara, 2020) โดยรูปแบบการดำเนิน ธุรกิจเดิมเป็นแบบธุรกิจกับธุรกิจ โดยมีความต้องการในการเพิ่มรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นแบบธุรกิจกับผู้บริโภค และมีความต้องการนำเทคโนโลยีที่เข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจและการส่งเสริมการขายด้วยสื่อที่ทันสมัย จึงนำ กระบวนการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ประกอบไปด้วย 5 กระบวนการ (Laudon and Travel, 2018) (Tilley and Rosenblatt, 2016) คือ เริ่มจาก (1) วิเคราะห์ธุรกิจจากปัญหาของวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัด ปทุมธานี ที่ขาดศักยภาพในด้านการใช้งานเทคโนโลยี สอดคล้องกับงานวิจัยของ บัญชา อินทะกุล กล่าวว่า จุดอ่อน ของวิสาหกิจชุมชนคือ ขาดความรู้ในการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่าย (Intagoon, 2017) (2) กลยุทธ์ และ (3) ออกแบบ เพื่อนำมาใช้ในการสร้างแผนธุรกิจ ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบแนวทางธุรกิจด้วยแผนธุรกิจ Business Model Canvas โดยนำส่วนผสมทางการตลาดเข้ามาใช้ในแผนธุรกิจด้วย ยกตัวอย่างเช่น การพัฒนาช่อง ทางการจัดจำหน่ายผ่านเฟสบุ๊ค และการทำตลาดด้วยการใช้โฆษณาออนไลน์และโซเชียลมีเดีย เป็นต้น การทดลอง กระบวนการที่ได้วางไว้ในแผนธุรกิจเพื่อหาผลกระทบต่องค์กรด้วยการทำธุรกิจดิจิทัล และการตลาดดิจิทัล ใช้เครื่องมือเพื่อการโปรโมทสินค้าผ่านการทำโฆษณาการยิงแอด สื่อโฆษณาออนไลน์ในปัจจุบันมีสถิติการใช้งานมาก การเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคจะส่งผลต่อกำไรของธุรกิจที่เพิ่มขึ้น (Boone et al., 2010) และพัฒนาสื่อที่ทันสมัย เผยแพร่ผ่านโซเชียลมีเดีย สอดคล้องกับงานวิจัยของ [(Anwar, 2016) กล่าวว่าในทวีปเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้สถานที่โฆษณาที่ตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภคและเป็นที่ยอมรับคือ โซเชียลมีเดีย มีการจัดการฐานข้อมูล สร้างหน้าร้านออนไลน์ จากการประยุกต์ใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ และการพัฒนาการตลาดดิจิทัลที่นำมาซึ่งรูปแบบ การตลาดแบบใหม่และธุรกิจใหม่ (Robles, 2015) และผลที่ได้จากการเปลี่ยนผ่านด้วยการพัฒนาความสามารถด้าน

ดิจิทัลทำให้วิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี มีกำไรเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 20% ของยอดขายเดิม และมีต้นทุนการขายสินค้าที่ลดลงคิดเป็นร้อยละ 20% ของต้นทุนการขายเดิม กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างมีความสัมพันธ์กับการที่ธุรกิจนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างในตลาดสร้างคุณค่าให้กับผู้ซื้อ (Kotarba, 2018) ทำให้เกิดความสามารถทำกำไรที่เพิ่มขึ้น (Schwertner, 2017) เทคโนโลยีดิจิทัล คือ ปัจจัยที่สำคัญที่นำมาซึ่งกระบวนการเปลี่ยนผ่านที่มีผลต่อคนและวัฒนธรรมองค์กร (Rachinger, 2019) นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ งานวิจัยฉบับนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับวิสาหกิจชุมชนอื่นด้วยการนำกระบวนการทั้ง 5 ขั้นตอนนี้เป็นต้นแบบได้ เพื่อพัฒนาเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

- 1.1 เป็นแนวทางในการพัฒนาแผนธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนของตนเองเพื่อเพิ่มรายได้
- 1.2 สร้างแนวทางการประยุกต์ใช้สื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียแก่วิสาหกิจชุมชน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรมีการพัฒนานำแผนธุรกิจมาใช้กับวิสาหกิจชุมชนอื่นโดยเลือกประยุกต์ใช้เทคโนโลยีโซเชียลมีเดียที่มีความเหมาะสมตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจด้วย
- 2.2 ควรมีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถรองรับการทำงานของวิสาหกิจชุมชนได้หลากหลาย เพื่อช่วยลดขั้นตอนการจัดเก็บเอกสารได้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ และความอนุเคราะห์จากผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณทุกท่านที่เกื้อหนุนงานวิจัยที่มีประโยชน์ต่อสังคม

เอกสารอ้างอิง

- Anwar, M.I. (2016). Consumer Attitudinal Insights About Social Media Advertising: A South Asian Perspective. *The Romanian Economic Journal*, 45(2), 265 - 288.
- Banbenjarong Community Enterprise Pathumthani Province. (2020). *Profit and Cost Financial Report 2019-2020*. Pathumthani: Community Enterprise.
- Bose, T. K. (2012). Application of Fishbone Analysis for Evaluating Supply Chain and Business Process - A Case Study on The ST James Hospital. *International journal of Managing Value and Supply Chains (IJMVSC)*, 3(2), 17 - 24.
- Chumpa, W. (2018). The Development of Information System for Complaint and Follow Up from Local People to Public Sector. *Journal of Sripatum Review of Science and Technology*, 9(1), 106 - 117. (in Thai)

- Chumtakhob, D. (2020). Sufficiency Economy: An Alternative Survival Strategy for the COVID-19 Pandemic. *Journal of Multidisciplinary Academic Research and Development*, 2(3), 11-22. (in Thai)
- Gloria et al. (2010). *Emerging Trends in Online Advertising*. *Doxa Communication*, 5(1) 241 - 253.
- Intagoon, B. (2017). *Strategic to Develop to Increase the Potentiality in Management of Small And Micro Economic Enterprise in Chiang Mai Sustainably*. Chiang Mai: Chiang Mai Rajabhat University. (in Thai)
- Kaewkhankrai, T. (2017). Survive the Economic Crisis by Implementing Community Enterprise. *Journal of Rajabhat Buriram*, 9, 33-50. (in Thai)
- Kanokhong, K. (2018). A Guideline for Development and Management of Organic Vegetable Community Enterprise Network in Chiang Mai Province. *Journal of Community Development and Life Quality*, 6(2), 261-270. (in Thai)
- Kerin, R. and Hartley, S. (2017). *Marketing*. 13th ed. New York: McGraw-Hill.
- Kotarba, M. (2018). Digital Transformation of Business Models. *Foundations of Management*, 10, 123-142.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management*. 14th ed. New Jersey: Pearson Education.
- Laudon, K. and Traver, C. (2018). *E-Commerce*. 14th ed. New York, United States of America: Pearson Education.
- Lumpu, M.N. and Sadsara, S. (2020). The Development of Information System for The Sweet Potato Production Management: A Case Study of Tub-Nam Sub-District, Bang Pahan District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Sripatum Review of Humanities and Social Sciences*, 9(1), 98 – 105. (in Thai)
- Ministry of Agriculture and Cooperatives. (2012). *Information of Community Enterprise Promotion Division*. [Online]. Retrieved February 14, 2021, From: <http://smce.doae.go.th/aboutus.php>. (in Thai)
- Rachinger, M. (2019). Digitalization and Its Influence on Business Model Innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(8), 1143-1160.
- Robles, E. (2015). How to Identify Disruptive New Business. *Review of Business and Finance Studies*, 6(1), 121 - 130.
- Schallmo, R.A. and Williams, A. (2018). *Digital Transformation Now! Guiding the Successful Digitalization of Your Business Model*. Charm, Switzerland: Springer International Publishing.
- Schwertner, K. (2017). Digital Transformation of Business. *Trakia Journal of Sciences*, 15(1), 388 - 393.
- Tilley, S. and Rosenblatt, H. J. (2016). *Systems Analysis and Design*. 11th ed. Florida, United States of America: Cengage Learning.

การสร้างกลยุทธ์ตลาดแนวใหม่เพื่อยกระดับความสามารถในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก

อรอุมา นาทสีทา^{1,*}, วรณดี สุทธินรากร², ภัทรวรรณ จีรพัฒน์ธนธร³

^{1,2,3} สาขาอาชีพศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Received: 7 February 2022

Revised: 19 May 2022

Accepted: 19 May 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) สถานการณ์ในการจำหน่ายในตลาดออฟไลน์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก (2) พฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนในตลาดออฟไลน์และออนไลน์ จังหวัดนครนายก (3) สร้างกลยุทธ์ตลาดแนวใหม่ในตลาดออฟไลน์และออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก โดยใช้ระเบียบและวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed method) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และแบบสำรวจระหว่างเดือน มกราคม - ตุลาคม 2562 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย วิเคราะห์เนื้อหา และวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า (1) จังหวัดนครนายกพบตลาดในรูปแบบตลาดท้องถิ่น/ตลาดทางเลือกมากที่สุดจำนวน 138 แห่ง (2) ตลาดออฟไลน์กลุ่มผู้บริโภคเป็นเพศหญิงมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ อาหารสด ผัก และผลไม้ ร้อยละ 53.75 จำนวนเงินที่ใช้จ่ายต่อครั้งน้อยกว่า 2,000 บาท ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการใช้พลังของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายส่งผลในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$) ตลาดออนไลน์กลุ่มผู้บริโภคเป็นเพศชายและเพศหญิงมีอายุระหว่าง 41-50 ปีซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ่านไลน์ (Line) ร้อยละ 32.40 ซื้อสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ ด้านการใช้พลังของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายส่งผลในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.85$) และ (3) กลยุทธ์ตลาดแนวใหม่ทั้งในตลาดออฟไลน์และตลาดออนไลน์ คือ กลยุทธ์เชิงรุก ในตลาดออฟไลน์ คือ กลยุทธ์รักษฐานลูกค้าเดิมและกลยุทธ์การเพิ่มลูกค้ารายใหม่และขยายพื้นที่สินค้าชนิดใหม่ ในตลาดออนไลน์ คือ กลยุทธ์ด้านตลาดและผู้บริโภคและกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด

คำสำคัญ: กลยุทธ์ตลาดแนวใหม่ วิสาหกิจชุมชน การจำหน่ายผลิตภัณฑ์

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: onuma.nat@cdti.ac.th

Construction of New Marketing Strategy to Enhance Distribution Ability of Community Enterprises in Nakhon Nayok Province

Onuma Natseeta^{1,*}, Wandee Sutthinarakorn², Pattarawat Jeerattanatorn³

^{1,2,3} Department of Vocational Education, Faculty of Education, Kasetsart University

Received: 7 February 2022

Revised: 19 May 2022

Accepted: 19 May 2022

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the situation of product selling in offline market of community enterprises in Nakhon Nayok province; (2) to study behaviors of the consumers on buying the products from the offline and online markets of community enterprises in Nakhon Nayok province; and (3) to construct a new marketing strategy for offline and online markets of community enterprises in Nakhon Nayok province. This study employed the mixed-method research methodology. The data were collected with the use of questionnaires, an interview form, and a survey form between January and October 2019. Then, the data were analyzed by using the frequency, percentage, mean, content analysis and SWOT analysis. The results revealed that (1) in Nakhon Nayok province, there were 138 local/alternative markets; (2) in the offline market, most of the consumers were females with more than 60 years of age, who bought agricultural products such as fresh foods, fresh vegetables and fruits for 53.75 percent, and spent less than 2,000 baht per shopping day; the marketing mix factor that had the highest effect on the consumers' behaviors of buying products of community enterprises was the use of power by the producers or sellers, with the rating mean at the highest level ($\bar{X}$ = 4.60); as for the online market, the consumers were men and women, aged 41-50 years, who bought the products of community enterprises via LINE application for 32.40 percent; the bought products were clothes and cosmetics; the marketing mix factor that had the highest effect on the consumers' behaviors of buying products of community enterprises was the use of power by the producers or sellers, with the rating mean at the highest level ($\bar{X}$ = 4.85); and (3) the new marketing strategies in both the offline and online markets were the proactive strategies; in the offline market, the proactive strategies include the customer retention strategy, the increasing new customers strategy, and the new products market expansion strategy; while in the online market, the proactive strategies included the marketing and consumer strategy and the marketing mix strategy.

Keywords: New marketing strategy, Community enterprises, Product selling

* Corresponding Author; Email: onuma.nat@cdti.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคไทยแลนด์ 4.0 เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนมากยิ่งขึ้นบวกกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ที่ได้น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาและบริหารประเทศโดยยึดหลักคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมการสนับสนุนและส่งเสริมแนวความคิดการปฏิรูปประเทศ และการพัฒนาสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขและการขับเคลื่อนชุมชนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ของกรมพัฒนาชุมชน พ.ศ. 2560-2564 ภายใต้วิสัยทัศน์ “ชุมชนเข้มแข็ง เศรษฐกิจฐานรากมั่นคง” ที่มีเป้าหมายสุดท้าย คือ ประชาชนในหมู่บ้านมีความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจและภูมิปัญญาท้องถิ่นยกระดับไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อลดความยากจนและเพิ่มรายได้สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในชุมชนและเป็นฐานในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 (Office of the National Economic and Social Development Council, 2016)

วิสาหกิจชุมชนเป็นธุรกิจที่เกิดจากการรวมตัวกันของคนในชุมชนซึ่งเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การจำหน่ายหรือการให้บริการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคนในชุมชนที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกัน เพื่อสร้างรายได้ให้สามารถพึ่งพาตนเองและครอบครัวได้ จากผลการสำรวจจำนวนวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยที่ได้รับการจดทะเบียนและเป็นกลุ่มที่เข้มแข็งสามารถสร้างรายได้เป็นฐานเศรษฐกิจให้กับประเทศได้มีจำนวน 87,446 กลุ่ม (Community Enterprise Promotion Division, 2022) แต่ทั้งนี้ยังพบข้อบกพร่องของวิสาหกิจชุมชนในหลายประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน คือการขาดระบบการบริหารจัดการการเงินเนื่องจากผู้นำกลุ่มเป็นเจ้าของกิจการเพียงผู้เดียว ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังต้องมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบทั้งกระบวนการผลิตการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบสู่ผลผลิตด้านการตลาด ด้านการจัดการ และการดำเนินงานของวิสาหกิจโดยการมีส่วนร่วมจะส่งผลให้เศรษฐกิจของชุมชนมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน (Jirayukul et al., 2017) นอกจากนี้ Inbueng, Kunpalin, and Toopoj (2021) กล่าวถึงปัญหาของการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จะนำไปสู่เข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ด้านการเงินการจ่ายเงินปันผล เงินออม สวัสดิการ ด้านการตลาดขายผ่านสื่อออนไลน์ ด้านการผลิตใช้วัตถุดิบจากทุนชุมชน ด้านการจัดการมีทุนหมุนเวียนจากการระดมทุน การตั้งคณะกรรมการ ด้านการมีส่วนร่วมมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับสมาชิก ด้านผู้นำศักยภาพด้านการประกอบการ และด้านนโยบายภาครัฐส่งเสริมให้ได้รับการรับรองจดทะเบียนมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

จังหวัดนครนายกมีพื้นที่ติดกับกรุงเทพฯ ประกอบไปด้วย 4 อำเภอ คือ อ.เมืองนครนายก อ.บ้านนา อ.ปากพลี อ.องครักษ์ มีสภาพพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบมีรอยต่อ 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดสระบุรี จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดปราจีนบุรี ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ปศุสัตว์ ประมง ตามลำดับ มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนจำนวน 281 กลุ่ม (Community Enterprise Promotion Division, 2022) ซึ่งจากการศึกษาของ Paekul et al., (2021) พบสภาพปัญหาและปัจจัยที่เป็นจุดด้อยในการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก จะเห็นได้ว่ายังขาดการพัฒนาทักษะที่จำเป็น เช่น ทักษะด้านการตลาด การใช้สื่อออนไลน์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาด ขาดเทคโนโลยีที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตสินค้า ขาดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้นำขาดความริเริ่มสร้างสรรค์ ขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ขาดการนำเสนอทางการตลาดที่โดดเด่น และแตกต่างเพื่อดึงดูดความสนใจผู้บริโภค และการนำความรู้ที่ได้

จากภายนอกมาปรับใช้ในการดำเนินงานวิสาหกิจ จากปัญหาดังกล่าวกลุ่มวิสาหกิจควรได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต จำหน่ายและการบริหารจัดการ เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถพึ่งพาตัวเองได้ในระยะยาว

ดังนั้นการพัฒนาชุมชนเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็งตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพิ่มศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง การสร้างกลยุทธ์ตลาดแนวใหม่เพื่อยกระดับความสามารถในอาชีพของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก จึงเป็นหนทางสำคัญที่ช่วยให้วิสาหกิจชุมชนก้าวข้ามข้อจำกัดในการดำเนินกิจกรรมทางการผลิตและการตลาด ซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับเศรษฐกิจฐานรากให้มีพื้นที่ในการพัฒนาประเทศ โดยขับเคลื่อนผ่านยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนที่ผลักดันให้มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็งและแข่งขันได้ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570 ที่ยังคงน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นหลักปรัชญานำทางในการขับเคลื่อนและวางแผนการพัฒนาประเทศและช่วยพัฒนาส่งเสริมให้จำนวนวิสาหกิจชุมชนเพิ่มมากขึ้นสามารถเป็นฐานเศรษฐกิจในการพัฒนาประเทศ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน ในตลาดออฟไลน์ จังหวัดนครนายก
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนในตลาดออฟไลน์และตลาดออนไลน์ จังหวัดนครนายก
3. เพื่อสร้างกลยุทธ์ตลาดแนวใหม่ในตลาดออฟไลน์และตลาดออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การศึกษาการสร้างกลยุทธ์ตลาดแนวใหม่เพื่อยกระดับความสามารถในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก เป็นงานวิจัยแบบผสม (Mixed method) โดยใช้วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวิธีการดำเนินงานวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยในจังหวัดนครนายกตามการสำรวจสถิติประชากรจำนวน 260,093 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครนายก จำนวน 265 คน สุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) กลุ่มผู้บริโภคสินค้าวิสาหกิจชุมชนในตลาดออฟไลน์ จังหวัดนครนายก 400 คน สุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และกลุ่มผู้บริโภคสินค้าวิสาหกิจชุมชนในตลาดออนไลน์ จำนวน 108 คนจากกลุ่มไลน์ตู้กับข้าวสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling)

เครื่องมือวิจัย

1. แบบสำรวจจำนวนตลาดออฟไลน์ในจังหวัดนครนายก ได้แก่ สถานที่ตั้ง ประเภทสินค้าที่จำหน่าย
2. แบบสอบถามพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบ 3 ตอน ได้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.75 ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว อาชีพ เป็นแบบสอบถามเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ประเภทของสินค้าวิสาหกิจชุมชนที่ซื้อในจังหวัดนครนายก วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน ความถี่ในการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนต่อครั้ง บุคคลหรือปัจจัยแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน สถานที่ที่นิยมเลือกซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน (Check list)

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่จำหน่ายสินค้า ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านพนักงานจำหน่าย ด้านข่าวสารและด้านการใช้พลังของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5 Rating Scale)

3. สัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนิดกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured interview) ได้แก่ ชื่อกลุ่ม สถานที่ติดต่อ จุดอ่อนและจุดแข็งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยศึกษาสภาพจริงตลาดของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายกที่ดำเนินการในตลาดออฟไลน์ สํารวจและสัมภาษณ์เก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม - มีนาคม 2562

2. ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก ในตลาดออฟไลน์และตลาดออนไลน์ สํารวจโดยใช้การแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครนายก จำนวน 400 คน และกลุ่มผู้บริโภคสินค้าวิสาหกิจชุมชนในตลาดออนไลน์ จำนวน 108 คน ในกลุ่มไลน์ผู้กับข่าวเก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2562

3. ผู้วิจัยนำผลการศึกษาทั้ง 2 ระยะมาสังเคราะห์เพื่อจัดทำกลยุทธ์ในการพัฒนาตลาดของวิสาหกิจชุมชน โดยเปิดเวทีชุมชน (Public hearing) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน - สิงหาคม 2562

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์สภาพจริงตลาดของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายกที่ดำเนินการในตลาดออฟไลน์วิเคราะห์ด้วยค่าความถี่

2. วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก ในตลาดออฟไลน์และตลาดออนไลน์วิเคราะห์ด้วยค่าความถี่และค่าเฉลี่ย

3. วิเคราะห์การสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและเปิดเวทีโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

1. สภาพจริงของวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการในตลาดออฟไลน์ จังหวัดนครนายก

จากตารางที่ 1 ตลาดที่พบมากที่สุดคือ ตลาดทางเลือกและตลาดท้องถิ่น มีจำนวน 138 แห่ง รองลงมาคือ ตลาดประชารัฐ จำนวน 136 แห่ง ดังนั้นตลาดที่เหมาะสมกับการจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนในตลาดออฟไลน์คือตลาดทางเลือกตลาดท้องถิ่นและตลาดประชารัฐ

ตารางที่ 1 สรุปจำนวนวิสาหกิจชุมชนและตลาดในตลาดออฟไลน์ ในจังหวัดนครนายก

ชื่ออำเภอ	จำนวน วิสาหกิจชุมชน (แห่ง)	ตลาด			
		ตลาดทางเลือก และตลาดท้องถิ่น (แห่ง)	ตลาดกระแส หลัก (แห่ง)	ตลาด ประชารัฐ (แห่ง)	ตลาดในสถานที่ ท่องเที่ยว (แห่ง)
อำเภอเมือง	62	61	19	55	45
อำเภองครักษ์	61	26	7	29	6
อำเภอปากพลี	67	29	2	14	9
อำเภอบ้านนา	75	22	3	38	12
รวม	265	138	31	136	72

2. พฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนในตลาดออฟไลน์

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00 มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75 รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 ประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 78 คน คิดเป็น ร้อยละ 19.50

ตารางที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนในตลาดออฟไลน์ (n = 400)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	288	72.00
อายุ		
มากกว่า 60 ปี	112	28.00
การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	200	58.75
รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	216	54.00
จำนวนสมาชิกในครอบครัว		
4 คน	187	46.75
อาชีพ		
เกษตรกร	78	19.50

จากตารางที่ 3 ผู้บริโภคนิยมซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเช่น ผัก และผลไม้ จำนวน 215 คน ร้อยละ 53.75 ซื้อเพื่อบริโภคเอง จำนวน 113 คน ร้อยละ 28.25 ซื้อตามเทศกาลหรือเดินทางไปท่องเที่ยว จำนวน 150 คน ร้อยละ 37.50 ซื้อสินค้าต่ำกว่า 2,000 บาท จำนวน 363 คน ร้อยละ 90.75 คนในครอบครัวส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

มากที่สุด จำนวน 149 คน ร้อยละ 37.25 และนิยมซื้อสินค้าในตลาดทางเลือกและตลาดท้องถิ่น จำนวน 176 ร้อยละ 44.00

ตารางที่ 3 พฤติกรรมการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครนายก (n = 400)

ประเด็น	พฤติกรรมการซื้อสินค้า	จำนวนที่เลือก (คน)
ประเภทของสินค้าวิสาหกิจชุมชนที่ซื้อในจังหวัดนครนายก	ผลิตผลทางการเกษตรเช่น ผัก และผลไม้	215 (53.75)
วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน	ซื้อบริโภคเอง	113 (28.25)
ความถี่ในการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน	ซื้อตามเทศกาลหรือเดินทางไปท่องเที่ยว	150 (37.50)
จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนต่อครั้ง	น้อยกว่า 2,000 บาท	363 (90.75)
บุคคลหรือปัจจัยแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน	คนในครอบครัว	149 (37.25)
สถานที่ที่นิยมเลือกซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน	ตลาดทางเลือกและตลาดท้องถิ่น	176 (44.00)

จากตารางที่ 4 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของวิสาหกิจมากที่สุด ได้แก่ ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าในแต่ละบุคคลอย่างเป็นกันเอง ($\bar{X}$ = 4.60) (SD=.461) การเป็นสมาชิกเพื่อรับส่วนลด ($\bar{X}$ = 4.45) (SD=.160) ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ($\bar{X}$ = 4.40) (SD=.759) ข่าวสารที่บอกกล่าวให้ลูกค้ามีความน่าเชื่อถือ ($\bar{X}$ = 4.40)(SD=.759) และช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่จำหน่ายสินค้ามีชื่อร้านชัดเจน ($\bar{X}$ = 4.25) (SD=.745)

ตารางที่ 4 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน (n = 400)

ส่วนประสมทางการตลาด	ประเด็นสอบถาม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ผลิตภัณฑ์	ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค	4.40	.759	มากที่สุด
ราคา	แสดงรายละเอียดของราคาอย่างชัดเจน	4.12	.812	มาก
ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่จำหน่ายสินค้า	มีชื่อร้านชัดเจน	4.25	.745	มากที่สุด
ส่งเสริมการตลาด	การเป็นสมาชิกเพื่อรับส่วนลด	4.45	.160	มากที่สุด
บรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	4.08	.828	มาก
พนักงานจำหน่าย	พนักงานจำหน่ายสนทนาได้ด้วยความสุภาพ	4.15	.798	มาก
ข่าวสาร	ข่าวสารที่บอกกล่าวให้ลูกค้ามีความน่าเชื่อถือ	4.40	.759	มากที่สุด
การใช้พลังของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย	ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าในแต่ละบุคคลอย่างเป็นกันเอง	4.60	.461	มากที่สุด

3. พฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนในตลาดออนไลน์

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและเพศชายคิดเป็นร้อยละ 50.00 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 46.30 มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 มีสมาชิกในครอบครัว 2 คน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 29.60

ตารางที่ 5 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนในตลาดออนไลน์ (n = 108)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	54	50.00
หญิง	54	50.00
อายุ		
41-50 ปี	27	25.00
การศึกษา		
ปริญญาตรี	50	46.30
รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน		
10,000 -20,000 บาท	43	39.80
จำนวนสมาชิกในครอบครัว		
2 คน	38	35.30
อาชีพ		
ธุรกิจส่วนตัว	32	29.60

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย เช่น ผ้าพันคอ ผ้าถักโครเชต์ เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า หมวก สร้อยคอ ต่างหู แหวน กำไล จำนวน 75 คน ร้อยละ 69.70 ซื้อเพื่อบริโภคเองและเป็นของฝากจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40 ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 24.10 ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนน้อยกว่า 2,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 และผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนจากผ่านไลน์ (Line) คิดเป็นร้อยละ 32.40

ตารางที่ 6 พฤติกรรมการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครนายก (n = 108)

ประเด็น	พฤติกรรมการซื้อสินค้า	จำนวนที่เลือก (คน)
ประเภทของสินค้าวิสาหกิจชุมชนที่ซื้อในจังหวัดนครนายก	สินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายเช่น ผ้าพันคอ ผ้าถักโครเชต์ เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า หมวก สร้อยคอ ต่างหู แหวน กำไล	75 (69.70)
วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน	บริโภคเองและเป็นของฝาก	48 (44.40)
ความถี่ในการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน	1-2 ครั้งต่อเดือน	26 (24.10)
จำนวนเงินที่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนต่อครั้ง	น้อยกว่า 2,000 บาท	72 (66.70)
บุคคลหรือปัจจัยแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน	คนในครอบครัว	67 (62.00)
ช่องทางนิยมเลือกซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน	ไลน์ (Line)	35 (32.40)

จากตารางที่ 7 พบว่าส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของวิสาหกิจมากที่สุดได้แก่ ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายดำเนินการเมื่อมีเรื่องร้องเรียนด้วยความรวดเร็ว ($\bar{X}$ = 4.85)(SD=.595) จัดโปรโมชั่น เช่น ซื้อ 1 แถม 1 เป็นต้น ($\bar{X}$ = 4.41) (SD=.956) ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ($\bar{X}$ = 4.38) (SD=.770) บอกกล่าวโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X}$ = 4.31) (SD=.860) และช่องทางการจัดจำหน่ายเข้าถึงได้ง่าย ($\bar{X}$ = 4.25) (SD=.750)

ตารางที่ 7 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชน (n = 108)

ส่วนประสมทางการตลาด	ประเด็นสอบถาม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ผลิตภัณฑ์	ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค	4.38	.770	มากที่สุด
ราคา	แสดงรายละเอียดของราคาอย่างชัดเจน	4.20	.840	มาก
ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่จำหน่ายสินค้า	ตลาดออนไลน์เข้าถึงได้ง่าย	4.25	.750	มากที่สุด
ส่งเสริมการตลาด	จัดโปรโมชั่น เช่น ซื้อ 1 แถม 1 เป็นต้น	4.41	.956	มากที่สุด
บรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	4.06	.830	มาก
พนักงานจำหน่าย	พนักงานจำหน่ายสนทนาได้ด้วยความสุภาพและรวดเร็ว	4.17	.815	มาก
ข่าวสาร	บอกกล่าวโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง	4.31	.860	มากที่สุด
การใช้พลังของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย	ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายดำเนินการเมื่อมีเรื่องร้องเรียนด้วยความรวดเร็ว	4.85	.595	มากที่สุด

4. กลยุทธ์ตลาดแนวใหม่ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก

ผู้วิจัยเปิดเวทีชุมชนกับวิสาหกิจชุมชนในวันอังคาร 30 กรกฎาคม 2562 เพื่อนำเสนอผลการสำรวจจากระยะที่ 1 และระยะที่ 2 นำเสนอต่อวิสาหกิจชุมชนและให้วิสาหกิจชุมชนนำเสนอจุดแข็งและจุดอ่อนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยปัจจัยภายในคือสภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และปัจจัยภายนอกคือสภาวะทางการตลาด ดังนี้

ตารางที่ 8 ตารางวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของวิสาหกิจชุมชน

ปัจจัยภายใน (สภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน)	ปัจจัยภายนอก (สภาวะการณ์ทางการตลาด)
จุดแข็ง 1) สมาชิกมีความรู้ ความสามารถในการผลิตในระดับของภูมิปัญญา ซึ่งต้องการการต่อยอดที่เหมาะสม 2) สมาชิกมีความรักและสามัคคีภายในกลุ่ม ซึ่งเป็นพื้นฐานที่ดีของกระบวนการกลุ่ม 3) สินค้าของวิสาหกิจชุมชนมีความหลากหลาย ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน 4) สินค้าไม่ใส่สารกันบูดในกระบวนการผลิต ทำให้ได้ผลผลิตที่ปลอดภัย มีผลดีสุขภาพ ซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค จุดอ่อน 1) การบริหารจัดการสมาชิกภายในกลุ่ม (1.1) สมาชิกในกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุทำให้การผลิต หรือกระบวนการอื่นล่าช้าไปบ้าง และขาดความชำนาญในการแปรรูป (1.2) สมาชิกไม่มีความรู้ด้านการขายสินค้าออนไลน์ การใช้สารกันบูดจึงทำให้สินค้าที่ผลิตมาบูดเสียได้ง่าย และขาดองค์ความรู้ในเรื่องของการออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์ทำให้ไม่มีบรรจุภัณฑ์และฉลากที่สวยงาม (1.3) สมาชิกบางกลุ่มยังไม่เข้มแข็งมากพอ เนื่องจากพึ่งรวมตัวกัน (1.4) สมาชิกขาดการรวมกลุ่มอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีภาระงานในหลายกิจกรรม (1.5) สมาชิกของกลุ่มเป็นผู้หญิง ทำให้การขนย้ายอุปกรณ์ลำบากและไม่สามารถขับรถได้ 2) การบริหารจัดการ 2.1 ด้านงบประมาณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขาดเงินทุนในการหมุนเวียนในดำเนินกิจกรรมกลุ่มและการสร้างโรงเรือน 2.2 ด้านวัตถุดิบ วิสาหกิจชุมชนบางกลุ่มเผชิญกับปัญหาวัตถุดิบมีราคาสูง เนื่องจากต้องนำเข้าจากชุมชนอื่น สินค้าบางชนิดเก็บไม่ได้นานมีกลิ่นเหม็นหืนเร็ว และสินค้าบางชิ้นมีน้ำหนักมากทำให้มีค่าใช้จ่ายขนส่งสูงสำหรับการจัดจำหน่ายในระบบออนไลน์ 2.3 ด้านอุปกรณ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขาดเครื่องมือผลิตที่ทันสมัยเพราะเครื่องมือมีราคาแพง ไม่มีโรงเรือนในการผลิต	ตลาดออฟไลน์ โอกาสที่ได้จากพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้า 1) ผู้บริโภคในตลาดออฟไลน์นิยมซื้อสินค้าในตลาดท้องถิ่น และตลาดประชารัฐ สินค้าที่ได้รับการตอบรับจากลูกค้าคือ ผลผลิตทางการเกษตรเช่น ผักและผลไม้ อาหารแปรรูป เช่น น้ำพริก 2) ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าในตลาดออฟไลน์ ได้แก่ ความปลอดภัยต่อผู้บริโภค มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานและมีความแปลกใหม่ แสดงรายละเอียดของราคาอย่างชัดเจนเหมาะสมกับคุณภาพและเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายมีชื่อร้านชัดเจน จัดระเบียบ หมดห่วง มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด จัดรายการเพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสร่วมสนุกเพื่อชิงของรางวัล บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีฉลากที่ชัดเจน มีวันผลิตและวันหมดอายุ และมีความสวยงาม ทันสมัย พนักงานจำหน่ายสนทนาได้ตอบด้วยคำสุภาพ มีจิตบริการที่ดี และมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ผู้ผลิตสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเป็นกันเองสร้างความแตกต่างเพื่อจูงใจหรือความดึงดูดใจลูกค้าและชาวสารที่บอกกล่าวให้ลูกค้ามีความน่าเชื่อถือ บอกกล่าวโปรโมชันต่างๆ ให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง และมีป้ายหรือข้อความประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้า อุปสรรค การจำหน่ายสินค้าในตลาดออฟไลน์มีข้อจำกัดดังนี้ สถานที่จำหน่ายเข้าถึงยาก บางครั้งผู้บริโภคเดินทางตามแผนที่ออนไลน์ไม่พบเนื่องจากเส้นทางซับซ้อน บางร้านไม่มีข้อมูลออนไลน์ ทำให้ไม่สามารถสั่งสินค้าได้และการจัดหน้าร้านไม่ดึงดูด ไม่มีความน่าสนใจ ตลาดออนไลน์ โอกาสที่ได้จากพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้า 1) ผู้บริโภคในตลาดออนไลน์นิยมเลือกซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (Line) และเฟซบุ๊ก (Facebook) นิยมซื้อสินค้าที่ซื้อ ผ่าพันคอ ผ่าถักโครเชต์ เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า หมวก สร้อยคอ ต่างหู แหวน กำไล อาหารแปรรูปพร้อมบริโภค เช่น น้ำพริก เป็นต้น 2) ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดออนไลน์ในการซื้อสินค้าออนไลน์ ได้แก่ ผลิภัณฑ์ปลอดภัยต่อผู้บริโภคมีความหลากหลายและมีความแปลกใหม่มีราคาไม่แพงเหมาะสมกับคุณภาพและเศรษฐกิจ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ระบบการชำระเงิน เป็นต้นมีความสะดวกและปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์ จัดโปรโมชัน เช่น ซื้อ 1 แถม 1 เป็นต้น มีการแนะนำสินค้าใหม่ให้ลูกค้าทราบ และจัดรายการเพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสร่วมสนุกเพื่อชิงของรางวัล เช่น การตอบคำถาม อุปสรรค 1) การโต้ตอบในการจำหน่ายช้า 2) หน้าร้านสินค้าที่แสดงควรแสดงตามจริงหรือใกล้เคียงของจริง 3) ไม่มีระบบร้องเรียนและสามารถแก้ปัญหาได้รวดเร็ว เช่น ต้องการเปลี่ยนสินค้า สินค้าไม่ตรงตามความต้องการ สินค้าล่าช้า

จากข้อค้นพบดังกล่าวผู้วิจัยได้เสนอกลยุทธ์ตลาดแนวใหม่ในตลาดออฟไลน์และตลาดออนไลน์ ดังนี้

4.1 กลยุทธ์ตลาดแนวใหม่ในตลาดออฟไลน์

สำหรับกลยุทธ์ตลาดแนวใหม่ในตลาดออฟไลน์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก ผู้วิจัยได้เสนอกลยุทธ์เชิงรุก 2 กลยุทธ์ คือ การรักษารฐานลูกค้าและกลยุทธ์การเพิ่มลูกค้ารายใหม่และขยายพื้นที่สินค้าชนิดใหม่

4.1.1 กลยุทธ์รักษารฐานลูกค้าเดิม กลุ่มลูกค้าหลักเป็นผู้สูงอายุเพศหญิงมีอายุมากกว่า 60 ปี คนกลุ่มเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรเป็นคนในพื้นที่และซื้อสินค้าไม่เกิน 2,000 บาท ต่อครั้งกลุ่มลูกค้าหลักนี้แสดงถึงการจำหน่ายสินค้าเชื่อมโยงตรงกับลูกค้าภายในท้องถิ่นและยังไม่มีนักท่องเที่ยวที่เป็นคนนอกเข้ามาซื้อสินค้าเท่าที่ควร พื้นที่การจำหน่ายสินค้าที่เหมาะสมของวิสาหกิจชุมชน คือ พื้นที่ตลาดทางเลือก ตลาดท้องถิ่น ซึ่งมีจำนวนมากถึง 138 แห่ง และตลาดประชารัฐ จำนวน 136 แห่ง และผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าจากร้านค้าของวิสาหกิจในตลาดท้องถิ่น สินค้าที่นิยมซื้อคือผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่บริโภคสด อาหารสด ผัก และผลไม้ ข้าวสารและซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ทั้งอาหารแปรรูปที่พร้อมบริโภค หรืออาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป รวมถึงอาหารแปรรูปที่ใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น น้ำพริก เป็นต้น ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนควรพัฒนาผลิตภัณฑ์เหล่านี้ให้เป็นสินค้าหลักในตลาดออฟไลน์ เสริมด้วยสินค้าประเภทอื่น

4.1.2 กลยุทธ์การเพิ่มลูกค้ารายใหม่และขยายพื้นที่สินค้าชนิดใหม่

การดำเนินการพิจารณาตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดเพื่อเพิ่มลูกค้ารายใหม่และขยายพื้นที่ ดังนี้

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชนควรผลิตสินค้าให้เป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะเพราะสินค้าส่วนใหญ่ผลิตคล้ายกับสินค้าของชุมชนอื่นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มาจากการแปรรูปผลไม้ควรนำผลไม้ที่มีในท้องถิ่น เช่น มะดัน มะยงชิด มาแปรรูปเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นต้น ต้องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน มีความแปลกใหม่ เช่น รสชาติที่แปลกใหม่ และสินค้ามีฉลากบอกเล่าที่มาของสินค้ามีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

(2) ด้านราคา สินค้าควรแสดงราคาสินค้าที่ฉลากอย่างชัดเจน ราคาเหมาะกับคุณภาพของสินค้า เช่น ผักสดที่ปลูกเองขายราคาไม่เกิน 10-20 บาท น้ำผลไม้ที่มีท้องถิ่นขวดละ 15-25 บาท เป็นต้น

(3) ด้านสถานที่จำหน่าย ที่ตั้งของวิสาหกิจชุมชน ร้านค้าในชุมชน ตลาดสดในชุมชน สถานที่จำหน่ายควรเข้าถึงได้ง่าย มีที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่สามารถติดต่อได้ มีชื่อร้านชัดเจน มีหน้าร้านหรือภายในร้านมีความเป็นระเบียบ หมดหม่และสะอาด

(4) ด้านการประชาสัมพันธ์ ประชาสัมพันธ์ช่องทางที่หลากหลาย เช่น ผ่านไลน์ (Line) เฟสบุ๊ก (Facebook) อีสตรีแกรม (Instagram) ประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ เช่น วิสาหกิจชุมชนมีสินค้าที่ผลิตขึ้นมาใหม่ควรประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ทันที เช่น ให้ไปทดลองใช้ถ้าสินค้าเป็นของใช้ หรือทดลองรับประทานถ้าเป็นอาหาร เป็นต้น จัดโปรโมชั่น เช่น ซื้อ 1 แถม 1 มีระบบของสมาชิกเพื่อรับส่วนลด หรือลดราคาเมื่อซื้อจำนวนมาก

(5) ด้านบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามมีความแข็งแรงและทันสมัย มีเอกลักษณ์เฉพาะที่ลูกค้าสามารถจดจำได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ที่มีรูปผลิตภัณฑ์ในชุมชนหรือบอกเล่าที่มาของผลิตภัณฑ์ มีฉลากที่ชัดเจนมีวันผลิตและวันหมดอายุบรรจุภัณฑ์ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมผลิตจากวัสดุที่ย่อยสลายง่าย

(6) ด้านพนักงานจำหน่าย พนักงานที่จำหน่ายควรมีทักษะในการจำหน่ายและนำเสนอสินค้าที่น่าสนใจ เช่น กล่าวถึงจุดเด่นของสินค้า มีความคล่องแคล่วและมั่นใจในตัวเอง สนทนาโต้ตอบด้วยคำสุภาพ ยิ้มแย้ม ทักทาย เชิญชวนซื้อสินค้า

(7) ด้านข่าวสาร ควรมีช่องทางเผยแพร่ข่าวสารที่หลากหลาย เช่น ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น ไลน์ (Line) เฟสบุ๊ก (Facebook) อีสตรีแกรม (Instagram) ข่าวสารที่บอกกล่าวให้ลูกค้าต้องมีความน่าเชื่อถือ

(8) ด้านผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายควรสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเป็นกันเอง ดังนั้นผู้ผลิตควรสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าในแต่ละรายอย่างเป็นกันเอง เช่น จดจำลูกค้าประจำได้ ลูกค้าชอบสินค้าอะไรเพื่อสร้างความแตกต่างหรือความดึงดูดความสนใจของลูกค้าและสื่อสารกับผู้บริโภคโดยตรงโน้มน้าวลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าซื้อสินค้าในระยะยาว เช่น เมื่อมีการลดราคาหรือทดลองใช้สินค้าตัวใหม่ผู้ผลิตแจ้งข่าวให้ลูกค้าประจำทราบโดยทันทีหรือส่งตัวอย่างสินค้าไปให้ทดลองใช้หรือรับประทาน หรือส่งมอบของขวัญทุกวันสำคัญของลูกค้า เช่น วันเกิดของลูกค้าประจำ

4.2 กลยุทธ์ตลาดแนวโน้มในตลาดออนไลน์

สำหรับกลยุทธ์ตลาดแนวโน้มในตลาดออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก ผู้วิจัยได้เสนอกลยุทธ์เชิงรุก 2 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์ด้านตลาดและผู้บริโภคและกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด

4.2.1 กลยุทธ์ด้านตลาดและผู้บริโภค

ตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมต่อวิสาหกิจชุมชนคือจำหน่ายผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (Line) และเฟสบุ๊ก (Facebook) เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้ามากที่สุดซึ่งกลุ่มผู้บริโภคสำหรับตลาดออนไลน์เป็นทั้งเพศชายและเพศหญิงมีอายุระหว่าง 41-50 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว นิยมซื้อสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย เช่น ผ้าพันคอ ผ้าถักโครเชต์ เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า หมวก สร้อยคอ ต่างหู แหวน กำไล เป็นต้น จำนวนเงินที่ซื้อในแต่ละครั้งคือต่ำกว่า 2,000 บาท ดังนั้นผู้ผลิตควรคำนึงถึงการผลิตสินค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้

4.2.2 กลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาด

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ควรมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค มีความหลากหลายและมีความแปลกใหม่ เช่น มีรูปร่างที่แปลกใหม่ ลวดลายแปลกใหม่ สีสันทันสมัยหรือใกล้เคียงของจริงมากที่สุด เช่น ขนาด สีของสินค้า ลวดลายของสินค้า

(2) ด้านราคา ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพและสภาพเศรษฐกิจ เช่น ถ้าสินค้าที่ผลิตจากวัสดุมีต้นทุนต่ำไม่ควรจำหน่ายในราคาที่สูงมากเกินไป

(3) ด้านช่องทางจำหน่าย ช่องทางการจำหน่ายจำหน่ายสินค้าในตลาดออนไลน์ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ระบบการชำระเงิน ระบบการจ่ายเงิน ระบบการขนส่งที่ปลอดภัย เป็นต้น ปรับหน้าร้านให้เป็นปัจจุบันทุกครั้ง เช่น เมื่อสินค้าลดราคาแจ้งรายละเอียดให้ชัดเจน หรือสินค้าไม่มีควรลบออกจากหน้าร้าน

(4) ด้านส่งเสริมการขาย การส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อ 1 แถม 1 หรือทดลองใช้สินค้า จัดกิจกรรมให้ลูกค้ามีโอกาสร่วมสนุกเพื่อชิงของรางวัล เช่น การตอบคำถาม การสะสมแต้มเพื่อได้รับส่วนลดราคาของสินค้า

(5) ด้านบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สวยงาม มีฉลากที่ชัดเจนระบุวันผลิตและวันหมดอายุ

(6) ด้านพนักงานจำหน่าย พนักงานจำหน่ายสินค้าได้ตอบด้วยคำสุภาพ สามารถตอบคำถามที่ลูกค้าสอบถามได้รวดเร็ว

(7) ด้านข่าวสาร ควรส่งข่าวสารให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง เช่น ส่งข่าวสารทางช่องทางจำหน่ายเป็นประจำ เช่น ไลน์ (Line) และ เฟสบุ๊ก (Facebook) เมื่อมีการลดราคาของสินค้าข่าวสารที่บอกกล่าวให้ลูกค้าต้องมีความน่าเชื่อถือ เช่น การบอกกล่าวโปรโมชั่นให้ลูกค้าทราบต้องชัดเจนว่าสินค้าชิ้นใดลดราคา สินค้าชิ้นใดซื้อ 1 แถม 1 สินค้าชิ้นใดไม่ลดราคา

(8) ด้านผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายดำเนินการเมื่อมีเรื่องร้องเรียนด้วยความรวดเร็ว เช่น พนักงานขายใช้ถ้อยคำไม่สุภาพกับลูกค้า ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสื่อสารกับผู้บริโภคโดยตรงและสร้างแรงจูงใจหรือความดึงดูดใจลูกค้า เช่น จัดจำหน่ายสินค้าหรือสินค้าที่ลูกค้านิยมซื้อได้ และสามารถแก้ปัญหาได้รวดเร็ว เช่น เมื่อลูกค้าต้องการเปลี่ยนสินค้า สินค้าไม่ตรงตามความต้องการ หรือจัดส่งสินค้าล่าช้า

อภิปรายผล

จากการผลการศึกษาพบตลาดในรูปแบบของตลาดทางเลือกและตลาดท้องถิ่น ซึ่งเป็นร้านค้าในชุมชนจำหน่ายสินค้าปลีกและตลาดท้องถิ่นช่วงเย็นที่มาจำหน่ายสินค้าสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง มากถึง 138 แห่ง และตลาดประชารัฐตามนโยบายของรัฐบาลเพื่อให้บริการประชาชนที่ถือบัตรประชารัฐ จำนวน 136 แห่งที่มีลักษณะการจำหน่ายสินค้าที่คล้ายกับตลาดทางเลือกและตลาดท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ United States Department of Agriculture (2016) ที่พบว่า ตลาดเกษตรกรของ USDA เป็นตลาดเกษตรกรและการตลาดแบบตรงไปยังผู้บริโภค มีการรายงานผลการดำเนินงานของตลาดเกษตรกรและตลาดโดยตรงไปยังผู้บริโภค เพื่อช่วยให้ผู้จัดการตลาดเข้าใจถึงผลกระทบต่อการเข้าถึงอาหารและการพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น และช่วยให้ประชาชนสามารถค้นหาแหล่งที่มาของอาหารสดและท้องถิ่นเพื่อเข้าถึงตลาดได้ง่ายขึ้น และจากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเช่น ผักและผลไม้และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปและซื้อสินค้าต่ำกว่า 2,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ Siri-umpa (2012) ที่พบว่าผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าประเภทบริโภคเช่น ผัก ผลไม้ อาหารและเครื่องดื่มในตลาดนัดและซื้อสินค้าไม่เกิน 300 บาทต่อครั้ง ดังนั้นสินค้าที่ควรผลิตและจำหน่ายคือของสดซึ่งฐานลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำและตลาดออฟไลน์ยังคงเป็นตลาดที่สำคัญต่อวิสาหกิจชุมชน

ในตลาดออนไลน์พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย เช่น ผ้าพันคอ ผ้าถักโครเชต์ เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า หมวก สร้อยคอ ต่างหู แหวน กำไล เป็นต้น และซื้อสินค้าต่ำกว่า 2,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ Samarnpitakwong, Jankingtong and Jankingtong (2016) ที่พบว่าผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าผ่านตลาดออนไลน์ คือ สินค้าที่ไม่ใช่อาหารสด เช่น เสื้อผ้า สร้อยคอ ต่างหู รองเท้าและสิ่งมีปริมาณในการซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง 300-500 บาทดังนั้นควรส่งเสริมและพัฒนาสินค้าประเภทของใช้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยมุ่งลูกค้าที่เป็นรุ่นใหม่มีความรู้และมีทักษะในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียเป็นหลัก ในส่วนของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนคือ ด้านการใช้พลังของผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายส่งผลต่อพฤติกรรมซื้อสินค้าวิสาหกิจชุมชนในระดับมาก

กลยุทธ์ตลาดแนวใหม่พบว่าส่วนผสมทางการตลาดสามารถยกระดับความสามารถในการจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ Sairojpan (2015) ที่พบว่าส่วนผสมทางการตลาดเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

ซื้อสินค้าในตลาดออนไลน์ ได้แก่ สินค้ามีคุณภาพตรงตามความต้องการ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน พนักงานกระตือรือร้นในการให้บริการและมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า สถานที่จำหน่ายสะอาดมีความเป็นระเบียบส่วนผสมทางการตลาดเหล่านี้ส่งผลต่อการสินค้าผ่านตลาดออนไลน์ในระดับมากที่สุดทุกประเด็นและส่วนผสมทางการตลาดสามารถยกระดับความสามารถในการจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชนในตลาดออนไลน์ที่ซึ่งสอดคล้องกับ Samarnpitakwong, Jankingtong and Jankingtong (2016) ที่ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดส่งผลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่ ผลลัพธ์ที่หลากหลายมีรายละเอียดสินค้าครบถ้วน ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ช่องทางจำหน่ายใช้งานง่ายและมีความปลอดภัย จัดกิจกรรมลดแลก แจก แถม สินค้า สนทนาโต้ตอบด้วยความสุภาพและเก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ส่วนผสมทางการตลาดเหล่านี้ส่งผลต่อการสินค้าผ่านตลาดออนไลน์ในระดับมากที่สุดทุกประเด็น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 วิสาหกิจชุมชนควรจำหน่ายสินค้าในตลาดชุมชนเพราะเป็นตลาดที่มีจำนวนมากกระจายในทุกพื้นที่ในจังหวัดนครนายก และตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมแก่การจำหน่ายสินค้าของวิสาหกิจชุมชน คือแอปพลิเคชันไลน์ (Line) เพราะเข้าถึงง่ายเป็นที่นิยมของลูกค้า

1.2 สินค้าที่ควรผลิตและจำหน่ายในตลาดออนไลน์คือ ผัก ผลไม้ อาหารแปรรูป อาหารพร้อมรับประทาน เพราะผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าเหล่านี้มากที่สุดและนำหลักส่วนประสมทางการตลาดมาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ประชาสัมพันธ์สินค้าในช่องทางที่หลากหลาย เช่น การใช้สื่อออนไลน์มาช่วยในการประชาสัมพันธ์ มีสินค้าให้ลูกค้าทดลองใช้หรือรับประทาน มีบัตรสะสมแต้มหรือลดราคาสินค้าเมื่อซื้อจำนวนมาก บรรจุภัณฑ์ต้องย่อยสลายง่าย ทำความรู้จักลูกค้าแบบกันเองเชิญชวนให้ลูกค้าซื้อสินค้าอัมยิ้มแจ่มใสและจดจำลูกค้ารายเก่าได้ มีของขวัญให้ลูกค้าเมื่อถึงวันสำคัญ เช่น วันเกิดของลูกค้า จัดส่งสินค้าทดลองใช้ให้ฟรีเพราะลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายเก่าที่นิยมซื้อสินค้าในตลาดออนไลน์

1.3 สินค้าที่ควรผลิตและจำหน่ายในตลาดออนไลน์ คือ สินค้าประเภทเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เครื่องประดับ และสินค้าที่ไม่มีน้ำหนักมากเกินไป และนำหลักส่วนประสมทางการตลาดมาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สินค้าเหล่านี้ต้องปลอดภัยต่อลูกค้า สินค้าต้องเหมือนของจริงมากที่สุด มีความหลากหลายและความแปลกใหม่ เช่น ลวดลาย สี ราคาไม่สูงมาก มีระบบการชำระเงินและระบบการจ่ายเงินที่ปลอดภัย จัดโปรโมชั่น เช่น ซื้อ 1 แถม 1 และจัดรายการเพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสร่วมสนุกเพื่อชิงของรางวัล เช่น การตอบคำถาม บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีฉลากที่ชัดเจนวันผลิตและวันหมดอายุ พนักงานจำหน่ายสนทนาโต้ตอบด้วยความรวดเร็วและสุภาพสามารถตอบคำถามที่ลูกค้าสอบถามได้ บอกกล่าวโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้าทราบอย่างต่อเนื่อง ข่าวสารมีคุณภาพน่าเชื่อถือและผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายดำเนินการเมื่อมีเรื่องร้องเรียนด้วยความรวดเร็ว

1.4 วิสาหกิจชุมชนต้องรักษาลูกค้ารายเก่าไว้ และพยายามเข้าถึงลูกค้ารายใหม่ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารุ่นใหม่โดยเฉพาะกลุ่มเจนวาย (Gen Y) ผ่านทางโซเชียลมีเดีย เช่น ไลน์ (Line) เฟสบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนต้องพยายามปรับตัวเองด้านการขาย การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อออนไลน์ให้มากขึ้น เช่น การทำคลิปวิดีโอสั้นๆ สร้างเรื่องราวที่มาของสินค้าและนำเสนอสินค้าและประสบการณ์ตรงจาก

ผู้ใช้จริง ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มคนเหล่านี้ คือ ผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้ง่าย รับประทานง่าย และบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ง่าย เพื่อขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษารั้วต่อไปควรศึกษากระบวนการพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์โดยสนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนทำวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เพื่อเป็นนวัตกรรมในพัฒนาธุรกิจตนเอง

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้ได้รับทุนสนับสนุนในการทำวิจัยภายใต้แผนงานเสริมสร้างศักยภาพและพัฒนานักวิจัยรุ่นใหม่ตามทิศทางการยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรม ประเภทบัณฑิตศึกษาจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ ประจำปี 2562

เอกสารอ้างอิง

- Community Enterprise Promotion Division. (2022). *Information on registration of community enterprises across the country*. [Online]. Retrieved February 23, 2022, from: www.sceb.doe.go.th/regis.html. (in Thai)
- Inbueng, L., Kunpalin, P., and Toopoj, P. (2021). Management to Strengthen The Community Enterprise in Khon Kaen province. *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*, 6(3), 240-242. (in Thai)
- Jirayu, S., Wichaidit, W., and Phopli, W. (2017). *The development of community enterprise management in Dhonburi district for enhancing the strength of sustainable community economy based on the Philosophy of Sufficiency Economy*. [Online]. Retrieved February 23, 2022, from: <http://cms.dru.ac.th/jspui/handle/123456789/1426>. (in Thai)
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2016). *National Economic and Social Development Plan, No. 12, 2017-2021*. [Online]. Retrieved February 23, 2022, from: <https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=index>. (in Thai)
- Paekul, N., Sutthinarakorn, W. and Jeerapattananorn, P. (2021). Operational Management of Nakhon Nayok Province Food Processing Community Enterprise. *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University*, 11(3), 352. (in Thai)
- Sairojpan, C. (2015). *Factors Affecting the Decision to use Supermarket of Consumers in Bangkok*. Thesis of the Degree of Master of Business Administration Program. Pathum Thani: Bangkok University. (in Thai)
- Samarnpitakwong, S., Jankingtong, W and Jankingtong, K., (2016). The Marketing Mix on Buying Decision of Online's Products of Consumers in Songkhla. *The Proceedings of the 7th Hatyai National and International Conference*, 23 June 2016 at Hatyai University, 480. (in Thai)

- Siri-umpai, W. (2012). *Factors influencing buying behavior of visitors at Baan Sakae Krang Ancient Market (Trok Rong Ya Walking Street), Uthai Thani Province*. Independent Study of the Degree of Master of Business Administration Program. Pathum Thani: Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (in Thai)
- United States Department of Agriculture. (2016). *Agricultural Statistics 2016*. Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

รูปแปรคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาสินค้าห้อยนิโคล

จอมขวัญ สุทธินนท์*

สาขาวิชาสังคม วัฒนธรรม และการพัฒนามนุษย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Received: 22 February 2022

Revised: 20 May 2022

Accepted: 20 May 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอผลการวิจัยเชิงคุณภาพในประเด็นรูปแปรคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาสินค้าห้อยนิโคล ขอบเขตการวิจัย คือ คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรจากหลักเกณฑ์การทับศัพท์ที่ปรากฏในข้อความโฆษณาในจดหมายข่าวยูนิโคล่ประเทศไทย ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2562 – 30 กันยายน 2563 มีคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรจากหลักเกณฑ์การทับศัพท์จำนวนทั้งสิ้น 51 คำ จากคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษจำนวนทั้งสิ้น 153 คำ การวิจัยใช้หลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษของราชบัณฑิตยสภา ผลการวิจัยพบว่ามีรูปแปร 17 ลักษณะ ได้แก่ (1) รูปแปรด้านพยัญชนะต้น (2) รูปแปรด้านตัวสะกด (3) รูปแปรด้านตัวการันต์ (4) รูปแปรด้านตัวสะกดและตัวการันต์ (5) รูปแปรด้านสระ (6) รูปแปรด้านสระและตัวสะกด (7) รูปแปรด้านไม้ไต่คู้ (8) รูปแปรด้านตัวสะกดและไม้ไต่คู้ (9) รูปแปรด้านสระและไม้ไต่คู้ (10) รูปแปรด้านวรรณยุกต์ (11) ตัวแปรด้านพยัญชนะต้นและวรรณยุกต์ (12) ตัวแปรด้านตัวสะกดและวรรณยุกต์ (13) รูปแปรด้านตัวการันต์และวรรณยุกต์ (14) รูปแปรด้านสระและวรรณยุกต์ (15) รูปแปรด้านไม้ไต่คู้และวรรณยุกต์ (16) รูปแปรด้านพยัญชนะต้น สระ และวรรณยุกต์ และ (17) รูปแปรด้านพยัญชนะต้น ตัวสะกด สระ และวรรณยุกต์

คำสำคัญ: รูปแปร คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษ ข้อความโฆษณา สินค้า ห้อยนิโคล

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: jomkwan.sud@psu.ac.th

Variations in Transliterated English in Advertisements for UNIQLO Products

Jomkwan Sudhinont*

Department of Society, Culture, and Human Development, Faculty of Liberal Arts,
Prince of Songkla University

Received: 22 February 2022

Revised: 20 May 2022

Accepted: 20 May 2022

Abstract

The objective of this research article is to present the results of qualitative research on variations in transliterated English words in advertisements for UNIQLO products. The scope of the research covers transliterated English words that are varied from transliteration rules found in advertisements in newsletters of UNIQLO Thailand from October 1, 2019 to September 30, 2020. There are 51 out of 153 transliterated words that are varied from the transliteration rules of the Office of the Royal Society. The research found 17 variations: (1) variation in the initial consonant, (2) variation in the final consonant, (3) variation in the marked silent letter, (4) variation in the final consonant and the marked silent letter, (5) variation in vowel, (6) variation in the vowel and final consonant, (7) variation in the marked short vowel, (8) variation in the final consonant and the marked short vowel, (9) variation in the vowel and marked short vowel, (10) variation in the tone, (11) variation in the initial consonant and tone, (12) variation in the final consonant and tone, (13) variation in the marked silent letter and tone, (14) variation in the vowel and tone, (15) variation in the marked short vowel and tone, (16) variation in the initial consonant, vowel and tone, and (17) variation in the initial consonant, final consonant, vowel, and tone.

Keywords: Variations, English words, Advertisements, Products, UNIQLO

* Corresponding Author; E-mail: jomkwan.sud@psu.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การแปรของภาษา (language variation) หมายถึง การที่รูปในภาษาตั้งแต่สองรูปขึ้นไปอาจใช้แทนกันได้ โดยไม่ทำให้ความหมายแก่นเปลี่ยน (Prasithrathsint, 2012a) การยืมภาษา (linguistics borrowing) ในภาษาไทย เกิดขึ้นเมื่อภาษาไทยรับภาษาและวัฒนธรรมต่างประเทศเข้ามา โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ ที่มีอิทธิพลต่อภาษาไทยมากที่สุด เริ่มเห็นอย่างชัดเจนในสมัยรัชกาลที่ 5 และมีอิทธิพลเรื่อยมากระทั่งปัจจุบัน (Prasithrathsint, 2012b)

โดยทั่วไปการรับคำยืมภาษาอังกฤษเข้ามาใช้ในภาษาไทยนิยมใช้วิธีการทับศัพท์ แต่ด้วยเหตุที่ระบบเสียง ภาษาอังกฤษต่างจากระบบเสียงภาษาไทยมาก การออกเสียงคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทยจึงทำได้เพียง การเลียนเสียงให้ใกล้เคียงเท่านั้น (Pancharoen, 2018)

เนื่องจากบางครั้งไม่อาจหาคำไทยมาใช้ได้ตรงตามความต้องการและหลักเกณฑ์การทับศัพท์ที่มีอยู่เดิมเมื่อนำมาใช้ได้เกิดปัญหาขึ้นหลายประการ ราชบัณฑิตยสภาจึงปรับปรุงหลักเกณฑ์การทับศัพท์ขึ้นใหม่ และประกาศในวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2532 ให้ใช้ตั้งจากวันที่ประกาศ (Prime Minister's Office, 1989)

อย่างไรก็ตาม ยังปรากฏให้เห็นว่าบางครั้งสื่อมวลชนไม่ได้ทับศัพท์คำภาษาอังกฤษตามหลักเกณฑ์ของ ราชบัณฑิตยสภา นอกจากนี้ การสัมผัสภาษา (language contact) ระหว่างภาษาอังกฤษกับภาษาอื่นมีโอกาสเกิดขึ้น ก่อนที่ไทยจะยืมมาใช้ก็อีกทอดหนึ่ง จึงทำให้ผู้ทับศัพท์หาแนวเทียบกับคำในภาษาเดิม ซึ่งส่งผลให้ผู้รับสารใช้ตามกัน

ยูนิโคล่ (Uniqlo) เป็นยี่ห้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าของประเทศญี่ปุ่น ที่มีสาขาในต่างประเทศกระจายอยู่ทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทยด้วยที่ปัจจุบันมีร้านค้ายูนิโคล่ถึง 54 สาขา ใน 19 จังหวัด (PPTV Online, 2021) ด้วยความเป็นสากลของยี่ห้อสินค้าจึงทำให้ปรากฏคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษจำนวนมากในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่

ด้วยความแพร่หลายของสื่อต่างๆ ทำให้คนไทยไม่อาจเลี่ยงคำยืมศัพท์ภาษาอังกฤษจากการรับสาร การโฆษณาของสินค้าของยูนิโคล่ไปได้ ปัญหาจึงตกอยู่ที่ผู้ใช้ภาษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งความขัดแย้งระหว่างผู้นิยมใช้ คำทับศัพท์ เนื่องจากคำบางคำเคยออกเสียงผิดกันมานานจึงคงการทับศัพท์ไว้ตามเสียงที่เคยออกผิดไว้แต่เดิมเพราะ ความคุ้นชิน หรือผู้ใช้ภาษาบางคนไม่ได้คำนึงถึงการออกเสียงของคำในภาษาเดิมโดยใช้วิธีเทียบเสียงแบบไทยเอง (Kanchanawan, 2011)

ผู้วิจัยสังเกตคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่พบว่ามีการแปรของคำทับศัพท์ ภาษาอังกฤษที่ตรงตามหลักเกณฑ์และแตกต่างไปจากหลักเกณฑ์ จึงสนใจศึกษารูปแปรคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษใน ข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่ เพื่อแสดงให้เห็นปรากฏการณ์การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาโฆษณาซึ่งเป็น ภาษาแหวดหนึ่งในสภาพปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษารูปแปรคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คำว่า แปร (vary) ของภาษา หมายถึง รูปของภาษาที่แปลงไปจากรูปภาษามาตรฐานเดิม แต่ยังทั้งร่องรอยที่บ่งบอกได้ว่ามาจากภาษามาตรฐานเดิม ซึ่งมีความหมายอย่างเดียวกัน แต่ใช้ต่างกันตามปัจจัยทางสังคม เช่น อายุของผู้ใช้ภาษา หรือความเป็นทางการของบริบทในการใช้ภาษา (Prasithrathsint, A., 2005)

เนื่องจากผู้ใช้ภาษาจำนวนหนึ่งใช้รูปเขียนตามเสียงที่ตนเองพูดออกเสียง จึงทำให้เกิดรูปแปรคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษเกิดขึ้น เช่น คำว่า ดิจิทัล (digital) ซึ่งเขียนตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษ แต่ผู้ใช้ภาษาจำนวนหนึ่งอาจไม่ตระหนักถึงการทับศัพท์ตามหลักเกณฑ์ และเขียนตามเสียงที่ตนเองพูดออกเสียงเป็น ดิจิต่อน หรือ ดิจิตอล (Prasithrathsint, A., 2012a)

ผลการวิจัยเรื่องการแปรรูปเขียนคำทับศัพท์หมวดคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาต่างสาขาวิชา (Bunnag, O., 2018) พบว่า นักศึกษาใช้รูปเขียนแปรตามหลักเกณฑ์การทับศัพท์เพียงร้อยละ 31.13 และใช้รูปเขียนแปรที่ต่างไปจากหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษมากถึงร้อยละ 68.87 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการเขียนสะกดคำภาษาไทยของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในระดับอุดมศึกษา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ และมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต (Chapimon, K., 2017) ที่พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ไม่สามารถเขียนทับศัพท์ที่ถูกต้องได้ จึงสะท้อนให้เห็นว่าควรส่งเสริมให้ผู้ใช้ภาษาไทยใช้คำทับศัพท์ได้ตรงตามหลักเกณฑ์เพื่อลดความขัดแย้งระหว่างผู้ใช้ภาษา และเพิ่มความน่าเชื่อถือเมื่อจำเป็นต้องใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในบริบทงานสื่อสารมวลชนและงานวิชาการ

ผู้วิจัยปรับใช้หลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษของราชบัณฑิตยสภาซึ่งประกาศใช้โดยสำนักนายกรัฐมนตรี (Prime Minister's Office, 1989) ซึ่งเข้าถึงได้จากที่อยู่เว็บไซต์นี้ shorturl.asia/c9UD2

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ผู้วิจัยมุ่งค้นหาความรู้ความจริงเรื่อง “รูปแปรคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อยูนิโคล่” โดยอาศัยข้อมูลเชิงคุณลักษณะ และได้เสนอโครงการวิจัยเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากศูนย์จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สาขาสังคมศาสตร์ และพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และได้ผ่านการพิจารณาเห็นชอบโดยสอดคล้องกับหลักการเบลมอนต์ (Belmont) ลงวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2564

ตัวอย่างในการวิจัย

ตัวอย่างที่ใช้วิเคราะห์ในงานวิจัยได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (purposive selection) ดังนี้ (1) คัดเลือกเฉพาะคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรจากหลักเกณฑ์การทับศัพท์เท่านั้น (2) คัดเลือกเฉพาะที่ปรากฏในข้อความโฆษณาในจดหมายข่าวยูนิโคล่ประเทศไทย [email] UNIQLO Thailand (enews@ml.uniqlo.co. th) เท่านั้น และ (3) คัดเลือกเฉพาะช่วงเวลาระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2562 - 30 กันยายน 2563 เท่านั้น

เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการวิจัยนี้ โดยใช้แบบการสังเกตการณ์เป็นสำคัญตามแนวคิดการวิจัยเชิงคุณลักษณะ (Srisa-ard, 2017)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตามขอบเขตการวิจัย ซึ่งมีจดหมายข่าวจำนวนทั้งสิ้น 262 ฉบับ มีข้อความโฆษณาจำนวนทั้งสิ้น 836 ข้อความ มีคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษจำนวนทั้งสิ้น 153 คำ และมีคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแบบจากหลักเกณฑ์การทับศัพท์จำนวนทั้งสิ้น 51 คำ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษของราชบัณฑิตยสภาซึ่งประกาศใช้โดยสำนักนายกรัฐมนตรี (Prime Minister's Office, 1989) ซึ่งเข้าถึงได้จากที่อยู่เว็บไซต์นี้ shorturl.asia/c9UD2 แล้วนำเสนอผลการวิจัยรูปแบบการวิเคราะห์ประกอบตารางแสดงรูปแบบคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษระหว่างรูปแบบตามหลักเกณฑ์กับรูปแบบที่ปรากฏในข้อความโฆษณาสินค้ายูนิโคล่

ผลการวิจัย

รูปแบบคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่ต่างจากหลักเกณฑ์การทับศัพท์ในข้อความโฆษณาสินค้ายูนิโคล่เมื่อพิจารณาตามตารางเทียบสระและพยัญชนะภาษาอังกฤษพบจำนวน 51 คำ ดังรายละเอียดในตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 รูปแปลคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาสินค้ายูนิโคล่

คำ	หลักเกณฑ์	ยูนิโคล่	คำ	หลักเกณฑ์	ยูนิโคล่
1. รูปแปลด้านพยัญชนะต้น			7. รูปแปลด้านไม้ไต่คู้		
1) shade	เซด	เฉด	30) central	เซนทรัล	เซ็นทรัล
2) paper	เพเปอร์	เปเปอร์	31) relax	รีแลกซ์	รีแล็กซ์
2. รูปแปลด้านตัวสะกด			8. รูปแปลด้านตัวสะกดและไม้ไต่คู้		
3) cut	คัต	คัท	32) match	แมตช์/แม็ตซ์	แมทซ์
4) cup	คัพ	คัพ	33) collection	คอลเลกชัน/ คอลเล็กชัน	คอลเลคชัน
5) chic	ชิก	ซิค	9. รูปแปลด้านสระและไม้ไต่คู้		
6) look	ลูก	ลุค	34) Christoph	คริสต็อฟ	คริสตอฟ
7) complete	คอมพลีต	คอมพลีท	Lemare	เลแมร์	เลอแมร์
8) casual	แคชวล	แคชวอล	10. รูปแปลด้านวรรณยุกต์		
9) support	ซัพพอร์ต	ซัพพอร์ท	35) season	ซีซั่น	ซีชั่น
10) tunic	ทูนิค	ทูนิค	36) dragon	ดรากอน	ดราโก้
11) poplin	ปอปลิน	ปอปปลิน	37) premium	พรีเมียม	พรีเมียม
12) smock	สม็อก	สม็อค	38) function	ฟังก์ชัน	ฟังก์ชั่น/ ฟังก์ชัน
13) HEATECH	ฮีเทค	ฮีเทค	39) Minnie	มินนี่	มินนี่
3. รูปแปลด้านตัวการันต์			40) legging	เลกกิง	เลกกิ้ง
14) jeans	ยีน	ยีนส์	41) extra	เอ็กซ์ตรา	เอ็กซ์ตร้า
15) soft	ซอฟต์	ซอฟท์	42) ultra	อัลตรา	อัลตรา
16) light	ไลต์	ไลท์	43) skinny	สกินนี่	สกินนี่
17) wool-like	วูล์ไลก์	วูล์ไลค์	11. รูปแปลด้านพยัญชนะต้นและวรรณยุกต์		
18) outdoor	เอาต์ดอร์	เอาท์ดอร์	44) Uniqlo	ยูนิโกล	ยูนิโคล่
4. รูปแปลด้านตัวสะกดและตัวการันต์			12. ตัวแปลด้านตัวสะกดและวรรณยุกต์		
19) compact	คอมแพกต์	คอมแพค	45) coat	โคต	โค้ท
20) Selvege	เซลเวจ	เซลเวดจ์	46) genera- tion	เจเนอเรชัน	เจนเนอ- เรชั่น
21) perfect	เพอร์เฟกต์	เพอร์เฟค	13. รูปแปลด้านตัวการันต์และวรรณยุกต์		
5. รูปแปลด้านสระ			47) jersey	เจอร์ซี่	เจอร์ซี่
22) flannel	แฟลนเนล	แฟลนแนล	14. รูปแปลด้านสระและวรรณยุกต์		
23) Hawaii	ฮาไว	ฮาวาย	48) hood	ฮูด	ฮู้ด
24) cardigan	คาร์ดิกัน	คาร์ดิแกน	15. รูปแปลด้านไม้ไต่คู้และวรรณยุกต์		
25) cotton	คอตตัน	คอตตอน	49) stock	สต็อก	สต็อก
26) character	ชาร์กเตอร์	ชาร์แรกเตอร์	16. รูปแปลด้านพยัญชนะต้น สระ และวรรณยุกต์		
6. รูปแปลด้านสระและตัวสะกด			50) bikini	บิกินี	บิกินี
27) dry	ไดร	ดราย	17. รูปแปลด้านพยัญชนะต้น ตัวสะกด สระ และวรรณยุกต์		
28) DRY-Ex	ไดรเอ็กซ์	ดรายเอ็กซ์	51) pique	ปิก	ปิเก้
29) active	แอ็กทีฟ	แอ็คทีฟ			

1. รูปแปรรูปด้านพยัญชนะต้น

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรรูปด้านพยัญชนะต้น มี 2 ตัว ได้แก่ 1) ฉ มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้พยัญชนะต้น sh มีจำนวน 1 คำ ได้แก่ คำว่า เชน (shade) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น เซต และ 2) ป มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้พยัญชนะต้น p มีจำนวน 1 คำ ได้แก่ คำว่า เปเปอร์ (paper) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น เพเปอร์

2. รูปแปรรูปด้านตัวสะกด

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรรูปด้านตัวสะกด มี 5 ตัว ได้แก่ 1) ค ที่มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้พยัญชนะตัวสะกด c มี 2 คำ ได้แก่ คำว่า ชิค (chic) และ ทูนิค (tunic) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น ชิก และ ทูนิค และ ค ที่มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้พยัญชนะตัวสะกด k มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า ลुक (look) แอ็กทีฟ ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น ลุก และ ค ที่มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้พยัญชนะตัวสะกด ck มี 1 คำ ได้แก่ สม่็อค (smock) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น สม่็อค 2) ช มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้พยัญชนะตัวสะกด s (+สระ) มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า แคชวล (casual) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น แคชวล 3) ท มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้พยัญชนะตัวสะกด t มี 3 คำ ได้แก่ คำว่า คัท (cut) คอมพลีท (complete) และ ฮีทเทค (HEATTECH) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น คัต คอมพลีท ฮีทเทค 4) ป มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้พยัญชนะตัวสะกด p มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า ปอปปลิน (poplin) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น ปอปปลิน และ 5) พ มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้พยัญชนะตัวสะกด p มี 2 คำ ได้แก่ คำว่า คัพ (cup) และ ซัพพอร์ต (support) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น คัพ และ ซัพพอร์ต

3. รูปแปรรูปด้านตัวการันต์

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรรูปด้านตัวการันต์ มี 3 ตัว ได้แก่ 1) ค ที่มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้พยัญชนะตัวสะกด k มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า วูลไลค์ (wool-like) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น วูลไลก์ 2) ท มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้พยัญชนะตัวสะกด t มี 3 คำ ได้แก่ คำว่า ซอฟท์ (soft) ไลท์ (light) และ เอาท์ดอร์ (outdoor) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น ซอฟต์ ไลท์ และ เอาท์ดอร์ และ 3) ส มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้พยัญชนะตัวสะกด s มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า ยีนส์ (jeans) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น ยีน

4. รูปแปรรูปด้านตัวสะกดและตัวการันต์

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรรูปด้านตัวสะกดและตัวการันต์ มี 2 ตัว ได้แก่ 1) ค ที่มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้พยัญชนะตัวสะกด ct มี 2 คำ ได้แก่ คำว่า คอมแพค (compact) และ เพอร์เฟค (perfect) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น คอมแพคต์ และ เพอร์เฟคต์ และ 2) ดจ มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้พยัญชนะตัวสะกด g + e มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า เซลเวจ (selvage) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น เซลเวจ

5. รูปแปรรูปด้านสระ

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรรูปด้านสระ มี 3 ตัว ได้แก่ 1) -า มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้สระ ai มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า ฮาวาย (Hawaii) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น ฮาไว 2) -แ มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้สระ 1 ตัว ได้แก่ e มี 3 คำ ได้แก่ คำว่า คาร์ดิแกน (cardigan) คาแรกเตอร์ (character) และ แพลนเนล (flannel) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น คาร์ดิกัน คาร์รักเตอร์ และ แพลนเนล และ 3) -อ มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้สระ 1 ตัว ได้แก่ o มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า คอตตอน (cotton) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น คอตตัน

6. รูปแปรรูปด้านสระและตัวสะกด

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรรูปด้านสระและตัวสะกด มี 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) -า และ ย มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้สระ y มี 2 คำ ได้แก่ คำว่า ดราย (dry) และ ดรายเอ็กซ์ (DRY-EX) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น ไดร

และ ไตรเอ็กซ์ และ 2) ² และ ค มาจากคำภาษาอังกฤษที่ใช้สระ i และตัวสะกด c มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า แอ็คทีฟ (active) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น แอ็กทิฟ

7. รูปแปรด้านไม้ไตคู้

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรด้านไม้ไตคู้ มี 1 ลักษณะ ได้แก่ การปรากฏไม้ไตคู้ทั้งที่ไม่ควรปรากฏ มี 2 คำ ได้แก่ คำว่า เซ็นทรัล (central) รีแลกซ์ (relax) หากสะกดตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น เซลทรัล และ รีแลกซ์

8. รูปแปรด้านตัวสะกดและไม้ไตคู้

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรด้านตัวสะกดไม้ไตคู้ มี 2 คำ ได้แก่ 1) ท และการใช้ไม้ไตคู้ มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า แมทช์ (match) หากสะกดตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น แมตซ์ หรือ แม็ตซ์ และ 2) ค และการใช้ไม้ไตคู้ มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า คอลเลกชัน (collection) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น คอลเลกชั่น หรือ คอลเล็กชั่น

9. รูปแปรด้านสระและไม้ไตคู้

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรด้านไม้ไตคู้ มี 2 ลักษณะ ได้แก่ เอ และการไม่ปรากฏไม้ไตคู้ทั้งที่ควรปรากฏ มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า คริสตอฟ เลอแมร์ (Christoph Lemare) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น คริสต็อฟ เลแมร์

10. รูปแปรด้านวรรณยุกต์

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรด้านวรรณยุกต์ มี 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การปรากฏวรรณยุกต์ - ทั้งที่ไม่ควรปรากฏ มี 5 คำ ได้แก่ คำว่า ซีซั่น (season) ดราก้อน (dragon) พรีเมียม (premium) ฟังก์ชัน (function) มินนี่ (Minnie) เลกกิง (legging) เอ็กซ์ตรา (extra) อัลตรา (ultra) และ สกินนี่ (skinny) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น ซีซั่น ดรากอน พรีเมียม ฟังก์ชัน มินนี่ เลกกิง เอ็กซ์ตรา อัลตรา และ สกินนี่

11. รูปแปรด้านพยัญชนะต้นและวรรณยุกต์

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรด้านพยัญชนะต้นและวรรณยุกต์ มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า ยูนิโคล่ (Uniqlo) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น ยูนิโกล

12. รูปแปรด้านตัวสะกดและวรรณยุกต์

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรด้านตัวสะกดและวรรณยุกต์ มี 2 คำ ได้แก่ คำว่า โค้ท (coat) และ เจเนอเรชั่น (generation) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น โคต และ เจเนอเรชัน

13. รูปแปรด้านตัวการันต์และวรรณยุกต์

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรด้านตัวการันต์และวรรณยุกต์ มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า เจอร์ซี่ (jersey) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น เจอร์ซีย์

14. รูปแปรด้านสระและวรรณยุกต์

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรด้านสระและวรรณยุกต์ มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า ฮู้ด (hood) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น ฮูด

15. รูปแปรด้านไม้ไตคู้และวรรณยุกต์

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรด้านไม้ไตคู้และวรรณยุกต์ มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า สต็อก (stock) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น สต็อก

16. รูปแปรด้านพยัญชนะต้น สระ และวรรณยุกต์

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรด้านพยัญชนะต้น สระ และวรรณยุกต์ มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า บิกินี (bikini) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น บิคินี

17. รูปแปรด้านพยัญชนะต้น ตัวสะกด สระ และวรรณยุกต์

คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีรูปแปรด้านพยัญชนะต้น ตัวสะกด สระ และวรรณยุกต์ มี 1 คำ ได้แก่ คำว่า ปิก (pique) ตามหลักเกณฑ์จะสะกดเป็น ปิก

อภิปรายผล

ผู้วิจัยจึงแสดงการอภิปรายผลการวิจัยเรื่องรูปแปรคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาสินค้ายี่ห้อ ยูนิโคล่ โดยจำแนกประเด็น 3 ประเด็น ได้แก่ รูปแปรด้านพยัญชนะ สระ และเครื่องหมายกำกับอักษร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. รูปแปรด้านพยัญชนะ

กรณีของรูปแปรพยัญชนะต้นระหว่าง ฉ กับ ช ของคำว่า shade เป็นรูปแปรของหน่วยเสียงเดียวกัน คือ หน่วยเสียง /ch/ เกิดขึ้นจากเหตุผลที่ภาษาไทยมีหลักไวยากรณ์ซึ่งสัมพันธ์กับเสียงวรรณยุกต์ การเขียนสะกดด้วย ช เป็น เซต มีโอกาสทำให้ผู้อ่านออกเสียงเป็นเสียงขึ้นตก /cheet/ ตามหลักการออกเสียงอักษรต่ำ (ช) สระเสียงยาว (-) ตัวสะกดแม่กด (ด) ซึ่งจัดเป็นคำตาย ไม่ตรงกับเสียงที่คนไทยออกเสียงจริงคือเสียงตก /cheet/ จึงพบว่าผู้เขียนข้อความโฆษณาบางส่วนเขียนสะกดเป็น ฉด ขณะที่กรณีของรูปแปรพยัญชนะต้นระหว่าง ป กับ พ ของคำว่า paper เป็นรูปแปรของหน่วยเสียงเดียวกันคือหน่วยเสียง /p/ เกิดขึ้นจากเหตุผลที่หน่วยเสียง /p/ และ /ph/ ของคำนี้เป็น การแตกต่างกันโดยอิสระ (the principle of free variation) เนื่องจากไม่ทำให้ความหมายแตกต่างกันจึงถือว่าเป็น หน่วยเสียงเดียวกัน (Warottamasikhhadit, 2020) และผู้ใช้คำทับศัพท์อาจใช้หลักกลมกลืนเสียงตามพยางค์ท้าย ที่หลักเกณฑ์การทับศัพท์กำหนดไว้ว่าให้ใช้ ป แก่ พยางค์ -per (Prime Minister's Office, 1989) ผู้เขียนข้อความ โฆษณาจึงมีโอกาสเขียนสะกดเป็น เปเปอร์ แทนการเขียนสะกดเป็น เพเปอร์

ส่วนกรณีของรูปแปรตัวสะกดมักพบว่าเกิดขึ้นกับพยางค์ตายหรือคำตาย เช่น รูปแปรระหว่าง ก กับ ค ซึ่งเป็นตัวสะกดของแม่ก เนื่องจากในภาษาไทยมีตัวอักษรมากกว่าหนึ่งตัวเพื่อให้แทนหน่วยเสียงในมาตราตัวสะกด เหล่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่เขียนสะกดแตกต่างกันไปเพื่อรักษารากศัพท์ให้ผู้ใช้ภาษาทราบว่าเป็นคำยืมมาจากภาษาอื่น และ ยังแสดงความหมายที่ต่างกันจากเสียงที่พ้องกันได้อีกด้วย (Chaikiattitham, 2016) คำว่า look จึงปรากฏในข้อความ โฆษณาด้วยการเขียนสะกดเป็น ลุค แทนการเขียนสะกดว่า ลูก คำว่า cut จึงปรากฏในข้อความโฆษณาด้วยการเขียน สะกดเป็น คัท แทนการเขียนสะกดว่า คัด และคำว่า cup จึงปรากฏในข้อความโฆษณาด้วยการเขียนสะกดเป็น คัพ แทนการเขียนสะกดว่า คับ นอกจากนี้ ยังเป็นไปได้ว่าผู้เขียนข้อความโฆษณาใช้แนวเทียบจากเสียงตัวสะกดใน ภาษาอังกฤษที่มีกลุ่มลม ขณะที่ระบบเสียงตัวสะกดในภาษาไทยไม่มีกลุ่มลมเลย

กรณีของรูปแปรตัวการันต์ก็เช่นเดียวกับรูปแปรตัวสะกด กล่าวคือ ผู้เขียนข้อความโฆษณานิยมใช้ ท์ แทนคำ ยืมภาษาอังกฤษที่เขียนสะกดด้วยตัวอักษร t และใช้ ค์ แทนคำยืมภาษาอังกฤษที่เขียนสะกดด้วยตัวอักษร k ซึ่งผู้ใช้ ภาษาไทยไม่ออกเสียงดังกล่าว เช่น เขียนสะกดคำว่า outdoor เป็น เอาต์ดอร์ แทนการเขียนสะกดว่า เอาด์ดอร์ และ เขียนสะกดคำว่า wool-like เป็น วูลไลค์ แทนการเขียนสะกดว่า วูลโล่ค และมีคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษส่วนหนึ่งที่ ผู้เขียนโฆษณานิยมใช้เพียงรูปแปรของตัวสะกดโดยไม่ใช้ตัวการันต์ เช่น เขียนสะกดคำว่า compact เป็น คอมแพค แทนการเขียนสะกดว่า คอมแพกต์ และเขียนสะกดคำว่า perfect เป็น เพอร์เฟค แทนการเขียนสะกดว่า เพอร์เฟกต์ รูปแปรดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องการแปรรูปเขียนคำทับศัพท์หมวดคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ

ของนักศึกษาต่างสาขาวิชา (Bunnag, 2018) ที่พบว่านักศึกษาใช้พยัญชนะที่มาประกอบเครื่องหมายทัศนธาตุต่างไปจากหลักเกณฑ์ที่ราชบัณฑิตยสถานกำหนดไว้ เช่นคำว่า software นักศึกษาเขียนสะกดเป็น ซอฟต์แวร์ หรือ ซอฟท์แวร์ แทนการเขียนสะกดเป็น ซอฟต์แวร์ และมีการลดรูปเครื่องหมายทัศนธาตุและตัวการ์ตูน เช่นคำว่า fax นักศึกษาเขียนสะกดเป็น แฟล็ค หรือ แฟ็ค แทนการเขียนสะกดเป็น แฟกซ์

นอกจากนี้ ยังปรากฏว่าผู้เขียนข้อความโฆษณาเขียนคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษตามเสียงที่คนไทยนิยมออกเสียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีที่สระของพยางค์หน้าเป็นเสียงสระอื่นที่ไม่ใช่เสียงสระอะ ราชบัณฑิตยสถานกำหนดให้ใช้ตามหลักการเทียบพยัญชนะภาษาอังกฤษโดยไม่ต้องซ้อนพยัญชนะ (Prime Minister's Office, 1989) คำว่า casual จึงปรากฏในข้อความโฆษณาด้วยการเขียนสะกดเป็น แคชวล แทนการเขียนสะกดว่า แคชวล คำว่า generation จึงปรากฏในข้อความโฆษณาด้วยการเขียนสะกดเป็น เจเนอเรชั่น แทนการเขียนสะกดว่า เจเนอเรชั่น และคำว่า poplin จึงปรากฏในข้อความโฆษณาด้วยการเขียนสะกดเป็น ปอปปลิ้น แทนการเขียนสะกดว่า ปอปลิน

2. รูปแปรด้านสระ

กรณีของรูปแปรสระระหว่าง -า กับ -ไ- ของคำว่า Hawaii เป็นรูปแปรของหน่วยเสียงเดียวกันคือหน่วยเสียง /a/ เกิดขึ้นจากเหตุผลที่หากเขียนสะกดตามตารางเทียบเสียงสระภาษาอังกฤษกำหนดให้เทียบใช้ -ไ- แทนสระภาษาอังกฤษ ai (Prime Minister's Office, 1989) จะเขียนสะกดเป็น ฮาไว ซึ่งมีโอกาสทำให้เกิดความสับสนเนื่องจากทั้งพยางค์ ฮา และพยางค์ ไว เป็นเสียงซ้ำกับคำในภาษาไทย จึงนิยมเขียนสะกดคำดังกล่าวเป็น ฮาวาย

กรณีของรูปแปรสระระหว่าง ปิเก้ ซึ่งเป็นเสียงในภาษาฝรั่งเศส กับ ปิก ซึ่งเป็นเสียงตามตารางเทียบเสียงคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษของราชบัณฑิตยสถานของคำว่า pique เกิดขึ้นจากเหตุผลที่ภาษาอังกฤษยืมคำดังกล่าวมาจากภาษาฝรั่งเศส เมื่อตารางเทียบเสียงสระภาษาอังกฤษกำหนดให้เทียบใช้ ปิก แทนในภาษาอังกฤษ (Prime Minister's Office, 1989) อย่างไรก็ตาม แม้ภาษาฝรั่งเศสมีรากฐานมาจากภาษาละตินเช่นเดียวกับภาษาอังกฤษและมีลักษณะเสียง คำ และประโยค ร่วมกัน แต่การออกเสียงแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง ลักษณะร่วมดังกล่าวเป็นสาเหตุให้ผู้ใช้อ้างอิงถ่ายโอนระบบเสียง (phonological interference) จากการได้ยินหรือการรับเสียงผ่านการกรองเสียงความแตกต่างระหว่างภาษา (Purinthapibal, 2018) จึงเป็นไปได้ว่าผู้ใช้คำทับศัพท์ภาษาต่างประเทศในภาษาไทยในแวดวงแฟชั่นถอดคำภาษาฝรั่งเศสที่ภาษาอังกฤษยืมไปใช้โดยถ่ายโอนเสียงจากภาษาอังกฤษเพื่อไปออกเสียงภาษาฝรั่งเศสตามที่คุณเคย

ส่วนกรณีของรูปแปรระหว่าง -เ- กับ -แ- ของคำว่า flannel เป็นรูปแปรของหน่วยเสียงสระเดียวที่มีลักษณะทางสัทศาสตร์บางประการร่วมกัน กล่าวคือ หน่วยเสียง -เ- /ee/ กับหน่วยเสียง -แ- /εε/ เป็นหน่วยเสียงสระหน้า ยาว ริมฝีปากกริ ต่างกันเพียง หน่วยเสียง -เ- /ee/ เป็นสระกลางสูง ส่วนหน่วยเสียงสระ -แ- /εε/ เป็นสระกลางต่ำ (Naksakul, 2013) จึงทำให้เกิดรูปแปรระหว่าง แพลนเนล กับ แพลนแนล ซึ่งตามตารางเทียบเสียงสระภาษาอังกฤษกำหนดให้เทียบใช้ -เ- แทนสระภาษาอังกฤษ e (Prime Minister's Office, 1989) หากเขียนสะกดตามหลักเกณฑ์จะเป็น แพลนเนล เช่นเดียวกับรูปแปรระหว่าง -เ- กับ -เอ ของคำว่า Christophe Lemaire เป็นรูปแปรของหน่วยเสียงสระเดียวที่มีลักษณะทางสัทศาสตร์บางประการร่วมกัน กล่าวคือ หน่วยเสียง -เ- /ee/ กับหน่วยเสียง -เอ /xx/ เป็นหน่วยเสียงกลางสูง ยาว ริมฝีปากกริ ต่างกันเพียง หน่วยเสียง -เ- /ee/ เป็นสระหน้า ส่วนหน่วยเสียงสระ -เอ /xx/ เป็นสระหลังค่อนข้างไปกลาง (Naksakul, 2013) จึงทำให้เกิดรูปแปรระหว่าง คริสตอฟ เลแมร์ กับ คริสตอฟ เลอแมร์ ซึ่งตารางเทียบเสียงสระภาษาอังกฤษกำหนดให้เทียบใช้ -เ- แทนสระภาษาอังกฤษ e (Prime Minister's Office, 1989) หากเขียนสะกดตามหลักเกณฑ์จะเป็น คริสตอฟ เลแมร์

3. รูปแบบด้านเครื่องหมายกำกับอักษร

กรณีของรูปแบบเครื่องหมายไม่ได้คู่พบทั้งกรณีลดรูปและเพิ่มรูป พบว่าผู้เขียนข้อความโฆษณานิยมเขียนสะกดคำว่า เซ็นทรัล (central) และ รีแลกซ์ (relax) โดยเพิ่มรูปไม้ไต่คู้ แม้พยางค์ เซน (ของคำว่า เซ็นทรัล) พยางค์ แล็กซ์ (ของคำว่า รีแลกซ์) และคำว่าที่อป ไม่มีความหมายในภาษาไทย จึงเกิดรูปแบบหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษโดยเขียนสะกดเป็น เซนทรัล และ รีแลกซ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องการแปรรูปเขียนคำทับศัพท์หมวดคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาต่างสาขาวิชา (Bunnag, 2018) ที่พบว่านักศึกษาลดรูปเครื่องหมายไม้ไต่คู้และเพิ่มรูปเครื่องหมายไม้ไต่คู้ จึงก่อให้เกิดรูปแบบที่แตกต่างไปจากหลักเกณฑ์การทับศัพท์คำภาษาอังกฤษ

ส่วนกรณีของรูปแบบเครื่องหมายวรรณยุกต์พบทั้งกรณีลดรูป เพิ่มรูป และเปลี่ยนรูป พบว่าผู้เขียนข้อความโฆษณานิยมเขียนสะกดคำว่า ฮู้ด (hood) ดราก้อน (dragon) และเลกกิง (legging) โดยเพิ่มรูปวรรณยุกต์ แม้ คำว่า ฮูด (ฮู้ด) พยางค์ กอน (ของคำว่า ดราก้อน) และพยางค์ กิง (ของคำว่า เลกกิง) ไม่มีความหมายในภาษาไทย จึงเกิดรูปแบบหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษโดยเขียนสะกดเป็น ฮูด ดรากอน และเลกกิง นอกจากนี้ ผู้เขียนข้อความโฆษณายังนิยมเขียนสะกดคำว่า สต็อก (stock) จึงเกิดรูปแบบหลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษโดยเขียนสะกดเป็น สต็อก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องการแปรรูปเขียนคำทับศัพท์หมวดคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาต่างสาขาวิชา (Bunnag, 2018) ที่พบว่า นักศึกษาลดรูปเครื่องหมายวรรณยุกต์ เพิ่มรูปเครื่องหมายวรรณยุกต์ และเปลี่ยนเครื่องหมายวรรณยุกต์ จึงก่อให้เกิดรูปแบบที่แตกต่างไปจากหลักเกณฑ์การทับศัพท์คำภาษาอังกฤษ เครื่องหมายกำกับอักษรดังกล่าวนี้น่าสนใจมีความซับซ้อนและสับสนจึงส่งผลให้เกิดรูปแบบที่สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่ปรากฏในนิตยสาร Vogue Thailand (Thongsakul, 2019) ที่พบคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่แตกต่างไปจากหลักเกณฑ์ด้านวรรณยุกต์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.80 และพบคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษที่แตกต่างไปจากหลักเกณฑ์ด้านเครื่องหมายไม้ไต่คู้เป็นลำดับที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 12.37

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 เป็นแนวทางการใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษให้ถูกต้องสำหรับเจ้าของสินค้าและผู้สร้างสรรค์ข้อความโฆษณาภาษาไทย เนื่องจากมีโอกาสที่ผู้รับสารจะจดจำและนำไปใช้ในงานเขียนทางวิชาการหรือการทำงานที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ

1.2 เป็นกรณีศึกษาสำหรับรายวิชาการใช้ภาษาไทย ที่ผู้เรียนจะได้รู้หลักเกณฑ์การทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทย รวมถึงเงื่อนไขทางภาษาในการทับศัพท์ภาษาอังกฤษในภาษาไทยกรณีต่างๆ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการใช้การทับศัพท์ภาษาต่างๆ และปัญหาการทับศัพท์ เนื่องจากความแพร่หลายของคำยืมภาษาต่างประเทศจากสื่อต่างๆ ไม่อาจทำให้สมาชิกในสังคมไทยซึ่งเป็นผู้ใช้ภาษาไทยเสี่ยงการใช้คำทับศัพท์ คำศัพท์บัญญัติ รวมถึงมโนทัศน์ของสิ่งที่รับมาจากต่างประเทศได้ ซึ่งจะช่วยลดความขัดแย้งของผู้ใช้ภาษาไทยที่นิยมใช้คำทับศัพท์ได้

2.2 ควรศึกษาการใช้การบัญญัติศัพท์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแวดวงวิชาการ เพื่อเลี่ยงการใช้รูปคำภาษาอังกฤษและคำภาษาตะวันตกอื่นๆ (Laulertvorakul, A., 2010) ทั้งสังคมไทยนิยมใช้ภาษาบาลีและภาษาสันสกฤตเป็นชื่อเฉพาะซึ่งประกอบด้วยอักษรที่มั่งคั่งตามค่านิยมของสังคมอีกด้วย (Laulertvorakul, A., 2010) อันแสดงให้เห็นปรากฏการณ์ของภาษาทั้งด้านวิชาการและสังคม

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่องการทับศัพท์และส่วนประกอบพยางค์ของคำทับศัพท์ภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาในสื่อประเทศไทย ซึ่งมีงานวิจัยและวารสาร คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ดำเนินการให้โครงการและรายงานการวิจัยเรื่องนี้ได้รับการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิกรณีข้อเสนอโครงการวิจัยแบบไม่รับทุนสำหรับบุคลากรคณะศิลปศาสตร์ ประจำปี 2564 และอนุเคราะห์การแปลโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อำไพรัตน์ สุทธิอินทร์

เอกสารอ้างอิง

- Bunnag, O. (2018). The Variations of Spelling in the Standard Form of Information Technology Transliteration of Undergraduate Students in Different Programs. *Interdisciplinary Studies Journal, Faculty of Social Sciences and Humanities, Mahidol University*, 18(1), 221-265. (in Thai)
- Chaikiattitham, R. (2016). The Use of Changed Pronunciation of English Loan Words in Thai. *RMU.J. (Humanities and Social Science)*, 10(3), 21-32. (in Thai)
- Chapimon, K. (2017). The Thai Orthographical Forms Produced by the First Year of Undergraduate Students: Prince of Songkla University and Phuket Rajabhat University. *Journal of Humanities, Naresuan University*, 14(1), 47-60. (in Thai)
- Kanchanawan, N. (2011). *Problems in Thai Usage*. 4th Ed. Bangkok: Ramkhamkaeng University. (in Thai)
- Laulertvorakul, A. (2010). Pali and Sanskrit Loanwords. In W. Changkhuanyuen et al. (Eds.), *Thai Foundation Volume 2: Sound System, Thai Alphabet, Reading Words and Spelling Words* (2nd Ed.). (pp. 113-197). Bangkok: Thai Language Institute, Bureau of Academics and Educational Standards, Office of the Basic Education Commission, Ministry of Education. (in Thai)
- Naksakul, K. (2013). *Sound System of the Thai Language*. 7th Ed. Bangkok: Academic Publishing Project, Faculty of Arts, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Pancharoen, A. (2018). *Influences of Foreign Languages on Thai*. 3rd Ed. Bangkok: Ramkhamhaeng University. (in Thai)

- PPTV Online. (2021). “UNIQLO Thailand” *Never-ending Improvement in the Past 10 Years*. [Online]. Retrieved October 24, 2021, from: <https://www.pptvhd36.com/news/%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8%90%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88/157652> (in Thai)
- Prasithrathsint, A. (2005). *Language in Thai Society*. 4th Ed. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)
- _____. (2012a). *Thai Language and Society*. In P. Nimmanhemmin, et al. (Eds.), *Thai Foundation Volume 4: Culture of Thai Usage* (2nd Ed.). (pp. 1-21). Bangkok: Thai Language Institute, Bureau of Academics and Educational Standards, Office of the Basic Education Commission, Ministry of Education. (in Thai)
- _____. (2012b). *Changes of the Thai Language in Social and Cultural Contexts*. In P. Nimmanhemmin, et al. (Eds.), *Thai Foundation Volume 4: Culture of Thai Usage* (2nd Ed.). (pp. 129-150). Bangkok: Thai Language Institute, Bureau of Academics and Educational Standards, Office of the Basic Education Commission, Ministry of Education. (in Thai)
- Prime Minister’s Office. (1989, September 14). *Announcement of Prime Minister’s Office on English-Thai Transliteration Rules*. The Royal Gazette, Volume 106, No. 153. (in Thai)
- Purinthrapibal, S. (2018). Influence of English in French Pronunciation of Secondary Schools Learners in Fourteen Southern Provinces. *Journal of Information, Office of Academic Resources and Information Technology, Bansomdejchaopraya Rajabhat University*, 17(1), 143-155. (in Thai)
- Srisa-ard, B. (2017). *Introduction to Research*. 10th Ed. Bangkok: Suwiriyan. (in Thai)
- Thongsakul, R. (2019). English Transliterated Words Appeared in Vogue Thailand Magazine. *Liberal Arts Review*, 14(1), 54-66. (in Thai)
- Warottamasikkhadit, U. (2020). *Introduction to Linguistics*. 24th Ed. Bangkok: Ramkhamhaeng University Press. (in Thai)

อิทธิพลทางสังคมจิตพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุล ในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน

ธัญวณันท์ เลียนอย่าง*

สำนักการศึกษาทั่วไป สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Received: 18 February 2022

Revised: 19 May 2022

Accepted: 20 May 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม
การจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้
เป็นนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่กำลังศึกษาคณะบริหารธุรกิจภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2563 โดยใช้การสุ่ม
กลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ รวม 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า
5 ระดับของตัวแปรเชิงสาเหตุและผลของพฤติกรรมจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและ
การทำงานของนักศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุ ผลการวิจัยพบว่า
(1) โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของ
นักศึกษาที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตามรูปแบบทฤษฎีปัญญาสังคม รวมถึงแนวคิด
ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร
ในหลวงรัชกาลที่ 9 และปัจจัยอิทธิพลทางสังคม และ (2) ตัวแปรปัจจัยที่นำมาศึกษาในโมเดลสามารถร่วมกันอธิบาย
ความแปรปรวนของพฤติกรรมจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา
คณะบริหารธุรกิจ ได้ร้อยละ 51 และร้อยละ 77 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพฤติกรรม
การจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษาขึ้นอยู่กับคุณลักษณะจิตพอเพียง
ที่มีคุณลักษณะตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงอันประกอบด้วย ความพอประมาณ ความมีเหตุมีผล และการมีภูมิคุ้มกัน
ทางจิต

คำสำคัญ: อิทธิพลทางสังคมจิตพอเพียง พฤติกรรมจัดการทางการเงิน ความสมดุลในชีวิตการเรียนและ
การทำงาน

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: tanyavanun@gmail.com

The Influence of Sufficient-Mindedness Society on Financial Management Behavior and Balance in School and Work Life of Undergraduate Students in Faculty of Business Administration of Private Higher Education Institution

Tanyavanun Lianyang*

Office of General Education, Panyapiwat Institute of Management

Received: 18 February 2022

Revised: 19 May 2022

Accepted: 20 May 2022

Abstract

The purpose of this research was to study a model of causal relationship that affects the financial management behavior and balance in school and work life of undergraduate students. The research sample consisted of 300 undergraduate students in the Faculty of Business Administration of a private higher education institution during the first semester of academic year 2020 obtained by stratified random sampling. The data collecting instrument was a five-level Likert scale questionnaire on the causal factors and effects of the financial management behavior and balance in school and work life of students. The research data were analyzed with the use of causal structural equation modeling. The results were as follows: (1) The developed model of causal relationship that affects the financial management behavior and balance in school and work life of undergraduate students was consistent with empirical data according to the Social Cognitive Theory including the concept of sufficiency economy principles of King Rama IX and social influence factors. (2) The causal factors in the model could be combined to explain the variance of financial management behavior and balance in school and work life of Faculty of Business Administration undergraduate students by 51 percent and 77 percent respectively, which were significant at the .05 level. The financial management behavior and balance in school and work life of the undergraduate students depended on the sufficient-mindedness characteristics based on the sufficiency economy principles including moderation, reasonableness and mental immunity.

Keywords: Influence of sufficient-mindedness society, Financial management behavior, Balance in school and work life

* Corresponding Author; Email: tanyavanun@gmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การจัดการทางการเงินนั้นเป็นการจัดระเบียบการเงินของบุคคลที่เกี่ยวกับการรู้จักหาเงินเข้ามาและใช้จ่ายออกไปอย่างถูกต้องมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำให้การดำเนินชีวิตมีทิศทางเกิดความมั่นคงทางการเงิน มีอิสรภาพทางการเงินในอนาคต สามารถดูแลตัวเองในอุปการะ มีมาตรฐานการครองชีพที่ดี และบรรลุเป้าหมายทางการเงินตามที่ต้องการได้ (Piamsiltham et al., 2016) นอกจากนี้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่ทรงพระราชทานพระราชดำริชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอด ตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤตการณ์เศรษฐกิจ และเมื่อภายหลังได้ทรงเน้นย้ำเรื่องแนวทางแก้ไข เพื่อให้รอดพ้น และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่างๆ โดยสามารถใช้ได้กับประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ชุมชน จนถึงระดับรัฐที่ใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขวิกฤตการณ์ทางการเงิน โดยรัฐบาลเองมีส่วนร่วมในการส่งเสริมแนวนโยบายเศรษฐกิจพอเพียงดังกล่าว โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการดำรงชีวิตอยู่ด้วยความพอเพียงสมดุลและยั่งยืน ซึ่งอันที่จริงแล้วหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางที่ใครๆ ก็สามารถนำไปประยุกต์ใช้ หรือนำไปปฏิบัติได้ เพราะเป้าหมายสำคัญของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงก็เพื่อพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน

ดังนั้น การจัดการทางการเงินส่วนบุคคลที่ต้องมีการวางแผนการเงินก็เช่นเดียวกัน สามารถเดินตามแนวทางของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้ เพราะ “เงินก็คือทรัพยากรอย่างหนึ่ง” ที่ต้องจัดสรรให้เพียงพอสำหรับปัจจุบันและอนาคต การวางแผนและการจัดการทางการเงินจึงเป็นเรื่องของการสร้างสมดุลทางการเงิน เพื่อให้มีเงินสำหรับใช้จ่ายได้ทั้งในวันนี้และวันหน้า เพื่อการสร้างความมั่งคั่งอย่างยั่งยืน เพื่อเป้าหมายในระยะยาว และเพื่อเกษียณอย่างมั่นคง จะเห็นได้ว่าจัดการทางการเงินส่วนบุคคลนั้นมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนด้วยเช่นกัน สำหรับการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการวางแผนทางการเงินนั้นใช้ 3 หลักการ คือ การมีความพอประมาณ การมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันที่ดี ซึ่งหลักการดังกล่าวนี้ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานความรู้ และต้องมีคุณธรรม เป็นพื้นฐานสำคัญในการตัดสินใจ ได้แก่ ความซื่อสัตย์สุจริต ความอดทน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต ไม่โลภ และไม่ตระหนี่จนเกินไป โดยพิจารณาที่หลักการ กล่าวคือ (1) ความพอประมาณทางการเงิน คือ ความไม่ฟุ้งเฟ้อ ความประหยัด ไม่ใช้จ่ายเกินตัว หรือ การทำอะไรที่ไม่สุดโต่งจนเกินไป เช่น การกู้เงินมาลงทุนจำนวนมากเพื่อต้องการให้ประสบความสำเร็จเร็วๆ เป็นต้น (2) ความมีเหตุผลทางการเงิน คือ การวางแผนและศึกษาหาความรู้เพื่อประกอบการตัดสินใจในชีวิตอย่างมีเหตุผล ไม่หลงเชื่อใครง่ายๆ ต้องดูเหตุผล และหาข้อมูลจากหลายๆ ช่องทางก่อนที่จะเชื่อหรือตัดสินใจทางการเงินลงไป นอกจากนี้ต้องมีความเข้าใจในการวางแผนการเงิน ทั้งเรื่องการวางแผนค่าใช้จ่าย การออม และการลงทุน เนื่องจากการวางแผนการเงินเป็นเครื่องมือที่ทำให้บุคคลสามารถจัดสรรทรัพยากรทางการเงินอย่างรอบคอบ เกิดความสมดุลในชีวิตและเพียงพอต่อการดำเนินชีวิตได้อย่างปกติสุขในอนาคต และ (3) การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี หมายถึง มีการเตรียมความพร้อม ในภาวะที่อาจจะมีเหตุการณ์ไม่คาดฝันเกิดขึ้นได้ และจะส่งผลกับสถานภาพทางการเงินของตัวเอง จึงมีการเตรียมพร้อมเพื่อรับมือกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่อาจจะเข้ามาอย่างไม่คาดคิด เช่น อุบัติเหตุ การเจ็บป่วย และการเสียชีวิต เข้าใจความสำคัญของการออมเงิน และหาความรู้เกี่ยวกับการออม การลงทุนอย่างรอบคอบ รู้จักสร้างผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างระมัดระวังเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันทางการเงินที่แข็งแกร่งให้ตัวเอง ซึ่งการวางแผนการเงินจะเป็นเครื่องมือที่ทำให้บุคคลมีภูมิคุ้มกันทางการเงินที่ดี เพราะตนได้มีการจัดสรรเงินให้สอดคล้องกับทั้งเป้าหมายระยะสั้น และระยะยาว มีการกั้นเงินสำรองเพื่อ

ฉุกเฉิน มีการวางแผนประกันภัย มีการเตรียมการสำหรับการเกษียณอายุ ตลอดจนวางแผนการลงทุนให้สอดคล้องกับความสามารถในการรับความเสี่ยงของตนเอง กล่าวโดยสรุปหากบุคคลใดบุคคลหนึ่งดำเนินชีวิตโดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นสำคัญ ย่อมทำให้การตัดสินใจในเรื่องต่างๆ มีความรอบคอบ อยู่บนพื้นฐานของความเป็นเหตุผลพอประมาณ และมีภูมิคุ้มกันเพื่อลดความเสี่ยงในการดำเนินชีวิตได้ (Poonsathiensap, 2022)

จากแนวคิดของความพอเพียงและการจัดการทางการเงินข้างต้น ในฐานะนักวิจัยจึงตระหนักถึงประโยชน์ทางวิชาการและทางสังคมคนรุ่นใหม่ที่ได้รับจากแนวคิดนี้ จนทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษากลุ่มนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ ซึ่งถือว่าเป็นกำลังสำคัญของประเทศชาติในอนาคตว่าได้ตระหนักถึงแนวคิดดังกล่าวจนนำไปสู่พฤติกรรมจัดการทางการเงินหรือไม่ อีกทั้งนักศึกษาที่เรียนในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตนั้น การบริหารจัดการเงินส่วนบุคคลเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการกำหนดแนวทางที่จะนำไปสู่การบริหารจัดการเงินในการประกอบธุรกิจต่อไปในอีกด้วย กอปรกับปัจจุบันประเทศไทยนั้น กระแสการโฆษณาสินค้ากลับยิ่งกระตุ้นให้วัยรุ่นไทยมีค่านิยมแบบวัตถุนิยมเพิ่มมากขึ้น หากวัยรุ่นที่เป็นกลุ่มนิสิตนักศึกษาซึ่งอยู่ในวัยที่อยากรู้ อยากเห็น อยากทดลอง และสามารถยอมรับสินค้าและบริการใหม่ๆ ได้ง่าย แม้ว่ายังไม่ได้ประกอบอาชีพ หากแต่มีรายได้จากพ่อแม่หรือผู้ปกครอง หรือจากการทำงานพิเศษจนสามารถซื้อสินค้าหรือบริการที่ตนสนใจ ไม่ว่าจะเป็น เสื้อผ้า การชมภาพยนตร์ หรือการพักผ่อนหย่อนใจในรูปแบบต่างๆ (Sundaravibhata, 2016) ดังนั้นหากไม่ระมัดระวังในการใช้จ่าย อาจทำให้ประสบปัญหาทางการเงินได้ นอกจากนี้การบริหารจัดการเงินส่วนบุคคลนั้นเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการดำเนินชีวิตและควรปลูกฝังให้บุคคลมีวินัยในการบริหารจัดการเงินตั้งแต่เด็กๆ ทั้งในส่วนของการเรียนรู้วิธีการใช้จ่ายอย่างพอเพียง การรู้จักหาเงินเข้ามาด้วยการลงทุน รวมถึงการรู้จักการออมเงิน จะทำให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุขโดยเป็นการสร้างสมดุลในชีวิตทั้งในด้านการเรียนและการทำงาน

สำหรับงานวิจัยที่ผ่านมาได้มีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิต การเรียนและการทำงานของนักศึกษาค่อนข้างน้อย มีเพียงเรื่องของพฤติกรรมจัดการทางการเงิน (Chansawaang, 2018; Viriyanon, 2015; Lertpiang, 2014) อีกทั้งไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานเลย และวิธีการวิเคราะห์ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ละคู่ ซึ่งยังไม่สามารถแสดงถึงความเชื่อมโยงเชิงเหตุและผลระหว่างตัวแปรได้อย่างชัดเจนและถูกต้องภายใต้ปรากฏการณ์ที่เป็นจริง และจากการทบทวนงานวิจัยในขอบข่ายใกล้เคียงกันนี้ พบว่า มีงานวิจัยที่สามารถนำมาเทียบเคียงได้ ได้แก่งานวิจัยที่ใช้รูปแบบทฤษฎีปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นโดย Bandura (1986) โดยการเรียนรู้ นั่นคือการเรียนรู้เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยไม่พิจารณาในด้านการแสดงออกของพฤติกรรม ดังนั้นจึงถือว่าเมื่อมีการเรียนรู้ความรู้ใหม่เกิดขึ้นจะถือว่าการเรียนรู้ได้ เกิดขึ้นแล้ว และจะแสดงพฤติกรรมเมื่อมีโอกาสที่เหมาะสม โดยระบุว่าพฤติกรรมของบุคคลนั้น เกิดจากปัจจัยส่วนบุคคลทั้งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ปัญหา ชีวภาพ และปัจจัยภายในอื่นๆ ปัจจัยด้าน พฤติกรรม ร่วมกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลซึ่งกันและกัน ผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) ของ Bandura (1986) รวมถึงนำแนวคิด ทฤษฎีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ในหลวงรัชกาลที่ 9 และปัจจัยอิทธิพลทางสังคม มาเป็นกรอบในการศึกษาและการกำหนดตัวแปรที่ศึกษา ซึ่งเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมที่มุ่งศึกษาสาเหตุของพฤติกรรม ที่มีความสอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ตามแนวพฤติกรรมศาสตร์ที่อธิบายด้วยพฤติกรรมของมนุษย์ว่ามีสาเหตุมาจากปัจจัยทางจิตวิทยาและปัจจัยทางสังคมวิทยา (Suvannathat, 1994)

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าเราจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยเชิงเหตุของนักศึกษาระดับปริญญาตรี เพื่อหาข้อเท็จจริงสำคัญเพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ในภาพรวมที่แสดงถึงความเชื่อมโยงเชิงเหตุและผลระหว่างตัวแปรได้อย่างครอบคลุมและชัดเจนของพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา เพื่อนำไปสู่แนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งในทางนโยบายและทางปฏิบัติ โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการแสวงหาตัวแปรเชิงสาเหตุที่สำคัญ เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันระดับอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง ซึ่งผู้วิจัยให้ความสนใจศึกษานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันระดับอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่ง เนื่องจากนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจเป็นนักศึกษาที่มีสัดส่วนเกินกึ่งหนึ่งของสถาบันระดับอุดมศึกษาเอกชนแห่งนี้ อีกทั้งหลักสูตรของคณะบริหารธุรกิจเน้นการเสริมสร้างประสบการณ์การทำงานอย่างแท้จริงที่นักศึกษาต้องเรียนพร้อมควบคู่กับการทำงาน และมีการฝึกงานในจำนวนเวลาที่มากกว่าคณะอื่นๆ โดยในหลักสูตรการเรียนมีการเรียนและการฝึกงานตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 จนถึงสำเร็จการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ทำให้นักศึกษามีชีวิตการเรียนและการทำงานที่ควบคู่กันไป ซึ่งมีความแตกต่างจากสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาอื่นๆ ที่ได้รับการฝึกงานในช่วงระยะเวลาหนึ่งขณะที่จะขึ้นไปเรียนในชั้นปี 4 ที่เป็นปีสุดท้ายเท่านั้น ซึ่งข้อค้นพบในงานวิจัยจะได้ตัวแปรสาเหตุที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา ทำให้ได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงิน รวมถึงการสร้างสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานก่อนที่นักศึกษาจะเรียนจบไปเป็นอุปทานแรงงานในระบบเศรษฐกิจในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 รูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงินของนักศึกษาที่มีต่อความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงาน ตามสมมติฐานจะมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 คุณลักษณะทางจิตพอเพียงมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงินของนักศึกษา

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงินของนักศึกษา

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 คุณลักษณะทางจิตพอเพียงมีอิทธิพลทางตรงต่อความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงาน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 คุณลักษณะทางจิตพอเพียงมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษาผ่านพฤติกรรมการจัดการทางการเงินของนักศึกษา

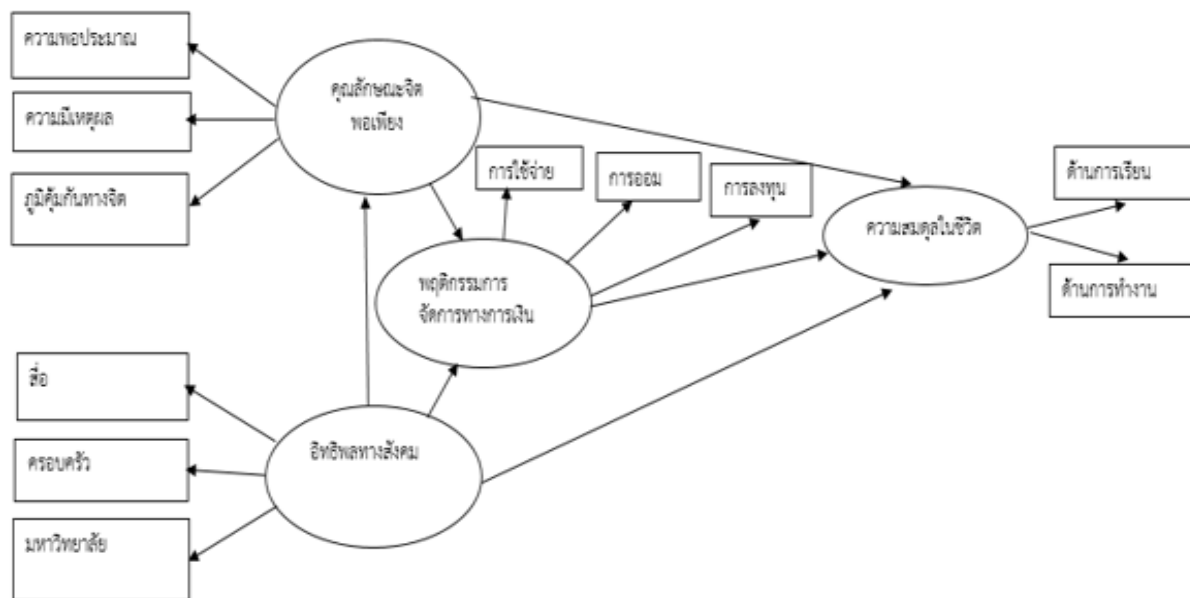
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 อิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษาผ่านพฤติกรรมการจัดการทางการเงินของนักศึกษา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำทฤษฎีปัญญาสังคม (Social Cognitive Theory) ของ Bandura (1986) มาเป็นกรอบแนวคิดและการกำหนดตัวแปรที่ศึกษา สำหรับทฤษฎีนี้อธิบายถึงลักษณะที่เป็นความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของปัจจัยด้านส่วนบุคคล (Personal) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Environment) และพฤติกรรม (Behavior) ของบุคคล โดยมีงานวิจัยซึ่งมีบริบทใกล้เคียงกับงานวิจัยนี้ ได้นำทฤษฎีปัญญาสังคมใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้แก่ งานวิจัยที่ทำการศึกษากับปัจจัยจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมจัดการทางการเงิน ของข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากรุงเทพมหานคร (Piamsiltham et al., 2016) นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้นำแนวคิด ทฤษฎีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร ในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่พระราชทานให้กับประชาชนคนไทย ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับคนทุกระดับชั้น ทั้งระดับครอบครัว ชุมชน จนถึงประเทศชาติ โดยเน้นหลักการดำรงชีวิตด้วยเรื่องการเดินทางสายกลาง ไม่ถึง หรือหย่อนจนเกินไป เป็นการเดินสายกลางด้วยความพอเพียง ความสมดุล และความยั่งยืน สามารถปรับใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย ไม่มีหลักการและหลักเกณฑ์ที่ตายตัว ต้องเลือกปรับใช้ให้เหมาะสมแก่การดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป และจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของตนเอง

นอกจากนี้ ได้นำปัจจัยอิทธิพลทางสังคมได้แก่ สื่อ มหาวิทยาลัย และครอบครัว มาเป็นหลักในการอธิบายและทำนายพฤติกรรมจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา ซึ่งเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมที่มุ่งศึกษาสาเหตุของพฤติกรรม ที่มีความสอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ตามแนวพฤติกรรมศาสตร์ ที่มีตัวแปรด้านจิตลักษณะและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่ดี มาเป็นกรอบแนวคิดในการกำหนดตัวแปรเชิงสาเหตุ และเป็นกรอบแนวคิดแบบสหวิทยาการในปัจจัยเชิงสาเหตุสำคัญแบบบูรณาการ และเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมที่ได้รับการยอมรับและใช้กันอย่างกว้างขวางในการทำความเข้าใจและทำนายพฤติกรรมของบุคคล และนำมาประยุกต์ใช้ในพฤติกรรมต่างๆ ที่หลากหลาย โดยผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ศึกษามีตัวแปรคั่นกลาง คือ พฤติกรรมจัดการทางการเงิน และตัวแปรตาม คือ ความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา สำหรับตัวแปรสาเหตุแฝงภายนอก ได้แก่ ตัวแปรแฝงคุณลักษณะทางจิตพอเพียง ตัวแปรแฝงอิทธิพลทางสังคม มากำหนดเป็นกรอบในการวิจัย ดังนี้ (1) ตัวแปรปัจจัยด้านส่วนบุคคล ซึ่งเป็นสาเหตุส่วนบุคคล (Personal) ได้แก่ คุณลักษณะทางจิตพอเพียง (ความพอประมาณ ความมีเหตุมีผล และการมีภูมิคุ้มกันทางจิต) และ (2) ตัวแปรปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Environment) ที่เป็นสาเหตุ คือ สภาพแวดล้อมทางสังคม (Social Environmental) ได้แก่ ด้านสื่อ (การเห็นแบบอย่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจากสื่อมวลชน) ด้านครอบครัว (การเห็นแบบอย่างที่ดีจากครอบครัว) และด้านมหาวิทยาลัย/สถาบัน (การสนับสนุนทางสังคมจากมหาวิทยาลัย/สถาบัน)

ดังนั้น จากแนวคิด และทฤษฎีของตัวแปรดังกล่าวนี้ น่าจะเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน ผู้วิจัยจึงกำหนดโมเดลการวิจัยของเส้นทางการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา ดังแสดงภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของพฤติกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสาเหตุ (Casual Research) เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปร ตามทฤษฎีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาของพฤติกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาคณะบริหารธุรกิจ สถาบันระดับอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่งที่เน้นเสริมสร้างประสบการณ์การทำงานอย่างแท้จริง โดยนักศึกษาต้องเรียนควบคู่ไปกับการทำงาน ในปีการศึกษา 2563 จำนวน 9,382 คน (Office of the Permanent Secretary for Higher Education, Science, Research and Innovation, 2020) ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยให้ชั้นปีของนักศึกษาเป็นตัวแปรแบ่งชั้นภูมิ เนื่องจากนักศึกษาเรียนเพียงสาขาเดียว จากนั้นสุ่มตัวอย่างชั้นปีจากทุกชั้นภูมิโดยการแบ่งจำนวนนักศึกษาในแต่ละชั้นปีด้วยวิธีการแบ่งตามสัดส่วน (proportional to size) และต่อจากนั้นทำการเก็บข้อมูลนักศึกษาแต่ละชั้นปีจากจำนวนกลุ่มเรียน ด้วยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้

ผู้ช่วยวิจัยในการเก็บข้อมูลจำนวน 3 คน และผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ซึ่งขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมในงานที่มีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) และโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Models) (Comrey, 1973) นั้นควรให้มีขนาดตัวอย่างในการศึกษาวิจัยไม่ต่ำกว่า 200 ตัวอย่าง (Kline, 2005) จึงจะเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรได้และมีจำนวนเพียงพอที่จะทำให้ผลการวิจัยเชื่อถือได้ อีกทั้งยังมีเกณฑ์การกำหนดขนาดตัวอย่างที่เพียงพอในการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างที่ตัวอย่างน้อยอย่างน้อย 10-20 คน ต่อตัวแปรสังเกต 1 ตัวแปร (Schumacker and Lomax, 2004) โดยในการวิจัยครั้งนี้ตัวแปรสังเกต 11 ตัวแปร จึงมีขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ 220 คน และเพื่อป้องกันการสูญหายจึงกำหนดขนาดตัวอย่างในงานวิจัยนี้จำนวน 300 คน

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบวัดตัวแปรเชิงสาเหตุและผลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา จำนวน 6 แบบวัด ที่มีคุณภาพความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้สำหรับความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) นั้นมาจากการหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruency Index: IOC) อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน จากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงและแก้ไขตามข้อเสนอแนะแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างรวม 30 คน และนำคะแนนที่ได้จากการทดลองใช้แบบสอบถามมาหาค่าอำนาจจำแนกจากการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมของแบบวัดที่ไม่มีข้อนี้รวมอยู่ (Item-Total Correlation) หรือค่า r ค่า r ตั้งแต่ .20 ขึ้นไป และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคตั้งแต่ .71 ขึ้นไป (Saiyot and Saiyot, 1985) ซึ่งแบบวัดตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ตัวเลือก และมีความเหมาะสมตามเกณฑ์การพิจารณาประกอบด้วย 1) แบบวัดพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงิน ค่า r เท่ากับ .30 – .72 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ .85 2) แบบวัดความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา ค่า r เท่ากับ .22 – .75 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .86 3) แบบวัดเกี่ยวกับคุณลักษณะจิตพอเพียง ค่า r เท่ากับ .20 – .77 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .90 4) แบบวัดการเห็นแบบอย่างจากสื่อมวลชน ค่า r เท่ากับ .62 – .85 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .92 5) แบบวัดการเห็นแบบอย่างที่ดีจากครอบครัว ค่า r เท่ากับ .41 – .72 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .84 และ 6) แบบวัดการสนับสนุนทางสังคมจากมหาวิทยาลัย/สถาบัน ค่า r เท่ากับ .73 – .87 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .94

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการขออนุมัติโครงการวิจัยต่อคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมในการทำวิจัย สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ตามใบรับรองจริยธรรมการวิจัย หมายเลขรับรอง PIM-REC 032/2563 ตั้งแต่ 11 ธันวาคม 2563 ถึง 11 ธันวาคม 2564 โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการแนะนำตัวและชี้แจงรายละเอียดในการเข้าร่วมวิจัยแก่กลุ่มตัวอย่างให้เข้าใจและชัดเจน ซึ่งผลการวิจัยที่จะใช้สำหรับวัตถุประสงค์ทางวิชาการเท่านั้น โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลเป็นความลับ ไม่ส่งผลกระทบใดๆ แก่ผู้เข้าร่วมวิจัยระหว่างวันที่ 22 ธันวาคม 2563 ถึง 31 ธันวาคม 2563

การวิเคราะห์ข้อมูล

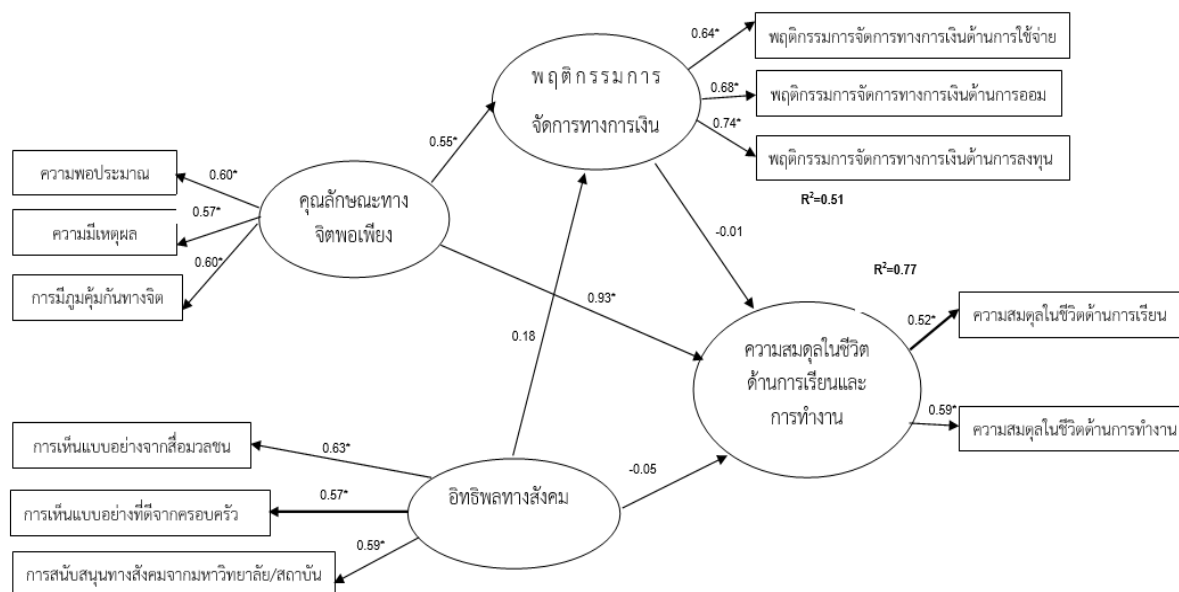
ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมาได้จากแบบวัดตัวแปรเชิงสาเหตุและผลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา จำนวน 300 ชุด โดยผู้วิจัยได้ทำ

การวิเคราะห์ข้อมูลและทำการประมวลผลด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อตอบสนองมติฐานของการวิจัย ซึ่งทำการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุ (Causal structural equation model analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา โดยทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ได้แก่ การแจกแจงแบบปกติ (Normal distribution) และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้องไม่เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรง (Multicollinearity) หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์ความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปรสาเหตุ โดยใช้การประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates : ML) ซึ่งเป็นวิธีที่ดีและเป็นที่นิยมแพร่หลายมากที่สุด คือ มีความคงเส้นคงวา มีประสิทธิภาพ และเป็นอิสระจากมาตรวัด โดยในงานวิจัยนี้ข้อมูลมีคุณสมบัติที่ผ่านข้อตกลงหรือเงื่อนไขของการใช้การประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีความน่าจะเป็นสูงสุด ทั้งในเรื่องของขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มีมากพอ รวมถึงการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้มีการแจกแจงปกติ และตัวแปรสังเกตได้เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่าลักษณะการแจกแจงข้อมูลของตัวแปรมีการแจกแจงแบบปกติ รวมถึงไม่พบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรง โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์การวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. จากการทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า $\chi^2 = 136.24$, $df = 38$, $P = 0.000$, $CFI = 0.98$, $GFI = 0.92$, $RMSEA = 0.09$ (ค่า $RMSEA$ ที่มากกว่า 0.08 เพียงเล็กน้อย โดยในงานวิจัยของ David et al. (2015) กล่าวว่าในกรณีที่ degree of freedom และขนาดตัวอย่างค่อนข้างน้อย อาจมีผลทำให้ค่านี้เกินเกณฑ์ไป ซึ่งอนุโลมได้ และเมื่อพิจารณาถึงค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเหล่านี้กับเกณฑ์ที่บ่งชี้ว่าแบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แม้ว่าค่าไค-สแควร์ (χ^2) จะยังมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งค่าไคสแควร์ดังกล่าวอาจมีนัยสำคัญทางสถิติได้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ โดย $\chi^2/df = 3.59$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 2 ไม่มากนักซึ่งอนุโลมได้โดยมีค่าความสอดคล้องกลมกลืนพอใช้ได้ (Bollen, 1989; Diamantopoulos and Siguaw, 2000) พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงินของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจและความสมดุลในชีวิตด้านการเรียนและการทำงานของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงไม่จำเป็นต้องปรับแบบจำลอง และจึงสามารถประมาณค่าขนาดอิทธิพลในแบบจำลองดังกล่าวได้ ถือว่าเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ 1 ปรากฏผลการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษาดังภาพที่ 2



หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ภาพที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐานของแบบจำลองความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของพฤติกรรมจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา

2. อิทธิพลสาเหตุที่ส่งผลต่อพฤติกรรมจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษาเมื่อได้โมเดลการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษาที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์แล้วประมาณค่าขนาดอิทธิพลในแบบจำลอง และแสดงค่าอิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE) ของตัวแปรสาเหตุที่มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์อย่างเหมาะสมได้ผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงาน

ตัวแปรผล (R ²)	อิทธิพล	ตัวแปรสาเหตุ		
		คุณลักษณะทางจิตพอเพียง	อิทธิพลทางสังคม	พฤติกรรมจัดการทางการเงิน
พฤติกรรมจัดการทางการเงิน (0.51)	DE	0.55*	0.18	
	IE			
	TE	0.55*	0.18	
ความสมดุลในชีวิตด้านการเรียนและการทำงาน ของนักศึกษา (0.77)	DE	0.93*	-0.05	-0.01
	IE	-0.01		
	TE	0.92*	-0.05	-0.01

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 ค้นพบตัวแปรที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการจัดการทางการเงินของนักศึกษาและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา ดังนี้

1. พฤติกรรมการจัดการทางการเงินของนักศึกษา พบว่า คุณลักษณะทางจิตพอเพียงมีอิทธิพลทางตรงทางบวกต่อพฤติกรรมการจัดการทางการเงินของนักศึกษา มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.55 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.55 สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 2 ของงานวิจัย

2. ความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา พบว่า คุณลักษณะทางจิตพอเพียงมีอิทธิพลทางตรงทางบวกต่อความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.93 สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 4 ของงานวิจัย

ทั้งนี้อิทธิพลทางสังคมไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 3 และ 5 ของงานวิจัย รวมถึงคุณลักษณะทางจิตพอเพียงและอิทธิพลทางสังคมไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษาผ่านพฤติกรรมการจัดการทางการเงินของนักศึกษา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 6 และ 7 ของงานวิจัย

อภิปรายผล

1. โมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และผ่านเกณฑ์การทดสอบโดยพิจารณาจากดัชนีวัดความกลมกลืนที่บ่งชี้ว่าแบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กล่าวได้ว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมการจัดการทางการเงินของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจและความสมดุลในชีวิตด้านการเรียนและการทำงานของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงไม่จำเป็นต้องปรับแบบจำลองและประมาณค่าขนาดอิทธิพลในแบบจำลองดังกล่าวได้ ทั้งนี้ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของพฤติกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.51 และ 0.77 ตามลำดับ แสดงว่าตัวแปรเชิงสาเหตุทั้งหมดที่นำมาศึกษาในโมเดลสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการจัดการทางการเงินได้ร้อยละ 51 และสำหรับตัวแปรความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา ได้ร้อยละ 77 โดยที่เหลือเป็นอิทธิพลของตัวแปรตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้อง ถ้านำเข้ามาวิเคราะห์ด้วยอาจทำให้โมเดลสามารถอธิบายพฤติกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษาได้เพิ่มขึ้น

2. จากตัวแปรที่ผู้วิจัยเลือกมาศึกษาในงานวิจัยนี้พบว่า ตัวแปรพฤติกรรมการจัดการทางการเงิน (ประกอบด้วยพฤติกรรมการจัดการทางการเงินด้านการใช้จ่าย พฤติกรรมการจัดการทางการเงินด้านการออม และพฤติกรรมการจัดการทางการเงินด้านการลงทุน) และตัวแปรความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา ได้รับอิทธิพลทางตรงทางบวกจากตัวแปรคุณลักษณะทางจิตพอเพียงตามคุณลักษณะหลักเศรษฐกิจพอเพียง (ความพอประมาณ ความมีเหตุมีผล และการมีภูมิคุ้มกันทางจิต) ทั้งนี้ปัจจัยคุณลักษณะทางจิตพอเพียงตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร ในหลวงรัชกาลที่ 9 ที่พระราชทานให้กับประชาชนคนไทย สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับคนทุกระดับชั้นทั้งระดับครอบครัว ชุมชน จนถึงประเทศชาติ โดยเน้นดำรงชีวิตด้วยเรื่องการเดินทางสายกลาง ไม่ตั้ง หรือ หย่อนจนเกินไป ไม่มีหลักการ และหลักเกณฑ์ที่ตายตัว ต้องเลือกปรับใช้ให้เหมาะสมแก่การดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล เดินสายกลางด้วย

ความพอเพียง ความสมดุล และความยั่งยืน ซึ่งแนวความคิดนี้ปรับใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป และจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของตนเอง นอกจากนั้นในการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในระดับบุคคลที่เป็นปัจเจกบุคคลหรือจะเป็นอัตบุคคลทางจิตพฤติกรรมศาสตร์ โดยทางจิตพฤติกรรมศาสตร์นั้นมีความเข้าใจว่าความพอเพียงหรือความพอประมาณ เกิดจากการมีจิตลักษณะจากส่วนที่มีการผสมผสานกันระหว่าง 2 ห่วงเงื่อนไขเป็นอย่างน้อยมารวมกันคือความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันตนในลักษณะที่เป็นองค์ประกอบต่างๆ ของความพอเพียงที่เหมาะสมกับกาลเทศะกลายเป็นคุณลักษณะจิตพอเพียง ก็จะนำไปสู่พฤติกรรมพอเพียง และนำไปสู่ความสมดุล ปรับตัวได้เข้มแข็งและทำให้เป็นสุขได้อีก (Bhanthumnavin, 2008) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Lomthong Veeraphatranon, 2007) พบว่า การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตสามารถทำได้โดยการจัดสรรรายได้ให้เพียงพอกับค่าใช้จ่าย และยังมีเหลือเก็บออม

โดยข้อค้นพบของผู้วิจัยในการวิจัยครั้งนี้ ยังไม่มีปรากฏในงานวิจัยอื่นจึงนับได้ว่าการวิจัยครั้งนี้เป็นการค้นพบใหม่ ซึ่งการค้นพบในงานวิจัยอื่นนั้น มีเพียงการนำปัจจัยคุณลักษณะทางจิตพอเพียงตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ประยุกต์ในเรื่องอื่นๆ เช่น การค้นพบว่า ความเป็นองค์กรแห่งความพอเพียงที่ประกอบด้วยเรื่องของความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันตนเอง สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรได้ร้อยละ 66.1 (Chaitub, 2013) ดังนั้นการค้นพบของผู้วิจัยนับเป็นองค์ความรู้ใหม่และสามารถนำคุณลักษณะทางจิตพอเพียงมาเป็นส่วนหนึ่งในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการจัดการทางการเงิน รวมถึงความสมดุลในการเรียนและการทำงาน ของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ที่มีการเรียนควบคู่กับการทำงาน เนื่องจากถ้าหากวัยรุ่นที่เป็นกลุ่มนิสิตศึกษามีการบริหารจัดการเงินส่วนบุคคล ซึ่งนับได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการดำเนินชีวิตจะทำให้มีวินัยในการบริหารจัดการเงินตั้งแต่เด็กๆ ทั้งในส่วนของการเรียนรู้วิธีการใช้จ่ายอย่างพอเพียง การรู้จักหาเงินเข้ามาด้วยการลงทุน รวมถึงการรู้จักการออมเงินอย่างต่อเนื่อง ย่อมทำให้สร้างความสมดุลในการเรียนและการทำงานและสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุข โดยเฉพาะในเรื่องการออมเงินเป็นสิ่งที่นักศึกษาทำได้และทำเป็นประจำอยู่แล้ว นอกจากนี้การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและรู้คุณค่าก็นับเป็นสิ่งที่นักศึกษาหรือคนไทยทุกคนสามารถทำได้ โดยฝึกการใช้สิ่งของทุกอย่างในชีวิตประจำวันและอุปกรณ์การเรียนต่างๆ ด้วยความประหยัด เช่น การใช้กระดาษ การใช้ไฟฟ้า การใช้น้ำ ส่วนการประยุกต์ของเก่าให้สามารถกลับมาใช้ใหม่นั้น นักศึกษาส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญต่อเรื่องของเสื้อผ้าการแต่งกาย ซึ่งการแต่งกายตามสมัยนิยมสามารถทำได้โดยไม่จำเป็นต้องซื้อเสื้อผ้าใหม่ เพียงแต่มีการประยุกต์เสื้อ หรือกางเกง หรือกระโปรง ให้สามารถสลับใส่ได้หลายๆ ชุด หรือไม่ก็นำเสื้อผ้าเก่ามาตกแต่งด้วยวัสดุต่างๆ ก็จะทำให้ได้เสื้อผ้าตัวใหม่ โดยไม่ต้องซื้อให้เปลืองเงิน เป็นต้น

นอกจากนี้ ในขณะเดียวกันงานวิจัยครั้งนี้พบว่าปัจจัยอิทธิพลทางสังคม อันประกอบด้วยตัวแปร ด้านสื่อ ได้แก่ การเห็นแบบอย่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจากสื่อมวลชน ด้านครอบครัว ได้แก่ การเห็นแบบอย่างที่ดีจากครอบครัว และด้านมหาวิทยาลัย/สถาบัน ได้แก่ การสนับสนุนทางสังคมจากมหาวิทยาลัย/สถาบัน เป็นปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงาน ของนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจที่มีการเรียนควบคู่กับการทำงาน ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาเจนเนอเรชัน Z สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มวัยรุ่นนักศึกษาเจนเนอเรชัน Z ที่เป็นนักศึกษาและกำลังศึกษาอยู่ในระดับมหาวิทยาลัย ที่มีข้อมูลข่าวสารในอินเทอร์เน็ต หรือที่ต่างๆ ตลอดจนการอยู่ในครอบครัวที่มีการให้คำปรึกษา แนะนำ หรือแม้แต่การสนับสนุนจากสถาบัน ไม่ได้มีส่วนสำคัญต่อพฤติกรรมจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงาน ของนักศึกษา ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบุคลิกของคนในเจนเนอเรชัน Z ที่เกิดมาในยุคที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีรอบตัวที่พัฒนาอย่าง

รวดเร็ว ทำให้พวกเขาไม่ต้องการการชื่นชมมาก เพราะพวกเขาสามารถเข้าถึงคำตอบด้วยตนเอง (Renfro, 2012) อีกทั้งคนในเจนเนอเรชัน Z เกิดมาในครอบครัวสมัยใหม่ มีความเป็นตัวของตัวเองสูง เป็นเด็กที่ทั้งพ่อและแม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้าน จึงได้รับการเลี้ยงดูจากคนอื่นเป็นส่วนใหญ่ จึงมักอิสระในตัวเองค่อนข้างสูง (Chompukum and Chakrapeesirisuk, 2020) การได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ และการมีอิสระทางความคิดเป็นสิ่งที่เจนเนอเรชัน Z ให้ความสำคัญเนื่องจากเจนเนอเรชัน Z เกิดในยุคที่เทคโนโลยีพัฒนาอย่างกว้างขวาง การเรียนรู้จึงสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา (Renfro, 2012)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยนี้พบว่ามีความประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงองค์กรพัฒนาต่างๆ ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับงานที่ส่งเสริมและพัฒนาพฤติกรรมที่พึงประสงค์โดยนำไปกำหนดแนวทาง และนโยบายในการทำงานเพื่อทำให้เกิดการพัฒนาและสนับสนุนให้เยาวชนเป็นผู้มีพฤติกรรมจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงาน

1.2 สถานศึกษาควรจัดอบรมสัมมนาเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจในเรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงาน ให้แก่นักศึกษาเพื่อที่จะมีความเข้าใจมากขึ้น ทำให้มีการวางแผนดำเนินชีวิตที่ดีขึ้น ใช้ชีวิตด้วยความไม่ประมาท มีวินัยในการออม การใช้จ่ายเงิน การลงทุนเพื่ออนาคต รวมถึงการเตรียมตัวพร้อมรับมือต่อผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงรอบตัวที่มีได้ตลอดเวลา

1.3 สถานศึกษาควรมีการจัดทำหลักสูตรการเรียน รายวิชา “เศรษฐกิจพอเพียง” เพื่อที่จะทำให้นักศึกษาได้มีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นอกจากนี้ ในการจัดการเรียนการสอน อาจารย์ควรมีการสาธิตและฝึกปฏิบัติ เพื่อให้นักศึกษามีแนวทางที่จะนำไปใช้ในชีวิตประจำวันของตนเองได้จริง เพื่อจะได้เป็นการเตือนสติให้เป็นคนรู้จักพอประมาณ มีเหตุผลในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องการใช้จ่ายเงินและการใช้ชีวิตในด้านอื่นๆ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 จากผลการวิจัยข้างต้นในการวิจัยระยะเพื่อต่อยอดงานวิจัย โดยนำตัวแปรคุณลักษณะทางจิตพอเพียง (พอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันทางจิต) มาใช้ในการออกแบบและพัฒนาโปรแกรมเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมที่พึงประสงค์ได้แก่ พฤติกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้พฤติกรรมที่พึงประสงค์มีการเปลี่ยนแปลงในระยะยาวและคงทนถาวร

2.2 ทำการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเสริมผลการศึกษาที่ได้ในกลุ่มตัวอย่างที่สำคัญ อาทิเช่น กลุ่มตัวอย่างที่ค้นพบว่ามี ความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานและมีพฤติกรรมจัดการทางการเงินค่อนข้างน้อย ด้วยวิธีการที่เหมาะสม ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-interview) การสนทนาแบบกลุ่ม (Focus group discussion) เพื่อให้ได้คำตอบที่มีความครอบคลุมและละเอียดมากยิ่งขึ้น เป็นวิธีการที่จะช่วยให้งานวิจัยเพิ่มจุดแข็งในส่วนของการยืนยันและสรุปผล

2.3 ตัวแปรที่ผู้วิจัยนำมาศึกษาในครั้งนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมจัดการทางการเงินของนักศึกษาได้ร้อยละ 51 และความแปรปรวนของความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานได้ร้อยละ 77 ซึ่งที่เหลือเป็นตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาศึกษาในโมเดลการวิจัยครั้งนี้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเสนอให้มีการศึกษาตัวแปรอื่นๆ

โดยอาศัยและผลการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรในโมเดลการวิจัย เช่น แรงจูงใจ
ใฝ่สัมฤทธิ์ เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

เอกสารอ้างอิง

- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Bhanthumnavin, D. (2008). *Sufficiency mind, a measure of psychological behavior*. Bangkok: Moral Promotion and Development Center. (in Thai)
- Bollen, K.A. (1989). *Structural Equations with Latent Variables*. New York: Wiley.
- Chaithongkam, M. (2014). *Factors influencing money-Saving Decision of people in the Working Age Group in the Bangkok Metropolitan Area*. Independent Study of the Degree of Master of Business Administration. Bangkok: Bangkok University. (in Thai)
- Chaitub, C. (2013). Mental Characteristics According to the Philosophy of Sufficiency Economy Organization of Sufficiency Happy Work Organization Support with Good Behavior of the Organization in the Case of the Department of Corrections. *Academic Service Journal*, 24(2), 15-30. (in Thai)
- Chansawaang, T. (2018). *Factors influencing personal financial planning behavior of undergraduate students Siam University*. Independent Study of the Degree of Master of Business Administration. Bangkok: Siam University. (in Thai)
- Chompukum, P., and Chakrapeesirisuk, N. (2020). Factors Affecting Job Satisfaction and Motivation: A Case Comparison of Generation Y and Generation Z in Bangkok. *Chulalongkorn Business Review*, 42(3), 1-18. (in Thai)
- Comrey, A. (1973). *A First Course in Factor Analysis*. London: Academic Press.
- Diamantopoulos, A. and Siguaw, A.D. (2000). *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*. London: Sage.
- David A. Kenny, Barcu KAniskan, and D. Betsy McCoach. (2015). The Performance of RMSEA in Models with Small Degrees of Freedom. *Sociological Methods & Research*, 44(3), 486-507.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. 2nd ed. New York, NY: Guilford Press.

- Lertpiang, Saithong. (2014). Behavior in Personal Financial Planning of the Students Majoring in Accounting, Faculty of Business Administration, Lampang College of Commerce. *Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities*, 4(6), 15-26. (in Thai)
- Lomthong Veeraphatranon, K. (2007). *The Application of the Sufficiency Economy in The Daily Life A Case Study of the Crown Property Bureau's Officials*. Thesis of the Degree of Master of Arts in Social Development. Bangkok: National Institute of Development Administration. (in Thai)
- Office of the Permanent Secretary for Higher Education, Science, Research and Innovation. (2021). *Total students academic year 2021, semester 1*. [Online]. Retrieved May 12, 2021, from: http://www.info.mhesi.go.th/newinfo/stat_std_all.php?search_year=2564. (in Thai)
- Piamsiltham, P., Sombatwattana, P. and Intarakhamhang, U. (2016). Psychological and Social Situational Factors Related to the Money Management Behaviors of Government Teachers in Bangkok Primary Educational Service Area. *Bangkok Journal of Behavioral Science*, 23(1), 206-223. (in Thai)
- Poonsathiensap, N. (2022). *Create financial balance with the principal of "sufficiency economy"*. [Online]. Retrieved May 12, 2022, from: <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/money-plan-follow-sufficiency-economy.html>. (in Thai)
- Renfro, A. (2012). *Meet generation Z getting smart*. [Online]. Retrieved March 5, 2021, from: <http://gettingsmart.com/2012/12/meet-generation-z/>.
- Saiyot, L. and Saiyot, A. (1985). *Principles of Educational Research*. Bangkok: Suksaporn. (in Thai)
- Sundaravibhata, T. (2016). Media Usage And Spending Behaviors Based on The Sufficiency Economy Among College Students in The Bangkok Metropolitan. *BU Academic Review*, 15(1), 137-153. (in Thai)
- Schumacker, R.E. and Lomax, R.G. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. 2nd ed. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Suvannathat, C. (1994). Concepts of Behavioral Science: Research Theories and Applications. *Journal of Behavioral Science*, 1(1), 17-21. (in Thai)
- Viriyanon. S. (2015). Personal Financial Planning of the Undergraduates King Mongkut's University of Technology North Bangkok. *Journal of Technical Education Development*, 27(94), 39-48. (in Thai)

การตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจไทย

ทิพย์ฉมพร เกษโกมล^{1,*}, ณรงค์ ใจหาญ²

¹ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารกระบวนการยุติธรรม

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

² อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาการบริหารกระบวนการยุติธรรม คณะนิติศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Received: 1 February 2022

Revised: 25 May 2022

Accepted: 25 May 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจไทย และเพื่อนำเสนอมาตรการในการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจไทย ผู้ให้ข้อมูล จำนวนทั้งสิ้น 41 คน ประกอบด้วยตำรวจ 32 นาย และผู้ทรงคุณวุฒิในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 9 ท่าน เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง มีค่าความสอดคล้องของข้อความกับประเด็นที่ต้องการศึกษาเท่ากับ 1.00 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษา พบว่า ประเทศไทยมีการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจ 2 รูปแบบ คือ (1) รูปแบบกิจการภายใน ตามสายการบังคับบัญชา และ (2) รูปแบบการควบคุมภายนอก ประกอบด้วย องค์การอิสระ ฝ่ายตุลาการ รัฐสภา หน่วยงานรัฐ องค์การเอกชน และสื่อมวลชน มาตรการในการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจไทยที่ควรได้รับการปรับปรุง ได้แก่ มาตรการด้านกฎหมาย ควรปรับปรุงประมวลจริยธรรม โดยเพิ่มองค์ประกอบเรื่องบทลงโทษและกำหนดผู้รับผิดชอบทั้งบุคคลและหน่วยงาน เมื่อละเมิด มาตรฐานทางจริยธรรม การรายงานความประพฤติตนและเพื่อนร่วมงานที่ไม่ปฏิบัติตามประมวลจริยธรรม และการปกป้องผู้แจ้งเบาะแส มาตรการด้านการบริหาร การกำกับดูแลระบบควบคุมภายในโดยกระจายอำนาจไปยังสถานีตำรวจ มาตรการด้านการศึกษาอบรม เพิ่มการอบรมจริยธรรมตำรวจในหลักสูตรต่างๆ และมาตรการด้านสังคม การเปิดโอกาสให้ผู้ร้องเรียนเข้าถึงองค์กรรับเรื่องร้องเรียนตำรวจได้ง่าย ลดขั้นตอนการดำเนินการ และเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบตำรวจ

คำสำคัญ: การตรวจสอบและควบคุม มาตรฐานทางจริยธรรม ตำรวจไทย ระบบการควบคุมภายในระบบการควบคุมภายนอก

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: kesthip@gmail.com

Investigating and Controlling Ethical Standards of the Thai Police

Thipkhumporn Keskomon^{1,*}, Narong Jaihar²

¹ Graduate Student of the Degree of Doctor of Philosophy Program
in Justice Administration Faculty of Law, Thammasat University

² Advisor, Justice Administration, Faculty of Law, Thammasat University

Received: 1 February 2022

Revised: 25 May 2022

Accepted: 25 May 2022

Abstract

This study was a qualitative research with the objectives to study the investigating and controlling of ethical standards of the Thai police and to propose the measures for investigating and controlling of ethical standards of the Thai police. The key research informants totaling 41 persons consisted of 32 Thai policemen and 9 experts in concerned work agencies. The research instrument was a semi-structured interview form with the index of item-objective congruence [IOC] of 1.00. The data were analyzed with the use of content analysis. The research findings showed that there were two patterns of investigating and controlling of ethical standards of the Thai police: (1) the internal affairs pattern in accordance with the line of command; and (2) the external control pattern comprising independent organizations, the judiciary, the parliament, government agencies, non-government organizations and the mass media. The measures for investigating and controlling of ethical standards of the Thai police that should be improved were the legal measures, the administrative measures, the educational and training measures, and the social measures. In the legal measures, the code of ethics for the police should be improved by adding an element of penalties and defining liability for both individuals and the work units when violating the ethical standards, the reporting of oneself and colleagues who did not comply with ethical standards, and the protection of persons who inform the police of the clues. In the administrative measures, the supervision of internal control system should be improved by decentralizing the power to the police stations. In the educational and training measures, there should be the addition of police ethics training in various training programs. Finally, in the social measure, easy accesses should be provided for complainants, the steps of complaint process should be reduced, and the public should be given an opportunity to participate in investigating and controlling the police.

Keywords: Investigating and controlling, Ethical standards, Thai police, Internal affairs system, External control system

* Corresponding Author, E-mail: kesthip@gmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประชาชนมีสิทธิได้รับการปฏิบัติที่เหมาะสมในการดำเนินการตามกระบวนการยุติธรรม โดยเฉพาะในคดีอาญา เพราะกระบวนการกระทบต่อสิทธิเสรีภาพของประชาชนมากกว่าการดำเนินการด้านอื่นๆ ของรัฐ ดังนั้น นักกฎหมายทุกคนจึงจำเป็นต้องมีคุณธรรมและจริยธรรม (Jaihar, Sangviroatjanapa, Soraat, and Wongkumsorn, 2013)

ตำรวจ เป็นผู้บังคับใช้กฎหมาย ซึ่งใช้ทั้งกำลังและดุลพินิจในการปฏิบัติงาน จึงต้องเป็นผู้มีจริยธรรมสูง แต่กระบวนการยุติธรรมตั้งแต่ชั้นจับกุม ตรวจค้น สืบสวนสอบสวน เกิดช่องโหว่ ตำรวจซึ่งถือเป็นต้นธารของกระบวนการยุติธรรม กำลังถูกมองว่าเป็นผู้ละเมิดกฎหมาย และเป็นปัญหาต่อสังคม ประชาชนผู้ร้องทุกข์อาจไม่ได้รับความเป็นธรรม และไม่สามารถเข้าถึงความยุติธรรมทางอาญาได้

ถึงแม้ว่าคะแนนการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (Integrity and Transparency Assessment: ITA) ใน 3 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2562-2564) ได้ระดับ A, B และ A ตามลำดับ แต่คะแนนที่เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2563 ถึง 2564 เพียง 3.01 คะแนนเท่านั้น (Office of the National Anti-Corruption Commission, 2021) นอกจากนี้ยังพบว่า ประชาชนร้องเรียนตำรวจผ่านสำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ ในเรื่อง การข่มขู่ทำร้ายร่างกาย ข่มขู่ทรมานผู้ต้องหา และไม่เร่งรัดดำเนินคดี (National Human Rights Commission of Thailand, 2020) อีกทั้งปัจจุบันสื่อมวลชนเสนอข่าวในคดีสำคัญๆ ที่แสดงถึงความพ้องในเรื่องจริยธรรมของตำรวจ

ปัจจุบันประชาชนขาดความเชื่อมั่นศรัทธาในองค์กรตำรวจ เพราะตำรวจมีปัญหายจริยธรรม สอดคล้องกับผลการวิจัยในโครงการวิเคราะห์แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหายจริยธรรมตำรวจ ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (Bankoson, 2018) ซึ่งให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหายจริยธรรมในวิชาชีพตำรวจ สรุปเป็น 4 แนวทาง ได้แก่ ด้านกฎหมาย ด้านการบริหาร ด้านการศึกษาอบรม และด้านสังคม ซึ่งผลงานวิจัยเกี่ยวกับปัญหายจริยธรรม และแนวทางการแก้ไขปัญหายจริยธรรมของข้าราชการตำรวจที่ผ่านมา ยังไม่สามารถดำเนินการให้เห็นผลได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งในรูปแบบกิจการภายในและรูปแบบการควบคุมภายนอก ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจ เพื่อนำเสนอรูปแบบและมาตรการในการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจไทยที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

คำถามวิจัย

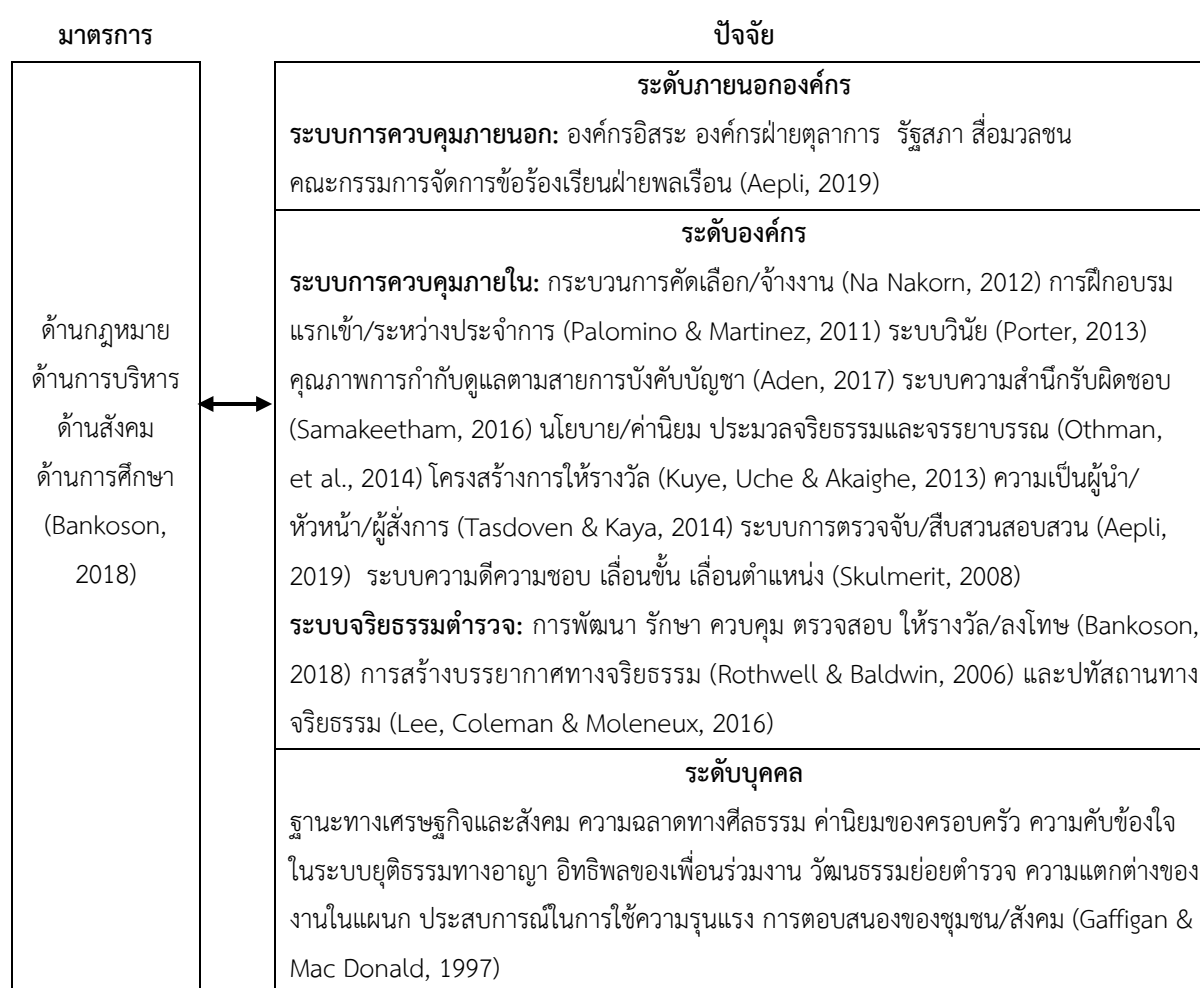
การตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจไทยมีรูปแบบและปัจจัยที่เกี่ยวข้องอะไรบ้าง และมาตรการเหล่านี้ควรมีลักษณะอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจไทย
2. เพื่อนำเสนอมาตรการในการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

พฤติกรรมทางจริยธรรม หมายถึง “การกระทำที่แสดงออกทางจริยธรรม”(Na Nakorn, 2012) พฤติกรรมทางจริยธรรม มาจากหลักจริยธรรมพื้นฐาน 3 ประการ (Pagon, 2000) ได้แก่ ประโยชน์ที่ได้รับ ประกอบด้วย หลักการย่อย 3 ประการ ได้แก่ การไม่ทำอันตราย การป้องกันหรือปกป้องจากอันตราย และการจัดสิ่งที่เป็นประโยชน์และความสุขแก่ผู้รับบริการ การเคารพนับถือผู้อื่น ให้การเคารพนับถือเอกลักษณ์และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของบุคคลที่เกี่ยวข้อง และความยุติธรรม เป็นความรับผิดชอบในผลการปฏิบัติทางวิชาชีพในสังคมโดยรวม จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมจริยธรรมตำรวจใน 3 ระดับ ได้แก่ ระดับบุคคล ระดับองค์กร และระดับภายนอกองค์กร ซึ่งประกอบด้วย มาตรการด้านกฎหมาย ด้านการบริหาร ด้านการศึกษาอบรม และด้านสังคม สรุปได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 มาตรการและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจ

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลและวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจ

ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 41 คน คัดเลือกแบบเจาะจง แบ่งเป็น (1) ข้าราชการตำรวจ 32 นาย จากกองบัญชาการตำรวจนครบาล กองบัญชาการตำรวจภูธรภาค 1, 2, 3, 4, 6 และ 7 ที่ปฏิบัติงานสายปราบปราม สืบสวนหรือสอบสวน ยศร้อยตำรวจโทถึงพันตำรวจโท 17 นาย และผู้บังคับบัญชา ยศพันตำรวจเอกและพลตำรวจตรี 11 นาย ข้าราชการตำรวจจากวิทยาลัยการตำรวจ และศูนย์ฝึกอบรมตำรวจภูธรภาค 2 จำนวน 2 นาย และอาจารย์จากโรงเรียนนายร้อยตำรวจ 2 นาย และ (2) บุคลากรในกระบวนการยุติธรรมและองค์กรอิสระ 9 ท่าน ได้แก่ ทนายความ 2 ท่าน พนักงานอัยการ 2 ท่าน ผู้พิพากษา 3 ท่าน ผู้ทรงคุณวุฒิจากสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ 1 ท่าน และผู้ทรงคุณวุฒิจากสำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ 1 ท่าน จำนวนผู้ให้ข้อมูลขึ้นกับความอึดตัวของข้อมูล

เครื่องมือวิจัย

ผู้ศึกษารวบรวมแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับพฤติกรรมทางจริยธรรมของตำรวจและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และมาตรการในการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจ และให้ผู้ทรงคุณวุฒิในกระบวนการยุติธรรม 3 ท่าน พิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับประเด็นที่ต้องการศึกษา มีค่าเท่ากับ 1.00 และนำแบบสัมภาษณ์ที่ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นชอบแล้วไปทดลองสัมภาษณ์เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของภาษา และทดสอบความเที่ยงด้วยการสัมภาษณ์ซ้ำ

การพิทักษ์สิทธิ์ผู้ให้ข้อมูล โครงการวิจัยนี้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โรงพยาบาลตำรวจ เลขที่หนังสือรับรอง จว.123/2564 วันที่รับรอง 28 กันยายน 2564 การนำเสนอผลการสัมภาษณ์ในภาพรวม และใช้รหัสแทนบุคคลในการนำเสนอข้อความโดยตรงของผู้ให้สัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ เมื่อยินดีให้สัมภาษณ์ ผู้ศึกษาส่งประเด็นคำถามและเอกสารที่เกี่ยวข้องล่วงหน้า และนัดหมายวัน เวลา สถานที่ในการให้สัมภาษณ์ หรือการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ ประมาณ 1-2 ชั่วโมงต่อราย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก นำมาวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และตรวจสอบคุณภาพตามหลักการวิเคราะห์สามเส้า (triangulation) โดยตรวจสอบระหว่างบุคคล ซึ่งต่างคน ต่างอาชีพ และต่างสถานที่ปฏิบัติงาน

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมจริยธรรมของตำรวจที่ปฏิบัติงานสายปราบปราม สืบสวนสอบสวน ตามพระราชบัญญัติมาตรฐานทางจริยธรรม พ.ศ. 2562 และประมวลจริยธรรมข้าราชการตำรวจ พ.ศ. 2564 ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดสอดคล้องกัน กล่าวคือ ตำรวจส่วนใหญ่มีพฤติกรรมจริยธรรมที่ดี พบการฝ่าฝืนมาตรฐานทางจริยธรรม ในเรื่องความไม่ซื่อสัตย์สุจริต ขาดจิตสำนึกที่ดี ขาดความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ และการคิดถึงประโยชน์ส่วนตน ดังตัวอย่างข้อความ

“อยู่ภายใต้อิทธิพลของนักการเมืองหรือคนรวย...และเอื้อประโยชน์กับธุรกิจที่ผิดกฎหมาย” (P8)

“...ใช้อำนาจหน้าที่ในการแสวงหาผลประโยชน์ใส่ตน...” (P15)

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจระดับบุคคล

2.1 ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ตำรวจได้รับเงินเดือน ค่าตอบแทนน้อย ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายนำไปสู่การแสวงหาผลประโยชน์ ทุจริตประพฤติมิชอบ ดังตัวอย่างข้อความ

“ตำรวจส่วนใหญ่ มีรายได้จากเงินเดือนเพียงอย่างเดียว มีภรรยา ลูกๆ ที่ต้องดูแล ค่าใช้จ่ายแต่ละเดือนสูง ทำให้ตำรวจบางคนประพฤติผิดจริยธรรมของตำรวจ...เพื่อจุนเจือครอบครัว” (P8)

“เศรษฐกิจไม่ดี ผลก็มาถึงตัวตำรวจด้วยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ก็ต้องทำประพฤติผิดจริยธรรม” (P22)

2.2 ความฉลาดทางศีลธรรม ตำรวจขาดทั้งโอกาสและเวลาที่จะแสวงหาความรู้ความเข้าใจในเรื่องศีลธรรม และไม่ได้รับการปลูกฝัง จิตใจขาดความเข้มแข็ง ดังตัวอย่างข้อความ

“ตำรวจส่วนใหญ่ขาดศีลธรรม เพราะขาดโอกาสและเวลาที่จะคำนึงถึงศีลธรรม ถูกปัจจัยแวดล้อมครอบงำ จนหมดช่องทาง ...” (P1)

“เป็นปัจจัยหนึ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่เด็กจากการเลี้ยงดูของบิดามารดา เพื่อให้เติบโตมาอย่างมีคุณภาพ มีคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึกรับผิดชอบชั่วดี เหมือนมีภูมิคุ้มกันติดตัวมา พร้อมทั้งจะประพฤติปฏิบัติตัวในทางที่ดี ย่อมมีผลต่อพฤติกรรมจริยธรรมที่ดีของตำรวจ” (F3)

2.3 ค่านิยมของครอบครัว ครอบครัวเดิม ได้แก่ บิดามารดา และครอบครัวที่ประกอบด้วยคู่สมรส และบุตรหลาน ซึ่งอาจส่งเสริมให้มีพฤติกรรมจริยธรรมที่ดีหรือที่ผิดก็ได้ ดังตัวอย่างข้อความ

“เป็นสิ่งสำคัญมาก ปัจจุบันสังคมเราเป็นสังคมวัตถุนิยม ภรรยา ลูก มีความต้องการต่อสิ่งของต่างๆ ตามยุคสมัย จนทำให้ตำรวจผู้นำครอบครัวจำเป็นต้องแสวงหาเพื่อตอบสนอง” (P1)

“ครอบครัวเป็นสถาบันแรก ที่มีบทบาทต่อบุคคลในการอบรมบ่มนิสัย เป็นแบบหล่อหลอมที่ดี เช่น ความมีระเบียบวินัย ความซื่อสัตย์สุจริต พ่อ-แม่ ต้องเป็นแบบอย่างที่ดี และมีคุณภาพ” (P19)

2.4 ความคับข้องใจในระบบยุติธรรมทางอาญา ระบบยุติธรรมทางอาญา มีความเหลื่อมล้ำสูง ความคับข้องใจของตำรวจในระบบยุติธรรมทางอาญา มาจากผู้บังคับบัญชา และขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ดังตัวอย่างข้อความ

“ปัจจุบันการทำงานในระบบยุติธรรมทางอาญา ผู้บังคับบัญชาได้ตั้งเป้าหมายไว้ว่า เมื่อเกิดเหตุร้ายขึ้นแล้ว ข้าราชการตำรวจต้องจับกุมคนร้ายให้ได้โดยเร็ว ทำให้เกิดความเร่งรัดในการทำงาน บางครั้งอาจจะรวบรัดจนเกินไป ทำให้การทำงานบกพร่องในการรวบรวมพยานหลักฐาน หรือบางครั้งอาจจะมีการบินแต่งพยาน ทำให้เกิดกระบวนการยุติธรรมเสียไป หรือในบางครั้งเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ของงาน ก็อาจจะมีการบินบังคับ ชูเชิญ ให้ผู้ต้องหาให้การรับสารภาพ ซึ่งทำให้ระบบยุติธรรมทางอาญาเสียไป” (P10)

“การไม่เท่าเทียมกันในระบบยุติธรรมทางอาญา ทำให้เกิดความรู้สึกเหลื่อมล้ำในทางสังคม มีผลต่อการประพฤติผิดทางจริยธรรมตำรวจ” (P26)

2.5 อิทธิพลของเพื่อนร่วมงาน หากเพื่อนร่วมงานดี คอยช่วยเหลือเกื้อกูล หรือตักเตือนเมื่อมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม จะช่วยให้ตำรวจมีพฤติกรรมจริยธรรมที่ดี ในทางตรงข้าม หากเพื่อนร่วมงาน เอาดีเอาเปรียบ แสวงหาผลประโยชน์จากผู้อื่น ชักชวนให้ละเมิดจริยธรรม ตำรวจอาจเกรงใจหรือเอาเยี่ยงอย่างได้

2.6 วัฒนธรรมย่อยตำรวจ เป็นปัจจัยที่เอื้อหรือส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมจริยธรรมที่ไม่ดีได้ แต่ตำรวจก็มีวัฒนธรรมย่อยที่ดี ดังตัวอย่างข้อความ

“จริยธรรมตำรวจช่วยส่งเสริมให้ตำรวจเป็นที่ยอมรับในสังคมทั่วไป ผู้บังคับบัญชาให้ความไว้วางใจ เพื่อนฝูง ญาติพี่น้องความรักและไว้วางใจ ผู้ใต้บังคับบัญชาเชื่อถือและยึดเป็นตัวอย่าง ตำรวจที่มีจริยธรรมที่ดี จะเห็นได้จากการที่มีกิริยาจากดีหรือที่เรียกว่ามีมารยาทการแต่งเครื่องแบบ การแสดงความเคารพ ซึ่งแสดง ถึงความมีวินัย จิตใจสูง และมีจริยธรรมตำรวจในตัวบุคคลนั้น” (P16)

“มีความเคารพรุ่นพี่รุ่นน้อง เชื้อพ้องคำสั่งของผู้บังคับบัญชาของงานและร่วมปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ” (P20)

2.7 ความแตกต่างของงานในแผนก ผู้ให้ข้อมูลบางท่านมีความคิดเห็นว่าการแตกต่างของงานในแผนก เป็นเรื่องสำคัญ ดังตัวอย่างข้อความ

“เป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่ง งานสอบสวนปราบปราม มีความใกล้ชิดกับการใช้อำนาจและกฎหมาย อาจนำไปสู่การเรียกรับผลประโยชน์ ในการปฏิบัติหน้าที่ได้” (P3)

2.8 ประสบการณ์ในการใช้ความรุนแรง หากปรับใช้อย่างเหมาะสม ตำรวจจะมีพฤติกรรมที่ดีได้ แต่หากใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม จะละเมิดจริยธรรมได้ ดังตัวอย่างข้อความ

“จะค่อนข้างมีผลต่อพฤติกรรมของตำรวจในงานสืบสวน เนื่องจากนโยบายเร่งรัดทำงานให้ได้ผลงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทำให้ต้องรีบเร่ง และบางครั้งก็ต้องทำในสิ่งที่ไม่ถูกต้องและมีการใช้ความรุนแรงกับผู้ต้องหาหรือประชาชน” (P8)

“มีผลอย่างมาก โดยเฉพาะหากใช้ความรุนแรงแล้วงานออกมาได้ตามที่หวัง แม้จะผิดกฎหมายก็ตาม ก็มีแนวโน้มจะทำสิ่งเหล่านี้ในอนาคต” (P14)

2.9 การตอบสนองของประชาชน/สังคม ประชาชนเรียกร้องให้เกิดความโปร่งใส ตรวจสอบได้

3. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจระดับองค์กร

3.1 ระบบการควบคุมภายใน

3.1.1 กระบวนการคัดเลือก/จ้างงาน ระบบการคัดเลือก มุ่งพิจารณาลักษณะทางกายภาพมากกว่าด้านจิตใจ ประกอบกับยังมีระบบอุปถัมภ์ เส้นสาย ดังตัวอย่างข้อความ

“ระบบการคัดเลือกยังไม่สามารถที่จะคัดเลือกคนในด้านจิตใจได้ ด้านคุณธรรม ศีลธรรม และจิตสำนึกที่ดีต่อการปฏิบัติหน้าที่” (P3)

“...ยังเป็นไปแบบระบบอุปถัมภ์ ไม่ใช่ระบบคุณธรรม” (P18)

“เส้นสาย พวกพ้องลูกหลานเธอ ลูกญาติผู้ใหญ่ โอกาสมีมากกว่าลูกชาวบ้าน” (P21)

3.1.2 การฝึกอบรมแรกเข้า/ระหว่างประจำการ ควรปรับปรุงดังนี้ (1) ปลุกฝังนิสัยส่วนตัว ให้มีความเมตตา กรุณาต่อประชาชน (2) อบรมจริยธรรม บทบาท หน้าที่และอำนาจ โอกาสในการใช้อำนาจตามกฎหมาย

และยุทธวิธีตำรวจ (3) สร้างจิตสำนึกของตัวตำรวจเอง ในการดำรงตนตามจริยธรรม ละอายต่อการกระทำผิด และ (4) ตรวจสอบประเมินผล

3.1.3 ระบบวินัย ที่มีอยู่ ดีอยู่แล้ว

3.1.4 การกำกับดูแลตามสายบังคับบัญชา ยังไม่มีคุณภาพ ดังตัวอย่างข้อความ

“การบังคับบัญชาของตำรวจยังหย่อนเกินไป ข้อเสียสำคัญ ผู้บังคับบัญชาที่แต่งตั้งเข้ามาไม่ตรงสายงาน ขาดความรู้ ความสามารถ จึงไม่มีความสามารถที่จะไปกำกับดูแลสายงานและลูกน้องของตนเองได้” (P1)

3.1.5 ระบบความสำนึกรับผิดชอบ ควรได้รับการปลูกฝังความสำนึกรับผิดชอบจากครอบครัวและโดยผู้บังคับบัญชา ดังตัวอย่างข้อความ

“เราขาดการปลูกฝัง เริ่มจากการคัดเลือกเข้า การอบรม การทบทวน สดข. หย่อนมาตั้งแต่เริ่ม” (P1)

“ต้องมีการอบรมปลูกฝังตั้งแต่อยู่ในโรงเรียนหรือสถาบันการอบรม” (P25)

“ต้องได้รับการอบรม ชี้แจง เพื่อให้ตำรวจทุกคนได้ทราบถึงเป้าประสงค์ของสำนึกรับผิดชอบในหน้าที่และให้รุ่นพี่ถ่ายทอดให้กับรุ่นน้องอย่างถูกต้องตามแบบอย่างต่อไป” (P27)

3.1.6 นโยบาย/ค่านิยม ประมวลจริยธรรมและจรรยาบรรณ ควรได้รับการแก้ไขปรับปรุงให้มีการนำไปปฏิบัติจริงอย่างสม่ำเสมอ ดังตัวอย่างข้อความ

“อาจเป็นเพียงสัญลักษณ์ หากไม่นำไปสู่การปฏิบัติจริง” (P3)

“ควรตั้งเป็นนโยบายและปลูกฝังค่านิยมพื้นฐานให้ลงหลักปักหลักในจิตใจของบุคลากรให้มีคุณธรรม จริยธรรมในการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอจนติดเป็นนิสัย” (P5)

3.1.7 การให้รางวัล ควรได้รับการแก้ไขปรับปรุงวิธีการประเมิน ไม่เห็นแก่พวกพ้อง ผลประโยชน์ ดังตัวอย่างข้อความ

“โครงสร้างการให้รางวัล ไม่ได้ใช้ระบบคุณธรรม...” (P17)

“ควรให้รางวัลความดีความชอบต่อผู้ที่มีความมานอดุตสาหะในการปฏิบัติหน้าที่มิใช่เห็นแก่พวกพ้องอย่างเดียว” (P26)

3.1.8 ผู้นำ หัวหน้า และผู้สั่งการ ผู้บังคับบัญชาควร (1) ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี และมีความเป็นผู้นำ (2) บริหารจัดการภายในองค์กรอย่างเท่าเทียม เป็นธรรม เสมอภาค (3) สร้างสภาพแวดล้อมที่ดีภายในองค์กร พัฒนาระบบและวัฒนธรรมขององค์กรบนพื้นฐานของหลักนิติธรรม และ (4) นำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อให้บุคลากรทำงานสะดวกมากขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อประชาชน

3.1.9 ระบบตรวจจับ/สืบสวนสอบสวน/การจัดการกับข้อร้องเรียนภายใน เดิมที่มีอยู่ ดีอยู่แล้ว แต่ควรจัดการอย่างจริงจัง รวดเร็ว หรือจัดตั้งหน่วยงาน/คณะกรรมการเฉพาะขึ้น ดังตัวอย่างข้อความ

“ควรจะต้องจริงจังกับข้อมูลที่มีการร้องเรียนขึ้นมา และควรทำอย่างจริงจัง ไม่ทำแบบขอไปที ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือกับประชาชน” (P2)

“จัดตั้งคณะกรรมการผู้ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือบุคคลภายนอกเป็นกรรมการ สอบข้อเท็จจริงหาความจริง เกี่ยวกับข้อร้องเรียนภายใน” (P25)

3.1.10 ระบบความดีความชอบ เลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง ควรปรับปรุงเรื่องความยุติธรรม ยึดระบบคุณธรรม และนำคะแนนคุณธรรมจริยธรรมมาประกอบการพิจารณา ดังตัวอย่างข้อความ

“ต้องนำคะแนนคุณธรรมจริยธรรมมาพิจารณาด้วย” (P2)

“...ยังมีแบบเส้นสาย วังเต้น พวกพ้อง” (P3)

3.2 ระบบจริยธรรมตำรวจ

3.2.1 การพัฒนา รักษา ควบคุม และตรวจสอบพฤติกรรมจริยธรรมของตำรวจ ต้องทำอย่างต่อเนื่อง เข้มแข็ง จริงจัง มีหน่วยงานกำกับดูแล และการขับเคลื่อนอย่างชัดเจน ดังตัวอย่างข้อความ

“การพัฒนาให้ทันยุคสมัย การรักษา ฝ้าติดตามให้ปฏิบัติต่อเนื่อง การควบคุมและตรวจสอบ ต้องให้คณะทำงาน ประเมินอย่างจริงจัง” (P1)

“ยังไม่มีหน่วยงานหรือแผนกที่มาควบคุมกำกับดูแลอย่างชัดเจน ในการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ” (P3)

“การขาดมาตรการควบคุมและตรวจสอบ รวมถึงการลงโทษอย่างจริงจัง ย่อมส่งผลให้ตำรวจเกิดพฤติกรรมจริยธรรมที่ผิด มีช่องโอกาสในการกระทำผิดมากขึ้น ผู้บังคับบัญชาจึงควรให้ความสำคัญกับการกำกับดูแล ควบคุม ตรวจสอบและการลงโทษตำรวจอย่างจริงจัง” (F3)

3.2.2 การสร้างบรรยากาศและปทัสถานทางจริยธรรม ปัจจุบันยังพบว่าปฏิบัติต่อๆ กันมาอย่างผิดๆ ดังตัวอย่างข้อความ

“ค่านิยมในองค์กรที่ยอมรับหรือปล่อยให้มีการล่วงละเมิดจริยธรรมในอาชีพจนถือเป็นเรื่องธรรมดา โครงสร้างองค์กรยังเปิดให้มีระบบอุปถัมภ์อย่างโจ่งแจ้ง ไม่มีการแก้ไขอย่างแท้จริง ลักษณะหน้าที่การงานเป็นแบบอำนาจนิยม ไม่เกรงกลัวการกระทำผิด ประชาชนทั่วไปยอมที่จะเสียเงินเพื่อให้เรื่องราวจบไป การใช้อำนาจในทางกลับแกล้งเพื่อเรียกร้องผลประโยชน์มีการกระทำแทบทุกระดับชั้น ไม่เลือกคดีเล็กหรือใหญ่” (J1)

4. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจระดับภายนอกองค์กร ได้แก่ ระบบการควบคุมภายนอก ซึ่งประกอบด้วย

4.1 องค์กรอิสระ เช่น สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ เป็นต้น มีผลดีต่อพฤติกรรมจริยธรรมของตำรวจมากกว่าผลเสีย หากไม่ถูกแทรกแซงด้วยอิทธิพลจากภายนอก ซึ่งประชาชนให้ความเชื่อถือไว้วางใจ ในความเป็นกลางและไม่เลือกปฏิบัติ สามารถถ่วงดุลอำนาจ ทำหน้าที่กำกับดูแล และตรวจสอบพฤติกรรมจริยธรรมของตำรวจได้เป็นอย่างดี

4.2 องค์กรฝ่ายตุลาการ บทบาทเป็นเพียงทางอ้อม หรือเกี่ยวข้องกับบางขั้นตอนเท่านั้น หากให้ทำหน้าที่ตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจอีก น่าจะเพิ่มภาระงานมากเกินไป

4.3 รัฐสภา การมีคณะกรรมการการกฎหมาย การยุติธรรม และการตำรวจ และคณะกรรมการการตำรวจ เพียงพอแล้ว แต่ผู้ให้ข้อมูลบางคน มีความคิดเห็นว่าเป็นหน้าที่ของฝ่ายบริหาร หรือตำรวจดูแลองค์กรตำรวจเอง

4.4 สื่อมวลชน การทำหน้าที่ของสื่อมวลชนมีข้อดีมากกว่าข้อเสีย แต่ก็เปรียบเสมือนดาบสองคม หากสื่อมีอคติ ถูกแทรกแซง หรือไร้อรรถาธิบาย ก็จะเป็นผลเสีย แม้สื่อไม่มีเจตนาทำลายองค์กรตำรวจ อาจทำให้ตำรวจทำงานได้ยากยิ่งขึ้น

4.5 คณะกรรมการจัดการข้อร้องเรียนฝ่ายพลเรือน ประเทศไทยมีองค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญ ประชาชนสามารถร้องเรียนตำรวจผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานของรัฐและภาคเอกชน และมีคณะกรรมการตรวจสอบและติดตามการบริหารงานตำรวจภาคประชาชน (กต.ตร.) ที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบตำรวจ

แต่ไม่มีอำนาจในการบังคับและลงโทษตำรวจ และหลังจากดำเนินการตามระบบการควบคุมภายในแล้ว ไม่มีการส่งต่อเรื่องดังกล่าวให้คณะกรรมการทำการทบทวนการจัดการกับข้อร้องเรียนโดยตำรวจ

5. รูปแบบการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจ ผลการศึกษาพบความคิดเห็นทั้งรูปแบบเดิม ซึ่งเพียงพอแล้ว และรูปแบบใหม่ ที่เป็นองค์กรอิสระ มีกฎหมายควบคุมให้ชัดเจน ได้แก่

5.1 ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 39 คน แสดงความคิดเห็นว่า ควรมีคณะกรรมการทบทวนการดำเนินการข้อร้องเรียนของตำรวจในระบบควบคุมภายใน แต่มีประชาชนภายนอกและเจ้าหน้าที่ของรัฐสังกัดอื่นเป็นคณะกรรมการ เพราะ (1) ประชาชนมีส่วนร่วม โดยอาจเลือกจากคนในชุมชนที่สมัครใจ (2) สร้างความเชื่อมั่นศรัทธา โปร่งใส เป็นธรรมต่อประชาชนทุกฝ่าย ไม่มองว่าตำรวจช่วยเหลือกันเอง ลดข้อครหา (3) รับฟังความคิดเห็นจากหลายช่องทาง (4) ตรวจสอบการทำงานของตำรวจโดยอิสระ และ (5) ถ่วงดุลระบบการจัดการข้อร้องเรียนตั้งแต่ต้น ผู้ให้ข้อมูล 10 คน แสดงความคิดเห็นว่าไม่ควรมีคณะกรรมการนี้ เพราะ (1) ประชาชนมีส่วนร่วมเป็นกลไกสำคัญ แต่ในทางปฏิบัติ มักจะล้มเหลว เพราะประชาชนไม่มีความรู้ความเข้าใจในการทำงานของตำรวจอย่างแท้จริง (2) ข้ำซ้อน เพราะมีหน่วยงานต่างๆ อยู่แล้ว (3) สิ้นเปลืองงบประมาณ (4) เป็นเรื่องภายในองค์กรตำรวจ และ (5) เพิ่มขึ้นตอนมากขึ้น

5.2 ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 25 คน แสดงความคิดเห็นว่า ควรมีคณะกรรมการตรวจสอบข้อร้องเรียนฝ่ายพลเรือน เพราะ (1) ความโปร่งใส ประชาชนยอมรับ สร้างความน่าเชื่อถือ และเปิดใจต่อสังคมว่าองค์กรพร้อมรับการตรวจสอบ (2) ตำรวจจะเกิดความเกรงกลัว อยู่ในจริยธรรมอย่างเคร่งครัด และ (3) การถ่วงดุลให้องค์กรผู้ถูกตรวจสอบ ควบคุมบุคลากรให้ปฏิบัติในมาตรฐานทางจริยธรรม สำหรับเงื่อนไขการดำเนินการ ได้แก่ (1) มีขอบเขตและกรอบการพิจารณาที่เหมาะสม ไม่สุดโต่งจนเกินไป ไม่ควรมีอำนาจเหนือตำรวจ เพราะอาจแสวงหาผลประโยชน์ (2) ควรเป็นองค์กรอิสระ ไม่สังกัดกับหน่วยงานภายใต้การกำกับของรัฐบาล มีความน่าเชื่อถือ เทียบธรรม ได้รับการคุ้มครองการทำหน้าที่ สำหรับองค์ประกอบและขอบเขตของหน้าที่ ควรมีดังนี้ (1) อาจคัดเลือกจากผู้ทรงคุณวุฒิตามสาขาอาชีพต่างๆ อย่างมีระบบและเป็นธรรม (2) ควบคุม กำกับ ดูแล ตรวจสอบ รักษาจริยธรรมของตำรวจโดยตรง และ (3) ไม่ได้รับอิทธิพลหรือได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอื่นใด ขณะที่ผู้ให้ข้อมูล 14 คน แสดงความคิดเห็นว่าไม่ควรมีคณะกรรมการนี้ เพราะ (1) ปัจจุบันมีหน่วยงานหรือระบบตรวจสอบภายใน และมีกฎหมายครอบคลุมอยู่แล้ว (2) ในอนาคต จะมีคณะกรรมการพิจารณาเรื่องร้องเรียนข้าราชการตำรวจ (3) สิ้นเปลืองงบประมาณ และ (4) บุคคลภายนอกไม่เข้าใจลักษณะงานของตำรวจดีพอ

6. มาตรการในการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจ ได้แก่

6.1 ด้านกฎหมาย โดย (1) บังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่อย่างเป็นรูปธรรม ตรงไปตรงมา โปร่งใส และยุติธรรม ตามมาตรฐานทางจริยธรรม หรือไม่ต่ำกว่ามาตรฐานทางจริยธรรม และใช้ในการป้องปราม (2) หากพบการละเมิด ฝ่าฝืนกฎระเบียบ ข้อบังคับ มาตรฐานทางจริยธรรม ประมวลจริยธรรมและจรรยาบรรณของตำรวจ ให้ดำเนินคดีอาญา มีบทลงโทษรุนแรง และ (3) การปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ ในการสืบสวนข้อเท็จจริง และการตรวจสอบเมื่อมีการร้องเรียน ต้องดำเนินการโดยความเป็นธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้

6.2 ด้านการบริหาร โดย (1) มาตรการเชิงป้องกัน โดยวัดคุณธรรมจริยธรรม ความรู้ความสามารถก่อนเข้ารับราชการ ระหว่างการทำงาน ควรมีการฝึกอบรม ให้อำนาจพลคนดี กวดขันความประพฤติและระเบียบวินัยของผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างเคร่งครัด และกระตุ้นให้ตำรวจนำจริยธรรมมาปฏิบัติจนกลายเป็นบุคลิกภาพของตำรวจในเชิงคุณธรรมติดตัว และผู้บังคับบัญชาปฏิบัติด้วยความจริงใจและยุติธรรม (2) มาตรการในการรักษาจริยธรรม กำกับติดตามตามห้วงเวลา เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อประชาชน หัวข้อตรวจสอบครอบคลุมตามมาตรฐานทางจริยธรรมและ

ประมวลจริยธรรมข้าราชการตำรวจ แจ้งผลการประเมินรายบุคคลให้เจ้าตัวรับทราบเพื่อการปรับปรุง และนำผลการประเมินไปเป็นส่วนหนึ่งของการพิจารณาความดีความชอบอย่างแท้จริง และ (3) มาตรการตรวจสอบ ทำอย่างสม่ำเสมอ กรณีมีการร้องเรียนตำรวจกระทำผิดวินัยให้เจ้าตัวรับทราบเป็นหน่วยงานตรวจสอบ มีความเป็นอิสระ ปราศจากการแทรกแซง และระบบการค้นหาความจริงมีประสิทธิภาพ

6.3 ด้านการศึกษาอบรม โดยปลูกฝังจิตสำนึกในการปฏิบัติงานตามแบบแผนที่กำหนด เพื่อสร้างความรักศรัทธา และความพึงพอใจของประชาชนต่อองค์กรตำรวจ ทบทวนเหตุการณ์ที่ผิด เพื่อเป็นตัวอย่างให้กับตำรวจ และสร้างบุคลิกภาพเชิงจริยธรรม สร้างคุณค่าและแรงจูงใจในรูปแบบคุณค่าเชิงอุดมการณ์ด้วยการหล่อหลอมที่ตัวบุคคลเป็นลำดับแรก เช่น การไม่รับเงินที่มีใช้เงินตามกฎหมาย เป็นต้น

6.4 ด้านสังคม โดยจัดช่องทางที่เพียงพอและสะดวกให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการประเมินการปฏิบัติงานของตำรวจ สามารถร้องเรียนต่อองค์กรที่ตรวจสอบได้ง่าย ลดระยะเวลาและขั้นตอนในการดำเนินการ และสื่อสารทั้งภายในและภายนอกอย่างมีคุณภาพ ให้ได้รับความร่วมมือระหว่างตำรวจด้วยกันเอง และระหว่างสำนักงานตำรวจแห่งชาติกับหน่วยงานภาครัฐอื่น

อภิปรายผล

1. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจไทย ระดับบุคคล ประกอบด้วยตัวแปรทางจิตลักษณะ ได้แก่ ความฉลาดทางศีลธรรม ตัวแปรสถานการณ์ ได้แก่ ค่านิยมของครอบครัว อิทธิพลของเพื่อนร่วมงาน วัฒนธรรมย่อยของตำรวจ ความแตกต่างของงานในแผนก ประสบการณ์ในการใช้ความรุนแรง และการตอบสนองของประชาชน/สังคม และตัวแปรด้านจิตลักษณะตามสถานการณ์ ได้แก่ ความคับข้องใจในระบบ ยุติธรรมทางอาญา รวมถึงตัวแปรทางชีวสังคมภูมิหลัง ได้แก่ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมทางจริยธรรม อธิบายได้ด้วยทฤษฎีต้นไม้จริยธรรม (Bhanthumnavin, Meekhun, and Waninthano (2013) ซึ่งพบว่า มี 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนแรก คือ ดอกและผลไม้บนต้น ซึ่งพฤติกรรมของคนดี ในที่นี้คือพฤติกรรมทางจริยธรรม ส่วนที่สอง คือ ลำต้นของต้นไม้ พฤติกรรมทางจริยธรรม มีสาเหตุทางจิตใจ ได้แก่ เหตุผลเชิงจริยธรรม หรือในการศึกษานี้คือ ความฉลาดทางศีลธรรม ส่วนที่สาม คือ รากของต้นไม้ ซึ่งเป็นจิตลักษณะที่อาจใช้เป็นสาเหตุของการพัฒนาจิตลักษณะในส่วนลำต้น และอาจเป็นสาเหตุร่วมกับจิตลักษณะเพื่ออธิบาย ทำนายและพัฒนาพฤติกรรมของคนดี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีเชิงบูรณาการ (Integrated theory) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยทางเศรษฐกิจ มีผลต่อการกระทำผิด โดยนำปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อน มาอธิบายปัญหาการกระทำความผิดของผู้ที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยงอีกด้วย (Kanchanawong, et. al., 2006.)

2. มาตรการด้านกฎหมาย ให้ตำรวจรักษาพฤติกรรมจริยธรรมตามพระราชบัญญัติมาตรฐานทางจริยธรรม พ.ศ. 2562 และประมวลจริยธรรมข้าราชการตำรวจ พ.ศ. 2564 เช่นเดียวกับมาตรฐานจริยธรรมในประมวลจริยธรรมข้าราชการฝ่ายอัยการและบุคลากรของสำนักงานอัยการสูงสุด และมาตรฐานจริยธรรมในระเบียบของผู้ตรวจการแผ่นดิน มาตรการด้านการบริหารเน้นที่บทบาทของผู้บังคับบัญชาในการเป็นแบบอย่างที่ดี กำกับติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานตามที่กำหนดไว้ในกฎ ก.ตร. และเพื่อแสดงความสำนึกรับผิดชอบตามสายการบังคับบัญชา มาตรการด้านการศึกษาอบรม ทั้งก่อนเข้ารับราชการ และระหว่างประจำการ ทั้งแบบเป็นทางการตามหลักสูตรต่างๆ ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ และแบบไม่เป็นทางการ โดยพี่สอนน้อง หรือผู้บังคับบัญชาอบรมผู้ใต้บังคับบัญชา

ซึ่งมาตรการเหล่านี้อยู่ในระบบควบคุมภายใน สำหรับมาตรการด้านสังคม ซึ่งเน้นไปที่ระบบการควบคุมภายนอก อันได้แก่ การร้องทุกข์ ร้องเรียนตำราวจผ่านองค์กรอิสระ องค์กรฝ่ายตุลาการ คณะกรรมการการของรัฐสภา องค์กรภาคีรัฐ และสื่อมวลชน ประชาชน ซึ่งระบบการควบคุมภายนอก มักไม่ค่อยได้รับความร่วมมือจากองค์กรและตัวตำรวจ เนื่องจากเป็นเรื่องภายในที่ควรดำเนินการเอง แต่ประชาชนไม่เชื่อมั่นศรัทธาในระบบการควบคุมภายในและการจัดการข้อร้องเรียนของตำรวจที่ไม่โปร่งใสและตรวจสอบไม่ได้

พฤติกรรมทางจริยธรรมที่ดีของตำรวจ เป็นผลของปัจจัยระดับบุคคล ระดับองค์กร และภายนอกองค์กร โดยปัจจัยระดับบุคคล เกิดจากการได้รับการบ่มเพาะ ปลูกฝัง ตั้งแต่สถาบันครอบครัว หน่วยงาน และประสบการณ์ทางสังคม ปัจจัยระดับองค์กร ได้แก่ ระบบควบคุมภายใน ตั้งแต่คัดเข้าทำงาน และระหว่างประจำการ โดยสำนักความรับผิดชอบตามสายการบังคับบัญชา และการจัดการกับข้อร้องเรียนภายใน โดยมีระบบจริยธรรมตำรวจทำหน้าที่ในเชิงป้องกัน เพื่อตรวจสอบและควบคุมพฤติกรรมทางจริยธรรมของตำรวจ รวมถึงระบบการควบคุมจากภายนอก โดย องค์กรอิสระ องค์กรฝ่ายตุลาการ รัฐสภา สื่อมวลชน แต่สำหรับคณะกรรมการจัดการข้อร้องเรียนฝ่ายพลเรือนนั้น ประเทศไทยยังไม่มีรูปแบบการทบทวนการจัดการกับข้อร้องเรียนของตำรวจหลังจากใช้ระบบการควบคุมภายใน ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีไม่ครบ 6 เสาหลัก แต่ก็มีมาตรการในการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจไทย ครบทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกฎหมาย ด้านการบริหาร ด้านการศึกษาอบรม และด้านสังคม ซึ่งยังต้องพัฒนาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ นักวิชาการควรนำองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวคิด หลักการ และกลไกการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจไทยไปปรับใช้ในบริบทสังคมไทย

1.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย รัฐบาลควรให้อำนาจองค์กรอิสระ และหน่วยงานของรัฐตรวจสอบมาตรฐานจริยธรรมตำรวจโดยตรง

1.3 ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กร องค์กรอิสระ และหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ตรวจสอบมาตรฐานจริยธรรมตำรวจควรคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและเป็นที่ยอมรับของชุมชน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

ควรศึกษาวิจัยและพัฒนาโปรแกรมการส่งเสริมจริยธรรมตำรวจในมาตรการทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกฎหมาย ด้านการบริหาร ด้านการศึกษาอบรม และด้านสังคม

เอกสารอ้างอิง

- Aden, H. (2017). Germany. In: Aguja, M. J. and Born, H. (eds.), *The Role of Parliament in Police Governance: Lessons Learned from Asia and Europe*, Geneva: The Geneva Centre for the Democratic Control of Armed Forces, Switzerland: DCAF.
- Aeppli, P. (ed.). (2019). *Toolkit on Police Integrity*, Geneva: The Geneva Centre for the Democratic Control of Armed Forces, Switzerland: DCAF.

- Bankoson, V. (2018). *The Analyses of the Royal Thai Police Guidance for the Resolve and Prevention of Police Ethical Problems*. Bangkok: Police Press. (in Thai)
- Bhanthumnavin, D., Meekhun, K., and Waninthano, N. (2013) *Thai Behavioral Development Research Center Project mission and research coordination*. Bangkok: Office of the National Research Council of Thailand. (in Thai)
- Code of Ethics for Police Officers B.E. 2564. (2021). Government Gazette. Volume 138 Special chapter 204 d, September 1, 2021. [Online]. Retrieved from:
http://www.satchkitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2564/E/204/T_0051.PDF [in Thai]
- Ethical Standards Act, B.E. 2562 (2019). *Government Gazette*. Volume 136 Chapter 50 a. April, 16 2019. [Online]. Retrieved from: http://www.ratchkitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2562/A/050/T_0001.PDF [in Thai]
- Gaffigan, S. J., and Mac Donald, P. (1997). *Police integrity: Public service with honor: A partnership between the National Institute of Justice and the Office of Community Oriented Policing Services*. USA: US Department of Justice.
- Jaiharin, N, Sangviroatjanapa, S., Soraat, N. and Wongkumsorn, P. (2013). *Research Project: The Efficiency of the Prosecutor's Criminal Prosecution*. Bangkok: Faculty of Law, Thammasart University. (in Thai)
- Lee, A. M., Coleman, R., and Molyneux, L. (2016). From Thinking to Doing: Effects of Different Social Norms on Ethical Behaviour in Journalism. *Journal of Media Ethics*, 31(2), 72-85.
- Kanchanawong, S., et. al. (2006). *A Study of Problems causing Crimes of Children and Youth*. Bangkok: The Central Juvenile and Family Court. (in Thai)
- Kuye, O. L., Uche, C. B. N., and Akaighe, G. O. (2013). Organizational Culture and Ethical Behaviour: A Strategic Standpoint. *Journal of Humanities, Social Sciences and Creative Arts*, 8, 8-12.
- Na Nakorn, P. (2012). Philosophy and Key Concepts of Ethics. *Seminar Document of Ethics Committee: Moving forward to Turn the Crisis into an Opportunity: Clean Thai Civil Servants with Ethics*, at Office of the Civil Service Commission, 24 May, 2012, 1-23. (in Thai)
- National Human Rights Commission (Thailand). (2021). *Reports about Police Complaints in 2015-2019*. N.P. (in Thai)
- Office of the National Anti-Corruption Commission. (2021). *Announcement of the NACC office on Integrity and Transparency Assessment (ITA) Results of the Fiscal Year 2020*. [Online]. Retrieved October 18, 2021, from: <http://www.nacc.go.th>. (in Thai)
- Othman, R., Omar, N., Azarn, A., Ibrahim, S., Farouq, W. A., Rustam, N., and Aris, N. A. (2014). Influence of job satisfaction and codes of ethics on integrity among police officers. *Procedia - Social and Behavioural Sciences*, 145, 266-276.

- Pagon, M. (2000). Police ethics and integrity. *Conference Paper of Policing in Central and Eastern Europe: Ethics, Integrity, and Human Rights*, at Ljubljana, Slovenia, June 2000, 3-14.
- Palomino, P. R. and Martínez, R. (2011). Human Resource Management and Ethical Behaviour: Exploring the Role of Training in the Spanish Banking Industry. *Ramon Llull Journal of Applied Ethics*, 2, 69-88.
- Porter, L. E. (2013). Beyond oversight: a problem-oriented approach to police reform. *Police Practice and Research*, 14(2), 169-181.
- Rothwell, G. R., and Baldwin, J. N. (2006). Ethical Climates and Contextual Predictors of Whistle-Blowing. *Review of Public Personnel Administration*, 26(3), 216-244.
- Samakeetham, S. (2016). Chapter 2 Accountability and Public Administration. *Romphruek Journal, Krirk University*, 34(1), 42-79. (in Thai)
- Skulmerit, T. (2008). *The relationships between quality of work life, adversity quotient and work ethics of the police officers in police stations under the Metropolitan Police Division*. Thesis of the Degree of Master of Arts Program in Industrial and Organizational Psychology. Bangkok: Thammasat University. (in Thai)
- Tasdoven, H. and Kaya, M. (2014). The Impact of Ethical Leadership on Police Officers' Code of Silence and Integrity: Results from the Turkish National Police. *International Journal of Public Administration*, 37, 529-541.

คำแนะนำในการเตรียมและการส่งต้นฉบับ

วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

กองบรรณาธิการ วารสารศรีปทุมปริทัศน์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม มีความยินดีที่จะรับบทความจากทุกท่าน เพื่อตีพิมพ์และเผยแพร่ในวารสาร เพื่อความสะดวกในการพิจารณา จึงขอแนะแนวทางการเตรียมต้นฉบับและส่งต้นฉบับ ดังนี้

ประเภทของบทความ

- บทความวิจัย (Research Article)** หมายถึง งานเขียนที่นำเสนอผลการวิจัยอย่างเป็นระบบ กล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ
- บทความวิชาการ (Academic Article)** หมายถึง งานเขียนซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เป็นความรู้ใหม่หรือแนวคิดใหม่ กล่าวถึงความเป็นมา วัตถุประสงค์ มีการใช้แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ประกอบการวิเคราะห์ วิพากษ์วิจารณ์ และให้ข้อเสนอแนะ
- บทความปริทัศน์ (Review Article)** หมายถึง งานวิชาการที่ประเมินสถานะล่าสุดทางวิชาการเฉพาะทางที่มีการศึกษาค้นคว้า มีการวิเคราะห์ และสังเคราะห์องค์ความรู้ ทั้งทางกว้างและทางลึกอย่างทันสมัย โดยให้ข้อวิพากษ์ที่ชี้ให้เห็นแนวโน้มที่ควรศึกษาและพัฒนาต่อไป
- บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)** หมายถึง บทความที่วิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาสาระ คุณค่า และคุณภาพ ของหนังสือ บทความ หรือผลงานสิ่งประดิษฐ์ โดยใช้หลักวิชาและดุลพินิจที่เหมาะสม

องค์ประกอบของบทความ

- บทความวิจัย (Research Article)**
บทความวิจัย ประกอบด้วยชื่อเรื่อง บทคัดย่อ และเนื้อหาของบทความ โดยมีข้อมูลเรียงตามลำดับ ได้แก่ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สังกัด (ภาควิชา คณะ สถาบัน) และอีเมล ของผู้เขียนสำหรับติดต่อ ในส่วนบทคัดย่อต้องระบุถึงแบบแผนของการวิจัย วัตถุประสงค์ ประชากรและตัวอย่าง เครื่องมือวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิจัย ความยาวไม่เกิน 250 คำ ในกรณีที่ต้นฉบับเป็นภาษาไทย ให้เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ระบุคำสำคัญของเรื่อง (Keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ ในส่วนเนื้อหาของบทความ ให้เริ่มต้นจากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดในการวิจัย (ถ้ามี) สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) วิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ และกิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)
- บทความวิชาการ (Academic Article)**
บทความวิชาการ ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง บทคัดย่อ และเนื้อหาของบทความ โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สังกัด (ภาควิชา คณะ สถาบัน) และอีเมลของผู้พิมพ์ สำหรับติดต่อ ในส่วนบทคัดย่อ ต้องระบุถึงวัตถุประสงค์ สาระสำคัญ สรุป และข้อเสนอแนะ โดยเนื้อหาในบทคัดย่อความยาวไม่เกิน 250 คำ ในกรณีที่ต้นฉบับ

เป็นภาษาไทย ให้เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ระบุคำสำคัญของเรื่อง (Keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ ในส่วนเนื้อหาของบทความ ให้เริ่มต้นจากบทนำ ที่แสดงเหตุผลหรือที่มาของประเด็นที่ต้องการอธิบายหรือวิเคราะห์ ในส่วนของเนื้อหาสาระ จะเป็นการอธิบายหรือวิเคราะห์ประเด็นตามหลักวิชาการ โดยมีการสำรวจเอกสารหรืองานวิจัยเพื่อสนับสนุนจนสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ในประเด็นนั้นได้ อาจเป็นการนำความรู้จากแหล่งต่างๆ มาประมวลร้อยเรียงเพื่อวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยผู้เขียนสามารถแสดงทัศนะทางวิชาการของตนเองไว้อย่างชัดเจน ด้วย ส่วนสุดท้ายจะเป็นส่วนสรุปและข้อเสนอแนะ มีการเขียนเอกสารอ้างอิงที่ครบถ้วนสมบูรณ์

3. บทความปริทัศน์ (Review Article)

บทความปริทัศน์ ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สังกัด (ภาควิชา คณะ สถาบัน) และอีเมลของผู้เขียน สำหรับติดต่อ บทความปริทัศน์เป็นการนำเสนอภาพรวมของเรื่องที่น่าสนใจ ในส่วนของเนื้อหาของบทความ ต้องมีบทนำ เพื่อกล่าวถึงความน่าสนใจของเรื่องที่น่าสนใจก่อนเข้าสู่เนื้อหาในแต่ละประเด็น และต้องมีบทสรุปเรื่องที่เสนอพร้อมข้อเสนอแนะจากผู้เขียนเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวสำหรับให้อ่านได้พิจารณาประเด็นที่น่าสนใจต่อไปผู้เขียนควรตรวจสอบเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบทความที่นำเสนออย่างละเอียด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหาที่ใหม่ที่สุด ข้อมูลที่นำเสนอจะต้องไม่จำเพาะเจาะจงเฉพาะผู้อ่านที่อยู่ในสาขาของบทความเท่านั้น แต่ต้องนำเสนอข้อมูลที่ซึ่งผู้อ่านในสาขาอื่นสามารถเข้าใจได้

4. บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)

บทวิจารณ์หนังสือ ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สังกัด (ภาควิชา คณะ สถาบัน) และอีเมลของผู้เขียน สำหรับติดต่อ ชื่อเรื่องของบทวิจารณ์หนังสือควรเรียกร้องความสนใจของผู้อ่านและสื่อความหมายได้ชัดเจน เช่น ตั้งชื่อตามชื่อหนังสือที่ต้องการวิจารณ์ ตั้งชื่อตามจุดมุ่งหมายของเรื่อง ตั้งชื่อด้วยการให้ประเด็น ขวนคิด ขวนสงสัย เป็นต้น ในส่วนบทนำ เป็นการเขียนนำเกี่ยวกับหนังสือที่จะวิจารณ์ ในส่วนเนื้อหา เป็นส่วนแสดงความคิดเห็นและรายละเอียด ในการวิจารณ์ โดยนำเสนอจุดเด่น และจุดบกพร่องของเรื่องอย่างมีหลักเกณฑ์และมีเหตุผล และส่วนสุดท้ายเป็นบทสรุป เป็นการเขียนสรุปความคิดทั้งหมดที่วิจารณ์และให้แง่คิด หรือข้อสังเกตที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน นอกจากนี้บทสรุปยังช่วยให้ผู้อ่านได้ทบทวน ประเด็นสำคัญของเรื่องและความคิดสำคัญของผู้วิจารณ์ แม้ว่าผู้อ่านอาจจะไม่ได้อ่านบทวิจารณ์ทั้งบท แต่ได้อ่านบทสรุปก็สามารถทราบเรื่องของหนังสือที่นำมาวิจารณ์ รวมทั้งความคิดเห็นของผู้วิจารณ์ที่มีต่อหนังสือเรื่องนั้นได้

การเตรียมต้นฉบับ

1. ขนาดของบทความ: ควรจัดพิมพ์บทความด้วย Microsoft Word บนกระดาษขนาด A4 หน้าเดียว ประมาณ 26 บรรทัด ต่อ 1 หน้า แบบแนวตั้ง (Portrait) รูปแบบตัวอักษร (Font) ให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร (Font size) เท่ากับ 16 และใส่เลขหน้าตั้งแต่ต้นจนจบบทความที่ด้านบนขวาของกระดาษ (ยกเว้นหน้าแรก) ความยาวของบทความไม่ควรเกิน 15 หน้า สำหรับการตั้งค่าหน้ากระดาษ (Page setup) และส่วนระยะขอบ (Margins) กำหนดดังนี้

ด้านบน (Top)	2.54 ซม.	ด้านล่าง (Bottom)	2.54 ซม.
ด้านซ้าย (Left)	2.54 ซม.	ด้านขวา (Right)	2.54 ซม.
หัวกระดาษ (Header)	1.25 ซม.	ท้ายกระดาษ (Footer)	1.25 ซม.

2. ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน และสังกัด (Title, Author's name, Author's affiliation): ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษจัดกึ่งกลาง ให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร 18 ตัวหนา ส่วนชื่อ-นามสกุลผู้เขียน และสังกัด ให้เขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทั้งนี้ ชื่อผู้เขียนให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร 16 ตัวหนา และไม่ต้องระบุค่านำหน้าชื่อ เช่น นาย นาง นางสาว ดร. ผศ. รศ. ศ. เป็นต้น ส่วนสังกัดให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร 16 ตัวหนา ให้ระบุสาขาวิชา ภาควิชา คณะ สถาบัน หรือหน่วยงานที่สังกัด พร้อมอีเมลในการติดต่อ ทั้งนี้ กรณีมีผู้เขียนมากกว่า 1 คน ให้ระบุด้วยว่าใคร คือ ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)

3. บทคัดย่อ (Abstract): หัวข้อบทคัดย่อให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร 18 ตัวหนา และขีดซ้าย ส่วนเนื้อความในบทคัดย่อและคำสำคัญให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร 16 ตัวธรรมดา หากเป็นบทความภาษาไทยให้เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หากเป็นบทความภาษาอังกฤษให้เขียนบทคัดย่อเป็นภาษาอังกฤษ (หรืออาจมีบทคัดย่อภาษาไทยด้วยหรือไม่ก็ได้) ทั้งนี้ บทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวมกันไม่ควรเกิน 1 หน้ากระดาษ A4 ให้จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ มีความยาวประมาณ 250 คำ จะต้องพิมพ์คำสำคัญในบทคัดย่อภาษาไทย และพิมพ์ Keywords ในบทคัดย่อภาษาอังกฤษของบทความเรื่องนั้นด้วย จำนวนไม่เกิน 5 คำ

4. เนื้อหา (Content): หัวข้อให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร 18 ตัวหนาและขีดซ้าย ส่วนเนื้อความในแต่ละหัวข้อให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun PSK ขนาดของตัวอักษร 16 ตัวธรรมดา

5. รูปภาพและตารางประกอบ: ควรมีภาพที่ชัดเจน ถ้าเป็นรูปถ่ายควรมีภาพถ่ายจริงแนบมาด้วย หากเป็นภาพที่คัดลอกมาจากแหล่งอื่นควรเขียนแหล่งอ้างอิงนั้นด้วยตามหลักวิชาการ กรณีรูปภาพให้ใช้คำว่า “ภาพที่” กรณีตารางให้ใช้คำว่า “ตารางที่”

6. เอกสารอ้างอิง (References): การเขียนอ้างอิงให้ใช้ระบบ APA โดยมีเงื่อนไขดังนี้

6.1 เอกสารที่นำมาอ้างอิงต้องมีไม่เกิน 20 รายการ และไม่ควรมีอายุเกิน 10 ปี ยกเว้นแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกิดขึ้นก่อน 10 ปีและในปัจจุบันยังมิได้นำมาใช้ อนุโลมให้นำมาใช้อ้างอิงได้

6.2 ให้จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์ และเรียงตามลำดับตัวอักษร

6.3 การอ้างอิงในเนื้อหา ใช้ระบบนามปี [นามสกุล, ปี หรือ นามสกุล (ปี)] และอ้างอิงโดยใช้นามสกุลภาษาอังกฤษเท่านั้น เช่น Yurarach (2017) หรือ (Yurarach, 2017) เป็นต้น ทั้งนี้ หากมีผู้เขียน 2 คน ให้ใส่นามสกุลทั้งสองคน เช่น Yurarach and Yoothanom (2017) หรือ (Yurarach and Yoothanom, 2017) หากมีผู้แต่งมากกว่า 2 คน ให้ใส่นามสกุลของผู้แต่งคนแรก และตามด้วย “et al.” เช่น Yurarach et al. (2017) หรือ (Yurarach et al., 2017) เป็นต้น

6.4 เอกสารอ้างอิงฉบับภาษาไทยต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษทั้งหมด โดยมีแนวทางดังนี้

(1) ต้องแปลเอกสารอ้างอิงภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษทุกรายการ โดยยังคงเอกสารอ้างอิงภาษาไทยเดิมไว้ด้วย เขียนจัดเรียงคู่กัน โดยให้เอกสารอ้างอิงภาษาอังกฤษที่แปลขึ้นก่อนและตามด้วยเอกสารอ้างอิงภาษาไทย และเติมคำว่า “(in Thai)” ต่อท้ายเอกสารอ้างอิงภาษาอังกฤษที่แปลจากภาษาไทย

(2) การเรียงลำดับเอกสารอ้างอิง กรณีเอกสารอ้างอิงที่แปลจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษให้เรียงลำดับตามตัวอักษรภาษาอังกฤษ และรายการเอกสารอ้างอิงทุกรายการ หากมีผู้เขียนไม่เกิน 6 คน ให้ใส่ชื่อให้ครบทุกคน แต่หากมีมากกว่า 6 คน ให้ใส่ชื่อทั้ง 6 คน หลังจากคนที่ 6 ให้ตามด้วย “และคณะ” หรือ “et al.”

ตัวอย่างการแปลเอกสารอ้างอิงภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ

ตัวอย่างที่ 1 หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อหนังสือ. พิมพ์ครั้งที่ (ถ้ามี). สถานที่พิมพ์ (เมือง): สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

Chantavanich, S. (2014). *Qualitative Research Methods*. 22nd ed. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)

สุภางค์ จันทวานิช. (2557). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 22. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ตัวอย่างที่ 2 วารสาร

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่ (ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

Siriprakob, P. (2010). Autonomous Public Organization and Its Autonomy: A Preliminary Finding. *Sripatum Review of Humanities and Social Sciences*, 10(2), 63-77. (in Thai)

ปกรณ ศิริประกอบ. (2553). องค์การมหาชนกับความเป็นอิสระ: ข้อค้นพบเบื้องต้น. *วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 10(2), 63-77.

ตัวอย่างที่ 3 เว็บไซต์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อเรื่อง. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ วัน เดือน ปี, จาก: URL.

Wikipedia free encyclopedia. (2018). *Globalization*. [Online]. Retrieved May 23, 2018, from: <http://th.wikipedia.org/wiki/Globalization>. (in Thai)

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2561). *โลกาภิวัตน์* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2561, จาก: <http://th.wikipedia.org/wiki/Globalization>.

ตัวอย่างที่ 4 รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อบทความ. รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการ (ชื่อเอกสาร), วัน เดือน ปี สถานที่จัด, หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

Sorntanong, M. (2018). Guidelines for Tourism Management by Identity and Community in the Cultural Tourism of Elephant's Village Pa-Nied Luang at Pranakorn Sri Ayutthaya Province. *The Proceedings of the 13th National and International Sripatum University Conference (SPUCON2018)*, 20 December 2018 at Sripatum University (Bangkhen Campus), 2112-2122. (in Thai)

มานะศิลป์ ศรีทงศ์. (2561). “แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวตามอัตลักษณ์และวิถีชุมชนในเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในหมู่บ้านช้างเพนียดหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.” รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ครั้งที่ 13 ประจำปี 2561, วันที่ 20 ธันวาคม 2561 ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2112-2122.

ตัวอย่างที่ 5 วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีพิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์. ระดับปริญญาของวิทยานิพนธ์, ชื่อมหาวิทยาลัย.

Boonlom, P. (2017). *A Survey of the Attitudes of Local Residents toward Phase 1 of the Proposed Special Economic Zone Development Plan for Klong Yai District, Trat Province*. Independent Study of the Degree of Master of Public Administration Program in Local Government. Chanthaburi: Rambhai Barni Rajabhat University. (in Thai)

ปกรณ บัญล่อม. (2560). *การขานรับนโยบายการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษของประชาชน อำเภอคลองใหญ่ จังหวัดตราด*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

7. บทความทุกเรื่องที่จะส่งให้กองบรรณาธิการพิจารณา ต้องไม่ได้รับการเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาเผยแพร่ของวารสารอื่นๆ

8. การส่งต้นฉบับบทความ (Submission)

8.1 ส่งต้นฉบับบทความ (Manuscript) ที่จัดเตรียมตามคำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับและตามรูปแบบการอ้างอิงที่วารสารกำหนด (นามสกุล .docx และ .pdf) และส่งผ่านระบบ ThaiJo โดยให้ผู้เขียนเข้าไปลงทะเบียนและทำตามขั้นตอนของระบบ โดยสามารถเข้าไปดำเนินการได้ที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/spurhs>

8.2 กรณีที่บทความไม่ผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการ ผู้เขียนไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าดำเนินการใดๆ แต่กรณีที่กองบรรณาธิการพิจารณาเบื้องต้นแล้วเห็นว่า ควรส่งผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer reviewers) จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบและประเมินคุณภาพของบทความ ผู้เขียนจะต้องจ่ายค่าดำเนินการ (Operation fee) ในอัตรา 6,000 บาท ต่อ 1 บทความ โดยใช้วิธีการโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารและส่งสลิปเงินโอนมาที่กองบรรณาธิการวารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ผ่านช่องทางอีเมล research@spu.ac.th หรือทางไปรษณีย์

(1) ชื่อบัญชีธนาคาร

ธนาคารกรุงเทพ สาขามหาวิทยาลัยศรีปทุม

ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม ประเภทบัญชี ออมทรัพย์

เลขที่บัญชี 006-8-07686-8

(2) กองบรรณาธิการ วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ที่อยู่ ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม

เลขที่ 2410/2 ถนนพหลโยธิน แขวงเสนานิคม เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

โทรศัพท์ 0-2579-1111 ต่อ 1331, 1252, 1155 โทรสาร ต่อ 2187

นโยบายและเงื่อนไขในการพิจารณาบทความ (Editorial Policy)

1. บทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ต้องเป็นผลงานที่อยู่ในสาขาวิชาใดวิชาหนึ่งตามวัตถุประสงค์ของวารสาร ได้แก่ (1) General Arts and Humanities (2) General Business, Management and Accounting และ (3) General Social Sciences

2. บทความที่ส่งมาต้องไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ที่วารสารใดมาก่อนและต้องไม่อยู่ระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น

3. บทความที่ส่งมาจะได้รับการประเมินคุณภาพเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการก่อน โดยจะพิจารณาถึงความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของวารสาร โดยพิจารณาแยกเป็น 2 กรณี คือ

3.1 ในกรณีที่บทความไม่ผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการ บรรณาธิการจะแจ้งปฏิเสธการรับตีพิมพ์บทความ (Reject) พร้อมเหตุผล ข้อเสนอแนะ หรือข้อสังเกตสั้นๆ ให้ผู้ส่งบทความได้รับทราบ ทั้งนี้ ผู้เขียนไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าดำเนินการใดๆ

3.2 ในกรณีที่บทความผ่านการพิจารณาเบื้องต้นจากกองบรรณาธิการ ผู้เขียนจะต้องจ่ายค่าดำเนินการ (Operation Fee) ในอัตรา 6,000 บาท ต่อ 1 บทความ และบรรณาธิการจะส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer reviewers) ในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความก่อนลงตีพิมพ์ โดยผู้ประเมินไม่ทราบชื่อผู้แต่งและผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้ประเมินบทความ (Double-Blind Peer Review) ทั้งนี้ การจ่ายเงินค่าดำเนินการ ให้จ่ายผ่านระบบการโอนเข้าบัญชีธนาคารเท่านั้น

4. เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณากลับกรองบทความเรียบร้อยแล้ว กองบรรณาธิการจะพิจารณาว่าบทความนั้นๆ ควรได้ลงตีพิมพ์ (Accept) หรือควรส่งคืนให้ผู้เขียนแก้ไขเพื่อพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง (Major/Minor Revision) หรือควรแจ้งปฏิเสธการลงตีพิมพ์ (Reject)

5. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตัดสินใจตีพิมพ์บทความในวารสาร และจะไม่คืนเงินไม่ว่าในกรณีใดๆ

แบบฟอร์มส่งบทความเพื่อพิจารณานำลงวารสารศรีปทุมปริทัศน์

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เรียน บรรณาธิการ

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....

ตำแหน่ง.....อาจารย์ประจำสาขาวิชา/ภาควิชา.....

คณะ.....มหาวิทยาลัย.....

ขอส่ง () บทความวิจัย () บทความวิชาการ

() บทความหนังสือ () บทความปริทัศน์

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจาก

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ)

คำสำคัญ (ภาษาไทย)

Keywords (ภาษาอังกฤษ)

ชื่อผู้เขียน (ภาษาไทย)

ชื่อผู้เขียน (ภาษาอังกฤษ)

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวกหมู่ที่.....ซอย.....

ถนน.....ตำบล/แขวง.....อำเภอ/เขต.....

จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....โทรศัพท์.....

โทรศัพท์มือถือ.....โทรสาร.....E-mail.....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้

() เป็นผลงานของข้าพเจ้าแต่เพียงผู้เดียว

() เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ร่วมงานตามชื่อที่ระบุในบทความจริง

บทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน และจะไม่นำไปเพื่อพิจารณาลงตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ อีก นับจากวันที่ข้าพเจ้าได้ส่งบทความฉบับนี้มายังกองบรรณาธิการวารสารศรีปทุมปริทัศน์

ลงนาม

(.....)



NATIONAL AND
INTERNATIONAL
SRIPATUM
UNIVERSITY
CONFERENCE
2022



วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ SRIPATUM REVIEW OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2565

บทความวิจัย

- 07 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการแบ่งปันความรู้ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ภาคอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
: *ประภัสสร กลีบประทุม, วิษณวนัน รัตนวิบูลย์สม, ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ*
- 20 แนวทางการพัฒนาวิสัยทัศน์การสร้างที่อยู่อาศัยสำหรับผู้มีรายได้น้อย
: *ณัฏฐวิทย์ ตักกุล*
- 35 การพัฒนาความสามารถด้านการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัล ในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจ : กรณีศึกษา
วิสาหกิจชุมชนบ้านเบญจรงค์ จังหวัดปทุมธานี
: *ณัฏฐยา เอี่ยมคง*
- 49 การสร้างกลยุทธ์ตลาดแบบใหม่เพื่อยกระดับความสามารถในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก
: *อรอุมา นาทสีทา, วรรณดี สุทธิธรากร, ภัทรวรรณ จีระพัฒนธรร*
- 65 รูปแบบการกำกับศัพทภาษาอังกฤษในข้อความโฆษณาสินค้าแฟชั่นยูนิโคล่
: *จอมขวัญ สุทธิธรร*
- 78 อิทธิพลทางสังคมจิตพอเพียงที่มีต่อพฤติกรรมการจัดการทางการเงินและความสมดุลในชีวิตการเรียนและการทำงานของนักศึกษา
คณะบริหารธุรกิจ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน
: *ธัญญ์ณัฐ เลียนอย่าง*
- 93 การตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจไทย
: *กัญจน์พร เกษโกมล, ณรงค์ ใจหาญ*

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/spurhs>



NATIONAL AND
INTERNATIONAL
SRIPATUM
UNIVERSITY
CONFERENCE
2022