

วารสาร



มหาวิทยาลัย สังคมศาสตร์ และการสื่อสาร

INTERDISCIPLINARY SOCIAL SCIENCES AND COMMUNICATION JOURNAL

**ปีที่ 6
ฉบับที่ 2**

เมษายน - มิถุนายน
2566

ISSN 2630-0478 [Print]
ISSN 2773-9880 [Online]

วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

INTERDISCIPLINARY SOCIAL SCIENCES AND COMMUNICATION JOURNAL (ISSC)

ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน 2566

ISSN: 2630 - 0478 (Print) ISSN: 2773 - 9880 (Online)

วัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้คณาจารย์ นักวิจัย ได้พัฒนาองค์ความรู้ และเปลี่ยนแนวคิดและเผยแพร่ความก้าวหน้าทางวิชาการ สาขาวิชาต่าง ๆ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ขอบเขต วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ครอบคลุมทั้ง บทความวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทัศน์งานวิจัย ด้านนิเทศศาสตร์ นิติศาสตร์ บริหารธุรกิจ รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ครุศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวและการโรงแรม จิตวิทยา และสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

หน่วยงาน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
41 หมู่ที่ 5 ถนนรักศักดิ์มงคล ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี 22000

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไฉยกุล ท่องอร่าม
อาจารย์ ดร.สุวิทย์ คุ้มตาธนวัฒนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.สันติสุขธิ์ ปรีวงษ์ตระกูล

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

นางสาวรัชชนก แพทย์นิมิตร

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.กรกฎ ท่องชะโชค
คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ, ประเทศไทย
ศาสตราจารย์ ดร. เทิดศักดิ์ ช่วยบำรุง
คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ประเทศไทย
ศาสตราจารย์ นาวาอากาศโท ดร.สุมิตร สุวรรณ
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ประเทศไทย
ศาสตราจารย์ ดร.ปิยะ พงศาพิทักษ์สันติ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพมหานคร
ศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์
คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ประเทศไทย
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนพันธ์ ไส้ประกอบทรัพย์
คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ประเทศไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ประเทศไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา บุรณเดชาชัย

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, ประเทศไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.อภิวรรณ ศิรินันทนา

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ประเทศไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.สกล บุญสิน

สำนักวิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, ประเทศไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วงธรรม สรณะ

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ประเทศไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, ประเทศไทย

อาจารย์ ดร.ภานนท์ คุ่มสุภา

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ประเทศไทย

อาจารย์ ดร.สมพงษ์ เสงี่ยมณย์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ประเทศไทย

กองบรรณาธิการพิจารณาตรวจสอบภาษาอังกฤษ

อาจารย์อังศุมารินทร์ สุชัยรัตนโชค

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ประเทศไทย

จัดหน้า

นายณจักร วงษ์ชัย

ออกแบบปก

อาจารย์ ดร.ภานนท์ คุ่มสุภา

วาระการตีพิมพ์ ปีละ 4 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม

ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน

ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน

ฉบับที่ 4 ตุลาคม - ธันวาคม

การจัดพิมพ์

จัดพิมพ์ฉบับละ 300 เล่ม

การเผยแพร่ฉบับ on-line

www.tci-thaijo.org/index.php/ISSC

การส่งต้นฉบับ

เว็บไซต์ www.tci-thaijo.org/index.php/ISSC
โทรศัพท์ 081 374 3100, 081 590 3639

พิมพ์ที่

สำนักพิมพ์คานา บริษัท ดีเซมเบอร์ จำกัด (สำนักงานใหญ่) เลขที่ 248/7 ซอยมิตตคาม
ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 โทรศัพท์ 02-884-5933-4

ราคา

ฉบับละ 150 บาท

คำชี้แจง

บทความที่จะได้รับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสารนั้น ต้องผ่านการพิจารณา
ให้ความคิดเห็นรวมทั้งตรวจแก้ไขทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งไม่ทราบชื่อผู้เขียน และ ผู้เขียนไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Double
BlindPeer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องที่กองบรรณาธิการวารสารฯ คัดสรรก่อนลงพิมพ์อย่างน้อย 2 ท่าน

**** ข้อความ ข้อคิดเห็น หรือข้อค้นพบ ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร
เป็นของผู้เขียน ซึ่งจะต้องรับผิดชอบต่อผลทางกฎหมายใด ๆ
ที่อาจเกิดขึ้นจากบทความและงานวิจัยนั้น ๆ โดยมิใช่ความรับผิดชอบ
ของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ****

บทบรรณาธิการ

วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร

วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 (เมษายน - มิถุนายน 2566) มีบทความวิจัยและบทความวิชาการรวมทั้งหมด 19 บทความ แต่ละบทความก็มีความหลากหลายสาขาวิชา มีความองค์ความรู้ใหม่ ๆ มากมาย ท่านที่สนใจสามารถเข้ามาอ่านและนำไปประยุกต์ใช้ได้

กองบรรณาธิการวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ต้องขอขอบคุณผู้สนับสนุนบทความทุกท่านที่ได้ส่งผลงานเข้ารับการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้เกียรติประเมินบทความในวารสารฉบับนี้ทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้



(อาจารย์ ดร.สันตุสิทธิ์ ปิริวงศ์ตระกูล)

บรรณาธิการ

บทความวิจัย

- 1** การพัฒนารูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิต โดยการถ่ายทอดของ
พันโทวิชิต โห้ไทย (ศิลปินแห่งชาติ) เป็นต้นแบบ 1
ศุภศิระ ทวีชัย และ รัชชานนท์ ยัมระยั้ง
- 2** การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านจำหน่าย
และเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี 14
กิตติพันธ์ ห้วยหงษ์ทอง และ อภิวรรณ ศิรินันทนา
- 3** การตลาดดิจิทัลและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหาร
เพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร 25
กฤษคุณ ผาณิตญาณกร, อีรภัญญา ตั้งสุวรรณรังษี, สราวุธ เนียรวิฑูรย์ และ ศตวรรษ คันธจันทร์
- 4** การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
จังหวัดระนอง 37
*กัญญาณน กาญจนาทวีกุล, วรณพร พุทธภูมิพิทักษ์, เปรมกมล จันทร์กวีกุล,
ศิริกัญญา ศิริกัญยานนท์ และ นรินทร์ สังข์รักษา*
- 5** ผู้นำเชิงสร้างสรรค์ต่อประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย 49
วัชร ณรงค์ฤทธิเดช และ รวิภา ธรรมโชติ
- 6** การพัฒนาโซ่อุปทานด้วยการบริหารต้นทุนฐานกิจกรรมสินค้าพืชผักสวนครัว
เกษตรอินทรีย์ของชุมชนทุ่งเผาเต่า จังหวัดนครปฐม 58
รัชนิวรรณ สุจริต, ศรีสรินทร์ นรเศรษฐโสภณ, มาตุสร แข็งขัน และ สิทธิชัย พินธุมะ
- 7** แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงาน
และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ 68
ธเนศ อุ่นปรีชาวนิชย์
- 8** ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต และความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้สูงอายุ
ที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย 81
วัชรภรณ์ ขายม, ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร, ทวีศักดิ์ รูปสิงห์ และ อัมพล ชูสนุก
- 9** ภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นจันทบุรี : การสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัล
จากเรื่องเล่าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน 92
วิเนศวร ทะกอง, สุทธินันท์ โสทวีถิ และ พิศิษฐ์ ชัยสุวรรณถาวร

สารบัญ

10	ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของภาวะผู้นำในโรงพยาบาลของรัฐ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข 103 <i>ยุคลฉัตร หล้าวรรณะ, รวิภา ธรรมโชติ, สุวรรณี แสงมหาชัย และ อุทัย เลาหวิเชียร</i>
11	การออกแบบงานสร้างของต้นเต้ เพอร์เรตตี ในภาพยนตร์ย้อนยุค 116 <i>จิรภา เพ็กแสง, บรรจง โกศลวัฒน์, ฐณยศ โล่ห์พัฒนานนท์, ปัทมวดี จารูวรร และ เจตน์ศักดิ์ แสงสิงแก้ว</i>
12	การพัฒนาระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอท 127 <i>อภิชัย ตระหง่านศรี</i>
13	ความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Line และ Google Meet ของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 139 <i>สุตกร จิตต์หทัยรัตน์, จิรัชญา จันทน์ และ วัทนพร ขวัญงาม</i>
14	การบริหารคนเก่งในธนาคารของรัฐ 151 <i>ภพร รติวัฒน์ และ สุวรรณี แสงมหาชัย</i>
15	ต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตลูกสุกรตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร 161 <i>ธิดิยา คำนันท์ สุริรัตน์ เสนาเลิศ และ พอนศิริกาญจน์ แสงวันทอง</i>
16	ปัญหากฎหมายระหว่างประเทศเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาททางทะเล ตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 171 <i>วิศิศักดิ์ เนืองนอง และ ทรงพร ประมาณ</i>
17	การวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าโครงการวิจัยภูมิปัญญา การแพทย์แผนไทยและสมุนไพร 180 <i>สมศักดิ์ กริชชัย, ปกรสิทธิ์ หนูช่วย และ จิราญวัฒน์ หอมบรรเทิง</i>
18	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's) และรูปแบบ การดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ผ่านช่องทางออนไลน์ ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี 191 <i>ลิษา เศษสุวรรณ และ สุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์</i>

บทความวิชาการ

19	การนำกรอบการทำงาน 5 อาร์ ของแมคคินซี มาใช้ในการปรับตัว ของผู้ประกอบการร้านอาหารในสถานการณ์โควิด-19 205 <i>ธวัลยา เจริญถ่องแท้</i>
-----------	---

การพัฒนาแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิต โดยการถ่ายทอดของ
พันโทวิชิต โห้ไทย (ศิลปินแห่งชาติ) เป็นต้นแบบ
THE DEVELOPMENT OF AN INSTRUCTIONAL MODEL FOR WIND BAND'S
THAI TRADITIONAL MUSIC USING TRANSMISSION OF LT.COL.,
WICHIT HO-THAI (NATIONAL ARTIST) AS A ROLE MODEL

ศุภศิระ ทวีชัย¹ และ รัชชานนท์ ยิ้มระยัย²

Supasira Tawichai and Ratchanon Yimrayub

Article History

Received: 05-03-2023; Revised: 12-04-2023; Accepted: 12-04-2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการถ่ายทอดเพลงไทยโยธวาทิตของพันโทวิชิต โห้ไทย (ศิลปินแห่งชาติ) 2) พัฒนาแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิตสำหรับนักศึกษาวงดุริยางค์เครื่องลม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยใช้รูปแบบการสอนแบบ KDA model เป็นฐานโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เอกสาร

ผลการวิจัยพบว่า

1. การถ่ายทอดเพลงไทยโยธวาทิตของพันโทวิชิต โห้ไทย (ศิลปินแห่งชาติ) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) ขั้นเตรียมสอน เป็นการเลือกบทเพลงและเทคนิคการบรรเลงให้เหมาะสมกับผู้เรียน 2) ขั้นสอน เป็นการเตรียมความพร้อมก่อนการบรรเลง การสอนแยกในแต่ละกลุ่มเครื่องดนตรี และการสอนบรรเลงรวมวง 3) การสรุป และให้ผลสะท้อนกลับ เป็นการสรุปสิ่งที่ได้เรียนรู้ และให้ผลสะท้อนกลับ เพื่อการปรับปรุงและพัฒนา รวมถึงการเตรียมตัวในครั้งต่อไป
2. รูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิตสำหรับนักศึกษาวงดุริยางค์เครื่องลม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสอบถามและออกแบบการเรียนรู้ร่วมกับผู้เรียน 2) การกำหนดเนื้อหา และวางแผนการเรียนการสอน 3) การศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบทเพลงไทยโยธวาทิต 4) การศึกษาบทเพลง และเตรียมความพร้อมก่อนการเรียน 5) การฝึกบรรเลงบทเพลงไทยโยธวาทิต 6) การประเมินผลระหว่างการฝึกซ้อม และให้คำแนะนำในการฝึกซ้อม 7) การฝึกซ้อมเพื่อเตรียมบรรเลงในโอกาสต่าง ๆ และ 8) การแสดงดนตรีในโอกาสต่าง ๆ

¹⁻² อาจารย์ประจำสาขาวิชาดนตรีศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Lecturer, Department of Music Education, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rambhai Barni Rajabhat University

E-mail: supasira.t@rbru.ac.th *Corresponding Author

ซึ่งรูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิตโดยการถ่ายทอดของพันโทวิชิต โห้ไทย (ศิลปินแห่งชาติ) เน้นการพัฒนาศักยภาพทางดนตรีของผู้เรียนเป็นสำคัญ ตามระดับความสามารถและเครื่องดนตรีที่ใช้ในการบรรเลง เน้นความรู้ ควบคู่กับหลักการบรรเลงที่ถูกต้อง โดยมีคุณธรรมเป็นพื้นฐานสำคัญ ก่อให้เกิดการจัดการเรียนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การสอนวงโยธวาทิต; เพลงไทย; พันโทวิชิต โห้ไทย

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the transmission of Wind band's Thai traditional music by Lt. Col. Wichit Hothai (National Artist), and 2) to develop an instructional model for Wind band's Thai traditional music for wind students, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rambhai Barni Rajabhat University based on the KDA model. The research employed the qualitative approach by using document analysis, an in-depth interview method.

The results of the research found that:

1. The transmission of Wind band's Thai traditional music by Lt. Col. Wichit Hothai (National Artist) consisted of 3 main steps: 1) The preparatory stage: the selection of songs and playing techniques that were suitable for the students. 2) The teaching stage: the preparation before playing; teaching separately for each instrument group and ensemble teaching. 3) Summarizing and giving feedback: a summary of knowledge, and giving feedback for improvement and development including the preparation for the next time.

2. An instructional model for wind students, Faculty of Humanities and Social Sciences, Rambhai Barni Rajabhat University consisted of 8 steps: 1) inquiry and learning design with learners, 2) content determination and planning for teaching, 3) a study of theories related to Wind band's Thai traditional music, 4) a study of the songs, and preparation before learning, 5) practice of playing Wind band's Thai traditional music, 6) assessment during the rehearsal, and advancing on rehearsal, 7) rehearsals to prepare for playing on various occasions, and 8) musical performances on various occasions.

An instructional model for wind band using transmission of Lt. Col. Wichit Hothai (National Artist) focused on the development of students' musical potential according to skill levels and musical instruments used in playing, emphasizing knowledge along with correct playing principles based on morality, leading effective teaching and learning management.

Keywords: Wind band teaching; Thai songs; LT.COL.Wichit Ho-Thai

เพลงที่นำมาจากเพลงไทยเดิม หรือ การนำเพลงไทยเดิมมาเรียบเรียงใหม่เพื่อใช้ในกิจกรรม การแข่งขันวงโยธวาทิตในระยะเวลาเพียงสั้น ๆ เท่านั้น อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันมีศิลปินทางด้านดนตรีท่านหนึ่งที่เป็นผู้นิยมนำเพลงไทยเดิมมาเรียบเรียงและบรรเลงสำหรับวงโยธวาทิตอยู่เรื่อยมา ศิลปินแห่งชาติท่านนั้น คือ พันโทวิชิต โห้ไทย

พันโทวิชิต โห้ไทย หรือที่เรียกกันติดปากว่า ครูวิชิต โห้ไทย ถือเป็นศิลปินดนตรีที่มีทักษะความรู้ และมีความเชี่ยวชาญทางด้านดนตรีทั้ง 2 วัฒนธรรม กล่าวคือ วัฒนธรรมดนตรีไทย จากการศึกษาดนตรีไทยเดิมกับครูดนตรีไทยหลายท่านอย่างจริงจัง และวัฒนธรรมดนตรีตะวันตก จากการที่พันโทวิชิต โห้ไทย ได้ศึกษาเล่าเรียนทั้งทฤษฎี และการฝึกปฏิบัติเครื่องดนตรีตะวันตก และเข้ารับราชการในกองดุริยางค์ทหารบก ทำให้พันโทวิชิต โห้ไทย ได้นำทักษะและความรู้ของดนตรีทั้ง 2 วัฒนธรรมนี้ มาปรับใช้ผสมผสานกันอย่างเป็นขั้นตอน จากการที่พันโทวิชิต โห้ไทย ได้รับองค์ความรู้ของวัฒนธรรมดนตรีของทั้ง 2 วัฒนธรรมนี้ ทำให้พันโทวิชิต โห้ไทย เป็นทั้งศิลปินดนตรีที่ได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติให้เป็นศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดง (ดนตรีไทย-โยธวาทิต) ในปี พ.ศ. 2555 นอกจากจะเป็นศิลปินทางด้านดนตรีแล้ว ในอีกหนึ่งบทบาทพันโทวิชิต โห้ไทย ยังเป็นครูผู้ถ่ายทอดวิชาความรู้ในด้านทักษะการปฏิบัติเพลงไทยโยธวาทิต ทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน จนถึงระดับอุดมศึกษา เป็นการสอนทักษะการบรรเลงเพลงไทยโยธวาทิต ให้เป็นไปตามแบบแผน มีความไพเราะและสอดคล้องความคิดสร้างสรรค์ทางดนตรีได้เป็นอย่างดี ถือเป็นองค์ความรู้ทางดนตรีซึ่งสำคัญต่อเยาวชนในประเทศชาติ

ในลักษณะการถ่ายทอดของพันโทวิชิต โห้ไทย นั้นเป็นการมุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติจนเกิดองค์ความรู้ที่ชัดเจนทางดนตรี ซึ่งผู้เรียนจะได้รับความรู้ทางทฤษฎีดนตรี เป็นพื้นฐานในการนำไปประยุกต์กับการปฏิบัติดนตรีที่ถูกต้อง รวมถึงมีเจตคติที่ดีต่อการเล่นดนตรี ซึ่งครูได้ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ทั้งยังปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมให้แก่ผู้เรียน ซึ่งการที่ได้ให้ผู้เรียนได้รับความรู้ทางด้านดนตรีที่ถูกต้องมีทักษะปฏิบัติทางดนตรีที่ดี และมีเจตคติที่ดีทางด้านดนตรีนั้น สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายทางการเรียนรู้ของบลูมทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1.พุทธิพิสัย (Cognitive Domain) เป็นเรื่องของการพัฒนาทางด้านสติปัญญาความรู้ 2. จิตพิสัย (Affective Domain) มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้เกิดความรู้สึก เจตคติ ค่านิยม คุณธรรม และจริยธรรมที่พึงประสงค์ และ 3. ทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) เป็นการเรียนรู้ที่เกี่ยวกับการพัฒนาทักษะทางกายให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงานแต่ละชนิด (Bloom, 1956 อ้างถึงใน จิรกานต์ สิริกวิณกอบกุล, 2563) โดยจุดมุ่งหมายทางการเรียนรู้ทั้ง 3 ด้านนี้ เป็นเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้และทักษะในด้านวิชาชีพดนตรี รวมถึงทักษะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นทางวิชาชีพดนตรีนอกจากนี้การถ่ายทอดของพันโทวิชิต โห้ไทยยังสอดคล้องกับระบบการศึกษาในปัจจุบัน ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ (Child Center Learning) โดยการจัดการเรียนรู้โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ คือ การจัดการเรียนรู้ที่คำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของผู้เรียน โดยครูผู้สอนหรือผู้จัดการเรียนรู้ หารูปแบบวิธีการที่เหมาะสมกับผู้เรียน ให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้มากที่สุด ครูและผู้เรียนต้องร่วมกันจัดการเรียนรู้ และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ร่วมกัน (สุรพล เอี่ยมอุทรพิทย์, 2552) การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญนั้น ได้มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเกิดองค์ความรู้ด้วยตนเอง ผ่านสื่อและวิธีการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลายตามความสนใจของผู้เรียน โดยมีครูเป็นผู้สนับสนุนและอำนวยความสะดวกในด้านการเรียนการสอน มีสื่อการเรียนรู้และวิธีการเรียนรู้ที่เหมาะสมต่อเนื้อหาการเรียนรู้ หรือความสนใจของผู้เรียน และสามารถพัฒนาผู้เรียนได้อย่างเต็มศักยภาพ

จากงานวิจัยของพิม แสนบุญศิริ และคณะ (2561) พบว่า วิธีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนด้วย KDA โมเดลช่วยให้นักศึกษามีความคงทนในการเรียนรู้ และผลการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาหลังสำเร็จการเรียนในกลุ่มวิชาปฏิบัติที่ใช้การจัดการเรียนการสอนด้วย KDA โมเดลพบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 4.93 (SD. = 0.25) ผู้วิจัยจึงได้นำรูปแบบการสอนแบบ KDA model มาปรับใช้ในการพัฒนารูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิตเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดีในการเรียนการสอน

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะทำวิจัยเรื่อง “พัฒนารูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิต โดย การถ่ายทอดของพันโทวิชิต โห้ไทย (ศิลปินแห่งชาติ) เป็นต้นแบบ” เพื่อเป็นการศึกษาการถ่ายทอดเพลงไทยโยธวาทิตของพัน โทวิชิต โห้ไทย และนำมาพัฒนารูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิตสำหรับนักศึกษาวงดุริยางค์เครื่องลมคณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพทางดนตรีของผู้เรียน โดยที่รูปแบบการสอนนี้สามารถ นำไปปรับใช้กับผู้เรียนดนตรีในสถาบันอุดมศึกษาอื่น ๆ เพื่อพัฒนาทักษะการปฏิบัติวงโยธวาทิต และรูปแบบการสอนเพลงไทยโย ธวาทิตนี้ เป็นส่วนหนึ่งในการจัดการเรียนการสอนให้ประสิทธิภาพ และเป็นการเผยแพร่ดนตรีไทยซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมอัน ดิถีงามของชาติให้คงอยู่กับเยาวชนสืบไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการถ่ายทอดเพลงไทยโยธวาทิตของพันโทวิชิต โห้ไทย (ศิลปินแห่งชาติ)
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิตสำหรับนักศึกษาวงดุริยางค์เครื่องลม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยใช้รูปแบบการสอนแบบ KDA model เป็นฐาน

3. การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

การสอนแบบ KDA Model

การสอนรูปแบบ KDA โมเดล หมายถึง รูปแบบการสอนที่คณะวิจัยได้พัฒนาขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมการ เรียนการสอน โดยใช้กระบวนการสอน 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นความรู้ ขั้นฝึกหัด และขั้นลงมือปฏิบัติในสถานการณ์จริง (พิม แสน บุญศิริ และคณะ, 2561) ดังนี้

1. K : Know ขั้นความรู้ เป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนจะศึกษาประเด็นเนื้อหาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาที่เรียน อ้างอิงข้อมูล อย่างถูกต้อง สะท้อนความรู้ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า ถ่ายทอดความรู้ผ่านการนำเสนอหน้าชั้นเรียน
2. D : Drills ขั้นฝึกหัด เป็นขั้นที่ผู้เรียนนำความรู้ที่ได้จากขั้น K มาแลกเปลี่ยนกับผู้สอนเพื่อออกแบบ การฝึกซ้อมทักษะ ซ้ำ ๆ ทั้งนี้รูปแบบการฝึกทักษะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามเนื้อหาวิชานั้น ๆ
3. A : Action ขั้นปฏิบัติในสถานการณ์จริง เป็นขั้นที่มีความจำเป็นอย่างมาก ผู้สอนจะต้องคัดเลือกหรือจัดหา พื้นที่สำหรับปฏิบัติงานจริงให้กับผู้เรียน โดยผู้สอนจะเป็นผู้สังเกต(Observers) และอาจให้ความช่วยเหลือในกรณีที่ผู้เรียน เกิดปัญหา

พันโทวิชิต โห้ไทย (ศิลปินแห่งชาติ)

พันโทวิชิต โห้ไทย เป็นบุคคลท่านหนึ่งที่มีชื่อเสียงและมีความรู้ ความสามารถ ทักษะ เฉพาะทาง โดยเฉพาะทาง ดนตรีแบบ ตะวันตก (ดนตรีสากล) หรือแม้กระทั่งดนตรีของไทย (ดนตรีไทยเดิม) ซึ่งความสามารถที่กล่าวมาข้างต้น เกิดจากการใฝ่หาความ รู้รวมถึงประสบการณ์ที่พันโทวิชิตโห้ไทยที่ได้รับ ในระหว่างการศึกษาที่โรงเรียนดุริยางค์ทหารบก ตลอดจนช่วงชีวิตระหว่าง การรับราชการ ในด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะทางด้านดนตรีทั้งสองวัฒนธรรมนี้ ทำให้พันโทวิชิต โห้ไทย ได้สร้างสรรค์ผลงาน เพลงทางด้านดนตรีไทยวงโยธวาทิตเป็นจำนวนมากมาย ทั้งนี้ยังช่วยเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของไทยให้ดำรงอยู่อยู่กระทั่งการ พัฒนาผลงานสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง โดยพันโทวิชิต โห้ไทย (ศุภศิระ ทวีชัย, 2556)

การสอนปฏิบัติดนตรีและวงโยธวาทิต

ผู้วิจัยได้นำหลักการสอนดนตรีของณรุทธ์ สุทธจิตต์ (2561) มาประยุกต์ใช้ในการสอนวงโยธวาทิต ซึ่งเน้นการปฏิบัติทักษะทางดนตรี โดยในการสอนทักษะดนตรีแต่ละเครื่องมือ ย่อมมีเทคนิควิธีสอนหรือกลวิธีการสอนแตกต่างกันไปตามความเฉพาะของเครื่องมือนั้น ๆ แต่หลักการสอนโดยทั่วไปจะมีลักษณะเหมือนกัน สามารถนำหลักการทั่วไปไปประยุกต์ใช้ได้ หรือนำไปพัฒนาให้เหมาะสมกับการสอนทักษะดนตรีเฉพาะเครื่องมือต่อไป ซึ่งหลักการนี้ไม่เพียงแต่ใช้ในการเรียนการสอนทักษะดนตรีระดับอุดมศึกษาเท่านั้น แต่สามารถใช้กับการเรียนทักษะดนตรีในทุกระดับ โดยมีการปรับใช้ตามความเหมาะสม หลักการสอนนั้น ประกอบด้วย 7 ประเด็น ได้แก่ 1) เสียงก่อนสัญลักษณ์ 2) ความถูกต้องและความไพเราะ 3) ความมีดนตรีการ 4) ทักษะการฝึกซ้อม 5) ทักษะการแสดง 6) การประเมินผลตนเอง 7) การแก้ไขปรับปรุงและการพัฒนาทักษะ

นอกจากหลักการทั่วไปดังกล่าวแล้ว ในเรื่องสาระหรือเนื้อหาที่ใช้ในการสอนควรประกอบไปด้วยสาระหรือเนื้อหาดังต่อไปนี้คือ บทเพลง แบบฝึกหัด : บันไดเสียง เทคนิค การนั่ง การใช้กล้ามเนื้อ ลักษณะและคุณสมบัติของเครื่องดนตรี การอ่านโน้ต การเล่นโดยการฟัง การเล่นโดยสร้างสรรค์ การฝึกสอดประสาน การวิเคราะห์เพลง ทฤษฎีดนตรี และประวัติดนตรี

กระบวนการเรียบเรียงเพลงไทยสำหรับวงโยธวาทิต

กระบวนการในการเรียบเรียงบทเพลงไทยเดิม ขึ้นมานั้น พันโทวิชิต ให้อย่าง ยังคงยึดสำนวน รูปแบบ และเอกลักษณ์ดั้งเดิมของดนตรีไทยไว้อย่างเป็นแบบแผน และนำมาเรียบเรียงใหม่ให้อยู่ในรูปพรรณแบบโพลีโฟนิก (Polyphonic Texture) ประกอบด้วย 3 กระบวนการ (ศุภศิระ ทวีชัย, 2556) ดังนี้

(1) กระบวนการคัดสรรบทเพลง เป็นการนำบทเพลงไทยที่ถูกคัดสรรมาเพื่อที่นำมาเรียบเรียงเสียงประสานใหม่เพื่อบรรเลงโดยใช้รูปแบบวงโยธวาทิตนั้น พันโทวิชิต ให้อย่าง ได้ยึดถือถึงความเหมาะสมตามวาระ และโอกาสที่จะนำบทเพลงมาเรียบเรียงเพื่อบรรเลง

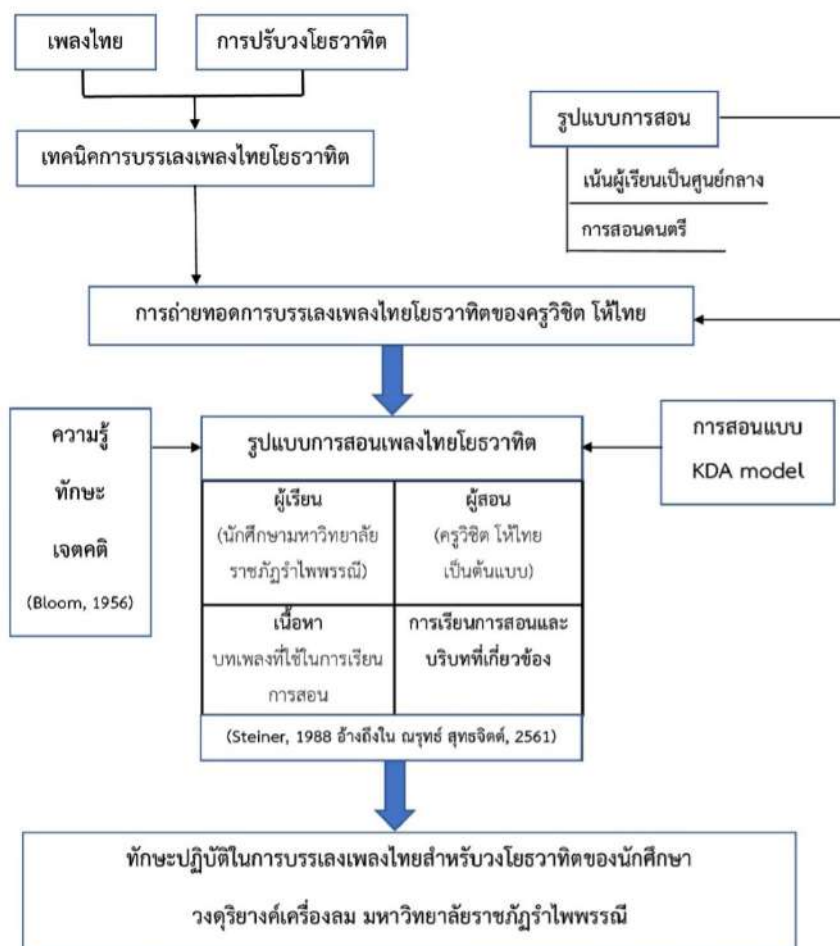
(2) กระบวนการจัดกลุ่มเครื่องดนตรีที่ใช้ในวงโยธวาทิต เป็นการจัดกลุ่มของเครื่องดนตรีแบบตะวันตกแทนเครื่องดนตรีไทยเดิม เพื่อใช้ในการ เรียบเรียงเพลงของพันโทวิชิต ให้อย่าง นั้น กล่าวว่า ท่านได้ให้ความสำคัญ และคำนึงถึงเรื่องช่วงเสียงของเครื่องดนตรีทั้งสองประเภท โดยจัดกลุ่มแทนในลักษณะของช่วงเสียงที่คล้ายคลึงและเหมาะสมกันตามระดับของช่วงเสียง 3 ช่วงเสียง ได้แก่ ช่วงเสียงสูง ช่วงเสียงกลาง และช่วงเสียงต่ำ

(3) กระบวนการเรียบเรียงเสียงประสาน ประกอบด้วย การศึกษากระบวนการเรียบเรียงด้านทำนอง การศึกษากระบวนการเรียบเรียงด้านจังหวะ การศึกษากระบวนการเรียบเรียงด้านเสียงประสาน และการศึกษากระบวนการเรียบเรียงด้านประโยคเพลง

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิด



5. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในลักษณะการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์ และการใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งวิธีดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ 1) พันโทวิชิต ใหไทย (ศิลปินแห่งชาติ) 2) ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านวงโยธวาทิต และด้านดนตรีไทย จำนวน 3 คน และ 3) นักศึกษาวงดุริยางค์เครื่องลมคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จำนวน 10 คน

2. ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยมุ่งศึกษา 2 ประเด็นหลักได้แก่ 1) การศึกษาการถ่ายทอดการบรรเลงเพลงไทยสำหรับวงโยธวาทิตของพันโทวิชิต ให้อยู่ไทย (ศิลปินแห่งชาติ) ในประเภทเพลงโหมโรง เพลงเถา และเพลงระบำ โดยศึกษาเทคนิคการบรรเลงเพลงไทยสำหรับเครื่องดนตรีในวงโยธวาทิต และหลักการปรับวงโยธวาทิต 2) ศึกษาบริบทที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนวงโยธวาทิต สำหรับนักศึกษาวงดุริยางค์เครื่องลมคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี รูปแบบการสอนดนตรี ทฤษฎีดนตรีและทักษะปฏิบัติดนตรีที่เกี่ยวข้องกับเพลงไทยโยธวาทิต และแนวคิดทฤษฎีรูปแบบการสอนแบบ KDA model เพื่อนำมาปรับใช้ในการพัฒนารูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิตสำหรับนักศึกษาวงดุริยางค์เครื่องลมคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดเพลงไทยโยธวาทิตของพันโทวิชิต ให้อยู่ไทย (ศิลปินแห่งชาติ) การพัฒนารูปแบบการสอน และบริบทการเรียนการสอน

3.2 แบบสัมภาษณ์พันโทวิชิต ให้อยู่ไทย (ศิลปินแห่งชาติ)

3.3 แบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านวงโยธวาทิต และด้านดนตรีไทย

3.4 แบบสัมภาษณ์นักศึกษาวงดุริยางค์เครื่องลมคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบวิเคราะห์เอกสาร และแบบสัมภาษณ์

4.2 นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล และข้อมูลสรุปลักษณะการถ่ายทอดเพลงไทยโยธวาทิตของพันโทวิชิต ให้อยู่ไทย (ศิลปินแห่งชาติ) มาพัฒนารูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิตสำหรับผู้เรียนในระดับอุดมศึกษาโดยใช้รูปแบบการสอนแบบ KDA model เป็นฐาน

4.3 ตรวจสอบคุณภาพของรูปแบบการสอนโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านวงโยธวาทิต ด้านดนตรีไทย และด้านดนตรีศึกษา จำนวน 3 ท่าน

4.4 ปรับปรุงคุณภาพของรูปแบบการสอนตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ และแบบวิเคราะห์เอกสาร โดยวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Induction) สร้างข้อสรุป และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะพรรณนาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Descriptive Analysis)

6. การยื่นขอพิจารณาจริยธรรมในมนุษย์

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการยื่นเสนอเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ต่อคณะกรรมการ พิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี (Rambhai Barni Rajabhat University Institutional Review Board) ก่อนที่จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง และได้รับเอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เมื่อวันที่ 19 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564 ใบรับรองเลขที่ IRB-05/2564

6. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาเป็น 2 ประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. การถ่ายทอดเพลงไทยโยธวาทิตของพันโทวิชิต ให้อยู่ไทย (ศิลปินแห่งชาติ)

ขั้นตอนการถ่ายทอดเพลงไทยโยธวาทิตของพันโทวิชิต ให้อยู่ไทย (ศิลปินแห่งชาติ) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

1) ขั้นเตรียมสอน เป็นการเลือกบทเพลงและเทคนิคการบรรเลงให้เหมาะสมกับผู้เรียน 2) ขั้นสอน เป็นการเตรียมความพร้อมก่อน

การบรรเลง การสอนแยกในแต่ละกลุ่มเครื่องดนตรี และการสอนบรรเลงรวมวง 3) การสรุป และให้ผลสะท้อนกลับ เป็นการสรุปสิ่งที่ได้เรียนรู้ และให้ผลสะท้อนกลับ เพื่อการปรับปรุงและพัฒนา รวมถึงการเตรียมตัวในครั้งต่อไป

โดยในการเรียนการสอนเพลงไทยโยธวาทิตในรูปแบบวงดุริยางค์เครื่องลม ประกอบด้วยขั้นตอน 3 ขั้นตอน ได้แก่

1) ขั้นการเตรียมตัว 2) ขั้นตอนการปฏิบัติ และตรวจสอบความถูกต้อง และ 3) ขั้นตอนหลังการฝึกซ้อม มีรายละเอียดดังนี้

1) ขั้นการเตรียมตัว

- เตรียมความพร้อมของร่างกาย ลมในการเป่า และการใช้กำพวด
- ร้องโน้ตจากแบบฝึกหัดจากการฟัง
- ปฏิบัติทักษะการไล่บันไดเสียงที่ใช้ในบทเพลง
- ปฏิบัติทักษะเทคนิคที่อยู่ในบทเพลง เช่น แบบฝึกหัดลมยาว แบบฝึกหัดการออกเสียง แบบฝึกหัดการผสมเสียง
- ฟังบทเพลงต้นฉบับ
- ตั้งเสียงก่อนการบรรเลง

2) ขั้นตอนการปฏิบัติ และตรวจสอบความถูกต้อง

- บรรเลงตั้งแต่ต้นจนจบบทเพลง เพื่อให้เห็นโครงสร้างของบทเพลง
- ศึกษาแนวทำนองหลักจากการบรรเลงเครื่องดนตรีแต่ละเครื่องที่อยู่ในบทเพลง
- กลุ่มเครื่องแนวประสานเสียงบรรเลงทั้งหมด เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของเสียงประสาน
- กลุ่มเครื่องเสียงเบส บรรเลงพร้อมกับ กลุ่มเครื่องแนวดำเนินทำนอง
- กลุ่มเครื่องบรรเลงทำนอง กลุ่มแนวประสาน และกลุ่มแนวเบส บรรเลงพร้อมกัน
- กลุ่มเครื่องกระทบเข้ามาบรรเลงเป็นกลุ่มสุดท้าย
- ปรับและตรวจสอบความสมดุลเสียงอีกรอบหลังจากบรรเลงไปแล้ว
- ปฏิบัติทักษะการไล่บันไดเสียงที่ใช้ในบทเพลงอีกครั้งหลังจากการเตรียมตัว

3) ขั้นตอนหลังการฝึกซ้อม

- การผ่อนคลายกล้ามเนื้อหลังจากการฝึกปฏิบัติรวมวง
- สอบถามปัญหาจากจากฝึกและการปฏิบัติจากการบรรเลง
- มอบหมายงานที่ต้องแก้ไขเพื่อตรวจสอบในท่อนเพลงที่ยังบรรเลงไม่สมบูรณ์

ผู้วิจัยได้นำขั้นตอนเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนารูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิตสำหรับนักศึกษาวงดุริยางค์เครื่องลม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยคำนึงถึงบริบทของผู้เรียนและสถานศึกษา

2. รูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิตสำหรับนักศึกษาวงดุริยางค์เครื่องลม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

รูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิต ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) การสอบถามและออกแบบการเรียนรู้ร่วมกับผู้เรียน
- 2) การกำหนดเนื้อหา และวางแผนการเรียนการสอน
- 3) การศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบทเพลงไทยโยธวาทิต
- 4) การศึกษาบทเพลง และเตรียมความพร้อมก่อนการเรียน
- 5) การฝึกบรรเลงบทเพลงไทยโยธวาทิต
- 6) การประเมินผลระหว่างการฝึกซ้อม และให้คำแนะนำในการฝึกซ้อม

7) การฝึกซ้อมเพื่อเตรียมบรรเลงในโอกาสต่าง ๆ

8) การแสดงดนตรีในโอกาสต่าง ๆ

โดยขั้นตอนที่ 1 ถึง ขั้นตอนที่ 3 สอดคล้องกับขั้นความรู้ (K : Know) เป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนจะศึกษาประเด็นเนื้อหาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาที่เรียน อ้างอิงข้อมูลอย่างถูกต้อง สะท้อนความรู้ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า ถ่ายทอดความรู้ผ่านการนำเสนอหน้าชั้นเรียน

ขั้นตอนที่ 4 ถึงขั้นตอนที่ 7 เป็นขั้นตอนการฝึกซ้อม และสอดคล้องกับขั้นฝึกหัด (D : Drills) เป็นขั้นที่ผู้เรียนนำความรู้ที่ได้จากขั้น K มาแลกเปลี่ยนกับผู้สอนเพื่อออกแบบ การฝึกซ้อมทักษะซ้ำ ๆ ทั้งนี้รูปแบบการฝึกทักษะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามเนื้อหาวิชานั้น ๆ

ขั้นตอนที่ 8 การแสดงดนตรีในโอกาสต่าง ๆ สอดคล้องกับขั้นปฏิบัติในสถานการณ์จริง (A : Action) เป็นขั้นที่มีความจำเป็นอย่างมาก ผู้สอนจะต้องคัดเลือกหรือจัดหาพื้นที่สำหรับปฏิบัติงานจริงให้กับผู้เรียน โดยผู้สอนจะเป็นผู้สังเกต(Observers) และอาจให้ความช่วยเหลือในกรณีที่ผู้เรียนเกิดปัญหา และภายหลังการแสดงดนตรีในโอกาสต่าง ๆ ผู้สอนได้ให้คำแนะนำเพื่อการปรับปรุงการเรียนการสอนที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับหลักการ PDCA วงจรการบริหารสี่ขั้นตอน ประกอบด้วย (P) Plan เป็นขั้นตอนการวางแผน (D) Do ขั้นตอนการปฏิบัติหรือการทดสอบ (C) Check เป็นการตรวจสอบ และ (A) Action เป็นการดำเนินการ และปรับปรุงแก้ไข เมื่อการแสดงดนตรีสิ้นสุดลง ได้มีการตรวจสอบและประเมินผลกิจกรรมในขั้นตอนต่าง ๆ และหากพบปัญหา จึงนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนให้ดียิ่งขึ้น และเกิดประสิทธิผลต่อผู้เรียน

7. อภิปรายผล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งประเด็นในการอภิปรายผลการวิจัย ออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. หลักการถ่ายทอดของศิลปินแห่งชาติ

การถ่ายทอดเพลงไทยโยธวาทิตของพันโทวิชิต โห้ไทย (ศิลปินแห่งชาติ) เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ พัฒนาตามระดับความสามารถ และเครื่องดนตรีที่ใช้ในการบรรเลง เน้นความรู้ ควบคู่กับหลักการบรรเลงที่ถูกต้อง โดยมีคุณธรรมเป็นพื้นฐานสำคัญ โดยเฉพาะความตรงต่อเวลา สอดคล้องกับวิชะ ประสานวงศ์ (2555) ในด้านหลักการถ่ายทอดการบรรเลงระนาดเอกของครูอุทัย แก้วละเอียด แบ่งออกเป็น 3 ประการ ได้แก่ 1) การเน้นระดับความสามารถและความถนัดในการบรรเลงระนาดเอกของผู้เรียนเป็นหลัก เพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบของการบรรเลงระนาดเอกของแต่ละบุคคล 2) ยึดหลักการถ่ายทอดระนาดเอกแบบหลวงประดิษฐไพเราะ (ศร ศิลปบรรเลง) ทำนอง การจับไม้ บุคลิกภาพของผู้บรรเลง และการทำเสียงระนาดเอกให้หลากหลาย ชัดเจน ได้อรรถรสตามลักษณะของเพลง 3) ยึดหลักคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินชีวิต และอุทัย ศาสตรา (2560) ได้กล่าวถึง ด้านหลักการสอนที่ได้จากการถอดบทเรียนศิลปินแห่งชาติเกี่ยวกับการส่งเสริมความสามารถในการสร้างสรรค์ดนตรีไทย มี 5 ประการ ได้แก่ 1) การฝึกบรรเลงทำนองหลักของเพลงไทย 2) การสร้างความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ดนตรีไทย 3) การนำเสนอตัวอย่างการสร้างสรรคทำนองเพลงไทยที่หลากหลาย 4) การจัดโอกาสให้ผู้เรียนได้สร้างสรรค์ทำนองเพลงไทยด้วยตัวเองอย่างสม่ำเสมอ และ 5) การจัดประสบการณ์ในการฟังเพลงไทยที่หลากหลายอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ กระบวนการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้น ซึ่งส่งผลต่อพัฒนาการที่ดีในด้านดนตรีของผู้เรียน

2. การกำหนดขั้นตอนในรูปแบบการเรียนการสอน

ผู้วิจัยได้มีการศึกษาความจำเป็นในการจัดการเรียนการสอนเพลงไทยโยธวาทิตสำหรับนักศึกษาวงดุริยางค์เครื่องลม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี กำหนดจุดประสงค์เพื่อพัฒนาศักยภาพทางดนตรีของนักศึกษา และ

คัดเลือกเนื้อหา โดยกำหนดขั้นตอนให้เหมาะสมกับผู้เรียน มุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ ทักษะ และเจตคติที่ดีทางดนตรี ในการดำเนินการ มีความสอดคล้องกับการพัฒนาหลักสูตรของทาบ (Taba, 1962) ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 วิเคราะห์สภาพปัญหา สำรวจความต้องการ ศึกษาพัฒนาการของผู้เรียน กระบวนการเรียนรู้ และธรรมชาติของการเรียนรู้ ขั้นที่ 2 การกำหนดจุดมุ่งหมาย ของหลักสูตร โดยอาศัยข้อมูลที่ได้จากขั้นที่ 1 เป็นหลัก ควรเป็นสิ่งที่ปฏิบัติได้จริง และเป็นแนวทางในการเลือกและจัดประสบการณ์ การเรียนรู้ ขั้นที่ 3 การเลือกเนื้อหาสาระ ต้องให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ เนื้อหาที่คัดเลือกบรรจุลงในหลักสูตรจะต้องมี ความสำคัญและถูกต้อง ขั้นที่ 4 การจัดรวบรวมเนื้อหาสาระ พิจารณาถึงความเหมาะสมในการที่จะให้ผู้เรียนได้รับความรู้ได้ก่อนหลัง ซึ่งจะต้องมีความต่อเนื่องและเป็นลำดับขั้นตอน ขั้นที่ 5 การเลือกประสบการณ์การเรียนรู้ เป็นการศึกษถึงกระบวนการเรียนรู้ และ วิธีการสอนแบบต่างๆ จะต้องวางแผนเลือกประสบการณ์ให้เหมาะสมกับเนื้อหาสาระและผู้เรียน ขั้นที่ 6 การจัดประสบการณ์การ เรียนรู้ที่ได้เลือกแล้ว เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ให้เป็นไปตามลำดับขั้นตอนที่บรรลุตามจุดประสงค์ที่วางไว้ และขั้นที่ 7 การประเมินผล เพื่อจะได้ทำการปรับปรุงแก้ไขต่อไป

3. การนำรูปแบบการสอนไปประยุกต์ใช้ในรายวิชาอื่น ๆ

รูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิตสำหรับนักศึกษาขวงดุริยางค์เครื่องลม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ราชภัฏรำไพพรรณี สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในรายวิชาปฏิบัติทางดนตรีอื่น ๆ ในขั้นแรกจำเป็นต้องมีการออกแบบการเรียนรู้ร่วมกับ ผู้เรียน และกำหนดเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน และสมรรถนะต่าง ๆ ที่หลักสูตรได้กำหนดไว้ มีการเตรียมความ พร้อมด้านความรู้และทักษะต่าง ๆ ก่อนเข้าสู่เนื้อหาประจำวิชา มีการประเมินผลที่สอดคล้องกับเนื้อหา ให้คำแนะนำแก่ผู้เรียนระหว่าง การเรียน และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แสดงดนตรี หรือทำโครงการตามที่ตนเองสนใจ สอดคล้องกับ หลักการ KDA โมเดลของพิม แสน บุญศิริ และคณะ (2561) ประกอบด้วย 1. ขั้นความรู้ เป็นขั้นตอนที่ผู้เรียนศึกษาประเด็นเนื้อหาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับรายวิชาที่เรียน และได้คัดเลือกเนื้อหาที่ตนเองสนใจ สอดคล้องกับการศึกษาทฤษฎี 2. ขั้นฝึกหัด เป็นขั้นที่ผู้เรียนนำความรู้มาแลกเปลี่ยนกับผู้สอน เพื่อออกแบบ การฝึกซ้อมทักษะซ้ำ ๆ ทั้งนี้รูปแบบการฝึกทักษะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามเนื้อหาวิชานั้น ๆ สอดคล้องกับการฝึกซ้อม และเตรียมความพร้อมก่อนการเรียน และ 3. ขั้นปฏิบัติในสถานการณ์จริง เป็นขั้นที่มีความจำเป็นอย่างมาก ผู้สอนจะต้องคัดเลือกหรือ จัดหาพื้นที่สำหรับปฏิบัติงานจริงให้กับผู้เรียน โดยผู้สอนจะเป็นผู้สังเกต(Observers) และอาจให้ความช่วยเหลือในกรณีที่ผู้เรียนเกิด ปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับการให้ผลสะท้อนกลับในการปรับปรุงพัฒนา และเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แสดงดนตรี

8. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ เป็นการรวบรวมองค์ความรู้ทั้งด้านการถ่ายทอดเพลงไทยโยธวาทิต และต่อยอดการใช้ KDA Model พัฒนาเป็นรูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิตที่ประกอบด้วยขั้นตอนและหลักการที่เหมาะสมกับบริบทของนักศึกษาขวงดุริยางค์เครื่อง ลมคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ซึ่งเป็นแนวปฏิบัติที่ดีในการเรียนการสอน โดยเริ่มต้นตั้งแต่ การออกแบบการเรียนรู้ร่วมกับผู้เรียน การคัดเลือกบทเพลง การจัดการเรียนการสอนบทเพลงไทยโยธวาทิต การเตรียมความพร้อม ทางด้านดนตรีก่อนการเรียน การฝึกฝน การวางแผนการแสดง ตลอดจนการประเมินผลและให้คำแนะนำแก่ผู้เรียน รูปแบบการสอน นี้ประยุกต์ใช้กับการเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น รายวิชาหลักการโยธวาทิต รายวิชาปฏิบัติเครื่องลมไม้ รายวิชาปฏิบัติ เครื่องลมทองเหลือง เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะปฏิบัติดนตรี ของนักศึกษาได้รับการพัฒนาอย่างเต็มศักยภาพ และมีเจตคติที่ดีต่อการ เรียนดนตรี โดยที่รูปแบบการสอนนี้สามารถนำไปปรับใช้กับผู้เรียนดนตรีในสถาบันอุดมศึกษาอื่น ๆ สามารถนำไปใช้กับชุมชนท้องถิ่น ในโอกาสต่าง ๆ รวมถึงเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การนำองค์ความรู้ทางด้านเพลงไทยโยธวาทิตไปปรับใช้ในการเรียนการสอนหลักวงโยธวาทิตในระดับอุดมศึกษาและสามารถนำไปปรับใช้ในการเรียนการสอนวงโยธวาทิตในโรงเรียนโดยคำนึงถึงบริบทของแต่ละโรงเรียน
2. อาจารย์และครูผู้สอนควรวางแผนการสอนให้เหมาะสมกับศักยภาพของผู้เรียน และเน้นการมีส่วนร่วมในการเรียนการสอนของผู้เรียน
3. ในการเรียนการสอนควรมีการปรับพื้นฐานของผู้เรียน หรือจัดกลุ่มตามพื้นฐานของผู้เรียนในการฝึกปฏิบัติเบื้องต้น ก่อนการฝึกปฏิบัติเพลงไทยโยธวาทิต
4. รูปแบบการเรียนการสอนสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับบทเพลงไทยโยธวาทิตบทเพลงอื่น ๆ นอกเหนือจากบทเพลงในรูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิตสำหรับนักศึกษาวงดุริยางค์เครื่องลม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำวิจัยในประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพันโทวิชิต โห้ไทย (ศิลปินแห่งชาติ)
2. ควรศึกษาผลในการใช้รูปแบบการสอนเพลงไทยโยธวาทิตสำหรับนักศึกษาวงดุริยางค์เครื่องลม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
3. ควรศึกษาวิเคราะห์บทเพลงไทยโยธวาทิต และรวบรวมองค์ความรู้ในการเรียบเรียงบทเพลงในแต่ละประเภทโดยเฉพาะ

รายการอ้างอิง

- กรมพลศึกษา. (2558). *แนวทางการจัดประกวดวงโยธวาทิต*. โรงพิมพ์เอส ออฟเซ็ทกราฟฟิคดีไซน์
- กวินนาฏ ผินกลาง, ทินกร อัตไพบูลย์ และพิทยวัฒน์ พันธะศรี. (2558). กระบวนการเรียนรู้เพลงไทยในรูปแบบการบรรเลงเดี่ยว ปี่คลาริเน็ตของศิลปินแห่งชาติ: กรณีศึกษาพันโทวิชิต โห้ไทย. *รมยสาร*, 13(3), 79-88.
- จิรกันต์ สิริกวินกอบกุล. (2563). สามมิติของผลลัพธ์การเรียนรู้: ผู้เรียนดนตรีศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ สู่การปฏิบัติการทางดนตรี ศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. *วารสารดนตรีบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, 2(1), 41-58.
- ณรุทธ์ สุทธจิตต์. (2561). *ดนตรีศึกษา : หลักการและสาระสำคัญ* (พิมพ์ครั้งที่ 10). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิตนา แคมมณี. (2556). *ศาสตร์การสอนองค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 17). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประกิต ละเพียรชัย. (2532). *การบรรเลงเพลงไทยด้วยวงโยธวาทิต*. คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พฤทธิ์ พันธุมมิตร. (2553). *การแปรทำนองวงโยธวาทิต เพลงโคก และเพลงแขกสาย เกา ของบ้านพาทยโกศล*. คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิม แสนบุญศิริ และคณะ. (2561). *การศึกษามูลค่าการเรียนรู้ของนักศึกษาตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ จากการจัดการเรียนการสอนด้วย KDA โมเดลของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี*. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- พิริยญา วิสิฐจันทร์กุล. (2558). *แนวทางการฝึกซ้อมวงโยธวาทิตระดับมัธยมศึกษา: กรณีศึกษาโรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วิเศษ ประสานวงศ์. (2555). การศึกษากระบวนการถ่ายทอดการบรรเลงระนาดเอกของครูอุทัย แก้วละเอียด (ศิลปินแห่งชาติ). [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภศิระ ทวีชัย. (2556). กระบวนการเรียบเรียงเพลงไทยสำหรับวงโยธวาทิตของพันโทวิชิต ให้อยู่ (ศิลปินแห่งชาติ). [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุรพล เอี่ยมอุทุมพร. (2552). สอนอย่างไรที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ. ดอกหญ้าการพิมพ์.
- อุทัย ศาสตรา. (2560). กระบวนการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมความสามารถในการสร้างสรรค์ดนตรีไทย สำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น: การถอดบทเรียนจากศิลปินแห่งชาติ สาขาศิลปะการแสดง (ดนตรีไทย). [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุทิศ นาคสวัสดิ์. (2546). ทฤษฎีและหลักปฏิบัติดนตรีไทยและพจนานุกรมดนตรีไทย. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- Taba, H. (1962). *Curriculum Development Theory and Practice*. Harcourt, Brace and World.

การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและ
เปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี

MARKETING COMMUNICATION AFFECTING CONSUMERS BEHAVIOR WHEN
CHOOSING WHICH AUTOMOBILE SERVICE CENTER TO CHANGING TIRES
IN CHANTHABURI PROVINCE

กิตติพันธ์ ห้วยหงษ์ทอง¹ และ อภิวรรณ ศิรินันทนา²

Kittipan Huayhongtong and Apiwan Sirinantana

Article History

Received: 03-02-2023; Revised: 11-04-2023; Accepted: 15-04-2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการสื่อสารการตลาดของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการจากร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี และ 3) เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการจากร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ บุคคลที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดจันทบุรีที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างสูตรคำนวณของยามานะ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่าตอบเป็น 5 ระดับ ซึ่งค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.80 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1) ระดับการสื่อสารการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า (1) ด้านขั้นตอนการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.46 (2) ด้านเจ้าหน้าที่ ค่าเฉลี่ย 3.99 (3) ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 3.78 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.76

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Master's degree, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

Email: koonkittipan@gmail.com *Corresponding author

รองศาสตราจารย์, ดร., คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Assoc. Prof. Ph.D, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

ด้านช่องทางการจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.68 และด้านลักษณะทางกายภาพค่าเฉลี่ย 3.55 ส่วนด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.45

2) พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเข้าใช้บริการร้านฉวยการยาง และมีการเข้าใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ประเภทของรถยนต์ที่เข้าใช้บริการ คือ รถกระบะ รับบริการซื้อขายยางรถยนต์และทำการเปลี่ยนยางรถยนต์ ความถี่เฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน เข้ารับบริการวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 600 - 900 บาท โดยลูกค้าเข้าใช้บริการกับทางร้านจากประสบการณ์ และความรู้ของตนเอง

3) การสื่อสารการตลาดไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี ดังนั้นผู้ประกอบการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี จึงควรมีการปรับปรุงวิธีการสื่อสารการตลาดหรือช่องทางการสื่อสารการตลาดที่ทันสมัย เพื่อให้สอดคล้องพฤติกรรมการรับบริการและแนวโน้มการตลาดของธุรกิจบริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ อันจะนำไปสู่ธุรกิจที่ยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การสื่อสาร; การตลาด; พฤติกรรม; ร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์

ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to study the level of marketing communication of consumers towards choosing tire stores and tire change service in Chanthaburi Province, 2) to study the behavior of choosing tire stores and tire change service in Chanthaburi Province. and 3) to study marketing communication affecting the behavior of choosing services from tire stores and tire changes in Chanthaburi The samples used in the research were 400 residents, aged 20 years and over in Chanthaburi Province . The sample was determined using the calculations based on the Yamane selecting by accidental sampling. The instrument used to collect data was a questionnaire on general information and behavior of users of tire stores and tire change service in Chanthaburi Province. The open and closed-ended questions about marketing communications affecting the selection of using tire stores and tire change service in Chanthaburi province. The question was a 5-level rating scale with a reliability value of 0.80. Statistics used for analyzing in data analysis consisting of percentage, mean, standard deviation.

The research findings were as follows:

1) the levels of marketing communication level in overall was at a high level. When considering each aspect, it was found that 1)the process of providing services was at the highest level (= 4.46) 2) Staff (= 3.99) ,3) prices (= 3.78) , 4) product (= 3.76) and in terms of product prices, distribution channels Officer and physical characteristics were at a high level Marketing Promotion moderate

2) behavior of most respondents choose to use the service of Challuay Rubber shop and have used the service continuously The type of car that uses the service is a pick-up truck using the service to buy tires and change tires, on average twice a month, use the service on holidays Saturday - Sunday and have an average cost

per time is six hundred to nine hundred baht. The customers use the service with the shop from experience and knowledge of oneself

3) Marketing Communications did not affect the behavior of choosing to use the service of tire stores and tire changes in Chanthaburi province. Therefore, tire entrepreneurs should modernize their improvements in the marketing communication methods, in order to truly meet the behavior and satisfaction of consumers which will lead to a sustainable business in the future.

Keywords: Communication; marketing; behavior; tire stores and change service

1. บทนำ

ตามสภาวะแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรมและความเป็นอยู่ของคนไทยในปัจจุบันนั้น มีแต่ความเร่งรีบและมีการแข่งขันทางด้านธุรกิจสูงมากขึ้น ทำให้รถยนต์มีผลต่อการดำเนินชีวิตของคนไทย ในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ซึ่งรถยนต์ให้ความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการเดินทางรวมถึง ดำเนินธุรกิจได้มากยิ่งขึ้นด้วย อีกทั้งระบบการขนส่งมวลชนและเอกชนในประเทศไทยไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคและความไม่ตรงต่อเวลาของระบบการขนส่งนั้นทำให้ไม่สามารถวางแผนในการเดินทางได้แน่นอน อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่แสดงถึงฐานะทางสังคม การมีรถยนต์และแสดงถึงบุคลิกภาพของผู้เลือกใช้รถยนต์อีกด้วย จึงทำให้นักธุรกิจในยุคปัจจุบันหันมาซื้อรถยนต์เป็นของตัวเองมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถสังเกตเห็นได้จากข้อมูลทางสถิติของกรมการขนส่งทางบก ซึ่งให้เห็นว่ายอดรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี มีการจดทะเบียนสะสมถึงวันที่ 30 กันยายน 2565 มีจำนวนทั้งสิ้น 199,515 คัน เพิ่มขึ้นจากยอดรวมที่มีการจดทะเบียนสะสม ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 มีจำนวนทั้งสิ้น 191,861 คัน ทั้งนี้มีจำนวนรถยนต์เพิ่มขึ้นอีก 7,654 คัน (กรมการขนส่งทางบก จังหวัดจันทบุรี, 2565)

เมื่อรถยนต์กลายเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนไทยในปัจจุบันตามที่กล่าวไว้ ข้างต้นแล้วนั้น ธุรกิจการบริการเกี่ยวกับรถยนต์จึงกลายเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นด้วย เนื่องจากในการขับรถยนต์นั้นก็ย่อมมีการเสื่อมสภาพของรถยนต์ไปตามการใช้งาน ซึ่งส่วนประกอบที่ควรคำนึงถึงเป็นอันดับต้น ๆ นั่นก็คือยางรถยนต์ เพราะยางรถยนต์นั้นทำหน้าที่ในการรับน้ำหนักและช่วยให้รถยนต์ในการขับเคลื่อนไปได้ ในส่วนนี้จึงจำเป็นต้องมีการบำรุงรักษาหรือซ่อมแซมส่วนที่เสื่อมสภาพเพื่อใช้ในการขับขี่ที่ดี (พินิตา ทองตัน, 2563) ซึ่งในปัจจุบันมีร้านบริการและเปลี่ยนยางรถยนต์จำนวนมาก ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม หลัก ๆ คือ 1. ดีลเลอร์หลักแบรนด์ยาง 2. เฟรนไชส์ 3. ร้านมัลติแบรนด์ และ 4. ร้านยางทั่ว ๆ ไปขนาดเล็ก ทั้งนี้ผู้เป็นเจ้าของรถยนต์ส่วนใหญ่ มักจะไม่นำรถยนต์ของตนเองเข้าไปใช้บริการศูนย์รถยนต์ที่ตนเองได้ทำการซื้อรถยนต์มาหรือศูนย์ซ่อมบำรุงแบบแฟรนไชส์ สาเหตุอาจจะเป็นเพราะมีอายุการใช้งานรถยนต์เป็นระยะเวลานานเกินความจำเป็นที่จะเข้าใช้บริการศูนย์ที่ได้ออกรถมา และหมด ระยะเวลาในการรับประกันของรถยนต์ (Eliane Pereira et al., 2007) อีกทั้ง ค่าบริการหรือค่าอะไหล่ของศูนย์บริการนั้นส่วนมากมีราคาค่อนข้างสูง เพราะฉะนั้นผู้ขับขี่อาจจะมองหาทางเลือกอื่น ๆ นั่นก็คือ การใช้บริการของร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ ซึ่งส่วนใหญ่จะให้บริการหลัก ๆ คือ การจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ แต่ยังมีบริการอื่น ๆ อีก เช่น การตรวจสอบสภาพเครื่องยนต์ในการใช้ระยะทางตามกำหนด ตรวจสอบระบบไฟ แบตเตอรี่และเบรก รวมถึงการติดตั้งอุปกรณ์พิเศษอื่น ๆ อีกด้วย ซึ่งร้านแบบดั้งเดิมนี้ค่าบริการหรือค่าสินค้าที่ถูกกว่าอีก ทั้งยังเปิดให้บริการในทุก ๆ วันทำให้สามารถรองรับผู้ขับขี่ที่ไม่สะดวกในเวลาทำงานอีกด้วย (อนันต์ จันทร์พริ้ม, 2560) ในจังหวัดจันทบุรีจะเห็นได้ว่ามีจำนวนประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากในแต่ละอำเภอของจังหวัด ซึ่งจังหวัดจันทบุรีมีเศรษฐกิจหรือดัชนีการลงทุนภาคเอกชนขยายตัวถึงร้อยละ 9.2 % เมื่อเทียบกับช่วงเดือนเดียวกันปีก่อน โดย

สะท้อนจากยอดสินค้าเช่าซื้อรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับจำนวนรถยนต์พาณิชย์ที่จดทะเบียนใหม่ขยายตัวถึงร้อยละ 50% (สำนักงานคลังจังหวัดจันทบุรี, 2565) เมื่อรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในทุกปี ทำให้ธุรกิจการบริการเกี่ยวกับรถยนต์เป็นธุรกิจที่มีผู้ประกอบการเข้ามาดำเนินกิจการแข่งขันกันมากมาย ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางสัญจรต่าง ๆ ทั้งถนนสายหลักหรือในแหล่งชุมชน ร้านยางรถยนต์ ก็มีทุกขนาดทุกรูปแบบหรือการให้บริการที่แตกต่างกันออกไปด้วย ประกอบกับคณะผู้วิจัยเป็นคนจังหวัดจันทบุรี ดังนั้นจึงมีความสนใจในพื้นที่ของจังหวัดจันทบุรี

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี” เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรวมทั้งการสื่อสารการตลาด เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาการบริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ และนำไปใช้เป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ที่ประกอบร้านยางรถยนต์อยู่แล้วนั้นให้มีความยั่งยืนและได้เปรียบคู่แข่งขันในการทำธุรกิจต่อไป อีกทั้งเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการที่อยากจะเริ่มประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยางรถยนต์ในอนาคตได้อีกด้วย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการสื่อสารการตลาดของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการจากร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการจากร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี

3. สมมุติฐานการวิจัย

การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการจากร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน

4. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการสื่อสารการตลาด

สวุฒนา วงษ์กะพันธ์ (2561) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารการตลาด หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่สื่อสารไปยังผู้บริโภคให้เกิดความเข้าใจ และโน้มน้าวใจผู้บริโภคเป้าหมายให้เกิดการตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจนั้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของปรีชา ศรีศักดิ์ศิริ (2562) ที่ได้กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดเป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างความเข้าใจ เพื่อให้เกิดการตอบสนองตามความต้องการของธุรกิจนั้น นอกจากนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2561) สนับสนุนว่า การสื่อสารการตลาดจึงก่อให้เกิดความสนใจในสินค้าและก่อให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ อีกทั้งยังรวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกให้เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภค โดยพยายามสื่อสารให้เห็นถึงศักยภาพของตราสินค้าว่าสามารถตอบสนอง หรือแก้ปัญหาของผู้บริโภคได้ และยังชักจูงให้ผู้บริโภคเกิดการสนับสนุนในกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรได้เป็นอย่างดี

สรุปได้ว่าการสื่อสารการตลาดคือการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่ส่งไปยัง ผู้บริโภคเป้าหมายโดยสามารถใช้เครื่องมือที่ต่างกันไปได้ให้เหมาะสมกับสินค้าและบริการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

จากการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด สรุปได้ว่า การสื่อสารการตลาดเป็นกระบวนการวางแผนใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดหลากหลายรูปแบบผสมผสาน เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคที่มีต่อการรับบริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์

โดยการนำเครื่องสื่อสารการตลาดที่หลากหลาย เพื่อเป็นการเข้าถึงพฤติกรรม ความต้องการ การสร้างการรับรู้ในสินค้าหรือการรับบริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ ในปริมาณข่าวสารที่มากและมีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุดนั่นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาด

คอตเลอร์ และอาร์มสตรอง Kotler P. และ Armstrong G. (2022) ได้ให้ความหมายว่า ปัจจัยทางการตลาด เป็นตัวแปรหลักหรือปัจจัยที่ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าหรือรับบริการ และกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีปัจจัยหลายประการที่เป็นตัวแปรในการควบคุม การตลาด ซึ่งก่อนหน้านี้คอตเลอร์และคณะ (Kotler P., 1999) ได้อธิบายเกี่ยวกับส่วนประสมทาง การตลาดว่าเป็นเครื่องมือที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย รวมไปถึงตอบสนอง ความต้องการได้อีกด้วย ซึ่งประกอบไปด้วย 4Ps ได้แก่ (Product, Price, Place, Promotion) แต่ใน ธุรกิจให้บริการ ได้มีปัจจัยเพิ่มมาอีก 3 ปัจจัย ได้แก่ (Process, People, Physical evidence) โดยปัจจัยที่เพิ่มขึ้นมานี้เหมาะสมกับธุรกิจให้บริการ สามารถนำมาปรับใช้ได้จริงให้มีความเหมาะสมกับ สภาพตลาดที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยทางการตลาดทั้ง 7Ps นั้น ประกอบด้วย 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (People) 6. ด้านขั้นตอนการให้บริการ (Process) 7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

สรุปได้ว่า ปัจจัยการสื่อสารการตลาดหรือส่วนประสมทางการตลาดเป็นแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการเพื่อให้มีความเหมาะสมกับการจัดการหรือบริหารสินค้าและบริการ และ มีส่วนช่วยให้ลูกค้ามีความพึงพอใจได้เป็นอย่างมาก รวมถึงยังทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในธุรกิจอีกด้วย สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อความจงรักภักดีต่อธุรกิจของเราตามมา ซึ่ง 7Ps นี้เป็นตัวแปรหลักในการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี โดยคณะผู้วิจัยจะใช้ปัจจัยทางการตลาด 7Ps ของ คอตเลอร์และอาร์มสตรอง (Kotler & Armstrong, 2022) มาใช้ในงานวิจัยและกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้

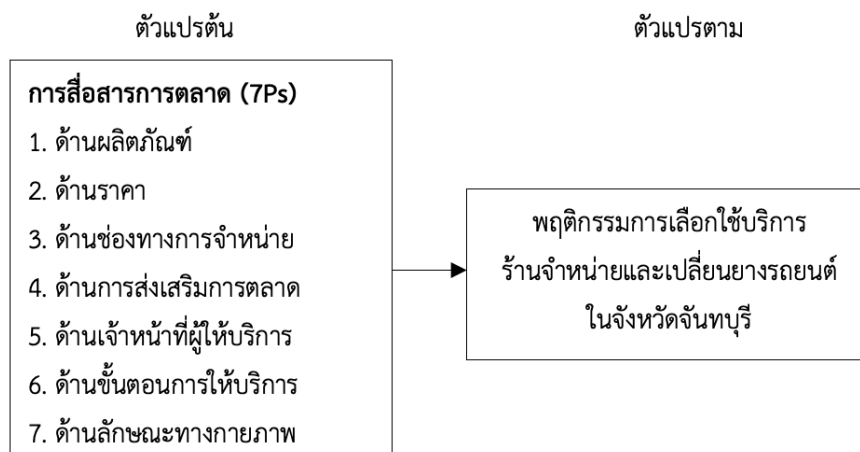
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทรงยศ ชูราสี (2560) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการซื้อซ้ำสินค้าและบริการของศูนย์บริการยางรถยนต์ ABC
2. พรสุมิตร เจริญบุญศรี (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ Mitsu Auto Art
3. พรสุดา ปานเกษม (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการยางรถยนต์ กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัดสุชาดา การยาง
4. สมชาย ชลารักษ์ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อมุมมองในการเลือกซื้อยางรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดระยอง
5. อานนท์ เชี่ยวชาญกิจการ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการยางรถยนต์ในจังหวัดฉะเชิงเทรา

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิด



6. ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดจันทบุรีที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 342,602 คน (จังหวัดจันทบุรี, 2565)

2. ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดจันทบุรี ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป โดยใช้การคำนวณตามสูตรการคำนวณประชากรของยามานะ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านขั้นตอนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี

3. ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาเรื่องการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรีผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการและการสื่อสารการตลาด (7Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการด้านขั้นตอนการให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพ

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2565 ถึง เดือน ธันวาคม 2565

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เครื่องมือแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ให้เลือกเพียง 1 คำตอบ (Multiple Choice)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ ในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 8 ข้อ โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดให้เลือกเพียง 1 คำตอบ (Multiple Choice)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่าตอบ (Rating Scale) จำนวน 7 ด้าน จำนวน 28 ข้อ โดยแบ่งมาตราส่วนประเมินค่าตอบเป็น 5 ระดับตามแบบลิเคิร์ท (Likert's Seale)

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากที่คณะผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้อย่างเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง
2. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาจนครบ
3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม กำหนดรหัสและลงบันทึกข้อมูล
4. นำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ

6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการคำนวณสถิติฐานซึ่ง ได้แก่ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบน (S.D.)
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือการทดสอบค่าที และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว

7. ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 72.00 อายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.50 อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 36.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.50

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกเข้าใช้บริการร้านฉลวยการยาง คิดเป็นร้อยละ 18.75 และเคยเข้าใช้บริการแล้ว คิดเป็นร้อยละ 60.00 ประเภทของรถยนต์ที่เข้าใช้บริการ คือ รถกระบะ คิดเป็นร้อยละ 54.50 โดยใช้บริการซื้อยางรถยนต์และทำการเปลี่ยนยางรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 37.25 โดยเฉลี่ยประมาณ 2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 33.00 ใช้บริการในวัน

หยุด เสาร์-อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 41.50 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 601-900 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.50 บุคคลอ้างอิงที่ส่งผลในการเลือกใช้บริการ คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 32.75

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด (7Ps)

ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารการตลาด (7Ps) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านขั้นตอนการให้บริการ อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$) และด้านราคา ($\bar{X} = 3.78$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.3.76$) ด้านช่องทางการจำหน่าย ($\bar{X} = 3.68$) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 3.3.93$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.55$) อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.45$) อยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารการตลาดไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการจากร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี

8. อภิปรายผล

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกอบการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี เป็นร้านที่มีคุณภาพน่าเชื่อถือ มียางรถยนต์หลากหลายยี่ห้อให้เลือกตามความต้องการของลูกค้า มีการรับประกันคุณภาพของชิ้นยางรถยนต์ มีการจัดแบ่งโซนยางรถยนต์อย่างชัดเจน มีราคาของสินค้าหรือบริการสามารถต่อรองราคาได้เมื่อซื้อจำนวนมาก ราคาของสินค้าหรือบริการมีราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น มีความหลากหลายของระดับราคาสินค้า/บริการให้เลือก และมีการให้สินเชื่อแก่ลูกค้า เช่น การให้เครดิตผ่อนชำระตามกำหนดเวลา ซึ่งมีทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการมาใช้บริการ มีพื้นที่รองรับรถที่มาใช้บริการอย่างกว้างขวาง มีการให้บริการนอกสถานที่ยามฉุกเฉินและสถานที่ที่มีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน ทางร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี มีการโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ มีระยะเวลาการรับประกันในการซ่อมและสลับยางให้ฟรีภายในระยะเวลาที่กำหนด มีของแถมให้ในบางรายการที่เข้าใช้บริการ ซึ่งพนักงานมีประสบการณ์และ ความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ มีมารยาทที่ดี มีความสุภาพ อ่อนน้อม พุดจาไพเราะ พนักงานสื่อสารและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี และจำนวนพนักงานที่ให้บริการมี เพียงพอต่อการให้บริการกับลูกค้า มีเครื่องมือที่ใช้ในการบริการมีคุณภาพและมาตรฐานที่ดี มีการให้บริการตามคิว ก่อน-หลัง เป็นอย่างดี มีเอกสารในการให้บริการอย่าง ชัดเจน เช่น ใบเสร็จ ใบแจ้ง การนัดหมาย มีการให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็ว ซึ่งทางร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี ดูแลทรัพย์สินของลูกค้าให้มีความปลอดภัยขณะเข้ารับบริการ มีห้องน้ำและสถานที่รองรับบริการมี สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน และผู้ให้บริการแต่งกายสะอาด เหมาะสมมีความพร้อมในการให้บริการ และสถานที่รองรับบริการมีเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า จึงทำให้ปัจจัยการสื่อสารการตลาด (7Ps) โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของอานนท์ เชี่ยวชาญกิจการ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการยางรถยนต์ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's โดยรวมอยู่ในระดับมากและสอดคล้องกับงานวิจัยของพรสุมิตร เจริญบุญศรี (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์บริการรถยนต์ Mitsu Auto Art ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ Mitsu Auto Art กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการจากร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี พบว่า พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกเข้าใช้บริการร้านฉวยการยาง และมีการเข้าใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ประเภทของรถยนต์ที่เข้าใช้บริการคือ รถกระบะ รับบริการซื้อยางรถยนต์และทำการเปลี่ยนยางรถยนต์ ความถี่เฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน เข้ารับบริการวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 600 - 900 บาท โดยลูกค้าเข้าใช้บริการกับทางร้านจากประสบการณ์ และความรู้ของตนเอง ทั้งนี้อาจเป็น

เพราะว่าคนในจังหวัดจันทบุรี ส่วนใหญ่จะมีอาชีพทำสวนผลไม้ ดังนั้น รถที่มาให้บริการจึงเป็นกระบะเพื่อสร้างความปลอดภัยต่อการใช้งานก็ต้องมาให้บริการบ่อย เพราะต้องให้ปลอดภัยต่อการใช้งาน ซึ่งให้ความสำคัญกับการบริการที่เคยมาใช้บริการแล้ว อย่างเช่น ร้านฉลวยการยาง ซึ่งผลการวิจัยพบว่า เคยมาใช้บริการแล้ว จึงเกิดความประทับใจและใช้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เกิดจากประสบการณ์และความรู้ของตนเองล้วนๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสมจิตร ล้วนจำเริญ (2546) กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับการใช้สินค้าหรือบริการทางเศรษฐกิจรวมถึง กระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่างๆ ขึ้น

ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การสื่อสารการตลาดทุกด้านไม่ส่งผลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าปัจจุบันลูกค้าหรือผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความเป็นจำเป็นและความต้องการมากกว่าการสื่อสารการตลาด โดยไม่คำนึงปัจจัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นราคาที่สูง ร้านอยู่ไกล หรือพนักงานจะมีนิสัยไม่ดี ลูกค้าหรือผู้บริโภคก็มีความต้องการหรือมีความจำเป็นที่จะซื้อหรือใช้บริการร้านนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองด้วยความเต็มใจ ดังนั้น จึงทำให้การสื่อสารการตลาดทุกด้านไม่ส่งผลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมชาย ชลารักษ์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อมุมมองในการเลือกซื้อยางรถยนต์ของลูกค้าในจังหวัดระยอง ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาดและด้านการกระบวนการจัดการ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อมุมมองในการเลือกซื้อยางรถยนต์ของลูกค้า และจากผลการศึกษา ยังพบว่า อีกว่า การสื่อสารการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านขั้นตอนการให้บริการ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ ด้านร้านที่เลือกเข้าใช้บริการ ด้านลักษณะการเข้าใช้บริการ ด้านประเภทที่ใช้บริการ ด้านการใช้บริการเฉลี่ยครั้ง/เดือน ด้านวันที่เข้าใช้บริการ ด้านค่าเฉลี่ยใช้จ่ายต่อครั้งด้านวันที่เข้าใช้บริการ ด้านค่าเฉลี่ยใช้จ่ายต่อครั้ง ด้านบุคคลอ้างอิง แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกอบการสามารถปรับเปลี่ยนการสื่อสารการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านขั้นตอนการให้บริการ ได้ตลอดเวลา เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ผู้ประกอบการได้ตั้งไว้และสอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Wiemann & Backlund (อ้างใน อมรรรัตน์ ทิพย์เลิศ. 2548) ได้ให้ความหมายของคำว่าความสามารถทางการสื่อสาร คือ ความสามารถในการสร้างปฏิสัมพันธ์ ระหว่างการเลือกแสดงถึงพฤติกรรมทางการสื่อสารที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์เพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของแต่ละบุคคล และสอดคล้องกับแนวคิดของปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ (2562) ที่ได้กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดเป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างความเข้าใจเพื่อให้เกิดการตอบสนองตามความต้องการของธุรกิจนั้น และยังสอดคล้องกับแนวคิดของวิเชียร วงศ์นิชชากุล (2561) ที่กล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาด เป็นการบริหารจัดการการตลาดที่เป็นปัจจัยหลักในการดำเนินงานของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งการให้กิจการ หรือธุรกิจอยู่รอดได้นั้น ต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสม

9. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี พบว่า ข้อมูลส่วนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม และระดับการสื่อสารการตลาด ส่วนใหญ่มีผลการศึกษาที่คล้ายกับงานวิจัยเล่มอื่น ๆ แต่ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานพบว่า งานวิจัยเรื่องการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี ไม่มีผลการศึกษาที่คล้ายกับงานวิจัยเล่มอื่น ซึ่งการศึกษา พบว่า การสื่อสารการตลาดภาพรวมไม่ส่งผลกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี ส่วนงานวิจัยเล่มอื่นในการทดสอบสมมติฐาน จะพบว่าภาพรวมจะมีผลต่อกัน มีความสัมพันธ์กัน และมีอิทธิพลต่อกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในการวิจัยครั้งนี้ มีองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากผลการศึกษา ซึ่งคณะผู้วิจัยมองว่า ผล

การวิจัยที่เกิดขึ้นนั้นไม่จำเป็นต้องเหมือนกับงานวิจัยเล่มอื่น ๆ เสมอไป เพราะการทำงานวิจัยมีผลการศึกษาที่ไม่เหมือนเล่มอื่น ๆ ก็ไม่ได้หมายความว่าผลการศึกษานั้นจะผิด หรือจะถูก แต่สิ่งที่ปรากฏขึ้นนั้นเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้นที่ได้จากผลที่เกิดขึ้นจากการคิดสถิติการวิจัยที่เก็บผลมาจากกลุ่มตัวอย่างนั่นเอง ถึงแม้งานวิจัยจะไม่มีการวิจัยที่สนับสนุนที่คล้ายกันหรือเหมือนกันในทุกด้านมา ยืนยัน แต่ก็ยังมีงานวิจัยบางเล่มที่มีผลการศึกษาบางด้านที่คล้ายกับงานวิจัยเล่มนี้ ซึ่งก็สามารถที่จะสนับสนุนผลการศึกษาของงานวิจัย เล่มนี้ได้ถึงแม้จะไม่ครบก็ตามเพราะผลการวิจัยเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้น ซึ่งคณะผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยเล่มนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้ สนใจที่จะศึกษาในเรื่องที่ใกล้เคียงกันและสามารถนำผลการวิจัยชิ้นนี้ไปสนับสนุนงานวิจัยของท่านที่มีผลการศึกษาที่เหมือนกับวิจัย เล่มนี้อันเป็นประโยชน์สูงสุดต่อไป

จากการศึกษาการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัด จันทบุรี ถือว่าเป็นองค์ความรู้ใหม่ ดังนั้น ผู้ที่สนใจในเรื่องนี้รวมถึงผู้ประกอบการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี จึงควรมีการปรับปรุงวิธีการสื่อสารการตลาดหรือช่องทางการสื่อสารการตลาดที่ทันสมัย เพื่อให้สอดคล้องพฤติกรรมในการใช้บริการ และแนวโน้มการตลาดของธุรกิจบริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ อันจะนำไปสู่ธุรกิจที่ยั่งยืนต่อไป

10. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าด้านอื่น ๆ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง และพบว่าในข้อ การโฆษณาผ่านช่องทาง ออนไลน์ ผู้เข้าใช้บริการไม่ให้ความสำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงไม่ควมจำเป็นต้องลงทุนในการทำสื่อโฆษณาต่าง ๆ ของร้านให้มาก จนเกินไป ซึ่งควรจะหันไปใส่ใจหรือลงทุนในด้านอื่น ๆ แทน อาจจะไปใส่ใจดูแลในเรื่องระยะเวลาการรับประกันในการซ่อมและสลับ ยางให้ฟรีภายในระยะเวลาที่กำหนด และถึงลงทุนในเรื่องของแถมให้ในบางรายการที่เข้าใช้บริการ เพราะเป็นการสร้างความประทับใจ รวมถึงภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการอีกด้วยซึ่งผู้เข้าใช้บริการให้ความสำคัญมาก

2. พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการจากร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัดจันทบุรี พบว่า พฤติกรรมของผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่ มีการเข้าใช้บริการอย่างต่อเนื่องและเคยมาใช้บริการแล้ว ซึ่งประเภทของรถยนต์ที่เข้าใช้บริการ คือ รถ กระบะ ความถี่เฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน เข้ารับบริการวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ โดยลูกค้าเข้าใช้บริการกับทางร้านจากประสบการณ์ และ ความรู้ของตนเอง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจให้มากยิ่งขึ้น และได้กลับมาเป็นลูกค้าแบบนี้อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับควรเปิดบริการวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่มาวันเสาร์อาทิตย์ และก็ควรหาซื้ออุปกรณ์ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรถกระบะให้มากเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

3. การสื่อสารการตลาดทุกด้านไม่ส่งผลกับพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ในจังหวัด จันทบุรี ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมีการปรับปรุงวิธีการสื่อสารการตลาดหรือช่องทางการสื่อสารการตลาดที่ทันสมัย เพื่อให้สอดคล้อง พฤติกรรมในการใช้บริการ และแนวโน้มการตลาดของธุรกิจบริการร้านจำหน่ายและเปลี่ยนยางรถยนต์ อันจะนำไปสู่ธุรกิจที่ยั่งยืนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นในงานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์ แบบเจาะลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่ชัดเจนขึ้น

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีศึกษาพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการของธุรกิจที่เป็นคู่แข่งทางอ้อม เช่น อู่ซ่อมรถยนต์ เนื่องจาก ผู้เข้าใช้บริการก็สามารถเลือกเข้าใช้บริการอู่ซ่อมรถยนต์ ได้เช่นกัน

รายการอ้างอิง

- กรมการขนส่งทางบก จังหวัดจันทบุรี. (2565, 31 พฤศจิกายน). จำนวนรถยนต์ส่วนบุคคลที่จดทะเบียนสะสมในจังหวัด จันทบุรี. <http://www.dlt.go.th/site/chanthaburi>.
- จังหวัดจันทบุรี. (2565, 4 ธันวาคม). จำนวนประชากรและบ้าน จำแนกเป็นรายอำเภอ และรายตำบล จังหวัดจันทบุรี. <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/districtList/S010107/th/14.htm>.
- ปรีชา ศรีศักดิ์ศิริ. (2562). การรับรู้กับพฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 9) หน่วยที่ 1-8 นนทบุรี. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ทรงยศ ชูราสี. (2563). การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการซื้อซ้ำสินค้าและบริการของศูนย์บริการยางรถยนต์ ABC. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พินดา ทองตัน. (2563). ความน่าเชื่อถือกับการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการยางรถยนต์ของลูกค้าในเขตจังหวัด ร้อยเอ็ด. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.
- พรสุดา ปานเกษม. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการยางรถยนต์ : กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พรสมิตร เจริญบุญศรี. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์บริการรถยนต์ Mitsu Auto Art. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิเชียร วงศ์นิชากุล. (2561). การบริหารการส่งเสริมการตลาด. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภค. โรงพิมพ์วิไลวัฒนา.
- สมจิตร ล้วนจำเริญ. (2546). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 2). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมชาย ชลารักษ์. (2563). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อมุมมองในการเลือกซื้อยางรถยนต์ของลูกค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานคลังจังหวัดจันทบุรี. (2565, 3 มิถุนายน). รายงานสถานะเศรษฐกิจการคลังจังหวัดจันทบุรีประจำเดือนมิถุนายน 2565. <http://www.oic.go.th>.
- สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์. (2561). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อร้านหนังสือออนไลน์. <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/984>.
- อนันต์ จันทร์พริ้ม. (2560). การรับรู้คุณภาพการบริการของศูนย์ยางบางพลีของลูกค้า. [การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อานนท์ เชี่ยวชาญกิจการ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์บริการยางรถยนต์ในจังหวัด ฉะเชิงเทรา. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ. (2548). ความสามารถทางการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นในการบริหารจัดการชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนตำบลบางเจ้าฉ่า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Eliane Pereira et al. (2007). Customer choice of a car maintenance service provider: A model to identify the service attributes that determine choice. *International Journal of Operations & Production Management*, 27(5), 464-481.
- Kotler P. and Armstrong G. (2022). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P. (1999). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control* (9th Edition). Prentice Hall College Inc.

การตลาดดิจิทัลและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อ
การเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
DIGITAL MARKETING AND TECHNOLOGY ADOPTION AFFECTING HEALTHY FOOD
CONSUMPTION FOR THE ELDERLY IN BANGKOK

กฤชคุณ ภาณิตยานกร¹ อีรภัญญา ตั้งสุวรรณรังษี² สราวุธ เนียรวิฑูรย์³ และ ศตวรรษ คันทจันทร⁴

Kritchakhun Bhanityanakorn, Teerakunya Tangsuwanrangsee, Sarawoot Nienvitoon
and Satawat Kantajan

Article History

Received: 16-03-2023; Revised: 21-04-2023; Accepted: 22-04-2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร และ 3) ศึกษาการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลจากผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน โดยวิธีการคำนวณตัวอย่างของคอร์แครนและสุ่มตัวอย่างตามสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยของการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก

2) การทดสอบสมมติฐาน พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ และด้านการนำมาใช้งานจริง มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยร่วมกันพยากรณ์ที่ร้อยละ 75.6

¹ อาจารย์ ดร. วิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต

Lecture, Ph.D., College of Tourism, Hospitality and Sports, Rangsit University

Email: kritchakhun.bh@gmail.com

²⁻³ อาจารย์ วิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต

Lecture, College of Tourism, Hospitality and Sports, Rangsit University

⁴ นักวิชาการอิสระ

Independent scholar

3) การตลาดดิจิทัล ประกอบด้วย ด้านการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค ด้านการทำให้ลูกค้าสนใจหรือชอบในตัวสินค้า ด้านการสร้างช่องทางให้ผู้บริโภคได้สอบถามข้อมูล ด้านการเข้าถึงการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และด้านการทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าซ้ำหรือการบอกต่อ มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การตลาดดิจิทัล; อาหารเพื่อสุขภาพ; ผู้สูงอายุ; การยอมรับเทคโนโลยี

ABSTRACT

The purpose of this research was 1) to study healthy food consumption 2) to study the adoption of technologies that affect healthy food choices and 3) to study digital marketing that affects the healthy food consumption of elderly people in Bangkok. The data was collected from 400 elderly people in Bangkok by calculating Cochran samples and sampling them accordingly. Statistics used to analyze data include frequency, percentage, mean, and standard deviation, and test hypotheses by analyzing multiple regression equations.

The results showed that

- 1) respondents highly agreed on healthy food consumption for the elderly in Bangkok.
- 2) Technology adoption consists of perceived benefits, ease of use, risk awareness, attitude towards use, and practicality affecting the healthy food choices of the elderly in Bangkok with statistically significant at 0.05, with a forecast of 75.6 percent.
- 3) digital marketing consists of creating awareness for consumers, making customers interested or liking the product, creating channels for consumers to ask for information, consumer access to purchasing decisions and making consumers buy repeat products or word of mouth affected the healthy food consumption of the elderly in Bangkok with statistically significant at a level of 0.05.

Keywords: Digital Marketing, Healthy food, Elderly, Technology adoption

1. บทนำ

ประเทศไทยมีความเปลี่ยนแปลงทางสภาพสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงทางลักษณะของประชากรที่กลายเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ จึงส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงวัยมีแนวโน้มเติบโต ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินมูลค่าการใช้จ่ายสำหรับ อุปกรณ์ทางการแพทย์ อำนวยความสะดวก ความปลอดภัยผู้สูงวัยในไทย ปี 2564 อยู่ที่ 8,000 – 9,000 ล้านบาท คาดโตเฉลี่ยร้อยละ 7.8 ต่อปี ใน 5 ปีข้างหน้า กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์เคยคาดการณ์ไว้ว่าสังคมไทยกำลังจะเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย ในปี 2568 แต่ล่าสุดพบว่าในปี 2565 ประเทศไทยไม่เพียงแต่เข้าสู่สังคมผู้สูงวัยเท่านั้น แต่มีหลายจังหวัดเข้าสู่ “สังคมผู้สูงวัยโดยสมบูรณ์” โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ ที่พบสัดส่วนของผู้สูงวัยต่อประชากรทุกวัย เพิ่มขึ้นเกินกว่าร้อยละ 20 และยังคงคาดการณ์ว่าในปี 2576 ประเทศไทยจะมีประชากรสูงวัยถึงร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด หรือเข้าสู่ภาวะสังคมผู้สูงวัย ระดับสุดยอด ขณะที่อัตราการเกิดของเด็กเกิดใหม่ลดลงเหลือเพียง 5.5 แสนคนเท่านั้นในปี 2564 โดยอัตราเจริญพันธุ์

นอกจากนี้ผู้สูงวัยมีวัตถุประสงค์การใช้เทคโนโลยีที่แตกต่างกัน เช่น เพื่อติดต่อสื่อสารกับครอบครัว เพื่อซื้อสินค้าออนไลน์และการประมูลสินค้า เพื่อความบันเทิงเช่นเล่นเกม เพื่อจัดการเกี่ยวกับการเงินเช่นบันทึกรายจ่ายการเงินภายในครอบครัว จึงทำให้ ผู้สูงวัยมีปัญหาการยอมรับเทคโนโลยี เช่น ความกังวลว่าจะทำความเสียหายค่อนข้างสูง ถึงแม้ว่าจะกระตือรือร้นในการเรียนรู้เทคโนโลยีเป็นอย่างมากก็ตาม แต่เมื่อได้ทราบถึงประโยชน์และความรื่นรมย์ของเทคโนโลยีแล้ว ผู้สูงวัยก็มีความพยายามที่จะยอมรับเทคโนโลยีได้ไม่ยากนัก (สารัช สุธาพิทยกุล, 2560, น. 6)

ดังนั้นจากโอกาสข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องการตลาดดิจิทัลที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อใช้ผลจากการศึกษาเป็นแนวทางในการช่วยผู้ประกอบการอาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัย ให้สามารถพัฒนา ปรับปรุง ตลอดจนสนองต่อความต้องการของผู้สูงวัยที่มีต่อการตลาดดิจิทัลมากยิ่งขึ้นในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร

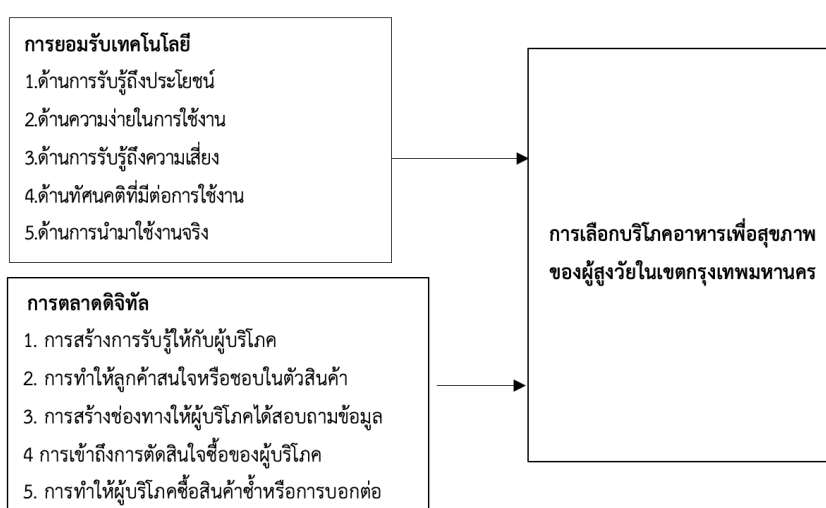
3. สมมุติฐานการวิจัย

1. การยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. การตลาดดิจิทัลส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร

4. กรอบแนวคิด

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



5. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล

Wertime and Fenwick (2008) ได้ให้ความหมายของ การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) คือ “พัฒนาการของตลาดในอนาคตเกิดขึ้นเมื่อบริษัทดำเนินงานทางการตลาดส่วนใหญ่ผ่านช่องทางสื่อสารดิจิทัล ทำให้การการตลาดสามารถสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องเป็น รายบุคคล ข้อมูลที่ได้จากการสื่อสารกับลูกค้าแต่ละคนในแต่ละครั้งเป็นการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งอาจจะเป็น ประโยชน์กับลูกค้าคนต่อไป ต่อเนื่องและสอดคล้องกัน เหมือนการทำงานของเครือข่ายเซลล์ประสาทสั่งการ นักการตลาดสามารถนำข้อมูลที่ทราบแบบเรียลไทม์นี้ รวมทั้งความคิดเห็นที่รับตรงจากลูกค้ามาใช้ให้เกิด ประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคในโอกาสต่อ ๆ ไป”

รัตติยา อังกุลานนท์ (2559) วิธีการในการส่งเสริมสินค้าและบริการโดยอาศัยช่องทางฐานข้อมูล ออนไลน์เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน และใช้ ต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่า การตลาดดิจิทัล คือ การตลาดที่ได้พัฒนามาจากการตลาดในอดีต เป็นการทำการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล โดยใช้ช่องทางดิจิทัลในการติดต่อกับ ผู้บริโภค ทั้งยังนำหลักการตลาดแบบดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้ ปรับเปลี่ยนช่องทางการติดต่อสื่อสารกับ ผู้บริโภค จากความหมายดังกล่าว โดยการตลาดดิจิทัล คือ การทำการตลาดผ่านช่องทาง การติดต่อที่หลากหลายผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคแบบสองทาง และนำข้อมูลจากการ ติดต่อกับผู้ใช้ประโยชน์แก่ผู้บริโภคคนอื่น ๆ ในโอกาสต่อไปได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

Davis, Bagozzi, & Warshaw (1989) ได้นำเสนอโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) แบบจำลองนี้มีการอธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมของแต่ละบุคคลไว้ว่า พฤติกรรมของบุคคล ๆ หนึ่งจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อสามารถอธิบายได้จากการวัดความตั้งใจกระทำ (Intention) ความเชื่อ (Beliefs) เจตคติ (Attitudes) และ เจตคติ (Attitudes) ทั้งนี้แล้วผลของความตั้งใจที่กระทำเพื่อก่อให้เกิด การกระทำนั้นขึ้น โดย Davis ได้มีการนำส่วนนี้มาใช้เพื่ออธิบายเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ที่ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ การรับรู้ว่ามีประโยชน์ การรับรู้ว่าย่งต่อการใช้ เจตคติต่อการใช้ ความตั้งใจที่จะกระทำ และพฤติกรรมการใช้จริง

สรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยี หมายถึง การทำความเข้าใจในเทคโนโลยีและการตัดสินใจที่จะยอมรับเทคโนโลยีแล้วนำเทคโนโลยีมาใช้จริงในชีวิตประจำวัน โดยผู้สูงวัยในปัจจุบันมีการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงวัยเช่นกัน

6. ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้เป็นผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยจำนวน 400 คน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรตามสูตรคอแรน (W.G.Cochran, 1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยจะทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยประกอบด้วย

1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ 1. การยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งานและด้านการนำมาใช้งานจริง และ 2. การตลาดดิจิทัล ประกอบด้วย ด้านการสร้าง

การรับรู้ให้กับผู้บริโภค ด้านการทำให้ลูกค้าสนใจหรือชอบในตัวสินค้า ด้านการสร้างช่องทางให้ผู้บริโภคได้สอบถามข้อมูล ด้านการเข้าถึงการตัดสินใจของผู้บริโภค และด้านการทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าซ้ำหรือการบอกต่อ

2) ตัวแปรตาม คือ การเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ การศึกษา สถานภาพ และรายได้ มีลักษณะเป็นแบบเลือกรายการ ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ และด้านการนำมาใช้งานจริง โดยมีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค การทำให้ลูกค้าสนใจหรือชอบในตัวสินค้า การสร้างช่องทางให้ผู้บริโภคได้สอบถามข้อมูล การเข้าถึงการตัดสินใจของผู้บริโภค และการทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าซ้ำหรือการบอกต่อ โดยมีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ตอนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) และตอนที่ 5 เป็นข้อคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการดำเนินงานของผู้สูงวัยในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้ สำหรับกระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

1) ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างจากผู้สูงวัยที่จะทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม จะส่ง Google Form ไปทาง Facebook และ Line 2) ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย รวมทั้งหลักเกณฑ์ในการตอบแบบสอบถามเพื่อให้ผู้สูงวัยมีความเข้าใจในแบบสอบถามและความต้องการของผู้วิจัย โดยจะมีรายละเอียดชี้แจงในแบบฟอร์มของแบบสอบถาม และ 3) นำแบบสอบถามที่ได้จากการทำการสำรวจมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป การวิเคราะห์ข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐาน โดยมีการใช้สถิติ Multiple regression ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

7. ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นของการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86, SD.=0.905$) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีการเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนซื้อ ($\bar{X} = 3.98, SD.=0.800$) รองลงมาคือ เล็งเห็นถึงความสำคัญของสุขภาพ ($\bar{X} = 3.93, SD.=0.847$) ได้รับความพึงพอใจหลังซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ($\bar{X} = 3.86, SD.=0.970$) และน้อยที่สุด คือ ต้องการบอกต่อผู้สูงวัยคนอื่นให้ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ($\bar{X} = 3.69, SD.=1.003$) ตามลำดับ

ตารางที่ 1

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นของการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม

การเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
เล็งเห็นถึงความสำคัญของสุขภาพ	3.93	0.847	มาก
มีการเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนซื้อ	3.98	0.800	มาก
ได้รับความพึงพอใจหลังซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	3.86	0.970	มาก
ต้องการบอกต่อผู้สูงวัยคนอื่นให้ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ	3.69	1.003	มาก
เฉลี่ย	3.86	0.905	มาก

จากวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อทดสอบว่าค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ โดยพิจารณาแผนภาพการกระจาย Scatter Plot หากค่าความคลาดเคลื่อนเปลี่ยนแปลงใกล้เคียงศูนย์ หรือมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงแคบ แสดงว่า ค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการพยากรณ์นั้นเป็นค่าคงที่ พบว่าค่าความคลาดเคลื่อนส่วนใหญ่กระจายอยู่เหนือและใต้ระดับ 0 ซึ่งจากการกระจายตัวอยู่ในช่วงแคบ ไม่ว่า Y จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด ดังนั้นจึงสรุปว่าค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ โดยพบว่า

ตารางที่ 2

การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.14	0.11		1.22	0.220
1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์	0.23	0.02	0.90	34.81	0.000*
2. ด้านความง่ายในการใช้งาน	0.17	0.01	0.03	1.08	0.000*
3. ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง	0.12	0.04	0.28	4.94	0.000*
4.ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้	0.28	0.03	0.23	3.57	0.021*
5.ด้านการนำมาใช้งานจริง	0.44	0.02	0.32	6.07	0.000*
R=0.839 R Square= 0.756 Adjusted R Square= 0.833 SEE.= 0.174					

จากการทดสอบด้วยสถิติสมการถดถอยพหุคูณ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (มีค่า Sig.= 0.000) ด้านความง่ายในการใช้งาน(มีค่า Sig.= 0.002) ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง (มีค่า Sig.= 0.000) ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ (มีค่า Sig.= 0.021) และด้านการนำมาใช้งานจริง (มีค่า Sig.= 0.000) มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยร่วมกันพยากรณ์ที่ร้อยละ 75.6 สามารถสร้างเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y=1.14+(0.23)X_1+(0.17)X_2+(0.12)X_3+(0.28)X_4+(0.44)X_5$$

จากวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อทดสอบว่าค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ โดยพิจารณาแผนภาพการกระจาย Scatter Plot หากค่าความคลาดเคลื่อนเปลี่ยนแปลงใกล้ศูนย์ หรือมีการเปลี่ยนแปลงในช่วงแคบ แสดงว่า ค่าแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากการพยายานั้นเป็นค่าคงที่ ซึ่งจากการพิจารณาแผนภาพการกระจาย Scatter Plot พบว่าค่าความคลาดเคลื่อนส่วนใหญ่กระจายอยู่เหนือและใต้ระดับ 0 ซึ่งจากการกระจายตัวอยู่ในช่วงแคบ ไม่ว่า Y จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด ดังนั้นจึงสรุปว่าค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่

ตารางที่ 3

การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.57	0.16		1.22	0.220
1. การสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค	0.52	0.03	0.63	34.81	0.000*
2. การทำให้ลูกค้าสนใจหรือชอบในตัวสินค้า	0.42	0.03	0.35	1.08	0.000*
3. การสร้างช่องทางให้ผู้บริโภคได้สอบถามข้อมูล	0.40	0.02	0.38	4.94	0.004*
4. การเข้าถึงการตัดสินใจของผู้บริโภค	0.32	0.04	0.30	3.57	0.037*
5. การทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าซ้ำหรือการบอกต่อ	0.24	0.06	0.21	6.07	0.001*

R=0.893 R Square= 0.880 Adjusted R Square= 0.865 SEE.= 0.189

จากนั้นทดสอบด้วยสถิติสมการถดถอยพหุคูณ พบว่า การตลาดดิจิทัล ประกอบด้วย ด้านการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค (มีค่า Sig.= 0.000) ด้านการทำให้ลูกค้าสนใจหรือชอบในตัวสินค้า (มีค่า Sig.= 0.000) ด้านการสร้างช่องทางให้ผู้บริโภคได้สอบถามข้อมูล (มีค่า Sig.= 0.004) ด้านการเข้าถึงการตัดสินใจของผู้บริโภค (มีค่า Sig.= 0.037) และด้านการทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าซ้ำหรือการบอกต่อ (มีค่า Sig.= 0.001) มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยร่วมกันพยากรณ์ที่ร้อยละ 88.0 สามารถสร้างเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y=1.57+(0.52)X_1 + (0.42)X_2 + (0.40)X_3 + (0.32)X_4 + (0.24)X_5$$

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย 1) การยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (มีค่า Sig.= 0.000) ด้านความง่ายในการใช้งาน (มีค่า Sig.= 0.002) ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง (มีค่า Sig.= 0.000) ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ (มีค่า Sig.= 0.021) และด้านการนำมาใช้งานจริง (มีค่า Sig.= 0.000) มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยร่วมกันพยากรณ์ที่ร้อยละ 75.6 2) การตลาดดิจิทัล ประกอบด้วย ด้านการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค (มีค่า Sig.= 0.000) ด้านการทำให้ลูกค้าสนใจหรือชอบในตัวสินค้า (มีค่า Sig.= 0.000) ด้านการสร้างช่องทางให้ผู้บริโภคได้สอบถามข้อมูล (มีค่า Sig.= 0.004) ด้านการเข้าถึงการตัดสินใจของผู้บริโภค (มีค่า Sig.= 0.037) และด้านการทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าซ้ำหรือการบอกต่อ (มีค่า Sig.= 0.001) มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยร่วมกันพยากรณ์ที่ร้อยละ 88.0

8. อภิปรายผล

การศึกษาการตลาดดิจิทัลที่มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานครมีการนำเสนอการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยจำนวน 2 ข้อ ดังนี้

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษาการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้แก่ มีการเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนซื้อ รองลงมาคือ เล็งเห็นถึงความสำคัญของสุขภาพ ได้รับความพึงพอใจหลังซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ และน้อยที่สุด คือ ต้องการบอกต่อผู้สูงวัยคนอื่นให้ซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้สูงวัยส่วนใหญ่มีรายได้ที่จำกัด และมีความวิตกกังวลได้ง่ายเกี่ยวกับสุขภาพ เช่น การมีโรคประจำตัว การมีอาการข้างเคียงต่างๆ จึงทำให้ผู้สูงวัยมีการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อช่วยบำบัด ฟันฟูร่างกายในระดับมาก โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาของวสุธิดา นุริตมนต์ และนันทพร ห้วยแก้ว (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงวัย: การทดสอบเชิงประจักษ์ความเป็นตัวแปรส่งผ่านของการรับรู้คุณค่า ที่พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ การรับรู้คุณค่า และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร พบว่าทุกตัวแปรมีระดับความคิดเห็นอยู่ระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของเยาวภา จันทร์พวง (2557) ที่ศึกษาถึงลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงวัย และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย พบว่า ผู้สูงวัยให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินโดยรวมอยู่ในระดับมาก

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษารายการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยง ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ และด้านการนำมาใช้งานจริง มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยรวมกันพยากรณ์ที่ร้อยละ 75.6 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้สูงวัยในปัจจุบันมีความรู้ความเข้าใจถึงการใช้งานเทคโนโลยีต่างๆ ในการซื้อสินค้า เข้าใจในความเสี่ยงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น และสามารถหลีกเลี่ยงอันตรายที่จะเกิดจากการถูกหลอกได้ โดยสอดคล้องกับธนาภา หิมารัตน์ (2559) ศึกษาค้นคว้าในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยทางตรงที่ส่งผลให้เทคโนโลยีทางการเงินเกิดการให้บริการจริง คือ ความรู้สึกที่เทคโนโลยีทางการเงินนั้น ๆ มีประโยชน์ ซึ่งสามารถ อธิบายถึงความตั้งใจให้บริการจริง ผลการศึกษาในงานวิจัยผู้เชี่ยวชาญ เห็นว่า หากธนาคารมีการ พัฒนาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดให้ต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบเอง ผู้บริโภคจะเกิด การรับรู้ยอมรับการใช้และเกิดการให้บริการจริงเอง

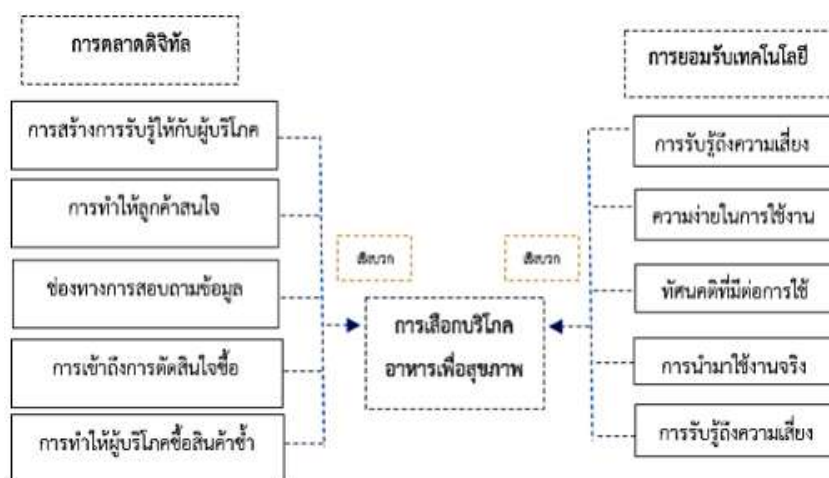
จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 3 เพื่อศึกษาการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การตลาดดิจิทัล ประกอบด้วย ด้านการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค ด้านการทำให้ลูกค้าสนใจหรือชอบในตัวสินค้า ด้านการสร้างช่องทางให้ผู้บริโภคได้สอบถามข้อมูล ด้านการเข้าถึงการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และด้านการทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าซ้ำหรือการบอกต่อ มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้สูงวัยในปัจจุบันสามารถเข้าถึงการใช้สื่อและเทคโนโลยีมากขึ้น ตลอดจนมีการให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพที่ไม่เพียงแต่การรักษาโรคเท่านั้น แต่อาจให้ความสำคัญกับการชะลอ การบรรเทาอาการ การต่อต้านอาการ และการลดสาเหตุของการเกิดโรคอีกด้วย จึงทำให้ผู้สูงวัยพยายามค้นหาข้อมูลตามสื่อต่างๆ เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถจดจำตราสินค้า หรือชื่อผลิตภัณฑ์ ตลอดจนชื่อสารสกัดที่สำคัญ ร้านก็สามารถดึงดูดความสนใจของผู้สูงวัยได้จากการให้คำปรึกษาที่ตรงจุด เช่น การให้คำปรึกษาที่ช่วยลดความวิตกกังวล ข้อดี ข้อเสีย ช่วยเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพให้แก่ผู้สูงวัย จึงทำให้ผู้สูงวัยตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพนั่นเอง โดย

สอดคล้องกับผลการศึกษาของบุษบา อุ่อรุณ และคณะ (2565) ที่ศึกษาถึงการตลาดดิจิทัลกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มผู้สูงอายุ โดยพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุมีการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้นจนกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันพบว่าการตลาดดิจิทัลมีอิทธิพลต่อ กลยุทธ์ นวัตกรรม และผลการดำเนินงานขององค์กร

9. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ภาพที่ 2

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



จากการวิจัย ทำให้พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีและการตลาดดิจิทัลที่แพร่หลายในปัจจุบัน สามารถส่งผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งทำให้เห็นว่า ไม่เพียงแต่วัยรุ่นหรือวัยทำงานเท่านั้นที่จะเข้าถึงเทคโนโลยี แม้แต่ผู้บริโภคที่สูงอายุในปัจจุบัน ได้มีความสามารถทางเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น มีการเปิดใจยอมรับทางเทคโนโลยีมากขึ้น จึงทำให้รับรู้ถึงการตลาดดิจิทัลมากยิ่งขึ้น

10. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การยอมรับเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะส่งผลต่อเลือกซื้อสินค้าของผู้สูงอายุ และมีความระมัดระวังค่อนข้างมาก ดังนั้นการชำระเงิน การใช้งานเทคโนโลยีที่อาจเกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด ควรใช้งานง่าย และไม่มีความเสี่ยงจนทำให้เกิดความกังวลได้

2. การตลาดดิจิทัล ด้านการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ประกอบการควรสร้างการรับรู้ตราสินค้า ชื่อเสียงของแบรนด์ของอาหารเพื่อสุขภาพให้จดจำได้ง่าย เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถจดจำ และตัดสินใจซื้อในที่สุด

3. การตลาดดิจิทัล ด้านการทำให้ลูกค้าสนใจหรือชอบในตัวสินค้า มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ประกอบการควรนำเสนอความสำคัญของส่วนประกอบ สารพืชน คัดเลือกตามข้อเท็จจริง เพื่อให้ผู้สูงวัยพิจารณาประกอบการตัดสินใจ

4. การตลาดดิจิทัล ด้านการสร้างช่องทางให้ผู้บริโภคได้สอบถามข้อมูล มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีช่องทางให้ผู้สูงวัยสามารถติดต่อได้ง่ายขึ้น เช่น เบอร์โทรที่มีพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้สูงวัยได้รับความประทับใจจากบริการ

5. การตลาดดิจิทัล ด้านการทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าซ้ำหรือการบอกต่อ มีผลต่อการเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงวัยในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ประกอบการควรสร้างกิจกรรมให้ผู้สูงวัยได้เข้าร่วมกิจกรรมการบอกต่อ เช่น หลังจากรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพแล้วได้รับสุขภาพที่ดี จึงบอกต่อผู้สูงวัยคนอื่นๆ เพื่อเป็นการทำการตลาดในเวลาเดียวกันก็ได้รับการสร้างยอดขาย และการสร้างการรับรู้ของตราสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรทำการเจาะจงประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพอันใดอันหนึ่ง เนื่องจากผลการศึกษาที่ได้รับนั้น เป็นเพียงผลการศึกษาในภาพรวมเท่านั้น อาจไม่สามารถใช้ประยุกต์กับทุกผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพได้

2. ผู้วิจัยควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพร่วมด้วย โดยอาจสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้สูงวัย เพื่อให้ทราบถึงอุปสรรค และปัญหาที่เกิดขึ้นในการเลือกซื้อและบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ

3. ผู้วิจัยควรทำการศึกษาลงประเด็นอื่นๆ เพื่อให้ครอบคลุมการศึกษามากยิ่งขึ้น เช่น ความพึงพอใจในบริการ คุณภาพการบริการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข. (2565, 3 กุมภาพันธ์). *โครงการสร้างสังคมห่วงใยใส่ใจสุขภาพผู้สูงวัย*. <http://moph.go.th>.
- เจนจิรา รัตนเพียร. (2565). *บทสัมภาษณ์การประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพคนโสดรุ่นใหม่*. โรงแรมแอมบาสซาเดอร์. กรุงเทพมหานคร
- ชนิตดี พุ่มพฤษ. (2564). การตลาดอัตโนมิติ: เครื่องมือสู่ความสำเร็จในธุรกิจสำหรับนักการตลาดยุคดิจิทัล. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*. 23(1). 221-230.
- ธนาภา หิมารัตน์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินบริบทธนาคารพาณิชย์*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สารัช สุชาติพิทยกุล. (2560). *สภาพปัญหาและการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัย ศิลปากร.
- สุนณา นุสรณ์. (2561). *พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของผู้สูงวัยกลุ่มเบบี้บูมเมอร์*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุทิพย์ ประทุม. (2564). การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศในยุควิถีชีวิตใหม่. *วารสารละครศรีมหาวิทยาลัทธิราชภัฏเทพสตรี*. 6(1), 1-18.
- เยาวภา จันทร์พวง. (2557). *ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงวัยและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี].

- วสุธิดา นุริตมนต์ และ นันทพร ห้วยแก้ว. (2563). อิทธิพลของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงวัย: การทดสอบเชิงประจักษ์ความเป็นตัวแปร ส่งผ่านของการรับรู้คุณค่า. *วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(1), 58-71.
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2561, 3 มกราคม). *ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ*. <http://oryor.com>.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P. and Warshaw, P.R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 3(5), 982-1003.
- Keller, K. L. (2003). *Strategic brand management: Building, treasuring and managing brand Equity* (2nd ed.). Prentice Hall.
- W.G. Cochran. (1953). *Sampling Techniques*. John Wiley & Sons. Inc.

เฉพาะของชุมชน 2) พบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้มีศักยภาพโดยเน้นต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่นำไปสู่เชิงพาณิชย์ ใช้ฐานภูมิปัญญาและวัตถุดิบในท้องถิ่น

3) พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้มีแนวทางการพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการมีส่วนร่วมและให้ความรู้ของกลุ่มและนักท่องเที่ยว และสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มเกษตรกร กลุ่มที่พักแรม กลุ่มร้านค้าอาหารและของที่ระลึก ทั้งนี้จากผลการวิจัยได้แนวทางการพัฒนาธุรกิจที่สอดคล้องกับรูปแบบโมเดลคานวาสที่สามารถยกระดับเศรษฐกิจชุมชนให้กับจังหวัดระนองได้

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์; บรรจุภัณฑ์ชุมชน; การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ; จังหวัดระนอง

ABSTRACT

Product development and community packaging to promote health tourism in Ranong Province have a purpose 1) Study community product marketing and health tourism. Village No. 1, Bang Non-Subdistrict, Mueang District, Ranong Province 2) Search for product prototypes that lead to commercial production and provide medical tourism marketing prospects. 3) Find marketing guidelines for community goods in Ranong Province. tourism Its data collection uses a research methodology that combines quantitative and qualitative research. The study targeted health-product entrepreneurs. Health tourism services such as hot springs, lodging groups, restaurant groups, 30 souvenir groups, and farmer groups, and 385 visitors visited Ranong Province's health tourism. and analyzing data with frequency, percentage, mean and standard deviation. A study of 385 health tourists in Ranong province revealed that the primary topics that visitors were interested in were the development of healthy goods, particularly Cocoa Mass products. According to the findings of the interviews with entrepreneurs, they employed more communication tactics using digital media. and apply marketing methods to build product identity, generate community-specific goods and packaging, and integrate local expertise and raw resources in commercial packaging. It was discovered that the cocoa community business organization had a development strategy in place to fulfill market demand on an ongoing basis. with a focus on engaging and teaching groups and visitors. and establish a network of farmer organizations Camp food and souvenir store groupings According to the study findings, there are company development recommendations associated with the canvas model that may help Ranong Province's community economy.

Keywords: product development; community packaging; health tourism; Ranong Province

1. บทนำ

จากแนวทางแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ได้ให้ความสำคัญกับความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยพบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 3 เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ ส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชนเพื่อกระจายรายได้สู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง รวมทั้งยังก่อให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมที่ดีทั้งกับผู้ประกอบการและแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาด (Boonthong Uahiryananon, Kanyamon Kanchanathaveekul, et.,al, 20201) พื้นฟูความเชื่อมั่นและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทย (ชัยญา ตันสกุล, กัญญามณ กาญจนาทวีกุล, 2562)

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดระนอง จะมีประโยชน์ที่สำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ครบวงจร และเป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้ ทั้งนี้ การดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ใช้กลยุทธ์การทำธุรกิจแบบพันธมิตรมากยิ่งขึ้น โดยรวมตัวเป็นเครือข่ายตามแบบธุรกิจแต่ละประเภท หากเป็นธุรกิจที่เกิดในชุมชนจะเป็นลักษณะของวัตถุประสงค์ที่ต้องการบรรลุเป้าหมายร่วมกัน เช่น ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้เกิดขึ้นอย่างเข้มแข็งในชุมชน สามารถสร้างงานสร้างรายได้ และสืบทอดภูมิปัญญาที่มีค่าโดยการพัฒนาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน การรวมตัวกันเป็นเครือข่ายในลักษณะการแลกเปลี่ยน ที่นำเอาส่วนดีหรือจุดแข็งของแต่ละฝ่ายมาสนับสนุนกันและกันจะช่วยให้เกิดการผนึกกำลังในลักษณะที่ได้ผลรวมมากกว่าเดิมเป็นพลังทวีคูณ ผลลัพธ์ได้จากการทำงานเป็นเครือข่ายจึงต้องดีกว่าผลลัพธ์ที่ต่างคนต่างทำแล้วนำมารวมกันอย่างแน่นอน (Narumol Limlahapun, Kanyamon Kanchanathaveekul, 2019) ซึ่งการพัฒนากลยุทธ์มีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกับการพัฒนาสินค้าเกษตรที่เน้นตลาดสีเขียวมากขึ้น (Sumalee Ramanust, Sakrapee Worawattanaparin. Et., al, 2020) ทั้งนี้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดระนองที่รวมกลุ่มเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพมีจำนวนมากขึ้น โดยเน้นทรัพยากรในพื้นที่เป็นหลัก และศักยภาพของกลุ่ม ทั้งนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มีความจำเป็นต่อการเพิ่มยอดขาย ร่วมกับการนำรูปแบบนวัตกรรมการผลิตและการบริการมาพัฒนา (Narumol Limlahapun, Kanyamon Kanchanathaveekul, 2019) รวมทั้งมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นน้ำสู่ปลายน้ำที่น่าสนใจ โดยรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจากกลุ่มย่อยมาสู่กลุ่มใหญ่ มีการสร้างเครือข่ายร่วมกับชุมชน และเครือข่ายสู่จังหวัดอื่นเพิ่มขึ้นด้วยการใช้หลักจัดการความรู้และการใช้สื่อสังคมออนไลน์มาขยายกลุ่มทั้งด้านการผลิตและการบริการ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้ โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นไปอย่างยั่งยืน เพื่อการสร้างงานสร้างรายได้ และกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดระนองและประเทศต่อไปได้ ซึ่งหลักสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนนอกจากการให้ความสำคัญด้านการถ่ายทอดความรู้แล้ว สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงคือ ลักษณะการมองประชาชนเป็นศูนย์กลาง มองที่ประชาชนมีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดวิสาหกิจชุมชนที่ยั่งยืน ซึ่งการมีส่วนร่วมนี้ควรจะต้องรวมตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมวางแผน และร่วมตัดสินใจด้วย มิใช่เพียงแต่ร่วมทำกิจกรรม ลักษณะการมองเป็นองค์รวมที่ต้องมีการพิจารณาปัญหาและปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันอย่างรอบด้าน กระตุ้นให้ชุมชน หรือหน่วยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีบทบาทร่วมในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้องร่วมประสาน ร่วมคิด ร่วมปฏิบัติ และเติมเต็มให้กับกระบวนการพัฒนา (กัญญามณ อินทวาทและคณะ, 2558) ดังนั้น การยกระดับเศรษฐกิจชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดระนอง จึงมีความสำคัญและเป็นเรื่องที่น่าสนใจที่จะมีการศึกษา

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุมชน ในจังหวัดระนอง
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดระนอง
3. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และบรรจุภัณฑ์ชุมชน ในจังหวัดระนอง

3. สมมุติฐานการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

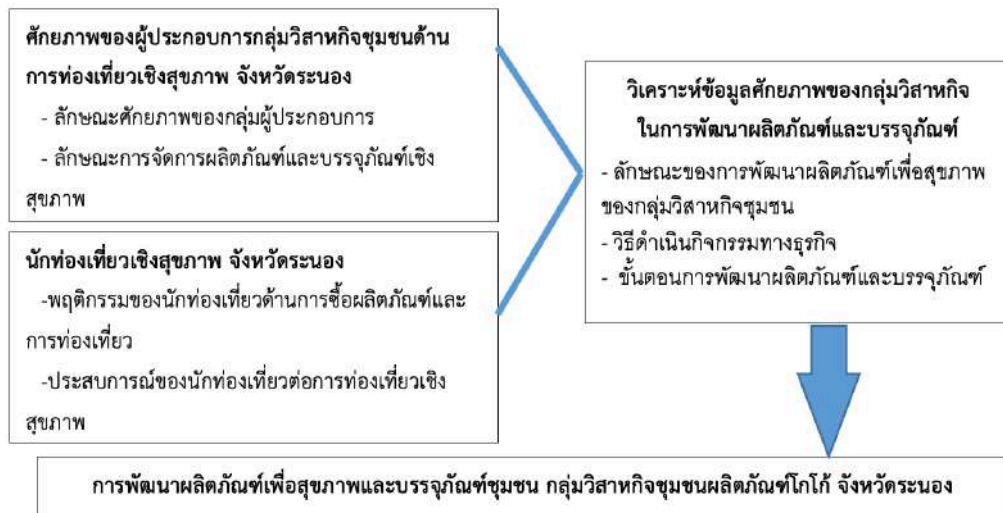
4. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) ตามความหมายของสถาบันด้านสุขภาพสากล (Global wellness institute: GWI, 2014) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางที่แสวงหาการบำรุงและส่งเสริมสุขภาพให้ดียิ่งขึ้น สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) การบริการด้านการแพทย์ 2) การบริการด้านสุขภาพ และ 3) ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสมุนไพร (สถาบันด้านสุขภาพสากล, 2014) ซึ่งในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังมีเรื่องของจัดการการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมายตลอดจนการได้มาและการรักษาลูกค้าผ่านทาง การจัดหาคู่มือค่าของลูกค้ายที่เหนือกว่า (Kotler & Keller, 2012) โดย Kotler (1997, p. 105) ได้วิเคราะห์ วิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและบริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์การตลาด ที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ (กัญญาณ อินทวงศ์และคณะ, 2558) ได้นำรูปแบบกระบวนการมีส่วนร่วม คือ ให้ผู้ที่เป็น User หรือ ชาวบ้าน เป็นผู้เรียนรู้ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล เพราะในท้ายที่สุดแล้ว กลุ่มชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคือผู้ถ่ายทอดเรื่องราวในตัวผลิตภัณฑ์นั้น ตลอดจนการบูรณาการข้อมูลสารสนเทศร่วมกันและสร้างเครือข่ายร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศที่เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูล ปัญหาและความต้องการของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง นอกจากนี้ (Perreault and McCarthy, 2002; Middleton et al., 2009; Proyrungroj, 2015) และบุรินทร์ เปล่งดีสกุล และภาคินี เปล่งดีสกุล (2561) ตลอดจน (Fuller, 1994) และจิตพนธ์ ชุมเกตุ (2560) ได้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์คือ การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 อย่าง คือ 1) การมีความเป็นเอกลักษณ์ (Personality) หรือความเฉพาะตัว ซึ่งจะมีลักษณะที่ไม่เหมือนใคร แตกต่าง และเลียนแบบกันไม่ได้ 2) การเป็นสิ่งแรก (Originality) หรือสิ่งซึ่งเกิดขึ้นจากความไม่มี เป็นสิ่งแรกๆ ที่ถูกสร้างขึ้นมา 3) การมีความหมาย (Meaning) เพราะการสร้างสรรคที่ดีต้องสามารถสื่อความหมายที่ชัดเจน ซึ่งการสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะใหม่หรือปรับปรุงให้ดีขึ้นต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น สร้างการจดจำที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ และ (Narumol Limlahapun, Kanyamon Kanchanathaveekul, (2019) แบ่งลักษณะของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีอยู่ 3 แบบคือ ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงใหม่ ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ และ (พันธ์ยมล สีสวัสดิ์วิชัย, 2558: รัชนนท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภักวิภาส, 2559) ได้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลสารสนเทศทั้งด้านการตลาดและผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการเรียนรู้ร่วมกัน และสร้างโอกาสการใช้สารสนเทศเพื่อการตลาดทั้งทางตรงและตลาดออนไลน์ ดังนั้นสิ่งสำคัญคือ การบูรณาการข้อมูลสารสนเทศร่วมกันและสร้างเครือข่ายร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศที่เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูล ปัญหาและความต้องการของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับ Wood and Gray (1991) กล่าวว่า ความร่วมมือ ใช้ทรัพยากรร่วมกัน จะเกิดจากความร่วมมือของทุกๆฝ่าย ในการดำเนินกิจกรรม โดยสิ่งสำคัญ คือ มีการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูล

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิด



6. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน เชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยว โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดระนองในช่วง ปี 2564 โดยการคำนวณใช้สูตรของ Cochran (1997) สามารถกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ได้ จำนวน สุ่ม ทั้งสิ้น 385 คน โดยใช้แบบสำรวจ และวิเคราะห์ข้อมูลค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวม 30 คน โดยเกณฑ์การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยอาศัยความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ ของผู้ทำวิจัย ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบนี้มีชื่อเรียกอีกอย่างว่า Judgement Sampling ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกวิธีดังกล่าวเพื่อให้ได้กลุ่มผู้ประกอบการที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการ, ลักษณะการจัดการผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เชิงสุขภาพ, พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้านการซื้อผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยว, ประสิทธิภาพของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
2. ตัวแปรตาม คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและบรรจุภัณฑ์ชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์โกโก้ จังหวัดระนอง

3. ขอบเขตการวิจัย

ประกอบด้วย 1) ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาปัญหาและความต้องการการจัดการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อค้นหาต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่นำไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ และการสร้างโอกาสทางการตลาด หาแนวการจัดการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดระนอง เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2.) ขอบเขตด้านประชากร งานวิจัยเชิงคุณภาพกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำนวน 5 คน นักท่องเที่ยวจำนวน 25 คน รวม 30 คน งานวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรคือ นักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดระนอง แบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน 3) ขอบเขตด้านเวลา เริ่มตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2564 - สิงหาคม 2565 และ 4) ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาข้อมูลในจังหวัดระนอง

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษานี้ คณะผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดระนอง ณ ช่วงเวลาที่เก็บข้อมูล 3 เดือน (ต.ค.-ธ.ค. 2564) ทั้งนี้ ได้แยกประเด็นการสำรวจออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว ข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและข้อมูลด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งในด้านการซื้อผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยว สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวม 30 คน และทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้เพื่อการพัฒนาและทดสอบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามด้วยตนเองกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 385 ชุด การวิจัยเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 30 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ในด้านการพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

6. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยเลือกใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ นำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหาด้วยหลักการตรวจสอบสามเส้า (triangulation) นำมาใช้ในการตรวจสอบคุณภาพงานวิจัยทั้ง การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) และ การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ร่วมกับพิจารณาความสอดคล้องของทฤษฎีและงานวิจัยประกอบ

7. ผลการวิจัย

จากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 การศึกษาลักษณะศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุมชน ในจังหวัดระนอง จากการวิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่นักท่องเที่ยวสนใจ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจเพื่อสุขภาพ คือ โกโก้แมส เป็นอันดับแรกโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาสุขภาพ และเพื่อเป็นของฝาก สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ควรสนับสนุนให้มีพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากโกโก้ สำหรับสถานที่ซื้อสินค้า ในจังหวัดระนอง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ จากการร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพ ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น กลุ่มที่พักแรม กลุ่มร้านอาหาร กลุ่มของที่ระลึก กลุ่มเกษตรกร รวม 30 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มผู้ประกอบการเครื่องดื่มสมุนไพร กลุ่มอาหารแปรรูปมีการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจที่เป็นประเภทเดียวกัน มีตัวแทนจำหน่ายในและนอกจังหวัด และสร้างเครือข่ายด้านการตลาด 2) กลุ่มผู้ประกอบการผลิตสินค้าใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในรสชาติสีสรรูปแบบของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น ชื่อ ตราผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีการกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่าย 3) กลุ่มผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยว บ่อน้ำแร่ สปา นวด ใช้กลยุทธ์เน้นเรื่องการส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารให้เป็นที่ยอมรับแพร่หลายผ่าน

ทางสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ ให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย 4) กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารและของที่ระลึกได้ใช้กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ กรรมวิธีการผลิต การเลือกวัตถุดิบ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์รูปแบบสีสันทันขนาดต่างๆ ตามความต้องการของตลาด เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าให้แก่ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เน้นการรับรู้ต่อกระบวนการผลิตที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานสากล และใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการสร้างเอกลักษณ์ สินค้าเฉพาะของชุมชน ความปลอดภัย เน้นที่ประโยชน์ของสินค้า เรื่องคุณค่าทางโภชนาการ ใช้วัตถุดิบที่สดและสะอาด ตัวบรรจุภัณฑ์ต้องดึงดูดความสนใจ ผลิตภัณฑ์เน้นคุณค่าของสินค้าที่มีผลต่อความรู้สึกของผู้บริโภค สร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภครู้สึกว่าเป็นสินค้าที่ดีต่อสุขภาพ เชื่อถือได้

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดระนอง พบว่า นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นว่าสิ่งที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดระนอง อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์มีการกำหนดราคาที่เหมาะสมและเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย (มากที่สุดคือ 3.52 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.86 รองลงมาคือมีส่วนลดราคาจากการมาใช้บริการเป็นประจำ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) มากที่สุดคือ 3.47 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์มีความพร้อมที่จะให้บริการ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) มากที่สุดคือ 3.45 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 มีเมนู/รายการผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพให้เลือกหลายรายการ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) มากที่สุดคือ 3.44 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 และ ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มีการบอกถึงการเพิ่มคุณประโยชน์ทางโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) มากที่สุดคือ 3.27 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93 และ มีการจัดกิจกรรมหรือแคมเปญพิเศษให้ลูกค้ามีส่วนร่วมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) น้อยที่สุดอยู่ที่ 2.96 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 1.01 จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านสุขภาพ 4 กลุ่ม พบว่า 1) ด้านผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจอย่างต่อเนื่อง 2) พนักงานของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีการพัฒนาศักยภาพ 3) การมีพันธมิตรและเครือข่ายทางผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ 4) ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถสร้างแนวทางจิตสาธารณะ 5) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้มีการวิจัยตลาดการส่งเสริมการตลาดและจลลิตสิทธ์ มีการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเครื่องจักรในการผลิตที่เพิ่มขึ้น เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การฝึกอบรมให้กับพนักงาน การพัฒนาความรู้ในการจัดการสิ่งแวดล้อมชุมชน การเพิ่มพูนความรู้และการสร้างพันธมิตรเครือข่ายและสมาชิก การพึ่งตนเองและการอนุรักษ์ต่อยอดโดยใช้ฐานภูมิปัญญาและวัตถุดิบในท้องถิ่นและการสร้างและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ที่ 3. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ชุมชนให้ตรงกับความต้องการของตลาด จากผลวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 คณะผู้วิจัยได้นำมาสังเคราะห์และคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโกโก้มาเป็นกรณีศึกษา ทั้งนี้พบว่า ประเด็นสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจจำนวนมากที่สุดในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ของโกโก้ คิดเป็นร้อยละ 29.1 ระดับรองลงมา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ประเภทอาหารที่ทำจากสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 27.3 สำหรับ ผลิตภัณฑ์ที่ควรสนับสนุนให้มีพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ของโกโก้คิดเป็นร้อยละ 37.7 และผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ประเภทอาหารที่ทำจากสมุนไพร ร้อยละ 27.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนโกโก้ จังหวัดระนอง ได้ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ เช่น เกษตรและสหกรณ์จังหวัดระนอง ท่องเที่ยวจังหวัดและ ประธานหอการค้าจังหวัด รองประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัด กลุ่ม Biz club กลุ่ม YEC และวิสาหกิจชุมชน คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลมารวบรวมกันวิเคราะห์ สังเคราะห์ ร่วมกับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนโกโก้ระนอง เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยมีแนวทาง 7 ขั้นตอนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์และร่วมทำการทดสอบผลิตภัณฑ์กับลูกค้าที่มาซื้อสินค้า ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ความคิดหรือการค้นพบ โดยใช้การผลิตจากต้นน้ำสู่ปลายน้ำ โดยเน้นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่ จัดกลุ่มผู้ปลูกต้นโกโก้ กลุ่มผลิต กลุ่มบรรจุภัณฑ์และกลุ่มสาธิต และใช้หลักการจัดการความรู้ให้กับสมาชิกกลุ่มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เพื่อขยายตลาด ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ใช้หลักตามความต้องการของลูกค้า พัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเน้นการใช้ทุกส่วนของผลโกโก้มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งกลุ่ม

เครื่องดื่ม กลุ่มของหวาน ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ใช้หลักการมีส่วนร่วมของกลุ่มและจากความคิดเห็นของลูกค้า มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้คุ้มค่า ปลอดภัย พกพาสะดวกและตามบริบทของกลุ่มผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่ 4 การวางแผนการผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำตามวงจรของต้นโกโก้ ร่วมกับการต้องการของผลิตภัณฑ์ที่เปลี่ยนรูปแบบ ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบสินค้าในระดับนำร่อง โดยเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทุกส่วนของโกโก้มาผลิตทั้งเป็นวัตถุดิบและส่วนผสมของอาหาร เครื่องดื่ม ใช้ร้านอาหารและวางจำหน่ายกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ใช้หลักให้ผู้บริโภคได้ทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง ขั้นตอนที่ 6 การผลิตในระดับเชิงพาณิชย์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้มีการผลิตสินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาดตามความต้องการของตลาด และการส่งสินค้า และขั้นตอนที่ 7 การนำสินค้าออกวางตลาด ให้กับเครือข่ายธุรกิจที่เน้นสุขภาพทั้งในและต่างจังหวัด เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ที่พักแรม ร้านกาแฟ เป็นต้น ร่วมกับตลาดออนไลน์

ซึ่งจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีความสอดคล้องกันทั้งลักษณะศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุมชน ในจังหวัดระนอง และการหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ชุมชนให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยนักท่องเที่ยว ต้องการให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เน้นเรื่องสุขภาพ คือโกโก้แมส และผู้ประกอบการมีการพัฒนาศักยภาพการผลิตและบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการตลาด รวมถึงการมีเครือข่ายเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์สู่เชิงพาณิชย์ต่อไป

8. อภิปรายผล

จากผลการวิจัยทั้ง 3 วัตถุประสงค์ข้างต้น คณะผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์เพื่อทำการอภิปรายผลวิจัย ดังนี้ จากผลการวิจัยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า ประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ของโกโก้ได้รับความสนใจมากเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของการเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวรู้จักผลิตภัณฑ์โกโก้จากช่องทางในตลาดโซเชียลและได้กลายเป็นสินค้าที่สร้างรายได้และพัฒนาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุมชน ในจังหวัดระนอง สอดคล้องกับแนวคิดของ Kurnia, G., & Sulistiani, P. B. (2019), Zichen Wang, Kanyamon Kanchanathaveekul, Tanapol Kortana (2021) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดโซเชียลมีเดียและความภักดีต่อแบรนด์และภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ พบว่าความเท่าเทียมของแบรนด์และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์มีบทบาทเป็นสื่อกลางของความสัมพันธ์ระหว่างการตลาดโซเชียลมีเดียและความภักดีต่อแบรนด์ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้ประกอบการผลิต และกลุ่มผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในรสชาติสีสรรรูปแบบของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ มีความโดดเด่น ชื่อตราผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก มีการกำหนดลูกค้าและแหล่งจำหน่าย ใช้กลยุทธ์เน้นการเจริญเติบโต เน้นเรื่องการส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายผ่านทางสื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ ให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ Noppadol Tiamnara and Kanyamon Inwang. (2018) ประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wanichyada wajirum and Kanyamon Inwang (2018) ได้ทำการศึกษาการพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษา:ธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพร เขตภาคกลางตอนล่าง 1 ผลการศึกษา พบว่า ลักษณะการดำเนินธุรกิจสมุนไพร ควรมีการใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด วัตถุดิบที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นหลัก ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างเสริมอาชีพให้คนในชุมชน และงานวิจัยของ Poramet Saengon, Kanyamon Kanchanathaveekul et.al. (2020) ในด้านการรับรู้ตราสินค้ามีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคอย่างยิ่ง ทั้งนี้ผลจากการวิจัย พบว่า ประเด็นสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุด ในด้านประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ของโกโก้ได้รับความสนใจมากเป็นอันดับแรก สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ควรสนับสนุนให้มีพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ของโกโก้ ที่ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยเล็งเห็นว่า ประเด็นผลวิจัยดังกล่าวมีความสำคัญต่อการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์จากโกโก้ที่สามารถนำมาต่อยอดได้หลายรูปแบบ ทั้งนี้ จากผลการวิจัยนี้จะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดเชิงธุรกิจยุคใหม่ที่มีความสำคัญและจำเป็นในโลกยุคปัจจุบันเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเป็นลักษณะเชิงระบบโมเดลธุรกิจแคนวาส (Business Model Canvas - BMC) (Osterwalder & Pigneur, 2010) ซึ่งเป็นรูปแบบธุรกิจที่นำมาใช้อย่างแพร่หลายประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ที่มีความสัมพันธ์กัน โดยสามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มด้านการตลาด กลุ่มด้านการผลิต และกลุ่มด้านผลการดำเนินงาน ดังนั้น รูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพการใช้งานที่ดีขึ้น มีความปลอดภัยตามมาตรฐานสินค้าสากล ต่อมาการเข้าถึงลูกค้า (distribution channels) ที่สะดวกจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจและสามารถใช้บริการได้โดยง่าย รวมถึงการให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ (Cosenz & Noto, 2017)

จากสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวิสาหกิจโกโก้ระนองเกี่ยวกับความต้องการบรรจุภัณฑ์พบว่า ในส่วนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนโกโก้ จังหวัดระนอง ได้มีร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ซึ่งจังหวัดระนองเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีสินค้าหลายชนิดที่สามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ โดยเฉพาะ โกโก้ และในส่วนนักท่องเที่ยวมีความต้องการในเรื่องของการพกพาสะดวกและสะดวกในการรับประทาน คณะผู้วิจัยได้รวบรวมผลการวิจัยและทำการวิเคราะห์เพื่อนำไปเป็นประเด็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ให้ตรงกับความต้องการของตลาด ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ Wanichyada wajirum and Kanyamon Inwang (2018) พบว่า แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เมทินี ทัศนะกิจ และคณะ (2561) ได้ทำการศึกษากระบวนการทำงานและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการทำงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรในวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว ที่ และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ สมชาย น้อยฉ่ำและคณะ (2018) ที่ศึกษาการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ สอดคล้องกับ ธัญญ์วี ธีรศิริบุญโรจน์ กฤษฎา ต้นเปาว์ และ กัญญามณ กาญจนนาทวิกุล (2562) เรื่องการใช้เทคโนโลยีในการสร้างธุรกิจออนไลน์ การทำเว็บไซต์และขายสินค้าผ่าน Facebook รวมถึงการสื่อสารโดยใช้ข้อความเนื้อหาการสร้างวิดีโอภาพเพื่อการสื่อสารกับลูกค้า ลักษณะกลยุทธ์ทางการตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย ชมภูน้อย. (2561) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มมูลค่าท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี และสอดคล้องกับผลวิจัยของ Chanya Tansakul and Kanyamon Kanchanathaveekul (2019) รวมทั้ง เขมลักษณ์ คุปิตพันธ์ และปริญญญา บรรจงมณี. (2563) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มาเป็นลำดับแรก รองลงมา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านความดึงดูดใจและด้านกิจกรรม

9. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดระนอง สามารถสร้างความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเชิงอนุรักษ์ ผนวกกับเชิงเกษตรกรรมโดยเน้นการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากทรัพยากรที่ชุมชนมีอยู่และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ตลอดจนเพิ่มเรื่องมาตรการสร้างความปลอดภัยและป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว โดยข้อค้นพบที่สำคัญคือนอกจากความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ผู้บริโภคมีสุขภาพที่ดีแล้ว สิ่งสำคัญไม่น้อยกว่ากันในเรื่องการบริหารคือสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และฟื้นฟูความร่วมมือสร้างเครือข่ายกับท้องถิ่นอื่น ๆ โดยรอบ ทั้งด้านการตลาด การลงทุน และการลดปัญหาอุปสรรคในเส้นทางท่องเที่ยว

10. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากผลวิจัยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น ร่วมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เน้นสุขภาพที่สามารถนำเอาทรัพยากรที่อยู่ของจังหวัดมาใช้ประโยชน์ รวมทั้งหาข้อสนับสนุนหรือข้อแตกต่างเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงให้เกิดการพัฒนาที่ดีขึ้นทั้งการพัฒนาตัวผู้ประกอบการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ดีขึ้นต่อไป

2. จากผลวิจัยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์โกโก้ พบว่า ให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตโดยมีลักษณะเฉพาะด้านอื่นๆ ได้แก่ เลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพในการผลิต มีกระบวนการผลิตด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้มาตรฐานสากล ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการขยายกลุ่มผู้ผลิตด้วยการให้ความรู้ด้านนวัตกรรมการผลิต และการใช้เทคโนโลยีเพิ่มขึ้น และควรศึกษาด้านการผลิตที่ให้ประโยชน์กับกลุ่มเป้าหมายเดิมและกลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มผู้รักสุขภาพและผู้สูงอายุเพิ่ม

3. จากผลวิจัยความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ประกอบการโกโก้ พบว่า ธุรกิจมียอดขาย เริ่มมีผลกำไรเพิ่มขึ้น มีการขยายกิจการ มีลูกค้าใหม่ที่สนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีพันธมิตรและเครือข่ายธุรกิจภายนอกร่วมจัดกิจกรรมแสดงสินค้าอย่างต่อเนื่อง และมีตราสินค้าผลิตภัณฑ์เป็นของตนเอง มีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ควรมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์ด้านความสามารถหลักของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน โดยเฉพาะแผนสร้างยอดขาย เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ ควรมีการหาพันธมิตรการผลิตและการตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับ โดยใช้ช่องทางเครือข่ายเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และสื่อทาง social Media สารสนเทศ แอปพลิเคชัน เพื่อการประชาสัมพันธ์ สร้างยอดขายนำผลผลิต

4. จากผลวิจัยแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของโกโก้ พบว่า ให้ความสำคัญต่อแนวทางลักษณะกลยุทธ์การตลาด และแนวทางการสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการที่มีการขยายกลุ่มโดยอบรม ให้ความรู้ และออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังนั้น ผู้ประกอบการสามารถพิจารณาการสร้างกลุ่ม หรือชมรมโกโก้เพิ่มขึ้น ด้วยการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ดำเนินกิจกรรมร่วมกันอย่างเป็นทางการมากขึ้นโดยการนำนวัตกรรมกระบวนการจัดการผลิตภัณฑ์และการใช้เทคโนโลยีในการผลิตให้ได้มาตรฐานสากลเพิ่มขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพิ่มขึ้น เพื่อทำการวิจัยเชิงลึกร่วมกับศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขกับการพัฒนาวิสาหกิจท้องถิ่นเพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มรักษ์สิ่งแวดล้อมและเป็นแบบอย่างให้กับวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ

2. ควรศึกษาถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์และการพัฒนาการเพิ่มผลผลิตของผู้ประกอบการธุรกิจโกโก้โดยเปรียบเทียบกับแต่ละภูมิภาค ร่วมกับการพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้าธุรกิจวิสาหกิจชุมชนโกโก้ระนอง ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างรายได้ที่ยั่งยืนสู่ชุมชน ตลอดจนพัฒนารูปแบบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปโกโก้ของประเทศไทย เพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสม รวมทั้งเป็นการพัฒนางานวิจัยเพิ่มขึ้น

รายการอ้างอิง

- กัญญาณน อินทวาทและคณะ. (2558). แนวทางการพัฒนาเครือข่ายของผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทสินค้าเกษตรกรรมจังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์*, 1(1), 81-89.
- เขมลักษณ์ คุปิตพันธ์ และปริญญา บรรจงมณี. (2563). แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkorn Rajabhat University*, 14(1), 1-13.
- จิตพนธ์ ชุมเกต. (2560). รายงานการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชัยญา ต้นสกุล และ กัญญาณน กาญจนาทวีกุล. (2562). การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการตามกรอบอาเซียนของสถานประกอบการเขตพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 6(2), 23-42.
- ธัญญ์วี ธรศิริบุญโรจน์ กฤษฎา ต้นเปาว์ และ กัญญาณน กาญจนาทวีกุล. (2562). กลยุทธ์การตลาดสู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์สปาผ่านช่องทางดิจิทัลในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 24(1), 72-84.
- บุรินทร์ เปล่งดีสกุล และภาคินี เปล่งดีสกุล. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ชุมชนรอบเขื่อนจุฬาภรณ์ กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชน แปรรูปปลาน้ำจืดแม่สมศรี ต.ทุ่งลาย อ.คอนสาร จ.ชัยภูมิ. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 10(2), 206-230.
- พัทธ์ยมล สือสวัสดิ์วิชย์. (2558). ต้นแบบบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพในภาคตะวันออกของประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 35(1), 103-124.
- เมทินี ทะนงกิจ, ฐาศุภร์ จันประเสริฐ และศยามล เอกะกุลนันต์. (2561). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*, 14(1), 77-109.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาควิภาส. (2559). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบนพื้นที่สูง อำเภอแม่อรมิ จังหวัดเชียงใหม่:สวนกุหลาบ, *วารสารปัญญาทัศน์*, 8(1), 79-90.
- สมชาย น้อยฉ่ำ, วรินทร์ธร ธารสารสมบัติ และสุภา แสงจินดาวงษ์ (2018). การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. *KASEM BUNDIT JOURNAL*, 19(Special Edition), 130-139.
- สมชาย ชมภูน้อย. (2561). แนวทางการเพิ่มมูลค่าท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนบ้านเชียงจังหวัดอุดรธานี. รายงานการวิจัยวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักรสถาบันวิชาการป้องกันประเทศ.
- A. and Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Chanya Tansakul and Kanyamon Kanchanathaveekul. (May, 2019). Developing personnel competence in tourism and hospitality industry under ASEAN framework of small and medium enterprises in Phuket, Thailand, 2019 APacCHRIE & EuroCHRIE Joint Conference, Hong Kong.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed). Chichester, Brisbane, Toronto, Singapore
- Cosenz, F. & Noto, G. (2017). *A dynamic business modeling approach to design and experiment with new business venture strategy*. Long Range Planning

- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control* (9thed). A Simon & Schuster.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management* (12thed). Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Kurnia, G., & Sulistiani, P. B. (2019). Influencing Consumer's Behavior: Perspective of Information Quality and Consumers Reviews on Airy rooms. *International Journal of Social Sciences*, 5(1), 254-266.
- McCarthy, E.J. and Perrault, W.D. (2002). *Basic Marketing: A Global - Managerial Approach*. McGraw-Hill/Irwin, an imprint of The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Narumol Limlahapun, Kanyamon Kanchanathaveekul (2019). Development of Innovation Management Strategies and Success of Thai Desert Business in Central Region of Thailand. *ABAC ODI JOURNAL VISION.ACTION. OUTCOME*, 6(1), 179-191.
- Noppadol Tiamnara and Kanyamon Inwang. (2018). Success of Clothing Retailers through Online Channel Using Digital Marketing, *International Journal of the Computer, the Internet and Management*, 26(2), 31-40.
- Poramet Saengon, Kanyamon Kanchanathaveekul, Premkamon Jankaweekool, Kittipong Potimu. (2020). Considering the factors and rand efficiency implications of client engagement with brands in social media environment. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(7), 1451-1468.
- Proyrungroj, R. (2015). The attitudes of Thai hosts towards western volunteer tourists. *European Journal of Tourism Research*, 11, 102-124.
- Sumalee Ramanust, Sakrapee Worawattanaparin, Kanyamon Kanchanathaveekul, Chairit Thonggrawd, (2020), Influence of Green Marketing Practices on Intention to Purchase Green Products with Moderating Role of Emotions among Thai Restaurants. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(7), 169-189.
- The Global Wellness Tourism Economy. (2013). *Global Wellness Institute, Wellness Industry Research*. 2013 & 2014 Global Wellness Tourism Economy.
- Victor T. C. Middleton, Alan Fyall and Michael Morgan, (2009). *Marketing in Travel and Tourism*. Printed and bound in Slovenia.
- Wanichyada Wajirum, Kanyamon Inwang. (2018), Development of Business of Strategies of Community Enterprise Entrepreneurs: A Case Study on Herbal Product Business in Lower Central Region1, *ABAC ODI JOURNAL VISION.ACTION OUTCOME*. 5(1), 117-133.
- Wood, D. J.; & Gray, B. (1991). Toward a Comprehensive Theory of Collaboration. *Journal of Applied Behavioral Science*, 7(2), 139-162.
- Zichen Wang, Kanyamon Kanchanathaveekul, Tanapol Kortana (2021), Thailand Consumer's Response to Social Media Marketing of Chinese Consumer Electronics Products. *Tobacco Regulatory Science*. 7(6), 6627-6638.

ผู้นำเชิงสร้างสรรค์ต่อประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย CREATIVE LEADERSHIP FOR ORGANIZATIONAL EFFECTIVENESS OF MUNICIPALITIES IN CENTRAL REGION OF THAILAND

วัชร ณรงค์ฤทธิเดช¹ และ รวิภา ธรรมโชติ²

Vatchara Naronglitidach and Ravipa Thummachote

Article History

Received: 19-07-2021; Revised: 10-09-2021; Accepted: 17-09-2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยผู้นำเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย (ยกเว้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ) จำนวนทั้งสิ้น 333 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.976 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มี 1 ปัจจัย ได้แก่ อารมณ์จิตใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถอธิบายประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย ได้ร้อยละ 13.80
2. ปัจจัยด้านทักษะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มี 2 ปัจจัย ได้แก่ ทักษะทางมนุษย และทักษะในการบริหารงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถอธิบายประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย ได้ร้อยละ 60.40
3. ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้นำเชิงสร้างสรรค์มี 1 ปัจจัย ได้แก่ วิสัยทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถอธิบายประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย ได้ร้อยละ 21.90

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์; ประสิทธิภาพองค์กร; เทศบาล

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Public Administration, Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University
E-mail: vatchara.best@gmail.com *Corresponding author

² รองศาสตราจารย์ ดร. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
Assoc. Professor, Ph.D., Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University

ABSTRACT

In this dissertation, the researcher examines the factors influencing the organizational effectiveness of municipalities in the central region of Thailand. The method of quantitative survey research employed with a questionnaire as a research instrument. The unit of analysis was a group level from 1,986 personnel of the municipalities in the central region of Thailand (exclusive of special administrative areas). The method of stratified random sampling used to collect copies of the questionnaire. The sample population consisted of 333 subjects. The technique of stepwise multiple regression analysis employed in the hypothesis test.

The findings are as follows.

1. The aspect of creative leadership traits found one factor of emotions at the statistically significant level of .01 This could be explanatory of the organizational effectiveness of the municipalities under study at 13.80 percent.

2. The aspect of creative leadership skills found the two factors of human skills and management skills at the statistically significant level of .01. They could be explanatory of the organizational effectiveness of the municipalities under investigation at 60.40 percent.

3. The aspect of creative leadership behaviors found one factor of vision at the statistically significant level of .01

This could be explanatory of the organizational effectiveness of the municipalities under study at 21.90 percent.

Keywords: creative leadership; organizational effectiveness; municipalities

1. บทนำ

ในปัจจุบันเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ปัญหาและสถานการณ์ต่าง ๆ มีความสลับซับซ้อนมากขึ้นตามลำดับ การใช้ชีวิตหรือวิธีการปฏิบัติแบบเดิมมาใช้กับสถานการณ์ใหม่ ๆ ในปัจจุบันโดยไม่มีการพัฒนาหรือปรับเปลี่ยน อาจไม่สามารถนำไปใช้ให้เกิดผลความสำเร็จในทุกสถานการณ์เสมอไป (สำนักพัฒนาวิชาการและการจัดการความรู้, 2564)

ระบบราชการไทยต้องปรับตัว โดยมีแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปใน 4 มิติ (อุทัย เลาหวิเชียร, 2548) คือ (1) มิติแรก การนำความรู้และทักษะทางการบริหารของภาคเอกชนเข้ามาเสริมเพื่อให้องค์การภาครัฐมีขนาดเล็กลง (2) มิติที่สอง การให้ความสนใจกับ “ชุมชน” และ “เพื่อนบ้าน” ซึ่งมีความเกี่ยวพัน กับองค์การภาครัฐและสมาชิกในชุมชน (3) มิติที่สาม การบริหารบนพื้นฐานของประชาธิปไตยที่ใช้ปทัสถานความชอบธรรม และ (4) มิติที่สี่ การบริหารการพัฒนาซึ่งพัฒนาองค์ความรู้จากการศึกษาการบริหารรัฐกิจ เปรียบเทียบ (comparative public administration) และเศรษฐศาสตร์การพัฒนา (development economics)

จากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่กล่าวมานี้ได้ส่งผลกระทบต่อองค์การต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ผู้นำจึงมีความจำเป็นต้องปรับกระบวนการทัศน์หรือวิธีการใหม่ ๆ และปรับเปลี่ยนสิ่งต่าง ๆ อย่างเหมาะสมเพื่อการบริหารงานให้องค์การมุ่ง

สู่ความสำเร็จ ด้วยการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ความคิดเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งนำไปสู่ความคิดเชิงสร้างสรรค์ซึ่งปัจจัยที่จำเป็นอย่าง
ยิ่งในการส่งเสริมความเจริญก้าวหน้าขององค์กรและประเทศชาติต่อไป (วีระศักดิ์ เครือเทพ และคณะ, 2558)

ประสิทธิผลขององค์การภาครัฐ และองค์การการปกครองท้องถิ่นในประเทศไทยมีแนวโน้มที่วิจารณ์กันถึงกิจกรรมและการ
ดำเนินงานขององค์การภาครัฐและองค์การการปกครองท้องถิ่นไม่มีประสิทธิผล หรือหากจะมีก็น้อยมาก (Steers, 1977; ญัฐธิ
นันท์ พรหมณสังข์, 2550; พิชาย รัตนติลก ณ ภูเก็ต, 2553) การวิพากษ์วิจารณ์ลักษณะเช่นนี้ ก่อให้เกิดความกดดันต่อองค์การ
ภาครัฐบาลในความพยายามที่จะให้มีการปรับปรุงองค์การ ตลอดจนกิจกรรมและผลการปฏิบัติงานในการปรับปรุงประสิทธิผลของ
องค์การ (Cameron & Whetten, 1983)

ดังนั้น ผู้นำเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในทุกระดับของสังคมเพราะผู้นำเป็นผู้ริเริ่มการก
ระทำ และการแสดงบทบาทที่สำคัญในการตัดสินใจขององค์การ ต้องเป็นผู้มีคุณลักษณะเชิงสร้างสรรค์ ทักษะผู้นำเชิงสร้างสรรค์
และพฤติกรรมผู้นำเชิงสร้างสรรค์ จนเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป นั่นคือ “ผู้นำที่มีภาวะผู้นำ” (leadership) เป็นบุคคลที่มี
บุคลิกลักษณะดีทั้งภายนอกและภายใน มีความสามารถในการเข้าใจผู้อื่นและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น สามารถกระตุ้น
จูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาได้ และมีความสามารถในการบริหารงานเทศบาลให้มีประสิทธิผลได้ (จันจิรา น้ำขาว, 2563)

ในการบริหารงานภาครัฐในประเทศไทยนั้น มีรูปแบบการกระจายอำนาจการปกครองสู่ท้องถิ่น การบริหารงานมุ่งเน้น
ผู้นำที่มีประสิทธิผลในการบริหารงานในระบบราชการ นอกจากจะเป็นผู้มีความรู้ความสามารถแล้วต้องมีภาวะผู้นำที่มีความคิด
เชิงสร้างสรรค์สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงและนำพาองค์กรหรือท้องถิ่นของตนไปสู่ความสำเร็จ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการ
ศึกษาแนวทางการบริหารราชการขององค์กรส่วนท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จ และเพื่อศึกษาผู้นำเชิงสร้างสรรค์ต่อประสิทธิผลของ
เทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของ
ประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ด้านทักษะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้นำเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย

3. การทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้นำเชิงสร้างสรรค์ต่อประสิทธิผล
ของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดตัวแปรและ
กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ประกอบด้วย

1. ตัวแปรด้านคุณลักษณะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีภาวะผู้นำของ Stogdill (1974), Bothwell (1983), McCall
and Lombardo (1983), Yuki (1989), Gardner (1990), Frigon and Jackson (1996), Kirkpatrick and Locke (1996),
George and Jones (1999), Daft (2001), Lussier and Achua (2001), Sashkin (2003), Lunenb (2008), Yukl (2013),
นิตย สัมมาพันธ์ (2552), สุเมธ แสงนิมโนว (2552), ธีระ ฤกษ์เจริญ (2553), สุเทพ พงษ์ศรีวัฒน์ (2554) และ บุชยา วีรกุล (2558)
2. ตัวแปรด้านทักษะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีภาวะผู้นำของ Stogdill (1974), Katz (1974), McCall and
Lombardo (1983), Sergiovanni (1983), Hickman and Silva (1984), Drake and Row (1986), Sitterly (1993), Ser-

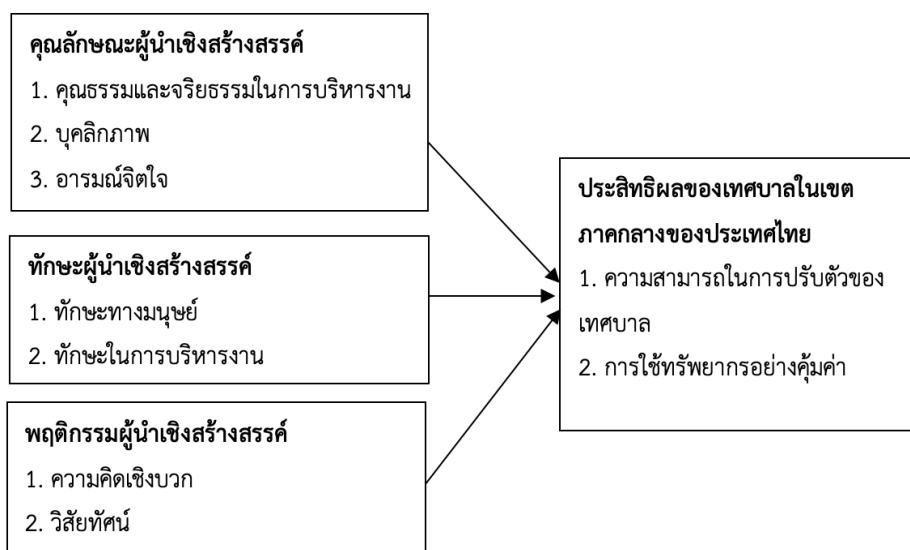
giovanni (1983), Koontz and Wehrich (1990), Yuki (1989), สาคร สุขศรีวงศ์ (2552), วิโรจน์ สารรัตน์ (2553), จันทราณี สงวนนาม (2553), ภาวิตา ธาราศรีสุทธิ (2556), และ นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2557)

3. ตัวแปรด้านพฤติกรรมผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของ Stoll and Temperley (2009), Delich (2010), Ubben, Hughes and Norris (2010), Yudess (2010), Zacko-Smith (2010), Magdich (2011), Isaksen, Dorval and Treffinger (2011), Puccio, Murdock and Mance (2011), Asif and Rodrigues (2015), ธีระ รุญเจริญ และ วาสนา ศรีไพโรจน์ (2554), กิตติกาญจน์ ปฏิพันธ์ (2555), มณฑาทิพย์ เสยงคคะ (2556) สุภาพ ฤทธิ์บำรุง (2556), พิมพ์พร พิมพ์เกาะ (2557) และอารี พันธมณี (2557)

4. ตัวแปรด้านประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย ผู้วิจัยใช้แนวคิดการประเมินประสิทธิผลองค์การของ Georgopoulos and Tennenbaum (1957), Bennis (1962), Blake and Mouton (1964), Price (1968), Mahoney and Weitzel (1969), Schein (1970), Mott (1972), Gibson et al. (1972, 1973), Webb (1974), Cameron (1984), Robbins (1990), Kaplan and Norton (1996), Quinn (1988) และ Robbins (1987), ก.พ.ร. (2549), อรอนงค์ ประสงค์ (2550), และตัวแบบหน้าที่ตามกฎหมาย ตามอำนาจหน้าที่ตาม พรบ.สภาตำบลและองค์การบริหารส่วน ตำบล พ.ศ. 2537 ดังแผนภาพที่ 1

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดและความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัยใหม่



4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) จากบุคลากรในเทศบาลเขตภาคกลางของประเทศไทย โดยมีรายละเอียดในการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย (ยกเว้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

รูปแบบพิเศษ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร) เนื่องจากพิจารณาเห็นว่าเป็นผู้ที่มีความรู้และเข้าใจในการปฏิบัติงานของแต่ละหน่วยงานเป็นอย่างดีทั้งยังเป็นผู้ปฏิบัติงานภายใต้การบังคับบัญชา การกำกับดูแลของผู้บริหารของเทศบาล จำนวนทั้งสิ้น 1,986 คน

2. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย สุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บแบบสอบถามโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.05 และสุ่มตัวอย่างโดยสุ่มแบบชั้นภูมิ (stratified random sampling) แบ่งสัดส่วนตามตำแหน่งของหน่วยงานในแต่ละชั้นภูมิ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 333 คน

2. ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วยตัวแปร 2 ประเภท ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ คือ คุณลักษณะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ทักษะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ และพฤติกรรมผู้นำเชิงสร้างสรรค์
2. ตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก “พระราชบัญญัติกำหนดแผน และขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542” (2542) “พระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496” (2496) ตลอดจนเอกสารตำราทางวิชาการ วารสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นประโยชน์สำหรับสร้างและปรับปรุงแบบสอบถามโดยให้เนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

การทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) ของคำถามโดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับบุคลากรของเทศบาลที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน (pre-test) จากนั้นนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นในการวิเคราะห์ข้อคำถาม (item analysis) โดยใช้วิธีการของ Cronbach's Alpha Coefficient โดยที่ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคนั้นขั้นต่ำจะต้องอยู่ที่ 0.7 จึงจะถือว่าตัวแปรนั้นมีความเชื่อมั่นได้โดยเมื่อทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์ของแบบสอบถามตัวแปรของแต่ละกลุ่มตัวแปร ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.976 และการวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามที่นำมาใช้ในการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) วิเคราะห์คุณลักษณะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ทักษะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ พฤติกรรมผู้นำเชิงสร้างสรรค์ และประสิทธิผลของเทศบาล ด้วยการแจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) วิเคราะห์คุณลักษณะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ทักษะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ พฤติกรรมผู้นำเชิงสร้างสรรค์ และประสิทธิผลของเทศบาล ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis--MRA)

5. ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างของบุคลากรเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในเทศบาลนครพิษณุโลก คิดเป็นร้อยละ 8.40 รองลงมาอยู่ในเทศบาลนครสมุทรปราการ คิดเป็นร้อยละ 8.10 ตามลำดับโดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.00 อายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.40 ส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 60.70 ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี/เทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 44.40 ส่วนใหญ่อยู่ในหน่วยงานกองช่าง เป็นร้อยละ 15.60 ประเภทตำแหน่ง พนักงานเทศบาลหรือข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 49.50 และระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานปัจจุบัน 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.20 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ (enter multiple regression analysis) ปรากฏ ดังนี้

ตัวแปร 4 ตัวแปร ประกอบด้วย อารมณ์จิตใจ ทักษะทางมนุษย์ ทักษะในการบริหารงาน และวิสัยทัศน์ และสามารถร่วมกันทำนายประสิทธิผลของเทศบาล ได้ร้อยละ 70.70 (adjusted R2 เท่ากับ 0.707) ดังนี้

ตารางที่ 1

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติเพื่อใช้ทำนายประสิทธิผลของเทศบาล

ปัจจัยทำนาย	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย		SE	t	p value
	b	Beta			
1. คุณธรรมและจริยธรรม	0.089	0.091	0.054	1.651	0.100
2. บุคลิกภาพ	0.010	0.013	0.034	0.303	0.762
3. อารมณ์จิตใจ	0.241	0.261	0.040	6.088	0.000**
4. ทักษะทางมนุษย์	0.324	0.458	0.037	8.756	0.000**
5. ทักษะในการบริหารงาน	0.228	0.212	0.050	4.599	0.000**
6. ความคิดเชิงบวก	-0.101	-0.080	0.068	-1.476	0.141
7. วิสัยทัศน์	0.120	0.134	0.039	3.082	0.002**
ค่าคงที่	0.233				
R = 0.844, R ² = 0.713, Adjusted R ² = 0.707, F = 115.374					

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลาง

ของประเทศไทย

$$\begin{aligned}
 &= 0.233 + 0.241 (\text{อารมณ์จิตใจ}) \\
 &\quad + 0.324 (\text{ทักษะทางมนุษย์}) \\
 &\quad + 0.228 (\text{ทักษะในการบริหารงาน}) \\
 &\quad + 0.120 (\text{วิสัยทัศน์})
 \end{aligned}$$

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (stepwise multiple regression analysis) ปรากฏ ดังนี้ เพียงตัวแปร 4 ตัวแปร ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ทักษะทางมนุษย์ อารมณ์จิตใจ ทักษะในการบริหารงาน และวิสัยทัศน์ ซึ่งสามารถอธิบายประสิทธิผลของเทศบาล ได้ร้อยละ 72.00 (adjusted R² เท่ากับ 0.720) ดังนี้

ตารางที่ 2

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อใช้ทำนายประสิทธิผลของเทศบาล

(n = 333)

ปัจจัยทำนาย	ค่าสัมประสิทธิ์การ		SE	t	p value
	ถดถอย				
	b	Beta			
1. ทักษะทางมนุษย์	0.138	0.472	0.028	12.073	0.000**
2. อารมณ์จิตใจ	0.334	0.293	0.031	8.663	0.000**
3. ทักษะในการบริหารงาน	0.270	0.204	0.038	5.761	0.000**
4. วิสัยทัศน์	0.219	0.121	0.038	2.862	0.004**
ค่าคงที่	0.108				
$R = 0.841, R^2 = 0.708, \text{Adjusted } R^2 = 0.705, F = 8.191$					

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลาง

ของประเทศไทย

$$= 0.108 + 0.138 (\text{ทักษะทางมนุษย์}) \\ + 0.334 (\text{อารมณ์จิตใจ}) \\ + 0.270 (\text{ทักษะในการบริหารงาน}) \\ + 0.219 (\text{วิสัยทัศน์})$$

6. อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ และสรุปผลวิจัยข้างต้น มี 4 ตัวแปร ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

จากผลการวิจัย พบว่า ทักษะทางมนุษย์ ส่งผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ วิโรจน์ สารรัตน์ (2557, หน้า 12) ให้ความหมายของทักษะมนุษย์สัมพันธ์ (human skills) ในการบริหารงาน ผู้บริหารจำเป็นต้องมีทักษะทางด้านมนุษย์สัมพันธ์อย่างดี เพราะผู้บริหารต้องทำงานสัมพันธ์กับบุคคลหลายประเภท

จากผลการวิจัย พบว่า อารมณ์จิตใจ ส่งผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Yukl (2013) ได้สรุปว่าลักษณะที่ทำให้ผู้นำมีประสิทธิภาพ คือ ความมั่นใจในตนเอง มีอารมณ์คงที่ ควบคุมอารมณ์เพื่อส่วนรวม จิตใจมีศีลธรรม การควบคุมตนเองได้ดี มีแนวทางเดียวกับงานวิจัยของ ชัยวุฒิ วรพินธุ์, เพ็ญพิสุทธิ์ ไชยกาญจน์, สอาด บรรเจิดฤทธิ์ และวิมล หอมยิ่ง (2557) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะภาวะผู้นำยุคใหม่กับสมรรถนะการบริหารงานแบบมีอาชีพของปลัดเทศบาลในภาคกลาง พบว่า ระดับคุณลักษณะภาวะผู้นำของปลัดเทศบาลในภาคกลางอยู่ในระดับมาก

จากผลการวิจัย พบว่า ทักษะในการบริหารงาน ส่งผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย สอดคล้องกับแนวคิดของ Katz (1974, pp. 60-61) ได้กล่าวว่า ทักษะเป็นความสามารถที่พัฒนาขึ้นได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นทักษะที่มีมาตั้งแต่กำเนิด ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับงานวิจัยของ ยุวดี รื่นภาค สอาด บรรเจิดฤทธิ์ อภิชัย ศรีเมือง ปิยะวรรณ เลิศพา

นิช (2558) ศึกษาเรื่อง ความสำเร็จในการบริหารงานของนายกองค์การบริหารตำบลที่เป็นสตรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทักษะในการบริหารงานระดับสูงมาก

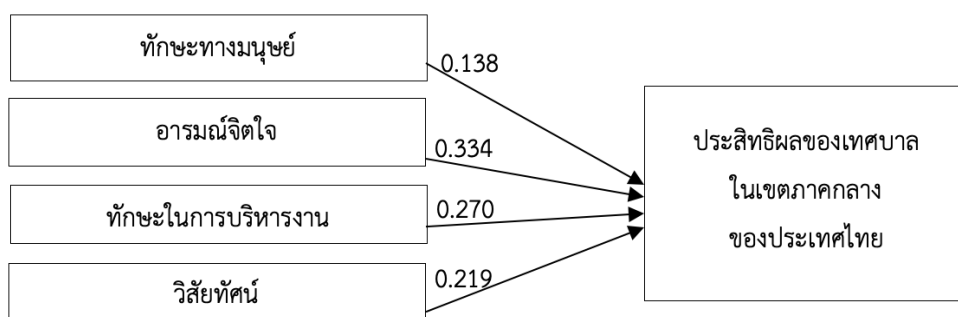
จากผลการวิจัย พบว่า วิสัยทัศน์ ส่งผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย สอดคล้องกับ Zaccaro and Banks (2004, pp. 371-380) ได้ศึกษาภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ว่า ผู้นำมีการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต และแนวทางเดียวกับงานวิจัยของ พิเชษฐ์ ภูเฉลิมตระกูล รัฐบุรุษ คัมภีร์พย์ ญาดา นภาพารักษ์ และสามารถ ผู้จินดา (2561) ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลตำบลบางเตย อำเภอสามโคกจังหวัดปทุมธานี พบว่า ภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

7. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ผู้นำเชิงสร้างสรรค์ต่อประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลางของประเทศไทย ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ด้าน คือ 1) ทักษะทางมนุษย์ 2) อารมณ์จิตใจ 3) ทักษะในการบริหารงาน 4) วิสัยทัศน์ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลในเขตภาคกลาง อย่างมีนัยสำคัญ ดังแผนภาพที่ 2

ภาพที่ 2

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



8. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านคุณลักษณะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ เทศบาลสามารถพิจารณาสรรหา คัดเลือก บรรจุ แต่งตั้งผู้บริหารเทศบาลที่มีอารมณ์จิตใจที่ดี การจัดการกับอารมณ์ของตนเองเข้าใจผู้อื่น และมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อสังคม เพื่อให้เทศบาลเกิดประสิทธิผลบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้

2. ด้านทักษะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ เทศบาลสามารถพัฒนาและฝึกอบรมผู้บริหารเทศบาลให้มีทักษะทางมนุษย์ และทักษะในการบริหารงาน เพื่อการบริหารจัดการได้ประสบผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ด้านพฤติกรรมผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ผู้นำที่ดีควรมีวิสัยทัศน์ มองการณ์ไกล เข้าใจภาพรวมทั้งหมดของเทศบาล และสามารถนำเทศบาลบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้

การพัฒนาโซ่อุปทานด้วยการบริหารต้นทุนฐานกิจกรรมสินค้าพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์
ของชุมชนทุ่งผาเต่า จังหวัดนครปฐม

DEVELOPING SUPPLY CHAINS BY MANAGING THE BASE COST
OF ORGANIC VEGETABLE PRODUCTS ACTIVITIES OF THUNG PHAO TAO
COMMUNITY NAKHON PATHOM PROVINCE

รัชนิวรรณ สุจริต¹ ศรีศรีรินทร์ นรเศรษฐโสภณ² มาร์ตัสร แข็งขัน³ และ สิทธิชัย พินธุมา⁴

Ratchaneewan Sujarit, Srisarin Norasedsophon, martusorn Khaengkhan, and Sittichai Pintuma

Article History

Received: 21-08-2022; Revised: 08-02-2023; Accepted: 14-02-2023

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและวิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโซ่อุปทานการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ชุมชนทุ่งผาเต่า จังหวัดนครปฐม จำแนกตามกิจกรรมโลจิสติกส์ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จำนวน 30 ครอบครัว และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรม ทั้งกิจกรรมต้นน้ำ กิจกรรมกลางน้ำ และกิจกรรมปลายน้ำ

ผลการศึกษาพบว่า

กิจกรรมต้นน้ำมีค่าใช้จ่ายที่มากที่สุด จำนวน 21,969 บาท/ไร่ กิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายในส่วนต้นน้ำสูงที่สุดคือ การจัดซื้อค่าวัตถุดิบ จำนวน 8,457 บาท/ไร่ ผลการศึกษาต้นทุนฐานกิจกรรมการจัดซื้อค่าวัตถุดิบ เป็นต้นทุนที่ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์มากที่สุด จึงมีแนวทางการลดต้นทุนการจัดซื้อค่าวัตถุดิบด้วยการจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่เกษตรกรในด้าน การจัดหาวัตถุดิบจาก Supplier ส่งผลให้เกษตรกรมีความรู้ในด้านการจัดหาที่สำคัญ และก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้

คำสำคัญ: โซ่อุปทาน; ต้นทุนฐานกิจกรรม; กิจกรรมโลจิสติกส์; ผักสวนครัว; เกษตรอินทรีย์

ABSTRACT

The purpose of this research was to study and analyze activity-based costs in the organic farming supply chain. Thung Phao Tao Community Nakhon Pathom Province Classified by logistics activities By collecting data

¹⁻⁴ อาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Lecturer, Suan Sunandha Rajabhat University, E-mail: ratcharaneewan.su@ssru.ac.th *Corresponding Author

from interviews of 30 households and using the data to analyze activity-based costs. both upstream activities water activities and downstream activities The study found that The upstream activities have the highest cost of 21,969 baht/rai. The activities that have the highest upstream costs are Purchasing of raw materials in the amount of 8,457 baht/rai.

The results of the study:

The base cost of raw material purchasing activities. It is the cost that most affects farmers who grow organic vegetables. Therefore, there is a way to reduce the cost of purchasing raw materials by organizing activities to educate farmers on Procurement of raw materials from suppliers results in farmers having knowledge in important procurement areas. and contribute to the results obtained from this research.

Keywords: Supply chain; Activity base cost; Vegetable Garden; Organic farming

1. บทนำ

จากการที่สินค้าเกษตรที่ปลอดภัยเป็นสิ่งที่ต้องการของผู้บริโภค และสามารถสร้างโอกาสแข่งขันทางการตลาด ทำให้รัฐบาลเล็งเห็นถึงความสำคัญนี้และกำหนดการพัฒนาแบบการเกษตรปลอดภัยไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) โดยมีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 ทำให้การพัฒนาเกษตรฐานรากและเศรษฐกิจชุมชนได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น จังหวัดนครปฐม ตอบรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และจัดทำแผนยุทธศาสตร์นครปฐม (พ.ศ. 2561-2564) การพัฒนาโซ่อุปทานของสินค้าภาคเกษตรโดยการบริหารต้นทุนฐานกิจกรรม ถือว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรภาคการเกษตร ปัจจุบันจังหวัดนครปฐมมีข้อมูลพืชเศรษฐกิจทั่วไปที่สำคัญได้แก่ ข้าว อ้อย ผักอัมโอ ฝรั่ง ตามลำดับ และพื้นที่สวนครัวถูกจัดอยู่ในลำดับที่ 14 เป็นต้นไป (สำนักงานเกษตรจังหวัดนครปฐม, 2564)

จากการศึกษาและลงพื้นที่สำรวจข้อมูล ชุมชนทุ่งเผาเต่า จังหวัดนครปฐม พบว่า เกษตรกรชุมชนทุ่งเผาเต่า จังหวัดนครปฐม ได้รวมกลุ่มกันเป็น “กลุ่มผู้ปลูกเกษตรอินทรีย์” จำนวนสมาชิก 30 ครัวเรือน มีพื้นที่เพาะปลูกรวมกันประมาณ 30 ไร่ และมีแผนขยายพื้นที่ปลูกมากขึ้นเนื่องจากตลาดมีความต้องการสูง เพราะคนส่วนใหญ่หันมารักสุขภาพ ปัญหาที่พบจากการปลูกเกษตรอินทรีย์ คือ เกษตรกรผู้ปลูกไม่มีการจดบันทึกหรือรายงานเกี่ยวกับต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านต่างๆ ทำให้ไม่สามารถจำแนกต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงในการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ ส่งผลต่อการบริหารจัดการที่ไม่เป็นระบบ และไม่สามารถตรวจสอบต้นทุนที่เกิดขึ้นในแต่ละกิจกรรม จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาโซ่อุปทานด้วยการบริหารต้นทุนฐานกิจกรรมสินค้าพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ของชุมชนทุ่งเผาเต่า จังหวัดนครปฐม

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรมที่เกิดขึ้นในโซ่อุปทานการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์

3. สมมุติฐาน

การพัฒนาโซ่อุปทานการบริหารต้นทุนการลดต้นทุนฐานกิจกรรมสามารถลดต้นทุนฐานกิจกรรมของสินค้าพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ชุมชนทุ่งเผาเต่า จังหวัดนครปฐมได้

4. การทบทวนวรรณกรรม

Vogt,et al.(2005) กล่าวว่าโซ่อุปทาน (Supply Chain) เป็นกระบวนการในการรวมหรือบูรณาการขององค์กรต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมในการเปลี่ยนวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป และส่งผ่านสินค้าเหล่านั้นให้แก่ผู้บริโภคสุดท้าย โซ่อุปทานยังรวมเอาต้นทุนเวลา การขนส่ง การบรรจุและการจัดเก็บทั้งหมด เพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและ (นวัตกรรม เทคโนโลยี และประสิทธิภาพ การผลิตวงศ์, 2565) กล่าวว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply.Chain.Management ;SCM) คือการออกแบบการวางแผนปฏิบัติการควบคุมติดตามกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทาน มีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างคุณค่าในการแข่งขัน เพื่อให้สอดคล้องกับอุปสงค์ (Demand) และ อุปทาน (Supply) และการวัดการปฏิบัติงาน ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1

โครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน



(Stock & Lambert, 2001) อธิบายการวิเคราะห์ต้นทุนจากแนวคิดแบบดั้งเดิมมีเป้าหมายเพื่อเน้นการลดต้นทุนรวมมากกว่าที่จะลดต้นทุนในแต่ละกิจกรรม เนื่องจากการมุ่งเน้นลดต้นทุนเพียงกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง อาจส่งผลกระทบต่อต้นทุนของกิจกรรมอื่นให้สูงขึ้นได้ จากแนวความคิดการพิจารณาเฉพาะต้นทุนรวมมีข้อบกพร่องที่ส่งผลให้ต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่คำนวณได้ บิดเบือนจากความเป็นจริง ซึ่งสอดคล้องกับ รัชฎา แต่งภูเขียว, ฤชณา ตลประเสริฐ, และนริศรา สำราญสม (2563) ศึกษาวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ โดยการประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรม กรณีศึกษา เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนเปียร์แคระ พบว่ากิจกรรมหลักในการปฏิบัติงานของเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนเปียร์แคระ ประกอบไปด้วย 5 กิจกรรมหลัก คือ 1. กิจกรรมการเตรียมแปลงปลูก 2. กิจกรรมการปลูก 3. กิจกรรมการดูแลรักษา 4. กิจกรรมการเก็บเกี่ยวและ 5.กิจกรรมการขนส่งสำหรับต้นทุนฐานกิจกรรมในภาพรวมมีค่าเท่ากับ 2,059,500 บาทต่อปี ซึ่งกิจกรรมหลักที่มีต้นทุนสูงที่สุดคือ กิจกรรมการปลูก มีต้นทุนรวมเท่ากับ 686,700 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 33.34 อันดับที่สองคือกิจกรรมการขนส่ง มีต้นทุนรวมเท่ากับ 576,000 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 27.97 อันดับที่สามคือ กิจกรรมการเก็บเกี่ยว มีต้นทุนรวมเท่ากับ 398,400 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 19.34 ซึ่งสอดคล้องกับ Vogt,et al.(2005) กล่าวว่าโซ่อุปทาน (Supply Chain) เป็นกระบวนการในการรวมหรือบูรณาการขององค์กรต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมในการเปลี่ยนวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป และส่งผ่านสินค้าเหล่านั้นให้แก่ผู้บริโภคสุดท้าย โซ่อุปทานยังรวมเอาต้นทุนเวลา การขนส่ง การบรรจุและการจัดเก็บทั้งหมด เพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ เจนจิรา ถาปินตา, พิชัย เหลี้ยวเรืองรัตน์ และจำเริญ เชื้อนแก้ว. (2565) พบว่าต้นทุนฐานกิจกรรม มีส่วนก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานนี้เพิ่มขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายปุ๋ย ซึ่งเป็นต้นทุนที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการโซ่อุปทาน จึงมีแนวทางการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายปุ๋ย ด้วยการจัดการกิจกรรมให้ความรู้แก่เกษตรกรด้านการดูแลดิน ตรวจสอบคุณภาพดินตามหลักวิชาการ รวมถึงความรู้ด้านการผสมปุ๋ยเพื่อเพิ่มสารอาหารในดิน ส่งผลให้เกิดการตระหนักถึงความสำคัญของการพึ่งพาตนเอง

ข้อมูลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ จำนวนพื้นที่ปลูก

ส่วนที่ 2 ต้นทุนการเพาะปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ชุมชนทุ่งเผาเต่า จังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย ต้นทุนปริมาณการสั่งซื้อหรือสั่งผลิต (Quantity Costs) ต้นทุนการขนส่ง (Transportation Costs) ต้นทุนคลังสินค้า และต้นทุนกระบวนการระบบข้อมูลข่าวสาร (Order Processing & Information System Costs)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการดังนี้

4.1 ผู้วิจัยจัดเตรียมแบบสัมภาษณ์จำนวน 30 ชุด

4.2 นำแบบสัมภาษณ์ที่จัดเตรียมไว้ลงภาคสนาม ทำการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ของชุมชนทุ่งเผาเต่า จังหวัดนครปฐม ทีละ 1 ครัวเรือน จนครบจำนวน 30 ครัวเรือน

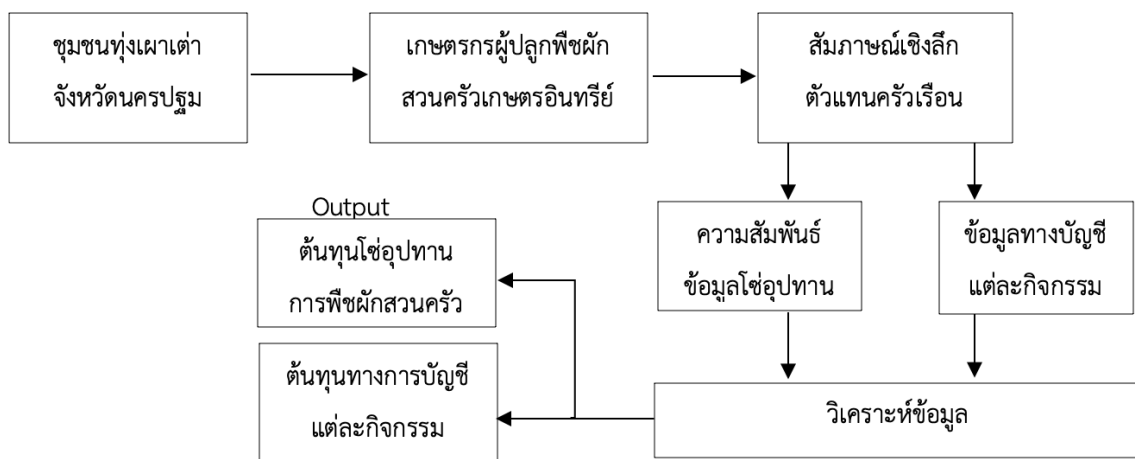
4.3 ทำการตรวจสอบแบบสัมภาษณ์ถึงความถูกต้องสมบูรณ์ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

จากการลงพื้นที่สำรวจภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเกษตรกรผู้ปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ของชุมชนทุ่งเผาเต่า จังหวัดนครปฐม โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์โครงสร้างและความสัมพันธ์ตั้งแต่ระดับต้นน้ำถึงปลายน้ำในโซ่อุปทานเพื่อให้ทราบถึงต้นทุนแต่ละกิจกรรมที่เกี่ยวข้องและวิเคราะห์ต้นทุนที่เกิดขึ้นโดยใช้แนวคิดต้นทุนฐานกิจกรรม วิเคราะห์กิจกรรมในโซ่อุปทานการพืชผักสวนครัวมีต้นทุนค่าใช้จ่ายเท่าไร โดยนำต้นทุนที่เกิดขึ้นนั้นไปเป็นส่วนใส่ในกิจกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขต่อไป ซึ่งการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยไว้ดัง ภาพที่ 3

ภาพที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย



7. ผลการวิจัย

ผลการพัฒนาแบบการจัดการโซ่อุปทานของ ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรมศึกษา แบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ผลการศึกษาบริบทการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ภาคสนาม สัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ จำนวน 30 ครัวเรือน พบว่า แต่ละครัวเรือนมีพื้นที่เพราะปลูกประมาณครัวเรือนละ 1 ไร่ เกษตรกรส่วนใหญ่เริ่มจากการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ตามรอยเศรษฐกิจพอเพียง โดยการปลูกพืชผักโดยไม่ใช้สารเคมี เพื่อเก็บไว้ทานเองในครอบครัว ต่อมาเทรนการรักสุขภาพเริ่มเข้ามามากขึ้น ทำให้เกษตรกรเริ่มหันมาสนใจในการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ นอกจากเก็บไว้ทานเองในครอบครัวแล้วยังสามารถนำออกจำหน่าย เพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัวได้อีกด้วย ผู้วิจัยจึงดำเนินการรวบรวมข้อมูลผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรรายเดียวในพื้นที่ต่อไป

2. ผลการศึกษาข้อมูลอุปทานและอุปสงค์พืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์

ผลจากการรวบรวมข้อมูลการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ จำนวน 30 ครัวเรือน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์มีลักษณะเป็นเกษตรกรแปลงเล็ก คือการปลูกพืชผักชนิดต่างๆ เช่น ผักกาด ผักคะน้า ถั่วพริกยาว เป็นต้น ซึ่งแต่ละครัวเรือนมีพื้นที่ในการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์น้อย ทำให้ปลูกได้ในปริมาณที่ไม่มาก ส่งผลทำให้ไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้แล้ว ต้นทุนในการปลูกพืชผักสวนครัวค่อนข้างที่จะสูง จึงทำให้นักวิจัยมุ่งเน้นศึกษาการพัฒนาโซ่อุปทานด้วยการบริหารต้นทุนฐานกิจกรรมของพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์

3. ผลการพัฒนาโซ่อุปทานด้วยการบริหารต้นทุนฐานกิจกรรมของพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์

จากการสำรวจข้อมูลภาคสนาม พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ แต่ละรายมีพื้นที่ในการปลูกไม่เท่ากัน ส่งผลให้มีความแตกต่างเชิงตัวเลขต่อการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวนต้น จำนวนผลผลิต รายได้ การศึกษาและพัฒนาโซ่อุปทานด้วยการบริหารต้นทุนฐานกิจกรรมการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ครั้งนี้ จึงดำเนินการวิเคราะห์ด้วยการปรับหน่วยให้เป็นบาท โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกิดขึ้นจากกลุ่มตัวอย่างผู้ปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ ซึ่งประยุกต์ใช้แนวคิดของกิจกรรม (Activity Based Costing ABC) การวิเคราะห์ต้นทุนฐานกิจกรรมในกระบวนการของโซ่อุปทาน เพื่อเสนอแนะการดำเนินงานที่ดี ลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น ผลการศึกษาในส่วนของการวิเคราะห์ต้นทุนกิจกรรมโซ่อุปทานการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ ตั้งแต่ช่วงที่ยังไม่ให้ผลผลิตจนถึงหลังการเก็บเกี่ยวผลผลิต พบว่า เกษตรกรมีพื้นที่ในการเพราะปลูกประมาณ 1 ไร่/ ครัวเรือน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ผลการวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ด้วยระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity Based Costing ABC) ของเกษตรกรผู้ปลูกพืชผักสวนครัว
เกษตรกรอินทรีย์ของชุมชนทุ่งเผ่าเต่า จังหวัดนครปฐม

ต้นทุนโลจิสติกส์	กิจกรรมโลจิสติกส์	ต้นทุนเฉลี่ยต่อไร่	ต้นทุนเฉลี่ยรวมต่อไร่
ต้นน้ำ ต้นทุนปริมาณการสั่งซื้อ หรือสิ่งผลิต (Quantity Costs)	การจัดซื้อ		
	1. ค่าจ้างในการเตรียมดิน	1,750	1,750
	2. ค่าจัดซื้อเครื่องมือ-อุปกรณ์ทาง	5,559	5,559
	การเกษตร		
	3. ค่าจัดซื้อควั่วตักดิน	8,457	8,457
	4. ค่าจ้างแรงงานในการปลูก	1,200	1,200
	5. ค่าใช้จ่ายในการดูแลบำรุงรักษา	403	403
กลางน้ำ ต้นทุนการขนส่ง (Transportation Costs)	6. ค่าจ่ายในการเช่าที่ดิน	2,500	2,500
	7. ค่าใช้จ่ายแรงงานในการเก็บเกี่ยว	2,100	2,100
	ผลผลิต		
	รวม	21,969	21,969
	การขนส่ง		
	1. ค่าน้ำมันในการขนส่ง	720	720
	2. ค่าเสื่อมราคาที่ใช้ในการขนส่ง	528	528
	3. ค่าดูแลรักษาที่ใช้ในการขนส่ง	58	58
ปลายน้ำ ต้นทุนกระบวนการระบบ ข้อมูลข่าวสาร (Order Processing & Information System Costs)	รวม	1,306	1,306
	คลังสินค้าและการจัดเก็บ		
	1. ค่าจ้างแรงงานในการจัดเก็บผลผลิต	300	300
ต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ยต่อไร่	รวม	300	300
	การติดต่อสื่อสารทางด้านโลจิสติกส์		
	1. ค่าโทรศัพท์		
	การดำเนินการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า	11	11
ต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ยต่อไร่	2. ค่าสมุด ค่าปากกา	5	5
	รวม	16	16
ต้นทุนทั้งหมดเฉลี่ยต่อไร่		23,591	23,591

จากตารางที่ 1 พบว่าเกษตรกรผู้ปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรกรอินทรีย์มีต้นทุนโลจิสติกส์ เฉลี่ยรวม 23,591 บาท/ไร่ โดยมี ต้นทุนปริมาณการสั่งซื้อหรือสิ่งผลิตเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด ของต้นทุนโลจิสติกส์เฉลี่ยรวมทั้งหมด ในขณะที่ต้นทุนกระบวนการคำสั่งซื้อและระบบข้อมูลข่าวสารเกิดขึ้นขึ้นน้อยมาก เนื่องจากต้นทุนปริมาณคำสั่งซื้อเป็นสัดส่วนที่มากที่สุดในต้นทุนโลจิสติกส์เฉลี่ยรวม ซึ่งเป็นต้นทุนที่ประกอบด้วยต้นทุนค่าจัดซื้อวัตถุดิบมากที่สุด จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้ทราบต้นทุนที่แท้จริงของการดำเนินการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรกรอินทรีย์ และข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อหาแนวทางในการลดต้นทุนให้กับเกษตรกรเพื่อนที่จะได้นำไปกำหนดราคาขายได้อย่างเหมาะสมต่อไป

4. ผลการวิเคราะห์รายได้

จากผลการวิเคราะห์รายได้และต้นทุนการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง โดยการคิดต้นทุนเฉลี่ย โดยแสดงรายละเอียด ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ผลการวิเคราะห์รายได้และต้นทุนการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง

รายได้		25,000
กิจกรรมต้นน้ำ	21,969	
กิจกรรมกลางน้ำ	1,606	
กิจกรรมปลายน้ำ	16	23,591
กำไรสุทธิ		<u>1,409</u>

จากตารางที่ 2 แสดงข้อมูลสรุปรายได้และต้นทุนการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร (หน่วย: ต่อต้นต่อปี) พบว่า รายได้ของผลผลิตพืชผักสวนครัวเฉลี่ยจำนวน 25,000 บาท ด้านการวิเคราะห์ต้นทุนในแต่ละกิจกรรมนั้น ประกอบด้วย กิจกรรมต้นน้ำ จำนวน 21,969 กิจกรรมกลางน้ำ จำนวน 1,606 บาท กิจกรรมปลายน้ำจำนวน 16 บาท จากการวิเคราะห์ต้นทุน ทำให้ทราบว่าเกษตรกรผู้ปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์จะได้กำไรสุทธิ 1,409 บาท

จากผลการดำเนินงานวิจัยนี้พบว่า ค่าจัดซื้อค่าวัตถุดิบเป็นต้นทุนทางบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการโซ่อุปทานในส่วนต้นน้ำ คิดเป็น 8,457 บาท/ไร่ ของต้นทุนกิจกรรมทั้งหมดในระดับต้นน้ำ และส่วนปลายน้ำคิดเป็น 11 บาท/ไร่ ของต้นทุนกิจกรรมทั้งหมดในระดับปลายน้ำ จึงได้มีแนวทางการลดต้นทุนค่าจัดซื้อค่าวัตถุดิบ ด้วยการจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่เกษตรกรในด้าน การจัดหาวัตถุดิบจาก Supplier ส่งผลให้เกษตรกรมีความรู้ในการจัดหาที่สำคัญ และก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้

8. อภิปรายผล

จากข้อค้นพบของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลจากข้อค้นพบที่ว่า การพัฒนาโซ่อุปทานด้วยกิจกรรมโลจิสติกส์ในการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยการวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ในการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ ด้วยระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity Based Costing ABC) อ้างถึงใน Weygandt, Kimmel and Kieso, 2010; Whitecotton, Libby and Phillips, 2014 ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารต้นทุน แบบใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ให้ความสนใจกับการบริหารกิจกรรมและต้นทุนที่เกี่ยวข้องโดยถือว่ากิจกรรมเป็นสิ่งที่ทำให้เกิด ต้นทุน ส่วนสินค้าหรือบริการเป็นสิ่งที่ต้องใช้กิจกรรมต่าง ๆ กิจกรรมคือ การกระทำที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงทรัพยากรให้เป็นผลผลิตองค์ประกอบการผลิตของสินค้าประกอบด้วย วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรงและค่าใช้จ่ายการผลิตสำหรับวัตถุดิบทางตรง และค่าแรงงานทางตรง เป็นต้นทุนที่สามารถคิดเข้าผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง แต่ค่าใช้จ่ายการผลิตมีหลายหลายรายการทำให้มีพฤติกรรมต้นทุนแตกต่างกันตามลักษณะของแต่ละรายการ และค่าใช้จ่ายการผลิตโดยส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นต้นทุนทางอ้อม ไม่สามารถคิดเข้าสินค้าได้โดยตรง จึงต้องจัดสรรค่าใช้จ่ายการผลิตเข้าสินค้าแต่ละชนิด ซึ่งวิธีการปันส่วนต้นทุนนั้น เป็นการประมาณการทำให้การคิดต้นทุนไม่ถูกต้องเท่าที่ควร ระบบการคิดต้นทุนในวิธีต้นทุนฐานกิจกรรมได้เข้ามาแก้ไขปัญหา

โดยพิจารณาอย่างถ่วงเพื่อนำไปสู่การคำนวณต้นทุนให้ถูกต้องเพิ่มขึ้น โดยใช้ตัวผลักดันต้นทุนกิจกรรม (Cost Driver) เป็นตัวกำหนดต้นทุนหรือจัดสรรต้นทุน ของค่าใช้จ่ายการผลิต เกษตรกรผู้ปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ จำนวน 30 ครัวเรือน ของชุมชนทุ่งเผาเต่า จังหวัดนครปฐม เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดโครงสร้างต้นทุนฐานกิจกรรม จากนั้นคำนวณหาต้นทุนฐานกิจกรรมที่ก่อให้เกิดต้นทุนที่แท้จริงในการดำเนินการปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ สรุปผลของข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์เกษตรกร การจัดหมวดหมู่ระดับของเกษตรกร ในทุกครัวเรือน คือการจัดหาวัตถุดิบด้วยตนเองจากท้องตลาดทั่วไป ซึ่งไม่มีความรู้หรือมีการรวมกลุ่มในการซื้อวัตถุดิบร่วมกัน ทำให้ไม่มีอำนาจในการต่อรอง จึงก่อให้เกิดต้นทุนในการจัดซื้อค่าวัตถุดิบที่สูง และนอกจากนั้น ในการจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ของชุมชนทุ่งเผาเต่า จังหวัดนครปฐม จะมีการจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง และบางส่วนนำไปจำหน่ายเองตามตลาดชุมชน หากจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง เกษตรกรไม่สามารถกำหนดราคาของพืชผักสวนครัวด้วยตนเอง เนื่องจากเกษตรกรไม่ทราบต้นทุนที่แท้จริงในการดำเนินการปลูกพืชผัก ส่งผลให้อำนาจการกำหนดราคาสินค้าโดยเกษตรกรนั้นลดลง จึงทำให้เกษตรกรผู้ปลูกพืชผักเสียเปรียบดุลการค้าและส่งผลกระทบต่อรายได้เป็นอย่างมาก

9. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

1. ทราบข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมโลจิสติกส์ของพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ จนสามารถกำหนดราคาสินค้าได้อย่างแม่นยำ
2. ทราบโครงสร้างของต้นทุนโลจิสติกส์ด้านพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ ของเกษตรกรในเขตชุมชนเผาเต่า จังหวัดนครปฐม
3. มีแนวทางในการลดต้นทุนโลจิสติกส์ของพืชผักสวนครัวเกษตรอินทรีย์ ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์สำหรับผลผลิตทางการเกษตรชนิดอื่น

10. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. เกษตรกรควรปรับปรุงวิธีการเพาะพันธุ์พืชผัก เพื่อลดต้นทุนในการซื้อพันธุ์ผัก
2. ควรทำวิจัยในการจัดเก็บพันธุ์ผัก เพื่อนำไปปลูกในครั้งต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษากิจกรรมโลจิสติกส์ให้มีกิจกรรมที่เพิ่มมากขึ้นจากเดิม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอื่นๆต่อไป
2. ควรมีการศึกษาก่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าทางการเกษตร ให้มีความหลากหลายเพิ่มจากเดิมเช่น นำมาจำหน่ายร้านสะดวกซื้อต่างๆ ฯลฯ

รายการอ้างอิง

- กมลชนก สุทธิวาทีนฤพุมิตี ศลิษา ภมรสติธย์ และ จักรกฤษณ์ ดวงพัสดรา. (2546). *การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์*. สำนักพิมพ์ท็อป. กาญจนบุรี: ธนโชติรุ่งสาทิส. (2557). *ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโลจิสติกส์ขนส่งข้าวไทยในเส้นทางขนส่งจากจังหวัดนครสวรรค์-ส่งออกต่างประเทศ*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ชัยญานัก หล้าแหล่ง. (2559). *การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ทุเรียนในภาคใต้*. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศรีศรีรินทร์ นรเศรษฐโสภณ. (2565). *แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์เตยหอม อำเภอพุทธรักษา จังหวัดนครปฐม*. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร, 5(1), 139-148.
- ณัฐพล วัฒนไชย. (2561). *การปรับปรุงกระบวนการด้านโลจิสติกส์ตั้งแต่การจอร์จนจนถึงจัดส่งสินค้าของบริษัทโลจิสติกส์แห่งหนึ่ง*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ทนายวุฒิ โพธิ์ทองแสงอรุณ. (2560). *กระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ กลุ่มอุตสาหกรรมน้ำตาล กรณีศึกษาโรงงานน้ำตาลวังขนาย*. มหาวิทยาลัยราชภัฏขอนแก่น.
- ธนิต โสรัตน์. 2550. *การประยุกต์ใช้โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน*, ประทุมทอง พรินต์ติ้ง กรุ๊ป จำกัด.
- ธนชาติ นุ่มนนท์, 2561. Digital Transformation คือการพัฒนา Platform มิใช่แค่การสร้าง Product หรือ Service. [Online] <https://thanachart.org/2018/03/24/digital-transformation-คือการพัฒนา-platform-มิใช่แค่/>. (1 ตุลาคม 2563)
- ชฎาพร ทีมาอุดมกร. (2565). *การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการปลูกอินทผลัมในอำเภอบึงขัง จังหวัดนครราชสีมา*. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร, 5(1), 139-148.
- พงษ์ชัย อธิคมรัตนกุล. โลจิสติกส์ก้าวอย่างประเทศไทยในกระแสโลกาภิวัตน์. สุขภาพ, 2550.
- CSCMP: Council of Supply Chain Management Professionals. 2006. Supply Chain Management and Logistics Definition. [Online] <http://www.cscmp.org/Website/AboutCSCMP/Definitions/Definitions.asp>. (1 October 2020)
- Handfield, R.B. and Nichols, E.L. (1999), *Introduction to supply chain Management*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Lambert, D.M., Baker, A., Huynen, L., Haddrath, O., Herbert, P.D.N. and Millar, C.D. (2003). Is a Large-Scale DNA-Based Inventory of Ancient Life Possible. *Journal of Heredity* 96(3): 279-284
- Mentzer, John T. et al. "Defining Supply Chain Management." *Journal of Business Logistics*. 22, 2 (2001): 1-25.

แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานและ
การจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของ
บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

Causal Relationship Model of Employee Relationship Management
and Customer Relationship Management for Competitive Advantages
of Companies listed on the Market for Alternative Investment (MAI)

ธเนศ อุ่นปรีชาวนิชย์¹

Thanet Oonprechavanich

Article History

Received: 11-04-2023; Revised: 21-05-2023; Accepted: 27-05-2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ตรวจสอบความสอดคล้องแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทฯ และ 2) วิเคราะห์อิทธิพลของการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยอาศัยแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 125 บริษัท โดยอาศัยการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิและสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการศึกษาพบว่า

(1) แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติสำหรับประเมินความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2=24.313$, $df=17$, $\chi^2/df=1.430$, $p\text{-value}=.111$, $RMR=.013$, $GFI=.974$, $RMSEA=.047$ และ $CFI=.991$)

(2) อิทธิพลเชิงสาเหตุของการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีค่าเท่ากับ .49 และ .39 ตามลำดับ การวิจัยนี้ธุรกิจ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Asst. Prof., DBA, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat University 65000

Email: thanet.o@psru.ac.th *Corresponding author

SMEs สามารถใช้เป็นแนวทางพัฒนาการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กรและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อการสร้าง
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

คำสำคัญ : พนักงานสัมพันธ์; ลูกค้าสัมพันธ์; ความได้เปรียบทางการแข่งขัน; ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

ABSTRACT

The purposes of this research aimed to 1) examine the congruence of the causal relationship model and empirical data and 2) analyze the employee relationship management and customer relationship management affected the competitive advantages of companies listed on the Market for Alternative Investment (MAI). Information was collected through 125 questionnaires distributed to companies listed on the Market for Alternative Investment (MAI). The research samples were obtained from stratified random sampling and simple random sampling. Inferential statistics using structure equation modeling (SEM) were used to test hypotheses.

The results showed that:

(1) the causal relationship model was congruent with the empirical data ($\chi^2=24.313$, $df=17$, $\chi^2/df=1.430$, $p\text{-value}=.111$, $RMR=.013$, $GFI=.974$, $RMSEA=.047$ and $CFI=.991$)

(2) the causal relationship between employee relationship management and customer relationship management influences the competitive advantages of companies listed on the Market for Alternative Investment (MAI) with a value of .49 and .39, respectively. This research can be used for SMEs as a guideline for the development of employee relationship management and customer relationship management for competitive advantages.

Keywords: employee relationship; customer relationship; competitive advantages; Market for Alternative Investment (MAI)

1. บทนำ

บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหุ้นหรือตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เป็นบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพทางการแข่งขัน มีโอกาสและแนวโน้มการเติบโตได้ในระยะยาว รวมถึงมีความต้องการเงินทุนในการขยายกิจการเพื่อเติบโตต่อไป ซึ่งการระดมทุนจากตลาดหุ้นหรือการที่บริษัทเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ นอกจากจะทำให้บริษัทสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนและมีฐานเงินทุนที่แข็งแกร่งแล้ว ยังทำให้บริษัทสามารถทราบถึงมูลค่าที่แท้จริงของธุรกิจ เพิ่มโอกาสในการสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการบริหาร การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และการสร้างความสามารถทางการแข่งขันได้อีกด้วย (ปิยะธำ ธิษะโษทัย, 2561) สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่ว่า “การสร้างโอกาสใหม่ของธุรกิจ ในการเติบโตระยะยาวอย่างมีคุณภาพ”

การที่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ จะสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ในปัจจุบันและเติบโตได้ในระยะยาวภายใต้การแข่งขันทางการตลาดอย่างยั่งยืน ปัจจัยสำคัญคือ “การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน” โดยจะเกิดขึ้นจากการจัดการความ

สัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร (Employee Relationship Management) ตามแนวคิด “สมรรถนะบุคคลที่เกี่ยวข้องกันในระดับทางโครงสร้างทางบุคลิกภาพ” ของ Boyatzis (2011) ที่อธิบายถึง การผสมผสานกันระหว่างปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ แนวนโยบายการปฏิบัติงาน และการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาพนักงานในองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญคือ การสร้างผลงานที่ดีที่สุดให้แก่องค์กร โดยตระหนักถึงคุณค่าของพนักงาน ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพ ผลตอบแทนและโอกาสก้าวหน้าในอาชีพการงาน จะนำไปสู่การเพิ่มผลผลิตและขีดความสามารถทางการแข่งขันที่แตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ (Core Competency) นอกจากการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กรแล้ว การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) ก็นับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัท (Maheshwari & Kushwah, 2019) การจัดการลูกค้าสัมพันธ์คือ การสร้างคุณค่าและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการ แก่ลูกค้า จนเกิดความสัมพันธ์ เกิดความภักดีต่อตราสินค้า นับเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนของธุรกิจ (ElFarmawi, 2020)

การจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กรและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทตามทีกล่าวนั้น นับว่าเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการบริหารจัดการของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจด้วยการยกระดับองค์ความรู้ที่ได้จากลูกค้ามาประยุกต์ใช้กับกระบวนการทางการตลาด (Lestari et al., 2020) และการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมที่เหนือกว่าคู่แข่ง (La Falce et al., 2020) นับเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน สร้างจุดแข็งและโอกาสให้กับธุรกิจ นับเป็นตัวขับเคลื่อนหลักสำหรับความสำเร็จทางการตลาดและความอยู่รอดของธุรกิจ (Alani et al., 2019)

จากปัจจัยสาเหตุสำคัญของการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ส่งผลให้บริษัทเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์เชิงเหตุของการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ทั้งนี้เพื่อเป็นรูปแบบในการบริหารจัดการเพื่อการเติบโตอย่างมีคุณภาพของธุรกิจ และสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ประเทศสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงเหตุของการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กรของบริษัท และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ กับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

3. สมมติฐานการวิจัย

1. แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงเหตุของการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. การจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (H1)
3. การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (H2)

4. การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรตามกรอบแนวคิดของการวิจัยดังนี้ Freeman (1984) ได้เสนอแนวคิด “การบริหารกลยุทธ์ผู้มีส่วนได้เสีย หรือทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย” คือ การสร้างความสัมพันธ์และคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับองค์การที่สามารถส่งผลต่อความสำเร็จขององค์การ และเป็นรากฐานสำคัญเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับองค์การในปัจจุบันและอนาคต และจากงานวิจัยของ Sigalas et al. (2013) และ Wang (2014) พบว่า ความสามารถของธุรกิจที่พัฒนาขึ้นโดยอาศัยแนวคิดด้านการตลาดและแนวคิดด้านฐานทรัพยากร จะทำให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าธุรกิจอื่นและบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ นอกจากนี้งานวิจัยของ Mejia Trejo et al. (2016) และ Gil-Gomez et al. (2020) พบว่า ความสามารถทางการแข่งขันของบริษัทอธิบายได้จาก 1) การจัดการความรู้ของลูกค้า (Customer Knowledge Management) หรือการถ่ายทอดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า เพื่อเป็นความรู้สู่บริษัท ทำให้บริษัทสามารถประยุกต์กระบวนการทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ นับเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญของบริษัท (Cepeda-Carrion et al., 2017) และ 2) การจัดการนวัตกรรม (Innovation) เป็นการพัฒนาลิขสิทธิ์หรือกระบวนการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพสามารถตอบสนองความต้องการที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งเกิดขึ้นจากผู้บริหารและพนักงานในองค์การ (Distanont & Khongmalai, 2020; Limaj & Bernroider, 2019; Haerani et al., 2020) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Migdadi (2020) พบว่า บริษัทที่สามารถพัฒนาไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้และมีการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ จะทำให้บริษัทเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

พนักงานในองค์การนับเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุดที่ทำให้้องค์การขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จ (Arimie & Oronsaye, 2020) โดยปัจจัยสำคัญในการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์การ ประกอบด้วย 1) บรรยากาศในการทำงานที่ดี (Workplace well-being) คือ ความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมการทำงาน การสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มทำงานและเพื่อนร่วมงานในบริษัท (Anitha et al., 2014; Gambeta et al., 2019) การบริหารความขัดแย้ง (Brhane & Zewdie, 2018) รวมถึงการสนับสนุนให้พนักงานสามารถทำงานและใช้ชีวิตส่วนตัวได้อย่างสมดุล (Lina et al., 2016) 2) ภาวะผู้นำ (Leadership) คือ การที่ผู้บริหารตระหนักและให้ความสำคัญกับนโยบายในการสนับสนุนการทำงาน การมอบหมายงาน การกระจายอำนาจในการตัดสินใจ การให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์การ (Hakanen, 2017; Ozmen, 2017) และ 3) การจูงใจ (Motivation) โดยการมีระบบการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม รวมถึงการส่งเสริมความก้าวหน้าในอาชีพการงาน (Chandrika, 2017)

สมมติฐาน 2 (H1): การจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์การ ได้แก่ บรรยากาศในการทำงานที่ดี ภาวะผู้นำ และการจูงใจ ส่งผลทางตรงเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทฯ ซึ่งได้แก่ การจัดการความรู้ของลูกค้า และการจัดการนวัตกรรม

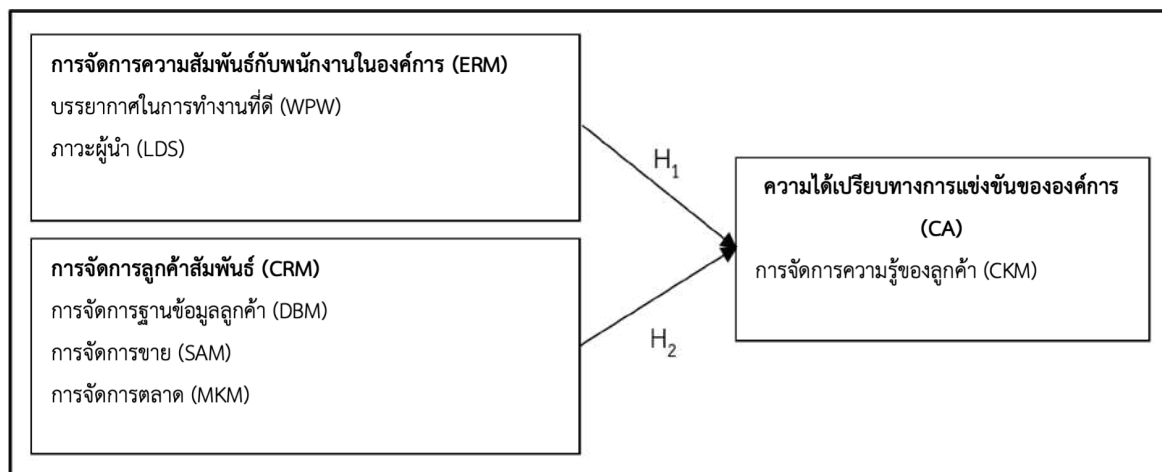
จากแนวคิดของ McCarthy (1960) ที่อธิบายถึง การเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันโดยมุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับลูกค้า และจากแนวคิดดังกล่าวได้พัฒนามาสู่ “การจัดการลูกค้าสัมพันธ์” หรือคือ แนวทางปฏิบัติขององค์การในการจัดการลูกค้าอย่างเป็นระบบทั้งในด้านการจัดการฐานข้อมูลของลูกค้า และการพัฒนากระบวนการทางการตลาด (Mavuram, 2013; Park & Tran, 2018) รวมถึงการจัดการคุณภาพการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ (Kotler & Keller, 2012; Maheshwari & Kushwah, 2019) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความแตกต่างกัน ทำให้ลูกค้าเกิดความภักดี (Alshura, 2018) เสริมสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เกิดความเป็นเลิศในทางการแข่งขัน (Hasanian et al., 2015) จากงานวิจัยของ Gil-Gomez et al. (2020) พบว่า การจัดการลูกค้าสัมพันธ์สามารถอธิบายได้จาก 1) การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า (Data base Management) 2) การจัดการขาย (Sales Management) 3) การจัดการตลาด (Marketing Management) และ 4) การจัดการบริการ (Service Management)

สมมติฐาน 3 (H2): การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ได้แก่ การจัดการฐานข้อมูลลูกค้า การจัดการการขาย การจัดการการตลาด และการจัดการบริการ ส่งผลทางตรงเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทฯ ได้แก่ การจัดการความรู้ของลูกค้า และการจัดการนวัตกรรม

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดของการวิจัย



6. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม (PSRU-EC) แบบเร่งรัด (Expedited Review) หมายเลขโครงการวิจัย คือ PSRU-EC No. : 2021/039 โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยครั้งนี้คือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 8 กลุ่มอุตสาหกรรม รวมทั้งสิ้นจำนวน 181 บริษัท ข้อมูล ณ วันที่ 22 พฤศจิกายน 2564 (ตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ, 2564) โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ ใช้จากสูตรการคำนวณของ Yamane (1973) ค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 125 บริษัท สอดคล้องกับสูตรการคำนวณและคำแนะนำของ Hair et al. (2010) ที่ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างระหว่าง 100-180 บริษัท (จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 10-20 เท่าต่อ 1 ตัวแปรที่สังเกตได้ งานวิจัยนี้มี 9 ตัวแปรสังเกตได้ และต้องไม่น้อยกว่า 100 ตัวอย่าง) ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น โดยกำหนดสัดส่วนตามชั้นภูมิ (ตามตารางที่ 1) จากนั้นใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่ายด้วยการจับฉลากให้ได้ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดชั้นภูมิ

ตารางที่ 1

แสดงกลุ่มอุตสาหกรรมบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย

กลุ่มอุตสาหกรรม	AGRO	CONS	FINC	INDS	PROP	RESU	SERV	TECH
จำนวน (บริษัท)	8	14	10	38	34	12	47	18
กลุ่มตัวอย่าง (บริษัท)	6	10	7	26	24	8	32	12

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรในการวิจัยประกอบด้วย

1) ตัวแปรสาเหตุ ได้แก่ การจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

2) ตัวแปรผล ได้แก่ ความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

3. เครื่องมือวิจัยในการวิจัย

แบบสอบถามแบบปลายปิด ประกอบด้วย ส่วนที่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2) การจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กรของบริษัทฯ ประกอบด้วย สภาพบรรยากาศการทำงาน (WPW) ภาวะผู้นำ (LDS) และการจูงใจ (MOT) ส่วนที่ 3 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทฯ ประกอบด้วย การจัดการฐานข้อมูลของลูกค้า (DBM) การจัดการขาย (SAM) การจัดการตลาด (MKM) และการจัดการบริการ (SVM) และส่วนที่ 4) ความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทฯ ได้แก่ การจัดการความรู้ของลูกค้า (CKM) และการจัดการนวัตกรรม (INO)

การทดสอบเครื่องมือวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน โดยมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของรายข้อคำถามอยู่ระหว่าง .67 – 1.00 ซึ่งมีความมากกว่า .50 แสดงว่า แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Rovinelli & Hambleton , 1977) จากนั้นนำไปทดสอบกับบริษัทฯ จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับตัวอย่างที่ศึกษา) จำนวน 30 ราย ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 มีค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ .892, .942 และ .881 ตามลำดับ ซึ่งมีความมากกว่า .70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง (Cronbach, 1970)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามคือ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้อำนวยการ หรือกรรมการผู้จัดการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การตรวจสอบปัญหาสหภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ (Multicollinearity) เพื่อทดสอบข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์จะไม่มีปัญหาสหภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ

ส่วนที่ 2 การตรวจสอบความตรงและความน่าเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝง ได้แก่ ค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัยที่ว่า 1) แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงเหตุของการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 2) การจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และ 3) การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัทมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

7. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การตรวจสอบปัญหาสถานะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ

ตารางที่ 2

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายคู่ของการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทฯ

ตัวแปร	WPW	LDS	MOT	DBM	SAM	MKM	SVM	CKM	INO
WPW	1								
LDS	.431**	1							
MOT	.465**	.612**	1						
DBM	.459**	.365**	.490**	1					
SAM	.547**	.528**	.635**	.578**	1				
MKM	.473**	.362**	.407**	.425**	.525**	1			
SVM	.543**	.514**	.523**	.467**	.602**	.570**	1		
CKM	.505**	.427**	.389**	.474**	.501**	.427**	.477**	1	
INO	.556**	.513**	.480**	.484**	.614**	.523**	.579**	.565**	1

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรจำนวน 36 คู่ มีค่าความสัมพันธ์ระหว่าง 0.365 ถึง 0.635 ซึ่งมีค่าไม่เกิน ± 0.85 ตามเกณฑ์การพิจารณาของ Kline (2005) ดังนั้นข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ผลการวิจัยครั้งนี้จะไม่มีปัญหาสถานะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ (Multicollinearity)

ส่วนที่ 2 การตรวจสอบความตรงและความน่าเชื่อถือของตัวแปรแฝง

ตารางที่ 3

แสดงค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (CR) และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE)

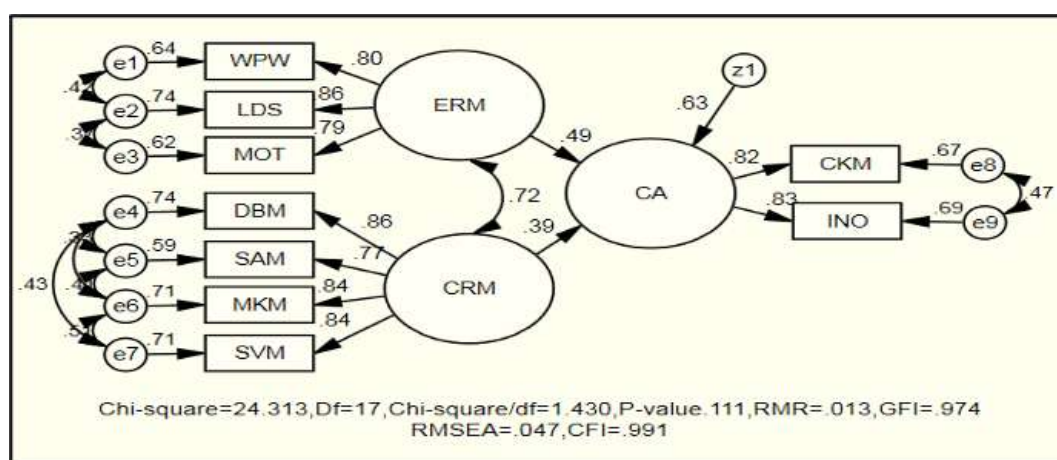
ตัวแปรแฝง (2 nd)	ตัวแปรแฝง (1 st)	CR	AVE	ตัวแปรแฝง (2 nd)	ตัวแปรแฝง (1 st)	CR	AVE
ERM	WPW	.877	.715	CA	CKM	.813	.534
	LDS	.886	.676		INO	.886	.732
	MOT	.892	.689				
CRM	DBM	.927	.824				
	SAM	.848	.660				
	MKM	.847	.662				
	SVM	.894	.615				

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าความเชื่อมั่น (CR) มากกว่า 0.70 และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) มากกว่า 0.50 แสดงว่า องค์ประกอบมีความเที่ยงตรงเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์รูปแบบเชิงโครงสร้างต่อไป (Bollen & Long, 1993)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

ภาพที่ 2

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างของการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทฯ หลังการปรับแต่งแบบจำลอง



จากผลการวิจัย พบว่า ค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของตัวแบบสมการโครงสร้างนี้มีค่า $\chi^2=24.313$, $df=17$, $\chi^2/df=1.430$, $p\text{-value}=.111$, $RMR=.013$, $GFI=.974$, $RMSEA=.047$ และ $CFI=.991$ ซึ่งได้ถือว่ามีคุณสมบัติสอดคล้องกับค่าดัชนีที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ของ Schermelleh-Engel et al. (2003) ที่กำหนดไว้ Chi-square/df มีค่า ≤ 2 , $p\text{-value}$ มีค่า $.05 < p \leq 1.00$, RMR มีค่า $0 \leq RMR \leq .05$, GFI มีค่า $.95 \leq GFI \leq 1.00$, $RMSEA$ มีค่า $0 \leq RMSEA \leq .05$ และ CFI มีค่า $.97 \leq CFI \leq 1.00$ ดังนั้น สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 ที่ว่าแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงเหตุของการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทฯ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากผลการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำ (LDS) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .86) ต่อการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร (ERM) รองลงมาคือ บรรยากาศในการทำงานที่ดี (WPW) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .80) และการจูงใจ (MOT) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .79) ตามลำดับ สำหรับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) พบว่า การจัดการฐานข้อมูลของลูกค้า (DBM) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .86) รองลงมาคือ การจัดการตลาด (MKM) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .84) การจัดการบริการ (SVM) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .84) และการจัดการขาย (SAM) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .77) ตามลำดับ โดยการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร (ERM) และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) มีความสัมพันธ์ระหว่างกันคิดเป็นร้อยละ 72 และร่วมกันอธิบายความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ คิดเป็นร้อยละ 63

จากผลการวิจัย พบว่า การจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร (ERM) และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ส่งผลด้านบวกด้วยค่าอิทธิพลคิดเป็นร้อยละ 49 และ 39 ตามลำดับต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ในด้านการจัดการนวัตกรรม (INO) มากที่สุด (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .83) รองลงมาคือ การจัดการความรู้ของลูกค้า (CKM) (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .82)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 2 (H1) และ 3 (H2) พบว่า การจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร (ERM) และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) ส่งผลด้านบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

8. อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างของการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พบว่าค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของตัวแบบสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับค่าดัชนีที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตามคำแนะนำของ Schermelleh-Engel et al. (2003) และพบประเด็นสำคัญว่า ปัจจัยที่ทำให้การจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กรและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์บรรลุผลสำเร็จ และนำบริษัทฯ ไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการพัฒนานวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการจัดการความรู้ของลูกค้าเพื่อประโยชน์ต่อการประยุกต์ใช้กระบวนการทางการตลาดให้เหมาะสมกับวงจรชีวิตของลูกค้า เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าได้มากขึ้นขึ้นอยู่กับผู้บริหารเป็นสำคัญ ผู้บริหารจะต้องมีภาวะผู้นำ (Leadership) หรือคุณลักษณะของผู้บริหารที่สามารถกำหนดค่านิยมร่วมกันกับพนักงานเพื่อการพัฒนาองค์กร มุ่งเน้นนโยบายที่ให้ความสำคัญกับพนักงาน การพัฒนาพนักงาน เน้นคุณภาพการใช้ชีวิตของพนักงานในบริษัทควบคู่ไปพร้อมกันกับประสิทธิภาพของผลงานและกำหนดวิธีการในการสร้างแรงจูงใจอย่างเหมาะสม ทำให้พนักงานเกิดความทุ่มเทในการทำงาน ความมุ่งมั่น ความไว้วางใจ และความภักดี เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนาบริษัท อันจะนำไปสู่ความสำเร็จของบริษัทและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง สอดคล้องกับวิจัยของ Onkila and Sarna (2022); Pancasila et al. (2020) และ Turner (2020) พบว่า ภาวะผู้นำและการสร้างแรงจูงใจในการทำงานจะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของพนักงาน ทำให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขันสูงสุด

นอกจากผู้บริหารที่ต้องมีภาวะผู้นำซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กรแล้ว ผู้บริหารจะต้องมีความรอบรู้ (Knowing) ทราบและเข้าถึงข้อมูลลูกค้าก่อน จึงจะนำไปสู่การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าให้สำเร็จได้ ดังนั้นผู้บริหารต้องให้ความสำคัญต่อการดำเนินการจัดการฐานข้อมูลของลูกค้าอย่างเป็นระบบ ผสมผสานความสามารถทางเทคโนโลยี เพื่อข้อมูลในการประยุกต์ใช้กระบวนการจัดการด้านการตลาด การบริการ และการขาย ให้เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายและแตกต่างกัน ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ที่จะส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับบริษัทด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jobber and Lancaster (2020); Mo and Yu (2022) และ Venkatesan et al. (2022) พบว่า การจัดการฐานข้อมูลเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในกระบวนการด้านการตลาดและการขาย รวมถึงการบริการ จะทำให้บริษัทสามารถสร้างกำไรที่เกิดขึ้นจากคุณค่าของลูกค้าในระยะยาว

การจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กรและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านการพัฒนานวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการจัดการความรู้ของลูกค้า ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Gil-Gomez et al. (2020); Jardon and Martinez-Cobas (2022) และ Migdadi (2020) พบว่า การที่บริษัทสามารถบรรลุประสิทธิผลทางการตลาดจากการจัดการความรู้ของลูกค้า และการพัฒนานวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า จะส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัท ทั้งนี้ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ของบริษัทฯ ด้านนวัตกรรมและการจัดการความรู้ของลูกค้าเกิดจากอิทธิพลด้านการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กรและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

9. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ นอกจากจะต้องมีภาวะผู้นำแล้ว ผู้บริหารยังจะต้องให้ความสำคัญต่อการจัดการฐานข้อมูลของลูกค้า การผสมผสานความสามารถทางเทคโนโลยี เพื่อการประยุกต์ใช้กระบวนการทางการตลาดและการขาย รวมถึงการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการจัดการนวัตกรรมและการจัดการความรู้ของลูกค้า หรืออาจกล่าวได้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทฯ เกิดขึ้นจากการที่ผู้บริหารให้ความสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนนวัตกรรมการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกบริษัท

10. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ใน 8 กลุ่มอุตสาหกรรม ผลการศึกษาที่ได้จึงแสดงให้เห็นถึง ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความสัมพันธ์กับพนักงานในองค์กร และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทในภาพโดยรวม

2. เพื่อให้ความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทฯ คงอยู่ต่อไป ผู้บริหารจำเป็นต้องพัฒนากระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และประสบการณ์ ตลอดจนวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศกับบริษัทที่บรรลุเกณฑ์มาตรฐาน ควบคู่กับการพัฒนาระบบคลังข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อการธำรงและสืบทอดองค์ความรู้ ทักษะ ตลอดจนพัฒนาขีดความสามารถให้คงอยู่กับบริษัทฯ ต่อไปด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การนำแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของงานวิจัยนี้ไปทดสอบกับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อยืนยันผลการศึกษาว่าสามารถอ้างอิงกับบริษัทฯ ขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพทางการแข่งขันได้ ทั้งนี้เพราะ บริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SME จะมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจในวิธีการที่แตกต่างกับบริษัทขนาดใหญ่

2. เพื่อให้สอดคล้องกับวิสัยของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในการพัฒนาตลาดทุนเพื่อทุกคน ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ความไว้วางใจของนักลงทุนที่มีต่อบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และการบริหารผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัทฯ

รายการอ้างอิง

- ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. (2564). *โครงสร้างการจัดกลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ*. สืบค้นจาก https://classic.set.or.th/mai/th/company/industry_group_p1.html
- ปิยารมย์ ปิยะไทยเสรี. (2561). *IPO Roadmap เส้นทางสู่การเป็นบริษัทจดทะเบียน*. ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน (TSI).
- Alani, E., Kamarudin, S., Alrubaiie, L., & Tavakoli, R. (2019). A model of the relationship between strategic orientation and product innovation under the mediating effect of customer knowledge management. *Journal of International Studies*, 12(3), 232-242.

- Alshura, M. S. (2018). Customer relationship management (CRM) capabilities & building a sustainable competitive advantage in mobile phone operators in Jordan. *International Journal of Business and Management*, 13(3), 262-269.
- Anitha, J. (2014). Determinants of employee engagement and their impact on employee performance. *International journal of productivity and performance management*, 63(3), 308-323..
- Arimie, J. C., & Oronsaye, A. O. (2020). Assessing employee relations and organizational performance: a literature review. *International Journal of Applied Research in Business and Management*, 1(1), 1-17.
- Bollen, K.A. & Long, J.S. (1993). *Testing structural equation models*. Newbury Park, CA: Sage.
- Boyatzis, R. E. (2011). Managerial and leadership competencies: A behavioral approach to emotional, social and cognitive intelligence. *Vision*, 15(2), 91-100.
- Brhane, H., & Zewdie, S. (2018). A literature review on the effects of employee relation on improving employee performance. *International Journal in Management and Social Science*, 6(4), 66-76.
- Cepeda-Carrion, I., Martelo-Landroguez, S., Leal-Rodríguez, A. L., & Leal-Millán, A. (2017). Critical processes of knowledge management: An approach toward the creation of customer value. *European Research on Management and Business Economics*, 23(1), 1-7.
- Chandrika, P. (2017). Impact of internal marketing on Human Resource Management–A study. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 6(4), 15-20.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper & Row.
- Distanont, A., & Khongmalai, O. (2020). The role of innovation in creating a competitive advantage. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 41(1), 15-21.
- ElFarmawi, W. (2020). The Relationship between Customer Relationship Management and Product Innovation. *Journal of Systems Integration*, 10(4), 10-16
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Ballinger, Boston, MA.
- Gambeta, E., Koka, B. R., & Hoskisson, R. E. (2019). Being too good for your own good: A stakeholder perspective on the differential effect of firm-employee relationships on innovation search. *Strategic Management Journal*, 40(1), 108-126.
- Gil-Gomez, H., Guerola-Navarro, V., Oltra-Badenes, R., & Lozano-Quilis, J. A. (2020). Customer relationship management: digital transformation and sustainable business model innovation. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 33(1), 2733-2750.
- Haerani, S., Sumardi, S., Hakim, W., Hartini, H., & Putra, A. H. P. K. (2020). Structural model of developing human resources performance: *Empirical study of Indonesia states owned enterprises*. The Journal of Asian Finance, Economics and Business, 7(3), 211-221.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). New York: Pearson.
- Hakanen, M. (2017). *The development and management of interpersonal trust in a business network in health, exercise, and wellbeing markets*. Jyväskylä studies in business and economics, UNIVERSITY OF JYVÄSKYLÄ.

- Hasanian, G., Chong, C. W., & Gan, G. C. (2015). Application of knowledge management factors on customer relationship management process. *Library Review*, 64(8/9), 583-596.
- Jardon, C. M., & Martinez-Cobas, X. (2022). Trust and opportunism in the competitiveness of small-scale timber businesses based on innovation and marketing capabilities. *Business Strategy & Development*, 5(1), 69-79.
- Jobber, D., & Lancaster, G. (2020). *Selling and sales management* (10th Edition). Publisher: Pearson.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling*. 2nd Edition, New York: Guilford Press.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing management* (14th Edition). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- La Falce, J. L., De Muylder, C. F., & Santos, M. F. (2020). Competitiveness: Theoretical Reflections and Relation with Innovation. *Revista Horizontes Interdisciplinares da Gestão*, 4(2), 1-21.
- Lestari, S. D., LEON, F. M., Widyastuti, S., BRABO, N. A., & Putra, A. H. P. K. (2020). Antecedents and consequences of innovation and business strategy on performance and competitive advantage of SMEs. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 365-378.
- Limaj, E., & Bernroider, E. W. (2019). The roles of absorptive capacity and cultural balance for exploratory and exploitative innovation in SMEs. *Journal of Business Research*, 94, 137-153.
- Lina, M. A., Ali, M. M., & Hossain, M. A. (2016). Contemporary Challenges of Human Resource Management. *International Journal of Ethics in Social Sciences*, 4(1), 145-156.
- Maheshwari, P., & Kushwah, B. S. (2019). Customer loyalty approach of CRM. *Journal of the Gujarat Research Society*, 21(16), 64-72.
- Mavuram, S.R. (2013). *Customer Relationship Management* (Doctoral dissertation). Available from ProQuest Dissertations & Theses Full Text. (UMI No. EP69083).
- McCarthy, E. J. (1960). *Basic Marketing, A managerial approach*. IL: Richard D. Irwin.
- Mejía Trejo, J., Sánchez Gutiérrez, J., & Maldonado Guzman, G. (2016). The customer knowledge management and innovation. *Contaduría y administración*, 61(3), 456-477.
- Migdadi, M. M. (2020). Knowledge management, customer relationship management and innovation capabilities. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 36(1), 111-124.
- Mo, C. J., & Yu, T. (2022). Capturing complex, dynamic customer loyalty by integrating traditional and big data analyses. In *Handbook of Research on Customer Loyalty* (pp. 95-106). Edward Elgar Publishing.
- Onkila, T., & Sarna, B. (2022). A systematic literature review on employee relations with CSR: State of art and future research agenda. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(2), 435-447.
- Ozmen, Y. S. (2017). How employees define organisational trust: analysing employee trust in organisation. *Journal of Global Responsibility*, 9(1), 21-40.
- Pancasila, I., Haryono, S., & Sulisty, B. A. (2020). Effects of work motivation and leadership toward work satisfaction and employee performance: Evidence from Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 7(6), 387-397.

- Park, J. H., & Tran, T. B. H. (2018). Internal marketing, employee customer oriented- behaviors, and customer behavioral responses. *Psychology & Marketing*, 35(6), 412-426.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Muller H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: tests of significance and goodness-of-fit models. *Methods of Psychological Research Online*, 8, 23-74.
- Sigalas, C., Economou, V. P., & Georgopoulos, N. B. (2013). Developing a measure of competitive advantage. *Journal of Strategy and Management*, 6(4), 320-342.
- Turner, P. (2020). Why Is Employee Engagement Important?. In *Employee Engagement in Contemporary Organizations* (pp. 57-84). Palgrave Macmillan, Cham.
- Venkatesan, R., Kumar, V., & Reinartz, W. (2022). Customer relationship management in business markets. In *Handbook of Business-to-Business Marketing* (pp. 335-358). Edward Elgar Publishing.
- Wang, H. (2014). Theories for Competitive Advantage. In H. Hasan (Eds.), *Being Practical with Theory: A Window into Business Research*, 33-43.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd Edition). New York: Harper and Row Publications.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต และความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้สูงอายุ
ที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย

FACTORS INFLUENCING THE QUALITY OF LIFE AND REVISIT INTENTION
OF THE ELDERLY USING THE ELDERLY CARE SERVICES IN THAILAND

วัชรภรณ์ ขายม¹ ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร² ทวีศักดิ์ รูปสิงห์³ และ อัมพล ชูสนุก⁴

Watcharaporn Kayom, Tunpawee Ratpongporn, Taweesak Roopsing and Ampon Shoosanuk

Article History

Received; 20-12-2022 Revised; 03-04-2023 Accepted; 19-04-2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต และความตั้งใจใช้บริการซ้ำผ่านทางพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง และความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย และ (2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต และความตั้งใจใช้บริการซ้ำ พบว่า (1) คุณภาพการให้บริการ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง (2) คุณภาพการให้บริการ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในชีวิต (3) พฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง และความพึงพอใจในชีวิตมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพชีวิต และ (4) พฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง และความพึงพอใจในชีวิตมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำ เมื่อพิจารณาค่าอิทธิพล พบว่า พฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองมีอิทธิพลทางตรง และ

¹ นักศึกษาปริญญาเอก โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Doctor of Philosophy Program in Social Sciences, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

Email: watcharaporn_ka@rmut.ac.th *Corresponding author

² รองศาสตราจารย์, ดร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Assoc. Prof. Ph.D, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

³ รองศาสตราจารย์, เรือโท ดร. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

Assoc. Prof. Lt. JG. Ph.D, Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

⁴ ดร., นักวิชาการอิสระ

Ph.D, Independent Scholar

อิทธิพลรวมสูงสุด คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางอ้อมสูงสุด และโมเดลสมการโครงสร้างที่ปรับใหม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ; พฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง; ความพึงพอใจในชีวิต; คุณภาพชีวิต; ความตั้งใจใช้บริการซ้ำ

ABSTRACT

The objectives of this research were, the researcher develops (1) a causal relationship model of the influence of service quality, activities participation, and physical environment affecting the quality of life and revisit intention through self-care health behavior and life satisfaction of the elderly using the elderly care services in Thailand. The researcher examines (2) the congruence of the causal relationship model affecting the quality of life and revisit intention of the elderly under investigation and the empirical data. Findings of the causal relationship model affecting the quality of life and revisit intention showed the following. (1) The service quality, activities participation, and physical environment exhibited positive influence in self-care health behavior. (2) The service quality, activities participation, physical environment, and self-care health behavior exhibited positive influence on life satisfaction. (3) Self-care health behavior and life satisfaction exhibited positive influence on the quality of life. (4) Self-care health behavior and life satisfaction exhibited positive influence on revisit intention. When considering the factors influencing, it was found that the factor with the highest direct influence was self-care health behavior. The factor with the highest indirect influence was the service quality. The factor with the highest total influence was self-care health behavior. The inspection of the congruence of the causal relationship model affecting the quality of life and revisit intention found that the adjusted structural equation model exhibited the congruence with the empirical data at a good level.

Keywords: service quality; self-care health behavior; life satisfaction; quality of life; revisit intention

1. บทนำ

ประชากรสูงอายุที่เพิ่มขึ้นเป็นความท้าทายที่หลีกเลี่ยงไม่ได้สำหรับอุตสาหกรรมการดูแลสุขภาพทั่วโลก (Choy et al., 2018) สัดส่วนของผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปเป็นประชากรที่เติบโตเร็วที่สุด ประเทศไทยเข้าสู่ช่วงเปลี่ยนผ่านของโครงสร้างประชากรสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุ (aging society) มาตั้งแต่ พ.ศ. 2548 และ พ.ศ. 2564 ไทยจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ประชากรร้อยละ 20 จะมีอายุเกิน 60 ปี โดยประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุราว 14 ล้านคน (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2564) ทั้งนี้สถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุที่ขึ้นทะเบียนมากกว่า 600 แห่ง และสถานประกอบการขนาดเล็กที่ยังไม่ขึ้นทะเบียนคาดว่าจะมีประมาณ 2,000 แห่ง ในช่วงระยะเวลา 2 ปี การเติบโตอย่างต่อเนื่องปีละกว่า 1.5 เท่าทุกปี คาดว่ามีมูลค่าตลาดราว 1 หมื่นล้านบาท (กรุงเทพมหานคร, 2566) ผู้สูงอายุมักจะได้รับผลกระทบจากเงื่อนไขอย่างใกล้ชิดเชื่อมโยงกับกระบวนการชราปกติ และการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับอายุซึ่งต้องการการพิจารณาความต้องการ โอกาส และสถานที่พำนัก (Scocco & Nassuato, 2017) จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจถึงความต้องการ

ที่ไม่เหมือนใครของผู้สูงอายุ ส่งมอบการดูแลที่ถูกต้อง สถานที่ที่เหมาะสม ความต้องการที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งด้านการดูแลสุขภาพ และการช่วยเหลือดำรงชีวิตประจำวันในสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุ (Kabadayi et al., 2020)

คุณภาพชีวิตที่ปรับปรุงแล้วเป็นเป้าหมายด้านสุขภาพของประเทศ บริการดูแลผู้สูงอายุที่มีศักยภาพ สามารถสร้างคุณค่าของ มนุษย์ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (Knapik, 2020) การดำเนินการเชิงกลยุทธ์ตามกลุ่มผู้สูงอายุ แสดงถึงโอกาสทางธุรกิจ ที่ติดตามขนาดความมั่งคั่ง ศักยภาพของตลาดผู้สูงอายุสำหรับการเติบโตที่มั่นคง กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างรายได้ ซึ่งจะต้องตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้สูงอายุ (Nella & Christou, 2016) รวมทั้งความตั้งใจให้บริการซ้ำจากการ ให้บริการที่เฉพาะเจาะจง สามารถลดต้นทุนทางการตลาด นักการตลาดควรพัฒนาผลประโยชน์ที่หลากหลายที่ส่งเสริมความตั้งใจใช้ บริการซ้ำ เกิดการอุปถัมภ์การให้บริการของธุรกิจ การรักษาฐานลูกค้ารายเดิม รวมถึงรูปแบบของความจงรักภักดีของลูกค้า นั้น สร้าง ผลประโยชน์ระยะยาวให้กับธุรกิจ ดังนั้นภาคธุรกิจบริการเน้นสร้างการรับรู้ การตอบสนองต่อสิ่งเร้า เพื่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้ สูงอายุ (Konuk, 2019) จากความสำคัญข้างต้น จึงเป็นสาเหตุให้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต และความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้ สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์ต่อสถานประกอบการดูแล ผู้สูงอายุ และองค์กรที่ดำเนินธุรกิจใกล้เคียงกับสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในการขับเคลื่อนให้ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการมีคุณภาพ ชีวิตที่ดีขึ้น และความตั้งใจใช้บริการซ้ำต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม และสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต และความตั้งใจใช้บริการซ้ำผ่านทางพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง และความพึงพอใจในชีวิตของ ผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต และความตั้งใจใช้บริการ ซ้ำของผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3. สมมุติฐานการวิจัย

1. คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแล ผู้สูงอายุในประเทศไทย
2. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการ ดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย
3. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการ ดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย
4. คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุ ในประเทศไทย
5. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูง อายุในประเทศไทย
6. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูง อายุในประเทศไทย

7. พฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย
8. พฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย
9. ความพึงพอใจในชีวิตมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย
10. พฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย
11. ความพึงพอใจในชีวิตมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย

4. การทบทวนวรรณกรรม

ผู้สูงอายุ (elderly) เป็นผู้มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561) ซึ่งเกี่ยวข้องกับทฤษฎีในกลุ่มความสูงอายุเชิงชีวภาพ และความสูงอายุเชิงจิตสังคม ร่วมกันอธิบายในมุมมองที่หลากหลาย (Whaley & Barber, 2017) ทั้งนี้ Pender (1996) ได้พัฒนารูปแบบการส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งบุคคลมีสุขภาพ และคุณภาพชีวิตที่ดี ประกอบด้วยโมเดลหลัก 3 โมเดล ได้แก่ (1) ลักษณะเฉพาะ และประสบการณ์ของบุคคล (2) ความคิด และอารมณ์ต่อพฤติกรรม และ (3) พฤติกรรมผลลัพธ์ แบบจำลองการส่งเสริมสุขภาพของเพนเดอร์ฉบับปรับปรุง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างโมเดลหลักที่สำคัญ (Parsons et al., 2011) การคงไว้ซึ่งการทำหน้าที่ของร่างกาย และการมีภาวะสุขภาพที่ดีของผู้สูงอายุ จึงจำเป็นต้องส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง อันนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (Lee & Oh, 2020)

คุณภาพชีวิต (quality of life) หมายถึง ระดับความพึงพอใจต่อสภาพการดำรงชีวิตของบุคคล ซึ่งสัมพันธ์กับเป้าหมาย และความคาดหวังของตนเองภายใต้บริบทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ (1) มิติด้านร่างกาย (2) มิติด้านจิตใจ (3) มิติด้านความสัมพันธ์ทางสังคม และ (4) มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Leung & Liang, 2019) คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจากการรับบริการด้านสุขภาพ มาจากการที่ลูกค้ามีส่วนร่วมในกิจกรรมการสร้างความร่วมมือกัน นั่นคือกลยุทธ์ และข้อเสนอคุณค่าให้กับลูกค้ากลุ่มต่าง ๆ ของผู้ให้บริการ (Pham et al., 2019) รวมทั้งความตั้งใจใช้บริการซ้ำ (revisit intention) คือ ความตั้งใจของผู้ใช้บริการอย่างเข้มข้นโดยคงไว้ซึ่งการใช้บริการในเชิงบวกอย่างต่อเนื่อง (Wang & Li, 2019) นักการตลาดควรพัฒนาผลประโยชน์ที่หลากหลายที่ส่งเสริมการกลับมาใช้บริการซ้ำ เกิดการอุปถัมภ์การให้บริการของธุรกิจ

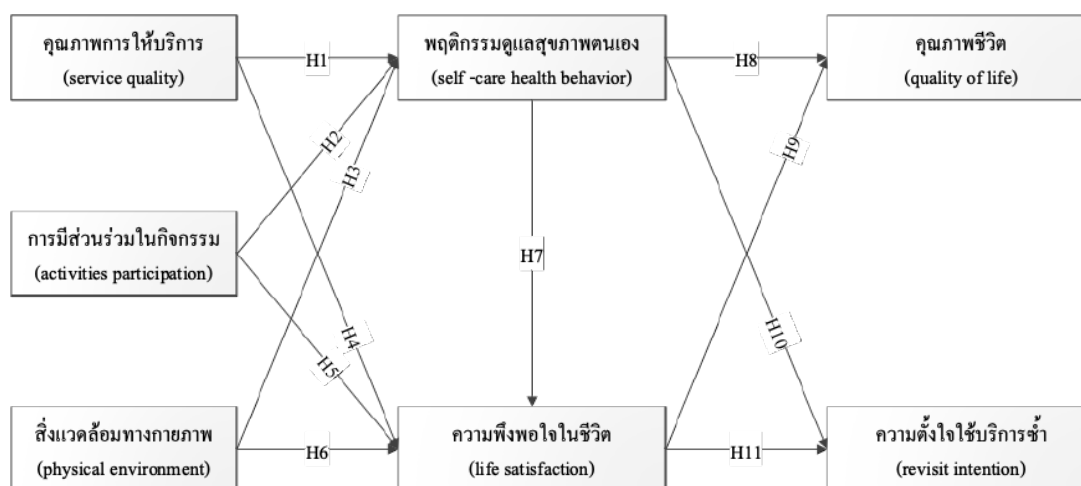
คุณภาพการให้บริการของสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุ โดยพัฒนาตัวแบบคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 มิติ Parasuraman et al. (1988) ซึ่งคุณภาพการให้บริการมีความสำคัญต่อความห่วงใยในการพัฒนาความสุขของผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิง (Suriyanrattakorn & Chang, 2021) ทั้งนี้การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเป็นอิสระโดยสมัครใจในการตัดสินใจร่วมลงมือปฏิบัติ และร่วมประเมินผล การมีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วยให้ผู้สูงอายุมีสมรรถภาพทางร่างกาย จิตใจ และสุขภาพที่ดีขึ้น นำไปสู่ความพึงพอใจในชีวิตที่มากขึ้น (Kim et al., 2015) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งแวดล้อม หรือสถานที่สนับสนุนการพักอาศัย สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ความสะอาดสบาย ประสบการณ์ การสร้างปฏิสัมพันธ์ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้อยู่อาศัย (Ozcelik & Becerik-Gerber, 2018) ผู้สูงอายุที่ออกจากบ้านของตน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม ความรู้สึกต่อคุณลักษณะด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นอิสระ มีอิทธิพลอย่างมากต่อสุขภาพ ความสุข และคุณภาพชีวิตที่ดี (Vitman Schorr & Khalaila, 2018) พฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง เป็นการวัดความเป็นไปได้ของพฤติกรรมดูแลตนเองที่สามารถปรับเปลี่ยน ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสุขภาพ การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ การออก

กำลังกาย การจัดการความเครียด และการเลิกสูบบุหรี่ (Ahn et al., 2016) การดูแลสุขภาพตนเอง สุขภาพจิต การนอนหลับอย่างเหมาะสม ส่งเสริมคุณภาพชีวิต และความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุ (Kim & Ko, 2018) รวมทั้งความพึงพอใจในชีวิต เป็นระดับที่บุคคลตัดสินคุณภาพโดยรวมของชีวิตในขณะนั้นว่าอยู่ในเกณฑ์ดี (Wang, 2017) การรับรู้ถึงความพึงพอใจในชีวิตในระดับมาก และในที่สุดลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำ (Swart et al., 2018) การมีสุขภาพที่ดีมีผลต่อความพึงพอใจในชีวิต ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ถึงค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพที่ได้รับ และสามารถกำหนดคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นได้ (Huang et al., 2018)

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



6. ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้สูงอายุซึ่งมีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่มาใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยศึกษาจากผู้สูงอายุที่ไม่อยู่ในภาวะเป็นผู้ป่วยติดเตียง ตามลักษณะการให้บริการ (1) สถานบริการช่วยเหลือในการดำรงชีวิต (assisted living) (2) สถานบริบาล (nursing home) ตัวอย่างที่ทำการวิจัย คือ ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยไม่ละเมิดสิทธิผู้สูงอายุที่มาใช้บริการ ซึ่งกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (structural equation modeling-SEM) Hair et al. (2018) แนะนำว่าขนาดตัวอย่างควรมีค่าเป็น 5 เท่าของพารามิเตอร์ จากโมเดลตามสมมุติฐานการวิจัยมีทั้งสิ้น 91 พารามิเตอร์ ดังนั้นควรมีขนาดอย่างน้อย 455 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตาจากสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุที่มีชื่อเสียง บริการดีเยี่ยม ปี 2021 ของประเทศไทย 10 อันดับแรก (ท็อปเบสต์แบรนด์ (topbestbrand), 2564) เพื่อใช้อ้างอิงรายชื่อสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ดังนั้นเก็บข้อมูล 46 คนต่อสถานประกอบการ รวมเป็นขนาดตัวอย่างที่ต้องเก็บทั้งสิ้น 460 คน

2. ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย (1) ตัวแปรแฝงภายนอก คือ คุณภาพการให้บริการ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (2) ตัวแปรคั่นกลาง คือ พฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง ความพึงพอใจในชีวิต (3) ตัวแปรตาม คือ คุณภาพชีวิต ความตั้งใจใช้บริการซ้ำ ทั้งนี้มีขอบเขตด้านสถานที่และระยะเวลา คือ สถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย จำนวน 10 แห่ง และเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะเวลา 3 เดือน คือ กันยายน-พฤศจิกายน พ.ศ. 2564

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยปรับใช้มาตรวัดจากงานวิจัยที่ผ่านมา ทั้งนี้เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามลักษณะแบบมาตราประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ตามแบบ Likert Scale กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยการวิเคราะห์ข้อมูล (Best, 1982) การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้ (1) ความตรงเชิงเนื้อหา ควรมีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (Turner et al., 2002) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน พบว่าค่าผ่านเกณฑ์ทุกข้อคำถาม (2) ความเที่ยง นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ 40 ชุด ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแต่ละข้อคำถาม ควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Zailani et al., 2016) มีค่าระหว่าง 0.923-0.972 และค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม ควรมีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป (Ladhari, 2010) มีค่าระหว่าง 0.735-0.964 (3) การตรวจสอบความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน (construct validity) โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis--CFA) ทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่าการวัดค่าของตัวแปรที่ได้จากตัวอย่างสามารถแทนค่าจริงที่มีอยู่ในประชากรได้ (Hair, et al., 2019)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้รวบรวมข้อมูลจากผู้สูงอายุที่มาใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย อ้างอิงอัตราเฉลี่ยของการตอบกลับของการวิจัยในอดีตได้ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 91.67% ทำการแจกแบบสอบถามออกไปทั้งสิ้น 502 ชุด เพื่อให้ได้รับกลับมาน้อย 460 ชุด จากผลการวิเคราะห์ค่าที่ออกนอกเกณฑ์ (outlier) ผ่านเกณฑ์ 462 ชุด ดังนั้นการวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยทั้งสิ้น 462 ตัวอย่าง

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

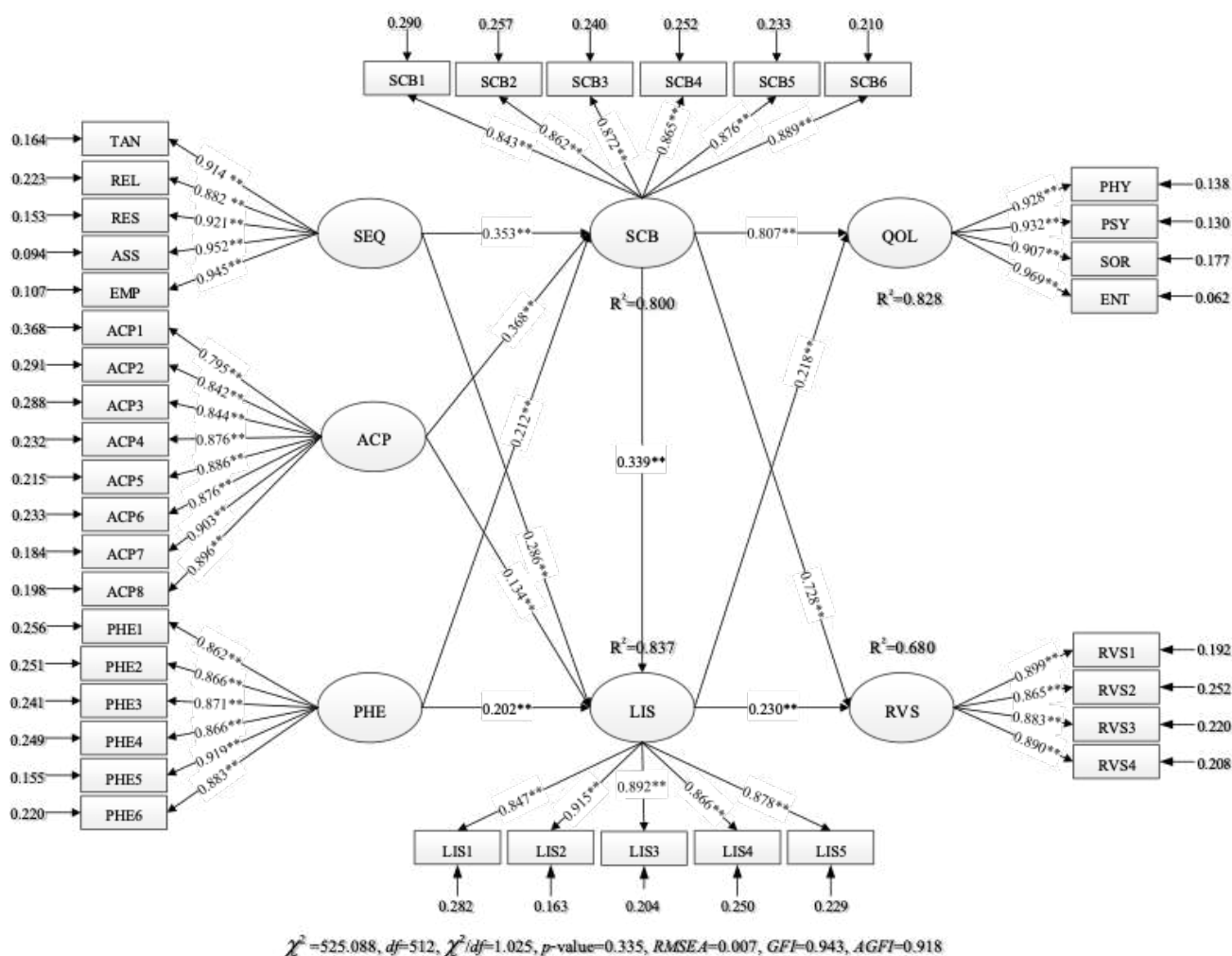
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัยนี้ ประกอบด้วย (1) ข้อมูลทั่วไป สถิติที่ใช้ คือ ค่าจำนวน, ค่าร้อยละ (2) ระดับความคิดเห็นต่อตัวแปร สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย, ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (3) การทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

7. ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มาใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุ จำนวนทั้งสิ้น 462 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 60-69 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพก่อนเข้ามาใช้บริการเป็นอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เป็นครอบครัวเดี่ยว เคยมาใช้บริการ 1-3 เดือน และใช้บริการแบบบริบาลดูแลผู้สูงอายุ (nursing home) (มีการพักค้างคืน) มีความเห็นต่อตัวแปรอยู่ในระดับสูงทุกตัวแปร ผลการทดสอบสมมติฐานสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และโมเดลสมการโครงสร้างที่ปรับใหม่ (modified model) สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้ค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 525.088 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 512 ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.335 ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.025 ค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.943 ค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.918 และค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.007 ดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2

โมเดลสมการโครงสร้างที่ปรับใหม่



8. อภิปรายผล

1. คุณภาพการให้บริการ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง สอดคล้องกับ Kalaja et al. (2016a) ใช้โมเดล “SERVQUAL” 5 มิติของคุณภาพการให้บริการ เป็นการวัดการรับรู้ และความคาดหวังของผู้รับบริการมีพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองให้ดีขึ้น Kholifah et al. (2017) การเพิ่มขีดความสามารถจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรม และการควบคุมตนเองจะส่งเสริมพฤติกรรมดูแลสุขภาพที่ดี และ Liu et al. (2017) สิ่งแวดล้อมที่อยู่อาศัยมีส่วนช่วยให้พฤติกรรมดูแลสุขภาพร่างกาย และจิตใจของผู้สูงอายุดีขึ้น

2. คุณภาพการให้บริการ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในชีวิต สอดคล้องกับ Kang and Lee (2018) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในชีวิต Sato et al. (2016) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมส่งผลต่อความพึงพอใจในชีวิต ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้สุขภาพจิต และความเป็นอยู่ที่ดี

Brown et al. (2016) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพเชิงพื้นที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้พักอาศัย และ Marques et al. (2017) พฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองส่งผลต่อความพึงพอใจในชีวิต และความเป็นอยู่ที่ดี

3. พฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง และความพึงพอใจในชีวิตมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพชีวิต สอดคล้องกับ Lee and Kim (2017) การสนับสนุนแรงจูงใจในพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเองช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุ และ Olsen et al. (2019) สภาพแวดล้อม ความเป็นอยู่ที่ดี ระดับความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุส่งผลต่อคุณภาพชีวิต

4. พฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง และความพึงพอใจในชีวิตมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำ สอดคล้องกับ Ho and Chang (2017) การใช้โปรแกรมการดูแลสุขภาพด้วยตนเอง ทำให้เข้าใจสถานะสุขภาพว่าควรมีการดูแลรักษา และการออกกำลังกายให้เหมาะสม สร้างความสะดวกให้กับผู้มารับบริการ ซึ่งผู้มารับบริการจะกลับมาใช้บริการซ้ำ และ Kim et al. (2015) ชี้ให้เห็นว่าความพึงพอใจในชีวิตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมาใช้บริการซ้ำของผู้สูงอายุ

9. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

1. สนับสนุนแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้ตัวแบบคุณภาพชีวิต และความตั้งใจใช้บริการซ้ำ ที่ประกอบด้วยคุณภาพการให้บริการ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง และความพึงพอใจในชีวิต

2. เป็นแนวทางให้กับสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย และองค์การที่ดำเนินธุรกิจใกล้เคียงกันในการขับเคลื่อนคุณภาพชีวิตที่ดี และความตั้งใจใช้บริการซ้ำที่มากขึ้น

10. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลรวมสูงสุด คือ พฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง ดังนั้น สถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญ โดยให้ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการมีพฤติกรรมหลีกเลี่ยงการรับประทานอาหารรสเค็มจัด เผ็ดจัด หวานจัด หรือมันจัด การรับประทานยาตามกำหนด ใส่ใจเรื่องการขับถ่ายเป็นเวลา ออกกำลังกายเป็นประจำ ใส่ใจในการพักผ่อนระหว่างวัน และรับรู้ประสบการณ์เรื่องสุขภาพจะทำให้ผู้สูงอายุดูแลสุขภาพได้ดีขึ้น นำไปสู่การขับเคลื่อนให้ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และความตั้งใจใช้บริการซ้ำที่มากขึ้นต่อไป

2. จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมสูงสุด คือ คุณภาพการให้บริการ ดังนั้น สถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 มิติ ประกอบด้วย (1) มิติสิ่งที่สัมผัสได้ (2) มิติความเชื่อถือไว้วางใจ (3) มิติความรวดเร็วในการตอบสนอง (4) มิติการรับประกัน และ (5) มิติความเอาใจใส่ อันเป็นปัจจัยส่งผ่านการขับเคลื่อนให้ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และมีความตั้งใจใช้บริการซ้ำที่มากขึ้น

3. สถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุต้องการให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และความตั้งใจใช้บริการซ้ำที่มากขึ้นจากพฤติกรรมดูแลสุขภาพตนเอง และความพึงพอใจในชีวิต ดังนั้นสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุควรส่งเสริมปัจจัยคุณภาพการให้บริการ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

นอกจากสถานประกอบการดูแลผู้สูงอายุแล้ว เสนอแนะให้ทำการศึกษาโดยใช้กรอบแนวคิดเดียวกันนี้กับประชากรอื่น ๆ เช่น สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ธุรกิจโรงพยาบาล ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจบริการและกิจกรรมนันทนาการ และธุรกิจอื่น ๆ เพื่อยืนยันกรอบแนวความคิด

รายการอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). พาณิชย์' เร่งแก้ปัญหาการขาดแคลน และมาตรฐานบุคลากรดูแลผู้สูงอายุ. http://www.dbd.go.th/mobile/news_view.php?nid=469404775
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2564, 21 มิถุนายน). สังคมผู้สูงอายุในปัจจุบันและเศรษฐกิจในประเทศไทย. <https://www.dop.go.th/th/know/15/926>
- กรุงเทพธุรกิจ. (2566). “สังคมสูงวัย” โอกาสทางธุรกิจ “บริการ-สินค้า-พาเที่ยว” เดิบโต. <https://www.bangkokbiznews.com/health/public-health/1046170>
- ท็อปเบสท์แบรนด์ (topbestbrand). (2564). 10 บ้านพักคนชราและศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ ประสบการณ์ยาวนาน บริการดีเยี่ยม 2021. <https://topbestbrand.com/>
- Ahn, S., Song, R., & Choi, S. W. (2016). Effects of Self-care Health Behaviors on Quality of Life Mediated by Cardiovascular Risk Factors Among Individuals with Coronary Artery Disease: A Structural Equation Modeling Approach. *Asian Nursing Research*, 10(2), 158-163.
- Best, J. W. (1982). *Research in education* (4 ed.). New Delhi: Prentice Hall.
- Brown, Z. S., Oueslati, W., & Silva, J. (2016). Links between urban structure and life satisfaction in a cross-section of OECD metro areas. *Ecological economics*, 129, 112-121.
- Choy, K. L. T., Siu, K. Y. P., Ho, T. S. G., Wu, C., Lam, H. Y., Tang, V., et al. (2018). An intelligent case-based knowledge management system for quality improvement in nursing homes. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*. 48(1), 103-121.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate data analysis* (8 ed.). Harlow, Essex: Pearson.
- Hair, J., Black, W., Anderson, R., & Babin, B. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8, ilustra ed.).
- Ho, C.-S., & Chang, Y.-M. (2017). *Implementation and Usage Evaluation for Self Health Management with App-based Framework*. Paper presented at the 2016 International Forum on Mechanical, Control and Automation (IFMCA 2016).
- Huang, L., Frijters, P., Dalziel, K., & Clarke, P. (2018). Life satisfaction, QALYs, and the monetary value of health. *Social Science & Medicine*, 211, 131-136.
- Kabadayi, S., Hu, K., Lee, Y., Hanks, L., Walsman, M., & Dobrzykowski, D. (2020). Fostering older adult care experiences to maximize well-being outcomes. *Journal of Service Management*. 31(5), 953-977.
- Kalaja, R., Myshketa, R., & Scalera, F. (2016a). Service Quality Assessment in Health Care Sector: The Case of Durres Public Hospital. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 557-565.
- Kang, E.-M., & Lee, Y.-C. (2018). Analysis of factors affecting the life satisfaction of elderly users of senior citizen centers: focus on senior citizen centers in Seoul. *Journal of Convergence for Information Technology*, 8(5), 173-181.
- Keller, C., & Fleury, J. (2000). *Health promotion for the elderly*: Sage.

- Kholifah, S. N., Yumni, H., Minarti, & Susanto, T. (2017). Structural model of factors relating to the health promotion behavior of reproductive health among Indonesian adolescents. *International Journal of Nursing Sciences*, 4(4), 367-373.
- Kim, C., & Ko, H. (2018). The impact of self-compassion on mental health, sleep, quality of life and life satisfaction among older adults. *Geriatric Nursing*, 39(6), 623-628.
- Kim, H., Woo, E., & Uysal, M. (2015). Tourism experience and quality of life among elderly tourists. *Tourism Management*, 46, 465-476.
- Kim, H., Woo, E., & Uysal, M. (2015). Tourism experience and quality of life among elderly tourists. *Tourism Management*, 46, 465-476.
- Knapik, W. (2020). Stimulators and inhibitors of the development of social care and support for the elderly in Poland. *Journal of Rural Studies*, 76, 12-24.
- Konuk, F. A. (2019). The influence of perceived food quality, price fairness, perceived value and satisfaction on customers' revisit and word-of-mouth intentions towards organic food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 103-110.
- Ladhari, R. (2010). Developing e-service quality scales: A literature review. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 17(6), 464-477.
- Lee, M. K., & Oh, J. (2020). *Health-related quality of life in older adults: Its association with health literacy, self-efficacy, social support, and health-promoting behavior*. Paper presented at the Healthcare.
- Lee, S., & Kim, H. (2017). Structural equation modeling on self-care behavior and quality of life in older adults with diabetes using citizen health promotion centers. *Journal of Korean Academy of Nursing*, 47(4), 514-525.
- Leung, M.-y., & Liang, Q. (2019). Developing structural facilities management–quality of life models for the elderly in the common areas of public and subsidized housings. *Habitat International*, 94, 102067.
- Liu, Y., Dijst, M., Faber, J., Geertman, S., & Cui, C. (2017). Healthy urban living: Residential environment and health of older adults in Shanghai. *Health & place*, 47, 80-89.
- Marques, A., Mota, J., Gaspar, T., & de Matos, M. G. (2017). Associations between self-reported fitness and self-rated health, life-satisfaction and health-related quality of life among adolescents. *Journal of Exercise Science & Fitness*, 15(1), 8-11.
- Nella, A., & Christou, E. (2016). Extending tourism marketing: Implications for targeting the senior tourists' segment. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 2(1), 36-42.
- Olsen, J. R., Nicholls, N., & Mitchell, R. (2019). Are urban landscapes associated with reported life satisfaction and inequalities in life satisfaction at the city level? A cross-sectional study of 66 European cities. *Social Science & Medicine*, 226, 263-274.
- Ozcelik, G., & Becerik-Gerber, B. (2018). Benchmarking thermoception in virtual environments to physical environments for understanding human-building interactions. *Advanced Engineering Informatics*, 36, 254-263.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12.
- Parsons, M. A., Pender, N. J., & Murdaugh, C. L. (2011). *Health promotion in nursing practice*: Pearson Higher Ed.
- Pender, N. (1996). Health Promotion in nursing practice, II. *Appleton and Lange*, 115-144.
- Pham, T. A. N., Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2019). Customer value cocreation activities: An exploration of psychological drivers and quality of life outcomes. *Journal of Service Theory and Practice*, 29(3), 282-308.
- Sato, M., Jordan, J. S., & Funk, D. C. (2016). A distance-running event and life satisfaction: The mediating roles of involvement. *Sport Management Review*, 19(5), 536-549.
- Scocco, P., & Nassuato, M. (2017). The role of social relationships among elderly community-dwelling and nursing-home residents: findings from a quality of life study. *Psychogeriatrics*, 17(4), 231-237.
- Suriyanrattakorn, S., & Chang, C.-L. (2021). Long-term care (LTC) policy in Thailand on the homebound and bedridden elderly happiness. *Health Policy OPEN*, 2, 100026.
- Swart, K., George, R., Cassar, J., & Sneyd, C. (2018). The 2014 FIFA World Cup™: Tourists' satisfaction levels and likelihood of repeat visitation to Rio de Janeiro. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 102-113.
- Turner, R., Mulvenon, S., Thomas, S. P., & Balkin, R. (2002). *Computing indices of item congruence for test development validity assessments*. Paper presented at the Proceedings of the SAS Users' Group International Conference.
- Vitman Schorr, A., & Khalaila, R. (2018). Aging in place and quality of life among the elderly in Europe: A moderated mediation model. *Archives of Gerontology and Geriatrics*, 77, 196-204.
- Wang, M., & Li, D. (2019). An empirical investigation of the continuance intention using the bullet curtain: Synchronicity vs information overload. *Chinese Management Studies*, 13(1), 235-254.
- Wang, S. (2017). Leisure travel outcomes and life satisfaction: An integrative look. *Annals of Tourism Research*, 63, 169-182.
- Whaley, M. M., & Barber, D. L. (2017). The Aging Process. *Occupational Therapy with Elders-eBook: Strategies for the Occupational Therapy Assistant*, 30.
- Zailani, S., Iranmanesh, M., Masron, T. A., & Chan, T.-H. (2016). Is the intention to use public transport for different travel purposes determined by different factors? *Transportation research part D: transport and environment*, 49, 18-24.

ภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นจันทบุรี : การสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัล
จากเรื่องเล่าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

CHANTABOON LOCAL FOOD WISDOM : CREATING DIGITAL PHOTOGRAPHY
FROM STORYTELLING TO PROMOTE COMMUNITY TOURISM

วิมเนศวร ทะกอง¹ สุทธินันท์ โสทวิถี² และ พิเศษชัย ชัยสุวรรณถาวร³

Wikhanesuan Tagong, Suttinun Sotwitee and Pisit Chaisuwanthavorn

Article History

Received: 07-09-2021; Revised: 31-10-2021; Accepted: 31-12-2021

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นจันทบุรี : การสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลจากเรื่องเล่าเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นจากชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี 2) เพื่อสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลจากเรื่องเล่าภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นจากชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจผลงานสร้างสรรค์ภาพถ่ายอาหารต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เป็นการวิจัยและพัฒนาที่ใช้กระบวนการวิจัยเป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์ภาพถ่ายจากเรื่องเล่าภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นในจังหวัดจันทบุรี

ผลการวิจัยพบว่า

1) ภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ความโดดเด่นในเรื่องของกลิ่นและรสชาติที่เข้มข้นของพืชสมุนไพรนานาชนิดซึ่งแตกต่างจากอาหารของภาคอื่น และมีมิติที่เกี่ยวข้อง คือ ด้านวัฒนธรรมการกิน ด้านประวัติศาสตร์ และมีมิติที่เกี่ยวข้องกับความหมายของอาหารโดยเฉพาะมิติด้านสังคม คือ มีการแสดงให้เห็นถึงตัวตนและสถานะของผู้บริโภค และสะท้อนภาพวิถีชีวิตของชาวจันทบุรีที่เป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ของอาหาร และพบการผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมโดยอาหารท้องถิ่นได้ถูกพัฒนาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว

¹ อาจารย์ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Lecturer, Mass Communications Program, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

Email: wikhanesuan.t@rbru.ac.th *Corresponding author

² อาจารย์ สาขาวิชาการสื่อสารบูรณาการ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Lecturer, Integrated Communications Program, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University

³ อาจารย์ หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Lecturer, Bachelor of Economics Program, Faculty of Management Science, Rambhai Barni Rajabhat University

1. บทนำ

มรดกภูมิปัญญาด้านอาหารที่มีเอกลักษณ์ความโดดเด่นในแต่ละพื้นที่ ทำให้อาหารท้องถิ่นเป็นหนึ่งใน พุทธทางวัฒนธรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและมีบทบาทในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากดินแดนต่าง ๆ สู่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง อาหารมักจะถูกนำมาใช้เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอด เรียนรู้ เป็นตัวแทนของท้องถิ่นชุมชนนั้น โดยเหตุที่คนต่างถิ่นก็มีวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน ความแตกต่างและความหลากหลายทางวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายเพื่อนมนุษย์ให้สนใจอยากรู้เห็นถึงความต่างต่างนั้น ๆ และได้กระตุ้นให้เกิดการเดินทางเพื่อการศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมของชนชาติอื่น หรือกลุ่มอื่นเพื่อสร้างสมประสบการณ์ชีวิตของตนเอง ดังจะเห็นได้จากรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นการท่องเที่ยวในเชิงแนวคิด เป็นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีความตั้งใจที่จะเลือกมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางจริง ไม่ใช่เป็นการท่องเที่ยวที่แห่งนั้นตามกระแสนิยม รูปแบบการท่องเที่ยวแบบชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน ตัวอย่างของกิจกรรมเช่น การเรียนภาษาท้องถิ่น การแกะสลัก การทำอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น ซึ่งนอกจากจะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนที่สามารถรักษาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตนไว้ได้อีกด้วย ในปัจจุบันการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร เป็นสิ่งที่ช่วยประชาสัมพันธ์ให้อาหารและสถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักแพร่หลาย อันจะส่งผลที่จะสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวด้านอาหารให้เพิ่มมากขึ้น ภาพถ่าย ถือเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งในการสื่อความหมาย เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ภาพถ่ายเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ตีรวดเร็ว เข้าถึงได้ง่าย มีประสิทธิภาพที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ ได้ผลดี เป็นการสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้เกิดภาพลักษณ์อันดีก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและความรู้สึกต่อจุดหมายปลายทางแก่นักท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดทางภาคตะวันออกที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีมรดกภูมิปัญญาทางด้านอาหารพื้นบ้านอยู่จำนวนมาก กระจายตามพื้นที่ทั่วจังหวัด เป็นดินแดนที่มากด้วยเครื่องเทศ สมุนไพร มีวิถีการบริโภคอาหารที่มีเอกลักษณ์และเสน่ห์ในแบบฉบับของตัวเอง ภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวเช่น ต้มหมูชะมวง เส้นจันทน์ผัดปู กว๊านเตี้ยหมูเลียเงี้ยว เนื้อเลียเงี้ยว มีสมันทุเรียน น้ำพริกปูไข่ ไก่บ้านต้มกระวาน กะพวนแช่ผัดจิ้มน้ำพริกถั่ว น้ำพริกกระก่า เป็นต้น แต่การที่ผู้ศึกษาได้ลงพื้นที่สำรวจเพื่อสืบค้นและรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น พบว่า ส่วนใหญ่ยังไม่พบมีการนำภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นในจังหวัดจันทบุรี มาทำการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม ในขณะที่อาหารเหล่านี้มี ศักยภาพที่จะนำมาสร้างเป็นเรื่องราว หรือตำนานที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ให้เกิดเป็นเสน่ห์ของวิถีชุมชนที่จะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของจังหวัดจันทบุรี ซึ่งสอดคล้องตามนโยบายส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองของภาครัฐที่ได้ยกระดับให้จังหวัดจันทบุรีขึ้นแท่นเป็นต้นแบบเมืองรอง (ผู้จัดการออนไลน์, 2561) เพื่อต่อยอดให้เห็นถึงศักยภาพเมืองรอง ที่สามารถสร้างการกระจายรายได้คืนสู่ชุมชนและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น การถ่ายทอดภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนผ่านการเล่าเรื่องและภาพถ่าย จึงเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดจันทบุรี อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมทางอาหาร เป็นสิ่งสะท้อนสถานการณ์ความมีอยู่ของทรัพยากรที่สำคัญ ความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรอาหาร รูปแบบ วิถีชีวิต วัฒนธรรม สะท้อนภาพอัตลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมอาหารที่เป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวซึ่งจะส่งผลในระยะยาวที่จะช่วยผลักดันให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่นบนฐานของการอนุรักษ์และส่งเสริมเรื่องราวท้องถิ่นและให้อาหารเป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ เปิดประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ลึกซึ้งและยั่งยืนให้กับนักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นจันทบุรีของชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อสร้างสรรคภาพถ่ายดิจิทัลจากเรื่องเล่าภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นจันทบุรีของชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจผลงานสร้างสรรคภาพถ่ายดิจิทัลจากเรื่องเล่าภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นจันทบุรีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

3. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่น

เสาวภา ศักยพันธ์ (2548) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับ อาหารพื้นถิ่น อาหารพื้นบ้าน หรืออาหารท้องถิ่น ไว้ว่า เป็นอาหารที่เกิดขึ้นหรือมีขึ้นเฉพาะถิ่น เป็นเอกลักษณ์ของอาหารที่นิยมกินกันในกลุ่มคนแต่ละกลุ่ม สามารถปรุงขึ้นจากวัตถุดิบที่หาง่ายในท้องถิ่น หรือจากบริเวณใกล้เคียงบ้านหรือจากในไร่และในท้องทุ่งนารวมทั้งเป็นอาหารที่มีการกินในท้องถิ่นนั้นมานานและสืบทอดต่อ ๆ กันมา ส่วนอาหารท้องถิ่นภาคตะวันออก สุณี ศักดาเดช (2549) ได้ทำการจำแนกเป็น อาหารคาว ประกอบด้วย แกงที่ต้องใช้โลกพริกใส่กับเครื่องแกง เช่น แกงป่า แกงส้ม แกงกะทิ แกงเลียง หมูชะมวง ส่วนแกงไม่ต้องใส่น้ำพริกโลกในเครื่องแกง เป็นต้มหรือแกงที่ไม่มีรสเผ็ด เช่น ต้มส้ม ต้มกะทิ แกงที่ไม่ต้องใช้เครื่องโลกปรุงรสน้ำแกง เช่น ปลาต้มกระวาน ไก่บ้านต้มข้าวอ่อน ต้มจืดพวกนี้นิยมรับประทานกับน้ำพริกเกลือ หรืออาจปรุงรสเปรี้ยวด้วยมะนาวในต้มก็ได้ เช่น ไก่บ้านต้มมะนาว เป็นต้น ส่วนอาหารประเภทปลาที่เป็นเอกลักษณ์ของคนภาคตะวันออกคือ ปลาพลา ทำจากเนื้อปลาสดนำมาแล่บาง ๆ คั้นกับน้ำมะนาวคลุกเคล้ากับ ตะไคร้ หัวปลี ผักชีฝรั่ง ใบมะกรูดหอมแดงซอย สะระแหน่เด็ดเป็นใบ ปรุงรสด้วยน้ำปลา น้ำตาลเล็กน้อยและพริกขี้หนูโลกหยาบ แต่มีน้ำราด ปลาพลาอีกชนิดหนึ่งทำจากถั่วตัดโลกละเอียดปรุงรสเปรี้ยว เค็ม หวาน เผ็ด ชนิดหลังนี้จะพบตามร้านอาหารทั่วไป ส่วนอาหารจำพวกเครื่องจิ้ม เช่น น้ำพริกปูไข่ น้ำพริกกุ้งสด น้ำพริกกระเทียม น้ำพริกเกลือใช้พริกขี้หนู กระเทียมโลกละเอียดปรุงรสเปรี้ยว เค็ม ใช้จิ้มเนื้อสัตว์หรือผักก็ได้ หรือใส่กุ้งแห้งป่นใช้คลุกข้าวสวยร้อนรับประทานกับผักต่าง ๆ ส่วนอาหารจานเดียวที่คนจันทบุรี คนภาคตะวันออกและคนทั่วไปรู้จักและนิยมรับประทานคือ ก๋วยเตี๋ยวผัดปูและก๋วยเตี๋ยวหมูเสียบ ซึ่งเอกลักษณ์ของก๋วยเตี๋ยวหมูเสียบอยู่ที่น้ำก๋วยเตี๋ยวที่ปรุงด้วยเครื่องเทศสมุนไพรหลายชนิด โดยเฉพาะเร่งหอม เป็นตัวชูโรงที่ทำให้ก๋วยเตี๋ยวหมูเสียบมีลักษณะเฉพาะตัว ข้าวต้มจันทบุรี เป็นอาหารพื้นเมืองของจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วยข้าวต้ม โรยหน้าด้วยไข่เจียวหั่นฝอย กุ้งแห้งป่น หัวผักกาดเค็มสับละเอียด กระเทียมเจียว แต่งกลิ่นด้วยใบกุยช่ายและพริกไทยป่น ส่วนอาหารว่าง บางอย่างอาจจะได้รับอิทธิพลมาจากเวียดนามเช่น ข้าวเกรียบน้ำจิ้ม มีลักษณะเป็นแผ่นแป้งคล้ายก๋วยเตี๋ยวเส้นใหญ่แต่บางกว่า จิมน้ำจิ้มซึ่งทำจากกระเทียม พริกขี้หนู กุ้งแห้ง โลกละเอียดปรุงรสด้วยน้ำปลา มะนาว น้ำตาลทราย เจียวด้วยน้ำต้มสุกเพื่อให้รสอ่อนลงเล็กน้อย

อาหารท้องถิ่นในภาคตะวันออก จึงมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับอาหารในภาคอื่นแต่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นนั้น ๆ โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีซึ่งเป็นดินแดนที่อุดมด้วยเครื่องเทศและสมุนไพร อีกทั้งเป็นแหล่งผลิตและค้าของป่ารวมทั้งเนื้อสัตว์ป่า อาหารพื้นบ้านจันทบุรี โดยเฉพาะพวกแกงเผ็ดและผัดเผ็ดจึงใช้เครื่องเทศมาก จึงให้รสชาติเผ็ดร้อนและหอมเครื่องเทศเป็นพิเศษมากกว่าแกงเผ็ดและผัดเผ็ดของที่อื่นในบรรดาเครื่องเทศที่ใช้ทำน้ำพริกแกง เร่งหอม เป็นเครื่องเทศเฉพาะที่สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของกลิ่นแกงเผ็ดและผัดเผ็ดของจันทบุรี นอกจากนี้ “เร่งหอม” ยังใช้ต้มน้ำก๋วยเตี๋ยวเสียบ ทำให้ได้รสชาติและกลิ่นหอมของสมุนไพรต่างจากก๋วยเตี๋ยวทั่วไป จนก๋วยเตี๋ยวเสียบกลายเป็นสัญลักษณ์ของจันทบุรีอีกอย่างหนึ่ง

แนวคิดอาหารกับการสื่อสาร

อาหาร ถือเป็นหนึ่งในสิ่งของปัจจัยในการดำรงชีวิตของมนุษย์ นอกจากอาหารจะช่วยทำให้ร่างกายเจริญเติบโต แข็งแรงสมบูรณ์ อาหารก็เป็นเครื่องบ่งบอกหรือสะท้อนอะไรได้อีกหลากหลายประการ ในการพิจารณาอาหารกับการสื่อสารโดยเฉพาะความ

หมายของอาหาร มีมิติที่สำคัญ อาทิเช่น มิติทางประวัติศาสตร์ มิติวัฒนธรรมการกิน เป็นพฤติกรรมของคนในสังคมที่ได้ปฏิบัติต่อกันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานและถ่ายทอดส่งต่อรุ่นต่อรุ่น การสื่อสารเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในมิติวัฒนธรรมอาหารการกิน โดยในปัจจุบัน คนในสังคมหนึ่งๆ สามารถรับรู้วัฒนธรรมการกินอาหารของสังคมอื่น ผ่านสื่อมวลชน ส่วนมิติทางด้านศาสนา โดยเฉพาะอาหารที่ปรากฏอยู่ในพิธีกรรมความเชื่อของคนในสังคมนั้นๆ มิติด้านสุขภาพ เกี่ยวข้องกับอาหารในเรื่องการมองเรื่องความสมดุลของร่างกาย ส่วนในมิติทางสังคม อาหารสามารถบ่งบอกความแตกต่างทางสังคม บ่งบอกสถานะคนในสังคมด้วยเช่นกัน (รัตติกาล เจริญจิต, 2556) การกินอาหารทุกชนิดของเรามักจะมีความหมายโดยนัย (connotative meaning) ติดมาด้วยเสมอเช่น ชนชั้น เพศสภาพ ชาติพันธุ์ อัตลักษณ์ทางศาสนา และประวัติศาสตร์ของอาหารชนิดนั้น ๆ เนื่องจากอาหารมีมิติทางสังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นอาหารและการกินจึงเป็นเครื่องหมายที่บ่งชี้อัตลักษณ์และความแตกต่างทางสังคม วัฒนธรรมอาหารจึงถูกใช้เพื่อสื่อสารว่าคนแต่ละคนนั้น สังกัดกลุ่มใดสังคมแบบใด สร้างอัตลักษณ์ของตนเองอย่างไร (Bob Ashley, 2004) ตัวอย่างอีกประการหนึ่งที่บ่งชี้อาหารว่าสะท้อนความเป็นตัวตนเช่น เรามักจะเห็นการโพสต์รูปภาพอาหารหรูในสื่อสังคมออนไลน์เพื่ออวดประสบการณ์ในการรับประทานอาหารของคนในยุคปัจจุบัน ซึ่งรูปภาพมักแสดงให้เห็นถึงตัวตน สถานะและความสุขซึ่งเป็นวิธีการสื่อสารให้คนรอบตัวรับรู้สถานภาพทางสังคมของเจ้าของภาพอีกด้วย ศรีนคร รัตนเจริญขจร (2544) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ร้านกาแฟ ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคมหาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคกับความหมายในเชิงสัญลักษณ์ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการซึ่งพบว่า ร้านกาแฟเหมือนเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์สำหรับทำพิธีครอบเพื่อสร้างอัตลักษณ์กลุ่มให้กับสมาชิกที่ต้องการรับรู้ความหมายของตนเองแบบหนึ่งร่วมกันด้วย หรือแม้แต่การบริโภคชา ยังสามารถบ่งบอกถึงชนชั้นผู้บริโภคได้ ซึ่ง ณัฏฐา อจารยุตต์ (2559) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารกับการสร้างความหมายและรสนิยมการบริโภคชาข้ามชาติในสังคมไทยที่ถูกสร้างความหมายขึ้นมาจากโครงสร้างอำนาจที่แตกต่างกันตั้งแต่ยุคประวัติศาสตร์ โดยความหมายของชาจีนและชาอังกฤษถูกใช้เพื่อสื่อสารถึงตัวตนและความแตกต่างทางชนชั้นของผู้บริโภคโดยเฉพาะชนชั้นสูงในช่วงเริ่มต้นและถูกชนชั้นกลางนำมาใช้เพื่อดำรงรักษาสถานะทางชนชั้นของตนเองมาจนถึงในยุคปัจจุบัน

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการถ่ายภาพอาหาร

มุมมองและการจัดองค์ประกอบภาพอาหาร เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่จะทำให้ภาพถ่ายอาหารสามารถสื่อสารออกมาได้น่าสนใจโดย Reina Kanamori (2018) ได้ทำการศึกษาเสนอเทคนิคการออกแบบและจัดองค์ประกอบสำหรับการถ่ายภาพอาหารเพื่อนำใช้ในงานในช่องทางสื่อต่าง ๆ ดังนี้

1) ถ่ายภาพจากด้านบนหรือถ่ายภาพจากมุมสูง เพื่อเน้นสีสันทันและรูปทรง อาหารควรเป็นตัวแทนหลักของภาพ ดังนั้น ควรขยายเข้าใกล้ให้มากที่สุดเท่าที่ทำได้ แม้ว่าบางส่วนของจานจะต้องหลุดเฟรมภาพไปก็ตาม ควรถ่ายภาพในสถานที่ที่มีแสงธรรมชาติ จะทำให้ภาพดูสวยงามกว่า และหากมีของประกอบฉากหรือของตกแต่งที่อยู่สูงพอสมควร เพื่อสร้างความลึกและมิติในภาพถ่ายได้ อีกทั้งยังทำให้ผู้ชมมองเห็นขนาดของอาหารอีกด้วย

2) เพิ่มองค์ประกอบด้านมนุษย์เพื่อทำให้ผู้ชมรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของฉาก จะช่วยเพิ่มชีวิตชีวาและเรื่องราวให้กับภาพถ่าย เช่น มือ อยู่ในเฟรมภาพและปล่อยที่เหลือให้เป็นจินตนาการของผู้ชม ควรวางอุปกรณ์ประกอบที่มีความเหมาะสม จะทำให้เกิดเอฟเฟกต์คล้ายภาพแบบมุมมองภาพยนตร์ ซึ่งผู้ชมรู้สึกราวกับกำลังประสบฉากนั้นด้วยตนเอง

3) ใช้ฉากหลังที่น่าสนใจให้เป็นประโยชน์ เหมาะสำหรับอาหารที่ถือไว้ในมือเพื่อรับประทานเช่น ไอศกรีม ร้านกาแฟหรือร้านอาหารอาจมีกำแพงสีสดใสหรือตกแต่งอย่างสะดุดตาหากสีสันท่าง ๆ คือองค์ประกอบเฉพาะในภาพถ่าย ควรเพิ่มความอึดตัวของสี เพื่อให้สีสดดูสดใสมยิ่งขึ้น

ในการถ่ายภาพอาหารที่ดึงดูดสายตาในยุคปัจจุบันทางสื่อสังคมออนไลน์ Yocuwa Samarom (2019) ได้ให้ข้อเสนอแนะคือ การใช้ GRIDLINE ในการจัดองค์ประกอบให้ภาพทั้ง 3 ส่วน จุดตัดเก้าช่อง สามารถที่จะทำให้ภาพถ่ายอาหารดูลงตัวและน่า

ส่วนการการจัดตกแต่งอาหารเพื่อการถ่ายภาพให้มีความน่าสนใจนั้นมนตรี พันธุ์สวัสดิ์ (2561) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบศิลปะที่นำมาเป็นแนวปฏิบัติในการจัดอาหาร ประกอบด้วย ขนาดและสัดส่วน นำมาเกี่ยวข้องในการจัดอาหารในภาชนะ หากภาชนะมีขนาดเล็กอาหารในจานควรมีปริมาณที่พอดี ไม่มากจนล้นหรือเลอะออกมานอกภาชนะ ความกลมกลืนในการเลือกภาชนะที่เหมาะสมกับประเภทของอาหาร หากต้องการให้อาหารที่จัดน่าสนใจ การจัดตกแต่งอาหารเพื่อการถ่ายภาพ จึงมีความสำคัญในการนำเสนอศิลปะและความคิดสร้างสรรค์มาใช้เพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละท้องถิ่น การจัดตกแต่งอาหารต้องให้อาหารมีจุดเด่นขึ้นมา รูปภาพอาหารที่สามารถดึงดูดสายตา สิ่งสำคัญคือ หน้าตาของอาหารต้องสวยและเห็นได้เด่นชัด ผู้ถ่ายภาพต้องคัดสรรวัตถุดิบที่สดใหม่ ต้องทำให้วัตถุดิบคงสภาพเดิมให้มากที่สุด ทั้งสี สัน สีสนของภาชนะจะต้องไม่ไปบดทอนสีของอาหาร ควรส่งเสริมอาหาร วัตถุดิบของอาหารต้องดู เรียบ แต่หู อาหารใน 1 จานควรมีสีสันของผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ครบในจานเดียว มีทั้งโทนสีร้อน และสีเย็น จึงจะถือว่าสวยงามและลงตัว

วิทยาลัยการ
สังคมศาสตร์
และการสื่อสาร

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

- แบบวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นจันทบุรี
- แบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นจันทบุรี
- แบบบันทึกการถ่ายภาพอาหารแต่ละรายการ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

- ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบวิเคราะห์เอกสาร แบบสัมภาษณ์
- นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาออกแบบสร้างสรรค์การถ่ายภาพแต่ละเมนูและทำการบันทึกแนวทางการถ่ายภาพ

ภาพในแบบบันทึกการถ่ายภาพ

- ประเมินความพึงพอใจผลงานสร้างสรรค์ โดยใช้แบบสอบถามในการหาค่าระดับความความพึงพอใจผลงานสร้างสรรค์ภาพถ่าย โดยวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใช้เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วัดระดับความพึงพอใจไว้ 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นจันทบุรีจากแบบสัมภาษณ์และแบบวิเคราะห์เอกสาร โดยวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Analytic Induction) สร้างข้อสรุปและนำเสนอผลการวิเคราะห์ในลักษณะพรรณนาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Descriptive Analysis) ก่อนทำการสร้างสรรค์ภาพถ่ายอาหาร

5. ผลการศึกษา

1. ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นจากชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี เนื่องจากลักษณะภูมิประเทศของจังหวัด มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ อาหารท้องถิ่นส่วนใหญ่ จึงมีการใช้วัตถุดิบและส่วนผสมที่เป็นเครื่องเทศ สมุนไพรเป็นส่วนประกอบ โดยเฉพาะพวกแกงเผ็ดและผัดเผ็ดจะใช้เครื่องเทศมาก ทำให้อาหารมีกลิ่นหอมเครื่องเทศเป็นพิเศษมากกว่าแกงเผ็ดและผัดเผ็ดของที่อื่น ส่วน เร่วหอม กระวาน ถือเป็นเครื่องเทศเฉพาะที่สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นจันทบุรี ภูมิปัญญาอาหารของคนในท้องถิ่นที่นอกเหนือจากการกินเพื่อการดำรงชีวิตแล้ว ยังกินเพื่อการบรรเทารักษาโรคต่าง ๆ ได้อีกด้วย นอกจากนั้นยังพบภูมิปัญญาในการนำพืชท้องถิ่นมาเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการผลิตอาหารเป็นยา เช่น เมนูกะพุดทองผาต การแช่กะพุดด้วยเปลือกไม้ที่มีรสฝาด ก่อนนำมารับประทานเป็นการบรรเทาอาการท้องเสียจากการปนเปื้อนจุลินทรีย์ที่อยู่ในกะพุด หรือแม้แต่เมนู แกงหมูชะมวง ที่คนในท้องถิ่นจันทบุรี นำมาใช้เป็นวัตถุดิบประกอบอาหารจนกลายเป็นอัตลักษณ์อาหารที่สำคัญของชาวจันทบุรี ซึ่ง ชะมวง ก็ยังเป็นภูมิปัญญาที่ชาวบ้านนำมาประกอบอาหารเพื่อช่วยเป็นยาระบาย แก้ไข้ กัดเสมหะ แก้ไข และแก้กระหายน้ำ ได้อีกด้วย (อร่าม อรรถเจติย์, 2550)

ชาวจันทบุรีประกอบด้วยประชากรที่หลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ คือ ไทย จีน ญวน ของ เป็นต้น หมู่บ้านที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ไทยเช่น บ้านปากน้ำแฉะ บ้านสีลำเทียน และบ้านปากน้ำแหลมหนู มีการดำเนินชีวิตที่อยู่ติดชายฝั่งทะเล ลักษณะอาหารส่วนใหญ่จึงมีส่วนประกอบของอาหารทะเลเช่น กุ้ง หอย ปู ปลา ด้วยวัตถุดิบที่มีอยู่จำนวนมาก จึงเกิดภูมิปัญญาด้านการถนอมอาหารเพื่อเก็บไว้กินนอกฤดูกาลเช่น การทำกะปิ น้ำเค็ม ไตปลา เป็นต้น ส่วนภูมิปัญญาอาหารที่พบในกลุ่มชาติพันธุ์ญวนที่อาศัยอยู่ในบ้านท่าเรือจ้าง หรือชุมชนวัดโรมันคาทอลิก พบว่ายังคงมีลักษณะร่วมกับอาหารของเวียดนาม กล่าวคือ การประกอบอาหารที่มีรสชาติจัด ไม่นิยมทานอาหารที่มีรสจืด และเป็นอาหารที่มีส่วนประกอบง่าย ๆ สามารถหาได้ในบริเวณรอบตัว โดยจะนิยมบริโภคปลาและผักเป็นหลัก เนื่องจากเป็นวัตถุดิบที่หาได้ง่าย ส่วนชาวจีนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชุมชน ก็จะมีอาหารที่รับประทานเป็นหลักที่เป็นอาหารประเภทเส้นก๋วยเตี๋ยว ซึ่งสะท้อนความเชื่อในเรื่องของสัญลักษณ์ความมีอายุยืนยาว ความสุขเป็นมงคลในชีวิต เป็นต้น จากเส้นก๋วยเตี๋ยวที่มีต้นแบบมาจากชาวจีนในท้องถิ่นจันทบุรี ที่มีลักษณะเป็นเส้นเล็ก แต่จะมีคุณสมบัติเหนียวนุ่มและไม่เปื่อยยุ่ยหรือขาดง่ายเหมือนกับ

กล้วยเตี๋ยเส้นเล็กชนิดอื่นโดยทั่วไป ได้กลายเป็นอาหารที่ขึ้นชื่อและเป็นเอกลักษณ์ที่เรียกว่า เส้นจันทน์ ที่ชาวไทยและจีนในพื้นที่ได้มีการประยุกต์ผสมผสานให้สอดคล้องกับบริบทของวัตถุดิบในท้องถิ่น เช่น เส้นจันทน์ผัดปู เป็นการนำเอาเส้นกล้วยเตี๋ยมาผัดรวมกับปู ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่หาได้ทั่วไปตามชายฝั่งทะเลของจังหวัดจันทบุรี หรือกล้วยเตี๋ยหมูเสียบ ที่เป็นการนำเอาสมุนไพรท้องถิ่นอย่าง เร่วหอม มาเป็นส่วนผสมของน้ำซุส เป็นต้น

2. การสร้างสรรค์ภาพถ่ายดิจิทัลจากเรื่องเล่าภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นจากชุมชนท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ในกระบวนการถ่ายภาพอาหารนั้น ขั้นตอนการจัดตกแต่งอาหารมีความสำคัญมากเพราะจะช่วยให้อาหารเพิ่มมูลค่าและมองดูน่ารับประทาน โดยในการถ่ายภาพอาหารครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้หลักการเน้นส่วนผสมหลัก หรือส่วนประกอบของอาหารมาจัดวางเป็นตัวสนับสนุนในการจัดองค์ประกอบ ซึ่งทำให้สื่อสารถึงความเป็นอาหารพื้นถิ่นและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาเป็นส่วนประกอบของอาหารออกมาได้ชัดเจน มีการจัดอาหารในภาชนะที่มีขนาดและสัดส่วนที่ดูเหมาะสม ใช้หลักการตัดกันของสีอาหารในปริมาณที่พอเหมาะและองค์ประกอบของภาพที่ออกมามีความเป็นเอกภาพ

ภาพที่ 1

ตัวอย่างภาพถ่ายอาหารน้ำพริกกระก่า, ข้าวตอกน้ำกะทิทุเรียน และไก่ต้มกระวาน



ด้านเทคนิคในการถ่ายภาพอาหารด้วยกล้องดิจิทัล การเลือกใช้เลนส์ทางยาวโฟกัสเดียว (Fix Lens) มีความเหมาะสมในอันดับต้น ๆ ที่จะนำมาถ่ายภาพอาหาร และเลือกปรับขนาดรูรับแสง ความเร็วชัตเตอร์ (Speed Shutter), ค่าความไวแสง (ISO) ที่เหมาะสมและสัมพันธ์กับสภาพแสง ส่วนมุมกล้องที่มีความเหมาะสมในการถ่ายภาพอาหาร มี 2 รูปแบบ คือ มุมกล้องที่ถ่ายภาพจากด้านบน 90 องศา เพื่อเน้นสีและรูปร่างของอาหารในภาชนะ และถ่ายภาพมุม 45-60 องศาจะเหมาะสำหรับอาหารที่ต้องการนำเสนอให้เห็นถึงรูปร่างสูงของอาหารหรือภาชนะและอาหารที่ต้องการเน้นให้เห็นถึงความเป็นชั้น (Layer) ส่วนการจัดฉากหลังของภาพอาหาร เนื่องจากเป็นอาหารพื้นถิ่น ควรเลือกฉากหลังที่มีความสอดคล้องกับอาหารเช่น ใช้ใบตองรองเป็นฉากพื้นหลัง หรือแผ่นลายไม้ ที่ดูแล้วให้ความรู้สึกถึงความเป็นท้องถิ่น มีการใช้เสื่ออก รองพื้นภาชนะเพื่อเป็นฉากประกอบอาหาร เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความ เป็นจันทบุรีที่มีชื่อเสียงด้านเสื่ออกจันทบูร ช่วยทำให้ภาพอาหารมีความน่าสนใจขึ้นมาก รูปภาพอาหารที่สามารถดึงดูดสายตา สิ่งสำคัญคือ หน้าตาของอาหารต้องสวย และเห็นได้เด่นชัด การถ่ายภาพต้องคัดสรรวัตถุดิบที่สดใหม่ ต้องทำให้วัตถุดิบคงสภาพเดิมให้มากที่สุด ทั้งสี สีสันของภาชนะจะต้องไม่ไปรบกวนสีของอาหาร วัตถุดิบของอาหารต้องดู เรียบง่ายแต่แฝงด้วยรสนิยมนที่บ่งบอกถึง ความเป็นท้องถิ่น จากผลการประเมินคุณภาพของงานสร้างสรรค์ภาพถ่ายในเชิงเทคนิคภาพโดยรวม พบว่า คุณภาพของภาพถ่าย ด้านความคมชัด คุณภาพด้านแสงเงา คุณภาพของสี และความมีมิติของภาพ มีคุณภาพอยู่ในระดับ มากที่สุด ส่วนด้านมุมกล้อง การ จัดองค์ประกอบภาพและความงามด้านทัศนศิลป์ มีคุณภาพอยู่ในระดับ มาก

3. ความพึงพอใจในผลงานสร้างสรรค์ภาพถ่ายอาหารต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ภาพถ่ายที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมา ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งในเรื่อง ความสวยงามของภาพถ่าย ความน่าสนใจของภาพ ความคิดสร้างสรรค์ การสื่อความหมายของภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจท่องเที่ยว ภาพถ่ายที่มีความสวยงามมากที่สุด ประกอบด้วย ภาพเมนูข้าวตอกน้ำกะทิทุเรียน ปลาทุตม์เค็ม น้ำพริกกระเทียม น้ำพริกกะทิ น้ำพริกปูไข่ หากพิจารณาโดยภาพรวมแล้ว เมนูอาหารที่มีผลประเมินภาพถ่ายที่มีความสวยงามในระดับ มากที่สุด ส่วนใหญ่จะเป็น เมนูน้ำพริก ที่มีการจัดตกแต่งภาพด้วยองค์ประกอบเสริมหลากหลายชนิด เช่น ผักที่กินกับน้ำพริกที่มีความหลากหลายและมีสีสันที่สวยงาม วัตถุดิบที่นำมาประกอบที่โดดเด่น รวมไปถึงภาชนะที่ใส่อาหารที่มีทั้งการสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของความเป็นท้องถิ่นและภาชนะที่สะท้อนถึงรสนิยมและบุคลิกของประเภทอาหาร หรือแม้แต่การนำอาหารท้องถิ่นมาจัดในภาชนะที่มีคุณค่าเช่น ภาชนะลายครามที่ส่วนใหญ่จะพบเห็นในเมนูอาหารชั้นสูง ก็มักจะทำให้อาหารนั้นดูมีระดับขึ้นมา อีกทั้งการจัดแสงของภาพที่เน้นการใช้เงา หรือการเปิดรับแสงน้อย ความต่างระหว่างส่วนที่สว่างกับส่วนที่เป็นเงาทึบ ทำให้ภาพดูมีมิติ ซึ่งในปัจจุบัน ภาพถ่ายแนวนี้ เป็นสไตล์การถ่ายภาพที่ค่อนข้างได้รับความนิยมในสื่อสังคมออนไลน์ และแม้กระทั่งตำราอาหารต่าง ๆ โดยมักจะแสดงให้เห็นเงาอย่างชัดเจนและสื่อถึงอารมณ์ซุกซมขมขื่นและตื่นตาตื่นใจได้เป็นอย่างดี ข้อสรุปที่สำคัญ การถ่ายภาพอาหารให้ความน่าสนใจ องค์ประกอบที่สำคัญที่ขาดไม่ได้คือ ส่วนประกอบเสริมภายในภาพ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบประกอบภาพ ภาชนะ การจัดองค์ประกอบภาพควรเลือกใช้หรือพที่มีความเกี่ยวข้องกับอาหารมาเป็นองค์ประกอบในภาพ จะช่วยให้ภาพที่ดูโล่ง มีสีสันและสร้างความสะดุดตาได้ รวมไปถึงเรื่องแสงภายในภาพ ในการที่จะสื่อออกมาให้เห็นถึงความสวยงามและความน่าสนใจของอาหาร และที่สำคัญการสร้างสรรคภาพถ่ายควรหาข้อแตกต่างจากภาพที่เคยมีอยู่แล้วและหาเมนูใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ

6. อภิปรายผล

จากการศึกษาภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นจากชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ทั้ง 10 ชุมชน ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นความหลากหลายภูมิปัญญาอาหารในแต่ละท้องถิ่นที่ได้สะท้อนออกมาในรูปขององค์ความรู้ด้านอาหาร การใช้วัตถุดิบ กระบวนการผลิตอาหารที่สอดคล้องกับบริบทในท้องถิ่นและสอดคล้องกับธรรมชาติ ซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่ได้พัฒนาให้เกิดเป็นสิ่งที่ดีงามและมีคุณค่า สามารถสืบทอดต่อกันมา โดยมีการผสมผสานและปรับเปลี่ยนระหว่างภูมิปัญญาดั้งเดิมที่มีมาแต่ในอดีตกับภูมิปัญญาใหม่อยู่ตลอดเวลาภายใต้ศักยภาพและสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ อาหารท้องถิ่นในจังหวัดจันทบุรี มีความโดดเด่นในเรื่องของกลิ่นและรสชาติที่เข้มข้นของพืชเครื่องหอมนานาชนิดซึ่งแตกต่างจากอาหารของภาคอื่น ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลักษณะของอาหาร ได้แก่ อาชีพของคนในจังหวัดทั้งที่เป็นเกษตรกร ชาวประมง ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ที่มีกลุ่มชาติพันธุ์อยู่หลายกลุ่ม ความเชื่อ ประวัติศาสตร์และสภาพทางภูมิศาสตร์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้ลักษณะของอาหารในแต่ละท้องถิ่นของจังหวัดจันทบุรีมีความแตกต่างหรือคล้ายคลึงกันบ้าง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของ สุณี ศักดาเดช (2549) และด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์ของแต่ละท้องถิ่น ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดชนิด ลักษณะของอาหารท้องถิ่น ซึ่งจะก่อให้เกิดวัฒนธรรมเฉพาะท้องถิ่นขึ้นอย่างหลากหลายทั้งที่แตกต่างและคล้ายคลึงกัน

ข้อค้นพบเมนูอาหารบางรายการ มีการแสดงให้เห็นถึงตัวตนของผู้บริโภค สถานะและความสุขซึ่งเป็นวิธีการสื่อสารให้คนรอบตัวรับรู้สถานภาพทางสังคมของผู้คนอีกด้วย กล่าวคือ เมนูอาหาร เส้นจันทน์ผัดปู ที่นอกจากจะรับประทานเป็นอาหารว่างหรือแทนอาหารมื้อใดมื้อหนึ่งแล้ว ในงานบุญต่าง ๆ ยังนิยมผัดถวายแด่ผู้ล่วงลับเลี้ยงแขกผู้มาร่วมงานด้วย ซึ่งหากเจ้าภาพมีการเลี้ยงอาหารแขกที่มาร่วมงานด้วยเมนูดังกล่าว ก็จะบ่งบอกถึงสถานะของเจ้าภาพเนื่องจากวัตถุดิบอย่างเช่น ปู เป็นวัตถุดิบที่มีราคาค่อนข้างสูงจึงสะท้อนได้ถึงฐานะของเจ้าภาพ ซึ่งเป็นไปตามมิติในการให้ความหมายของอาหารในเชิงสังคมที่สื่อสารออกมาให้คนรอบตัวได้รับรู้สถานภาพทางสังคมของเจ้าภาพ รวมไปถึงการสะท้อนภาพวิถีชีวิตของชาวจันทบุรีที่เป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ของอาหารอีกด้วย ซึ่ง

สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารของอาหารในมิติทางสังคม ที่ รัตติกาล เจนจิต (2556) ได้กล่าวไว้ และสอดคล้องตามผลการศึกษาของ ศรีนคร รัตน์เจริญจร (2544) และณัชชา อาจารย์ยุตต์ (2559) ที่บ่งบอกได้ว่า อาหารสามารถบ่งบอกความแตกต่างทางสังคม บ่งบอกสถานะคนในสังคมด้วยเช่นกัน

การถ่ายภาพอาหารพื้นถิ่นที่จะสร้างจุดสนใจและสื่อสารกับผู้ดูภาพนั้น ภาพถ่ายอาหารต้องถ่ายออกมาให้น่ารับประทาน จัดวางองค์ประกอบที่น่าสนใจ และถ่ายทอดเรื่องราวของอาหารออกมาให้น่าสนใจ ในการจัดตกแต่งอาหารต้องคำนึงถึงความมีเอกลักษณ์ ในการจัดอาหาร มีการเน้น (Emphasis) ในด้านสีสันทของอาหาร และองค์ประกอบเสริมต่าง ๆ การจัดจัดบรรยากาศให้สอดคล้องกับความเป็นอาหารท้องถิ่น ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับการจัดตกแต่งอาหารที่ มนตรี พันธุ์สวัสดิ์ (2561) ได้อธิบายไว้อย่างเป็นแนวปฏิบัติที่ดีในการจัดตกแต่งอาหารเพื่อการถ่ายภาพ

การถ่ายภาพจากมุมด้านบน เพื่อเน้นสีสันทและรูปทรงของอาหาร ยังเป็นมุมถ่ายภาพที่ได้รับความนิยมและทำให้ความดูมีความสวยงามตามแนวคิดของ Reina Kanamori (2018) ซึ่งไม่ว่าจะเป็นอาหารทุกชนิด การถ่ายภาพในมุมบน หรือมุม 90 องศา จะทำให้เห็นรายละเอียดของอาหารที่ครบด้วย ดูน่ารับประทาน ส่วนมุมกล้องที่ต่ำกว่า 90 องศา ก็จะเหมาะกับอาหารที่ต้องการแสดงให้เห็นรูปทรงหรือความสูงของอาหาร และการหาความสมดุลของภาพ โดยการแบ่งสัดส่วนภาพ จากการใช้ ตาราง 9 แล้ววางเมนูอาหาร หรือวัตถุที่ต้องการโฟกัสลงบนจุดตัด จุดใดจุดหนึ่งใน 4 จุดในเฟรม เป็นการสร้างความสมดุลและแบ่งสัดส่วนภาพได้อย่างลงตัว ซึ่งพื้นที่ที่เหลือจะช่วยสร้างบรรยากาศให้ภาพโดดเด่นและมีเรื่องราวยิ่งขึ้น

ในการถ่ายภาพอาหารผู้ถ่ายภาพสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ นำมาเล่าเรื่องในตัวอาหารได้เช่นกัน อาจจะถ่ายในระยะเลนส์ที่แคบลง หรือซูมเข้าใกล้มากขึ้น เพื่อให้ได้มิติของภาพที่เน้นไปยังตัวอาหาร และอุปกรณ์ประกอบฉากในการที่จะเสริมเรื่องราวของอาหารนั้นได้ ซึ่งแนวทางที่ Yocuwa Samarom (2019) ได้ให้แนวทางไว้อย่างสามารถนำมาปฏิบัติได้โดยเฉพาะการสื่อสารภาพถ่ายในสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน

7. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ในมิติภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นของชาวจันทบุรีที่สามารถดำรงอยู่ได้จนถึงปัจจุบันและเป็นจุดขายที่สำคัญในพื้นที่การท่องเที่ยว นั้น นอกเหนือจากปัจจัยด้านเขตภูมิศาสตร์พื้นที่ตั้งของจังหวัดที่มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ ทั้งพืชผัก ผลไม้ สมุนไพร และปัจจัยด้านความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ทั้งไทย จีน ญวน ของ ซึ่งแต่ละกลุ่มก็มีวิถีการดำเนินชีวิตวิถีการบริโภคที่เป็นเอกลักษณ์ ในแบบฉบับของตัวเอง เกิดการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมจนเกิดเป็นอัตลักษณ์ แต่มีปัจจัยที่โดดเด่นคือ ชาวจันทบุรีมีภูมิปัญญาด้านอาหารซึ่งเป็นจุดแข็งประการหนึ่งที่ทำให้อาหารท้องถิ่นจันทบุรีเป็นที่รู้จักจากนักท่องเที่ยว คนจันทบุรีมีต้นทุนทางภูมิปัญญาในการนำพืชท้องถิ่นมาเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการผลิตอาหารเป็นยาได้หลากหลายชนิด ทั้ง เรว์ กระวาน ใบชะมวง เป็นต้น โดยในปัจจุบันทุกภาคส่วนในจังหวัด ได้นำปัจจัยในมิติการนำพืชท้องถิ่นมาเป็นส่วนประกอบอาหารให้เป็นยา มาเป็นจุดเริ่มต้นในการขับเคลื่อนให้จังหวัดจันทบุรีเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารของ UNESCO

8. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ในการศึกษาการสร้างสรรคภาพถ่ายครั้งนี้ เป็นการถ่ายภาพโดยใช้ฉากและแสงประดิษฐ์เป็นหลัก ในการสร้างสรรคภาพให้มีความหลากหลาย อาจมีการจัดแสงแบบธรรมชาติ หรือให้เห็นฉากอื่นๆ ที่สามารถสร้างเรื่องราวให้กับภูมิปัญญาอาหารได้ดียิ่งขึ้นเช่น ฉากห้องครัวแบบชาวบ้าน ฉากแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของหมู่บ้าน เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีมีภูมิปัญญาอาหารอยู่เป็นจำนวนมาก ในการศึกษาครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาเฉพาะในพื้นที่หมู่บ้านท่องเที่ยววิถี ซึ่งยังมีอีกหลายพื้นที่ การศึกษาในอนาคตอาจพิจารณาในพื้นที่อื่น เพื่อค้นหาภูมิปัญญาอาหารที่แตกต่างกันออกไป และในปัจจุบันแนวทางการภาพอาหาร มีความหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะในสื่อสังคมออนไลน์ มีการจัดองค์ประกอบภาพ จัดแสง ที่แปลกแหวกแนวและมีความน่าสนใจและสอดคล้องตามแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงตามบริบทของสังคม วัฒนธรรม รสนิยม ในแต่ละยุคสมัย การศึกษาในอนาคต ผู้ศึกษาอาจพิจารณาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร และภาพถ่ายอาหารที่มีผลต่อการตัดสินใจให้เกิดการท่องเที่ยวควรเป็นลักษณะอย่างไร

รายการอ้างอิง

- ณัชชา อาจารย์ยุตต์. (2559). *การสื่อสารกับการสร้างความหมายและรสนิยมการบริโภคชาข้ามชาติ ในสังคมไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทฉบับที่ 2559]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). สุวีริยาสาส์น.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2561, 25 พฤษภาคม). *เปิดวิสัยทัศน์ “รัฐมนตรีเมืองรอง” วีระศักดิ์ โควสุรัตน์ ชู “จันทบุรี” ขึ้นแท่น “ต้นแบบเมืองรอง”*. <https://mgronline.com/travel/detail/9610000094802>.
- มนตรี พันธุ์สวัสดิ์. (2561). *การจัดตกแต่งอาหาร*. บทเรียนวิชา ศิลปะการตกแต่งอาหาร. วิทยาลัยดอนบอสโก.
- รัตติกาล เจนจิต. (2556). *สื่อสาร อาหาร สุขภาพ*. ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ศรินทร์ รัตน์เจริญจร. (2544). *ร้านกาแฟ: ความหมายในวัฒนธรรมไทยยุคบริโภคนิยม*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุนี ศักดาเดช. (2549). *อาหารท้องถิ่น*. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- เสาวภา ศักยพันธ์. (2548). *ตำราอาหารท้องถิ่น*. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- อร่าม อรรถเจติย์. (2550). *พืชพื้นบ้าน อาหารจันทบุรี*. โรงพิมพ์ต้นฉบับ.
- Ashley, B. H., J. Jones, S. and Taylor J. (2004). *Food and Cultural Studies*. Routledge.
- Reina Kanamori. (2018, 23 พฤษภาคม). *เทคนิคการออกแบบและจัดองค์ประกอบสำหรับการถ่ายภาพ*. https://snapshot.canon-asia.com/thailand/article/th/3-composition-styling-techniques-for-food-photography?gclid=EALalQobChMlMr83N3J6QIV0LWWCh1AZwvEAMyASAAEgK-pPD_BwE.
- Yocuwa Samarom. (2019, 12 ตุลาคม). *10 เทคนิคถ่ายภาพอาหารสำหรับมือใหม่ให้สวย ดึงดูดสายตา และ น่าสนใจ*. <https://www.photoschoolthailand.com/10-tips-food-photography>.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำในโรงพยาบาลของรัฐสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

FACTORS AFFECTING LEADERSHIP EFFECTIVENESS

IN GOVERNMENTAL HOSPITALS UNDER THE MINISTRY OF PUBLIC HEALTH

ยุคลฉัตร หล้าวรรณะ¹ รวิภา ธรรมโชติ² สุวรรณี แสงมหาชัย³ และ อุทัย เลาหิเชียร⁴

Yukonchat Lamwanna, Ravipa Thummachote, Suwannee Sangmahachai and Uthai Laohawichen

Article History

Received: 07-09-2021; Revised: 31-10-2021; Accepted: 31-12-2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของชุดนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำในโรงพยาบาลของรัฐสังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ทดสอบอิทธิพลทางตรงระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำและประสิทธิผลของภาวะผู้นำ (2) ทดสอบอิทธิพลทางตรงระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (3) ทดสอบอิทธิพลทางตรงระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและประสิทธิผลของภาวะผู้นำ และ (4) ทดสอบอิทธิพลทางอ้อมระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำและประสิทธิผลของภาวะผู้นำ โดยผ่านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยมีประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรของโรงพยาบาลของรัฐ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ในเขตสุขภาพบริการที่ 6 ของกระทรวงสาธารณสุขซึ่งอยู่ในจังหวัด ชลบุรี ระยอง จันทบุรีสมุทรปราการ ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี สระแก้ว และตราด จำนวน 12,652 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (systematic random sampling) ได้จำนวน 373 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำในโรงพยาบาลของรัฐ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านคุณลักษณะของผู้นำ ด้านคุณลักษณะของผู้ตาม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านพฤติกรรมของผู้นำ รวมถึงรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับประสิทธิผลของภาวะผู้นำในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง พบว่า (1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ (2)

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Doctor of Philosophy Student, Faculty Political Science, Ramkhamhaeng University

Email: Ychommaung92@gmail.com *Corresponding author

²⁻⁴ รองศาสตราจารย์, ดร., คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Assoc. Prof. Ph.D, Faculty Political Science, Ramkhamhaeng University

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (3) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ และ (4) ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ โดยส่งผ่านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

คำสำคัญ: ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ; ประสิทธิภาพภาวะผู้นำ; โรงพยาบาลของรัฐสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

ABSTRACT

This research is part of the dissertation on Factors Affecting Leadership Effectiveness in Governmental Hospitals under the Ministry of Public Health, the objectives were to (1) test the direct influence between factors affecting leadership effectiveness and leadership effectiveness (2) test the direct influence between factors affecting leadership effectiveness and transformational leadership 3) test the influence and 4) to test the indirect influence between the factors affecting the effectiveness of leadership and the effectiveness of leadership through transformational leadership. The population used in the study was 12,652 personnel of government hospitals in the Ministry of Public Health in Health Service Area 6 of the Ministry of Public Health located in the provinces of Chonburi, Rayong, Chanthaburi, Samutprakan, Chachoengsao, Prachinburi, Sakaeo and Trat, a systematic random sampling method was used 373 people, using questionnaires as a data collection tool, statistics used to analyze the data were frequency, percentage, mean, standard deviation and structural equation.

The results showed that:

Factors Affecting Leadership Effectiveness in Governmental Hospitals under the Ministry of Public Health in 4 areas, consisting of leader attributes, follower attributes, environment, leadership behavior and transformational leadership style were all averaged at a high level. The overall leadership effectiveness was averaged at a high level. From the analysis of the structural equation, it was found that (1) Factors affecting leadership effectiveness have no direct positive influence on leadership effectiveness. (2) Factors affecting leadership effectiveness have a positive direct influence on transformational leadership; (3) transformational leadership has a positive direct influence on leadership effectiveness; and (4) Factors affecting leadership effectiveness have an indirect influence on leadership effectiveness through transformational leadership.

Keywords: Factors Affecting Leadership Effectiveness; Leadership Effectiveness; Public Hospital under the Ministry of Public Health

1. บทนำ

การพัฒนาและปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐเป็นหนึ่งในประเด็นการดำเนินการปฏิรูปประเทศที่สำคัญ ซึ่งได้กำหนดเป้าหมายในการปรับเปลี่ยนให้ภาครัฐยึดหลัก “ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม” (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2564) ปัจจุบันผู้บริหารหรือผู้นำใช้การมีส่วนร่วมของผู้บริหารระดับต่าง ๆ รวมถึงของผู้ปฏิบัติ มีการระดมความคิดเห็น มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในองค์กร มากำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และกำหนดแผนยุทธศาสตร์ร่วมกันเพื่อให้ทุกคนเกิดความร่วมมือในการผลักดันให้เกิดประสิทธิผลและบรรลุเป้าหมายขององค์กร นอกจากนี้ผู้นำหรือผู้บริหารมีหน้าที่กำหนดเรื่องการบริหารและพัฒนาบุคลากรให้เป็นเรื่องสำคัญ กำหนดทิศทางขององค์กรและทิศทางด้านบุคลากรให้มีความชัดเจนสอดคล้องกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของ Bass and Riggio (2006) กล่าวว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานหรือผู้ตามในการกระตุ้นการพัฒนาศักยภาพและความสามารถของผู้ร่วมงานให้สูงขึ้น ทำให้ผู้ร่วมงานเกิดการตระหนักรู้ในการกิจและวิสัยทัศน์ขององค์กร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีภาวะความเป็นผู้นำจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมากในการพัฒนาประเทศเช่นเดียวกับ Burns (1978) กล่าวว่า ประสิทธิภาพของผู้นำ คือ “ความสำเร็จของบุคคลหนึ่งที่มีอิทธิพลกับบุคคลหนึ่งคนหรือมากกว่านั้น ส่งผลให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันในลักษณะที่ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องพึงพอใจ” นอกจากนี้ประสิทธิภาพผู้นำยังขึ้นอยู่กับกระบวนการทำงาน กระบวนการตัดสินใจ การติดตามเป้าหมาย และการพัฒนาความสัมพันธ์ สอดคล้องกับฮาลีซาล เจเลาะ (2561) ศึกษาแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อประสิทธิผลของสำนักนโยบายและแผนกลาโหมในประชาคมอาเซียน พบว่า ปัญหาการปฏิบัติหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพในการวางแผนงานกำลังพลของสำนักงานอาเซียนยังไม่ค่อยรู้จักของอาเซียน ในด้านการปฏิบัติงาน การสร้างเครือข่ายการประสานงาน จำเป็นต้องใช้เวลาในการสร้างความคุ้นเคย ความไว้วางใจ เชื่อใจ ดังนั้นผู้นำควรมีการเตรียมการในการวางแผนด้านบุคลากรรวมถึงควรสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจให้เกิดขึ้นในการปฏิบัติหน้าที่ การศึกษาถึงประสิทธิผลของภาวะผู้นำนั้นมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้นำหลากหลายกรณีทั้งปัจจัยเชิงจิต สวัสดิการ ฯลฯ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ปฏิบัติหน้าที่ในองค์กร สอดคล้องกับ ภริดา ศิลปชัย และ ณัฐชา อารังโชติ (2561) ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงจิต และความมีประสิทธิภาพการทำงาน ของบุคลากรของรัฐบาลท้องถิ่นแห่งหนึ่ง พบว่า ปัจจัยเชิงจิต มีความสัมพันธ์กับ ประสิทธิภาพการทำงานของผู้ปฏิบัติหน้าที่ในหน่วยงาน เมื่อพิจารณาในด้าน พบว่า ด้านความก้าวหน้าในงาน และด้านนโยบาย และการบริหาร มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ ด้านเงินเดือน ด้านความรับผิดชอบ ด้านการยอมรับนับถือ ด้านความมั่นคง ด้านการบังคับบัญชา ด้านลักษณะงาน ด้านชีวิตส่วนตัว ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ด้านสภาพการทำงาน มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นว่าประสิทธิผลของภาวะผู้นำนั้นรวมถึงมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไม่เพียงแต่กับผู้ตามเพียงคนเดียวอาจรวมถึงเพื่อนร่วมงานและปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ ผู้นำที่มีประสิทธิภาพจะทำให้เกิดการคงอยู่ของผู้ปฏิบัติงาน มีขวัญและกำลังใจ มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน มีทีมงานที่ดี และรู้สึกการเป็นเจ้าของและความสำเร็จที่เกิดขึ้น เห็นคุณค่าของผลงาน เกิดความพึงพอใจในงานและความยึดมั่นผูกพันในองค์กร แต่ในทางตรงข้ามบางครั้งถ้าผู้นำขาดภาวะผู้นำ ขาดความน่าเชื่อถือก็อาจทำลายความแข็งแกร่งของทีม มีการปฏิบัติงานที่ไม่เป็นไปตามระบบ ไม่ได้มาตรฐาน ทำให้ระบบงานขาดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้นผู้บริหารจึงจำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพ มุมมองของตนเองให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงกับบริบทของโรงพยาบาลของรัฐ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข

ประสิทธิผลภาวะผู้นำจึงเป็นความสามารถของผู้นำในการระดมพลังและมีอิทธิพลต่อผู้ตาม (Cicero, Pierro and Van Knippenberg, 2010) ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะขับเคลื่อนให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย (De Cremer and Van Knippenberg, 2004) สอดคล้องกับการศึกษาของ อภิรติ เลาหวิเชียร (2555) ที่กล่าวว่า ประสิทธิภาพของภาวะผู้นำ คือ การที่ผู้นำใช้ความรู้และประสบการณ์ทำงานให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งเกิดจากผลผลิตที่มีคุณภาพทันกับเวลาและสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ผู้นำ

มีความยืดหยุ่นพร้อมปรับตัว มีมุมมองและสร้างความเข้าใจสภาพการณ์ต่าง ๆ ให้มากขึ้นเพื่อทำให้เกิดประสิทธิผลต่อองค์การ ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ ในโรงพยาบาลของรัฐ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อประสิทธิผลภาวะผู้นำ โดยนำแนวคิดของ DuBrin (2010) ซึ่งศึกษาถึงองค์ประกอบ 4 ประการที่มีผลต่อประสิทธิผลภาวะผู้นำ คือ 1) คุณลักษณะของผู้นำ 2) พฤติกรรมของผู้นำ 3) คุณลักษณะของผู้ตาม และ 4) สิ่งแวดล้อม รวมกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เพื่อวัดประสิทธิผลภาวะผู้นำในโรงพยาบาลของรัฐ กระทรวงสาธารณสุข เนื่องจากมีผู้นำหรือผู้บริหารจำนวนมาก มีคุณลักษณะผู้นำที่แตกต่างกัน มีรูปแบบการบริหารจัดการที่แตกต่างกัน พฤติกรรมที่ต่างกัน ควบคู่กับการศึกษาคุณลักษณะของผู้ตามและสิ่งแวดล้อม เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เห็นการปฏิบัติงานของผู้นำและเป็นเรื่องที่วัดประสิทธิผลของผู้นำเช่นกัน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทดสอบอิทธิพลทางตรงระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำและประสิทธิผลของภาวะผู้นำ
2. เพื่อทดสอบอิทธิพลทางตรงระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง
3. เพื่อทดสอบอิทธิพลทางตรงระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและประสิทธิผลของภาวะผู้นำ
4. เพื่อทดสอบอิทธิพลทางอ้อมระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ และประสิทธิผลของภาวะผู้นำ โดยผ่านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

3. สมมติฐานของการวิจัย

1. H1: ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ
2. H2: ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง
3. H3: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ
4. H4: ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ โดยส่งผ่านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

4. การทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยในครั้งนี้ยึดหลักแนวคิดของ DuBrin (2010) เป็นหลักในการศึกษาประสิทธิผลของภาวะผู้นำ โดยมีปัจจัยหรือองค์ประกอบหลัก 4 ประการได้แก่ 1) คุณลักษณะของผู้นำ แสดงให้เห็นถึงคุณภาพภายใน เช่น ความเชื่อมั่นในตนเอง และความสามารถในการแก้ไขปัญหา จะช่วยให้ผู้นำทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) คุณลักษณะผู้ตามแสดงให้เห็นถึง คุณลักษณะผู้ตาม มีผลกระทบอย่างไรต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ พิจารณาถึงองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ ความคิด ทัศนคติ ความสามารถ ความมุ่งมั่นในการทำงาน การมีส่วนร่วมและแรงจูงใจในการทำงาน 3) สิ่งแวดล้อม มีผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ เช่น นโยบาย โครงสร้างองค์การ สถานการณ์ต่าง ๆ สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม ฯลฯ และ 4) พฤติกรรมผู้นำแสดงให้เห็นถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้นำ โดยแต่ละองค์ประกอบผู้วิจัยได้มีการทบทวนแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ DuBrin (2010) ซึ่งนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อทำให้ปัจจัยต่าง ๆ มีความชัดเจนในการนำไปสู่การทดสอบสมมติฐาน โดยมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นตัวแปรกลาง ระหว่างปัจจัยหรือองค์ประกอบทั้ง 4 ประการและประสิทธิผลของภาวะผู้นำ ในการศึกษาว่าตัวแปรใดส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำผ่านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นตัวแปรกลาง

5. ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของภาวะผู้นำในโรงพยาบาลของรัฐสังกัดกระทรวงสาธารณสุข” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นบุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข เขตพื้นที่บริการสุขภาพที่ 6 ซึ่งอยู่ในเขตอุตสาหกรรม มีทั้งหมด 8 โรงพยาบาล มีจำนวนทั้งหมด 12,652 คน ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม AMOS โดยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) การวิจัยควรมีขนาดตัวอย่าง 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกต (Hair et al, 1995) ซึ่งวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีตัวแปรสังเกตจำนวน 10 ตัวแปร ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมและเพียงพอจึงควรมี อย่างน้อย 10 เท่า $\times$ 10 ตัวแปรสังเกต เท่ากับ 100 ตัวอย่าง ถึง 20 เท่า $\times$ 10 ตัวแปรสังเกต เท่ากับ 200 ตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 373 ตัวอย่างซึ่งมีจำนวนเพียงพอและมากกว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ หลังจากนั้นใช้การสุ่มแบบมีระบบ (systematic random sampling) โดยเรียงลำดับบัญชีรายชื่อหาช่วงของการเลือกตัวอย่างในแต่ละโรงพยาบาลและให้ครอบคลุมทุกตำแหน่งในโรงพยาบาล

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของภาวะผู้นำ และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ประสิทธิภาพของภาวะผู้นำ

3. ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยมุ่งศึกษา 2 ประเด็นหลักได้แก่ 1) การศึกษาประสิทธิภาพของภาวะผู้นำ มีโดยวัดผลงานของผู้นำและความพึงพอใจของผู้ตามที่มีต่อผู้นำ ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ คุณลักษณะผู้นำ คุณลักษณะผู้ตาม สิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมของผู้นำ และ 2) รูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นกระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานหรือผู้ตามในการกระตุ้นการพัฒนาศักยภาพและความสามารถของผู้ร่วมงานให้สูงขึ้น ประกอบด้วยพฤติกรรมเฉพาะ 4 มิติ ได้แก่ 1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ 2) การสร้างแรงบันดาลใจ 3) การกระตุ้นทางปัญญา และ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. แบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ได้บังคับบัญชา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ ประสิทธิภาพในการทำงาน และตำแหน่งงานที่รับผิดชอบ
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพของภาวะผู้นำ เป็นการประเมินประสิทธิภาพของภาวะผู้นำจากผลงานของผู้นำในความเห็นของผู้ตาม และประเมินความพึงพอใจของผู้ตามที่มีต่อผู้นำ
3. แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของภาวะผู้นำ ได้แก่ 1) คุณลักษณะผู้นำ 2) คุณลักษณะผู้ตาม 3) สิ่งแวดล้อม และ 4) พฤติกรรมของผู้นำ
4. แบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ 1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ 2) การสร้างแรงบันดาลใจ 3) การกระตุ้นทางปัญญา และ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 373 ชุด ในโรงพยาบาลทั้งหมด 8 โรงพยาบาล ได้แก่ โรงพยาบาลชลบุรี โรงพยาบาลพระปกเกล้า โรงพยาบาลสมุทรปราการ โรงพยาบาลพุทธโสธร โรงพยาบาลระยอง โรงพยาบาลเจ้าพระยา

อภัยภูเบศร โรงพยาบาลตรวด และโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสระแก้ว โดยยพทำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย และผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ของแต่ละโรงพยาบาล เมื่อคณะกรรมการจริยธรรมฯ พิจารณานุญาตแล้ว จึงขอความอนุเคราะห์บัญชีรายชื่อจากงานเจ้าหน้าที่เพื่อทำการสุ่มตัวอย่างตามวิธีการที่กำหนด พร้อมทั้งขอความร่วมมือประสานงานกับผู้บริหารและบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการขอเข้าเก็บรวบรวมข้อมูล

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้จำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลภาวะผู้นำ ได้แก่ 1) คุณลักษณะของผู้นำ 2) คุณลักษณะของผู้ตาม 3) สิ่งแวดล้อม และ 4) พฤติกรรมของผู้นำ วิเคราะห์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ 1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ 2) การสร้างแรงบันดาลใจ 3) การกระตือรือร้นทางปัญญา และ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล วิเคราะห์ประสิทธิผลของภาวะผู้นำ ได้แก่ การประเมินประสิทธิผลของภาวะผู้นำจากผลงานของผู้นำในความเห็นของผู้ตาม และประเมินความพึงพอใจของผู้ตามที่มีต่อผู้นำและการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติ SEM (Structural Equation Modeling)

6. ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 85.3 มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 30.3 รองลงมาอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 29.0 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 60.9 สถานภาพโสด ร้อยละ 50.1 มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 38.9 ประสบการณ์ในการทำงาน มีอายุงาน 1-5 ปี ร้อยละ 30.6 ตำแหน่งที่รับผิดชอบส่วนใหญ่เป็นพยาบาล ร้อยละ 35.9

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลภาวะผู้นำในโรงพยาบาลของรัฐ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ประกอบด้วย 1) คุณลักษณะของผู้นำ 2) คุณลักษณะของผู้ตาม 3) สิ่งแวดล้อม 4) พฤติกรรมของผู้นำ พบว่า 1) คุณลักษณะของผู้นำโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อแยกเป็นรายด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านบุคลิกภาพโดยทั่วไปและคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพที่สัมพันธ์กับงานทั้งหมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19 และ 4.08 ตามลำดับ 2) คุณลักษณะของผู้ตามโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 3) สิ่งแวดล้อม พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณารายข้อ รายการที่อยู่ในระดับน้อย คือ โรงพยาบาลของฉันมีสายบังคับบัญชาที่ซับซ้อน หลายขั้นตอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 และ 4) พฤติกรรมของผู้นำ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 เมื่อพิจารณารายข้อ รายการที่อยู่ในระดับน้อย คือ หัวหน้าของฉันมุ่งที่จะสั่งการโดยไม่รับฟังความคิดเห็นของผู้ใต้บังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.34

3. รูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นตัวแปรหนึ่งที่ผู้วิจัยนำมาพิสูจน์ความสัมพันธ์ พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 เมื่อพิจารณารายด้าน ได้แก่ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตือรือร้นทางปัญญาและการเคารพความเป็นปัจเจกบุคคล ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านการกระตือรือร้นทางปัญญา เมื่อพิจารณารายข้อ รายการที่อยู่ในระดับน้อย คือ หัวหน้าของฉันควบคุมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทำงานตามแบบอย่างที่เคยปฏิบัติกันมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.35

4. ประสิทธิผลภาวะผู้นำในโรงพยาบาลของรัฐ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข พบว่า ประสิทธิผลภาวะผู้นำ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า 1) ผลงานของผู้นำในความเห็นของผู้ตามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และ 2) ประเมินความพึงพอใจของผู้ตามที่มีต่อผู้นำอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03

5. การทดสอบโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM)

ตารางที่ 1

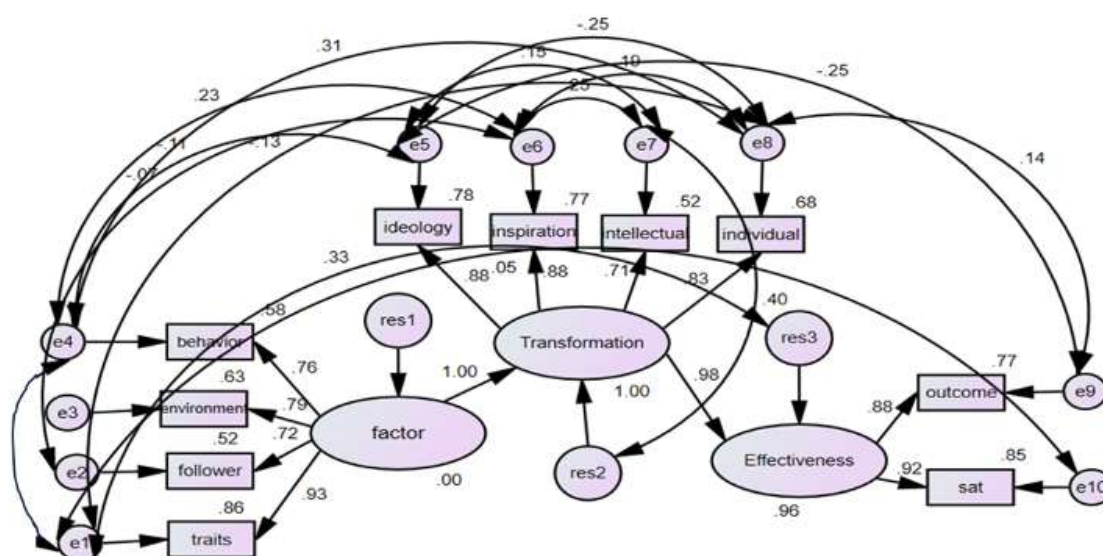
แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องหลังจากการปรับโมเดล

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์	ค่าดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา
CMIN/DF	< 2	1.546	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.9	0.997	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.9	0.985	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.9	0.955	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	0.03-0.08	0.038	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องทั้ง 5 ที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือ ค่าดัชนี Chi-Square (X^2) = 27.823, CMIN/df = 1.546, df = 18, p-value = 0.065, CFI = 0.997, GFI = 0.985, AGFI = 0.955 และ RMSEA = 0.038 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ภาพที่ 1

แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดลโดยรวมหลังจากปรับโมเดล



จากภาพที่ 1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำส่งมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 1.000 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.980 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำแต่ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำส่งผลทางอ้อมเชิงบวกต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ โดยผ่านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.980

ตารางที่ 2

ค่าสถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาในโมเดลสมการเชิงโครงสร้าง

คู่ความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร			Regression Weights				Standardized	R ²
							Regression	
							Weights	
			Estimate	S.E.	C.R.	P	Estimate	
(t-Value)								
Transformation	<---	factor	.437	.017	26.104	***	1.000	1.000
Effectiveness	<---	Transformation	1.525	.074	20.580	***	.980	.960
Traits (fa1-fa14)	<---	factor	1.000				.930	.860
Follower (fa15-fa20)	<---	factor	.284	.016	17.978	***	.724	.525
Environment (fa21-fa25)	<---	factor	.248	.012	21.392	***	.794	.631
Behavior (fa26-fa34)	<---	factor	.451	.024	18.600	***	.763	.583
Ideology (t1-t7)	<---	Transformation	1.000				.882	.780
Inspiration (t8-t13)	<---	Transformation	.923	.038	24.124	***	.880	.770
Intellectual (t14-t18)	<---	Transformation	.457	.026	17.714	***	.710	.522
Individual (t19-t26)	<---	Transformation	1.269	.066	19.125	***	.830	.684
Outcome (wk1-wk10)	<---	Effectiveness	1.000				.880	.774
Satisfaction (sat11-sat20)	<---	Effectiveness	1.019	.039	26.141	***	.924	.853

*** ระดับนัยสำคัญ 0.01

จากตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาในโมเดลสมการเชิงโครงสร้าง พิจารณาจากค่ามาตรฐานน้ำหนักสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Standardized Regression Weights) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ (factor) ส่งผลทางตรงต่อรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (transformation) รูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (transformation) ส่งผลทางตรงต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ และการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct effect: DE) และอิทธิพลทางอ้อม (Indirect effect: IE) แสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

แสดงผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล

Endo var. \ Exo var.		Effectiveness		
		Direct effect	Indirect effect	Total effect
factor	→ transformation	1.000	-	1.000
factor	→ effectiveness	-	0.980	0.980
transformation	→ effectiveness	0.980	-	0.980

จากตารางที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 1.000 และปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ แต่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ โดยผ่านรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.980 นอกจากนี้รูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.980

ผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

สมมติฐานที่ 1 H_1 : ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2 H_2 : ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 1.000 และมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 1.000

สมมติฐานที่ 3 H_3 : ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.980 และมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.980

สมมติฐานที่ 4 H_4 : ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำมีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ โดยส่งผ่านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.980 และมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.980

7. อภิปรายผล

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำในโรงพยาบาลของรัฐ สังกัดกระทรวงสาธารณสุขกับประสิทธิผลภาวะผู้นำโดยผ่านตัวแปรคั่นกลาง คือ รูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ ได้แก่ คุณลักษณะของผู้นำ คุณลักษณะของผู้ตาม สิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมของผู้นำมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 1.000 และปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ แต่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ โดยผ่านรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.980 นอกจากนี้รูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญาและการเคารพความเป็นปัจเจกบุคคล มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.980 เมื่อพิจารณาารายด้านของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ พบว่า

1) ด้านคุณลักษณะของผู้นำมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกกับประสิทธิผลภาวะผู้นำ คุณลักษณะของผู้นำแสดงให้เห็นถึงคุณภาพภายในของผู้นำ เช่น ความเชื่อมั่นในตนเอง และความสามารถในการแก้ไขปัญหา สอดคล้องกับงานวิจัย Stajkovic and Luthans (1998) การวิจัยยังพบว่า การสนับสนุนความสามารถในตนเองหรือความมั่นใจในตนเองเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ Caruso et al. (2013) พบว่า การสนับสนุนเชิงประจักษ์มีความเชื่อมโยงของความฉลาดทางอารมณ์ของผู้นำและผลลัพธ์ที่มีประสิทธิผล และการเป็นผู้สื่อสารระหว่างบุคคลที่ดี สื่อสารด้วยจิตวิญญาณเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อื่น เป็นผู้ฟังที่ดีและเอาใจใส่ มีทักษะทางสังคมที่ยอดเยี่ยม ในทำนองเดียวกันการวิจัยพบว่าความสามารถในการสื่อสารของผู้นำเป็นตัวทำนายความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน (Madlock, 2008) ในขณะที่ประสิทธิผลในการสื่อสารของผู้นำมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลของผู้นำ (Saiyadain, 2003) ความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ (Bauer and Green, 1996) จากการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาค้นพบคุณลักษณะของผู้นำส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ

2) ด้านคุณลักษณะของผู้ตาม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกกับประสิทธิผลภาวะผู้นำ คุณลักษณะของผู้ตามที่มีความกระตือรือร้นในงาน เชื่อมมั่นในผู้นำ ทำงานตามที่ได้รับมอบหมายได้สำเร็จเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดประสิทธิผลของภาวะผู้นำ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Yukl (1998) ค้นพบว่า ผู้นำที่มุ่งเน้นงานจะกำหนดความคาดหวังและมาตรฐานสำหรับการปฏิบัติงานและใช้มาตรฐานเหล่านั้นเพื่อมีอิทธิพลต่อความมุ่งมั่น แรงจูงใจพฤติกรรม และประสิทธิภาพของผู้ติดตาม ประสิทธิภาพในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชาที่เพิ่มขึ้นสามารถเป็นตัวบ่งชี้ถึงประสิทธิผลของภาวะผู้นำได้ (Podsakoff et al., 1990; Bass & Avolio, 1990) และผู้นำที่มีประสิทธิผลจะสามารถมีอิทธิพลและยกระดับประสิทธิภาพของผู้ได้บังคับบัญชาได้โดยมีนักวิจัยมีการประเมินการเพิ่มขึ้นของความพึงพอใจของผู้ได้บังคับบัญชาและผลการปฏิบัติงานโดยรวม เพื่อประเมินประสิทธิผลของภาวะผู้นำ (Bradford and Cohen, 1984; Kanter, 1985) แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Yammarino and Bass (1990) และ Carroll and Gillen (1987) ซึ่งได้ศึกษาการประเมินความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชา พบว่า ความพึงพอใจในการทำงานของผู้ได้บังคับบัญชามีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของภาวะผู้นำ ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบว่า คุณลักษณะของผู้ตามส่งผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ

3) ด้านสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกกับประสิทธิผลภาวะผู้นำ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนในสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 คือ ผู้นำบางคนมีแผนรองรับได้อย่างทัน่วงทีและสามารถแก้ไขวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นได้ สามารถบริหารจัดการ ดำเนินงานในโรงพยาบาลและรองรับผู้ป่วยในสถานการณ์โรคระบาดได้อย่างเป็นระบบ โดยมีการแยกประเภทผู้ป่วยตามอาการของโรคและภาวะการติดเชื้อรุนแรงมาก ปานกลางและน้อย และมีการบริหารจัดการทรัพยากรได้อย่างดี เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Yukl (2010, p.30) กล่าวถึง สถานการณ์สิ่งแวดล้อมมีทั้งจากภายในและภายนอก สิ่งแวดล้อม เหตุการณ์และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นที่มีผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ จากการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า สิ่งแวดล้อม บริบททางสังคมมีผลต่อประสิทธิผลภาวะผู้นำ

4) พฤติกรรมของผู้นำ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกกับประสิทธิผลภาวะผู้นำ สอดคล้องกับการศึกษา ประสิทธิผลของผู้นำทางการพยาบาล โดย Kanste and Kaariainen (1988) ศึกษาถึงรูปแบบภาวะผู้นำ และพฤติกรรมของผู้นำในวิชาชีพการพยาบาลที่แตกต่างกัน สามารถประเมินประสิทธิผลของภาวะผู้นำ ในงานวิจัยครั้งนี้ได้มีข้อคำถามที่แสดงถึงพฤติกรรมของผู้นำ อาทิ หัวหน้าของฉันควบคุม กำกับและตรวจสอบงานอย่างเข้มงวด หัวหน้าของฉันเปิดโอกาสให้ฉันร่วมแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานหรือหัวหน้าของฉันส่งเสริมสนับสนุนให้ฉันทำงานเป็นทีม ข้อคำถามเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมของผู้นำมีผลต่อผู้ตามและประสิทธิผลของภาวะผู้นำ

ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิผลของภาวะผู้นำ พบว่า รูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ รูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย ด้านอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านสร้างแรงบันดาลใจ และด้านคำนึงความเป็นปัจเจกบุคคลส่งผลต่อประสิทธิผลภาวะผู้นำในโรงพยาบาลของรัฐ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข รูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้านอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านสร้างแรงบันดาลใจ และด้านคำนึงความเป็นปัจเจกบุคคล เป็นลักษณะภายในที่ทำให้เข้าใจบุคคลอื่น ทำให้เกิดการนำทางความคิด อารมณ์ ความรู้สึกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมา ปัจจัยหลักที่ทำให้องค์การภาครัฐเหล่านี้มีความสำเร็จในการปฏิบัติงาน คือ การมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยได้สร้างสรรค์งานการให้บริการที่หลากหลายให้กับประชาชนในพื้นที่รับผิดชอบ เช่นเดียวกับ Wood (2008) ศึกษาการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความจำเป็นในการจัดการด้านการดูแลสุขภาพ พบว่า บทบาทผู้นำทางการพยาบาลในโรงพยาบาล เป็นรูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมากกว่ารูปแบบภาวะผู้นำการแลกเปลี่ยน โดยผู้นำส่งเสริมการกระจายอำนาจ มีความมุ่งมั่นต่อเป้าหมายขององค์กร มีความสามารถในการสื่อสาร มีความเอาใจใส่ผู้ร่วมงานได้รับการยอมรับไว้วางใจมีผู้ร่วมทีมที่ดี สอดคล้องกับสุภาภรณ์ ไกรฤกษ์ (2554) ศึกษารูปแบบภาวะผู้นำ

ของผู้บริหารโรงพยาบาลที่ประสบความสำเร็จ โดยใช้กรอบแนวคิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของ Bass ในการศึกษาวิจัย พบว่า ตัวแปรร่วมพยากรณ์ผลสัมฤทธิ์ของโรงพยาบาลได้คือ การจัดการ การใส่ใจรายบุคคล การกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ และการกระตุ้นคิดแก้ปัญหากรอบ จากการศึกษาดังกล่าวทำให้ทราบว่ารูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำในปัจจุบัน โดยเฉพาะในงานวิจัยนี้แสดงถึงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้านอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ การสร้างแรงบันดาลใจที่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือจูงใจผู้ตาม และด้านคำนึงความเป็นปัจเจกบุคคลเป็นการเคารพความแตกต่างระหว่างบุคคลที่นำไปสู่ผลสำเร็จของงานและการบริหารงานของผู้นำ

8. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิผลของภาวะผู้นำโดยพิจารณาคุณลักษณะของผู้นำ คุณลักษณะผู้ตาม สิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมของผู้นำมาเป็นกฎระเบียบข้อบังคับ หรือข้อกำหนดของการเป็นผู้นำ และใช้รูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญาและการเคารพความเป็นปัจเจกบุคคลในการพัฒนาผู้นำ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างรวดเร็วและสถานการณ์ต่าง ๆ มีผลต่อประสิทธิผลของภาวะผู้นำ การปรับตัว การเตรียมตัวให้พร้อมต่อประเด็นดังกล่าวจึงมีความสำคัญต่อการเป็นผู้นำ นอกจากนี้ยังองค์ความรู้ในการออกแบบโปรแกรมการอบรมผู้นำเพื่อพัฒนาศักยภาพในการบริหารโรงพยาบาลของรัฐต่อไป

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. กระทรวงสาธารณสุขควรมีระบบการคัดสรรผู้นำที่มีลักษณะเป็นภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เกณฑ์การประเมินผลงานเพื่อเลื่อนตำแหน่งหรือเกณฑ์การคัดสรรบุคลากรที่จะรับตำแหน่ง โดยเน้นผู้นำมีคุณลักษณะ 4 ด้าน ได้แก่ การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญาและการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล

2. ภายหลังจากมีเกณฑ์การคัดสรรผู้นำที่มีลักษณะเป็นภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงแล้ว กระทรวงสาธารณสุขควรนำปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลภาวะผู้นำ ได้แก่ คุณลักษณะของผู้นำ คุณลักษณะผู้ตาม สิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมของผู้นำมาเป็นกฎระเบียบข้อบังคับ หรือข้อกำหนดของการเป็นผู้นำ

3. การทำให้ผู้นำมีประสิทธิผลในการทำงาน กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดทำคู่มือ “ประสิทธิผลภาวะผู้นำในโรงพยาบาลของรัฐ” โดยมีเนื้อหาหลักเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นผลที่นำไปสู่ประสิทธิผลภาวะผู้นำและเป็นแนวทางการปฏิบัติงานที่ดีของผู้นำพร้อมกับการประเมินตนเองในฐานะผู้นำ ทำให้ผู้นำมีแนวทางในการพัฒนาประสิทธิผลของภาวะผู้นำในโรงพยาบาลของรัฐ

4. กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดการอบรมผู้นำในโรงพยาบาลของรัฐเพื่อให้ได้ผู้นำที่มีประสิทธิผลซึ่งประกอบด้วย (1) ด้านคุณลักษณะของผู้นำ การได้มาซึ่งความเชื่อมั่น ความสามารถในการแก้ไขปัญหา ฯลฯ (2) คุณลักษณะของผู้ตาม ควรพิจารณาถึงองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพและคุณลักษณะของผู้ตามด้านความคิด ทักษะ ความสามารถ ความมุ่งมั่นในการทำงาน การมีส่วนร่วม แรงจูงใจในการทำงาน (3) สิ่งแวดล้อม อาจเป็นการดูงานในโรงพยาบาลที่ห่างไกล การออกนอกพื้นที่ ทำให้ผู้นำต้องเผชิญกับสถานการณ์ และนำไปสู่การปรับตัวในสถานการณ์ต่าง ๆ และกระบวนการแก้ไขปัญหา และ (4) พฤติกรรมของผู้นำ เป็นการฝึกทักษะด้านกิจสัมพันธ์ หรือพฤติกรรมที่มุ่งเน้นงาน และกิจกรรมด้านมิตรสัมพันธ์ เป็นพฤติกรรมที่บ่งบอกถึงผู้นำที่มีการรับรู้ความรู้สึกของผู้ตาม

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีศึกษาข้อค้นพบในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งมีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมกับประสิทธิผลของภาวะผู้นำต่อไป อาทิ ภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงมีผลต่อประสิทธิผลภาวะผู้นำ
2. ควรมีการศึกษาวิจัยโปรแกรมการฝึกทักษะการปฏิบัติงานในการเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพ
3. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดทำแบบประเมินประสิทธิผลของภาวะผู้นำเพื่อเป็นเครื่องมือในการตรวจสอบบทบาทและหน้าที่ของผู้นำต่อไปในอนาคต

รายการอ้างอิง

- ภริดา ศิลปชัย และณัฐชา อารังโชติ. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตใจ และควมมีประสิทธิภาพการทำงาน ของบุคลากรภายใน
หน่วยงานด้านชุมชนสัมพันธ์ของรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 1(2), 217-235.
- สุภาภรณ์ ไกรฤกษ์. (2554). *รูปแบบภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงพยาบาลที่ประสบความสำเร็จ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต
ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2564, 13 ตุลาคม). คู่มือแนวทางการพัฒนาบุคลากรภาครัฐ พ.ศ. 2563-2565.
การพัฒนาบุคลากร. <https://www.ocsc.go.th>.
- อภริติ เลาหิเชียร. (2556). *คุณลักษณะของนักบริหารกับประสิทธิผลของภาวะผู้นำกรณีเปรียบเทียบระหว่างบริษัทวิทยุการบิน
แห่งประเทศไทยจำกัด และบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน)*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.
- ฮาลีซาล เจะเลาะ. (2561). ศึกษาแนวทางในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อประสิทธิผลของสำนักนโยบายและแผนกลาโหมในประชาคมอาเซียน
กรณีศึกษาสำนักนโยบายและแผนกลาโหม. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 1(2), 113-124.
- Bass, B.M., & Avolio, B.J. (1990). The implications of transactional and Transformational leadership for
individual, team, and organization development. *Research in Organizational Change and Development*,
4(1), 231-272.
- Bass, B. M. & Riggio, R.E. (2006). *Transformational leadership*. (2nd ed.). Lawrence Erlbaum.
- Bauer, T. N., & Green, S. G. (1996). Development of leader-member exchange: A longitudinal test. *Academy of
Management Journal*, 39(6), 1538-1567. <https://doi.org/10.2307/257068>
- Bradford, D.L., Cohen, A.R. (1984). The post heroic leader. *Training & development Journal*, 38(1), 40-49.
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. New York: Harper and Row.
- Carroll, S. J., & Gillen, D. J. (1987). Are the classical management functions useful in describing managerial work?
The Academy of Management Review, 12(1), 38-51. <https://doi.org/10.2307/257992>
- Caruso, C. M., Gill, D.L., Dziewaltowski D.A. & McElroy, M.A. (1990). Psychological and physiological change
in competitive success and failure. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 12, 6-20.
- Cicero, L., Pierro, A. & Van Knippenberg, D. (2010). Leadership and uncertainty: How role ambiguity affect
the relationship between leader group prototypicality and leadership effectiveness, *British Journal of
Management*, 21(2), 411-421.

- De Cremer, D. & Van Knippenberg, D. (2004). Leader self-sacrifice and leadership effectiveness: The moderating role of leader self-confidence, *Organizational behavior and human decision processes*, 95(2), 140-155. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2004.04.002>
- DuBrin, A.J. (2010). *Principles of leadership*. 6th ed. Canada: South-Western, Cengage Learning.
- Hair, J. F., Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L. and Black, W. C. (1995). *Multivariate Data Analysis*. (3rd ed.). Macmillan Publishing Company, New York.
- Kanste O., Kääriäinen M., Kyngäs H. (2009). Statistical testing of the full-range leadership theory in nursing. *Scandinavian Journal of Caring Science*, 23, 775-782.
- Kanter, R. M. (1985). Managing the human side of change. *Management Review*, 52-56.
- Madlock, P.E. (2008). The link between leadership style, communicator competence, and employee satisfaction. *Journal of Business Communication*, 45(1), 61-78.
- Podsakoff, P.M., et.al. (1990). Transformational Leader Behaviors and Their Effects on Followers' Trust in Leader, Satisfaction, and Organization Citizenship Behaviors, *Leadership Quarterly*. 1(2), 107-142.
- Saiyadain, M. S. (2003). *Organizational behavior*. New Delhi: Tata. McGraw-Hill.
- Stajkovic, A.D. and Luthans, F. (1998). Self-Efficacy and Work-Related Performance A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 124, 240-261.
- Yukl, G. (1998). *Leadership in organizations*. (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Yukl, G. (2010). *Leadership in organizations*. (7th ed.). New Jersey: Pearson.
- Yammarino, F. J., & Bass, B. M. (1990). Transformational leadership and multiple levels of analysis. *Human Relations*, 43(10), 975-995. <https://doi.org/10.1177/001872679004301003>
- Wood, N. (2008, 31 July). Transformational leadership not autocratic leadership needed in health care management. [http://www.nubpages.com/hub/healthcare management](http://www.nubpages.com/hub/healthcare%20management).

การออกแบบงานสร้างของดันเต้ เฟอเร็ตตี ในภาพยนตร์ย้อนยุค
PRODUCTION DESIGN OF DANTE FERRETTY IN A PERIOD FILMจิราภา เพิกแสลง¹ บรรจง โกศลวัฒน์² ฐณยศ โล่ห์พัฒนานนท์³ ปัทมวดี จารูวร⁴ และ เจตน์ศักดิ์ แสงสิงแก้ว⁵Jirapa Perksang, Banjong Kosawat, Thanayod Lopattananont, Pattamawadee Jaruworn
and Jatesak Sangsingkeow

Article History

Received: 30-05-2022; Revised: 20-12-2022; Accepted: 06-01-2023

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ย้อนยุคของดันเต้ เฟอเร็ตตี ซึ่งมุ่งที่จะศึกษาและวิเคราะห์การออกแบบงานสร้างในภาพยนตร์ โดยเครื่องมือที่ใช้เป็นวิธีการชมภาพยนตร์ของดันเต้ เฟอเร็ตตี และบันทึก (Note Taking) ในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการชมภาพยนตร์ เพื่อทำการศึกษาการออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ย้อนยุคของดันเต้ เฟอเร็ตตี ทั้ง 3 เรื่อง คือ 1) The Aviator (บินรักบันลือโลก) 2) Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street (สวินนีย ท็อดด์ บาร์เบอร์ หลุ่โหดแห่งถนนฟลีต) 3) Hugo (ปริศนามนุษย์กลของฮิวโก) ซึ่งเกณฑ์ในการเลือกคือ ต้องเป็นภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัลออสการ์สาขาออกแบบงานสร้างยอดเยี่ยมตั้งแต่ปี ค.ศ. 2000–2018

ผลการวิจัยพบว่า

การออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ย้อนยุคของ ดันเต้ เฟอเร็ตตีนั้น มีความโดดเด่นเรื่องการออกแบบงานสร้างให้ดูมีความสมจริง ถูกต้อง และน่าเชื่อถือตามยุคสมัยพร้อมยังมีการออกแบบให้สอดคล้องกับตัวละครอีกด้วย โดยการทำงานของผู้ออกแบบงานสร้างนั้นมีผลต่อบรรยากาศ และอารมณ์ของเรื่องราว (Mood and Tone) แสดงให้เห็นในภาพยนตร์ ซึ่งภาพยนตร์ที่มีการออกแบบงานสร้าง และเห็นได้อย่างชัดเจน คือ Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street (สวินนีย

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Master's degree, Master of Arts (Communication Arts), Faculty of Communication Arts, Kasembundit University

E-mail: J.Perksang@gmail.com *Corresponding author

^{2,4} รองศาสตราจารย์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Assoc. Prof., Kasembundit University

³ ดร. สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Dr., Institute of Asian Studies Chulalongkorn University

⁵ อาจารย์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Lecturer, Kasembundit University

ทีอดด์ บาร์เบอร์ ฤดูโหดแห่งถนนฟลีท) และ Hugo (ปริศนามนุษย์กลของอุโก) ส่วนภาพยนตร์เรื่อง The Aviator (บินรักบันลือโลก) นั้นเน้นสร้างฉากให้สอดคล้องกับอัตชีวประวัติของตัวละครในภาพยนตร์

คำสำคัญ: การออกแบบงานสร้าง; ภาพยนตร์ย้อนยุค

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze Dante Ferretti's period film production design, which aims to study and analyze production design in film. The tools used are Dante Ferretti's method of viewing movies and recording (Note Taking) during the collection of information from watching movies. to study the design of the production 3 Dante Ferretti's period films are 1) The Aviator (Bin Rak Banlue Lok) 2) Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street (Sweeney Todd, the brutal barber of Fleet Street.) 3) Hugo (Hugo's Mechanic Mystery) The criteria for choosing a movie is Must be a film that won an Academy Award for Best Production Design from 2000 to 2018.

The analysis revealed that:

The design of Dante Ferretti's period film production was It stands out for its construction design to look realistic, accurate, and believable according to the era. with a design in accordance with the character as well by the work of the production designer Affects the mood and tone shown in the film. which the film with the design of the production and clearly seen in Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street and Hugo but The Aviator world that emphasizes creating scenes in accordance with the autobiography of the characters in the film.

Keyword: Production design; period film

1. บทนำ

ภาพยนตร์ย้อนยุคเป็นภาพยนตร์ที่ต้องใช้ความสามารถอย่างมากในการออกแบบงานสร้างและ ดันเต้ เฟอเร็ตตี เป็นผู้ออกแบบภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่อง ได้แก่ The Aviator, Sweeney Todd : The Demon Barber of Fleet Street ,Hugo ซึ่งเป็นภาพยนตร์ย้อนยุคที่ได้รับ รางวัลออสการ์สาขาออกแบบงานสร้างยอดเยี่ยม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา วิเคราะห์การออกแบบ- งานสร้างภาพยนตร์ย้อนยุค ทั้ง 3 เรื่อง อนึ่งด้วยอาชีพของผู้วิจัยทำงานเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิตภาพยนตร์ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบงานสร้างคือ ทำหน้าที่ Prop master ในงานละคร ซีรีส์ MV และงานโฆษณา จึงทำให้สนใจงานด้านการออกแบบ ว่าฉากแต่ละฉาก สิ่งประกอบฉากแต่ละชิ้น หรือแม้แต่เครื่องแต่งกายของนักแสดงในแต่ละเรื่องนั้น สื่อความหมายในการเล่าเรื่องของภาพยนตร์อย่างไร ทำให้ถึงเป็นเช่นนั้น โดยคาดว่า จะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการ ในการต่อยอด องค์ความรู้ทางด้านภาพยนตร์ และเป็นประโยชน์ในด้าน การปฏิบัติ งานภาพยนตร์ย้อนยุคในวงการอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์การออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ย้อนยุคของ ดันเต้ เพอร์เรตตี

3. การทบทวนวรรณกรรม

ในงานวิจัยการออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ ย้อนยุคของ ดันเต้ เพอร์เรตตี ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีดังต่อไปนี้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ภาพยนตร์ย้อนยุคทั้ง 3 เรื่อง

1. แนวคิดภาพยนตร์ย้อนยุค แบ่งได้ 2 ลักษณะ โดยจะถูกแบ่งอย่างชัดเจนจากบทภาพยนตร์แล้ว

1.1 ภาพยนตร์ประวัติศาสตร์หรือภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ (History film) เป็นหนึ่งในตระกูลของ ภาพยนตร์ โดยนำเสนอในลักษณะของช่วงเวลาย้อนยุค และเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริง ในช่วงใดช่วงหนึ่งของ ประวัติศาสตร์ แม้ตัวละครบางตัวอาจถูกบิดเบือน หรือสร้างขึ้นใหม่

1.2 ภาพยนตร์ที่เล่าเรื่องผ่านช่วงเวลาในอดีต แต่เนื้อเรื่องจะถูกแต่งขึ้นใหม่ทั้งหมด หรือเป็นนวนิยายก็ได้ ซึ่งภาพยนตร์ย้อนยุคในลักษณะนี้ จะมีความต่างกับภาพยนตร์-ประวัติศาสตร์ตรงเนื้อเรื่องที่นำเสนอ จะไม่ใช่เรื่องราวที่เกิดขึ้นจริง เพียงแต่ใช้การนำเสนอเป็นช่วงเวลาย้อนยุคเท่านั้น

2. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ ผู้ออกแบบงานสร้าง คือหัวหน้าทีมออกแบบ ที่ทำหน้าที่ ออกแบบทุกอย่างที่เกี่ยวข้องในสภาพแวดล้อมของภาพยนตร์ เพื่อให้การตีความของบทภาพยนตร์มีประสิทธิภาพ และ เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งผู้ออกแบบต้องดูแลแนวคิดของงานออกแบบฉากที่ปรากฏขึ้น เพื่อบอกเล่าและอธิบาย ความหมายของเรื่องราวในภาพยนตร์ หน้าที่ของนักออกแบบงานสร้างคือ ต้องเล่าความหมายตามเรื่องราวให้ถูกต้อง ฉากจะเล่าว่ามันคือสถานที่ไหน เสื้อผ้า กับทรงผมบอกอาชีพ และหน้าที่การงานของตัวละคร อุปกรณ์ประกอบฉากบอกว่า ตัวละครกำลังทำอะไร รวมไปถึง บอกยุคสมัย รสนิยม ฐานะ วัฒนธรรม การเลือกใช้ทุกสิ่งทุกอย่างในฉากต้องทำหน้าที่เล่าเรื่องบอกข้อมูลให้ถูกต้อง ให้รู้เรื่องและไปในทิศทางเดียวกัน

3. การออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ย้อนยุค

ผู้ออกแบบงานสร้างต้องใช้หลายปัจจัยในการออกแบบ เพื่อให้ภาพยนตร์ออกมาเป็นรูปธรรมมากที่สุด เช่น โลเคชั่น ฉาก อุปกรณ์ประกอบฉาก เครื่องแต่งกาย การแต่งหน้า และการทำผม ทั้งหมดที่กล่าวมาสามารถเป็นตัวชี้วัดยุคสมัย ของภาพยนตร์เรื่องนั้นๆได้ทั้งหมด การออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ ผู้ออกแบบ ต้องจำลองบรรยากาศให้ได้อารมณ์ ความรู้สึกถึงยุคสมัยนั้นๆ ด้วยการสร้างฉากให้ตรงตาม เสื้อผ้าต้องประณีต และการหาของประกอบฉากที่หายากไม่เคยเห็นแล้วในยุคปัจจุบัน การกำหนดยุคสมัยของภาพยนตร์นั้นขึ้นอยู่กับผู้เขียนบท และผู้กำกับจะเป็นผู้กำหนด แต่นักออกแบบงานสร้างจะเป็น ผู้กำหนดช่วงเวลาและสถานที่ (Time and Space) ซึ่งการออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ย้อนยุค จะมีการออกแบบที่ยากกว่า ภาพยนตร์ที่อยู่ในยุคปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบดีไซน์ มู้ดแอนด์โทนของ ภาพยนตร์หรือการออกแบบของฝ่ายศิลป์ การหาสถานที่ ถ่ายทำ รวมไปถึงการออกแบบเสื้อผ้า การแต่งหน้า ทำผม ทั้งหมดนี้ล้วนต้องหาข้อมูลของยุคสมัยนั้นๆ ว่าเป็นอย่างไร

4. แนวคิดการเล่าเรื่อง โดยเรื่องเล่า (Narrative) หรือศาสตร์แห่งการเล่าเรื่อง (Narratology) ประกอบไปด้วย ตัวเรื่อง ผู้เล่าเรื่อง และผู้รับ โดยโรลิ่ง บาร์ตส์ ได้ให้นิยามว่าเรื่องเล่าคือการนำเสนอเหตุการณ์ชุดหนึ่งที่มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงจากสถานการณ์เริ่มต้น จนถึงสถานการณ์ตอนจบ

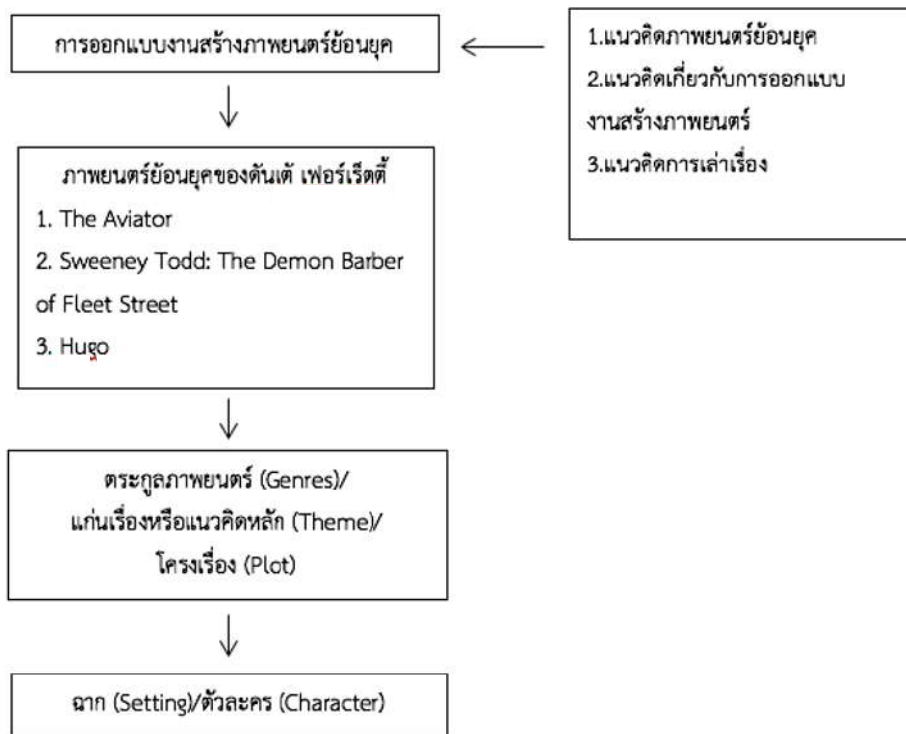
หลุยส์ จิอันเนตตี ได้กำหนดวิธีการวิเคราะห์การเล่าเรื่องในภาพยนตร์ โดยองค์ประกอบการเล่าเรื่องแบ่งออกเป็น 7 องค์ประกอบ ดังนี้

1. แก่นเรื่อง (Theme) คือความคิดหลักหรือประเด็นหลักที่เป็นศูนย์กลางของเรื่อง
2. โครงเรื่อง (Plot) คือเหตุการณ์ทั้งหมดของภาพยนตร์ที่ดำเนินไปตั้งแต่ต้นจนจบ โดยมีลำดับการเล่าเรื่อง 5 ขั้นตอน ได้แก่
 - 2.1 การเริ่มเรื่อง (Exposition) คือการสร้างเรื่องราว
 - 2.2 การพัฒนาเหตุการณ์ (Rising Action) คือการที่เรื่องราวเกิดปมปัญหาที่ทวีความเข้มข้น
 - 2.3 ภาวะวิกฤติ (Climax) หรือจุดสุดยอด จะเกิดขึ้นเมื่อเหตุการณ์ความขัดแย้งพัฒนาไปสู่จุดที่สูงที่สุด
 - 2.4 สถานการณ์คลี่คลาย (Resolution) คือประเด็นปัญหาได้รับการเปิดเผย
 - 2.5 การยุติของเรื่องราว (Ending) คือการสิ้นสุดของเรื่องราวทั้งหมด
3. ตัวละคร (Character) คือบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับเรื่องราว โดยตัวละครแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ
 - 3.1 ตัวละครแบน (Flat Character)
 - 3.2 ตัวละครแบบกลม (Round Character)
4. ความขัดแย้ง (Conflict) เป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งของเรื่องที่เป็นตัวกำหนดความต้องการ หรือการตั้งเป้าหมายให้กับตัวละคร ซึ่งความขัดแย้งแบ่งออกได้ 2 ประเภทใหญ่ๆคือ
 - 4.1 ความขัดแย้งภายนอก (External Conflict)
 - ความขัดแย้งระหว่างบุคคล หรือความขัดแย้งระหว่างมนุษย์
 - ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับสังคม คือความขัดแย้งที่เกิดขึ้นกับตัวละคร ทศนคติที่แตกต่างกับสังคม
 - ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ คือความขัดแย้งที่อยู่นอกเหนือ การควบคุมของตัวละคร
 - 4.2 ความขัดแย้งภายใน (Internal Conflict) คือความขัดแย้งภายในจิตใจของตนเอง เป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในตัวละครที่มีความสับสนหรือความยุ่งยากลำบากใจเป็นต้น
5. ฉาก (Setting) คือเวลาและสถานที่รองรับเหตุการณ์ต่างๆของเรื่อง นอกจากนี้ฉากยังมีความสำคัญในแง่ที่สามารถบ่งบอกความหมายบางอย่างของเรื่อง และมีความสัมพันธ์กับบุคลิกหรือการกระทำของตัวละครด้วย
6. มุมมองการเล่าเรื่อง (Narrative Point of View) คือการมองเหตุการณ์ผ่านสายตาของตัวละครตัวใดตัวหนึ่ง หรือหมายถึงผู้เล่าเหตุการณ์ ซึ่งมีผลต่อความรู้สึกของผู้ชม พื้นฐานการเล่าเรื่องของ ภาพยนตร์มี 4 ประเภท
 - 6.1 การเล่าเรื่องจากมุมมองบุคคลที่หนึ่ง (The First-Person Narrator) คือการเล่าเรื่องที่ ตัวละครที่เป็นตัวเอกของเรื่อง เป็นผู้เล่าเรื่องเอง
 - 6.2 การเล่าเรื่องจากมุมมองบุคคลที่สาม (The Third-Person Narrator) คือการที่ผู้เล่าไม่ใช่ตัวละครหลักในเรื่องแต่อยู่ในเรื่องด้วย
 - 6.3 การเล่าเรื่องจากมุมมองของบุคคลที่สามที่ไม่ได้อยู่ หรือเล่าเรื่องจากมุมมองที่เป็นกลาง (The Objective Narrator) คือการพยายามให้ความเป็นกลาง ปราศจากอคติในการนำเสนอมากที่สุด
 - 6.4 การเล่าเรื่องแบบรู้รอบด้าน (The Omniscient Narrator) หรือการเล่าเรื่องแบบพหุสูตร คือการเล่าเรื่องที่ไม่มีข้อจำกัด สามารถเข้าถึงความรู้สึกนึกคิด และจิตใจของตัวละครได้ทุกตัว
7. สัญลักษณ์พิเศษ (Symbol) คือลักษณะการเล่าเรื่องในภาพยนตร์มักจะมีการใช้สัญลักษณ์พิเศษ เพื่อการสื่อความหมายในภาพยนตร์อยู่เสมอ โดยสัญลักษณ์พิเศษต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแก่นเรื่อง (Theme)

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิด



5. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการศึกษาที่จะเน้นวิเคราะห์แนวคิด การออกแบบงานสร้างของ ต้นเต้ เพอร์เรตตี โดยภาพยนตร์ย้อนยุคตั้งแต่ปี 2000 – 2018 ซึ่งคัดเลือกจากภาพยนตร์ที่ได้ รับรางวัลออสการ์ สาขาออกแบบงานสร้างยอดเยี่ยม รวมทั้งสิ้น 3 เรื่อง

1. แหล่งข้อมูล

The Aviator (บินรักบันลือโลก) ,Sweeney Todd : The Demon Barber of Fleet Street (สวินนี ท็อดด์ บาร์เบอร์ หลุโหดแห่งถนนฟลีต) ,Hugo (ปริศนามนุษย์กลของฮิวโก) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตัวบท(Textual Analysis) เป็นหลัก และศึกษาบริบท(Context) ที่เกี่ยวข้องในการออกแบบงานสร้างจากเอกสารที่เกี่ยวข้องประกอบการวิเคราะห์ ทั้งนี้เนื่องจากมีข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) กับตัวต้นเต้ เพอร์เรตตี ผู้วิจัยจึงชมภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่อง และวิเคราะห์ตามโครงเรื่อง (Plot) และสรุปความโดดเด่น (Highlight) ของการออกแบบงานสร้าง ของภาพยนตร์ในแต่ละเรื่องให้เห็นชัดเจน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากภาพยนตร์ของ ต้นเต้ เพอร์เรตตี ดังที่กล่าวข้างต้น โดย

2.1. ชมภาพยนตร์ทั้ง 3 เรื่องจากซีดี หรือดีวีดี

2.2. รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง จากที่กล่าวไปในข้อ 2.1 โดยศึกษาเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวกับการออกแบบงานสร้าง
2.3. วิเคราะห์การออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ย้อนยุคในสถานที่ และฉากที่โดดเด่น ที่มึงค์ประกอบเห็นที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็น
เป็นมู้ดแอนดโทน อุปกรณ์ประกอบฉาก รวมไปถึงเสื้อผ้า การแต่งหน้า การทำผมของนักแสดงอีกด้วย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเป็นเสมือนเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการชมภาพยนตร์ย้อนยุคจากซีดี หรือดีวีดี ทั้ง 3 เรื่อง เพื่อนำข้อมูล
ตามข้อ 2 ข้างต้น ในภาพยนตร์เรื่องนั้นๆมาวิเคราะห์ต่อไป

แบบบันทึก (Note Taking) ใช้เป็นเครื่องมือในการบันทึกข้อมูลต่างๆ ในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการชมภาพยนตร์
จากซีดี หรือดีวีดี และการค้นคว้าวิเคราะห์เอกสารประกอบที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ความหมายต่าง ๆ ที่ปรากฏในเนื้อหา (Text) ของภาพยนตร์ ประกอบกับเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อย้อนกลับไปค้นหา
วิธีการออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ย้อนยุคของ ดันเต้ เพอร์เรตตี ซึ่งกรอบแนวคิดหลักๆ ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ แนวคิด
ภาพยนตร์ย้อนยุคแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ และแนวคิดการเล่าเรื่อง ในลักษณะการพรรณนาวิเคราะห์ (De-
scriptive Analysis)

6. ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์เนื้อหา (Textual Analysis) ของภาพยนตร์ประกอบกับเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหาวิธี การออกแบบงาน
สร้างภาพยนตร์ย้อนยุคของ ดันเต้ เพอร์เรตตี โดยวิเคราะห์จากการชมภาพยนตร์

ตารางที่ 1

สรุปแนวคิดและการออกแบบงานสร้างของดันเต้ เพอร์เรตตี ในภาพยนตร์ย้อนยุค

ภาพยนตร์	การออกแบบฉาก	อุปกรณ์ประกอบฉาก	ตัวละคร	อื่นๆ
The Aviator (บันรังกบัสโลก) (ค.ศ. 2004)	-	- อุปกรณ์ประกอบ ฉากไม่ชัดเจน จะเห็น ได้จากเครื่องบินของ ฮาวเวิร์ด ฮิวส์ เช่น เครื่องบินปีก 2 ชั้น เป็นต้น - การออกแบบฉากไม่ ชัดเจนมากนักเพราะ ในภาพยนตร์เน้นการ เล่าชีวิตประวัติ ของ ฮาวเวิร์ด ฮิวส์ - ฉากที่เห็นการออก แบบและบอกยุคสมัย คือร้าน Coconut grove - ใช้มุกล้อเลาเรื่อง ความรู้สึกรักของตัวละคร หรือสิ่งที่ตัวละคร สนใจ	- ตัวละครฮาวเวิร์ด ฮิวส์ มีอยู่จริงตามใน ประวัติศาสตร์ โดยใน ภาพยนตร์ เน้นเล่าถึง ตัวตนของฮาวเวิร์ด ทั้ง 4 ด้าน 1. เป็นคนกลัวเชื้อโรค 2. ความหลงใหลใน การสร้างภาพยนตร์ 3. ความหลงใหลใน การบิน รวมไปถึงการ สร้างเครื่องบิน 4. นิยมการมีความ สัมพันธ์กับสาวงาม - ตัวละครเป็นโรคย้ำ- คิดย้ำทำ จึงส่งผลถึง การกระทำตัวละคร	-

ตารางที่ 1 (ต่อ)

สรุปแนวคิดและการออกแบบงานสร้างของต้นเต้ เฟอร์เรร์ตี ในภาพยนตร์ย้อนยุค

ภาพยนตร์	การออกแบบฉาก	อุปกรณ์ประกอบฉาก	ตัวละคร	อื่นๆ
Sweeney Todd : The Demon Barber of Fleet Street (สวินนี ท็อดด์ บาร์เบอร์ हतुहतंहतंहतंहतं) (ค.ศ. 2007)	- สร้างบรรยากาศในการเป็นอยู่ของยุค วิกตอเรียได้ชัดเจน - การออกแบบที่อยู่อาศัย สะท้อนให้เห็นเศรษฐกิจ และค่านิยมทางด้านศิลปะในยุค วิกตอเรีย - ใช้แสงLow key เพื่อช่วยสร้างบรรยากาศ เพระะประเภทภาพยนตร์เกี่ยวกับการ ล้างแค้น ดังนั้นการให้ แสงแบบนี้จะทำให้รู้สึก ไม่ปลอดภัย อึดอัดและ น่าสงสัย	- ภายในบ้านบางหลัง ถูกตกแต่งด้วยศิลปะ จิตรกรรมฝาผนังของ ยุคคลาสสิกหรือแม้แต่ ของตกแต่งภายใน บ้านก็มีการผสมผสาน ศิลปะโรโกโกและ ลวดลายการตกแต่ง แบบวิกตอเรียเอาไว้ - จากความบิดเบี้ยว ความผิดปกติของตัว ละคร จึงทำให้เกิดการ ดัดแปลงเก้าอี้โถง หวดไว้สำหรับฆ่าคน และกดให้ศพหล่นลง ไปยังห้องใต้ดินได้ ซึ่ง การขาดกรรมก็มา พร้อมกับมีดโถงหวด คู่ใจของเขา	- ตัวละครสวินนี ท็อดด์ เป็นตัวละครที่ ถูกสร้างขึ้นมาจาก ตำนานในยุควิกตอเรีย ซึ่งจากในภาพยนตร์ เขาคือ ฆาตกรต่อเนื่อง ที่ต้องการล้างแค้นให้ ครอบครัว สภาวะ จิตใจตัวละครจึงเด็ด เดี่ยวและหมกมุ่นอยู่ กับการล้างแค้น - เสื้อผ้าของสวินนี ท็อดด์ช่วงล้างแค้นจะ ใส่แต่เสื้อสีดำ หรือ โทนสีหม่น ๆเช่นเดียว กับการแต่งหน้าท้าม บริเวณใบหน้าจะขีด จนน่ากลัวได้ตา เพื่อให้รูปลักษณ์ตัว ละครดูน่ากลัว - การแต่งหน้าเอฟเฟค ให้กับลูซี่ บาร์เกอร์ ช่วงที่เธอเป็นหญิง เร่ร่อน - การแบ่งชั้นจาก การใส่เสื้อผ้า เช่น ตัว ละครอย่างแอนโทนี และโจอันเป็นต้น	-
Hugo (ปริศนามนุษย์กลของอูโก) (ค.ศ. 2011)	- เห็นการออกแบบฉาก ได้อย่างชัดเจนจาก โครงสร้างของตัว อาคาร และบรรยากาศ ในภาพยนตร์ - ใช้แสงในการเล่าเรื่อง เพราะในภาพยนตร์ นำเสนอช่วงฤดูหนาว ภาพบรรยากาศจึงไป ในโทนสีฟ้า และสีโตน เย็น	- ใช้ของตกแต่งฉาก ด้วยพื้นเพอง กลไก ให้ เหมาะสมกับยุคสมัย และภาพยนตร์	- ตัวละครในเรื่องบาง ตัวละครมีอยู่จริงใน ประวัติศาสตร์ - เห็นสภาพเศรษฐกิจ ผ่านตัวละคร เช่น อูโก ที่ต้องเป็นเด็กเร่ร่อน หรือจอร์จ เมลิสต์ที่ ล้มละลายจากการ สร้างภาพยนตร์เพราะ หลังสงครามโลกครั้งที่ 1 การชมภาพยนตร์ไม่ เป็นที่นิยม เขาจึงต้อง มาเปิดร้านของเล่น แทน	- ฉากเปิดในเรื่อง เป็นรูปพื้นเพอง กำลังทำงาน และ ภาพเฟดเป็นภาพ ทับซ้อนกับรูป ประติมากรรมฝรั่งเศส Triomphe (Are de Triomphe) จากฉากนี้เห็น ว่าเขาได้ใช้เทคนิค การทับซ้อนของ ภาพในการเล่า เรื่องด้วยการเฟด ภาพ

7. อภิปรายผล

จากผลของการวิจัยที่วิเคราะห์การออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ย้อนยุคของต้นเต้ เพอร์เรต์ต้นั้น หัวใจหลักตามแนวคิดการออกแบบงานสร้าง (Production Design) คือ ตระกูลของภาพยนตร์ (Genres) แก่นเรื่อง (Theme) หรือแนวความคิดหลักของเรื่อง (Concept) และบุคลิกของตัวละครหลัก (Character) (เจมส์ พัทธวิชัย, 2552: 196) จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเป็นโจทย์สำคัญให้กับต้นเต้ เพอร์เรต์ได้วิเคราะห์ออกมาเป็นการออกแบบงานสร้าง ซึ่งปรากฏอยู่ในงานภาพยนตร์เรื่อง The Aviator (บินรักบันลือโลก) Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street (สวินนี ท็อดด์ บาร์เบอร์ หลุโหด แห่งถนนฟลีต) และ Hugo (ปริศนามนุษย์กลของอุโมงค์) ซึ่งแตกต่างกันไปตามภาพยนตร์แต่ละเรื่องดังนี้

The Aviator (บินรักบันลือโลก) ถึงแม้การออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ย้อนยุคจะต้องให้ความสำคัญกับการออกแบบฉากให้มีความสมจริงก่อนประเด็นอื่น แต่ The Aviator เป็นภาพยนตร์ตระกูลอิงประวัติศาสตร์ (History film) ที่เป็นเรื่องของอัตชีวประวัติบุคคล (Biographical film) ที่เล่าผ่านลักษณะภาพยนตร์บันเทิง (Feature film) ดังนั้นการออกแบบฉากจึงเป็นเรื่องราวที่ขึ้นอยู่กับบุคลิกของตัวละครหลัก คือ ฮาเวิร์ด ฮิวส์ มหาเศรษฐีผู้มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง ซึ่งมีบุคลิกเฉพาะตัว 4 ด้านคือ การชื่นชอบการสร้างภาพยนตร์จนสร้างภาพยนตร์เป็นของตัวเอง ชื่นชอบการบินจนสร้างเครื่องบินเป็นของตัวเอง และยังขับเครื่องบินทำลายสถิติโลกอีกด้วย และสุดท้ายการชื่นชอบมีความสัมพันธ์กับสาวงาม แต่ในทางกลับกันมีจุดอ่อน คือ เป็นคนกลัวเชื้อโรคที่ถูกปลูกฝังมาตั้งแต่วัยเด็กจนโตมาเป็นโรคย้ำคิดย้ำทำ (Obsessive compulsive disorder) เพราะฉะนั้นการออกแบบงานสร้างในภาพยนตร์เรื่องนี้จึงเน้นเรื่องของบุคลิกตัวละครเป็นหลัก และออกแบบฉากตามประเด็นบุคลิกหลักของตัวละครทั้ง 4 ด้าน เช่น

1. การชื่นชอบการสร้างภาพยนตร์ จะเห็นได้จากฉากที่ฮาเวิร์ดไปร้าน Coconut grove เพื่อไปยืมกล้องถ่ายภาพยนตร์ด้วยตัวเองเพื่อให้กล้องเพียงพอกับความต้องการทางภาพของเขา
2. การชื่นชอบการบิน คือ ตอนที่เขาสร้างเครื่องบินที่บินเร็วที่สุดในโลก
3. การชื่นชอบมีความสัมพันธ์กับสาวงาม ตอนที่เขาควสาว ๆ ไม่ช้าหลังจากเลิกกับแคทารีน เฮปเบิร์น
4. จุดอ่อนของฮาเวิร์ดเรื่องการกลัวเชื้อโรค ตอนที่ฮาเวิร์ดถอดเสื้อผ้าทั้งหมดและขังตัวเองอยู่ในห้อง

จะเห็นได้ว่าการออกแบบฉากหลัง (Setting) ของการทำภาพยนตร์ การสร้างเครื่องบิน หรือแม้แต่การชอบสาวงามของฮาเวิร์ดนั้น น้ำหนักของฉากไม่ได้สร้างอารมณ์และความรู้สึก (Mood and Tone) มากนัก เพราะเป็นฉากที่สอดคล้องกับบทบาทของตัวละครหลักเท่านั้น แต่จะมีเพียงตอนที่ฮาเวิร์ดกลัวเชื้อโรคจะเห็นได้ว่าการออกแบบฉากมีอารมณ์ และความรู้สึกถึงการกลัวสิ่งสกปรก ความไม่ปลอดภัยจากโลกภายนอก ซึ่งในการออกแบบงานสร้างในตอนนี้จะเห็นได้ว่าทั้งฉากหลังและตัวละครถูกให้น้ำหนักและมีความกลมกลืนเท่า ๆ กัน

Sweeney Todd : The Demon Barber of Fleet Street (สวินนี ท็อดด์ บาร์เบอร์ หลุโหด แห่งถนนฟลีต) เป็นภาพยนตร์ตระกูลสยองขวัญ (Horror film) ที่ได้รับการดัดแปลงมาจากละครเพลง และยังถูกสร้างขึ้นมาจากตำนานในยุควิกตอเรียอีกด้วย โดยเรื่องราวในภาพยนตร์เกิดขึ้นในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ สมัยยุควิกตอเรีย ในภาพยนตร์ได้เล่าถึงความขัดแย้งของช่างตัดผมที่ชื่อเบนจามิน บาร์เกอร์ กับผู้พิพากษาเทอร์พินที่เขาขัดแย้งความผิดให้กับเบนจามิน จนต้องติดคุกนานถึง 15 ปี ด้วยเหตุผลที่ผู้พิพากษา ต้องการแย่งภรรยาของเบนจามิน ด้วยสาเหตุนี้ทำให้เบนจามินกลับมาแก้แค้นผู้พิพากษาเทอร์พิน โดยเปลี่ยนชื่อใหม่เป็นสวินนี ท็อดด์ ซึ่งในภาพยนตร์มีการออกแบบฉากหลัง (Setting) ให้สอดคล้องกับตัวละครหลักดังต่อไปนี้

1. ตอนเปิดตัวที่ท็อดด์เดินจากท่าเรือจนไปถึงถนนฟลีต จะเห็นได้ว่าตามตรอก ซอยมีคนเร่ร่อนที่นอนอยู่ริมถนน และมีหญิงบริการตามสองข้างทาง ในฉากนี้จะเห็นได้ว่าการใช้แสงแบบ Low Key เพื่อสร้างบรรยากาศให้อารมณ์ความรู้สึกที่มืดมนน่าสยอง ไม่ปลอดภัยในสภาพแวดล้อมนั้น และยังสะท้อนให้เห็นสภาพในใจของตัวท็อดด์อีกด้วย

2. บ้านของนางเลิฟเวตต์ ซึ่งบ้านชั้นแรกเป็นร้านขายพาย และที่พักของเธอ จากตอนที่ทอดด์เข้ามาในบ้านขายพายจะเห็นว่า การออกแบบภายในร้านนั้นมีความสกรปรก และมีอย่างมาก

3. ตอนที่ทอดด์ดัดแปลงเก้าอี้โกนหนวดของเขาให้เป็นเก้าอี้ที่สามารถอำพรางศพคนที่เขาฆ่า และยังรวมไปถึงตอนที่ทอดด์ผลักดันนางเลิฟเวตต์ให้โดนเผาทั้งเป็น ซึ่งการออกแบบฉากหลังในภาพยนตร์ที่กล่าวมานั้น ได้สะท้อนให้เห็นถึงจิตใจของตัวละครที่มีความโกรธ ความแค้นที่ตัวเองถูกเอาเปรียบ และไม่ได้รับความเป็นธรรม

จะเห็นได้ว่าการออกแบบงานสร้างระหว่างฉากหลังกับตัวละครหลักให้น่าหนัก และความกลมกลืนโดดเด่นเท่า ๆ กัน เพราะฉากหลังนั้นถูกออกแบบให้มีบรรยากาศและอารมณ์ (Mood and Tone) ที่น่ากลัว อึดอัด โดยการใช้แสงแบบ Low Key เกือบทั้งเรื่อง ซึ่งการออกแบบงานสร้างเข้ากับตระกูลภาพยนตร์ (Genres) หรือแก่นเรื่อง (Theme) ของภาพยนตร์ เช่นเดียวกับตัวละครหลักอย่างทอดด์ และนางเลิฟเวตต์ ที่ถูกออกแบบเครื่องแต่งกาย การแต่งหน้า และทรงผม ทำให้อารมณ์ความรู้สึกที่น่ากลัว เพราะบทบาทที่ถูกออกแบบมาให้สอดคล้องกันทั้งเรื่อง

Hugo (ปริศนามนุษย์กลของอุโก) เป็นภาพยนตร์ตระกูลผจญภัย (Adventure) แฟนตาซี (Fantasy) และเป็นภาพยนตร์อิงประวัติศาสตร์ (History film) ซึ่งภาพยนตร์เรื่องนี้ถูกสร้างขึ้นจากหนังสือของ Brian Selznick เรื่อง The Invention of Hugo Cabret โดยเรื่องราวเกิดขึ้นในปารีส ประเทศฝรั่งเศส ปี ค.ศ. 1930 ช่วงหลังสงครามโลก ครั้งที่ 1 ดำเนินเรื่องด้วยตัวละครหลัก 2 ตัว คือ อุโก คาเบรต์ เด็กชายวัย 12 ปี ที่อาศัยอยู่หลังกำแพงในสถานีรถไฟ และ จอร์จ เมลิเยส์ เจ้าของร้านของเล่นในสถานีรถไฟ ซึ่งจอร์จนั้นเป็นบุคคลที่มีอยู่จริงในประวัติศาสตร์ และเป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับว่ามีชื่อเสียงในวงการภาพยนตร์ที่เป็นภาพยนตร์เล่าเรื่องได้คนแรกอีกด้วย ซึ่งในภาพยนตร์มีการออกแบบฉากหลัง (Setting) ให้สอดคล้องกับลักษณะบุคลิกของตัวละครหลักดังต่อไปนี้

1. การออกแบบงานสร้างฉากหลังและการออกแบบบุคลิกของตัวละครหลักอย่าง อุโกนั้น สอดคล้องไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งความพิวพันของตัวละครนั้นเกี่ยวข้องกับฟันเฟืองและกลไกอยู่เกือบทั้งเรื่อง เช่น ฉากภายในสถานีรถไฟ ภาพประกอบบางส่วนในลำดับภาพประกอบที่ 4.88 ที่ทำให้เห็นว่าในสถานีรถไฟจะมีควันทิ้งอยู่ในสถานี เพื่อบอกให้รู้ว่ารถไฟในยุคนั้นใช้ระบบขับเคลื่อนด้วยรถจักรไอน้ำ (Steam locomotive) ภายในสถานีรถไฟ ฉากหลัง (Setting) ที่อุโกมีหน้าที่ต้องดูแล และไขลานนาฬิกาทุกวัน ฉากหลังที่หักของอุโกหลังกำแพงในสถานีรถไฟ

2. ส่วนจอร์จในภาพยนตร์มีการนำประวัติของจอร์จที่มีอยู่จริงหยิบขึ้นมาเล่า ไม่ว่าจะเป็นตอนที่เขาเป็นนักมายากล หรือเป็นคนสร้างภาพยนตร์ ซึ่งทำให้เห็นถึงช่วงชีวิตในประวัติของจอร์จ และยังแสดงให้เห็นถึงการออกแบบฉากหลังให้สอดคล้องกับตัวละครอีกด้วย

การออกแบบงานสร้างในภาพยนตร์เรื่องนี้ จะเห็นได้จากเส้นเรื่องที่มีการสร้างตัวละครในจินตนาการ (Fictional character) อย่างอุโกขึ้นมา ให้ผสมผสานกับตัวละครที่มีอยู่จริง (Real Character) ในประวัติศาสตร์อย่างจอร์จ ซึ่งความสัมพันธ์ของตัวละครทั้ง 2 คนนี้ จุดเชื่อมโยงอยู่ที่หุ่นกลที่อุโกต้องตามหาปริศนาจากที่พ่อเขาทิ้งไว้ให้ และหุ่นกลตัวนี้จอร์จเป็นคนสร้างขึ้น มา ซึ่งหุ่นกลตัวนี้เป็นอุปกรณ์ประกอบฉากที่ไว้ในการเล่นเรื่อง และในขณะเดียวกันก็ถูกกำหนดให้เป็นสัญลักษณ์พิเศษ (Symbolic) ในภาพยนตร์เรื่องนี้ด้วย เห็นได้ว่าการออกแบบฉากหลังให้สอดคล้องกับบุคลิกของตัวละครหลักในภาพยนตร์เรื่องนี้ให้น่าหนักความโดดเด่นเท่า ๆ กัน และบรรยากาศ (Mood and Tone) ตามตระกูลภาพยนตร์ (Genres) และแก่นเรื่อง (Theme) ของภาพยนตร์

8. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้ จะเห็นได้ว่าการออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ย้อนยุค ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับฉากหลังเป็นประเด็นหลัก ซึ่งฉากหลังจะออกแบบให้สอดคล้องกับบุคลิกของตัวละครหลักอีกด้วย โดยการทำงานของผู้ออกแบบงานสร้างนั้น มี

ผลต่อบรรยากาศ และอารมณ์ของเรื่องราว (Mood and Tone) โดยยึดตระกูลภาพยนตร์ (Genres) และแก่นเรื่อง (Theme) ของภาพยนตร์ในการออกแบบงานสร้าง เช่น Sweeney Todd: The Demon Barber of Fleet Street (สวีเนย์ ท็อดด์ บาร์เบอร์ หลุ่โหด แห่งถนนฟลีท) Hugo (ปริศนามนุษย์กลของอุโก) ยกเว้นภาพยนตร์เรื่อง The Aviator (บินรักบนสื่อโลก) ที่เป็นภาพยนตร์ตระกูลอิงประวัติศาสตร์ ซึ่งได้นำเอาบุคลิกของตัวละครหลัก มาเป็นหลักของการออกแบบฉากหลัง เป็นต้น

9. ข้อเสนอแนะ

1. ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบงานสร้าง ภาพยนตร์ย้อนยุค

1. ผลจากการวิเคราะห์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการออกแบบภาพยนตร์ประเภทเดียวกันได้ ซึ่งความสำคัญของการออกแบบฉากจะต้องมีการหาข้อมูลให้ตรงกับยุคสมัย โดยสอดคล้องกับตระกูลของภาพยนตร์ (Genres) แก่นเรื่อง (Theme) หรือแนวความคิดหลักของเรื่อง (Concept) รวมไปถึงการบอกลักษณะบุคลิกของตัวละคร (Character) ซึ่งจากที่กล่าวไปข้างต้นจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่จะสร้างภาพยนตร์ในแต่ละตระกูล โดยใช้เป็นแนวทางในการสร้างภาพยนตร์ย้อนยุค

2. ใช้เป็นแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิเคราะห์การออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ย้อนยุคของต้นเต้ เพอร์เรต์ต้นั้น มีข้อมูลที่น่าสนใจอีกหลายด้าน เช่น เทคนิคการสร้างฉาก การหาอุปกรณ์ประกอบฉาก (Props) มาประกอบฉาก หรือแม้แต่เสื้อผ้า การแต่งหน้า การทำผม ซึ่งอยู่ในขอบเขตในตำแหน่งอื่น ๆ รายละเอียดเหล่านี้มีความน่าสนใจ และเป็นความรู้ที่ต่อยอดไปได้อีก สามารถหาความรู้เพิ่มเติม และนำไปสู่งานวิจัยด้านการออกแบบในภาพยนตร์ด้านอื่นๆได้ดี

2. ภาพยนตร์ที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกมาเป็นภาพยนตร์ย้อนยุคที่ได้รับรางวัลจากเวทีออสการ์ ในสาขาออกแบบงานสร้างยอดเยี่ยม แต่มีภาพยนตร์อีกหลายเรื่องที่มีความน่าสนใจในเรื่องการออกแบบงานสร้างแต่ไม่ได้รับรางวัล หรือไม่ได้รับความสนใจจากผู้ชมมากนัก จึงทำให้มีภาพยนตร์อีกหลายเรื่องที่น่าสนใจศึกษาเป็นแบบอย่างในการออกแบบงานสร้าง

รายการอ้างอิง

- เชมพัทธ์ พัทธวิชัย. (2552). ศึกษาการออกแบบงานสร้างภาพยนตร์ไทย. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ฉลองรัตน์ ทิพย์พิมาน. (2539). วิเคราะห์โครงสร้างการเล่าเรื่องในภาพยนตร์อเมริกันที่มีตัวเอกเป็นสตรี. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐพล วงษ์ชื่น. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้มู้ดแอนด์โทนของผู้ชมภาพยนตร์ไทยในการออกแบบงานสร้างภาพยนตร์แนวสยองขวัญ. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ดีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ต้นเต้ เพอร์เรต์ดี. (2564, 17 กันยายน). งานประกาศผลรางวัลออสการ์ครั้งที่ 77. <https://www.wikipedia.org/>.
- ต้นเต้ เพอร์เรต์ดี. (2564, 17 กันยายน). งานประกาศผลรางวัลออสการ์ครั้งที่ 80. <https://www.movie.mthai.com>.
- ต้นเต้ เพอร์เรต์ดี. (2564, 17 กันยายน). งานประกาศผลรางวัลออสการ์ครั้งที่ 84. <https://www.wikipedia.org/>.
- เถกิง พัฒโนภาส. (2540). วารสารวิชาการ. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทัฬหะเทพ ภาปราษฎ์. (2559). Film Directing การกำกับภาพยนตร์. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นพพร ประชากุล. (2558). Mythologies / by Roland Barthes (พิมพ์ครั้งที่ 5). โรงพิมพ์โครงการจัดพิมพ์คปไฟ.
- นันททอง ทองใบ. (2016). กลวิธีการเล่าเรื่องและการสร้างบุคลิกลักษณะของตัวละครในหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น. วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 16(2), 29-39.
- ประวิทย์ แต่งอักษร. (2548). ทฤษฎีและการวิจารณ์ภาพยนตร์เบื้องต้น. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

- ปิยกุล เลาว์ณย์ศิริ. (2544). *ศิลปะภาพถ่ายและภาพยนตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 6). สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- เยาวนันท์ เชษฐรัตน์. (2556). *การผลิตภาพยนตร์ขั้นสูง*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รัตนา จักกะพาก และจิรยุทธ์ สินธุ์พันธ์. (2545). *จินตทัศน์ทางสังคมและกลวิธีการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ของลัดดาจิต เรย์ : การศึกษาวิเคราะห์*. ภาควิชาการภาพยนตร์และภาพนิ่ง ภาควิชาภาพยนตร์และสื่อสารการแสดง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรพันธุ์ ประสิทธิ์รัตน์. (2558). *สารานุกรมศึกษาศาสตร์*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัญชลี ชัยวรพร. (2548). *ทฤษฎีและการวิจารณ์ภาพยนตร์เบื้องต้น*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อัญญรัตน์ ไชยชนะ. (2560). *บทบาทของตัวละครหญิงในภาพยนตร์ของ ก้องเกียรติโหมศิริ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- Amphur. (2563, 19 กันยายน). *หุ่นยนต์อัตโนมัติต้นแบบของ Automaton ในหนังสือ Hugo(2012)*. www.amphur.in.th/jaquet-droz-automata.
- Brutto. (2002). *The Filmmaker's Guide to Production Design*. Allworth
- Wizardry. (2552, 30 มกราคม). *สถาปัตยกรรมยุควิคตอเรียน ปี (1837-1901)*. <http://wizardry-llws.blogspot.com/2009/09/1837-1901.html>.
- WORKON. (2562, 18 กันยายน). *การค้นพบฟิล์มหนังที่สาบสูญของนักสร้างสรรค์ความฝันในโลกภาพยนตร์คนแรกของโลก*. <https://www.wurkon.com/blog/41-georges-melies?%20Fbclid%20=lwAR3%20DbwBYZ>.

การพัฒนาระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอท A DEVELOPMENT OF AUTOMATIC CONVERSATION FOR LEARNING INFORMATION THROUGH LINE MESSAGING API CHATBOT

อภิชัย ตระหง่านศรี¹

Apichai Trangansri

Article History

Received: 22-05-2022; Revised: 19-09-2022; Accepted: 19-09-2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอท 2) เพื่อหาประสิทธิภาพของระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอท และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอท ผู้วิจัยได้นำเทคโนโลยี LINE Messaging API, Google Chat API และ Google Apps Script ที่มีการประมวลผลภาษาธรรมชาติมาประยุกต์ใช้งาน และเก็บข้อมูลลงใน Google Sheet เพื่อให้รองรับบทสนทนาของผู้ใช้ผ่านคลาวด์ และมีความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยผู้ให้ข้อมูลหลักคือ นักศึกษาในรายวิชา ICT458 การประยุกต์เทคโนโลยีบีคิตต้า จำนวน 50 คน กระบวนการทำงานหลักของระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอท ประกอบด้วย การสอบถามข้อมูลคะแนนงาน ข้อมูลการมาเรียน คะแนนรวม และแสดงข้อมูลวิดีโอการสอนย้อนหลัง

ผลการวิจัยพบว่า

1) ระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์ แชทบอท มีการพัฒนา และดำเนินการอย่างมีคุณภาพตามหลักการ และกระบวนการการพัฒนาระบบสนทนาอัตโนมัติ

2) ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบโดยผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, $SD = 0.61$) และ 3) ผลการประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อระบบอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.50$, $SD = 0.56$)

คำสำคัญ: แชทบอท; แอปพลิเคชันไลน์; ข้อมูลการเรียนรู้

¹อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

Lecture, Information and Communication Technology, School of Information Technology

Sripatum University – Chonburi Campus, Email : bobojung88@gmail.com *Corresponding author

ABSTRACT

The objectives of this research were follows: 1) to develop an automatic conversation for learning information through LINE Messaging API Chatbot 2) to determine the effectiveness of an automatic conversation for learning information through LINE Messaging API Chatbot and 3) to satisfaction study of an automatic conversation for learning information through LINE Messaging API Chatbot. The researchers applied technology such as LINE Messaging API, Google Chat API, Google Apps Script with natural language processing and store data in Google Sheet to support user conversations via the cloud service. The sample was obtained by proposed sampling selected consist of 50 students who study in ICT458 Applying Big Data Technology. The main working process of the automatic conversation for learning information through LINE Messaging API Chatbot consists of assignments information, attendance data, total scores, and video tutorials.

The results had found that:

1) an automatic conversation for learning information through LINE Messaging API Chatbot has been developed and operated with quality principles. and the process of developing an automated conversation system. 2)) The results of the research showed that the efficiency of the experts' evaluation was at a high level ($\bar{X} = 4.39$, $SD = 0.61$) and 3) The satisfaction of the users was at a high level ($\bar{X} = 4.50$, $SD = 0.56$).

Keywords: Chatbot; LINE Application; Study Information

1. บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น การสื่อสารก็มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะการสื่อสารออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ หรือโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านทางสมาร์ทโฟนที่มี การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ทำให้เป็นช่องทางที่สำคัญในการสื่อสารของคนในยุคปัจจุบันที่ต้องปรับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันเป็นแบบนิวนอร์มอล อันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ทำให้ต้องปรับรูปแบบการใช้ชีวิต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการประกอบอาชีพ การทำธุรกิจ การสื่อสารของคนในองค์กร รวมถึงการศึกษา โดยเฉพาะการศึกษาจะได้รับผลกระทบอย่างมากกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งจากเดิมการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนจะเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในห้องเรียน เพื่อทำการสอบถามในประเด็นต่าง ๆ ที่นักศึกษาสนใจ รวมถึงการขอคำแนะนำ ข้อเสนอแนะ หรือการแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยศรีปทุม ชลบุรี เปิดดำเนินการสอนตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2530 จนถึงปัจจุบัน จัดการเรียนการสอนทั้งในระดับปริญญาตรี และบัณฑิตศึกษา (ปริญญาโท) เน้นการให้ความรู้ผ่านการสอนจากอาจารย์ที่มีคุณภาพ และการทำกิจกรรม โดยให้นักศึกษาเป็นผู้ปฏิบัติและฝึกฝน และได้มีโอกาสเรียนรู้จากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีชื่อเสียงในระดับชาติ เพื่อให้ นักศึกษาเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติ ดังปณิธานของมหาวิทยาลัยที่ว่า “ปัญญา เชี่ยวชาญ เบิกบาน คุณธรรม” (มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2548) มหาวิทยาลัยมีระบบสารสนเทศที่นำมาใช้ในการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษา เช่น ข้อมูลผลการเรียน ข้อมูลตารางเรียนของนักศึกษา ข้อมูลการเรียนการสอนของรายวิชาในแต่ละภาคการศึกษา เป็นต้น ซึ่งเป็นช่องทางให้อาจารย์ผู้สอนใช้ในการเผยแพร่เอกสารประกอบ

การเรียน วิดีโอออนไลน์ที่ผู้ประกอบการสอนในแต่ละสัปดาห์ มอบหมายงาน การบ้าน รวมถึงแบบฝึกหัด และเป็นช่องทางในการส่งงาน ซึ่งในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ต้องเข้าผ่านทางเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย และเข้าตามลิงก์ที่มีการเชื่อมโยงจากเว็บไซต์หลัก จากนั้นจึงทำการล็อกอินเข้าระบบเพื่อเลือกรายวิชาที่นักศึกษาต้องการเข้าไปดูข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนกระบวนการหลายขั้นตอนจากขั้นตอนการเข้าถึงข้อมูลที่ค่อนข้างยุ่งยากทำให้นักศึกษาไม่ได้เข้าไปเพื่อติดตามความคืบหน้าเกี่ยวกับการแจ้งเตือนเรื่องงานส่งงาน หรือการอัปเดตข้อมูลต่าง ๆ จากระบบสารสนเทศที่มีการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นประโยชน์เหล่านั้น แต่นักศึกษาจะสอบถามข้อมูลดังกล่าวจากอาจารย์ผู้สอนโดยตรง ซึ่งคำถามส่วนใหญ่จะเป็นคำถามซ้ำ ๆ ในเรื่องเดิม ๆ ที่เคยให้ข้อมูลไปแล้ว และในบางครั้งที่อาจารย์ผู้สอนไม่สามารถตอบคำถามได้ครบทุกคำถาม หรือไม่สามารถตอบคำถามได้ทันที เนื่องจากอาจารย์ผู้สอนจะมีภาระงานสอน และงานประจำอื่น ๆ ทำให้ไม่สามารถตอบคำถามนักศึกษาได้

ในยุคปัจจุบัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทกับชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นทาง Website หรือ Social media ต่าง ๆ ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็น Machine Learning หรือ Artificial Intelligence (AI) ทำให้ แชนบอท (Chatbot) หรือระบบช่วยตอบคำถามอัตโนมัติ เป็นอีกหนึ่งเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในการสื่อสารของมนุษย์มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Kobkrit.com, 2561) ไม่ว่าจะเป็นในเชิงธุรกิจ หรือสังคม ซึ่งในปัจจุบัน Chatbot ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันอย่างแพร่หลาย เพื่อช่วยมนุษย์ในการตอบคำถามซ้ำ ๆ และสามารถช่วยเหลือผู้ใช้งานได้ตลอดเวลา โดยมีการนำ Chatbot ไปประยุกต์ใช้กับงานหลายประเภท (Mr. Digital, 2562) เช่น การแพทย์ ธุรกิจบันเทิง ธุรกิจการประกันภัย การให้คำปรึกษาทางด้านสุขภาพ รวมถึงงานด้านการศึกษาเพื่อสนับสนุนการได้ตอบคำถามเกี่ยวกับข้อมูลต่าง ๆ ของนักศึกษา ซึ่งผู้ใช้งานสามารถสอบถามได้ตลอดเวลา ทำให้ลดภาระการทำงานของอาจารย์ และเจ้าหน้าที่ (วสุ บัวแก้ว และปณิธิ เนตินันท์, 2563) ซึ่งในปัจจุบัน Chatbot ได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะการนำไปใช้ในการซื้อ - ขายสินค้าออนไลน์ การให้บริการข้อมูลกับลูกค้าโดยการตอบคำถามบนช่องทางออนไลน์ในรูปแบบของการสนทนาผ่าน Chatbot ซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งการสื่อสารผ่านตัวอักษรและผ่านเสียงพูดอย่างระบบ Call Center การสื่อสารภายในองค์กร รวมถึงงานทางด้านการศึกษาก็สามารถนำ Chatbot ไปประยุกต์ใช้งานได้เช่นเดียวกัน

จากปัญหาและเทคโนโลยีดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่า ควรเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลทางการศึกษาของนักศึกษานอกเหนือจากระบบสารสนเทศที่มหาวิทยาลัยจัดเตรียมไว้ให้ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับนักศึกษาในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาของตนเอง ดังนั้นในบทความวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการนำเสนอการพัฒนา Chatbot โดยมีการนำโปรแกรมสนทนาอัตโนมัติมาประยุกต์ใช้เพื่อแสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนผ่านไลน์บอท ทั้งนี้เพื่อเป็นช่องทางให้นักศึกษาสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการเรียน ได้แก่ เอกสารประกอบการเรียน ข้อมูลคะแนนการส่งงาน ข้อมูลการมาเรียน วิดีโอการสอนย้อนหลัง รวมถึงข้อมูลคะแนนรวมของรายวิชา ในการพัฒนาระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนผ่านไลน์แชทบอท และ Google Apps Script ที่มีการประมวลผลภาษาธรรมชาติมาประยุกต์ใน Bot และเก็บข้อมูลลงใน Google Sheet ซึ่งปรากฏในบทความ (พิชชาพร คำท่า และประศาสตร์ บุญสนอง, 2564) เพื่อให้รองรับบทสนทนาของผู้ใช้ได้ถูกต้อง และนักศึกษามีความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนมากขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนผ่านไลน์แชทบอท
2. เพื่อหาประสิทธิภาพของระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนผ่านไลน์แชทบอท
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนผ่านไลน์ แชทบอท

3. การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

Google Chat เป็นหนึ่งในเครื่องมือของ Google Workspace (ศูนย์การเรียนรู้ Google Workspace, 2563) ที่ใช้สำหรับติดต่อสื่อสาร หรือแชทกับคนในองค์กร โดยมีรูปแบบการใช้งานเหมือนกับการส่งข้อความในไลน์ แต่ต่างกันว่า Google Chat จะใช้ที่อยู่อีเมลของเพื่อนร่วมงานที่อยู่ในการติดต่อสื่อสารเหมือนกันในการติดต่อ ข้อดีของ Google Chat คือ ข้อมูลทั้งหมดจะเก็บไว้บน Cloud ทำให้ไม่เปลืองพื้นที่ในคอมพิวเตอร์หรือโน้ตบุ๊ค และมีความปลอดภัยสูง สามารถใช้งานได้กับเบราว์เซอร์ของคอมพิวเตอร์ และในโทรศัพท์มือถือ ทำงานได้ทั้งในระบบปฏิบัติการ Android และ iOS โดยข้อความทั้งหมดที่มีการสื่อสารโต้ตอบกันจะทำการเชื่อมต่อกันโดยอัตโนมัติ ดังนั้นผู้ใช้สามารถใช้งานบนอุปกรณ์ใดก็ได้ หรือในกรณีที่มีการสลับอุปกรณ์ในการใช้งานข้อความก็จะไม่หายไป และสามารถดูข้อความย้อนหลังในกลุ่มที่มีการโต้ตอบกันก่อนหน้านี้ได้

Google Apps Script (DEMETER ICT, 2563) คือ แพลตฟอร์มที่ช่วยในการพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยการเขียนโค้ดที่น้อยลง (Low-Code) แต่มีการขยายฟังก์ชันการทำงานใหม่ ๆ ได้ด้วยตนเอง สามารถปรับให้เป็นระบบอัตโนมัติได้ง่ายและรวดเร็ว โดยไม่จำเป็นต้องมีทักษะด้านการพัฒนาซอฟต์แวร์เหมือนกับผู้เชี่ยวชาญ สามารถปรับการทำงานให้เป็นระบบอัตโนมัติ โดยมีการเชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งผู้ใช้สามารถเพิ่มฟังก์ชันการทำงานหรือปรับแต่งการทำงานได้ สามารถสร้างงานด้วยภาษา HTML, CSS และ JavaScript สามารถเชื่อมต่อการทำงานกับ Google Workspace API และบริการอื่น ๆ ของ Google เช่น YouTube, Google Analytics และ Big Query

Google Sheet เป็นแอปพลิเคชันในกลุ่มของ Google Drive (กูเกิลไดรฟ์) ซึ่งเป็นนวัตกรรมของ Google (กูเกิล) มีลักษณะการทำงานคล้ายกับ Microsoft Excel (ไมโครซอฟท์เอ็กเซล) คือสามารถสร้าง Column, Row สามารถใส่ข้อมูลต่าง ๆ ลงไปใน Cell (เซลล์) ได้ และคำนวณสูตรต่าง ๆ ได้

LINE Messaging API เป็นบริการที่ LINE เปิดให้ผู้ให้บริการ สามารถรับ-ส่งข้อมูลจากแอปพลิเคชัน LINE โดยข้อมูลที่ใช้ในการรับ-ส่ง อยู่ในรูปแบบเอกสาร JSON ที่มีโครงสร้างเอกสารตามข้อกำหนดของ LINE Messaging API ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมต่อ Server เข้ากับ LINE Official Account ทำให้ผู้ให้บริการสามารถพัฒนาโปรแกรมเพื่อรับข้อมูลที่ส่งเข้ามาถึง LINE และนำข้อมูลนั้นไปประมวลผลต่อ จึงเหมาะกับการนำไปประยุกต์ใช้กับการทำงานของ Chatbot ที่สามารถรับข้อความจากผู้ใช้งานได้ทันที ที่ผู้ใช้งานส่งข้อความเข้ามา และสามารถส่งข้อความตอบกลับได้หลายรูปแบบ เช่น ข้อความตัวอักษร สตีกเกอร์ รูปภาพ วิดีโอ ไฟล์เสียง โลเคชั่น เป็นต้น (LINE Developers, 2020)

ระบบ SPUC-LTAS เป็นระบบสารสนเทศที่ทำงานบนเว็บไซต์ เป็นระบบที่อำนวยความสะดวกให้กับนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ศรีปทุม ชลบุรี ในการทบทวนบทเรียนนอกเวลาเรียน นักศึกษาสามารถติดต่อกับอาจารย์ผู้สอนได้โดยไม่ต้องเดินทางมาที่มหาวิทยาลัย สามารถติดตามข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิชาเรียน การส่งงานจากอาจารย์ การส่งการบ้าน และการทำแบบทดสอบ ได้จากที่บ้าน หรือสถานที่อื่น ๆ ที่มีอินเทอร์เน็ตใช้งาน

ณภัทร ไชยพราหมณ์ และคณะ (2563) ได้ทำการพัฒนาระบบตอบกลับและแจ้งข้อมูลทางการศึกษาผ่านไลน์บอท โดยมีชื่อว่า NN Bot (Nice Notification Bot) ซึ่งทำงานบนแอปพลิเคชัน LINE เพื่อให้ นักศึกษามีความสะดวกสบายในการเข้าถึงข้อมูลทางการศึกษามากขึ้น อีกทั้งได้มีการใช้ Dialogflow ที่มีการประมวลผลภาษาธรรมชาติมาประยุกต์ใน NN Bot เพื่อให้รองรับบทสนทนาของผู้ใช้ได้ถูกต้องมากขึ้น บริการหลักของ NN Bot ได้แก่ การสอบถามตารางสอนของอาจารย์ การสอบถามตารางเรียนของนักศึกษา การค้นหาอาคารเรียนภายในมหาวิทยาลัย การสอบถามผลการเรียนในภาคการศึกษาปัจจุบัน และสามารถแจ้งระดับผลการเรียนให้นักศึกษาแบบอัตโนมัติเมื่อผลการเรียนได้รับการอนุมัติจากคณะ จากการทดสอบระบบ NN Bot ได้รับผลการประเมินในภาพรวมพบ

ว่า NN Bot ช่วยเหลือนักศึกษาของมหาวิทยาลัยได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านความสะดวกในการใช้งานมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ 4.39 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ดี

จักรินทร์ สันติรัตนภักดี (2561) ได้ทำการศึกษาระบบแชทบอท โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ออกแบบโครงสร้างการสนทนาด้วยการกำหนดคำถาม และคำตอบจากข้อมูลจริงของผู้ขายสินค้าออนไลน์ 2) ประเมินความสามารถในการใช้งานระบบแชทบอท ปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านเมสเซนเจอร์ (Messenger) และ 3) หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยผู้ใช้ที่ส่งผลต่อผลการประเมินในภาพรวม งานวิจัยฉบับนี้เลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ 30 คน จากผู้ที่มิบัญชีเฟสบุ๊คส่วนบุคคลของประเทศไทยโดยฝากช่องทางการติดต่อกลับเพื่อดำเนินการปิดการขายในขั้นตอนต่อไป โดยให้ผู้ใช้แต่ละคนทดลองซื้อสินค้าผ่านเมสเซนเจอร์แบบเปิดเผยให้กับผู้ใช้ในขณะที่กำลังสนทนากับแชทบอท ผลการประเมินในภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ระบบรองรับการขายสินค้าอัตโนมัติ

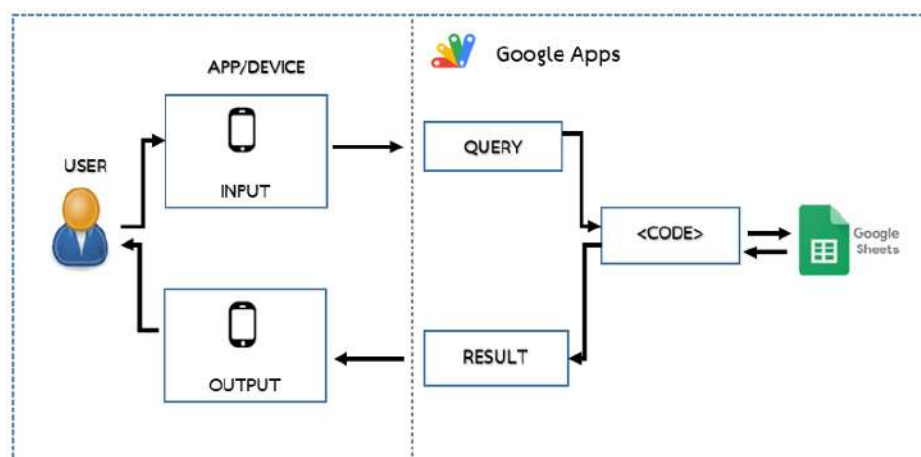
4. กรอบแนวคิดการวิจัย

1. เนื้อหาที่ใช้ในการพัฒนาระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอท ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนที่นักศึกษาต้องการ ประกอบด้วย เอกสารประกอบการเรียน ข้อมูลการเข้าเรียน คะแนนการส่งงาน คะแนนรวม และวิดีโอการเรียน
2. การพัฒนาระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอท นักศึกษาสามารถสอบถามข้อมูล และแสดงผลข้อมูลที่นักศึกษาต้องการทราบผ่านทางคอมพิวเตอร์ หรือสมาร์ตโฟน สามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว
3. ระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอท ใช้เครื่องมือในการพัฒนา คือ Google Apps Script และเก็บข้อมูลลงใน Google Sheet โดยใช้แอปพลิเคชัน LINE เป็นตัวกลางในการสนทนาระหว่างผู้ใช้งานกับระบบโต้ตอบการสนทนาอัตโนมัติ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการกำหนดกรอบแนวคิดภาพรวมของระบบ เพื่อแสดงฟังก์ชันการทำงานของระบบดังภาพที่ 1 ซึ่งประกอบด้วย ส่วนที่ (1) ผู้ใช้งานนำเข้าสู่ข้อมูลเพื่อสอบถามข้อมูลเข้าสู่ระบบ และแสดงผลข้อมูลผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ตโฟน (2) Google Apps Script เขียนชุดคำสั่งเพื่อตรวจสอบเงื่อนไขจากการสอบถามข้อมูลจากผู้ใช้งาน และเรียกใช้ Google Service ซึ่งได้แก่ Google Sheets เพื่อค้นหาข้อมูลที่ถูกจัดเก็บตามเงื่อนไข และส่งผลลัพธ์กลับมายังผู้ใช้งาน

ภาพที่ 1

แผนภาพแสดงกรอบแนวคิดภาพรวมของระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอท



5. ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษาระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยศรีปทุม ชลบุรี ที่ลงทะเบียนเรียน วิชา ICT458 การประยุกต์เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ในภาคเรียนที่ 2/2564 จำนวน 50 คน

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ คือ ระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอท
2. ตัวแปรตาม คือ ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอท

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. เครื่องมือเพื่อการทดลอง ได้แก่ ระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอทโดยใช้ Google Chat API และ Google Apps Script ที่มีการประมวลผลภาษาธรรมชาติมาประยุกต์ใน Bot และเก็บข้อมูลลงใน Google Sheet

2. เครื่องมือเพื่อรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

2.1 เครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลประสิทธิภาพของระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์ แชทบอทที่มีเกณฑ์ประเมิน 5 ด้าน คือ ด้านความเหมาะสม ด้านความถูกต้อง ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านความรวดเร็วในการทำงาน และด้านความสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งแบบประเมินเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ที่ผ่านการประเมินผลจากผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจำนวน 3 ท่าน

2.2 เครื่องมือศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษา ที่มีต่อระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอท ที่ผ่านการประเมินผลจากผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจำนวน 3 ท่าน

4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การพัฒนาระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอทผู้วิจัยได้ศึกษาและพัฒนาระบบตามแนวคิดวงจรการพัฒนาแบบ (System Development Life Cycle: SDLC) ซึ่งมี 7 ขั้นตอน (โอภาส เอี่ยมศิริวงศ์, 2560) ดังนี้

1. กำหนดความต้องการ (Requirement Definition) เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงปัญหาการติดต่อกับอาจารย์ผู้สอน การติดตามข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิชาเรียน การดาวน์โหลดเอกสารประกอบการเรียน การเข้าไปดูบทเรียนที่เป็นคลิปวิดีโอออนไลน์ และคลิปวิดีโอการสอนในแต่ละสัปดาห์ ซึ่งพบปัญหานักศึกษาส่วนใหญ่ไม่เข้าไปติดตามความคืบหน้าของการส่งงานหรือรับทราบข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนในระบบที่ทางมหาวิทยาลัยจัดเตรียมไว้ให้ โดยให้เหตุผลในเรื่องของความไม่สะดวกเพราะต้องเข้าระบบผ่านทางเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย และเข้าตามลิงก์ที่มีการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ จากนั้นจึงล็อกอินเข้าระบบและเลือกรายการเมนูตามที่ต้องการ ซึ่งมีขั้นตอนการใช้งานหลายขั้นตอน จากปัญหาที่พบดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอทเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับนักศึกษาในการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับการเรียน

2. การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis) เป็นขั้นตอนที่ทำการวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ของระบบงานเดิมเพื่อหาข้อผิดพลาดและนำมาพัฒนาระบบ โดยการศึกษาปัญหาและความต้องการของระบบจากการสัมภาษณ์นักศึกษาเกี่ยวกับปัญหาในการใช้ระบบสนับสนุนการเรียนรู้เดิม รวมถึงข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาสรุปเป็นประเด็นปัญหาต่าง ๆ และนำมาวิเคราะห์ระบบงานตามขอบเขตที่กำหนดไว้

3. การออกแบบระบบ (System Design) ทำการออกแบบระบบโดยนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนการวิเคราะห์ระบบ นำมากำหนดรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับภาพรวมการออกแบบระบบ ได้แก่ แนวคิด วัตถุประสงค์ และเป้าหมาย

4. การพัฒนาระบบ (System Development) ผู้วิจัยได้เลือกใช้ Line เป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างนักศึกษา กับระบบ โดยใช้ Google Chat API และ Google Apps Script ที่มีการประมวลผลภาษาธรรมชาติมาประยุกต์ใน Bot และเก็บข้อมูลลงใน Google Sheet โดยมีขั้นตอนในการพัฒนาระบบ ดังนี้

4.1 เปิดการใช้งาน Messaging API

4.2 สร้าง Provider

4.3 กำหนดชื่อให้กับแชทบอทที่ทำการสร้าง

4.4 สร้าง Google Sheet เพื่อจัดเก็บข้อมูลของนักศึกษา โดยสร้าง Sheet เพื่อใช้ในการจัดเก็บข้อมูลจำนวน 5 Sheet ได้แก่ (1) Sheet ข้อมูลการเรียน (2) Sheet ข้อมูลการส่งงาน (3) Sheet ข้อมูลคะแนนรวม (4) Sheet ข้อมูลเอกสารประกอบการเรียน และ (5) Sheet ข้อมูลวิดีโอการสอน

4.5 สร้าง App Script โดยไปที่ Google Sheet ที่ต้องการเชื่อมต่อ จากนั้นไปที่ส่วนขยาย และเลือก App Script

4.6 รับค่าข้อมูลที่ต้องการสอบถามผ่าน LINE และมีการเขียนโปรแกรมเพื่อเลือกข้อมูล เมื่อต้องการสอบถามข้อมูลจะต้องป้อนข้อมูลตามรูปแบบที่กำหนด ประกอบด้วย ตัวเลข 1-5 เพื่อเลือกเงื่อนไขในการแสดงข้อมูล และตามด้วยเครื่องหมายคอมม่า (,) และตามด้วยรหัสนักศึกษา ในการทำงานของระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนผ่านไลน์แชทบอท ประกอบด้วยกระบวนการทำงานที่สำคัญ 5 ส่วน คือ

(1) การสอบถามข้อมูลการส่งงาน หากผู้ใช้งานต้องการสอบถามข้อมูลการส่งงาน หรือขอคะแนนงาน ให้พิมพ์เลข 1 ตามด้วยเครื่องหมาย คอมม่า (,) และรหัสนักศึกษา เช่น 1, 64701234

(2) การสอบถามข้อมูลการเข้าเรียน หากผู้ใช้งานต้องการสอบถามข้อมูลการเข้าเรียน ให้พิมพ์เลข 2 ตามด้วยเครื่องหมาย คอมม่า (,) และรหัสนักศึกษา เช่น 2, 64701234

(3) การสอบถามข้อมูลคะแนนรวม หากผู้ใช้งานต้องการสอบถามข้อมูลคะแนนรวม ให้พิมพ์เลข 3 ตามด้วยเครื่องหมาย คอมม่า (,) และรหัสนักศึกษา เช่น 3, 64701234

(4) การสอบถามข้อมูลวิดีโอการสอน หากผู้ใช้งานต้องการสอบถามข้อมูลวิดีโอการสอน ให้พิมพ์เลข 4 ตามด้วยเครื่องหมาย คอมม่า (,) และรหัสนักศึกษา เช่น 4, 64701234

(5) การสอบถามข้อมูลเอกสารประกอบการเรียน หากผู้ใช้งานต้องการสอบถามข้อมูลเอกสารประกอบการเรียน ให้พิมพ์เลข 5 ตามด้วยเครื่องหมาย คอมม่า (,) และรหัสนักศึกษา เช่น 5, 64701234

5. การทดสอบระบบ (System Testing) เป็นขั้นตอนของการทดสอบระบบก่อนที่จะนำไปปฏิบัติการใช้งานจริง เพื่อหาข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นและปรับปรุงผล ผู้วิจัยมีกระบวนการในการทดสอบ และประเมินผลการพัฒนาระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนผ่านไลน์แชทบอท ดังนี้

5.1 ประเมินรูปแบบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 1 ครั้ง เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

5.2 ประเมินประสิทธิภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ กรรมการที่ปรึกษาสมาคมนักประดิษฐ์และนวัตกรรมแห่งประเทศไทย จำนวน 1 ท่าน และอาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี จำนวน 2 ท่าน

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบประสิทธิภาพของระบบสนทนาอัตโนมัติ โดยวิธี Blackbox Testing โดยอาศัยค่าทางสถิติการวัดระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนผ่านไลน์แชทบอทที่พัฒนาขึ้น คือ การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ไม่ได้แจกแจงความถี่สามารถคำนวณได้จากสมการ

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{N}$$

โดยที่ $\bar{X}$ คือ ค่าเฉลี่ยในการประเมิน
 $\sum_{i=1}^n x_i$ คือ ผลรวมของคะแนนที่ได้จากการประเมิน
 n คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ทำการประเมิน

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ค่า SD ของผู้ประเมิน) สามารถคำนวณได้จากสมการ

$$SD = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{(n-1)}}$$

โดยที่ SD คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 x_i คือ คะแนนที่ได้จากการประเมิน
 $\bar{x}$ คือ ค่าเฉลี่ยของการประเมิน
 n คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ทำการประเมิน

โดยประเมินประสิทธิภาพของระบบที่พัฒนาขึ้น มีการประเมินทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเหมาะสม 2) ด้านความถูกต้อง 3) ด้านการรักษาความปลอดภัย 4) ด้านความรวดเร็วในการทำงาน และ 5) ด้านความสะดวกและง่ายต่อการใช้

5.3 ประเมินความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอท โดยนักศึกษาระดับปริญญาตรี ของมหาวิทยาลัยศรีปทุม ชลบุรี ที่ลงทะเบียนเรียน วิชา ICT458 การประยุกต์เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ในภาคเรียนที่ 2/2564 จำนวน 50 คน

6. การติดตั้งระบบ (System Implement) หลังจากปรับปรุงแก้ไขการทำงานของระบบตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยได้นำระบบที่พัฒนาให้นักศึกษาได้ทดลองใช้งานจริง

7. การบำรุงรักษาระบบ (System Maintenance) ผู้วิจัยได้นำระบบให้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนวิชา ICT458 ในภาคเรียนที่ 2/2564 ของมหาวิทยาลัยศรีปทุม ชลบุรี จำนวน 50 คน ประเมินความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบ เพื่อนำมาปรับปรุงระบบให้มีประสิทธิภาพ และสามารถทำงานได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้

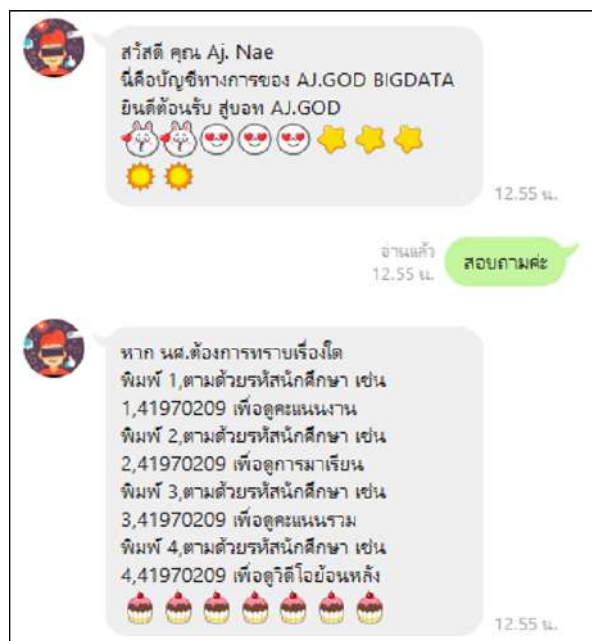
6. ผลการวิจัย

จากการศึกษา และพัฒนาระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอทที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นโดยใช้โปรแกรม Google Chat API, Google Apps Script และเก็บข้อมูลลงใน Google Sheet โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผู้ใช้งานระบบสามารถสแกน QR Code เพื่อเข้าสู่ระบบ เมื่อเพิ่มเพื่อนเรียบร้อยแล้วจะเป็นการเข้าสู่ระบบโดยจะปรากฏหน้าจอการทำงานที่ประกอบด้วยหัวข้อของรายละเอียดในเรื่องต่าง ๆ ตามภาพที่ 2

ภาพที่ 2

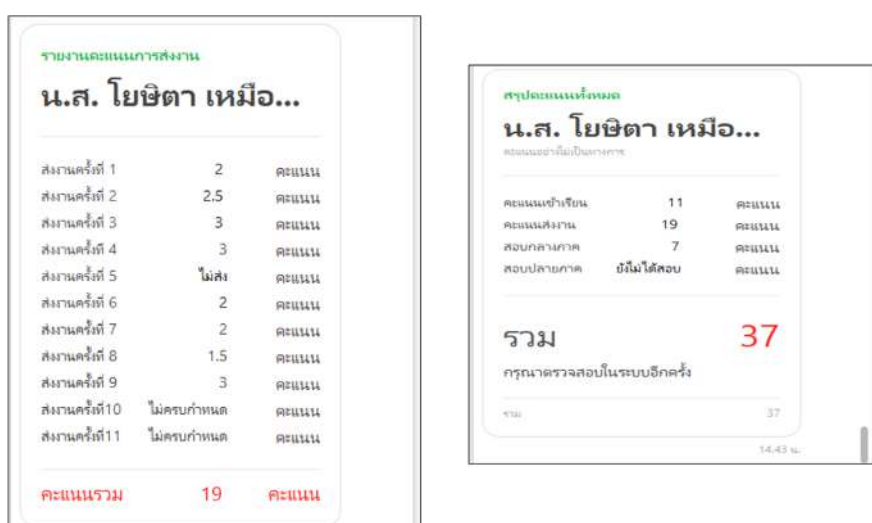
แสดงผลหน้าแรกบนอุปกรณ์สมาร์ทโฟน



จากภาพที่ 2 พิมพ์หมายเลขลำดับ ตามด้วยเครื่องหมายคอมม่า (,) และตามด้วยรหัสนักศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้ พิมพ์ 1, ตามด้วยรหัสนักศึกษา เพื่อขอดูคะแนนงาน พิมพ์ 2, ตามด้วยรหัสนักศึกษา เพื่อขอข้อมูลการมาเรียน พิมพ์ 3, ตามด้วยรหัสนักศึกษา เพื่อขอดูคะแนนรวม พิมพ์ 4, ตามด้วยรหัสนักศึกษา เพื่อขอประวัติการเรียนย้อนหลัง และพิมพ์ 5, ตามด้วยรหัสนักศึกษา เพื่อขอข้อมูลเอกสารประกอบการเรียน

ภาพที่ 3

แสดงรายงานคะแนนการส่งงาน และรายงานข้อมูลสรุปคะแนนตลอดภาคการศึกษาของนักศึกษาแต่ละคน



ภาพที่ 4

แสดงข้อมูลเอกสารประกอบการเรียน



ตารางที่ 1

ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบ โดยผู้เชี่ยวชาญ

หัวข้อการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ความหมาย
1. ด้านความเหมาะสมในการทำงานของระบบ	4.50	0.58	มาก
2. ด้านความถูกต้องในการทำงานของระบบ	4.26	0.66	มาก
3. ด้านการรักษาความปลอดภัยของระบบ	4.42	0.57	มาก
4. ด้านความรวดเร็วในการทำงานของระบบ	4.22	0.61	มาก
5. ด้านความสะดวกและง่ายต่อการใช้งานของระบบ	4.54	0.61	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.39	0.61	มาก

จากตารางที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นต่อภาพรวมของระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอทอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, $SD = 0.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 1 ข้อ คือ ด้านความสะดวกและง่ายต่อการใช้งานของระบบ และอยู่ในระดับมาก จำนวน 4 ข้อ คือ ด้านความเหมาะสมในการทำงานของระบบ ด้านการรักษาความปลอดภัยของระบบ ด้านความถูกต้องในการทำงานของระบบ และด้านความรวดเร็วในการทำงานของระบบ ตามลำดับ

ผลประเมินความพึงพอใจสำหรับผู้ใช้งานระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอทผู้วิจัยได้ทดสอบประสิทธิภาพการทำงานของระบบ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จะทำการคัดเลือกโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งได้แก่กลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาในรายวิชา ICT458 การประยุกต์เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ จำนวน 50 คน โดยผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 2

ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานระบบ โดยนักศึกษา

หัวข้อการประเมิน	$\bar{X}$	SD	ความหมาย
1. ความถูกต้องในการทำงานของระบบ	4.51	0.55	มากที่สุด
2. ความสะดวกและง่ายต่อการใช้งานของระบบ	4.47	0.60	มาก
3. ความรวดเร็วในการทำงานของระบบ	4.51	0.53	มากที่สุด
4. ประโยชน์และการนำไปใช้	4.52	0.54	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.50	0.56	มาก

จากตารางที่ 2 นักศึกษามีความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอทอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.50$, $SD = 0.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดจำนวน 3 ข้อ คือ ประโยชน์และการนำไปใช้ ความถูกต้องในการทำงานของระบบ และความรวดเร็วในการทำงานของระบบ ตามลำดับ และอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ คือ ความสะดวกและง่ายต่อการใช้งานของระบบ

7. อภิปรายผล

ระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอทที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นนี้ ช่วยสนับสนุนการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ที่สำคัญ และตรงตามความต้องการของนักศึกษา ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนที่นักศึกษาต้องการ ประกอบด้วย เอกสารประกอบการเรียน ข้อมูลการเข้าเรียน คะแนนการส่งงาน คะแนนรวม และวิดีโอการเรียน โดยผู้ที่ต้องการนำระบบไปใช้ สามารถจัดการเพิ่มข้อมูลที่ต้องการแสดงผลผ่านไลน์แชทบอทได้

จากการวิจัยพบว่า ได้ผลลัพธ์ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คือ ระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอทผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญในภาพรวมมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก กลุ่มผู้ใช้งานซึ่งได้แก่นักศึกษามีความพึงพอใจต่อระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอทอยู่ในระดับมาก เนื่องจากสามารถนำไปใช้งานได้จริง และลดภาระงานให้กับอาจารย์ผู้สอน ซึ่งสอดคล้องกับ วสุ บัวแก้ว และปณิธิ เนตินันท์ (2563) ที่ได้พัฒนาแอปพลิเคชัน Chatbot สำหรับงานบริการนักศึกษา กรณีศึกษา กองพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ นักศึกษาสามารถใช้ระบบสนทนาอัตโนมัติในการสอบถามข้อมูล และแสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนที่นักศึกษาต้องการผ่านทางคอมพิวเตอร์ หรือสมาร์ตโฟน ซึ่งสามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับ ณภัทร ไชยพราหมณ์ และคณะ (2563) ที่ได้พัฒนาระบบตอบกลับและแจ้งข้อมูลทางการศึกษาผ่านไลน์บอท ซึ่งทำงานบนแอปพลิเคชัน LINE ช่วยให้นักศึกษามีความสะดวกสบายในการเข้าถึงข้อมูลทางการศึกษามากขึ้น

8. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากงานวิจัยได้โปรแกรมสนทนาอัตโนมัติมาประยุกต์ใช้เพื่อแสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้ผ่านไลน์บอท เพื่อเพิ่มช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเรียนในรายวิชาของนักศึกษาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

9. ข้อเสนอแนะ

หลังจากการออกแบบ และพัฒนาพัฒนาระบบสนทนาอัตโนมัติเพื่อแสดงผลข้อมูลการเรียนรู้ผ่านไลน์แชทบอท และนำไปทดสอบการทำงานพบว่า ผู้ใช้พิมพ์คำสำคัญ (Keyword) เอง โดยไม่ได้พิมพ์ตามรูปแบบที่กำหนดของระบบงาน ทำให้ไม่พบข้อมูลที่ใช้ต้องการ ดังนั้นต้องมีการพัฒนาระบบให้มีรูปแบบการใช้งานง่าย เช่น มีเมนูให้ผู้เลือกการทำงานแทนการพิมพ์ข้อมูลที่ต้องการ

รายการอ้างอิง

- จักรินทร์ สันติรัตนภักดี. (2561). การตลาดออนไลน์และบริการลูกค้าด้วยแชทบอท กรณีศึกษา: การใช้แชทบอทปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านแอมสเซนเจอร์. *วารสารศรีปทุม ปริทัศน์ ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 10(1), 71-87.
- ณภัทร ไชยพราหมณ์ และคณะ. (2563). ระบบตอบกลับและแจ้งข้อมูลทางการศึกษาผ่านไลน์บอท. *วารสารวิทยาการและเทคโนโลยีสารสนเทศ*, 10(2), 59-70.
- พิชชาพร คำท่า และประศาสตร์ บุญสนอง. (2564). แชทบอทสำหรับการบริการข้อมูลด้านสุขภาพ, การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ครั้งที่ 4* (น. 39-44). คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม ชลบุรี. (2548, 7 ธันวาคม). *ประวัติมหาวิทยาลัยศรีปทุม*. <https://www.chonburi.spu.ac.th/web/about/>
- วสุ บัวแก้ว และปณิธิ เนตินันท์. (2563). *การพัฒนาระบบ LINE BOT สำหรับบัณฑิตวิทยาลัย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิตศึกษา ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สุมนา บุชบก และคณะ. (2563). การพัฒนาแอปพลิเคชัน Chatbot สำหรับงานบริการนักศึกษา กรณีศึกษาของพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. *วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 19(1), 85-94.
- ศูนย์การเรียนรู้ Google Workspace. (14 กุมภาพันธ์ 2565). *เริ่มต้นใช้งาน Google Chat คุณใช้ Chat ทำสิ่งใดได้บ้าง*. <https://support.google.com/a/users/answer/9300511?hl=th>.
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2560). *การวิเคราะห์และออกแบบระบบ (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม) (พิมพ์ครั้งที่ 1)*, สำนักพิมพ์ ซีเอ็ด ยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- DEMETER ICT. (14 กุมภาพันธ์ 2565). *Google Chat คืออะไร ทำความรู้จักหนึ่งในเครื่องมือที่ใช้สื่อสารในองค์กร*. <https://dmit.co.th/th/google-workspace-updates-th/introduce-google-chat/>.
- DEMETER ICT. (14 กุมภาพันธ์ 2565). *ถ้าการเขียนโค้ดเป็นเรื่องยุ่งยาก ลองใช้ App Script ช่วยสิ!*. <https://dmit.co.th/th/google-workspace-updates-th/introduce-google-chat/>.
- Kobkrit.com. (16 กรกฎาคม 2561). *การพัฒนาระบบหุ่นยนต์โต้ตอบสนทนาอัตโนมัติภาษาไทย (Chatbot) ด้วย Dialogflow*. <https://bit.ly/3in47Dq>.
- LINE Developers. (December 3, 2020). *Message Types | LINE Developers*. <https://developers.line.biz/en/docs/messagingapi/message-types>.
- Mr. Digital. (22 มีนาคม 2562). *Chatbot กับบริการในโลกอนาคต*. <https://www.ops.go.th/main/index.php/knowledge-base/article-pr/793-chatbot-future>.

ความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Line และ Google Meet
ของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19

THE SATISFACTION TOWARDS ONLINE LEARNING VIA LINE APPLICATION
AND GOOGLE MEET APPLICATION OF STUDENTS OF BACHELOR
OF NURSING SCIENCE PROGRAME, BANGKOKTHONBURI UNIVERSITY
DURING COVID-19 PANDEMIC

สุตริก จิตต์หทัยรัตน์¹ จิรัชญา จันพูน² และ วัทนพร ขวัญงาม³

Sudruk Chitthathairatt, Jiratchaya Junphunt and Wantanaporn Khwannam

Article History

Received: 15-04-2023; Revised: 19-05-2023; Accepted: 28-05-2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ และกูเกิลมีต 2) ศึกษาความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์และกูเกิลมีต และ 3) เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ระหว่างเรียนผ่านแอปพลิเคชันไลน์และเรียนผ่านกูเกิลมีต ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาพยาบาล ชั้นปีที่ 1- 4 ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2564 จำนวน 214 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล และความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐานโดยใช้ t-test และ Oneway-ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ชั้นปี อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงห้องเรียนออนไลน์ และความเสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อเชื่อมต่อสัญญาณ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์และกูเกิลมีต
- 2) ความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์อยู่ในระดับมาก ทั้งการเรียนผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ($\bar{X}=3.55$ SD=0.74) และกูเกิลมีต ($\bar{X}=3.66$ SD=0.78)

¹ อาจารย์, ดร., คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Lecturer, Dr.PH, Faculty of Nursing, BangkokThonburi University, Email: sudruk.chi@bkkthon.ac.th *Corresponding Author

²⁻³ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Bachelor's degree, Faculty of Nursing, BangkokThonburi University

3) ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านกูเกิลมีตสูงกว่าแอปพลิเคชันไลน์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าด้านการใช้งานแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ส่วนด้านการจัดการเรียนรู้และด้านประโยชน์การใช้นั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย อาจารย์ควรเลือกใช้แอปพลิเคชันการสอนออนไลน์ที่นักศึกษามีความพึงพอใจ สามารถบันทึกการประชุมในขณะที่เรียนได้ วางแผนรูปแบบการสอนออนไลน์ที่เหมาะสมทั้งที่เป็นการเรียนแบบประสานเวลาและแบบไม่ประสานเวลา เพื่อให้นักศึกษาสามารถเลือกเวลาเรียนได้ตามที่สะดวกและสามารถทบทวนบทเรียนได้รวมถึงการมอบหมายงานที่นักศึกษาสามารถปฏิบัติได้ด้วยอุปกรณ์ที่นักศึกษาใช้ในการเรียนออนไลน์

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ; การเรียนออนไลน์; นักศึกษาพยาบาล; การแพร่ระบาดของโรคโควิด19

ABSTRACT

The objectives of this research were to 1) To identify personal factors affecting satisfaction in online learning via Line application and Google Meet application, 2) To examine satisfaction of online learning via Line application and Google Meet application, 3) To compare satisfaction levels in online learning via Line application and Google meet application. The participants of this research are comprised of 214 students from the Bachelor of Nursing Program, Bangkok Thonburi University, in second semester of academic Year 2021, selected by using the stratified sampling. Data was collected using an online questionnaire, including personal factors questionnaire and satisfaction questionnaire. The data was collected using online questionnaire, and descriptive statistics were used to analyzed the data. The hypotheses were tested using t-test and One-way ANOVA.

The results of the study were as follows:

1) In regard to personal factors, including age, year of study, availability of device used to access the online classroom, and stability of the internet signal. There was no significant difference in satisfaction levels between Line application and Google Meet application.

2) The students' satisfaction with online learning using both applications were at high level, with an average score of Line application at 3.55 (SD=0.74) and Google Meet at 3.66 (SD=0.78).

3) The mean score of students' satisfaction with online learning via Google Meet application was significantly higher than that of Line application at the 0.05 level. However, when considering each aspect of satisfaction, the difference in the usage aspect was not statistically significant. In contrast, the learning management aspect and utilization aspect were significantly different at the 0.05 level.

Therefore, it is recommended that the lecturers should choose an online teaching application that their students are satisfied with; the application that can record meetings while studying. The lecturers should plan online teaching styles for both synchronized and asynchronous learning. So that students can choose to

study as convenient and be able to review the lessons, including the assignment that students can practice with the devices that students use in online learning.

Keywords: Satisfaction; Online Learning; Nursing Students; COVID-19 Pandemic

1. บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โรคโควิด 19; COVID-19) ทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจสังคม การดำเนินชีวิต สุขภาพ และระบบการศึกษา รวมถึงประเทศไทยที่ต้องประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน เมื่อวันที่ 16 เดือนเมษายน พ.ศ. 2564 ห้ามการใช้อาคาร หรือสถานที่ของโรงเรียนและสถาบันการศึกษาทุกประเภทเพื่อจัดการเรียนการสอน การสอบ การฝึกอบรม หรือการทำกิจกรรมใดๆ (พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน 2548, 2564) สถาบันการศึกษาต่างๆ จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนจากออนไซต์เป็นแบบออนไลน์ทุกรายวิชา

การจัดการเรียนการสอนออนไลน์ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด19 ให้เกิดประสิทธิภาพและให้ผู้เรียนเกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ของรายวิชาและหลักสูตร หลักการสำคัญคือต้องให้เกิดการคงไว้ซึ่งการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน เนื่องจากจะทำให้ผู้เรียนมีแรงจูงใจในการเรียนรู้ ทำให้เกิดการพัฒนาดตนเองและส่งผลให้การเรียนรู้มีคุณภาพ ปัจจุบันรูปแบบการเรียนการสอนแบบออนไลน์ มีหลากหลายวิธีที่ทำให้ผู้สอนและผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันได้ ได้แก่ 1) การเรียนการสอนออนไลน์ด้วยรูปแบบ Massive Open Online Courses (MOOCs) เป็นห้องเรียนออนไลน์ที่มีขนาดใหญ่ ประกอบด้วย วิดีโอการสอนบรรยาย เนื้อหาและการยกตัวอย่างประกอบ เอกสารการสอนแบบออนไลน์ การตอบโต้แสดงความคิดเห็นระหว่างผู้สอนและผู้เรียน การประเมินผลการเรียน และการทดสอบ 2) การสอนด้วยรูปแบบ Modular Object Oriented Dynamic Learning Environment (Moodle) เป็นระบบการจัดการเรียนการสอนแบบเปิดเสมือนห้องเรียนจริง ทำให้ผู้สอนและผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและกันได้โดยผู้สอนสามารถออกแบบเนื้อหา กิจกรรมการเรียน แบบทดสอบ ช่องทางมอบหมายงานและการส่งงาน และยังสามารถสร้างห้องสำหรับการตอบโต้ระหว่างผู้สอนและผู้เรียนได้ 3) การเรียนการสอนออนไลน์ผ่านโปรแกรมการประชุมออนไลน์ได้ เช่น โปรแกรม Zoom โปรแกรม Google Meeting Hangout เป็นต้น ซึ่งเป็นโปรแกรมการประชุมวิดีโอทางไกลที่ผู้สอนสามารถ เตรียมเอกสารประกอบการสอน เช่น PowerPoint วิดีโอ รูปภาพ เอกสารการสอนในรูปแบบของไฟล์ Word Excel เป็นต้น โดยที่ผู้สอนและผู้เรียนสามารถมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการเรียนการสอนได้ รวมทั้งสามารถ บันทึกไฟล์ภายหลังการสอนเพื่อให้สามารถเรียนย้อนหลังได้ (วิทยา วาโย และคณะ, 2563)

ดังนั้นผู้สอนต้องออกแบบรูปแบบการสอนให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ในบริบทของรายวิชา และปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับผู้เรียน สำหรับคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี นั้น ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2564 ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนเป็นออนไลน์ในบางรายวิชา จนกระทั่งในเดือนเมษายน พ.ศ. 2564 ไม่สามารถจัดการเรียนการสอนแบบปกติได้ จำเป็นต้องเป็นออนไลน์ทุกวิชา โดยนักศึกษาเรียนออนไลน์อยู่ที่บ้านหรือหอพักในมหาวิทยาลัย ส่วนอาจารย์สอนออนไลน์อยู่ที่บ้าน โดยใช้รูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ผ่านโปรแกรมการประชุมออนไลน์ เช่น โปรแกรม Zoom โปรแกรม Google Meet และ Line ในด้านของผู้เรียนพบว่าในช่วงแรกๆ ยังมีปัญหาขาดความเข้าใจในการเข้าใช้งาน ความพร้อมของอุปกรณ์รองรับที่เชื่อมต่อ กับระบบสารสนเทศ เช่น Smartphone, Tablet, Notebook และ Computer และระบบเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งภายในมหาวิทยาลัย (WIFI) และระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) การมีข้อจำกัดในพื้นที่ (บ้าน) ที่ไม่มีสัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ตรวมถึงความเร็วของอินเทอร์เน็ต ซึ่งส่งผลกระทบต่อนักศึกษาไม่สามารถเข้าใจบทเรียนได้อย่างที่อาจารย์ต้องการถ่ายทอดได้ สภาพปัญหาดังกล่าวผู้สอนต้องให้คำแนะนำในการเตรียมความพร้อมสำหรับการเรียนออนไลน์ ปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการเรียนการสอนให้

หลากหลายวิธีตามปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น รวมถึงการเลือกใช้โปรแกรมการประชุมออนไลน์ที่มีจุดเด่นและข้อจำกัดแตกต่างกัน ต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้เรียน หากผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์จึงหมายถึงการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในแต่ละชนิดนั้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนให้เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ดี และนำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาที่มีคุณภาพ ทั้งนี้จากการสำรวจเบื้องต้น ผู้วิจัยพบว่าการเรียนการสอนออนไลน์ของคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีใช้ Line Application กับ Google Meet Application เป็นส่วนใหญ่เนื่องจากเข้าถึงแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ไม่ยาก การวิจัยเรื่องความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่าน Line Application และ Google Meet Application ของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาล ศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการเสนอแนะ พัฒนา และปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา และเหมาะสมกับบริบทของคณะพยาบาลศาสตร์ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ในรูปแบบออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ชั้นปี อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงห้องเรียนออนไลน์ และความเสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อสัญญาณ ที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์และกูเกิลมีตของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์และกูเกิลมีตของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาล ศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ระหว่างผ่านแอปพลิเคชันไลน์และผ่านกูเกิลมีต ของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

3. สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ชั้นปี อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงห้องเรียนออนไลน์ และความเสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อสัญญาณ มีผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์และกูเกิลมีต
2. นักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีมีความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์และกูเกิลมีตอยู่ในระดับมาก
3. ความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ระหว่างเรียนผ่านแอปพลิเคชันไลน์และเรียนผ่านกูเกิลมีตมีความแตกต่างกัน

4. การทบทวนวรรณกรรม

การจัดการเรียนการสอนออนไลน์

การเรียนออนไลน์เป็นการเรียนการสอนที่ผู้เรียนและผู้สอนอยู่คนละพื้นที่ โดยเข้ามาเรียนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ตามกระบวนการเรียนรู้ที่ออกแบบกิจกรรมให้เกิดผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ของรายวิชา องค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับการเรียนออนไลน์ ได้แก่ 1) ผู้สอนต้องมีสมรรถนะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้สามารถจัดการกระบวนการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ผู้เรียนต้องมีความพร้อมด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นผู้ปฏิบัติหรือ เรียนรู้สิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง เช่น สืบค้นข้อมูล ระดมสมอง แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อให้เกิดพฤติกรรมทำงานร่วมกัน 3) เนื้อหาต้องออกแบบโครงสร้างตามวัตถุประสงค์ ชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย และมีความเชื่อมโยง 4) สื่อการเรียนและแหล่งเรียนรู้ต้องทำให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหาในขณะเรียนได้ ดึงดูดความสนใจและกระตุ้นการ

เรียนรู้ 5) กระบวนการจัดการเรียนรู้ ผู้สอนต้องออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ เน้นการลงมือปฏิบัติและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้สอน ซึ่งเน้นตอบคำถาม สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน สะท้อนการเรียนรู้จากกิจกรรมการเรียนรู้ให้ผู้เรียนเกิดความคิดรวบยอด ให้บรรลุมาตรฐานผลลัพธ์การเรียนรู้ 6) ระบบการติดต่อสื่อสาร ต้องช่วยให้ผู้สอนและผู้เรียนสามารถพูดคุยซักถามและตรวจสอบความเข้าใจร่วมกันได้ในขณะสอน โดยผู้สอนต้องพิจารณาจุดเด่นและจุดด้อยของแอปพลิเคชันการประชุมออนไลน์ที่นำมาใช้ ร่วมกับความพึงพอใจของผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนและผู้สอนมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันเพิ่มมากขึ้น 7) ระบบเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ต้องใช้อุปกรณ์เชื่อมต่อกับกับระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วเพียงพอในพื้นที่ที่มีสัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างราบรื่น 8) การวัดและการประเมินผล ต้องออกแบบเครื่องมือวัดและประเมินผลให้มีประสิทธิภาพรวมถึงการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในการทดสอบออนไลน์ (ขวัญฤดี ฮวดพูน, 2560; วิทยา วาโย และคณะ, 2563; สิริพร อินทสนธิ์, 2563) อย่างไรก็ตามทั้งผู้เรียนและผู้สอนต้องไม่ยึดติดการเรียนการสอนรูปแบบเดิม ปรับมุมมอง แนวคิดในความจำเป็นที่จะต้องมีการเรียนการสอนออนไลน์ มีความยืดหยุ่น มีความรับผิดชอบเตรียมตัวตามองค์ประกอบดังกล่าวในการเรียนการสอนแบบออนไลน์

ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 นั้น ผู้สอนและผู้เรียนต้องปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จำเป็นต้องจัดการเรียนการสอนเป็นออนไลน์ทุกวิชา โดยนักศึกษาเรียนออนไลน์อยู่ที่บ้านหรือหอพักในมหาวิทยาลัย ส่วนอาจารย์สอนออนไลน์อยู่ที่บ้าน โดยใช้รูปแบบการเรียนการสอนออนไลน์ผ่านโปรแกรมการประชุมออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น แอปพลิเคชัน Zoom, Google Classroom, Google Meet และ Line เป็นต้น และจากการสำรวจเบื้องต้น พบว่าการเรียนการสอนออนไลน์ของคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ส่วนใหญ่ใช้ Line Application กับ Google Meet Application ซึ่งการเลือกใช้แอปพลิเคชันการประชุมออนไลน์ในการเรียนการสอนต้องพิจารณาถึงจุดเด่น ข้อจำกัดของแอปพลิเคชันที่ผู้สอนจะนำไปประยุกต์ใช้ ดังนี้ Line Application จุดเด่นคือสามารถติดต่อสื่อสารได้หลายรูปแบบทั้งทางแชท การส่งคลิปเสียง การสนทนาแบบ Video call และ Voice call มีประกาศ มี Note และ Keep ในการเก็บข้อมูลได้ทั้งอัลบั้ม รูปภาพ วิดีโอ ลิงค์ และไฟล์ มีการพัฒนาระบบให้ทันสมัยอยู่เสมอ ส่วนข้อจำกัด คือต้องอาศัยการเชื่อมต่อของระบบอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพความเร็วสูง และส่งผลให้สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้เฉพาะบางพื้นที่ที่มีอินเทอร์เน็ตเท่านั้น ไฟล์ข้อมูลมีวันหมดอายุ สำหรับ Google Meet Application นั้น มีข้อดี คือ สามารถ Video call ได้ ผู้เรียนสามารถถามคำถามระหว่างเรียนได้ไม่ว่าจะเป็นการเปิดไมโครโฟนถาม หรือพิมพ์ข้อความถาม สามารถนำเสนอผลงานและแชร์หน้าจอผ่านอุปกรณ์ได้สะดวก สามารถใช้ได้กับทุกอุปกรณ์ ส่วนข้อด้อยเป็นในเรื่องของข้อจำกัดของตัวเลือกการใช้คุณลักษณะพิเศษที่ไม่ครอบคลุม ต้องมีรหัส ID ในการเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง (สิริพร อินทสนธิ์, 2563; Mannong, 2020)

ความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์และผ่านกูเกิลมีต

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่ดีของบุคคลที่เกิดขึ้นจากการได้รับการตอบสนองสิ่งที่ตน เมื่อผู้เรียนเกิดความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ ผู้สอนจะสามารถดำเนินการตามกระบวนการที่ได้วางแผนไว้ เกิดเป็นความร่วมมือ และมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันในระหว่างการเรียนการสอน และสามารถส่งผลต่อมาให้เกิดประสิทธิภาพของผลลัพธ์การเรียนรู้ (Learning outcome) (บุษบา ทาธง และ คณะ, 2562; Setyawan et al., 2020) จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่านักศึกษามีความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุดจนถึงระดับมาก (บุษบา ทาธง และ คณะ, 2562; ธันยารักษ์ ช่วยทุกข์เพื่อน, 2564; เมธิกา พ่วงแสง และ ทรงสิริ วิจิตรานนท์, 2564) ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเรียนออนไลน์ พบว่ามีความแตกต่างกันในแต่ละการศึกษา กล่าวคือ เพศ และอายุมีผลต่อความพึงพอใจในการเรียนออนไลน์ (ธันยารักษ์ ช่วยทุกข์เพื่อน, 2564; เมธิกา พ่วงแสง และ ทรงสิริ วิจิตรานนท์, 2564) ซึ่งแตกต่างกับผลการศึกษาของอโรชา ทองลาว และ คณะ (2564) ที่พบว่า เพศ อายุของนักศึกษา และชั้นปีที่ศึกษา ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่านักศึกษาจะมีความพึงพอใจในการเรียนออนไลน์ระดับมากที่สุด ก็ยังคงพบปัญหาและอุปสรรคในการเรียนออนไลน์ จากผลการศึกษาของเสถียร พูลผล และ ปฎิพล อรรถนพบริบูรณ์. (2563) พบว่า ไม่ค่อยมีสมาธิ มีสิ่งรบกวน

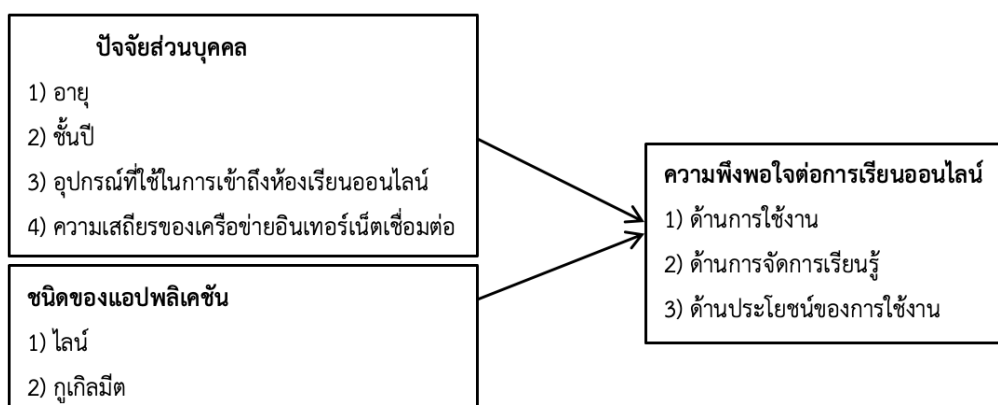
วนทำให้ไม่สามารถตั้งใจเรียนได้เต็มที่ ปัญหาด้านการเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตระหว่างการเรียน ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการเรียน เรียนไม่รู้เรื่องและตามเนื้อหาไม่ค่อยทัน ส่งผลให้เกิดการรับฟังเนื้อหาไม่ต่อเนื่อง เช่นเดียวกับ เมทิกา พ่วงแสง และ ทรงสิริ วิจิรา นนท์ (2564) ที่พบว่าอุปกรณ์ที่นักศึกษาใช้สำหรับการเรียนออนไลน์ด้านสัญญาณอินเทอร์เน็ต ด้านความเร็วของสัญญาณอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในระดับต่ำ ดังนั้นผู้สอนจึงจำเป็นต้องประยุกต์กระบวนการเรียนรู้ มีความยืดหยุ่นในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ปรับการเรียนการสอนให้น่าสนใจและแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้ทันท่วงที โดยเลือกโปรแกรมที่เอื้อต่อนักศึกษา โปรแกรมที่ไม่ต้องใช้จำนวนอินเทอร์เน็ตมาก แนะนำให้นักศึกษาดูวิดีโอย้อนหลัง แนะนำให้นักศึกษาเลือกสถานที่ๆ เหมาะสม จัดเอกสารที่อ่านง่าย ให้นักศึกษาเลือกอ่านในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม รวมถึงการพูดคุยมีปฏิสัมพันธ์ในขณะจัดการเรียนการสอน

โดยสรุปการจัดการเรียนการสอนออนไลน์เป็นที่นิยมและยอมรับมากในการศึกษายุคปัจจุบัน เนื่องจากเทคโนโลยีต่างๆ มีความก้าวหน้า ทันสมัยและมีทางเลือกที่มากขึ้น ในจะจัดการเรียนการสอนออนไลน์นั้น ผู้สอนจำเป็นต้องประเมินผู้เรียน พิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการจัดการเรียนรู้ และออกแบบรูปแบบการเรียนรู้ออนไลน์ที่เหมาะสมกับบริบทของรายวิชาและ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถบรรลุผลลัพธ์ของการเรียนรู้

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดเบื้องต้น



6. ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ชั้นปีที่ 1-4 จำนวน 376 คน ที่เรียนในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2564 ขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณจากสูตรการหาขนาดตัวอย่างของยามาเน (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวน 214 คน โดยเป็นนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต ชั้นปีที่ 1, 2, 3 และ 4 เท่ากับ 64, 55, 51 และ 44 คน ตามลำดับ

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และชนิดของแอปพลิเคชัน
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์

3. ขอบเขตการวิจัย

เป็นการศึกษาเฉพาะนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่กำลังเรียนรายวิชาในภาคทฤษฎี ในเดือนพฤศจิกายน 2564 และเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์เฉพาะการเรียนผ่านไลน์แอปพลิเคชันและกูเกิลมีด ด้านการใช้งานแอปพลิเคชัน ด้านการจัดการเรียนรู้ของแอปพลิเคชัน และด้านประโยชน์ของการใช้งานแอปพลิเคชัน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย ชั้นปี อายุ เพศ และ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงห้องเรียนออนไลน์ และอินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการเรียนออนไลน์ (ความเสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อสัญญาณ)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ และ กูเกิลมีด โดยปรับปรุงมาจากแบบสอบถามความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน Zoom และ Google Meet ของธัญกร ช่วยทุกข์เพื่อน (2564) มีจำนวนทั้งสิ้น 17 ข้อ ประกอบข้อคำถาม 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการใช้งานแอปพลิเคชันในขณะที่เรียนออนไลน์ 2) ด้านการจัดการเรียนรู้ของแอปพลิเคชัน และ 3) ด้านประโยชน์ของการใช้งานแอปพลิเคชัน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (1-5) จากพึงพื่อน้อยที่สุดจนถึงพึงพอใจมากที่สุด การแปลผลคะแนนโดยการแบ่งระดับจากคะแนนเฉลี่ยเป็น 5 ระดับ คือ คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึงมีความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันระดับน้อยที่สุด คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึงระดับน้อย คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึงระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึงระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึงระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกแอปพลิเคชันที่ชื่นชอบในการเข้าใช้งานในการเรียนออนไลน์มากที่สุด และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการเรียนออนไลน์

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และนำมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1 ปรับแก้ไขตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปทดลองใช้กับนักศึกษาพยาบาลจำนวน 30 คน นำมาหาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.97

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์โดยใช้โปรแกรมกูเกิลฟอร์ม (Google form) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้กระจายแบบสอบถามออนไลน์ไปยังประธานชั้นปีและกลุ่มไลน์ (Line group) ของนักศึกษาทั้ง 4 ชั้นปี และให้กลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นปีตอบแบบสอบถามออนไลน์ตามความสมัครใจจนครบจำนวนตามที่กำหนด

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ค่าความถี่ ร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล แอปพลิเคชันที่ชื่นชอบในการเข้าใช้งานมากที่สุด ปัญหาและอุปสรรคในการเรียนออนไลน์ คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์
2. วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์กับ อายุ ชั้นปี อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงห้องเรียนออนไลน์ และความเสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทิศทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)
3. วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์และกูเกิลมีด โดยการทดสอบค่าที (t-test) ทั้งรายด้านและภาพรวม

7. ผลการวิจัย

1. ลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 92.50) อายุระหว่าง 18-22 ปี (ร้อยละ 83.20) ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 (ร้อยละ 31.80) อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงห้องเรียนออนไลน์ คือ สมาร์ทโฟนร่วมกับไอแพด (ร้อยละ 72.00) จำนวน 2 เครื่อง (ร้อยละ 57.00) ความเสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อสัญญาณใช้อินเทอร์เน็ตส่วนบุคคล (ร้อยละ 67.80) ถูกเกิลมีตเป็นแอปพลิเคชันที่ชื่นชอบในการเข้าใช้งานในการเรียนออนไลน์มากที่สุด (ร้อยละ 92.5) ปัญหาและอุปสรรคในการเรียนออนไลน์ คือ ไม่มีสมาธิในระหว่างเรียน (ร้อยละ 22.00) มีการรบกวนจากสิ่งแวดล้อมรอบๆ (ร้อยละ 42.00) สัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่เสถียร (ร้อยละ 15.00)

2. ความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์และกูเกิลมีตกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ชั้นปี อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงห้องเรียนออนไลน์ และความเสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์และกูเกิลมีต (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1

เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่าน Line และ Google Meet

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ One-Way Analysis of Variance					
	Line Application			Google Meet Application		
	ค่า F	ค่า P	เป็นไปตามสมมติฐาน	ค่า F	ค่า P	เป็นไปตามสมมติฐาน
1. อายุ	1.49	.21	×	0.98	.40	×
2. ชั้นปี	0.97	.40	×	1.35	.25	×
3. อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงห้องเรียนออนไลน์	1.08	.36	×	1.67	.15	×
4. ความเสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อสัญญาณ	0.94	.42	×	0.26	.85	×

3. ความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์พบว่าอยู่ในระดับมากทั้งเรียนผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ($\bar{X}=3.55$ SD=0.74) และเรียนผ่านกูเกิลมีต ($\bar{X}=3.66$ SD=0.78) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า 1) ด้านการใช้งานอยู่ในระดับมากทั้งเรียนผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ($\bar{X}=3.70$ SD=0.74) และเรียนผ่านกูเกิลมีต ($\bar{X}=3.77$ SD=0.77) 2) ด้านการจัดการเรียนรู้ในระดับมากทั้งเรียนผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ($\bar{X}=3.56$ SD=0.82) และเรียนผ่านกูเกิลมีต ($\bar{X}=3.70$ SD=0.82) 3) ด้านประโยชน์การใช้งานอยู่ในระดับมากทั้งเรียนผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ($\bar{X}=3.41$ SD=0.90) และเรียนผ่านกูเกิลมีต ($\bar{X}=3.50$ SD=0.93) (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2

ความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่าน Line และ Google Meet

ความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์	Line application			Google Meet		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการใช้งาน	3.70	0.74	มาก	3.77	0.77	มาก
2. ด้านการจัดการเรียนรู้	3.56	0.82	มาก	3.70	0.82	มาก
3. ด้านประโยชน์การใช้งาน	3.41	0.90	มาก	3.50	0.93	มาก
เฉลี่ยรวม	3.55	0.74	มาก	3.66	0.78	มาก

4. เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์และกูเกิลมีต พบว่าค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันกูเกิลมีต สูงกว่า แอปพลิเคชันไลน์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการใช้งานไม่มีความแตกต่างกัน ส่วนด้านการจัดการเรียนรู้และด้านประโยชน์การใช้งานพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3

ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่าน Google Meet และ Line โดยรวมและแยกรายด้าน

ความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่าน Google Meet และ Line	Google Meet		Line		M.D.	df	t	p
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.				
ความพึงพอใจโดยรวม	3.66	0.78	3.55	0.74	0.10	213	3.396	.001*
รายด้าน 1. ด้านการใช้งาน	3.77	0.77	3.70	0.74	0.07	213	1.832	.068
2. ด้านการจัดการเรียนรู้	3.70	0.82	3.56	0.82	0.14	213	3.461	.001*
3. ด้านประโยชน์การใช้งาน	3.50	0.93	3.40	0.90	0.10	213	2.738	.007*

*p< .05

8. อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ด้านอายุ ชั้นปี ไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์และกูเกิลมีต อาจเนื่องมาจากนักศึกษาทุกคนทุกชั้นปี ได้ผ่านประสบการณ์การเรียนออนไลน์มาแล้วจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิดในระลอกแรก เช่นเดียวกับชั้นปีแรก ช่วยทุกข์เพื่อน (2564) พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ไม่แตกต่างกัน และ เมทิกา พ่วงแสง และ ทรงสิริ วิชิรา นนท์ (2564) พบว่าชั้นปีที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ไม่แตกต่างกัน และอโรชา และคณะ (2564) ศึกษาความ

พึงพอใจของนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ต่อการจัดการเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์ ปีการศึกษา 2563 พบว่าความแตกต่างของ อายุ ชั้นปี ไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ

ส่วนปัจจัยด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงห้องเรียนออนไลน์ และความเสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อสัญญาณ ไม่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันและกูเกิลมีด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก นักศึกษาใช้สมาร์ตโฟนร่วมกับไอแพด ในการเข้าถึงห้องเรียนออนไลน์ร้อยละ 72 ซึ่งอุปกรณ์เหล่านี้ มีคุณสมบัติหน้าจอใหญ่ มีประสิทธิภาพสูง ใช้งานได้นาน สามารถใช้งานได้ยาวนานได้อย่างสิ้นไหล และมีระบบปฏิบัติการที่เสถียร และการที่นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนบุคคลถึงร้อยละ 67.80 นักศึกษาสามารถเลือกใช้ความแรงของสัญญาณอินเทอร์เน็ตได้ตามที่ต้องการ ทำให้นักศึกษาสามารถปรับตัวได้ และรู้สึกว่าได้เป็นอุปสรรคในการเรียนออนไลน์ ถึงแม้ว่าจะพบว่าปัญหาและอุปสรรคในการเรียนออนไลน์บ้างแต่มีจำนวนน้อย คือ ไม่มีสมาธิในระหว่างเรียนร้อยละ 22.00 และมีการรบกวนจากสัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่เสถียรเพียงร้อยละ 15.00 เท่านั้น

ความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ของนักศึกษาหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี อยู่ในระดับมากทั้งเรียนผ่านแอปพลิเคชันไลน์ และ เรียนผ่านกูเกิลมีด และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการใช้งาน ด้านการจัดการเรียนรู้ และด้านประโยชน์การใช้งาน อยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้านทั้งการเรียนผ่านแอปพลิเคชันไลน์ และเรียนผ่านกูเกิลมีด ทั้งนี้อาจเนื่องจากคณะพยาบาลศาสตร์ได้มีการปรับแผนการศึกษาในปีการศึกษา 2564 โดยเลื่อนรายวิชาทฤษฎีมาเรียนก่อนทั้งหมด ทำให้รายวิชาภาคทฤษฎีในสาขาวิชาต่างๆ มีความต่อเนื่องและเชื่อมโยงกัน การเรียนออนไลน์ในภาคการศึกษาที่ 2 นี้ นักศึกษามีประสบการณ์จากการเรียนออนไลน์มาก่อนแล้วตั้งแต่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ในระลอกแรก นักศึกษาเข้าใจในสถานการณ์การระบาดที่เกิดขึ้น และสามารถปรับตัวได้ โดยนักศึกษาศึกษาเรียนที่บ้านหรือหอพัก ทำให้มีเวลาในการเตรียมตัวในการเรียนมากขึ้น เรียนได้ทุกที่ทุกเวลา การเรียนรู้ออนไลน์ช่วยให้ได้สืบค้นหาความรู้ได้ด้วยตนเองมากขึ้น ได้ฝึกฝนการใช้แอปพลิเคชันในการเรียนรู้ ได้เรียนรู้ผ่านกิจกรรมที่อาจารย์ออกแบบมาให้ สามารถส่งงานผ่านระบบออนไลน์ จนเกิดเป็นทักษะทางด้านดิจิทัล (Digital literacy) ส่งผลให้นักศึกษามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญกร ช่วยทุกข์เพื่อน (2564) และ ทรงสิริ วิจิราพันธ์ (2564) ที่พบว่าความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด19 ของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก

อย่างไรก็ตามนักศึกษาศูนย์พยาบาลศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มีความพึงพอใจต่อการเรียนออนไลน์ผ่านกูเกิลมีดสูงกว่าไลน์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และเมื่อให้ตอบข้อมูลเชิงคุณภาพก็พบว่านักศึกษาชื่นชอบการเรียนออนไลน์ผ่านกูเกิลมีดมากกว่าเช่นเดียวกัน ข้อค้นพบนี้เป็นการเน้นย้ำว่านักศึกษามีความพึงพอใจกูเกิลมีดมากกว่า ซึ่งอาจเนื่องมาจากนักศึกษามีความเห็นว่ากูเกิลมีดช่วยให้เกิดความเข้าใจในบทเรียนมากกว่าไลน์ มีความสะดวก รวดเร็ว ผู้เรียนไม่ต้องติดตั้งโปรแกรมก็สามารถใช้งานผ่านเบราว์เซอร์ (Browser) ได้ สามารถบันทึกการประชุมได้ นักศึกษาสามารถเปิดทบทวนการเรียนได้ตลอดเวลา ส่วนไลน์ต้องอาศัยการเชื่อมต่อของระบบอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพความเร็วสูง และส่งผลให้นักศึกษาสามารถเข้าถึงได้เฉพาะบางพื้นที่ที่มีอินเทอร์เน็ตเท่านั้น นอกจากนี้การเรียนผ่านแอปพลิเคชันไลน์ไม่สามารถบันทึกภาพและเสียงได้ นักศึกษาจึงไม่สามารถย้อนกลับไปทบทวนเนื้อหาหรือทบทวนสิ่งที่ผู้สอนและเพื่อนๆ นักศึกษาสื่อสารหรือมีปฏิสัมพันธ์ได้

9. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

สิ่งที่ควรพิจารณาสำหรับการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ ต้องมีองค์ประกอบร่วมกันหลายๆ มิติ (Mutual corporation) จึงจะทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ผู้สอนต้องออกแบบการสอนออนไลน์ให้เหมาะสมกับผู้เรียนทุกคนทั้งผู้เรียนที่มีความพร้อมและไม่พร้อมด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงห้องเรียนออนไลน์ และความเสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อสัญญาณ โดย

พิจารณาพัฒนาสื่อการสอนใหม่ๆที่ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหา ออกแบบรูปแบบการสอนที่หลากหลายที่ช่วยให้นักศึกษาได้มีโอกาสเรียนรู้ได้ทุกสถานที่ ทุกเวลา เช่น E-Learning, Google Classroom, YouTube เป็นต้น

10. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ในการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ คณะอาจารย์พยาบาลควรเลือกใช้แอปพลิเคชันที่นักศึกษามีความพึงพอใจในการใช้งาน พึงพอใจในการจัดการเรียนรู้ และพึงพอใจถึงประโยชน์การใช้งาน เพื่อให้เกิดมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียนในระหว่างการจัดการเรียนการสอนออนไลน์อย่างต่อเนื่อง และวางแผนรูปแบบการสอนออนไลน์ที่เหมาะสมทั้งที่เป็นการเรียนแบบประสานเวลา(Synchronous) และแบบไม่ประสานเวลา (Asynchronous) เพื่อให้นักศึกษาที่ไม่พร้อมในด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงห้องเรียนออนไลน์ และมีความไม่เสถียรของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อเชื่อมต่อสัญญาณ สามารถเรียนรู้ได้โดยไม่มีข้อจำกัด รวมถึงการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ต่างๆที่น่าสนใจ เช่น การอัดคลิปวิดีโอ อีบุ๊ก เป็นต้น เพื่อให้นักศึกษาสามารถเลือกเวลาเรียนได้ตามที่สะดวกและสามารถทบทวนบทเรียนได้หลายรอบ และพิจารณามอบหมายงานที่นักศึกษาสามารถปฏิบัติได้ด้วยอุปกรณ์ที่นักศึกษาส่วนใหญ่ใช้ในการเรียนออนไลน์ (สมาร์ตโฟนและไอแพด)

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเฉพาะในรายวิชาหนึ่งๆ และเปรียบเทียบความพึงพอใจในการเรียนออนไลน์กับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษา
2. ออกแบบและพัฒนารายวิชาออนไลน์ที่เหมาะสมและทดสอบหาประสิทธิภาพของการจัดการเรียนการสอน เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้ออุบัติใหม่ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

รายการอ้างอิง

- ขวัญฤดี ฮวดหุ่น. (2560). อิทธิพลของแอปพลิเคชันไลน์ในการสื่อสารยุคปัจจุบัน. *วารสารศิลปการจัดการ*, 1(2), 75-88.
- ฉันทากร ช่วยทุกข์เพื่อน. (2564). การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน Zoom และ Google Meet ในรายวิชานวัตกรรมการจัดการเรียนรู้: กรณีศึกษานักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. ใน ธนาธิป สุ่มอิม (บ.ก.), *การขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษาไทย*. การนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ เครือข่ายวิจัยสถาบันอุดมศึกษา วันที่ 5 -6 สิงหาคม 2564 (น.762 - 778). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุษบา ทาธง, ปริญดา ศรีธราพิพัฒน์, และ บุษกร แก้วเขียว. (2562). ผลของการจัดการเรียนการสอนโดยประยุกต์ใช้แอปพลิเคชันไลน์ต่อผลลัพธ์การเรียนรู้และความพึงพอใจของนักศึกษาพยาบาลศาสตรบัณฑิตในรายวิชาการพยาบาลบุคคลที่มีปัญหาสุขภาพ 1 วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ชัยนาท. *วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี อุตรดิตถ์*, 11(1), 155-168.
- พระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน 2548. (2564, 16 เมษายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 138 ตอน พิเศษ 82. หน้า 25.
- เมธิกา พ่วงแสง. และ ทรงศิริ วิจิรานนท์. (2564). ความพึงพอใจที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค covid-19 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 1(1), 51-61.

- วิทยา วาโย, อภิรดี เจริญกุล, ฉัตรสุตา กานกายนต์, และ จรรยา คนใหญ่. (2563). การเรียนการสอนแบบออนไลน์ภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของ ไวรัส COVID-19: แนวคิดและการประยุกต์ใช้จัดการเรียนการสอน. *วารสารศูนย์อนามัยที่ 9*, (14)34, 285-298.
- สาวิตรี สิงหา, สุพัต กิตติวรเวช, และ อธิพงศ์ สุริยา. (2561). ผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจของนักศึกษาพยาบาลต่อการจัดการเรียนการสอนผ่าน Google Classroom ในรายวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางการพยาบาล. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 9(2), 124-137.
- สิริพร อินทสนธิ์. (2563). โควิด-19: กับการเรียนการสอนออนไลน์ กรณีศึกษารายวิชาการเขียนโปรแกรมเว็บ. *วารสารวิทยาการจัดการปริทรรศน์*, 22(2), 203-213.
- เสถียร พูลผล และ ปวีณ วรรณพริบูรณ์. (2563). การสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาเภสัชศาสตร์ที่มีต่อการเรียนการสอนออนไลน์ในช่วงโควิด 19 เพื่อออกแบบแนวทางการจัดการเรียนรู้รูปแบบใหม่ของคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม. *การประชุมวิชาการ ครั้งที่ 15 ประจำปี 2563*. สมาคมเครือข่ายการพัฒนาวิชาชีพอาจารย์และองค์กรระดับอุดมศึกษาแห่งประเทศไทย (ควอท.). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- อโรชา ทองลาว พัลลภ สุวรรณฤกษ์ สมเกียรติ ไทยปรีชา และ ศศิน เทียนดี. (2564). การศึกษาความพึงพอใจของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ต่อการจัดการเรียนการสอนรูปแบบออนไลน์ ประจำปีภาคต้น ปี การศึกษา 2563. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*, 4(2), 617-632.
- Mannong, Andi. (2020). The student's eyesight: The effectiveness of learning-based applications on ELT in pandemic era. *ETERNAL (English, Teaching, Learning, and Research Journal)*. 6.394. 10.24252/Eternal.V62.2020.A14.
- Setyawan, A., Aznam, N., Paidi, Citrawati, P., & Kusdianto. (2020). Effects of the Google Meet Assisted Method of Learning on Building Student Knowledge and Learning Outcomes. *Universal Journal of Educational Research*, 8(9), 3924 - 3936. DOI: 10.13189/ujer.2020.0809017.

การบริหารคนเก่งในธนาคารของรัฐ TALENT MANAGEMENT IN PUBLIC BANKS

ภพร รติวัฒน์¹ และ สุวรรณีย์ แสงมหาชัย²

Pattara Ratiwat and Suwannee Sangmahachai

Article History

Received: 11-04-2022; Revised: 30-10-2022; Accepted: 06-01-2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษากระบวนการบริหารคนเก่งในธนาคารของรัฐ รวมถึงการสรรหาและคัดเลือก การพัฒนา และการธำรงรักษาคคนเก่ง (2) เพื่อศึกษาถึงประสิทธิผลของการบริหารคนเก่ง รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของการบริหาร คนเก่ง และ (3) เพื่อเสนอแนวทางในการปรับปรุง พร้อมทั้งข้อเสนอแนะการบริหารคนเก่งในธนาคารของรัฐ การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธี วิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา โดยคัดเลือกกรณีศึกษาจำนวน 2 แห่งจากธนาคารในกำกับรัฐที่มีผลประกอบการสูงสุด 2 อันดับ ได้แก่ ธนาคารกรุงไทย และธนาคารออมสิน เพื่อให้ได้รายละเอียดของข้อมูลที่เป็นทั้งความเหมือนและความแตกต่างมาเปรียบเทียบ และสังเคราะห์ โดยเก็บข้อมูลด้วยวิธีการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการศึกษาพบว่า

กระบวนการบริหารคนเก่งในธนาคารของรัฐมี 7 กระบวนการ ได้แก่ (1) การระบุคุณสมบัติของคนเก่ง (2) ความสอดคล้อง ระหว่างกลยุทธ์ขององค์กรและนโยบายการบริหารคนเก่ง (3) การสรรหาคัดเลือกคนเก่ง (4) การจัดให้มีสิ่งดึงดูดคนเก่ง (5) วิธีการ ประเมินผลการปฏิบัติงาน (6) การพัฒนาคนเก่ง และ (7) การธำรงรักษาคคนเก่ง สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่าง การบริหารคนเก่งคือ การรักษาคนเก่งให้อยู่กับองค์กร ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารคนเก่งไม่ได้เป็นไปตามที่ผู้บริหารคาดหวัง เกณฑ์ การประเมิน และค่าตอบแทน กระบวนการทั้งหมดนี้นำไปสู่ประสิทธิผลของการบริหารคนเก่ง ได้แก่ (1) ความสามารถในการรักษาค คนเก่ง (2) ความสามารถในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์นวัตกรรม และ (3) ผลการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น

คำสำคัญ : การบริหารคนเก่ง; คนเก่ง; ธนาคารของรัฐ

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Ph.D. (Candidate) in Public Administration, Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University

E-mail: pattararatiwat@gmail.com *Corresponding author

² รองศาสตราจารย์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Assoc. Prof., Faculty of Political Science, Ramkhamhaeng University

ABSTRACT

This research aims (1) to study talent management system including recruitment, development, and retention; (2) to study talent management effectiveness, problems and obstacles in talent management in public banks; and (3) to propose recommendations for the improvement of talent management in public banks. This research was conducted by using qualitative research with 2 case studies which have been ranked the highest business profits namely Krung Thai Bank and Government Savings Bank. Data are compared and synthesized through employing documentary research and in-depth interviewing.

The results of the study were as follows:

there are 7 processes in talent management in public banks comprising (1) talent qualification identification, (2) congruences between organization strategy and talent management policy, (3) talent recruitment, (4) the provision of incentives, (5) performance assessment, (6) talent development and (7) talent retention. The problems and obstacles in talent management are the ability of talent retention, the compatibility of talent management information system and executives' expectation, assessment criteria, and remuneration. All of these factors lead to talent management effectiveness which are (1) the ability to maintain talent employees, (2) the ability to create innovation, and (3) a better performance.

Keywords: talent management; talent; public banks

1. บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมอย่างเป็นพลวัตส่งผลให้ธนาคารจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนหน้าที่และรูปแบบการให้บริการไปตามการพัฒนาของเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าไปอย่างพลิกผัน ไม่ว่าจะเป็นความสะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง ธนาคารหลายแห่งได้จัดให้มีบริการชำระเงิน โอนเงิน การซื้อกองทุน ฯลฯ ผ่านหน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่มากขึ้น สาขาของธนาคารเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการโดยใช้แอปพลิเคชัน ทำให้หลายสาขาของธนาคารทั่วประเทศปิดตัวลง หรือบางสาขากลายเป็น digital branch โดยไม่มีพนักงานธนาคารประจำอยู่ มีผลทำให้การใช้บุคลากรขององค์กรในการดำเนินงานหรือปฏิบัติงานในหน้าที่ต่าง ๆ ต้องเปลี่ยนแปลงและปรับตัวอย่างฉับพลัน ธนาคารในกำกับของรัฐซึ่งมีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการคลังก็มีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในอุตสาหกรรมทางการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการลดต้นทุนด้วยการลดขนาดองค์กร (downsizing) การพัฒนาการให้บริการด้านดิจิทัลเพื่อต้านทานกับ fintech การปรับกระบวนการทำงานบางประเภทเพื่อให้เกิดความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การเข้ามาสู่ยุคการเปลี่ยนผ่านของเทคโนโลยีดิจิทัล (digital transformation) ซึ่งองค์กรต่าง ๆ ได้มีการลงทุนด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น AI, block chain, big data ทำให้การทำงานของพนักงานธนาคารเปลี่ยนแปลงจากเดิมไปอย่างสิ้นเชิง องค์กรจำเป็นต้องวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาพนักงานให้สามารถมีทักษะใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับการทำงานที่เปลี่ยนแปลง โดยให้พนักงานมีศักยภาพสูงขึ้นและสอดคล้องกับแนวทางหรือกลยุทธ์ขององค์กร

ผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนผ่านในด้านของเทคโนโลยีที่เข้ามามีผลต่อการปฏิบัติงานในด้านการธนาคารอย่างรวดเร็วนั้น องค์กรจะสามารถอยู่รอดได้ก็ต้องอาศัยทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นคนเก่งและมีสมรรถนะสอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรเพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เจริญเติบโตต่อไปได้ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในเรื่องการบริหารคนเก่งในธนาคาร โดยเฉพาะธนาคารในกำกับของรัฐ ตั้งแต่

กระบวนการสรรหา คัดเลือก การพัฒนา และการธำรงรักษาคนเก่ง ซึ่งจะต้องมีการกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก เพื่อให้ได้คนเก่งที่มีโลกทัศน์ที่สอดคล้องกับนโยบาย วิสัยทัศน์ วัฒนธรรมองค์การ ค่านิยม ความเชื่อ และมีความสามารถที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดดของเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และเทคโนโลยี

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการบริหารคนเก่งในธนาคารของรัฐ รวมถึงการสรรหา คัดเลือก การพัฒนา และการธำรงรักษาคนเก่ง
2. เพื่อศึกษาถึงประสิทธิผลของการบริหารคนเก่ง รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการบริหารคนเก่งในกระบวนการสรรหา คัดเลือก การพัฒนา และการธำรงรักษาคนเก่งในธนาคารของรัฐ
3. เพื่อเสนอแนวทางในการปรับปรุง พร้อมทั้งข้อเสนอแนะในการบริหารคนเก่งในธนาคารของรัฐ

3. การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายและความสำคัญของคนเก่ง

คนเก่งเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ต้องการความก้าวหน้า สามารถปฏิบัติงานให้บรรลุผลได้ไม่ว่างานนั้นๆ จะได้รับการสนับสนุนจากองค์กรหรือไม่ก็ตาม ชอบความท้าทาย และสามารถวางระบบการทำงานได้ด้วยตนเองเพื่อให้งานสามารถบรรลุเป้าหมายได้ดี นอกจากนี้ คนเก่งยังเป็นผู้ที่มีศักยภาพสูง มีสติปัญญา มองโลกในแง่ดี และมีพรสวรรค์ที่โดดเด่นกว่าผู้อื่น (Michaels, Jones & Axelrod, 2001:3; Lunn, 1992:25; Williams, 2000:35) คนเก่งเป็นผู้ที่เป็นความหวังขององค์กรและคาดว่าจะมีผลการปฏิบัติงานที่ดีทั้งปัจจุบันและอนาคต โดยอาศัยระบบความคิดในการออกแบบการทำงานหรือการสร้างสรรผลงานจากประสบการณ์ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด นอกจากนี้คนเก่งยังมีความคาดหวังและต้องการที่จะเจริญเติบโตในองค์กร มองหาเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพและโอกาส ไม่ว่าจะมาจากการสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา หรือเป็นการฝ่าฝืนโอกาสด้วยตัวเอง รวมไปถึงการมีจิตสำนึกและความปรารถนาดีต่อองค์กรโดยจะให้เห็นได้จากทักษะและความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งเป็นผลดีต่อองค์กร (Sears, 2003:1)

แนวคิดการบริหารคนเก่ง

การบริหารคนเก่งเริ่มมีมาตั้งแต่ ค.ศ. 1981 อันเนื่องมาจากเศรษฐกิจโลกประสบวิกฤตการณ์น้ำมันครั้งแรก ทำให้ภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกตกต่ำ การขยายตัวของเศรษฐกิจต่ำมาก ทำให้เกิดภาวะเงินเฟ้อ สถานการณ์ดังกล่าวทำให้ทั่วโลกได้รับผลกระทบอย่างมหาศาล หลายองค์กรจำเป็นต้องเลิกกิจการไปหรือลดจำนวนพนักงานเพื่อความอยู่รอดขององค์กร ทำให้กลยุทธ์ในการบริหารทรัพยากรบุคคลต้องเปลี่ยนแปลงไป (Cappelli, 2008:67-70; Dessler, 2004: 74-75) องค์กรโดยทั่วไปจึงมีความต้องการทรัพยากรบุคคลที่มีความสามารถและศักยภาพที่สูงขึ้น เพื่อให้การลดจำนวนคนขององค์กรไม่มีผลกระทบต่อการทำงาน (outcome) โดย Allan Schwyer (2004) ได้กล่าวถึงกระบวนการวิเคราะห์และวางแผนอย่างเป็นระบบในการแสวงหาบุคคลากร (sourcing) กลั่นกรอง (screening) การคัดเลือก (selection) กระจายการทำงาน (deployment) การพัฒนา (development) และการธำรงรักษา (retention) ทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพและประสิทธิผลสูงสุด แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับ Cappelli (2002) ที่กล่าวไว้ว่า การบริหารคนเก่งมีกระบวนการที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ก็เพื่อให้องค์กรได้คนเก่งที่มีศักยภาพสูง มีทักษะและคุณค่าตรงตามต้องการที่ต้องการ รวมถึงความพร้อมที่ต้องก้าวขึ้นไปเป็นผู้บริหารในอนาคต สามารถขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายทั้งในปัจจุบันและอนาคต การบริหารคนเก่งมีแนวคิดที่สำคัญในเรื่องการวิเคราะห์องค์การโดยอาศัยพื้นฐานของทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กร ตามทฤษฎี resource based ที่มีประเด็นสำคัญเกี่ยวกับทรัพยากรภายในองค์กรทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้

กระบวนการบริหารคนเก่ง

การบริหารคนเก่งจะมีลักษณะและหัวข้อที่คล้ายกับการบริหารทรัพยากรบุคคลทั่วไป แต่สิ่งที่แตกต่างกันจะอยู่ที่รายละเอียดและขั้นตอนในการปฏิบัติ เนื่องจากคุณสมบัติของคนเก่งและบุคคลทั่วไปมีความแตกต่างกัน ดังนั้น การบริหารคนเก่งจึงจำเป็นต้องมีระบบมารองรับเพื่อที่จะสามารถดึงศักยภาพของคนเก่งให้สามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรควรมองเห็นถึงความสามารถในแต่ละด้านของคนเก่ง มอบหมายงานที่เหมาะสมกับความสามารถของคนเก่ง ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

การสรรหาและคัดเลือกคนเก่ง

องค์กรแต่ละแห่งมีวิธีคิดหรือสูตรในการสรรหาและคัดเลือกคนเก่งแตกต่างกันไปโดยขึ้นอยู่กับแต่ละตำแหน่ง การกิจที่สำคัญคือการประเมินศักยภาพของพนักงาน ซึ่งต้องอาศัยกลยุทธ์และต้องมีข้อมูลที่เพียงพอและถูกต้องตรงกับความเป็นจริง เพื่อพิจารณาความสามารถของบุคคลที่เหมาะสมกับลักษณะงาน โดย Berger & Berger (2004) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะคนเก่งที่ต้องมีในการสรรหาคัดเลือก สามารถแบ่งได้ 4 ประเภท ได้แก่ 1) พนักงานที่มีศักยภาพสูงและมีผลงานโดดเด่นเกินความคาดหวังขององค์กรเป็นอย่างมาก (super keepers) 2) พนักงานที่มีศักยภาพสูงและมีผลงานเกินความคาดหวังขององค์กร (keepers) 3) พนักงานที่มีศักยภาพและมีผลงานตรงตามความคาดหวังขององค์กร (solid citizens) 4) พนักงานที่ไม่มีศักยภาพและมีผลงานต่ำกว่าความคาดหวังขององค์กร (misfits) ประกอบกับ Robertson & Abbey (2003) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการสรรหาและคัดเลือกคนเก่งว่าประกอบด้วย 1) เป็นนักคิดที่ดี มีการคิดทบทวนอย่างมีสติ เป็นผู้มีความคิดบวก มีทัศนคติที่ดี 2) มีความรอบรู้ส่วนตัวสูง เพื่อนำมาเป็นจุดแข็งให้กับตัวเอง 3) มีความตั้งใจในการเรียนรู้ 4) มีระดับการรับรู้ทิศทางในการดำเนินงานอย่างสูง 5) มุ่งเน้นไปที่เป้าหมายเฉพาะ 6) หลีกเลี่ยงการสูญเสียเวลาไปกับเรื่องที่ไม่สำคัญ 7) มีความอดทนและอดกลั้นและ 8) สามารถปฏิบัติงานหรือออกแบบการทำงานได้ด้วยตนเอง โดยต้องมีความสอดคล้องกับ บริบท วัฒนธรรมองค์กร นโยบาย และทิศทางที่จะดำเนินการต่อไป ซึ่งในการสรรหาและคัดเลือก องค์กรจะต้องมีความโปร่งใส ยุติธรรม ในการดำเนินการทุกขั้นตอน (Athawale et al., 2013: 37-42)

การพัฒนาคนเก่ง

ในการพัฒนาคนเก่งอย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์เพื่อออกแบบการพัฒนาคนเก่งเป็นรายบุคคล ซึ่ง องค์กรจะใช้วิธีการจัดทำแผนรายบุคคล (individual development plan - IDP) โดยเริ่มจากการวิเคราะห์เพื่อหาช่องว่างหรือสิ่งที่ยังบกพร่องอยู่ (gap) ในขณะเดียวกันก็พัฒนาจุดแข็งให้เพิ่มขึ้นไปอีก (Berger & Berger, 2004:170; Liker & Meier, 2007:73-76) นำไปสู่การขับเคลื่อน digital banking รวมถึงยังมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาผ่านกระบวนการจัดการความรู้และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ต่าง ๆ ได้แก่ 1) กำหนดทิศทางการพัฒนาบุคลากรประจำปี 2) การเตรียมความพร้อมของผู้สืบทอดตำแหน่ง โดยสร้างกลุ่มคนเก่ง (talent pool) (Nwigbo et al., 2016: 38-42) 3) การสับเปลี่ยนหมุนเวียนงาน 4) การพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยี 5) การพัฒนาให้มีทักษะหลายด้าน 6) การส่งเสริมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่หลากหลาย เช่น ทักษะการปรับตัว ทักษะการเรียนรู้ ทักษะการใช้เทคโนโลยี (Dang, 2020: 453-462) ความฉลาดทางอารมณ์ (Nicoleta Dorian Racolta-Paina, 2019: 58-73) และทักษะการสื่อสาร

การธำรงรักษาคคนเก่ง

องค์กรควรธำรงรักษาคคนเก่งให้คงอยู่กับองค์กรให้นานที่สุดเท่าที่องค์กรต้องการ เนื่องจากคนเก่งเป็นผู้ที่มีความสามารถโดดเด่น เหมาะสม และเป็นที่ยึดใจของหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ เพราะองค์กรถือว่าคนเก่งเหล่านี้จะนำพาองค์กรไปสู่ความเจริญก้าวหน้าและบรรลุเป้าหมาย ทำให้หลายองค์กรต้องการคนเก่งเหล่านี้ไปร่วมงาน โดย Cappelli (2002) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ที่องค์กรสามารถใช้ในการรักษาคคนเก่งขององค์กรได้นั้นมี 5 ประการคือ 1) การจ่ายค่าตอบแทน 2) การออกแบบงานใหม่ 3) ความเหมาะสมของลักษณะงาน 4) ความผูกพันทางสังคมและ 5) การเปลี่ยนแปลงการจ้าง ซึ่ง Dibble (1999) ก็สนับสนุนการธำรงรักษา

คนเก่งในประเด็นการจ่ายค่าตอบแทนในเรื่องของความเท่าเทียมของอัตราการจ่ายค่าตอบแทน การจ่ายค่าตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน ซึ่งขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบและทักษะการปฏิบัติงาน

ปัจจัยเสริมเพื่อเพิ่มประสิทธิผลในการบริหารคนเก่ง

ระบบสารสนเทศในการบริหารงานบุคคลเป็นสิ่งที่ผู้บริหารพยายามส่งเสริมให้มากขึ้นในองค์กร เป็นระบบที่รวบรวม จัดเก็บ บำรุงรักษาและนำมาปรับแก้อย่างเป็นระบบเพื่อให้ระบบสารสนเทศมีความถูกต้องสมบูรณ์ ทันสมัยสามารถนำข้อมูลไปใช้งานในด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อการพัฒนาปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (Kavanagh, Thite & Johnson, 2012: 17; Laudon & Laudon, 2007: 53) เพื่อนำประโยชน์ไปใช้ในการบริหาร การวางแผนกำลังคน การพัฒนา และฝึกอบรม การจ่ายค่าตอบแทนและรางวัล เวลา การดูแล ผลการประเมินการปฏิบัติงาน การสรรหา การบริหารการเรียนรู้ รวมไปถึงการธำรงรักษาเพื่อให้คนเก่งคงอยู่กับองค์กรต่อไป (Musa Salameh Al-Lozi et al., 2018: 40) รวมถึงการพัฒนาพนักงานให้กลายเป็นของหายากและยากต่อการลอกเลียนแบบ (rare item) เพื่อการลดอัตราการโยกย้ายหรือการซื้อตัวจากองค์กรอื่น (Barney, 1991: 99-120) ถือได้ว่าเป็นการสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันให้เกิดขึ้นกับองค์กร

ประสิทธิผลของการบริหารคนเก่ง

ประสิทธิผลมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการบริหารคนเก่ง เพราะสามารถประเมินได้ว่าการบริหารคนเก่งมีความสอดคล้องกับนโยบาย แผนงาน โครงการ มาตรฐานขององค์กรตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ (Etzioni, 1964: 8) และสามารถดำเนินต่อไปได้ บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายกลยุทธ์ขององค์กร (พิทยา บวรวัฒนา, 2556: 176; Caplow, 1964: 21) การทำความเข้าใจกับแนวคิดประสิทธิผลของการบริหารคนเก่งจึงจะเป็นประโยชน์และทรงคุณค่าต่อการนำแนวคิดไปปรับใช้กับองค์กรและทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด (ธงชัย สันติวงษ์, 2537: 22)

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ รูปแบบกรณีศึกษาพหุกรณี (multiple-case study research) เพื่อให้สามารถทราบรายละเอียดของกรณีศึกษาที่สามารถนำมาเปรียบเทียบทั้งความเหมือนและความแตกต่าง และทำให้สามารถเข้าใจปรากฏการณ์ที่มีความชัดเจนและลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น โดยมีเครื่องมือเป็นที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์เอกสาร (documentary analysis) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) ในกรณีศึกษาทั้ง 2 แห่งร่วมด้วย

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยในส่วนของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารนั้น ผู้วิจัยได้จัดทำเป็นฐานข้อมูล (database) อย่างเป็นระบบ หลังจากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดมาทำตารางจัดระเบียบข้อมูล (word table) เพื่อแยกแยะประเด็น (disassembling) ทั้งที่เป็นประเด็นหลักและประเด็นรอง จากนั้นนำข้อมูลกลับมารวมอีกครั้ง (reassembling) เพื่อวิเคราะห์ประเด็นและจัดให้เป็นหมวดหมู่เดียวกัน สุดท้ายผู้วิจัยนำข้อมูลของกรณีศึกษาทั้ง 2 แห่ง มาสังเคราะห์ข้อมูลข้ามกรณีศึกษา (cross-case synthesis) โดยเปรียบเทียบและสังเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดเพื่อสรุปในเชิงทฤษฎีต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย 1.ขอบเขตด้านข้อมูล ผู้วิจัยได้พิจารณาจากข้อมูลรายงานประจำปี พ.ศ. 2561-2564 ของธนาคารของรัฐทั้งหมด 6 แห่ง โดยคัดเลือกธนาคารของรัฐที่มีผลประกอบการสูงสุด 2 อันดับแรก จึงได้กำหนดกรณีศึกษาคือธนาคารกรุงไทย และ ธนาคารออมสิน เป็นกรณีศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ 2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้วิธีการแนะนำต่อ ๆ กัน (snowball sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) ผู้วิจัยศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเบื้องต้น 2) ผู้วิจัยยื่นหนังสือขอสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเบื้องต้น จากนั้นให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเบื้องต้น

แนะนำผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับถัดไป 3) ผู้วิจัยยื่นหนังสือขอสัมภาษณ์เก็บข้อมูลไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับถัดไป เพื่อให้ได้ข้อมูลจำนวนมากพอที่จะทำการสรุปผลได้ 3. *ขอบเขตด้านเวลา* ผู้วิจัยทำการศึกษาลงพื้นที่เก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2564 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2565

5. ผลการวิจัย

1. กระบวนการบริหารคนเก่งในธนาคารของรัฐมี 7 กระบวนการ ได้แก่ (1) การระบุคุณสมบัติคนเก่ง (2) ความสอดคล้องระหว่างกลยุทธ์ขององค์กรและนโยบายการบริหารคนเก่ง (3) การสรรหาคัดเลือกคนเก่ง (4) สิ่งดึงดูดใจพนักงานอยากเข้ามาเป็นคนเก่ง (5) วิธีการประเมินผลการปฏิบัติงาน (6) การพัฒนาคนเก่ง (7) การธำรงรักษาคนเก่ง โดยมีระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์เข้ามาเป็นเครื่องมือช่วยผู้บริหารในการติดตามการทำงาน การวิเคราะห์ และการวางแผน เพื่อช่วยให้การบริหารคนเก่งในธนาคารของรัฐมีทิศทางที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กรมากที่สุด

2. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการบริหารคนเก่ง คือ การรักษาคนเก่งให้คงอยู่กับองค์กร ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารคนเก่งไม่ได้เป็นไปตามที่ผู้บริหารคาดหวัง เกณฑ์การประเมิน และค่าตอบแทน นำไปสู่ประสิทธิผลของการบริหารคนเก่ง ได้แก่ (1) ความสามารถในการรักษาคนเก่งให้คงอยู่กับองค์กร (2) ความสามารถในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์นวัตกรรม และ (3) การมีผลการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น

6. อภิปรายผล

1. *การระบุคุณสมบัติเฉพาะของคนเก่ง* ทำให้ได้คนเก่งที่ตรงกับสมรรถนะขององค์กร ได้แก่ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ศักยภาพ ความพร้อม ความรับผิดชอบ รวมถึงประสบการณ์แห่งความสำเร็จ นำไปสู่ความสามารถในการดำเนินงานได้ตรงกับกลยุทธ์ขององค์กร มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Smithers & Walkers (2000) และ Lewish & Heckman (2006) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ความรับผิดชอบ การยอมรับ และความรู้สึกประสบความสำเร็จในการทำงานล้วนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจูงใจของพนักงานที่จะเป็นพื้นฐานให้ผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น อีกทั้งยังสามารถเป็นแรงกระตุ้นให้พนักงานกลุ่มอื่นๆ พัฒนาตนเองเพื่อเข้ามาเป็นคนเก่งขององค์กรได้ (Lockwood et al., 2006: 1-11)

2. *ความสอดคล้องของกลยุทธ์ขององค์กรกับนโยบายการบริหารคนเก่ง* จากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสังคมโลกที่หมุนอยู่ตลอดเวลา ทำให้องค์กรต้องปรับลดขนาด (downsizing) พยายามสร้างและรวบรวมกลุ่มคนเก่ง (talent pool) (Michaels, 2001: 6) เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร รวมถึงสร้างความได้เปรียบให้กับองค์กรแม้ว่าอัตรากำลังมีจำนวนน้อยลงกว่าเดิม สอดคล้องกับ David & Kamal (2009) ที่ได้กล่าวว่า การสร้างกลุ่มคนเก่งเป็นความเชื่อมโยงระหว่างคนเก่งกับองค์กรภายใต้เป้าหมายขององค์กร

3. *การสรรหาและคัดเลือกคนเก่ง* จะพิจารณาจากอายุ คือไม่เกิน 35 ปี เนื่องจากเป็นช่วงอายุที่มีจำนวนคนมากที่สุดใ้องค์กรและเป็นช่วงวัยที่มีความกระตือรือร้น เปิดรับการเรียนรู้ได้ดี มีช่องทางการสื่อสารทั้งในรูปแบบบนลงล่าง (top down) และรูปแบบล่างขึ้นบน (bottom up) การทดสอบ ระดับการศึกษา และผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมา รวมถึงการวิเคราะห์สมรรถนะ 4 ด้าน ได้แก่ สมรรถนะหลัก สมรรถนะด้านภาวะผู้นำ สมรรถนะด้านวิชาการ และสมรรถนะด้านเทคโนโลยี ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Robertson & Abbey (2003) ที่ชี้ให้เห็นว่า การสรรหาคัดเลือกคนเก่งต้องประกอบด้วย การเป็นนักคิดที่ดี มีความรอบรู้ ตั้งใจเรียนรู้ มุ่งเป้าหมาย หลีกเลี่ยงเรื่องเสียเวลา และมีความอดทน และต้องอยู่ภายใต้กระบวนการสรรหาคัดเลือกที่โปร่งใส ไม่เลือกปฏิบัติ (Athawale et al., 2013: 37-42)

4. สิ่งดึงดูดให้พนักงานอยากเข้ามาเป็นคนเก่งขององค์กร ได้แก่ ภาพลักษณ์ คนเก่งมักต้องการร่วมงานกับองค์กรที่ดีเพื่อสร้างประวัติที่ดีให้กับตนเอง สอดคล้องกับ Logan (2000) ที่ได้กล่าวว่า หากองค์กรที่ไม่มีความมั่นคงให้พนักงานเป็นเรื่องยากที่จะดำรงรักษาพนักงานโดยเฉพาะคนเก่งให้อยู่กับองค์กรต่อไปได้ นอกจากนี้คนเก่งต้องการเก็บเกี่ยวประสบการณ์ที่ท้าทาย (Oehley, 2007: 126-132) ทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ และต้องการมีความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สำคัญในการพัฒนาและดำรงรักษาคคนเก่งให้คงอยู่กับองค์กร (Lockwood et al., 2006: 1-11)

5. วิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานกลุ่มคนเก่ง การประเมินผลเป็นการติดตามการทำงานเพื่อประเมินว่าคนเก่งมีความถนัดในด้านใดและไม่ถนัดด้านใด เพื่อนำไปพัฒนารายบุคคล (IDP) ต่อไป รวมถึงการคิดค่าตอบแทน โดยมี 4 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนด KPI การติดตามการปฏิบัติงาน การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการคิดค่าตอบแทน

6. การพัฒนาคนเก่ง สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ การอบรมในห้องเรียน (classroom) เป็นการอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาในรูปแบบห้องเรียน คิดเป็น 10% และการอบรมนอกห้องเรียน (non-classroom) เป็นการเรียนรู้ที่ได้จากประสบการณ์การทำงานโดยตรง 70% เช่น การสอนงาน (coaching) การหมุนเวียนงาน (job rotation) และการแลกเปลี่ยน 20% เช่น การมอบหมายงาน การเป็นตัวแทนเข้าประชุม (Berger & Berger, 2004: 170)

7. การดำรงรักษาคคนเก่ง เป็นสิ่งสำคัญและท้าทายสำหรับองค์กร เมื่อคนเก่งผ่านกระบวนการพัฒนาจากองค์กรแต่กลับหลุดออกจากองค์กรไป ส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อองค์กรได้ทันที จึงนำมาสู่กลยุทธ์ที่องค์กรสามารถใช้ในการดำรงรักษาคคนเก่งขององค์กร ได้แก่ การเป็นผู้สืบทอดอำนาจ (succession planning) ถือเป็นความก้าวหน้าในเส้นทางอาชีพของคนเก่ง (career path) ที่มีความพร้อมเพื่อขึ้นสู่ตำแหน่งผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญตามที่คาดหวังไว้ (Auareesuksakun & Chuntuk, 2015: 1096-1112) ความสามารถในการจัดสรรความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว (work life balance) รางวัล (reward) เพื่อการันตีให้กับบุคคลที่ปฏิบัติงานและสร้างสรรค์ผลงานนำมาสู่ประสิทธิผลการทำงานขององค์กรเป็นอย่างดี (Thomas, 2000: 22) แรงบันดาลใจ (inspiration) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและคนเก่ง ความมั่นคงของธนาคาร (Zenger et al., 2000: 149-163)

นอกจากนี้การใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารคนเก่งเข้ามาเป็นเครื่องมือในการช่วยผู้บริหารยังพบ 3 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ การติดตาม (tracking) ผู้บริหารสามารถติดตามความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน รวมถึงการประเมินความพึงพอใจในเรื่องต่าง ๆ ในองค์กร เช่น ความผูกพันต่อองค์กร ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายขององค์กร การอบรมหลักสูตรต่าง ๆ นำมาสู่การวิเคราะห์ (analytics) พฤติกรรม ความคิด ความรู้สึกที่คนเก่งมีต่อองค์กรได้ ฉะนั้นเครื่องมือนี้จะทำให้องค์กรสามารถเข้าใจและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ทันที ในทางกลับกันหากปล่อยปละละเลยไว้หรือไม่แก้ไขปัญหาอาจทำให้คนเก่งหลุดออกจากองค์กรไป ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรไม่ต้องการให้เกิดขึ้น และสุดท้ายเมื่อองค์กรทราบถึงปัญหาและความต้องการของคนเก่งก็สามารถวางแผน (planning) เพื่อเข้าสู่กระบวนการบริหารคนเก่งต่อไป (Kavanagh, Thite & Johnson, 2012: 17; Laudon & Laudon, 2007: 53)

สำหรับการศึกษาด้านของประสิทธิผลของการบริหารคนเก่ง Berger and Berger (2004) กล่าวว่าไว้ว่า คนเก่งในองค์กร 20% สามารถที่จะสร้างผลการปฏิบัติงานได้ถึง 80% ในทางกลับกัน กลุ่มพนักงานทั่วไปในองค์กร 80% สามารถที่จะสร้างผลการปฏิบัติงานเพียง 20% เท่านั้น ยิ่งแสดงให้เห็นว่าคนเก่งสำคัญกับองค์กรเป็นอย่างมาก ฉะนั้นการที่องค์กรมีความสามารถรักษาคคนเก่ง (retention) ให้คงอยู่กับองค์กรได้นั้น ก็จะเกิดความสามารถในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม (initiative & innovation) ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานได้จากคนกลุ่มนี้ด้วยเช่นกัน นำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่ดี (performance) ทั้งบุคคลหน่วยงาน และองค์กรต่อไป

7. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. *ระดับองค์กร* ทุกหน่วยงานภายในองค์กรควรให้ความร่วมมือในการกำหนดคุณสมบัติหรือความต้องการหลักที่มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร โดยมีการกำกับ ติดตามกระบวนการ หล่อหลอมให้พนักงานที่เป็นคนเก่ง ปลุกฝังอัตลักษณ์ ซึมซับกับวัฒนธรรมองค์กร ค่านิยม รวมถึงส่งเสริมพัฒนาขีดความสามารถของตนอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่สำคัญคือ องค์กรควรสร้างค่านิยมให้พนักงานในองค์กรเห็นคุณค่าและความสำคัญของคนเก่ง การพัฒนาตนเองให้สามารถเป็นคนเก่งในองค์กรได้ อีกทั้งควรมีการทบทวนกระบวนการบริหารคนเก่งขององค์กรเป็นประจำทุกปี และการสื่อสารเกี่ยวกับความสำคัญในการบริหารคนเก่งขององค์กรอย่างทั่วถึงเพื่อให้เกิดความตระหนักในตัวของคนเก่ง

2. *ระดับผู้บริหาร* หัวหน้างานควรทำความเข้าใจในลักษณะของความต้องการของคนเก่ง ซึ่งมีความแตกต่างกัน เปิดโอกาสให้ได้ทำงานที่ท้าทาย ส่งเสริมให้ได้พัฒนาความรู้ความสามารถ พัฒนาทักษะที่สอดคล้องกับความเชี่ยวชาญของคนเก่งเพื่อทำให้คนเก่งมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงการสื่อสารกับคนเก่งเป็นระยะ ทั้งในรูปแบบเป็นทางการ เช่นการประชุม การรายงานความก้าวหน้าของงาน การนำเสนอโครงการที่มอบหมาย และรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่น การพูดคุยตอนเช้าก่อนทำงานเพื่อสามารถปรับความคิดแนวทางการทำงานของแต่ละวัน หรือการส่งสร้อยคล้องใจเล็กงานเพื่อเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดี อีกทั้งยังสามารถพบปะปัญหาและความต้องการของคนเก่งที่แท้จริงในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งจะช่วยให้คนเก่งมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริหารและนำมาสู่ความผูกพันต่อหน่วยงานและองค์กรต่อไป

3. *ระดับคนเก่ง* คนเก่งในองค์กรควรที่จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ขององค์กรให้มากที่สุดรวมไปถึงสมรรถนะของคนเก่งที่องค์กรต้องการ เพื่อที่จะนำไปวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณสมบัติของตัวเองที่จะนำไปสู่การพัฒนา นั่นคือ ต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญในงานที่ทำ หาโอกาสศึกษาการทำงานจากหน่วยงานอื่น (rotation) เพื่อเป็นการสร้างพื้นฐานสำหรับการปรับตัวในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะด้านความสัมพันธ์ (connection) ถือเป็นอีกด้านหนึ่งที่สำคัญมากของการเติบโตเป็นผู้บริหารในอนาคต เพื่อให้การประสานงานและร่วมงานกับผู้อื่นสามารถเป็นไปได้อย่างราบรื่น แสวงหาความรู้ใหม่จากการเรียนรู้ด้วยตัวเอง จากเพื่อนร่วมงาน ประสบการณ์ของรุ่นพี่และสร้างขึ้นมาเป็นความรู้ของหน่วยงาน ซึ่งจะนำไปสู่การจัดการความรู้ (knowledge management) ภายในหน่วยงานต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะในธนาคารกำกับรัฐเท่านั้น จึงควรศึกษานาครที่เป็นเอกชนเพื่อเปรียบเทียบกระบวนการในการบริหารคนเก่งกับธนาคารกำกับรัฐ เพื่อให้ทราบตัวแปรที่เหมือนและแตกต่าง นำมาวิเคราะห์ปรับปรุง และหาแนวทางการบริหารคนเก่งที่ดีที่สุดนำไปสู่การปรับใช้ขององค์กรที่เกิดประสิทธิผลสูงสุด

2. ควรศึกษากระบวนการบริหารคนเก่งในองค์กรที่ประสบความสำเร็จและไม่สำเร็จในอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อให้ได้มุมมองที่แตกต่างออกไปในแต่ละอุตสาหกรรม

3. ควรพิจารณาถึงปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ วัฒนธรรม แนวโน้มที่อาจจะมีการเปลี่ยนที่มีผลกระทบต่อการบริหารคนเก่งในธนาคารของรัฐสำหรับการปฏิบัติงานในอนาคตที่กำลังจะมาถึง

รายการอ้างอิง

- ธงชัย สันติวงษ์. (2537). *การบริหารงานบุคคล* (พิมพ์ครั้งที่ 9). ไทยวัฒนาพานิช.
- พิทยา บวรวัฒนา. (2556). *ทฤษฎีองค์การสาธารณะ* (พิมพ์ครั้งที่ 16). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Athawale, R. M., Todkar, R. V. & Ghansawant, R. S. (2013). The Need of Talent Management in Public Sector Banks in India. *International Journal of Human Resource Management and Research*, 3(5), 37-42.
- Auareesuksakun, A. & Chuntuk, T. (2015). An Optimal Strategic Talent Management: Key Success Factors for Sustainable Competitive Advantage. *Veridian E-Journal*, 8(3), 1096-1112.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Berger & Berger. (2004). *The Talent Management Handbook: Creating Organization Excellence by Identifying Developing and Promoting Your Best People*. McGraw-Hill.
- Caplow, T. (1964). *Principles of Organization*. Brace and World.
- Cappelli, P. (2002). *Hiring and Keeping the Best People*. Harvard Business School Press.
- Cappelli, P. (2008). *Talent on Demand: Managing Talent in an Age of Uncertainty*. MA: Harvard Business School.
- David, G. C. & Kamel, M. (2009). Strategic Talent Management: A Review and Research Agenda. *Human Resource Management Review*, 19, 304-313.
- Dessler, G. (2004). *A Framework for Human Resource Management*. Prentice-Hall.
- Dibble, Suzanna. (1999). *Keeping Your Valuable Employees: Retention Strategies for Your Organization's Most Important Resource*. Wiley and Sons. Inc.
- Etzioni, A. (1964). *Modern Organization*. Prentice Hall.
- Kavanagh J. M., Thite, M. and Johnson, D. R. (2012). *Human Resource Information Systems* (2d ed). Thousand Oaks: SAGE.
- Laudon, K. C. & Laudon, J. P. (2007). *Management Information System: Managing the Digital Firm* (10th ed). Pearson Prentice Hall.
- Lewis, R. & Heckman, R. (2006). Talent management: A critical review. *Human Resource Management Review*, 16, 139-154.
- Liker, J. K. & Meier, D.P. (2007). *Toyota Talent: Developing Your People The Toyota Way*. McGraw-Hill.
- Lockwood, N. R. (2006). Talent Management: Driver for Organizational Success," *SHRM Research Quarterly*, 1-11.
- Logan, J. K. (2000). Retention Tangibles and Intangibles: More Meaning in Work is Essential, But Good Chair Massages Won't Hurt. *Training & Development*, 4(54), 48-50.
- Lunn, T. R. (1992). *The Talent Factor*. Kogan Page.
- Michaels, E. (2001). *The War for Talent*. MA: Harvard Business School.
- Michaels, E., Jones, H. H. & Axelrod, B. (2001). *The War for Talent*. United States of America: McKinsey & Company.
- Musa Salameh Al-Lozi et al. (2018). Talent Management Strategies as a Critical Success Factor for Effectiveness of Human Resources Information System in Commercial Banks Working in Jordan. *Global Journal of Management and Business Research: Administration and Management*, 40.

- Nicoleta Dorian Racolta-Paina. (2019). The Talent Management Struggle in the Banking Sector-Efforts and Achievement the Case of a Commercial Bank from Romania. *Contemporary Research on Organization Management and Administration*, 58-73.
- Nwigbo, T.S. et al. (2016). Assessment of Talent Management Strategies in Nigerian Banking Industry: A Study of Selected Money Deposit Bank in Port Harcourt. *Advance Research Journal of Multi-disciplinary Discoveries*, 38-42.
- Oehley, A. M. (2007). *The Development and Evaluation of a Partial Talent Management Competency Model*,” MSc Thesis, Stellenbosch University, South Africa, pp.126-132.
- Robertson, A. & Abby, G. (2003). *Mapping Talented People*. Pearson Education Limited.
- Schweyer, A. (2004). *The Talent Management: Best Practices in Technology Solutions for Recruitment, Retention and Workforce Planning*. Schweyer A.
- Sears, D. (2003). *Successful Talent Strategies: Achieving Superior Business Results Through Market Focused Staffing*. New York.
- Smithers, G. L. & Walker, D. H.T. (2000). “The Effect of the Workplace on Motivation and Demotivation of Construction Professionals. *Construction Management and Economics*, 7(18), 833-841.
- Thomas, Kenneth W. (2000). *Intrinsic Motivation at Work: Building Energy and Commitment*. Berrett-Koehler.
- Williams, M. (2000). *The War for Talent: Getting the Best from the Best*. CIPD.
- Zenger, T. R. & Marshall, C. R. (2000). Determinants of Incentive Intensity in Group-Based Rewards. *Academy of Management Journal*, 43(2), 149-163.

ต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตลูกสุกรตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
ในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร

COSTS AND RETURNS IN PIGLET PRODUCTION ACCORDING
TO THE SUFFICIENCY ECONOMY PHILOSOPHY IN THE AREA
IN MUKDAHAN PROVINCE

ธิติยา คำนนท์¹ สุรรัตน์ เสนาเลิศ² และ พอนศิริกาญจน์ แสงวันทอง³

Thitiya Khumnon, Sureerat Senalert and Pornsithakarn Sangwantong

Article History

Received: 27-04-2023; Revised: 20-06-2023; Accepted: 20-06-2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพโดยทั่วไปของการเลี้ยงสุกรผลิตลูกจำหน่ายโดยใช้ความพอเพียงจากอาหารธัญพืชในท้องถิ่นในการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์ 2) เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการจำหน่ายลูกสุกรโดยใช้ความพอเพียงจากอาหารธัญพืชในท้องถิ่นในการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์ 3) เพื่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าของต้นทุนการเลี้ยงสุกรผลิตลูกจำหน่ายจากอาหารธัญพืชในท้องถิ่นในจังหวัดมุกดาหารที่ยึดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเก็บข้อมูลปฐมภูมิ ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ประชาชนที่ใช้ศึกษา คือ เกษตรกรที่เลี้ยงสุกรผลิตลูกจำหน่ายโดยเฉพาะไม่ได้เลี้ยงสุกรขุน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรใช้สถิติเชิงพรรณนา การแจกแจงความถี่ การหาค่าสัดส่วน/ร้อยละ ค่าเฉลี่ย หาค่าผลตอบแทนโดยหาต้นทุนรวม และการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้ระยะเวลาคืนทุน

ผลการวิจัยพบว่า

- 1) เกษตรกรเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีประสบการณ์ในการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์ 1 – 5 ปี เฉลี่ยลูกสุกรหย่านมต่อสุกรแม่พันธุ์ 1 ตัว/ปี จำนวน 18 ตัว มีการจำหน่ายลูกสุกร 2 ครั้ง/ปี ราคาลูกสุกรเฉลี่ยตัวละ 2,300 บาท
- 2) มีต้นทุนรวมของการเลี้ยงแม่พันธุ์สุกร 1 ตัว/ปี เท่ากับ 23,420.35 บาท มีผลตอบแทนรวมเท่ากับ 43,950 บาท จะมีกำไรสุทธิเท่ากับ 20,529.65 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.71 ของรายได้รวม 3) ระยะเวลาคืนทุนที่กำลังการผลิตของแม่พันธุ์สุกร จำนวน 1 ตัว มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2.48 ปี

คำสำคัญ: ต้นทุนและผลตอบแทน; สุกรแม่พันธุ์; เศรษฐกิจพอเพียง

¹⁻³ อาจารย์ คณະบัญชา, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Lecturer, Faculty of Accounting, Bangkokthonburi University

ABSTRACT

The purpose of this research is 1) To study the general condition of raising young pigs by using sufficiency from local grain feed in rearing sows. 2) To study the cost and return of selling piglets by using sufficiency from local grain feed in raising sows. 3) To analyze the worthiness of the cost of raising young pigs from local cereal feed in Mukdahan province that adheres to the sufficiency economy philosophy by collecting primary data using a structured interview form. The populations used in the study were farmers who raised pigs to produce offspring for sale, not raising fattening pigs. using a purposive sampling method Descriptive statistics were used to analyze general farmer data. Finding ratio/percentage, average, finding return by finding total cost. and investment value analysis using quantitative analysis. using payback period.

The results showed that:

1) The farmers are male. Aged between 41-50 years old. Experience in raising sows for 1-5 years. Average of 18 weaned piglets per 1 sow/year. Piglets are sold 2 times/year. The average price of piglets is 2,300 baht per piglet.

2) Total cost of raising 1 sow breeder/year is 23,420.35 baht, total return is 43,950 baht, net profit is 20,529.65 baht, or 46.71% of total income. The production of one sow breeder has a payback period of 2.48 years.

Keywords: Cost and return; Sow; Sufficiency economy

1. บทนำ

ปัจจุบันอาชีพการเลี้ยงสุกรเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากใช้พื้นที่ ใช้แรงงานในการดูแลและระยะเวลาไม่มาก อีกทั้งยังเป็นที่ต้องการของตลาดเนื่องจากเป็นอาหารหลัก และการเลี้ยงสุกรเพื่อขยายพันธุ์ก็เป็นอาชีพที่ได้รับผลตอบแทนที่ดีเนื่องจากใช้ต้นทุนในการเลี้ยงต่ำผลตอบแทนสูง จากผลกระทบการแพร่ระบาดของโควิด - 19 ในช่วงที่ผ่านมาประชาชนและทุกภาคส่วนต่างได้รับผลกระทบไม่ว่าจะเป็นการถูกเลิกจ้างและการลดจำนวนพนักงาน จากผลกระทบดังกล่าว ทำให้ประชาชนต่างย้ายกลับถิ่นฐานบ้านเกิด และปรับตัวมาดำรงชีพโดยใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อประกอบอาชีพในการเลี้ยงสุกรเพื่อขยายพันธุ์ ในปี 2560 - 2564 พบว่า ราคาที่เกษตรกรขายสุกรได้เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 6.96 ต่อปี โดยราคาสุกรที่เกษตรกรขายได้ปี 2564 เฉลี่ยกิโลกรัมละ 72.71 บาท สูงขึ้นจากกิโลกรัมละ 71.87 ของปี 2563 ร้อยละ 1.17 เนื่องจากผลผลิตสุกรที่เสียหายจากปัญหาโรคระบาดในสุกร และสถานการณ์น้ำท่วมในหลายพื้นที่ ประกอบกับต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นจากภาวะวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่ปรับตัวสูงขึ้น ในขณะที่ความต้องการบริโภคยังคงทรงตัว เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 (สมาคมผู้เลี้ยงสุกรแห่งชาติ, 2565) ราคาสุกรหน้าฟาร์มนั้นผันผวนขึ้นลงตามกลไกตลาดเช่นเดียวกับราคาอาหารสัตว์ที่ผันผวนตามราคาวัตถุดิบ ดังนั้นเพื่อให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำ เกษตรกรต้องให้ความสำคัญกับการจัดการให้มีประสิทธิภาพการผลิตสูง อัตราความสูญเสียต่ำเพื่อผลตอบแทนที่คุ้มค่าและยั่งยืน (สมาคมผู้เลี้ยงสุกรแห่งชาติ, 2559)

การเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์ที่ได้รับความนิยมจะเป็นพันธุ์สุกรจากต่างประเทศ และพันธุ์สุกรพื้นเมืองที่นิยมเลี้ยงในประเทศไทย ได้แก่ พันธุ์ลาร์จไวท์ พันธุ์แลนด์เรซ พันธุ์ดอร์คเจอร์ซี่ พันธุ์เปียตรง สุกรพื้นเมือง ประเทศไทยส่วนใหญ่นิยมเลี้ยงกันมาก 3 สายพันธุ์

ได้แก่ พันธุ์ลาร์จไวท์ พันธุ์แลนด์เรซ และพันธุ์ดิวอี้คเจอร์ซี่ เพื่อเป็นแม่พันธุ์ในการผลิตลูกสุกรจำหน่าย (กลุ่มยุทธศาสตร์พัฒนาการเกษตร สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดมุกดาหาร, 2564) โดยทั่วไปในฟาร์มการเลี้ยงสุกรขุนเพื่อจำหน่ายนั้น จะต้องมีการรับลูกสุกรเข้าเลี้ยง ซึ่งส่วนใหญ่แล้วฟาร์มเลี้ยงสุกรขุนจะไม่ผลิตลูกสุกรเอง แต่จะไปรับซื้อมาจากเกษตรกรรายอื่น ในราคาตัวละ 2,000 - 2,500 บาท ในการผลิตลูกสุกร เมื่อผสมพันธุ์แม่สุกรแล้วใช้เวลาคลอดลูกประมาณ 4 เดือน หรือประมาณ 114 - 119 วัน หลังจากนั้นประมาณ 45 วัน สามารถจำหน่ายเป็นลูกสุกรได้ แต่เกษตรกรในการจำหน่ายลูกสุกรนั้นก็มักมีปัญหาหลายอย่าง เช่น เรื่องปัญหาทางระบบสืบพันธุ์ของสุกรเป็นปัญหาหลักเนื่องจากสุกรไม่ยอมแสดงอาการเป็นสัด หรือไม่เข้าสู่วัยเจริญพันธุ์เมื่อถึงอายุ เป็นสัดเงิบ จึงทำให้ใช้เวลานานกว่าจะผลิตลูกสุกร นอกจากนี้ยังมีปัญหาโรคระบาดในสัตว์ของสุกรแม่พันธุ์อีกด้วย เมื่อคลอดเสร็จเกษตรกรต้องทำการอนุบาลลูกสุกร และในช่วงที่ทำการอนุบาลลูกสุกรนั้นมีอัตราการตายเช่นเดียวกัน จะเห็นได้ว่าเกษตรกรจะได้จำหน่ายลูกสุกรนั้นก็ยากพอสมควร มีความเสี่ยงต่อการลงทุนเช่นกัน (สมาคมผู้เลี้ยงสุกรแห่งชาติ, 2558) จากปัญหาที่กล่าวมานั้นยังมีปัจจัยค่าอาหารในการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์ที่มีราคาสูงขึ้น จึงทำให้มีการจำหน่ายลูกสุกรที่สูงขึ้นไปด้วย ถึงแม้ว่าราคาลูกสุกรจะสูงขึ้น แต่ก็ยังเป็นที่ต้องของฟาร์มเลี้ยงสุกรขุนด้วยเช่นกัน โดยผู้เลี้ยงสุกรขุนจะติดต่อขอซื้อตั้งแต่สุกรแม่พันธุ์ยังไม่คลอด ซึ่งไม่พอเพียงต่อความต้องการของฟาร์ม

ในพื้นที่จังหวัดมุกดาหารมีเกษตรกรเลี้ยงทั้งสุกรขุนและเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์เพื่อผลิตลูกจำหน่าย ซึ่งลูกสุกรยังเป็นที่ต้องการของฟาร์มขนาดกลางและขนาดย่อมอีกจำนวนมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจ เพื่อหาแนวทางการส่งเสริมการเลี้ยงสุกรเพื่อลดต้นทุนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการเลี้ยงสุกรเพื่อผลิตลูกจำหน่าย โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านต้นทุนและผลตอบแทนที่เกษตรกรจะได้รับ ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงสุกรเพื่อผลิตลูกจำหน่าย รวมถึงยังเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐสามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการส่งเสริมและพัฒนาการเลี้ยงสุกรเพื่อผลิตลูกจำหน่ายในจังหวัดมุกดาหาร โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อยเพื่อใช้เป็นข้อมูลการตัดสินใจในการลงทุน เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการลงทุน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพโดยทั่วไปของการเลี้ยงสุกรผลิตลูกจำหน่ายโดยใช้ความพอเพียงจากอาหารธัญพืชในท้องถิ่นในการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์ในจังหวัดมุกดาหาร
2. เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการจำหน่ายลูกสุกรโดยใช้ความพอเพียงจากอาหารธัญพืชในท้องถิ่นในการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์ในจังหวัดมุกดาหาร
3. เพื่อวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนของต้นทุนการเลี้ยงสุกรผลิตลูกจำหน่ายจากอาหารธัญพืชในท้องถิ่นใน จังหวัดมุกดาหารที่ยึดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

3. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง

หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับตั้งแต่ระดับครอบครัวระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง กล่าวคือกิจกรรมใดๆ ที่ขาดคุณลักษณะใดคุณลักษณะหนึ่งไปจะไม่สามารถเรียกได้ว่าเป็นความพอเพียง ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

หลักการและแนวทางสำคัญ (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2559) ประกอบด้วย

1. เป็นระบบการผลิตแบบพอเพียง ที่เกษตรกรสามารถเลี้ยงตัวเองได้ในระดับที่ประหยัดก่อน ทั้งนี้ชุมชนต้องมีความสามัคคีร่วมมือร่วมใจในการช่วยเหลือซึ่งกันและกันทำนองเดียวกับการ “ลงแขก” แบบดั้งเดิม เพื่อลดค่าใช้จ่าย
2. เนื่องจากข้าวเป็นปัจจัยหลักที่ทุกครัวเรือนจะต้องบริโภค ดังนั้น จึงประมาณว่าครอบครัวหนึ่งทำนา 5 ไร่ จะทำให้มีข้าวพอกินตลอดปี โดยไม่ต้องซื้อหาในราคาแพง เพื่อยึดหลักพึ่งตนเองได้อย่างมี
3. ต้องมีน้ำเพื่อการเพาะปลูกสำรองไว้ใช้ในฤดูแล้ง หรือระยะฝนทิ้งช่วงได้อย่างพอเพียง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องกันที่ดินส่วนหนึ่งไว้ขุดสระน้ำ โดยมีหลักว่าต้องมีน้ำเพียงพอที่จะทำการเพาะปลูกได้ตลอดปี ทั้งนี้ได้พระราชทานพระราชดำริเป็นแนวทางว่า ต้องมีน้ำ 1,000 ลูกบาศก์เมตร ต่อการเพาะปลูก 1 ไร่ โดยประมาณ ฉะนั้น เมื่อทำนา 5 ไร่ ทำพืชไร่หรือไม้ผลอีก 5 ไร่ (รวมเป็น 10 ไร่) จะต้องมีย้ำน้ำ 10,000 ลูกบาศก์เมตรต่อปี
4. การจัดแบ่งแปลงที่ดินเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดนี้ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงคำนวณและคำนึงจากอัตราถือครองที่ดินถัวเฉลี่ย ครัวเรือนละ 15 ไร่ อย่างไรก็ตาม หากเกษตรกรมีพื้นที่ถือครองน้อยกว่าหรือมากกว่านี้ ก็สามารถใช้อัตราส่วน 30:30:30:10 ไปเป็นเกณฑ์ปรับใช้ได้ กล่าวคือ 30% ส่วนแรก ขุดสระน้ำ เช่น สามารถเลี้ยงปลา ปลูกพืชน้ำ เช่น ผักบุ้ง ผักกะเฉด ฯลฯ ได้ด้วย 30% ส่วนที่สอง ทำนา 30% ส่วนที่สาม ปลูกพืชไร่ พืชสวน เช่น ไม้ผล ไม้ยืนต้น ไม้ใช้สอย ไม้สร้างบ้าน พืชไร่ พืชผัก สมุนไพร เป็นต้น และ 10% สุดท้าย เป็นที่อยู่อาศัยและอื่นๆ เช่น ถนน คันดิน กองฟาง ลานตาก กองปุ๋ยหมัก โรงเรือน โรงเพาะเห็ด คอกสัตว์ ไม้ดอกไม้ประดับ พืชผักสวนครัวหลังบ้าน เป็นต้น

นอกจากนี้ผลการศึกษาของ ธนยศ วลัยกนก(2562) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในยุคไทยแลนด์ 4.0 ของประชาชนพื้นที่ภาคกลาง พบว่า คุณภาพชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในยุคไทยแลนด์ 4.0 ในภาพรวมมีคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับมาก และผลการศึกษาของ จิตติมาตร คงดี และคณะ(2560) ทำการศึกษาเรื่องผลตอบแทนเศรษฐกิจและสังคมในการเลี้ยงสัตว์แบบบูรณาการตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า การปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนผสมผสานระหว่างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมในการเลี้ยงสัตว์แบบบูรณาการตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วยด้าน การลดรายจ่ายครัวเรือน ด้านการประหยัด ด้านการเอื้ออารีต่อกันชุมชน ด้านการเพิ่มรายได้ และครัวเรือนใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม จากข้อค้นพบซึ่งแสดงให้เห็นการนำหลักปรัชญาตามพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ทำให้คุณภาพชีวิตและการเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ต้นทุน (Cost) ณัฐเศรษฐี สร้อยทองดี (2561) ให้ความหมายว่า มูลค่าของทรัพยากรที่สูญเสียไปเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ โดยมูลค่านั้นจะต้องสามารถวัดได้เป็นหน่วยเงินตรา ซึ่งเป็นลักษณะของการลดลงในสินทรัพย์หรือเพิ่มขึ้นในหนี้สิน ต้นทุนที่เกิดขึ้นอาจจะให้ประโยชน์ในปัจจุบันหรือในอนาคตก็ได้ เมื่อต้นทุนใดที่เกิดขึ้นแล้วและกิจการได้ใช้ประโยชน์ไปทั้งสิ้นแล้ว ต้นทุนนั้นจึงถือเป็น “ค่าใช้จ่าย” และสำหรับต้นทุนที่กิจการสูญเสียไป แต่จะให้ประโยชน์แก่กิจการในอนาคตเรียกว่า “สินทรัพย์”

ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) ทวีศักดิ์ บุญกุล (2560) หมายถึง ต้นทุนต่าง ๆ ที่มีต้นทุนรวมเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกับการเปลี่ยนแปลงของระดับกิจกรรม เช่น ต้นทุนวัตถุดิบ และค่าแรงงานในการผลิตสินค้าซึ่งจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับจำนวนสินค้าที่ผลิต และเมื่อกิจกรรมลดลงก็ทำให้ต้นทุนในการผลิตลดลงไปด้วย เช่น ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าใช้จ่ายในการเกษตรต่างๆ

ต้นทุนคงที่ (Fixed cost) จิรนนท์ บุพพัฒนสมัย และคณะ (2561) กล่าวว่า ต้นทุนประเภทที่ต้นทุนรวมมิได้เปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของระดับกิจกรรมภายในช่วงที่มีความหมาย (Relevant range) แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงของระดับกิจกรรมจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง แต่ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยจะลดลงเมื่อระดับของกิจกรรมเพิ่มขึ้นและต้นทุนต่อหน่วยจะเพิ่มขึ้นเมื่อระดับกิจกรรมลดลง เช่น ค่าเสื่อมราคาที่ดินคำนวณโดยใช้วิธีเส้นตรง ค่าเบี้ยประกัน เงินเดือน ค่าโฆษณา และค่าเช่า ซึ่งไม่เปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนหน่วยของสินค้าที่ผลิตหรือขาย เป็นต้น

จุดคุ้มทุน (break even point) พิธาน แสนภักดี และ นฤพล อ่อนนิมล (2564) กล่าวว่า จุดขายแสดงในรูปปริมาณหน่วยขายหรือราคาขายรวม ณ จุดที่ไม่เกิด กำไรหรือขาดทุน การกำหนดจุดคุ้มทุนนั้น หากกำหนดต่ำลงจะทำให้ธุรกิจสามารถคืนทุนและสร้างกำไรได้เร็วขึ้นด้วยการผลิตและยอดขายที่น้อยลง จากสูตรการคำนวณสามารถลดจุดคุ้มทุนนั้นทำได้หลายวิธี เช่น การลดต้นทุนคงที่ ลดต้นทุนแปรผัน หรือเพิ่มราคาขายต่อหน่วย เป็นต้น จิรายุ หาญตระกูล, ปณณวัฒน์ วงอนุสรณ์ และ ประภาพร กิจดำรงธรรม (2564) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์ของการเลี้ยงสุกรขุน(หมูดำเชียงใหม่) จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาความคุ้มค่าทางการเงิน พบว่าการเลี้ยงสุกรขุน (หมูดำเชียงใหม่) มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 1.17 เดือน และเบญจพร อุทัยผล และธีระวัฒน์ จันทิก(2559) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของธุรกิจศูนย์สัตว์เลี้ยง ผลการศึกษาพบว่า มีระยะเวลาคืนทุนเฉลี่ยเท่ากับ 2 ปี 4 เดือน แสดงให้เห็นถึงการดำเนินธุรกิจมีระยะเวลาคืนทุนที่น่าพึงพอใจ ซึ่งการเลี้ยงสุกรสามารถให้ทุนคืนในระยะเวลาที่ 2 ปีขึ้นไป ส่วน ณัฐวุฒิ ศรีวิชา และภัทรขวัญ พิลางาม (2564) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนกิจการเลี้ยงสุกรในอำเภอหนองหานจังหวัดอุดรธานี พบว่า ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 4 ปี 2 เดือน และจากข้อค้นพบดังกล่าวมีประเด็นที่ควรพิจารณาถึงความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจและต้นทุนที่จะส่งผลกระทบต่อรายได้ของกิจการลดลงหรือต้นทุนต่ำกว่าที่ประมาณการไว้หรือการขาดทุน

ธนวัฒน์ วงศ์ศรีสิน (2559 : 43-44) พบว่า การลงทุนในธุรกิจฟาร์มสุกรพ่อแม่พันธุ์ของบริษัท ปรมาจินอาหารสัตว์ จำกัด มีมูลค่าต่อการลงทุน และมี ระยะเวลาคืนทุนเร็ว เพราะเงินที่ลงทุน 48,000,000 บาท สามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 7,765,955 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 14% และมีระยะเวลาคืนทุน ประมาณ 4 ปี 6 เดือน

4. ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษานี้มีผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย คือ เกษตรกรที่เลี้ยงสุกรแม่พันธุ์ที่จำหน่ายลูกสุกรในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยทำการคัดเลือกเฉพาะเกษตรกรที่มีการเลี้ยงสุกรแบบครบวงจรตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และไม่มีการจ้างแรงงานเพิ่มเติม รวมทั้งสิ้น จำนวน 45 ราย สามารถแสดงรายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1

จำนวนเกษตรกรและจำนวนสุกรแม่พันธุ์ในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร (เก็บข้อมูลเดือนมกราคม ถึง เดือนธันวาคม 2565)

พื้นที่ ในจังหวัดมุกดาหาร	จำนวนเกษตรกรเลี้ยงสุกร แม่พันธุ์ (คร้วเรือน)	จำนวนสุกรแม่พันธุ์ (ตัว)
อำเภอเมือง	13	156
อำเภอดอนตาล	7	120
อำเภอนิคมน้ำอ้อย	5	87
อำเภอหว้านใหญ่	4	75
อำเภอหนองสูง	3	58
อำเภอดงหลวง	5	63
อำเภอดงคำชะอี	8	108
รวม	45	667

1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ส่วนใหญ่ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด (Opened-ended Questionnaire)

2. แบบสัมภาษณ์ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นประยุกต์มาจากแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างที่กำหนดแนวทางการถามไว้ล่วงหน้า เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา

3. นำแบบสัมภาษณ์ ที่ได้รับกลับมาตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้อง

4. นำแบบสัมภาษณ์มาจัดกลุ่มคำตอบ coding เพื่อรวบรวมประเด็นคำตอบต่างๆ จากกลุ่ม ตัวอย่าง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ศึกษาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็น แนวทางในการสร้างแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย

3. การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้วิธีตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้า (Triangulation Technique) (Denzin, 1970) โดยการตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) ตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่าง ๆ นั้นมีความเหมือนกันหรือไม่ซึ่งถ้าทุกแหล่งข้อมูลพบว่าได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มา มีความถูกต้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยเป็น ข้อมูลที่รวบรวมมาได้มาวิเคราะห์ เพื่ออธิบายให้ทราบถึงสภาพโดยทั่วไปของการเลี้ยงสุกรตาม แนวทางเศรษฐกิจพอเพียงโดยใช้ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการเก็บข้อมูล จะนำมาใช้ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนโดยใช้วิธีระยะเวลาคืนทุน (Payback Period: PP)

5. ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไป พบว่า เกษตรกรเป็นเพศชาย ร้อยละ 77.77 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีประสบการณ์ในการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์ 1 – 5 ปี เฉลี่ยลูกสุกรหย่านมต่อแม่พันธุ์ 1 ตัว/ปี จำนวน 18 ตัว มีการจำหน่ายลูกสุกร 2 ครั้ง/ปี ราคาลูกสุกรเฉลี่ยตัวละ 2,300 บาท

2. เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการจำหน่ายลูกสุกรโดยใช้ความพอเพียงจากอาหาร วัตถุดิบในท้องถิ่นในการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์ในจังหวัดมุกดาหาร

ตารางที่ 2

ต้นทุนและรายได้ในการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์เพื่อจำหน่ายลูกของแม่พันธุ์ 1 ตัว/ปี

ต้นทุน	จำนวน
ต้นทุนผันแปร:	
.....ค่าผสมสุกรแม่พันธุ์	2,200.00
.....ค่าอาหาร	12,000.00
.....ค่าน้ำ/ค่าไฟฟ้า	480.23
.....ค่าเวชภัณฑ์	557.25
.....ค่าโทรศัพท์	100.78
.....ค่าแรงงาน	2,000.00
.....ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	1,081.23
ต้นทุนผันแปรรวม	18,419.49
ต้นทุนคงที่:	
.....ค่าสุกรแม่พันธุ์	4,000.00
.....ค่าเสื่อมราคาโรงเรือนและอุปกรณ์	1,000.86
ต้นทุนคงที่รวม	5,000.86
ต้นทุนรวม	23,420.35
ต้นทุนผันแปร:	
ผลตอบแทน:	
.....รายได้จากการจำหน่ายลูกสุกร	41,400.00
.....รายได้อื่น	2,550.00
รายได้รวม	43,950.00
กำไรสุทธิ	20,529.65

หมายเหตุ: กำหนดให้ อาคารโรงเรือน มีอายุการใช้งานเท่ากับ 20 ปี และอุปกรณ์อื่นๆ มีอายุการใช้งาน 10 ปี

กำหนดให้สุกรแม่พันธุ์ 1 ตัว สามารถผลิตลูกได้ 4 ปี

จากตารางที่ 2 พบว่า ต้นทุนรวมของการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์เพื่อจำหน่ายลูก 1 ตัว /ปี เท่ากับ 23,420.35 บาท ประกอบด้วย ต้นทุนผันแปร 18,419.49 บาท และต้นทุนคงที่ 5,000.86 บาท ผลตอบแทนรวมของการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์เพื่อจำหน่ายลูกของแม่พันธุ์ 1 ตัว/ปี เท่ากับ 43,950 บาท ประกอบด้วยจำหน่ายลูกสุกร 41,400 บาท ($18 \times 2,300$) และผลตอบแทนที่เป็นผลพลอยได้จากการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์ คือ การขายมูลสุกรแห้ง 2,550 บาท โดยสรุป การเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์เพื่อจำหน่ายลูกของแม่พันธุ์ 1 ตัว/ปี เท่ากับ 20,529.65 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.71 ของรายได้รวม

3. การวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุนของต้นทุนการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์ จากอาหารธัญพืชในท้องถิ่นในจังหวัดมุกดาหารที่ยึดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ตารางที่ 3

ระยะเวลาคืนทุนที่กำลังการผลิตของสุกรแม่พันธุ์ จำนวน 1 ตัว

ปีที่	เงินลงทุนเริ่มแรก	กระแสเงินสดสุทธิ	กำไรสุทธิสะสม	การคำนวณ
1	49,855	20,529.65	20,529.65	-
2		20,529.65	41,059.30	2 ปี
3		18,229.55	59,288.85	0.48 ปี

จากตารางที่ 3 พบว่าระยะเวลาคืนทุนที่กำลังการผลิตของสุกรแม่พันธุ์ จำนวน 1 ตัว มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2.48 ปี

6. อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่า การวิเคราะห์ความคุ้มค่าของต้นทุนการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์จากอาหารธัญพืชในท้องถิ่นในจังหวัดมุกดาหารที่ยึดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่าระยะเวลาคืนทุนที่กำลังการผลิตของสุกรแม่พันธุ์ จำนวน 1 ตัว มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2.48 ปี จากผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่า การวิเคราะห์ความคุ้มค่าของต้นทุนการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์จากอาหารธัญพืชในท้องถิ่นในจังหวัดมุกดาหารที่ยึดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่าระยะเวลาคืนทุนที่กำลังการผลิตของสุกรแม่พันธุ์ จำนวน 1 ตัว มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2.48 ปี ซึ่งสอดคล้องกับ เบญจพร อุทัยผล และธีระวัฒน์ จันทิก (2559) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของธุรกิจศูนย์สัตว์เลี้ยง ผลการศึกษาพบว่าระยะเวลาคืนทุนเฉลี่ยเท่ากับ 2 ปี 4 เดือน แสดงให้เห็นถึงการดำเนินธุรกิจมีระยะเวลาคืนทุนที่น่าพึงพอใจ และยังสอดคล้องกับ จิรายุ หาญตระกูล, ปณณวัฒน์ วงอนุสรณ์ และ ประภาพร กิจดำรงธรรม (2564) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์ของการเลี้ยงสุกรขุน(หมูดำเชียงใหม่) จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาความคุ้มค่าทางการเงินพบว่าผลการเลี้ยงสุกรขุน (หมูดำเชียงใหม่) มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 2 ปี 1.17 เดือน และนอกจากนี้ ญัฐวุฒิ ศรีวิชา และภัทรขวัญ พิลางาม (2564) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนกิจการเลี้ยงสุกรในอำเภอหนองหานจังหวัดอุดรธานี พบว่า ระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 4 ปี 2 เดือน และจากข้อค้นพบดังกล่าวมีประเด็นที่ควรพิจารณาเพิ่มถึงความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจและต้นทุนที่จะส่งผลกระทบต่อรายได้ของกิจการลดลงหรือต้นทุนซ้ำกว่าที่ประมาณการไว้หรือการขาดทุน และ ธนวัฒน์ วงศ์ศิริสิน (2559 : 43-44) ทำการศึกษาพบว่า การลงทุนในธุรกิจฟาร์มสุกรพ่อแม่พันธุ์ของบริษัท ปราจีนอาหารสัตว์ จำกัด มีคุ้มค่าต่อการลงทุน และมี ระยะเวลาคืนทุนเร็ว เพราะเงินที่ลงทุน 48,000,000 บาท สามารถสร้างมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 7,765,955 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 14% และมีระยะเวลาคืนทุน ประมาณ 4 ปี 6 เดือน

จากการศึกษาการเลี้ยงสุกรผลิตลูกจำหน่ายโดยใช้ความพอเพียงจากอาหารธัญพืชในท้องถิ่นในการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์ในจังหวัดมุกดาหาร จากนำตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำข้อมูลต้นทุนและผลตอบแทนรวมถึงระยะเวลาคืนทุนเกษตรกรสามารถสร้างผลตอบแทนในระยะเวลาที่รวดเร็ว และสามารถนำไปต่อยอดพัฒนาเป็นอาชีพตามหลักความพอเพียงสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนอีกด้วย

7. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากวิเคราะห์ความคุ้มค่าของต้นทุนการเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดมุกดาหารด้วยอาหารสำเร็จรูปผสมกับธัญพืช พบว่ามีระยะเวลาคืนทุนได้เร็ว เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้อัตราที่ได้รับแล้วมีความคุ้มค่าและคุ้มค่า อีกทั้งเกษตรกรสามารถสร้างโรงเรือนเลี้ยงได้โดยใช้ต้นทุนแรงงานที่ไม่ยุ่งยากไม่ต้องทำการจ้างแรงงานเพิ่มเพื่อความพอเพียงต่อครัวเรือน การเลี้ยงสุกรแม่พันธุ์เพื่อขายลูกยังสามารถเป็นธุรกิจครัวเรือนที่เกษตรกรจับต้องได้โดยการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาบริหารจัดการพื้นที่ที่มีอยู่นั้นสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนบนหนทางแห่งความพอเพียงสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนอีกด้วย

8. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตลูกสุกรตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร นำผลการวิจัยไปเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของเกษตรกรในการลงทุนเลี้ยงสุกรผลิตลูกจำหน่าย และหน่วยงานภาครัฐเพื่อนำข้อมูลไปใช้ประกอบการส่งเสริมและพัฒนากลุ่มเกษตรกรต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตลูกสุกรตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในการศึกษาครั้งถัดไปควรนำตัวแปรอื่นๆ มาเป็นทำการศึกษา เช่น ภาวะแทรกซ้อนที่เกิดขึ้นในการตั้งครรภ์และการคลอดลูกของสุกรแม่พันธุ์ เนื่องจากการคลอดลูกของสุกรแม่พันธุ์นั้นมีอัตราการสูญเสียสูง และการค่าใช้จ่ายในการรักษาโรคระบาด

รายการอ้างอิง

- กลุ่มยุทธศาสตร์พัฒนาการเกษตร สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดมุกดาหาร. (2564, 12 เมษายน). ข้อมูลรายสินค้า(สุกร) ปี 2564. <https://www.opsmoac.go.th>
- จิรนนท์ บุพพพัฒน์ และคณะ. (2561). ต้นทุนและผลตอบแทนการเลี้ยงปลานิลในบ่อดินในตำบลบ้านเป้าอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 32(1), 53.
- จิรายุ หาญตระกูล และคณะ. (2564). การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์ของการเลี้ยงสุกรขุน (หมูดำเชียงใหม่) จังหวัดเชียงใหม่. งานประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 8 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ฐิตาภรณ์ คงดี และคณะ. (2560). ผลตอบแทนเศรษฐกิจและสังคมในการเลี้ยงสัตว์แบบบูรณาการตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์*, 13(38), 47-58.
- ณัฐภูมิ ศรีวิชัย และ ภักทวิชญ์ พิลางาม. (2564). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจฟาร์มเลี้ยงสุกร ในอำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี. *Journal of Modern Learning Development*, 6(3), 118-131.
- ณัฐเสถียร สร้อยทองดี. (2561). ต้นทุนและผลตอบแทนในการเพาะเลี้ยงจิ้งหรีดเชิงพาณิชย์ : กรณีศึกษา ภาคกลางของประเทศไทย. [ค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ทวีศักดิ์ บุญกุล (2560). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนปลูกข้าวพันธุ์ กข 31 ของเกษตรกร ในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี. [ค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

- ธนยศ วลัยกนก. (2562). การพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในยุคไทยแลนด์ 4.0 ของประชาชนพื้นที่ภาคกลาง. *วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์ วิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์*, 6(2), 289-300.
- ธนวัฒน์ วงศ์ตรีสิน. (2559). แผนธุรกิจฟาร์มสุกรพ่อแม่พันธุ์บริษัทปราจีนอาหารสัตว์จำกัด. [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เบญจพร อุทัยผล และ ธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). การวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของธุรกิจศูนย์สัตว์เลี้ยง. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(3), 33-54.
- พิธาน แสนภักดี และ นฤพล อ่อนวิมล. (2564). ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนปลูกข้าวหอมมะลิของเกษตรกร อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 7(1), 12-23.
- มูลนิธิชัยพัฒนา. (2559, 12 เมษายน). หลักการและแนวทางสำคัญเศรษฐกิจพอเพียง. <https://www.chaipat.or.th/เศรษฐกิจพอเพียง.html>
- ศิริพร โสมคำภา และคณะ. (2562). ผลตอบแทนจากการเลี้ยงสุกร บ้านนอก ตำบลวังควง อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- สมาคมผู้เลี้ยงสุกรแห่งชาติ. (2565, 12 เมษายน). สถานการณ์สินค้าสุกรและแนวโน้มปี 2566. <https://www.swinethailand.com>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการประยุกต์ใช้*. กองยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพและความเท่าเทียมทางสังคม.

ปัญหากฎหมายระหว่างประเทศเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาททางทะเล
ตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982
INTERNATIONAL LAW PROBLEMS OF THE SEA DISPUTE SETTLEMENT
ON UNITED NATIONS CONVENTION ON THE LAW OF THE SEA 1982

วิศิษฐ์ศักดิ์ เนื่องนอง¹ และ ทรงพร ประมาณ²

Visitsak Nuengnong and Songporn Pramarn

Article History

Received: 19-12-2022; Revised: 20-06-2023; Accepted: 20-06-2023

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงวิธีการระงับข้อพิพาททางทะเลตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างกฎเกณฑ์ทางทะเล โดยกำหนดถึงการให้ทรัพยากรทางทะเลหรือการใช้ประโยชน์ทางทะเลที่รัฐต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ซึ่งเป็นพันธกรณีตามอนุสัญญาและเมื่อเกิดข้อพิพาทเกี่ยวกับการใช้ทะเลขึ้น ย่อมสามารถใช้วิธีการระงับข้อพิพาททางทะเลโดยตรงได้

ผลการศึกษาพบว่า

อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 แม้จะกำหนดวิธีการระงับข้อพิพาททางทะเลไว้แล้วก็ตาม แต่ยังคงมีปัญหาหรือช่องว่างทางกฎหมายอยู่ กล่าวคือ วิธีการระงับข้อพิพาทที่กำหนดไว้ในอนุสัญญานี้ยังคงไม่สามารถบังคับใช้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพมากนัก เนื่องจากอนุสัญญาเปิดช่องให้รัฐคู่พิพาทมีโอกาส หรืออิสระในการเลือกวิธีระงับข้อพิพาทแบบ สันติมากจนเกินควร ทำให้วิธีการระงับข้อพิพาทโดยทางศาลที่มีผลบังคับไม่เกิดผลและอาจส่งผลให้ข้อพิพาทนั้นไม่ถูกระงับแล้ยัง คงค้างเป็นปัญหาต่อไป และกลายเป็นปัญหาที่ไม่ได้รับการแก้ไขได้ ดังนั้น จึงเกิดเป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับวิธีการระงับข้อพิพาท ทางทะเลตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 ในเรื่องของการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธี และวิธีการ ระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับ

คำสำคัญ: กฎหมายทะเล; วิธีการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธี; วิธีการระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับ

¹⁻² อาจารย์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Lecturer, Faculty of Law, Rambhai Barni Rajabhat University

Email: Songporn.p@rbru.th *Corresponding Author

ABSTRACT

This journal research aims to study the settlement disputes under the United Nations Convention on the Law of the Sea 1982 (UNCLOS 1982). The UNCLOS 1982 prescribed the states have sovereignty and sovereign rights on the sea, by the marine resource exploitation. The states are obliged to practice the UNCLOS 1982 regulations. When the disputes concerning the sea exploitation arise about the UNCLOS 1982 has specific provisions. In other word that it is the law provided the maritime settle disputes directly.

The research result finds that:

UNCLOS 1982, although it has already established the provision for maritime settlement disputes. But there are still some legal problems, that is, the provision of settlement disputes is inefficient enforcement. Because the UNCLOS 1982 permitted the parties to select the settlement disputes by peaceful means that have an effect on the settlement disputes are inefficient and has a result in the dispute being not settled and remaining a problem. Therefore, it has the recommendation for maritime settlement disputes under the UNCLOS 1982 about the settlement disputes by peaceful means and the settlement disputes by binding decision.

Keywords: Law of the Sea; Settlement disputes by peaceful means; Settlement disputes by binding decision

1. บทนำ

การระงับข้อพิพาทที่กำหนดไว้ในอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีและการระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับ ทั้งนี้ วิธีการระงับข้อพิพาทแต่ละวิธีการนั้นต่างมีทั้งข้อดีและข้อเสียแตกต่างกันออกไป ดังจะกล่าวต่อไปนี้

1.1 วิธีการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธี (Obligation to Settle Disputes by Peaceful Means)

โดยวิธีการอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 กำหนดไว้ในข้อ 279 (a) และมาตรา 280 ว่าเป็นพันธกรณีของรัฐภาคีที่จะใช้วิธีการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างรัฐที่จะตกลงกันในเวลาใด ๆ ก็ได้ ซึ่งเป็นลักษณะของการระงับข้อพิพาทหรือยุติปัญหาที่เกิดขึ้นโดยวิธีใดก็ได้ที่รัฐพิพาทตกลงกัน ซึ่งจะเป็นการพูดคุยปรึกษาหารือเพื่อหาข้อยุติระหว่างกันโดยเป็นลักษณะของการร่วมมือและเป็นความสมัครใจของรัฐพิพาทฝ่ายต่าง ๆ มากกว่าการใช้กฎหมายบังคับหรือกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะเด่นของอนุสัญญา อย่างหนึ่งเกี่ยวกับการเปิดกว้างให้มีการระงับข้อพิพาทโดยไม่จำเป็นต้องใช้วิธีการระงับข้อพิพาทที่กฎหมายกำหนดก็ได้ เนื่องจากอนุสัญญา คำนึงถึงความยินยอมของรัฐในการเข้ามาเป็นภาคีโดยการไม่ใช้กฎหมายบังคับมากจนเกินไปเพราะจะเป็นการจำกัดอำนาจของรัฐและจะส่งผลให้มีรัฐเข้ามาเป็นภาคีในจำนวนที่น้อย เพราะรัฐต่าง ๆ ที่จะเข้ามาเป็นภาคีอนุสัญญา จะต้องยอมรับกฎหมายทั้งฉบับด้วย และการระงับข้อพิพาทระหว่างกันของรัฐจะทำให้ข้อพิพาทนั้นยุติลงด้วยความรวดเร็วและเป็นไปตามความต้องการของรัฐในข้อพิพาท อีกทั้งไม่เกิดความขัดแย้งระหว่างกันในภายหลัง ทำให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของอนุสัญญา ที่ต้องการให้ข้อพิพาทที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับทะเลได้รับการยุติมากที่สุด เพราะการที่รัฐพิพาทใช้วิธีที่ตนพอใจมากกว่าจะให้บังคับ ซึ่งวิธีการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีนั้น ได้แก่ การเจรจา (Negotiation) การไกล่เกลี่ย (Mediation) การประนีประนอม (Compromise) เป็นต้น (นิสิตดา หงษ์ชูเกียรติ 2546) อย่างไรก็ตาม แม้รัฐจะต้องยอมรับการระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับเมื่อเข้ามาเป็นภาคี แต่อนุสัญญา ยังมีความยืดหยุ่นในการเปิดโอกาสให้รัฐภาคีสามารถเลือกวิธีการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีเป็นหลัก

เพราะอนุสัญญาฯ คำนึงถึงอำนาจอธิปไตยและความยินยอมของรัฐ หรือกล่าวได้ว่าข้อพิพาทระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นไม่จำเป็นต้องได้รับการระงับโดยวิธีการระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับทุกกรณีนั่นเอง

อย่างไรก็ตาม นอกจากข้อดีของการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีแล้วยังมีข้อเสียที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน กล่าวคือ กรณีดังกล่าวจะทำให้เกิดช่องว่างของปัญหาการรัฐพิพาทตกลงกันว่าแม้ข้อพิพาทที่เกิดขึ้นนั้นไม่สามารถยุติได้โดยการใช้วิธีโดยสันติใด ๆ แล้วก็ตาม ก็จะไม่ใช้วิธีการระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับด้วยเช่นกัน ซึ่งความตกลงดังกล่าวนั้นยังเป็นกรณีท่อนุสัญญากำหนดให้อำนาจไว้อย่างชัดเจนและถือว่าเป็นช่องว่างของกฎหมายที่จะทำให้เกิดปัญหาในภายหลังได้ เพราะข้อพิพาทที่มีการตกลงกันเช่นว่าอาจเกิดการทิ้งค้างไว้ไม่ได้รับการแก้ไขและยิ่งไปกว่านั้นหากข้อพิพาทดังกล่าวเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสิทธิการใช้ประโยชน์ทางทะเลของรัฐอื่น ๆ หรือเรียกได้ว่าเป็นข้อพิพาทที่เกี่ยวข้องกับประโยชน์ส่วนรวมแม้จะเป็นข้อพิพาทที่เกิดขึ้นระหว่างรัฐทั้งสองฝ่ายก็ตาม ก็จะทำให้เกิดปัญหาที่ได้รับผลกระทบกันเป็นวงกว้างและจะทำให้ข้อพิพาทดังกล่าวเป็นเรื่องที่ไม่สามารถแก้ไขด้วยกฎหมายอีกต่อไป

1.2 วิธีการระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับ (Compulsory Procedures Entailing Binding Decisions)

เป็นลักษณะของการใช้กฎหมายบังคับ และการวินิจฉัยจะมีผลผูกพันรัฐพิพาทที่จะต้องปฏิบัติตามด้วย ซึ่งอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 กำหนดไว้ว่าหากรัฐพิพาทไม่สามารถที่จะใช้วิธีการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีในการยุติปัญหาหรือข้อพิพาทที่เกิดขึ้นแล้วก็สามารถใช้วิธีการระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับนี้ได้เมื่อมีการร้องขอจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในข้อพิพาทตามมาตรา 286

ทั้งนี้ การจะใช้วิธีการระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับนั้นอนุสัญญาฯ กำหนดทางเลือกแก่รัฐพิพาทอยู่หลายทางด้วยกัน ตามมาตรา 287 เช่น ศาลกฎหมายทะเลระหว่างประเทศ ศาลยุติธรรมระหว่างประเทศ ศาลอนุญาโตตุลาการ ศาลอนุญาโตตุลาการพิเศษ (จุมพต สายสุนทร 2534) เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ปัญหาเกี่ยวกับทางเลือกในการใช้เขตอำนาจของศาลในการระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับนั้นยังมีข้อยกเว้นให้เลือก ซึ่งเป็นเรื่องของการจำกัดเขตอำนาจของศาลว่าในเรื่องใดศาลจะมีเขตอำนาจหรือไม่มีเขตอำนาจศาลในข้อพิพาทนั้น เนื่องจากประเภทของข้อพิพาทบางเรื่องที่จะยกเว้นจะเป็นข้อพิพาทที่เกี่ยวกับเขตอำนาจ สิทธิอธิปไตย กิจกรรมภายในของรัฐ ซึ่งอนุสัญญาฯ ไม่อาจก้าวล่วงหรือกระทำการใดให้กระทบกระเทือนได้ เช่น ข้อพิพาทเกี่ยวกับการกำหนดเขตแดนทางทะเล ข้อพิพาทเกี่ยวกับกิจกรรมทางทหารและข้อพิพาทเกี่ยวกับกิจกรรมในการบังคับใช้กฎหมาย ข้อพิพาทเกี่ยวกับเรื่องที่ดินกรรมสิทธิ์ความมั่นคงแห่งสหประชาชาติกำลังใช้อำนาจหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายโดยกฎบัตรสหประชาชาติ เป็นต้น (สิทธิฐานต์ สิทธิสุข, 2535 : หน้า 60)

อีกทั้งการที่อนุสัญญาฯ กำหนดทางเลือกในการระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับในหลายทาง นับว่าเป็นปัญหาอย่างหนึ่งที่ว่าหากข้อเท็จจริงปรากฏว่ารัฐในข้อพิพาทไม่สามารถตกลงกันได้ว่าจะใช้เขตอำนาจของศาลใดมาระงับข้อพิพาท และอนุสัญญาฯ ไม่ได้กำหนดอย่างชัดเจนว่าข้อพิพาทที่เกิดขึ้นมีประเภทใดบ้างที่จะต้องขึ้นศาลใด รวมถึงสภาพบังคับภายหลังที่ได้ใช้การระงับข้อพิพาทที่มีผลบังคับนั้นจะมีผลมากน้อยเพียงใด แม้ว่ารัฐพิพาทฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะร้องขอต่อศาลที่มีเขตอำนาจเพื่อให้วินิจฉัยที่มีผลบังคับตามท่อนุสัญญาฯ กำหนดก็ตาม แต่หากว่ารัฐพิพาทอีกฝ่ายหนึ่งไม่ได้ให้ความยินยอมต่อการร้องขอดังกล่าวหรือเรียกว่ารัฐนั้นไม่ยอมรับเขตอำนาจศาล อาจจะทำให้ส่งผลต่อสภาพบังคับที่ทำให้อีกฝ่ายไม่มีผลผูกพันต่อการวินิจฉัยที่มีผลบังคับของศาลได้

นอกจากนี้ อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 ยังกำหนดจำกัด ข้อพิพาทในบางเรื่องที่ไม่ถือว่าเป็นการจำกัดอำนาจของรัฐพิพาทที่ไม่สามารถใช้วิธีระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีได้ เช่น ข้อพิพาทเกี่ยวกับเสรีภาพและสิทธิการใช้ทะเล ข้อพิพาทเกี่ยวกับการคุ้มครองและรักษาสีน้ำแดงล้อมทางทะเล ข้อพิพาทเกี่ยวกับการวิจัยวิทยาศาสตร์ทางทะเล และข้อพิพาทเกี่ยวกับการประมง เป็นต้น (เกียรติพงษ์ พิมพ์ใจใส 2535) ข้อพิพาทที่กล่าวมานี้อนุสัญญาฯ กำหนดให้ใช้วิธีการระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับเท่านั้น เนื่องจากเป็นข้อพิพาทที่เกี่ยวกับผลประโยชน์ส่วนรวมที่รัฐทั้งหลายมีสิทธิเสรีภาพเท่าเทียมกันในการใช้ประโยชน์ทางทะเล

ด้วยประการนี้มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการศึกษาวิธีการระงับข้อพิพาทตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 เพื่อให้สามารถเข้าใจกฎหมายที่กำหนดไว้ในปัจจุบันว่ามีประสิทธิภาพในการบังคับใช้ได้มากน้อยเพียงใดและนำมาวิเคราะห์กับคดีพิพาทที่เกิดขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาถึงการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982
- 2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงการระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982
- 3) เพื่อศึกษาถึงแนวทางวิธีการระงับข้อพิพาททั้งสองรูปแบบตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982

3. การทบทวนวรรณกรรม

เกี่ยวกับวิธีการระงับข้อพิพาท จตุรงค์ ถิระวัฒน์ (2563) “เขตอำนาจภาคบังคับของศาลที่ตั้งขึ้นตามภาค 15 แห่งอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 (UNCLOS) โดยวิเคราะห์จากแนวคำพิพากษาของศาลที่ผ่านมา โดยศาลมีแนวทางในการตีความเขตอำนาจภาคบังคับภายใต้ระบอบการระงับข้อพิพาทตามภาค 15 ตั้งแต่ตอนที่ 1 ถึงตอนที่ 3 แห่ง UNCLOS อย่างไร” ผลการวิจัยพบว่าศาลได้ตีความบทบัญญัติต่าง ๆ ในภาค 15 ไปในแนวทางที่ทำให้ตนมีเขตอำนาจในการพิจารณาได้ง่ายยิ่งขึ้น หรือตีความไปในลักษณะที่ขยายเขตอำนาจของตน เช่น การลดทอนความเข้มข้นของการปรับใช้มาตรา 283 เรื่องการแลกเปลี่ยนทัศนะของรัฐภาคีซึ่งเป็นฝ่ายในข้อพิพาท นอกจากนั้นรูปแบบของความตกลงระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ไม่ได้ตัดโอกาสที่จะให้ศาลมีเขตอำนาจภาคบังคับนั้นไม่ถูกบังคับว่าจะต้องเป็นความตกลงที่มีผลผูกพันในทางกฎหมายหรือบัญญัติไว้อย่างชัดเจนถึงเจตนาของคู่กรณี ในตอนที่ 3 เรื่องข้อจำกัดและข้อยกเว้น ศาลได้ตีความข้อยกเว้นและข้อจำกัดอย่างกว้างเช่นกัน หากเป็นกรณีที่ไม่ตกอยู่ภายใต้ข้อ 297 (a) แล้ว คดีต่าง ๆ จะตกอยู่ภายใต้เขตอำนาจภาคบังคับทั้งสิ้นหากเป็นคดีที่เกี่ยวกับการตีความและการใช้ UNCLOS” ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าวิธีการระงับข้อพิพาทเริ่มจากการประนีประนอมโดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นก่อนที่จะตกลงกันไม่ได้แล้ว จึงใช้วิธีการระงับข้อพิพาทแบบมีผลวินิจฉัยบังคับ

เกี่ยวกับแนววินิจฉัยซึ่งเป็นข้อพิพาทตัวอย่างในการใช้วิธีการระงับข้อพิพาทโดยอนุญาโตตุลาการ กล่าวคือ จันตรี สินศุภฤกษ์ (2562) “การชี้ขาดเกี่ยวกับข้อพิพาทระหว่างฟิลิปปินส์และจีนในกรณีของทะเลจีนใต้ ซึ่งคำชี้ขาดนี้ไม่ใช่คำชี้ขาดเกี่ยวกับอำนาจอธิปไตยเหนือพื้นที่ทับซ้อน แต่เป็นเพียงการตีความการเรียกร้องทางทะเลและสิทธิของจีนและฟิลิปปินส์ภายใต้ UNCLOS นอกเหนือไปจากนี้ ศาลอนุญาโตตุลาการไม่มีความตั้งใจที่จะกำหนดเขตแดนทางทะเลสำหรับทั้งสองประเทศ อย่างไรก็ตามไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าคำตัดสินมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญในแง่ของความสามารถในการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ดังกล่าว นอกจากนี้ความน่าเชื่อถือของการเรียกร้องทางประวัติศาสตร์ของจีนอาจกระตุ้นให้ผู้อ้างสิทธิ์รายอื่นเช่นเวียดนามใช้วิธีการเดียวกันเพื่อแก้ไขข้อพิพาท” อนุญาโตตุลาการเป็นเพียงวิธีการระงับข้อพิพาทอย่างหนึ่งที่คู่พิพาทเลือก แต่คำตัดสินของอนุญาโตตุลาการอาจจะไม่ผูกพันคู่พิพาทให้ปฏิบัติตาม ซึ่งอาจมีผลกระทบภายหลังหากว่าข้อพิพาทนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางทะเล

แนววินิจฉัยในการระงับข้อพิพาททางทะเลไทยเมียนมา โดย ยศพนธ์ นิติรุจิโรจน์ (2564) กล่าวว่า “การระงับข้อพิพาทภาคสมัครใจนั้น สามารถบังคับใช้กับกรณีพิพาททางทะเลไทยเมียนมาได้ทุกประเด็นที่พิพาทแม้จะไม่ใช่ข้อพิพาทเกี่ยวกับการตีความและปรับใช้อนุสัญญากฎหมายทะเลก็ตาม แต่ทั้งนี้วิธีดังกล่าวจะถูกนำมาใช้ได้ต่อเมื่อได้รับความยินยอมจากประเทศคู่พิพาทแล้วเท่านั้น ส่วนการนำกระบวนการระงับข้อพิพาทภาคบังคับมาปรับใช้กับปัญหาข้อพิพาททางทะเลไทยเมียนมานั้นยังไม่มีประโยชน์มากนัก เนื่องจากข้อจำกัดในทางกฎหมายทำให้สามารถระงับข้อพิพาทได้เพียงบางประเด็นเท่านั้น ดังนั้น การใช้กลไกระงับข้อพิพาทภาคบังคับต่อกรณีพิพาททางทะเลไทยเมียนมาจึงถือเป็นการสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายโดยใช่เหตุ” ในกรณี

ข้อพิพาทไทยเมียนมามีผลคล้ายกับข้อพิพาททะเลจีนใต้ เนื่องจากว่ารัฐที่เป็นคู่พิพาทย่อมไม่พร้อมใจที่จะถูกบังคับตามคำวินิจฉัยของศาลที่ถูกบังคับ

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 เปิดโอกาสให้รัฐในข้อพิพาทใช้วิธีการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีมากขึ้นไป ทำให้เป็นช่องว่างที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับหรือทำให้ไม่อาจใช้กฎหมายบังคับรัฐได้เท่าที่ควร โดยเฉพาะกับข้อพิพาทที่ส่งผลกระทบต่อประโยชน์ส่วนรวมของรัฐทั้งหลายเกี่ยวกับการใช้สิทธิทางทะเลและสิ่งแวดล้อมทางทะเลที่รัฐทั้งหลายต่างมีสิทธิเท่าเทียมกันในการแสวงประโยชน์ อีกทั้ง การที่อนุสัญญากำหนดทางเลือกของเขตอำนาจศาลหรือองค์การระหว่างประเทศในการใช้วิธีระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับหลายทางเลือก ย่อมส่งผลให้เกิดปัญหาในการตกลงกันของรัฐเพราะแต่ละทางเลือกมีลักษณะที่ต่างกันโดยสิ้นเชิง ยิ่งไปกว่านั้น หากว่ามีการร้องขอของรัฐในข้อพิพาทฝ่ายหนึ่งต่อศาลหรือองค์การระหว่างประเทศที่มีอำนาจตามที่อนุสัญญากำหนดไว้จริง แต่รัฐอีกฝ่ายหนึ่งไม่ยินยอมที่จะผูกพันในคำวินิจฉัยของศาลหรือองค์การระหว่างประเทศนั้นแล้ว ย่อมส่งผลให้สภาพบังคับดังกล่าวไม่มีประสิทธิภาพและทำให้ข้อพิพาทนั้นยังคงไม่ได้รับการระงับในที่สุด

5. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ได้ศึกษาในรูปแบบของการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยการศึกษาจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ บทความ เอกสารหรือวารสารทางวิชาการ ความคิดเห็นของนักนิติศาสตร์และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับกฎหมายทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนอินเทอร์เน็ต

6. ผลการวิจัย

จากการศึกษา ผู้เขียนจึงแบ่งปัญหากฎหมายเกี่ยวกับวิธีการระงับข้อพิพาทตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 ออกเป็น 2 ประการ ดังนี้

1. วิธีการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธี

อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 ได้กำหนดวิธีการระงับข้อพิพาทโดยเฉพาะกับกรณีข้อพิพาททางทะเล ซึ่งวิธีการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีเป็นวิธีระงับข้อพิพาทที่คู่พิพาทมักเลือกใช้เป็นอันดับแรกตามข้อ 297 (a) ที่อนุสัญญามีเจตนารมณ์ให้ข้อพิพาทที่เกิดขึ้นได้รับการระงับมากที่สุด แต่อย่างไรก็ตามวิธีการระงับข้อพิพาทนี้จะต้องไม่ขัดหรือแย้งกับอนุสัญญานี้ด้วย นอกจากนี้ตามมาตรา 280 ยังเปิดโอกาสให้รัฐในข้อพิพาททั้งสองฝ่ายใช้วิธีการเจรจา ไกล่เกลี่ย ดังนั้น วิธีการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธี จึงเป็นวิธีการระงับข้อพิพาทที่รัฐพิพาทต่างสนใจที่จะเลือกเป็นวิธีการระงับข้อพิพาทของตนมากกว่าการนำข้อพิพาทนั้นขึ้นสู่ศาลยุติธรรม หรือแม้แต่ศาลกฎหมายทะเลระหว่างประเทศก็ตาม เพราะเมื่อใดที่รัฐตัดสินใจนำข้อพิพาทขึ้นสู่ศาลแล้ว เท่ากับว่ารัฐพิพาททั้งสองฝ่ายนั้นจะต้องยอมรับผลการวินิจฉัยที่มีผลบังคับกับตนด้วย และเป็นลักษณะของการจำกัดอำนาจอธิปไตยของรัฐ

อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนเห็นว่าการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ข้อดีคือเป็นวิธีการที่รัฐพิพาทมีโอกาสเลือกรูปแบบการระงับข้อพิพาทตามที่ตนสนใจ แต่ข้อเสียคือการที่อนุสัญญาเปิดโอกาสให้รัฐพิพาทเลือกวิธีระงับโดยสันติวิธีมากเกินไป อาจเกิดเป็นช่องว่างที่รัฐพิพาทอาจจะไม่ใช้วิธีระงับทางศาลเลยก็ได้ แม้ว่าท้ายที่สุดข้อพิพาทนั้นจะไม่ถูกระงับโดยวิธีสันติที่ได้เลือกแล้วก็ตาม ทำให้เกิดปัญหาข้อพิพาทนั้นคงค้างคาไม่ได้รับการระงับจนในที่สุดข้อพิพาทนั้นอาจส่งผลกระทบต่อรัฐอื่นที่ไม่ใช่คู่พิพาท

ได้ โดยเฉพาะในเรื่องประเด็นข้อพิพาทในเรื่องของสิ่งแวดล้อมทางทะเล เนื่องจากว่าประเด็นนี้เป็นพันธกรณีของรัฐที่จะต้องทำหน้าที่คุ้มครองสิ่งแวดล้อมทางทะเลเหล่านี้ไปพร้อม ๆ กับการใช้สิทธิแสวงหาประโยชน์ แต่หากปล่อยให้รัฐคู่พิพาทยอมใช้วิธีสันติให้ระงับอาจจะไม่ได้รับการแก้ปัญหาที่เหมาะสมมากนัก หรืออาจจะเป็นปัญหาสะสมและรุนแรงยากที่จะได้รับการฟื้นฟูต่อไปได้

2. วิธีการระงับข้อพิพาทที่มีผลบังคับ

นอกจากวิธีการระงับข้อพิพาทโดยสันติแล้ว อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 ยังเห็นถึงความสำคัญในบางกรณีที่ไม่อาจให้รัฐในข้อพิพาทเลือกวิธีการระงับโดยสันติด้วยตนเองได้ ดังนั้น อนุสัญญาจึงกำหนดให้ข้อจำกัดอำนาจรัฐหรือจำกัดให้รัฐต้องยอมรับเขตอำนาจของศาลในบางเรื่อง โดยใช้วิธีการระงับข้อพิพาทที่มีผลบังคับตามข้อ 297 (a) และมาตรา 298 เพราะอนุสัญญาตระหนักถึงปัญหาของการเลือกวิธีระงับข้อพิพาทแบบสันติจากรัฐคู่พิพาทว่า หากเกิดเป็นกรณีที่รัฐคู่พิพาททะเลเลยหรือไม่ใส่ใจที่จะระงับข้อพิพาทนั้นแล้ว ก็จะทำให้เกิดผลกระทบอื่น ๆ ตามมาได้ ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่รัฐคู่พิพาทเท่านั้นแต่อาจส่งผลกระทบต่อรัฐอื่น ๆ ที่เป็นภาคีในอนุสัญญาด้วย

ช่องว่างของอนุสัญญาเกี่ยวกับการระงับข้อพิพาทผู้เขียนเห็นว่ามาตรา 282 เป็นเรื่องกำหนดความตกลงของรัฐพิพาทที่อาจทำความตกลงว่าจะไม่นำข้อพิพาทเข้าสู่วิธีดำเนินการวินิจฉัยที่มีผลบังคับแม้ว่าการใช้วิธีการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีจะไม่เกิดผลบังคับก็ตาม ทำให้เกิดช่องว่างของกฎหมายที่กำหนดไว้แต่ไม่สามารถนำวิธีการวินิจฉัยที่มีผลบังคับมาปรับใช้ได้เลย อันเป็นผลมาจากที่อนุสัญญาให้อำนาจรัฐพิพาทมีอิสระในการตัดสินใจที่จะไม่ให้ข้อพิพาทของตนได้รับการวินิจฉัยที่มีผลบังคับ ทำให้เกิดปัญหาข้อพิพาทค้างคา เนื่องจากการให้อำนาจแก่รัฐพิพาทมากเกินไป เพราะปัญหาบางเรื่องจะต้องได้รับการดำเนินการที่มีผลบังคับเท่านั้น เช่น ข้อพิพาทเกี่ยวกับการคุ้มครองและรักษาสีงแวดล้อมทางทะเลตามข้อ 297 (a) เป็นต้น ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

ดังที่ผู้เขียนได้ยกรณศึกษาศึกษาเกี่ยวกับข้อพิพาทหมู่เกาะสเปรตลีย์ ซึ่งผู้เขียนขอยกประเด็นในส่วนของผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางทะเล ซึ่งถือว่าเป็นประเด็นสำคัญประเด็นหนึ่งของข้อพิพาทนี้ เริ่มจากการที่ฟิลิปปินส์กล่าวอ้างว่าเงินทำการละเมิดสิทธิทางการประมงและการใช้ทรัพยากรทางทะเลของจีนมีผลกระทบต่อฟิลิปปินส์ (สมชัย ศิริสมบุญเวช 2553) ศาลอนุญาโตตุลาการมีคำชี้ขาดว่าจีนได้กระทำการละเมิดต่ออนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 ข้อ 77 ซึ่งวางหลักไว้ว่า รัฐชายฝั่งใช้สิทธิอธิปไตยเหนือไหล่ทวีปเพื่อความมุ่งประสงค์ในการสำรวจและแสวงหาผลประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติของไหล่ทวีป ทรัพยากรนี้ประกอบไปด้วยแร่และทรัพยากรไม่มีชีวิตอย่างอื่นของพื้นดินท้องทะเลและใต้ผิวดิน รวมไปถึงข้อ 56 ซึ่งวางหลักไว้ว่า ในเขตเศรษฐกิจจำเพาะรัฐชายฝั่งมีสิทธิอธิปไตยเพื่อความมุ่งประสงค์ในการสำรวจและแสวงหาประโยชน์การอนุรักษ์และจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิตในน้ำเหนือพื้นดินท้องทะเลและในพื้นดินท้องทะเลก้นดินใต้ผิวดินของพื้นดินท้องทะเลนั้น รวมไปถึงสิทธิอธิปไตยในกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อการแสวงหาประโยชน์และสำรวจทางเศรษฐกิจในเขต โดยการควบคุมดูแลเรือเดินสมุทรซึ่งเกี่ยวข้องกับการสำรวจเจาะหาน้ำมันของฟิลิปปินส์ และการหยุดการทำประมงในเขตเศรษฐกิจจำเพาะของฟิลิปปินส์ นอกจากนี้ศาลยังชี้ว่าจีนได้กระทำการละเมิดข้อ 58(3) แห่งอนุสัญญาซึ่งวางหลักไว้ว่าในการใช้สิทธิและปฏิบัติหน้าที่ของรัฐภายใต้อนุสัญญาในเขตเศรษฐกิจจำเพาะ รัฐอื่น ๆ จะต้องคำนึงตามควรถึงสิทธิและหน้าที่ของรัฐชายฝั่งและจะต้องปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่ออกโดยรัฐชายฝั่งตามบทบัญญัติของอนุสัญญาและหลักเกณฑ์อื่นของกฎหมายระหว่างประเทศที่ขัดกับอนุสัญญานี้ ทั้งนี้ การกระทำของจีนล้มเหลวในการป้องกันไม่ให้เรือสัญชาติจีนเข้ามาแสวงหาประโยชน์ในทรัพยากรทางทะเลรวมถึงการเคารพในสิทธิอธิปไตยในเขตเศรษฐกิจจำเพาะของฟิลิปปินส์

ศาลอนุญาโตตุลาการจึงมีคำชี้ขาดจากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญทางชีววิทยาแนวปะการังรวมถึงภาพถ่ายดาวเทียมว่าเงินกระทำการละเมิดต่ออนุสัญญา ข้อ 192 ซึ่งวางหลักไว้ว่า รัฐมีพันธกรณีที่จะต้องคุ้มครองและรักษาสีงแวดล้อมทางทะเล และข้อ 194 ซึ่งวางหลักไว้ว่า ให้รัฐใช้มาตรการทั้งปวงที่สอดคล้องกับอนุสัญญาซึ่งจำเป็นเพื่อป้องกัน ลด และควบคุมภาวะมลพิษของสิ่งแวดล้อมทางทะเล โดยใช้วิธีการปฏิบัติที่ดีที่สุดซึ่งมีอยู่ และมาตรการที่ใช้ให้รวมถึงมาตรการที่จำเป็นเพื่อคุ้มครองและรักษาระบบนิเวศที่

หายากหรือถูกทำลายได้ง่าย รวมถึงที่อยู่อาศัยของชนิดพันธุ์และสิ่งมีชีวิตทางทะเลที่ใกล้จะสูญพันธุ์ถูกคุกคาม หรือที่อยู่ในอันตราย นอกจากนี้ศาลยังกล่าวว่าการที่จีนสร้างสิ่งปลูกสร้างบน Mischief Reef โดยปราศจากการอนุญาตจากฟิลิปปินส์นั้นถือเป็นการละเมิดสิทธิอธิปไตยในเขตเศรษฐกิจจำเพาะและเขตไหล่ทวีปของฟิลิปปินส์รวมไปถึงเป็นการละเมิดอนุสัญญาด้วย (PCA Case N° 2013-19, In the Matter of the South China Sea Arbitration : The Republic of the Philippines v. The People's Republic of China, 2016: p. 271-272)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการกระทำของจีนดังกล่าวเป็นการทำลายสิ่งแวดล้อมทางทะเลและเป็นการฝ่าฝืนพันธกรณีที่ดินเป็นภาคีในอนุสัญญานี้ และสิ่งเหล่านี้ทำให้ศาลอนุญาโตตุลาการตระหนักถึงวิธีการระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับโดยผ่านคำตัดสินจากศาลนั่นเอง เพราะในทางกลับกันหากเปิดช่องให้คู่พิพาทใช้วิธีระงับโดยสันติและตกลงกันที่จะไม่ใช้วิธีอื่นที่มีผลบังคับแล้ว ย่อมทำให้ปัญหาสิ่งแวดล้อมทางทะเลได้รับผลกระทบอย่างเป็นวงกว้างและขยายความรุนแรงยากที่จะฟื้นฟูให้กลับสู่สภาพเดิม

7. อภิปรายผล

จากการศึกษาผู้เขียนจึงขอสรุปผลจากการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการระงับข้อพิพาทของอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 ดังนี้

1. วิธีการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธี

เนื่องจากวิธีการระงับข้อพิพาทตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 ได้กำหนดวิธีการระงับ ข้อพิพาทในรูปแบบต่าง ๆ ที่เป็นอิสระและเป็นความสมัครใจของรัฐพิพาทเองที่จะเลือกวิธีสันติใด ๆ ก็ได้ที่เห็นว่าเหมาะสมกับ ข้อพิพาทที่เกิดขึ้นตามมาตรา 280 ซึ่งเป็นลักษณะของการใช้วิธีการเจรจา โกล่เกลี่ยมากกว่าเพราะการที่รัฐคู่พิพาทเลือกวิธีใด ก็ตามเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวแล้ว อาจทำให้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้รับการแก้ไขและยุติโดยเร็วและเป็นที่พอใจของรัฐพิพาท อย่างไรก็ตาม แม้อนุสัญญาจะเปิดโอกาสให้รัฐคู่พิพาทสามารถเลือกวิธีที่ตนเห็นว่าเหมาะสมหรือเป็นวิธีที่สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างประนีประนอมมากกว่าที่จะให้ศาลมีคำพิพากษาหรือคำสั่งที่มีผลบังคับตามข้อกำหนดของมาตรา 282 นั้นก็ตาม แต่ตรงข้ามวิธีการระงับโดยสันติกลับมีช่องว่างทางกฎหมายได้ เพราะหากรัฐพิพาทใช้ช่องว่างของกฎหมายดังกล่าวเพื่อที่จะตกลงกันไม่ให้ ข้อพิพาทที่เกิดขึ้นโดยเฉพาะกับข้อพิพาทที่เกิดจากการถมทะเลชายฝั่งให้ได้รับการวินิจฉัยที่มีผลบังคับแล้ว เช่นนี้จะส่งผลให้ ข้อพิพาทที่เกิดขึ้นไม่ได้รับการแก้ไขและเป็นการทิ้งค้างไว้ซึ่งปัญหาดังกล่าว ผู้เขียนจึงเห็นว่า ข้อกำหนดในมาตรา 282 เป็นข้อบกพร่องที่ทำให้วิธีการระงับข้อพิพาทที่มีผลบังคับนั้นไม่มีประสิทธิภาพและไม่สามารถบังคับรัฐคู่พิพาทได้เลย

2. วิธีการระงับข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับ

นอกจากวิธีระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีแล้ว อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 ได้กำหนดวิธีการระงับ ข้อพิพาทที่มีผลวินิจฉัยบังคับไว้ด้วย แต่กำหนดไว้เฉพาะข้อพิพาทบางเรื่องที่อนุสัญญาไม่อาจปล่อยให้รัฐคู่พิพาทแก้ไขปัญหาระหว่างกันเองได้ โดยเป็นลักษณะของการจำกัดอำนาจรัฐหรือจำกัดให้รัฐต้องยอมรับเขตอำนาจของศาลหากเกิดข้อพิพาทที่กำหนดไว้ โดยวิธีการระงับข้อพิพาทที่มีผลบังคับตามข้อ 297 (a) และมาตรา 298 นั้นเอง เพราะอนุสัญญายังมองเห็นถึงปัญหาของการเลือกวิธีระงับข้อพิพาทแบบสันติจากรัฐพิพาทว่า หากเกิดเป็นกรณีที่รัฐพิพาททะเลเลยหรือไม่ใส่ใจที่จะทำให้อันตรธานและปล่อยให้ปัญหายืดเยื้อออกไป ก็จะทำให้เกิดผลกระทบอื่น ๆ ตามมาได้ ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่รัฐพิพาทเท่านั้น โดยเฉพาะข้อพิพาทเกี่ยวกับการคุ้มครองและรักษาสีงแวดล้อมทางทะเลที่อนุสัญญาให้ความสำคัญถึงการใช้และรวมถึงการแสวงหาประโยชน์ของทรัพยากรทางทะเลให้เป็นทรัพยากรทางทะเลที่ทุกรัฐมีสิทธิร่วมกัน

อย่างไรก็ตาม แม้ว้อนุสัญญาจะกำหนดข้อพิพาทบางเรื่องที่จะต้องให้มีการวินิจฉัยที่มีผลบังคับเท่านั้น แต่ในทางปฏิบัติในหลาย ๆ ข้อพิพาทที่เกิดขึ้นมักจะไม่ได้รับการวินิจฉัยที่มีผลบังคับอย่างแท้จริง เช่น ข้อพิพาทหมู่เกาะสแปรตลีย์ เป็นต้น แม้จะเป็น

ข้อพิพาทที่รัฐพิพาทให้ความสำคัญในประเด็นของอำนาจอธิปไตยและสิทธิอธิปไตยที่จะได้ครอบครองหมู่เกาะสแปรตลีย์ก็ตาม แต่จะเห็นได้ว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่จีนได้ทำขึ้นเป็นกิจกรรมของมนุษย์ที่ทำลายสิ่งแวดล้อมทางทะเลอย่างร้ายแรง แม้จะเป็นพื้นที่หนึ่งที่น่าจะส่งผลกระทบต่อเพียงบางรัฐที่ใกล้ชิดก็ตาม แต่เจตนาของอนุสัญญา คือ การใช้สิทธิและหน้าที่ในการคุ้มครองและรักษาสภาพแวดล้อมทางทะเลร่วมกันของรัฐ และเป็นข้อพิพาทที่อนุสัญญากำหนดไว้อย่างชัดเจนที่จะต้องได้รับการวินิจฉัยที่มีผลบังคับเท่านั้น ดังนั้น หากว่าประเด็นใดประเด็นหนึ่งในข้อพิพาทเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมทางทะเล ศาลมีเขตอำนาจที่จะมีข้อวินิจฉัยที่มีผลบังคับได้ โดยพิจารณาแยกกรณีของสิ่งแวดล้อมทางทะเลออกเป็นประเด็นต่างหากได้

8. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ได้องค์ความรู้ในเรื่องวิธีการระงับข้อพิพาททางทะเลตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 ได้ทราบถึงข้อดีและข้อเสียในแต่ละวิธีการระงับข้อพิพาท ไม่ว่าจะเป็นวิธีการระงับข้อพิพาทแบบสันติ หรือแม้แต่วิธีการระงับข้อพิพาทแบบคำวินิจฉัยบังคับก็ตาม ทั้งนี้จากการศึกษาค้นคว้าทำให้สามารถแยกแยะประเภทของคดีที่จะใช้วิธีการระงับข้อพิพาททางทะเลแบบใดจึงจะเหมาะสมและแก้ปัญหาได้ตรงประเด็น

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับวิธีการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีในส่วนของการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีนั้น ผู้เขียนเสนอแนะว่าการให้โอกาสกับรัฐในการเลือกรูปแบบของ การระงับข้อพิพาทนั้นเป็นผลดีต่อรัฐพิพาทเอง และเป็นการเคารพถึงอำนาจอธิปไตยของรัฐด้วย แต่ทั้งนี้ การจะเลือกวิธีการระงับข้อพิพาทโดยสันติวิธีไม่จะเป็นในรูปแบบใดก็ตาม เมื่อผลการระงับข้อพิพาทไม่เกิดผลหรือไม่สามารถระงับได้ตามวิธีที่เลือกแล้ว รัฐพิพาทจะต้องนำข้อพิพาทนั้นขึ้นสู่ศาลเพื่อให้เกิดผลการระงับข้อพิพาทที่มีผลบังคับด้วย มิเช่นนั้นช่องว่างของกฎหมายจะยังคงอยู่ต่อไปและไม่เกิดประสิทธิภาพเท่าที่ควร โดยการแก้ไขเพิ่มเติมไว้ในมาตรา 282 ให้นำรัฐพิพาทให้วิธีสันติเพื่อระงับข้อพิพาทได้ แต่กำหนดต่อไปว่าหากวิธีสันตินั้นไม่อาจทำให้ข้อพิพาทระงับได้แล้วและเมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าข้อพิพาทนั้นจะส่งผลกระทบเป็นวงกว้างต่อรัฐอื่น ๆ ด้วยแล้ว รัฐพิพาทนั้นจะต้องนำข้อพิพาทดังกล่าวเข้าสู่กระบวนการทางศาลเพื่อให้มีการระงับโดยแท้จริงแม้ว่าจะต้องมีผลบังคับก็ตาม

2. ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับวิธีการระงับข้อพิพาทที่มีผลบังคับในส่วนของการระงับข้อพิพาทที่มีผลบังคับนั้น ผู้เขียนเสนอแนะว่าควรพิจารณาและแก้ไขเพิ่มเติมเกี่ยวกับข้อกำหนดของอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 ในเรื่องของวิธีการระงับข้อพิพาทที่มีการวินิจฉัยเป็นผลบังคับโดยเฉพาะ มาตรา 286 เป็นข้อกำหนดเกี่ยวกับการที่รัฐคู่พิพาทฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งประสงค์ให้ศาลมีเขตอำนาจเหนือข้อพิพาทนั้น โดยที่อีกฝ่ายหนึ่งไม่ได้สมัครใจหรือไม่ได้รับรู้ถึงการนั้นด้วย ในส่วนนี้ผู้เขียนเห็นว่าควรแก้ไขเพิ่มเติมในส่วนของการระงับข้อพิพาทที่เกิดขึ้นหากว่าปรับเข้ากับมาตรา 297 หรือกล่าวได้ว่าเป็นข้อพิพาทที่ตรงกับข้อจำกัดสิทธิของรัฐตามมาตรา 297 นั่นเอง เมื่อเกิดเป็นข้อพิพาทดังกล่าวแล้ว รัฐคู่พิพาทเพียงฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมีสิทธิที่จะนำข้อพิพาทนั้นขึ้นสู่ศาลให้มีการวินิจฉัยที่มีผลบังคับเพียงฝ่ายเดียวได้และผลการวินิจฉัยของศาลผูกพันรัฐคู่พิพาทอีกฝ่ายหนึ่ง

อันเนื่องมาจากข้อ 297 (a) เมื่ออนุสัญญากำหนดไว้อย่างชัดเจนว่าข้อพิพาทใดบ้างที่รัฐคู่พิพาทจำกัดสิทธิให้ต้องใช้วิธีการระงับข้อพิพาทที่มีผลการวินิจฉัยบังคับเท่านั้น ผู้เขียนเสนอแนะว่าควรแก้ไขเพิ่มเติมในมาตรา 287 โดยการกำหนดเขตอำนาจศาลไว้อย่างชัดเจนว่าศาลใดมีอำนาจวินิจฉัยข้อพิพาทที่เกิดขึ้นดังกล่าวได้ โดยไม่ควรนำทางเลือกของศาลมากำหนดไว้ เพราะทำให้ทับซ้อนอยู่ติดกันแล้วไม่มีประสิทธิภาพในการบังคับใช้หรือไม่สมกับเจตนารมณ์ของกฎหมายที่กำหนดไว้ และไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ เมื่อข้อพิพาทนั้นสุดท้ายแล้วรัฐคู่พิพาทยังคงเลือกประเภทของศาลที่มีควาวินิจฉัยไม่บังคับคู่พิพาทอยู่ดี ดังเช่นกรณีศาลอนุญาโตตุลาการและศาล

อนุญาโตตุลาการพิเศษ ดังนั้น ผู้เขียนเห็นว่า อนุสัญญาควรแก้ไขเพิ่มเติมโดยการกำหนดให้ศาลกฎหมายทะเลระหว่างประเทศเป็นศาลที่มีเขตอำนาจในการวินิจฉัยข้อพิพาทที่มีการวินิจฉัยที่มีผลบังคับเพียงศาลเดียวเท่านั้น และจะเป็นการสมกับเจตนารมณ์ของอนุสัญญาที่รวบรวมหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ขึ้นมาจนเป็นกฎหมายทะเลที่ใช้บังคับจนถึงปัจจุบันและการกำหนดให้มีศาลทะเลระหว่างประเทศเพื่อให้พิจารณาหรือตีความการใช้ทะเลตามหลักเกณฑ์ของอนุสัญญานี้ด้วย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้เขียนขอเสนอแนะว่าในการทำวิจัยครั้งต่อไปให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายหรือข้อกำหนดดังกล่าวของอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982 โดยการศึกษาการดำเนินการในลักษณะการประชุมร่วมกันในระหว่างประเทศของรัฐตามกฎหมายระหว่างประเทศ โดยการเจรจาหรือปรึกษาหารือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว เมื่อได้ผลสรุปจากการประชุมกันแล้ว รัฐที่เป็นภาคีสมาชิกของอนุสัญญามีพันธกรณีจะต้องอนุวัติการกฎหมายภายในของตนเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายระหว่างประเทศ ทั้งนี้ การทำความเข้าใจหรือการทำความเข้าใจสนธิสัญญาให้ดำเนินการตามหลักกฎหมายของอนุสัญญากรุงเวียนนาว่าด้วยกฎหมายสนธิสัญญา ค.ศ. 1969 ด้วย เพื่อให้เกิดการแก้ไขหรืออุดช่องว่างของกฎหมายได้อย่างแท้จริง

รายการอ้างอิง

- เกียรติพงษ์ พิมพ์ใจใส. (2535). *นายทหารพระธรรมนูญกับกฎหมายให้อำนาจเจ้าหน้าที่ทหารเรือในการคุ้มครองผลประโยชน์แห่งชาติทางทะเล*. เอกสารประจำภาควิชาการทัพเรือ.
- จันทร์ สิ้นสุภฤกษ์. (2562). *กฎหมายระหว่างประเทศ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- จตุรนต์ ธีระวัฒน์. (2563). *กฎหมายระหว่างประเทศ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). โรงพิมพ์เดือนตุลา.
- จุมพต สายสุนทร. (2534). *ย่อหลักกฎหมายระหว่างประเทศว่าด้วยกฎหมายทะเล*. สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- นิสิตดา หงส์ชูเกียรติ. (2546). *การระงับข้อพิพาทโดยวิธีการประนีประนอมที่มีลักษณะบังคับตามอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยศพนธ์ นิธิจิโรจน์. (2564). *การระงับข้อพิพาททางทะเลไทยเมียนมาภายใต้กลไกระงับข้อพิพาทของอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982: บทเรียนจากคดีทะเลจีนใต้*. *วารสารนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 4(1), 131-158.
- สมชัย ศิริสมบูรณ์เวช. (2553). *กฎหมายระหว่างประเทศว่าด้วยทะเล* (พิมพ์ครั้งที่ 5). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สิทธิธาดา สิทธิสุข. (2535). *ประสิทธิภาพของวิธีการระงับข้อพิพาทที่มีลักษณะบังคับในอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยกฎหมายทะเล ค.ศ. 1982*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- PCA Case N° 2013-19. (2016). *In the Matter of the South China Sea Arbitration: The Republic of the Philippines v. The People's Republic of China*. Registry: Permanent Court of Arbitration.

การวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าโครงการวิจัยภูมิปัญญา

การแพทย์แผนไทยและสมุนไพร

THE VALUE ANALYSIS AND ASSESSMENT OF RESEARCH PROJECTS
ON THAI TRADITIONAL MEDICAL KNOWLEDGE AND HERBSสมศักดิ์ กริชชัย¹ ปกรสิทธิ์ หนูช่วย² และ จิราณุวัฒน์ หอมบรรเทิง³

Somsak Kreechai, Pakornsit Nuchuy and Jiranuawt Hombunteing

Article History

Received: 28-03-2023; Revised: 22-06-2023; Accepted: 22-06-2023

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าโครงการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร ปี 2560-2564 ที่ได้รับสนับสนุนทุนเพื่อการศึกษาวิจัยและพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ภายใต้แผนปฏิบัติงานกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย เก็บข้อมูลและกำหนดประเด็นวิเคราะห์ประเมินความคุ้มค่าและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการนำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการและเชิงพาณิชย์จากข้อมูลเอกสาร ได้แก่ รายงานความก้าวหน้าโครงการฯ โดยใช้รูปแบบของ CIPP Model ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านบริบท (Context Evaluation) ด้านปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation) ด้านกระบวนการ (Process Evaluation) และด้านผลผลิต (Product Evaluation) เสร็จสิ้นสมบูรณ์ 80 โครงการ ด้านบริบท

ผลการวิจัยพบว่า

องค์ความรู้ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร 40% ได้รับอนุมัติปี 2563 และ 21.25% ปี 2562 ตามลำดับ ด้านปัจจัยนำเข้า พบว่า 75% หัวหน้าโครงการเป็นบุคลากรสังกัดมหาวิทยาลัยที่จัดการเรียนการสอนและมีประสบการณ์ด้านการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร 25% สังกัดหน่วยงานรัฐ ตามลำดับ ระยะเวลาดำเนินงาน 1 ปี (88.75%) และใช้งบประมาณอย่างเหมาะสม สอดคล้องตามกิจกรรมกำหนด ด้านกระบวนการ พบว่า ปี 2562-2563 จำเป็นต้องทบทวนรูปแบบดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จ ท่ามกลางสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และด้านผลผลิตของการดำเนินงาน พบว่า รูปแบบการวิจัยตำรับยาสมุนไพร 46.25% วิจัยสมุนไพรเดี่ยว 35% และวิจัยรูปแบบหัตถการ/อื่นๆ 18.75% ตามลำดับ ผลกระทบที่เกิดขึ้นเบื้องต้น พบว่า สามารถ

¹⁻³ สำนักงานบริหารกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุขFund Management for Thai Traditional Medicine Industry Department of Thai Traditional and Alternative Medicine
Ministry of Public Health

E-mail: augus_organ@hotmail.com *Corresponding Author

นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการ ได้แก่ ข้อมูลการเพิ่มข้อบ่งชี้ใหม่ตามองค์ความรู้ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยของตำรับยาแผนไทยและยาสมุนไพร เช่น ยาหอมนวโกฐ (เพิ่มความจำ) ยาปลุกไฟธาตุ (บำรุงน้ำนม) และเชิงพาณิชย์ ได้แก่ ข้อมูลการพัฒนาแบบการใช้ (ยารักษาแบบเม็ดเคี้ยว) และข้อมูลเพื่อรองรับโรคอุบัติใหม่ เช่น ยาฟ้าทะลายโจร ด้านโควิด-19 สามารถเกิดผลลัพธ์ด้านการส่งเสริม รักษาฟื้นฟู สุขภาพของประชาชน ทดแทนการขาดแคลนยา ลดการนำเข้าจากต่างประเทศ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจทำให้ประเทศพึ่งตนเองด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรมากขึ้น

คำสำคัญ: วิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่า; ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย; การแพทย์แผนไทย

ABSTRACT

This study aims to analyze and assess the value of research projects on Thai traditional medical knowledge and herbs during the year 2017-2021 which received funding for research and development of Thai traditional medicine knowledge, under the action plan of the Thai Traditional Medicine Knowledge Fund. The study collected data and defined analysis issues and assessed the value and impact resulting from the academic and commercial utilization based on the data sources, including progress reports on the project, according to the funding agreement, complete reports, and the summary of academic presentations at the National Herbal Expo. The analysis and evaluation of the project were conducted using the CIPP Model, which consists of four dimensions: Context Evaluation, Input Evaluation, Process Evaluation, and Product Evaluation. The study of 80 completed projects

The research found that:

Revealed that regarding the Context Evaluation, 40% of all projects 'principles and reasons for re-searching Thai traditional medicine and herbal medicine knowledge received approval in 2020 (B.E.2563), and 21.25% received approval in 2019 (B.E.2562). According to the Input Evaluation, it was found that 75% of project leaders were university-affiliated personnel involved in teaching and had experience in Thai traditional medicine and herbal medicine. The remaining 25% were affiliated with government agencies. The projects were implemented within a one-year timeframe (88.75%) and utilized the allocated budget in alignment with the defined activities. In terms of the Process Evaluation, it was found that during the years 2019-2020 (B.E.2562-2563), adjustments had to be made to the work format to achieve successful outcomes due to the COVID-19 pandemic situation. According to the Product Evaluation, it was found that there were 46.25% of the research formats of herbal medicine preparations, 35% of single herb research, and 18.75% of other forms of procedure research. Preliminary results show that the data obtained can be utilized for academic purposes, such as developing new indications based on the knowledge of Thai traditional medicine and herbal medicine. For example, products like "Ya Hom Nawa Kot" (memory enhancement) and "Ya Pluk Fai Dhatu" (lactation support) have potential academic value. Moreover, the commercial benefits derived from this include the development of usable formats, such as chewable pellets for "Ya Dhatu Ob-choey (cinna-

mon tonic)", and the provision of data to support the management of emerging diseases, such as "Ya Fa Thalai Jone" for anti-COVID-19. These efforts can yield positive outcomes in terms of promoting, treating, and rehabilitating the health of the population, replacing medication shortages, reducing the importation of drugs from foreign countries, and generating economic value by enhancing the country's self-reliant herbal products.

Keywords: value analysis and assessment; Thai traditional medical knowledge; Thai Traditional Medicine

1. บทนำ

พระราชบัญญัติคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542 มาตรา 76 ให้จัดตั้งกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยขึ้นภายในกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข เพื่อเป็นทุนหมุนเวียนสำหรับใช้จ่ายเกี่ยวกับการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร (กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2564) สอดคล้องกับทิศทางการกระทรวงสาธารณสุขที่มีนโยบายมุ่งเน้นพัฒนางานด้านการแพทย์แผนไทย โดยการนำความรู้ที่เป็นผลลัพธ์ทางวิชาการมาประยุกต์ใช้ในการร่วมจัดบริการทางการแพทย์และสาธารณสุขในสถานบริการสาธารณสุขของรัฐ และส่งเสริม สนับสนุน การศึกษาวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร เพื่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงพาณิชย์ สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ประเทศไทยสามารถพึ่งตนเองด้านยาได้มากขึ้น

กองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ตระหนักถึงความสำคัญทางด้านตำรายาแผนไทยและสมุนไพร ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อันมีประโยชน์ต่อการนำมาพัฒนาศึกษาข้อบ่งใช้ ทดสอบฤทธิ์ และประสิทธิผลเพื่อการผลักดันเข้าสู่บัญชียาหลักแห่งชาติด้านสมุนไพร และเพิ่มการเข้าถึงการใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพรของประชาชน ให้สอดคล้องตามประกาศคณะกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ เรื่อง บัญชียาหลักแห่งชาติด้านสมุนไพร พ.ศ. 2564 ได้แบ่งยาในบัญชียาหลักแห่งชาติไว้ 3 บัญชีย่อย ได้แก่ บัญชี 1 คือ รายการยาที่ใช้ป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านสุขภาพ มีหลักฐานที่สนับสนุนการใช้ตามสรรพคุณ (health benefits) หรือข้อบ่งใช้ (clinical indication) มีประสิทธิผลการใช้ในประเทศอย่างเพียงพอ สามารถใช้ในสถานพยาบาล บัญชี 2 คือ รายการยาที่ต้องใช้โดยแพทย์แผนไทยหรือแผนไทยประยุกต์หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากผู้อำนวยการของสถานพยาบาล นั้นๆ โดยใช้องค์ความรู้การแพทย์แผนไทย บัญชี 3 คือ รายการยาสำหรับโครงการพิเศษของหน่วยงานของรัฐ

แผนปฏิบัติการกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 - 2564 ได้สนับสนุนงบประมาณวงเงิน 70,753,905 บาท (เจ็ดสิบล้านเจ็ดแสนห้าหมื่นสามพันเก้าร้อยห้าบาทถ้วน) ในการดำเนินงาน 80 โครงการ ที่เกี่ยวกับการพัฒนาการศึกษาวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ด้านฤทธิ์ยาและสรรพคุณ ได้ข้อมูลด้านประสิทธิผลและความปลอดภัย ที่สามารถนำไปเป็นข้อมูลทางวิชาการในการเพิ่มข้อบ่งใช้ของตำรายาแผนไทย และสมุนไพรให้สามารถใช้ทดแทนยาแผนปัจจุบันได้ เพื่อผลักดันเข้าสู่บัญชียาหลักแห่งชาติด้านสมุนไพร พัฒนาลิขสิทธิ์สมุนไพร พัฒนาระบบบริการรูปแบบใหม่ในระบบบริการสาธารณสุขของประเทศ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพิ่มการเข้าถึงการใช้ตำรายาแผนไทยและสมุนไพร ในการดูแลสุขภาพของประชาชนในวงกว้าง

พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์วิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 ระบุในหลักการและเหตุผลของการประเมินความคุ้มค่า ส่วนราชการต้องประเมินระหว่างปัจจัยนำเข้ากับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ผู้ศึกษาในฐานะผู้บริหารทุนหมุนเวียน

ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการสำนักงานบริหารกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย จึงได้สนใจจัดทำรายงานการศึกษาวเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าโครงการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพรที่กองทุนให้การสนับสนุน การนำผลผลิต (Output) ที่สำคัญและผลลัพธ์ (Outcome) ที่เกิดขึ้น มาสนับสนุนทางวิชาการและเชิงพาณิชย์ ในการสร้างความเชื่อมั่นตำรับยาแผนไทยและยาสมุนไพรในระบบบริการสาธารณสุขและประชาชน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าโครงการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร ตามแผนปฏิบัติงานของกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ปี 2560 – 2564
2. เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการนำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการและเชิงพาณิชย์ของโครงการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร ตามแผนปฏิบัติงานของกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ปี 2560 – 2564

3. การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเชิงประเมินผล (Evaluation research) เพื่อวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่า วิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการนำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการและเชิงพาณิชย์ของโครงการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร ตามแผนปฏิบัติงานของกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ปี 2560 – 2564 ใช้แนวคิดและทฤษฎีเป็นแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลและสังเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย แนวคิดการประเมินผลและการวิเคราะห์ผลกระทบ ดังนี้

แนวคิดเรื่องการประเมิน

การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิดและทฤษฎี เรื่อง การประเมินผลตามแบบ CIPP Model ของ (Stufflebeam, D.L, 2003) ด้วยการวิเคราะห์ประเมินภาพรวมของโครงการ ประกอบด้วย 4 ด้าน ตั้งแต่ บริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต (Context, Input, Process and product) ดังนี้ 1) การประเมินบริบท (Context Evaluation : C) ประเมินก่อนการดำเนินการโครงการ เพื่อพิจารณาหลักการและเหตุผลความจำเป็น ประเด็นปัญหาและความเหมาะสมของเป้าหมาย ระยะเวลา กับงบประมาณที่ได้รับ การสนับสนุน 2) การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation : I) ประเมินเพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ ความเหมาะสม และความพอเพียงของทรัพยากรทางการบริหารได้แก่ งบประมาณ บุคลากร เวลา เทคโนโลยีที่ใช้ดำเนินงาน 3) การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation : P) ประเมินเพื่อหาข้อจำกัดและโอกาสพัฒนา รูปแบบการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข ให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยการตรวจสอบกิจกรรม เวลา ทรัพยากรที่ใช้ ภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมของเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง 4) การประเมินผลผลิต (Product Evaluation : P) ประเมินเพื่อเปรียบเทียบผลผลิตที่เกิดขึ้นกับวัตถุประสงค์รวมทั้งประเด็น การยุบ เลิก ขยาย หรือปรับเปลี่ยนโครงการ

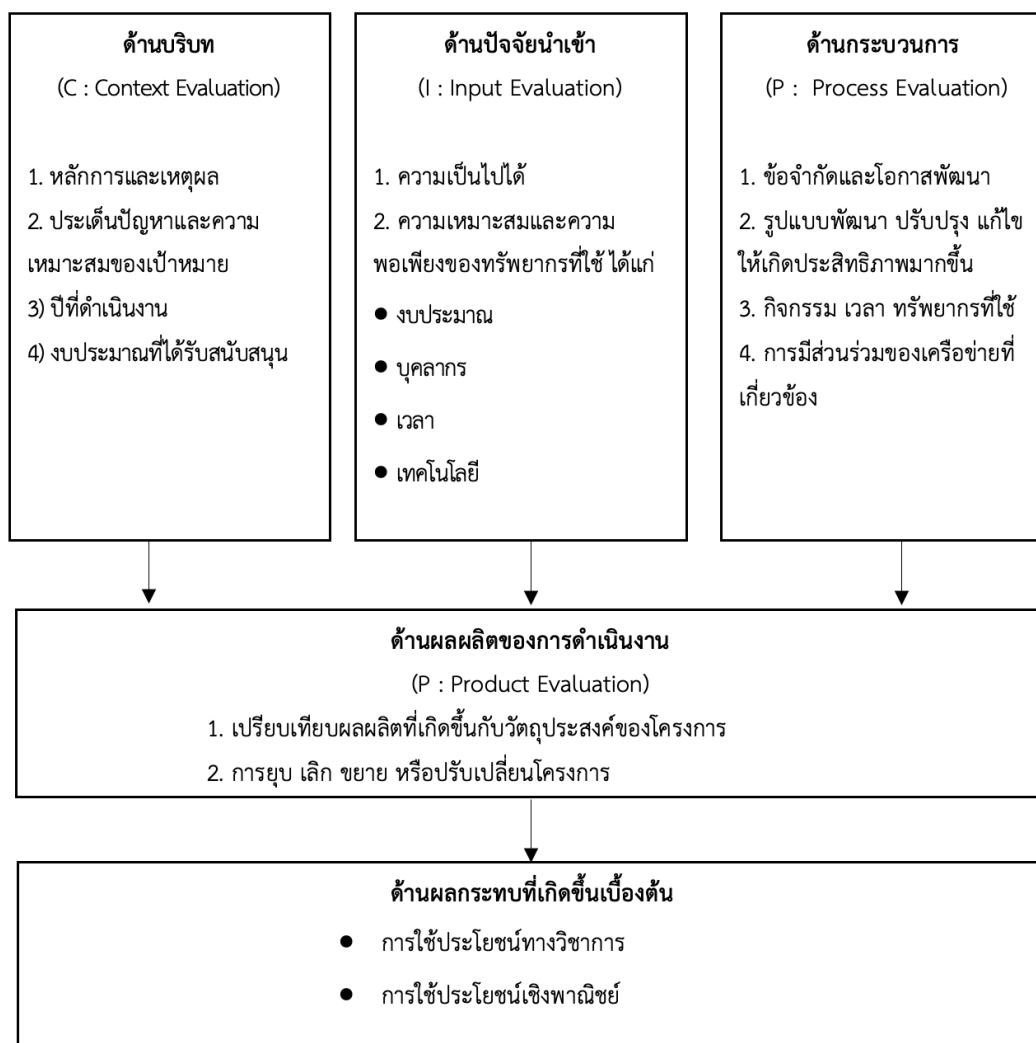
แนวคิดเรื่องการวิเคราะห์ผลกระทบ

การวิจัยครั้งนี้กำหนดให้มีการประเมินผลกระทบ (Impact) ที่เกิดขึ้นเบื้องต้น ด้วยการตรวจสอบประสิทธิผลของโครงการ เนื่องจากเป็นโครงการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร ผลที่ได้จะเป็นข้อมูลด้านวิทยาศาสตร์ที่สามารถนำผลสำเร็จของโครงการไปสู่การประโยชน์ ในทางวิชาการและเชิงพาณิชย์ ตามเกณฑ์มาตรฐานของโครงการที่กำหนดไว้แต่ต้น

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



5. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าโครงการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร ที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2563 - 2565 เป็นการวิจัยเชิงประเมินผล (Evaluation research) ดังนี้

1. เป้าหมาย

โครงการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร ที่ได้สนับสนุนงบประมาณจากกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยตามแผนปฏิบัติงานของกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ปี 2560 - 2564 และมีผลการดำเนินการเสร็จสิ้นระหว่าง ปี 2560 - 2564 จำนวนทั้งสิ้น 80 โครงการ

2. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเชิงประเมิณผล โดยการประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ CIPP Model พัฒนาโดย แดเนียล สตัฟเฟิลบีม (Daniel Stufflebeam) ดังนี้

1) การประเมินสภาวะแวดล้อม (Context Evaluation : C) เป็นการประเมินก่อนการดำเนินการโครงการ เพื่อพิจารณาหลักการและเหตุผล ความจำเป็นที่ต้องดำเนินโครงการ ประเด็นปัญหาและความเหมาะสมของเป้าหมายโครงการ งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน ช่วงเวลาการดำเนินงานโครงการแต่ละปี

2) การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation: I) ประเมินเพื่อพิจารณาถึงความเป็นไปได้ของโครงการ ความเหมาะสมและความพอเพียงของทรัพยากรทางการบริหารต่างๆ เช่น งบประมาณที่เหมาะสม บุคลากรที่มีความรู้ในทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับโครงการ รวมถึงแผนการดำเนินงานที่จำเป็นต้องมีความต่อเนื่องและช่วงเวลาที่เหมาะสม เทคโนโลยี วัสดุอุปกรณ์ ฯลฯ ที่จะใช้ในการดำเนินโครงการ

3) การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation : P) ประเมินเพื่อหาข้อจำกัดและโอกาสพัฒนา รูปแบบพัฒนา ปรับปรุงแก้ไข ให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นและเป็นการตรวจสอบกิจกรรม เวลา และทรัพยากรที่ใช้ต่างๆที่เหมาะสม รวมถึงการมีส่วนร่วมของเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

4) การประเมินผลผลิต (Product Evaluation : P) เป็นการประเมินเพื่อเปรียบเทียบผลผลิตที่เกิดขึ้นกับวัตถุประสงค์ของโครงการที่กำหนดไว้ รวมทั้งการพิจารณาในประเด็นของการยุบ เลิก ขยาย หรือปรับเปลี่ยนโครงการ

นอกจากนี้กำหนดให้มีการประเมินด้านผลกระทบที่เกิดขึ้นเบื้องต้น (Impact) ของโครงการโดยพิจารณาจากผลที่ได้จะเป็นข้อมูลด้านวิทยาศาสตร์ที่สามารถนำผลสำเร็จของโครงการไปสู่การประโยชน์ในทางวิชาการและเชิงพาณิชย์ ตามข้อสรุปของโครงการที่กำหนดไว้

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบบันทึกวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าโครงการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโครงการ ประกอบด้วย 1) ชื่อแผนงาน/โครงการ 2) หัวหน้าโครงการ/หน่วยงาน 3) ระยะเวลาดำเนินงานแผนงาน/โครงการ 4) งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน

3.2 การวิเคราะห์ความคุ้มค่าของผลงานที่ส่งมอบกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย

1) วัตถุประสงค์ และเป้าหมายโครงการ โดยเปรียบเทียบผลงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์เป้าหมายโครงการ และผลที่คาดว่าจะได้รับ

2) คุณภาพของผลงาน วิเคราะห์ความถูกต้องของเนื้อหา ครบถ้วน สมบูรณ์

3) ความคุ้มค่าของผลงานเทียบกับงบประมาณที่ได้รับสนับสนุน

3.3 การวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานโครงการ

1) การวิเคราะห์ผลสำเร็จที่เป็นข้อมูลด้านวิทยาศาสตร์ของโครงการที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการต่อไปได้หรือไม่ และการนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

2) ความสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพรของคณะกรรมการคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร (Document Research) นำมาวิจัยเชิงประเมินผล (Evaluation research) จาก

ข้อมูลเอกสารด้วยการเลือกเฉพาะโครงการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร ที่กองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย สนับสนุนงบประมาณและได้ดำเนินการเสร็จสิ้นระหว่าง ปี 2560 - 2564 ประกอบด้วยรายงานความก้าวหน้าโครงการตามสัญญา รับทุนรายงวด รูปเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์ และผลสรุปการจัดเวทีนำเสนอผลงานวิชาการในงานมหกรรมสมุนไพรแห่งชาติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้ศึกษาวิจัยดำเนินการวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าจากโครงการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร จำนวน 80 โครงการ ข้อมูลใช้ตามตัวแบบ CIPP Model ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) การประเมินบริบท (Context Evaluation : C) ประเมินก่อนการดำเนินการโครงการเพื่อพิจารณาหลักการและเหตุผลความจำเป็น ประเด็นปัญหาและความเหมาะสมของเป้าหมาย ระยะเวลา กับงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน 2) การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation : I) ประเมินเพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ ความเหมาะสม และความพอเพียงของทรัพยากรทางการบริหารได้แก่ งบประมาณ บุคลากร เวลา เทคโนโลยีที่ใช้ดำเนินงาน 3) การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation : P) ประเมินเพื่อหาข้อจำกัดและโอกาสพัฒนา รูปแบบการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข ให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยการตรวจสอบกิจกรรม เวลา ทรัพยากรที่ใช้ ภาวะผู้นำ การมีส่วนร่วมของเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง 4) การประเมินผลผลิต (Product Evaluation : P) ประเมินเพื่อเปรียบเทียบผลผลิตที่เกิดขึ้นกับวัตถุประสงค์รวมทั้งประเด็น การยุบ เลิก ขยาย หรือปรับเปลี่ยนโครงการ และกำหนดให้มีการประเมินผลกระทบ (Impact) ที่เกิดขึ้นเบื้องต้นจากข้อมูลด้านวิทยาศาสตร์ที่สามารถนำผลสำเร็จของโครงการไปสู่การประโยชน์ ในทางวิชาการและเชิงพาณิชย์ตามข้อสรุปของโครงการ

6. ผลการศึกษา

1. วิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าโครงการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร ตามแผนปฏิบัติงานของกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ปี 2560 – 2564 ข้อมูลใช้ตามตัวแบบ CIPP Model ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย

ด้านประเมินบริบท (Context Evaluation : C) พบว่า หลักการและเหตุผลทุกโครงการ (100%) เพื่อวิจัยองค์ความรู้ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร โดยพบว่า 40% ของจำนวนโครงการ ได้รับอนุมัติปี 2563 และ 21.25% ปี 2562 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1

แสดงระยะเวลาและจำนวนโครงการที่ได้รับการวิจัยองค์ความรู้ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย และสมุนไพร จำแนกตามประเภทของภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยที่ทำการศึกษา

ระยะเวลา(ปี)	จำนวน(โครงการ)		ประเภทของภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร(โครงการ)		
	ทั้งหมด	%	สมุนไพรเดี่ยว	ตำรับยาแผนไทย	หัตถการอื่นๆ
2560	12	15	3	5	Q
2561	6	7.5	1	5	Q
2562	17	21.25	4	8	2
2563	32	40	14	12	1
2564	13	16.25	6	7	Q
รวม	80	100%	28	37	15

ด้านปัจจัยนำเข้า พบว่า 75% หัวหน้าโครงการเป็นบุคลากรสังกัดมหาวิทยาลัยที่จัดการเรียนการสอนและมีประสบการณ์ด้านการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร 25% สังกัดหน่วยงานรัฐ ตามลำดับ ระยะเวลาดำเนินงาน 1 ปี(88.75%) และใช้งบประมาณอย่างเหมาะสมสอดคล้องตามกิจกรรมกำหนดไว้ในโครงการ

ด้านกระบวนการ พบว่า ปี 2562-2563 จำเป็นต้องทบทวนรูปแบบดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จท่ามกลางสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19

ด้านผลผลิตของการทำงาน พบว่า รูปแบบการวิจัยตำรับยาสมุนไพร 46.25% วิจัยสมุนไพรเดี่ยว 35% และวิจัยรูปแบบหัตถการ/อื่นๆ 18.75% ตามลำดับ

2. วิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการนำไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการและเชิงพาณิชย์ของโครงการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร ด้วยการวิเคราะห์ผลจากการใช้ยาสมุนไพร จำแนกตามประเภทบัญชีจากยาสมุนไพร ดังนี้

ยาจากสมุนไพรบัญชี 1 รายการยาที่ใช้ในการป้องกันและแก้ไขปัญหาสุขภาพ มีหลักฐานที่ สนับสนุนการใช้ตามสรรพคุณ (health benefits) หรือข้อบ่งใช้ (clinical indication) มีประสบการณ์การใช้ในประเทศไทยอย่างเพียงพอ สามารถใช้ในสถานพยาบาล พบว่า ส่วนใหญ่สนับสนุนการศึกษาวิจัยองค์ความรู้ภูมิปัญญาเกี่ยวกับ การเพิ่มข้อบ่งใช้ใหม่ ทดสอบฤทธิ์และประสิทธิผล และมุ่งผลลัพธ์การรองรับโรคอุบัติใหม่ ดังนี้

1) เพิ่มข้อบ่งใช้ใหม่ ได้แก่ ยาหอมนวโกฐ (เพิ่มความจำ) ยาเบญจกุล (ฤทธิ์ฆ่าเซลล์มะเร็ง,ลดไขมัน,OA Knee) บัวบก (เพิ่มความจำ,โรคเบาหวาน)

2) ทดสอบฤทธิ์และประสิทธิผล ได้แก่ ยาปลุกไฟธาตุ (บำรุงน้ำนม) ยาตรีผลา (ศึกษากลไกการออกฤทธิ์) ยามหานิลแห่งทอง (ต้านมาลาเรีย) ยาเขียวหอม (ต้านมาลาเรีย) ยาประสะไพล (ลดปวด) ยาตรีผลา (ฤทธิ์ฆ่าเซลล์มะเร็ง) ยารัตนินสันตะฆาต (ทดแทนยา naproxen) ยาเลือดงาม (แทน Mefenamic Acid) ยารัตนุเบย (พัฒนารูปแบบเม็ดเคี้ยว)

3) รองรับโรคอุบัติใหม่ ได้แก่ ยาฟ้าทะลายโจร (ฤทธิ์ต้านโควิด -19)

ยาจากสมุนไพรบัญชี 2 รายการยาที่ต้องใช้โดยแพทย์แผนไทยหรือแพทย์แผนไทยประยุกต์หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากผู้อำนวยการของสถานพยาบาลนั้นๆ โดยใช้องค์ความรู้การแพทย์แผนไทย พบว่า ส่วนใหญ่สนับสนุนการศึกษาวิจัยองค์ความรู้ภูมิปัญญาเกี่ยวกับตำรับยาที่มีกัญชาเป็นส่วนประกอบ ได้แก่ 1) ศึกษาวิธีการกระบวนการปลูกกัญชาเพื่อใช้ทางการแพทย์ 2) การควบคุมคุณภาพตำรับยาตำรับยา 15 ตำรับ 3) กระบวนการผลิตตำรับยาตำรับยา 16 ตำรับและการปรุงเครื่องยากลาง 4) ทดสอบสารปนเปื้อน/พิษเฉียบพลันตำรับยาตำรับยา 5) ศึกษาฤทธิ์ทางเภสัชตำรับยาสมุนไพร

ยาจากสมุนไพรบัญชี 3 รายการยาสำหรับโครงการพิเศษของหน่วยงานของรัฐ พบว่า สนับสนุนการศึกษาวิจัยองค์ความรู้ภูมิปัญญาเกี่ยวกับตำรับยาแผนไทยตามนโยบายกระทรวงสาธารณสุขและสถานการณ์การระบาดของโรคอุบัติใหม่ ดังนี้ 1) ยาน้ำมันกัญชา เพื่อพัฒนาการปรุงยาน้ำมันกัญชา และศึกษาคุณภาพชีวิตผู้ใช้น้ำมันกัญชา 2) ยาสารสกัดฟ้าทะลายโจร

ยาจากสมุนไพร ประเภทไม่ระบุบัญชี พบว่า มีโครงการสำคัญที่มุ่งนำร่องใช้ยาสารสกัดฟ้าทะลายโจรในผู้ป่วย COVID-19 ระดับความรุนแรงน้อย โครงการศึกษาประสิทธิผลยาสารสกัดฟ้าทะลายโจรต่อระยะเวลาการหายจากโรค COVID-19 และโครงการสนับสนุนการใช้ยาสารสกัดฟ้าทะลายโจรในผู้ป่วย COVID-19

7. อภิปรายผล

จากผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการวิเคราะห์และประเมินความคุ้มค่าของโครงการที่ให้การสนับสนุนงบประมาณที่ผ่านมาเพื่อจัดทำโครงการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร โดยมีขอบเขตการประเมินจากรายงานโครงการฉบับสมบูรณ์ วิเคราะห์ความคุ้มค่า และคุณภาพของผลงาน ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน พบว่า

1) กำหนดแนวทางสนับสนุนโครงการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร มีความสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพรของคณะกรรมการคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและนโยบายของกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก มีความความคุ้มค่าเชิงผลลัพธ์ของการวิจัยภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร ที่มุ่งเป้าหมายข้อมูลสนับสนุนทางวิทยาศาสตร์ไปใช้ประโยชน์พัฒนาในการเพิ่มรายการบัญชียาหลักแห่งชาติด้านสมุนไพร พ.ศ. 2564 ซึ่งมีบัญชียาหลักแห่งชาติ จำนวนทั้งสิ้น 94 รายการ ใน 3 บัญชีย่อยประกอบด้วย

บัญชี 1 คือ รายการยาที่ใช้ป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษสุขภาพมีหลักฐานที่สนับสนุนการใช้ตามสรรพคุณ (health benefits) หรือข้อบ่งใช้ (clinical indication) มีประสิทธิผลการใช้ในประเทศอย่างเพียงพอ สามารถใช้ในสถานพยาบาล พบว่า กองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยมีการสนับสนุนการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเพิ่มข้อบ่งใช้ใหม่ตำรับยา/สมุนไพร การทดสอบฤทธิ์และประสิทธิผลตำรับยาแผนไทย/สมุนไพรรองรับการระบาดของโรคอุบัติใหม่ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นตำรับยาแผนไทยและสมุนไพร

บัญชี 2 คือ รายการยาที่ต้องใช้โดยแพทย์แผนไทยหรือแผนไทยประยุกต์ หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายจากผู้อำนวยการของสถานพยาบาลนั้นๆ โดยอิงองค์ความรู้การแพทย์แผนไทย พบว่า กองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยสนับสนุนการศึกษาวิจัยองค์ความรู้ภูมิปัญญาเกี่ยวกับตำรับยาที่มีกัญชาเป็นส่วนประกอบ คือ วิถีกระบวนการปลูกกัญชาเพื่อใช้ทางการแพทย์การควบคุมคุณภาพ การผลิตตำรับยาสมุนไพร 16 ตำรับ/การปรุงเครื่องยากลาง และทดสอบสารปนเปื้อนและพิษเฉียบพลันตำรับยาสมุนไพร ทั้งนี้เป็นการมุ่งการหาผลลัพธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายการใช้กัญชาทางการแพทย์แผนไทยอย่างกว้างขวางและมีข้อมูลทางวิชาการรองรับการจัดการของหน่วยบริการสาธารณสุขทุกระดับในระบบสาธารณสุขของประเทศ

บัญชี 3 คือ รายการยาสำหรับโครงการพิเศษของหน่วยงานของรัฐ พบว่า กองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยสนับสนุนการศึกษาวิจัยที่สอดคล้องเชื่อมโยงเกี่ยวกับนโยบายกระทรวงสาธารณสุขในการแก้ไขสถานการณ์การระบาดของโรคอุบัติใหม่ และหาแนวทางการยกระดับการใช้ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ได้แก่ ตำรับยาการแพทย์แผนไทยและยาสมุนไพรมาทดแทนการใช้ยาแผนปัจจุบัน ได้แก่ นาร่องการใช้ยาฟ้าทะลายโจรในผู้ป่วย COVID-19 ระดับความรุนแรงน้อย การใช้ยาฟ้าทะลายโจรต้าน COVID-19 และประสิทธิผลยาฟ้าทะลายโจรต่อระยะเวลาการหายจากโรคโควิด

2) ผลกระทบที่เกิดขึ้นเบื้องต้น จากผลการสนับสนุนให้มีการนำผลลัพธ์ไปใช้ประโยชน์ทางวิชาการและเชิงพาณิชย์ พบว่า มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย 1) ด้านการพัฒนาบุคลากรหรือองค์กรด้านการแพทย์แผนไทยและสมุนไพรให้เกิดการพัฒนาและส่งเสริมให้มีความรู้ความสามารถในการนำองค์ความรู้การแพทย์แผนไทยและสมุนไพรไปใช้ประโยชน์ 2) ด้านการคุ้มครอง ศึกษา และวิจัยองค์ความรู้ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร สามารถนำผลสำเร็จที่ได้มาประยุกต์ใช้ในงานสาธารณสุขและผสมผสานให้บริการทางการแพทย์ในระบบบริการสาธารณสุขของประเทศ 3) ด้านการสร้างเชื่อมั่นทางวิชาการสนับสนุนข้อมูลด้านฤทธิ์ยาและสรรพคุณสมุนไพร เพิ่มข้อบ่งใช้เพื่อทดแทนการใช้ยาแผนปัจจุบัน 4) ด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพร พัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่การใช้ในระบบบริการสุขภาพ เพื่อผลักดันเข้าสู่บัญชียาหลักแห่งชาติด้านสมุนไพร พร้อมทั้งส่งเสริมการศึกษาและวิจัยพัฒนายาสมุนไพรสามารถใช้องค์ความรู้ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยมาร่วมดูแลสุขภาวะของประชาชน เพิ่มการเข้าถึงการใช้ตำรับยาไทยและสมุนไพร สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจทำให้ประเทศพึ่งตนเองด้านการผลิตยาและผลิตภัณฑ์มากขึ้น

8. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

1) สามารถนำไปใช้กำหนดกรอบทิศทางการสนับสนุนแผนงานหรือโครงการในอนาคตแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์เฉพาะด้าน เช่น การพัฒนาโครงการเกี่ยวกับตำรับยาแผนไทย/สมุนไพรเดี่ยว ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และการวิจัยแบบครบวงจร

2) เพิ่มข้อบ่งใช้ใหม่สำหรับ รายการยาที่ใช้ในการป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษสุขภาพ มีหลักฐานทดสอบฤทธิ์และประสิทธิผล ที่สนับสนุนการใช้ตามสรรพคุณ หรือข้อบ่งใช้ มีประสิทธิผลการใช้ในประเทศไทยเป็นการยกระดับทางวิชาการเพื่อยืนยันองค์ความรู้

ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ทั้งตำรายาแผนไทยและยาสมุนไพรให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ช่วยแก้ไขสถานการณ์โรค COVID-19 นำไปใช้ในการส่งเสริม รักษา ปันฟู สุขภาพของประชาชน ทดแทนการขาดแคลนยา ลดการนำเข้ายาจากต่างประเทศ และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ควรกำหนดกรอบทิศทางภายใต้แผนปฏิบัติงานให้สามารถการสนับสนุนงบประมาณกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยในอนาคต แบบมีผลลัพธ์จากโครงการหลากหลายมิติ ครบวงจร เช่น การพัฒนาโครงการเกี่ยวกับตำรายาแผนไทย/สมุนไพรเดี่ยว ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และการวิจัยแบบครบวงจร
2. การสร้างแผนปฏิบัติงาน ควรมุ่งเน้น การนำผลลัพธ์ไปเพิ่มข้อบ่งชี้ใหม่ของตำรายาแผนไทยและสมุนไพรเดี่ยว อย่างเป็นระบบมีข้อมูลด้านประสิทธิผลและความปลอดภัยที่พร้อมผลักดันเข้าบัญชียาหลักแห่งชาติด้านสมุนไพร

2. ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการสนับสนุนแผนงานหรือโครงการสร้าง ที่เน้นการสร้างความรู้ด้านสุขภาพภาคประชาชนด้านยาแผนไทยและสมุนไพร รวมถึงการสนับสนุนโครงการประเภทการประเมินการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสมด้านสุขภาพเพิ่มมากขึ้น
2. ควรมีการศึกษาในมิติ แผนงานหรือโครงการด้านการพัฒนาบุคลากรหรือองค์การด้านการแพทย์แผนไทยและสมุนไพร เพื่อพัฒนาและส่งเสริมให้มีความรู้ความสามารถในการนำองค์ความรู้การแพทย์แผนไทยและสมุนไพรไปใช้ประโยชน์ อย่างแพร่หลายต่อไป

รายการอ้างอิง

- กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. (2564). *รวมพระราชบัญญัติและกฎหมายลำดับรอง พระราชบัญญัติคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542* (พิมพ์ครั้งที่ 6). สำนักพิมพ์พุทธทอง.
- กองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย เรื่อง รายงานผลการดำเนินงานโครงการที่กองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย สนับสนุน พ.ศ. 2560 - 2564.
- กังสดาล กนกพงษ์ และ อรทัย เลาลองกรณ์. (2559). *การประเมินผลการดำเนินงานโครงการกองทุนพัฒนาการเมืองภาคพลเมือง ใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน*
- ประกาศคณะกรรมการหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ เรื่อง หลักเกณฑ์การดำเนินงานและการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพแห่งชาติสำหรับผู้มีสิทธิหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565. (26 กรกฎาคม 2565). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่มที่ 139 ตอนพิเศษ 174 ง: หน้า 99.
- ภัทรพล จึงสมเจตไพศาล (2562). *การพัฒนาต้นแบบการส่งเสริมการใช้ยาสมุนไพร ในครัวเรือน (Med Kit) ในประเทศไทย*
- พัชรินทร์ อินโอ. (2558). *การประเมินประสิทธิผลโครงการตามยุทธศาสตร์ด้านการค้าขายแดนของจังหวัดแม่ฮ่องสอน*
- เยาวดี ราชชัยกุล วิบูลย์ศรี. (2546). *การประเมินโครงการแนวคิดและแนวปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 3).จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2562). *พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์วิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ฉบับที่2) พ.ศ. 2562*. 136 (56ก) ,น.253-256.

- ราชกิจจานุเบกษา. (2565). ประกาศคณะกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ เรื่อง บัญชียาหลักแห่งชาติด้านสมุนไพร พ.ศ. 2564. (18 กุมภาพันธ์ 2565). เล่มที่ 139 ตอนพิเศษ 41 ง: หน้า 47.
- รุจิณา อรรถสิษฐ์ และคณะ. (2565). การวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้การแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์บูรณาการใช้ประโยชน์ในระบบสุขภาพไทย (ภาพรวม) กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก
- วิชัย โชควิวัฒน์, บรรณาธิการ. ระบบยาของประเทศไทย 2563. กรุงเทพฯ: ธนอรุณการพิมพ์; 2564.
- แววตา พงษ์ษา. (2550). ประเมินโครงการส่งเสริมนิสัยรักการอ่านของนักเรียน สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 โดยใช้รูปแบบการประเมินจิปปี (CIPP Model)
- สุดารัตน์ ต้นทะอาริยะ. การวิเคราะห์ตำรับยาแผนไทยและสมุนไพร, 2548 Available from: <https://dric.nrct.nrct.go.th>
- สถาบันส่งเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี. (2560). คู่มือการประเมินผลลัพธ์และความคุ้มค่าของโครงการที่ส่วนราชการ สังกัดรัฐสภาดำเนินการ. กรุงเทพฯ : รัฐสภา.
- สำนักงานบริหารกองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย. (2560). รายงานผลการดำเนินงานโครงการที่กองทุนภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย สนับสนุน พ.ศ. 2557 - 2559. สำนักพิมพ์ จุฑาเจริญทรัพย์.
- Stufflebeam, D. L. (2003). *The CIPP Model for Evaluation*. In: Kellaghan, T., Stufflebeam, D.L. (eds) *International Handbook of Educational Evaluation*. Kluwer International Handbooks of Education (Vol. 9). (T. a. Kellaghan, Ed.) Dordrecht: Springer Netherlands.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's) และรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)
ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์
ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

NEW MARKETING MIX FACTOR (4C'S) AND FORMAT LIFESTYLE AFFECT
THE DECISION TO PURCHASE HEALTHY FOOD THROUGH ONLINE CHANNELS
OF CONSUMERS IN PATHUM THANI PROVINCE

ลิษา เศษสุวรรณ¹ และ สุทธิภัทร อัศววิชัยโรจน์²

Risa Sedsuwan and Sutthipat Assawavichiroj

Article History

Received: 14-03-2023; Revised: 07-06-2023; Accepted: 07-06-2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี และ 2) ศึกษาปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี ที่เคยซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ จำนวน 450 คน สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

- 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภค ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านความสะดวกในการซื้อ และด้านการสื่อสาร ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์
- 2) รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม และด้านความสนใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด; รูปแบบการดำเนินชีวิต; อาหารเพื่อสุขภาพ

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
Master's degree, Faculty of Business and Technology, Stamford International University
Email: risasedsuwan@gmail.com *Corresponding author

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
Asst. Prof., Ph.D, Faculty of Business and Technology, Stamford International University

ABSTRACT

This research aims to 1) examine how new marketing mix factors influence consumers' decisions to purchase healthy food through online channels in Pathum Thani Province, and 2) examine how lifestyle factors influence consumers' decisions to purchase healthy food through online channels in Pathum Thani Province. This study is quantitative in nature. The instrument for research was a questionnaire. The sample consisted of 450 Pathum Thani residents who purchased healthy food via online channels. Frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis were employed as statistical measures.

The research found that:

- 1) Marketing mix factors from the consumer's perspective including convenience of purchase and communication, influence the decision to purchase healthy food through online channels.
- 2) Lifestyle factors including activities and interests, influence the decision to purchase healthy food online.

Keywords: Marketing mix factors; Lifestyle; Healthy food

1. บทนำ

ปัจจุบันผู้บริโภคชาวไทยได้ใส่ใจตัวเองหันมาดูแลสุขภาพตัวเอง และให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น เลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ส่งผลให้อาหารเพื่อสุขภาพในไทยได้รับความนิยมและมีความต้องการบริโภคเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยผู้บริโภคมุ่งหวังให้อาหารมาสร้างสมดุลให้ร่างกายและช่วยลดความเสี่ยงจากการเป็นโรคต่าง ๆ ส่งผลให้ผู้ประกอบการแข่งขันกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายออกมามากขึ้น เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคดังกล่าว ผนวกกับการผลักดันจากภาครัฐที่มุ่งหวังให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการผลิต (นโยบายไทยแลนด์ 4.0) จึงเป็นอีกแรงกระตุ้นหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพ ที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์สมัยใหม่ออกสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้น (ณัฐฤตา นันทะสิน, 2557)

กระแสรักสุขภาพและการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพนั้น ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในปัจจุบัน ผู้บริโภคให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพ โดยการเลือกรับประทานอาหารที่ช่วยลดความเสี่ยงต่อการเกิดโรคกลุ่มไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-communicable diseases: NCDs) โดยข้อมูลจากบริษัทยูบีเอ็ม เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด ที่นำเสนอเกี่ยวกับตลาดอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของไทย ในปี 2563 ที่ผ่านมา พบว่า มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 1 แสนล้านบาท จากปี 2562 ที่มีมูลค่าประมาณ 88,731 ล้านบาท หรือมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 2.4 เมื่อเทียบกับปี 2561 ที่มีมูลค่าประมาณ 86,648 ล้านบาท โดยปี 2563 กลุ่มชาตอาเซียนจะเน้นไปในเรื่องสุขภาพและโปรตีนทดแทนเป็นหลัก โดยพบว่าอาหารที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้น ได้แก่ อาหารกลุ่มปราศจากสารปรุงแต่งสารกันบูด น้ำตาล น้ำมันปาล์ม ไม่แต่งสี และมีไขมันต่ำ หรืออาหารผลิตภัณฑ์ซูเปอร์ฟู้ด (Superfood) และอาหารโปรตีนทางเลือก ฯลฯ และอีกทั้งคาดการณ์ว่าในอนาคตกระแสการดูแลสุขภาพจะได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจะเน้นการป้องกันมากกว่าการรักษา เช่น เลือกรับประทานอาหารที่อุดมไปด้วยสารอาหาร และสนใจการดูแลสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ รวมถึงเทรนด์ที่สามารถดูแลสุขภาพครอบคลุมทุกเรื่องทั้งน้ำหนัก ผิว ไขมันในท้อง เป็นต้น (“เทรนด์อาหารเทรนด์สุขภาพยุค New Normal”, 2563)

รูปแบบการดำเนินชีวิตแตกต่างจากในอดีต บริษัท เติตตรา แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด ได้ให้ข้อมูลปี 2564 ระบุว่า พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารในช่วงการระบาดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) ของผู้บริโภคเปลี่ยนไป การใช้ชีวิตอย่างรอบคอบการทำงาน การดำเนินชีวิตประจำวัน มีการระมัดระวังเรื่องค่าใช้จ่าย มีสิ่งซื้อสินค้าผ่านออนไลน์มากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงออกมาในพื้นที่เสี่ยง หรือพื้นที่ที่มีการรวมตัวของประชาชนจำนวนมาก (บริษัท เติตตรา แพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด, 2564) และจากรายงานสถิติของ LINE MAN Wongnai เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารออนไลน์ในช่วงเดือนพฤษภาคม – เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2564 พบว่า พื้นที่อำเภอคลองหลวง และอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ติดอันดับพื้นที่ที่มีคนสั่งซื้ออาหารออนไลน์มากที่สุด เป็นอันดับ 5 และอันดับ 9 ตามลำดับ (มาร์เก็ตดิงอัปส์, 2564)

จากที่กล่าวมาข้างต้น วิถีชีวิตใหม่ในปัจจุบันส่งผลให้อาหารเพื่อสุขภาพเป็นความต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ผู้บริโภคสั่งอาหารออนไลน์เพื่อความสะดวกสบาย และตอบสนองต่อความต้องการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค ในจังหวัดปทุมธานี โดยผู้วิจัยเล็งเห็นว่าผู้ประกอบการอาหารเพื่อสุขภาพในยุคที่มีการแข่งขันสูง ควรทราบปัญหาพฤติกรรมรูปแบบการใช้ชีวิต มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's) ในการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค ในจังหวัดปทุมธานี เป็นอย่างไร

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

3. สมมุติฐานการวิจัย

1. ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภค (4C's) ประกอบด้วย 1) ด้านความต้องการของผู้บริโภค 2) ด้านต้นทุนของผู้บริโภค 3) ด้านความสะดวกในการซื้อ 4) ด้านการสื่อสาร ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์
2. รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ประกอบด้วย 1) ด้านกิจกรรม (Activities) 2) ด้านความสนใจ (Interests) 3) ด้านความคิดเห็น (Opinions) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์

4. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's)

Lauterborn (1990) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคไว้ว่า เป็นองค์ประกอบที่ใช้ในการทำการตลาดในยุคปัจจุบัน โดยจะเป็นการทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งมุ่งเน้นไปยังองค์ประกอบ 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความต้องการของลูกค้า (consumer wants and needs) พัฒนามาจากองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ (product) 2) ด้านต้นทุนของลูกค้า (cost of consumer's appreciation) พัฒนามาจากองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา (price) 3) ด้านความสะดวกในการซื้อ (convenience to buy) พัฒนามาจากองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place) 4) ด้านการสื่อสาร (communication) พัฒนามาจากองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดในด้านส่งเสริมทางการตลาด (promotion)

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (ฉัตยาพร เสมอใจ และ ฐิตินันท์ วารวิณิช, 2551) แม้ผู้บริโภคมีความต้องการแตกต่างกัน แต่ผู้บริโภคจะมีรูปแบบการตัดสินใจซื้อที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ (Kotler, 1997) ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

Plummer (1974) ได้ให้ความหมายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นการแสดงให้เห็นภาพรวม ของวิถีการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน โดยการสร้างเป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากความต่อเนื่องของการดำเนิน ชีวิตในสังคม โดยรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น

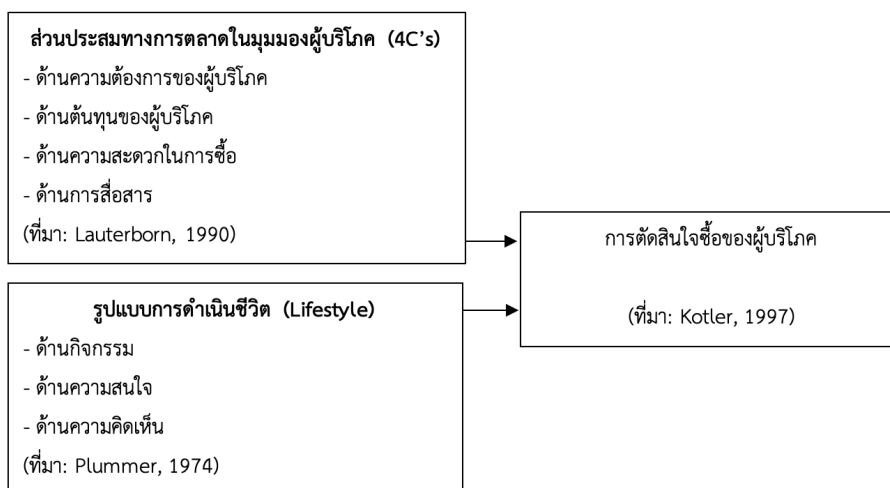
อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิต คือการที่มนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม และแต่ละกลุ่มก็มีกฎเกณฑ์ที่ทุกคนต้องปฏิบัติ พฤติกรรมของแต่ละคนในกลุ่ม จึงเป็นไปในทำนองเดียวกัน ไม่เพียงเท่านั้นพฤติกรรมของบุคคลในวัฒนธรรมเดียวกันก็จะมีรูปแบบที่เรียกว่า “ทำนองเดียวกัน” บุคคลผู้เป็นสมาชิกของกลุ่ม ขึ้นทางสังคมและวัฒนธรรมที่กล่าวมาแล้วนี้จะพัฒนาแบบแผนของการดำรงชีพ หรือการใช้ชีวิต ตลอดจนแบบแผนของการบริโภคขึ้นมาเพื่อใช้ในสังคม

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดของนักวิชาการ 3 คน คือ 1) Lauterborn (1990) เรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภค แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านต้นทุนของผู้บริโภค ด้านความสะดวกในการซื้อ และด้านการสื่อสาร 2) Kotler (1997) เรื่องการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 3) Plummer (1974) เรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น เป็นกรอบแนวคิดหลักในการวิจัยครั้งนี้ ตามภาพที่ 1.1 ดังนี้

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



6. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี ที่เคยซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ (ธนารักษ์ เพิ่มกำลังทรัพย์ และคณะ, 2562)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยได้ดำเนินการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้คือ 1) หาจำนวนของกลุ่มประชากรทั้งหมด ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ใช้ศึกษาเป็นประชากรในจังหวัดปทุมธานี และกลุ่มตัวอย่าง (Sampling group) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยซื้ออาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นช่วงที่หันมาดูแลสุขภาพ และมีพฤติกรรมเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวนมากที่สุด (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564) 2) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรม G*Power กำหนดค่า effect size เท่ากับ 0.02 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 ค่าอำนาจในการทดสอบ เท่ากับ 0.65 จำนวนตัวแปรอิสระเท่ากับ 7 ตัวแปร ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างประมาณ 543 คน

2. ขอบเขตการวิจัย

1) ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการสำรวจ (Survey) ผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire) การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ตัวแปรอิสระ คือ ส่วนประสมทางการตลาด (4C's) ประกอบด้วย 1) ด้านความต้องการของผู้บริโภค 2) ด้านต้นทุนของผู้บริโภค 3) ด้านความสะดวกในการซื้อ 4) ด้านการสื่อสาร และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ประกอบด้วย 1) ด้านกิจกรรม 2) ด้านความสนใจ 3) ด้านความคิดเห็น

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค ในจังหวัดปทุมธานี โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยใช้พื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ คือ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเหตุผลเนื่องจากจังหวัดปทุมธานีเป็นพื้นที่นอกกรุงเทพมหานคร ติดอันดับพื้นที่ที่มีคนสั่งซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากที่สุด (มาร์เก็ตติ้งอัพส์, 2564)

3. ขอบเขตด้านเวลา งานวิจัยนี้เริ่มทำการศึกษาดังแต่เดือนเมษายน ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งแบบสอบถามเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับการคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลการใช้แอปพลิเคชันซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ เป็นข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถาม ปลายปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป เป็นข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C's) ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ จำนวน 4 ด้าน คือ ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านต้นทุนของผู้บริโภค ด้านความสะดวกในการซื้อ และด้านการสื่อสาร

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 15 ข้อ จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสนใจ ด้านกิจกรรม และด้านความคิดเห็น

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 25 ข้อ จำนวน 5 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านค้นหาข้อมูล ด้านประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นการหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา จำนวน 30 คน และนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ของข้อคำถามแต่ละด้านได้ ดังนี้ 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4C's) ด้านความต้องการของผู้บริโภค มีค่า 0.973 ด้านต้นทุนของผู้บริโภค มีค่า 0.979 ด้านความสะดวกในการซื้อ มีค่า 0.992 และด้านการสื่อสาร มีค่า 0.988 2) ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ด้านกิจกรรม มีค่า 0.989 ด้านความสนใจ มีค่า 0.991 และด้านความคิดเห็น มีค่า 0.936 3) ปัจจัยการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ด้านการรับรู้ปัญหา มีค่า 0.884 ด้านค้นหาข้อมูล มีค่า 0.989 ด้านประเมินทางเลือก มีค่า 0.998 ด้านการตัดสินใจซื้อ มีค่า 0.994 และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ มีค่า 0.966 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Nunnally, 1978)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล จัดเตรียมแบบสอบถามในข้อหาคำถามที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยแต่ละหัวข้อ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ และให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง จากนั้นผู้วิจัยทำการรวบรวมแบบสอบถาม ซึ่งได้รับแบบสอบถามคืนกลับมาจำนวน 450 ชุด คิดเป็นร้อยละ 83 มาทำการวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ทั้งนี้ ผู้วิจัยทำการปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลเป็นความลับ และไม่มีการเปิดเผยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นรายบุคคล แต่จะทำการนำเสนอข้อมูลทางสถิติแบบภาพรวม

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ใช้วิธีการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร ฐานข้อมูล และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นฐานข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ในการตั้งคำถามในแบบสอบถาม

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมการวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

7. ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ สรุปผลตามลำดับ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้แอปพลิเคชันซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 450 คน (คิดเป็นร้อยละ 100) เคยรับประทาน จำนวน 450 คน (คิดเป็นร้อยละ 100) อายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไปจำนวน 450 คน (คิดเป็นร้อยละ 100) โดยส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพเพราะเพื่อสุขภาพจำนวน 422 คน (คิดเป็นร้อยละ 93.8) รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ จำนวนหนึ่งครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 420 คน (คิดเป็นร้อยละ 93.30) สั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Grab Food จำนวน 162 คน (คิดเป็นร้อยละ 36.0) และเหตุผลที่เลือกสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน เนื่องจากแอปพลิเคชันใช้งานง่าย และสะดวกจำนวน 140 คน (คิดเป็นร้อยละ 31.1)

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 450 คน สรุปว่า โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน (คิดเป็นร้อยละ 57.8) มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 106 คน (คิดเป็นร้อยละ 23.6) มีระดับการ

ศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 261 คน (คิดเป็นร้อยละ 58.0) มีรายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 178 คน (คิดเป็นร้อยละ 39.6) อาชีพข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจจำนวน 139 คน (คิดเป็นร้อยละ 30.9)

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.59) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความสะดวกในการซื้อ (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73) ด้านต้นทุนของผู้บริโภค (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.64) ด้านความต้องการของผู้บริโภค (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54) และด้านการสื่อสาร (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.45) เมื่อพิจารณารายข้อของแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ดังนี้

ด้านความต้องการของผู้บริโภค พบว่า มีสินค้าดี มีคุณภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.58) ด้านต้นทุนของผู้บริโภค พบว่า ราคาสินค้าถูกกว่าร้านอาหารเพื่อสุขภาพจากร้านอื่น ๆ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69) ด้านความสะดวกในการซื้อ พบว่า มีบริการ ส่งถึงบ้าน อย่างรวดเร็ว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78) และด้านการสื่อสาร พบว่า มีการส่งข่าวสารต่าง ๆ ให้กับลูกค้า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.49)

4. ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบในการดำรงชีวิต ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ จังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.55) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความสนใจ (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.64) ด้านความคิดเห็น (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54) และด้านกิจกรรม (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.46) เมื่อพิจารณารายข้อของแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ดังนี้

ด้านกิจกรรมมีระดับความคิดเห็น พบว่า ชอบทำอาหารเพื่อสุขภาพ รับประทานเอง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.49) ด้านความสนใจมีระดับความคิดเห็น พบว่า อยากให้ทุกคนในครอบครัว ทานอาหารเพื่อสุขภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69) และด้านความคิดเห็น พบว่า คิดว่าเศรษฐกิจเป็นสิ่งที่ทำให้ราคาอาหารเพื่อสุขภาพ มีราคาสูง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.59)

5. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค ในจังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.62) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการตัดสินใจซื้อ (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79) ด้านการรับรู้ปัญหา (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.70) ด้านการค้นหาข้อมูล (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.63) ด้านการประเมินทางเลือก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.55) ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.46) เมื่อพิจารณารายข้อของแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ดังนี้

ด้านการรับรู้ปัญหา พบว่า อาหารเพื่อสุขภาพ ทำให้มีสุขภาพทางกายและสุขภาพทางจิตที่ดี มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74) ด้านการค้นหาข้อมูล พบว่า สืบค้นข้อมูลอาหารเพื่อสุขภาพผ่านทางเว็บไซต์ต่าง ๆ ก่อนซื้อสินค้า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.66) ด้านการประเมินทางเลือก พบว่า มีเกณฑ์เปรียบเทียบอาหารเพื่อสุขภาพ ก่อนการซื้อ เช่น ราคาเหมาะสม และเมนูอาหาร มีความหลากหลาย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.59) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ด้านการตัดสินใจซื้อ พบว่า ความปลอดภัยในเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ พบว่า รู้สึกพึงพอใจในการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.50)

6. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภค ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์

ตารางที่ 1

การตรวจสอบค่า Collinearity ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ตัวแปรอิสระ	VIF
ด้านความต้องการของผู้บริโภค	8.035
ด้านต้นทุนของผู้บริโภค	8.600
ด้านความสะดวกในการซื้อ	4.653
ด้านการสื่อสาร	3.991

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการตรวจสอบค่า Collinearity ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านต้นทุนของผู้บริโภค ด้านความสะดวกในการซื้อ และด้านการสื่อสาร มีค่า VIF ไม่เข้าใกล้หรือเกิน 10 (Hair et al., 2009) ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรอิสระไม่มีสภาพที่เกิดสหสัมพันธ์หรือไม่เกิด Multicollinearity ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง

ตารางที่ 2

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์

ตัวแปรอิสระ	b	t	β	Sig.
ด้านความต้องการของผู้บริโภค	-0.111	-2.393	-0.115	0.017*
ด้านต้นทุนของผู้บริโภค	-0.022	-0.556	-0.028	0.578
ด้านความสะดวกในการซื้อ	0.328	12.177	0.447	0.000*
ด้านการสื่อสาร	0.764	22.400	0.762	0.000*

R = 0.933, R-Sq = 0.871, R-Sq (Adj) = 0.870, SEE = 0.212, F = 751.757, Sig.F = 0.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's) ทั้ง 4 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านความต้องการของผู้บริโภค ด้านต้นทุนของผู้บริโภค ด้านความสะดวกในการซื้อ และด้านการสื่อสาร ร่วมกันอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ได้ร้อยละ 87.10 (R-Square = 0.871) โดยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยพิจารณาจากตัวแปรทางด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ โดยการเรียงลำดับผลจากตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดไปน้อยสุด ดังนี้

อันดับที่ 1 มากสุด คือ ด้านการสื่อสาร มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีค่า Beta = 0.762

อันดับที่ 2 คือ ด้านความสะดวกในการซื้อ มีอิทธิพลรองลงมาจากอันดับ 1 โดยมีค่า Beta = 0.447

อันดับที่ 3 คือ ด้านความต้องการของผู้บริโภค มีอิทธิพลรองลงมาจากอันดับ 2 โดยมีค่า Beta = -0.115

การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ = $0.233 + 0.764 (\text{ด้านการสื่อสาร}) + 0.328 (\text{ด้านความสะดวกในการซื้อ}) - 0.111 (\text{ด้านความต้องการของผู้บริโภค})$

จากสมการถดถอยพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ ทั้ง 3 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

กรณีที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านการสื่อสาร เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ เพิ่มขึ้น = 0.764 หน่วย เมื่อปัจจัยทางด้านความสะดวกในการซื้อ และด้านความต้องการของผู้บริโภค ไม่มีการเปลี่ยนแปลง

กรณีที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านความสะดวกในการซื้อ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ เพิ่มขึ้น = 0.328 หน่วย เมื่อปัจจัยทางด้านการสื่อสาร และด้านความต้องการของผู้บริโภค ไม่มีการเปลี่ยนแปลง

กรณีที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านความต้องการของผู้บริโภค เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ลดลง = 0.111 หน่วย เมื่อปัจจัยทางด้านการสื่อสาร และด้านความสะดวกในการซื้อ ไม่มีการเปลี่ยนแปลง

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิต ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์

ตารางที่ 3

การตรวจสอบค่า Collinearity ของรูปแบบการดำเนินชีวิต

ตัวแปรอิสระ	VIF
ด้านกิจกรรม	4.518
ด้านความสนใจ	4.776
ด้านความคิดเห็น	10.061

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการตรวจสอบค่า Collinearity ของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม และด้านความสนใจ มีค่า VIF ไม่เข้าใกล้หรือเกิน 10 (Hair et al., 2009) ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรอิสระไม่มีสภาพที่เกิดสหสัมพันธ์หรือไม่เกิด Multicollinearity ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง อย่างไรก็ตาม ตัวแปรด้านความคิดเห็น มีค่า VIF เท่ากับ 10.061 ซึ่งมีการเกิดปัญหาวะร่วมเส้นตรงพหุคูณ (Multicollinearity) ดังนั้น จึงทำการตัดตัวแปรนี้ออก

ตารางที่ 4

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของ รูปแบบการดำเนินชีวิต ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์

ตัวแปรอิสระ	b	t	β	Sig.
ด้านกิจกรรม	0.770	24.555	0.794	0.000*
ด้านความสนใจ	0.091	3.376	0.109	0.001*

R = 0.875, R-Sq = 0.765, R-Sq (Adj) = 0.764, SEE = 0.287, F = 727.225, Sig.F = 0.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 2 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านกิจกรรม และด้านความสนใจ ร่วมกันอธิบายความผันแปรของการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ได้ร้อยละ 76.50 (R-Square = 0.765) โดยพบว่า ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพิจารณาจากตัวแปรทางด้านปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ โดยการเรียงลำดับผลจากตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดไปน้อยสุด ดังนี้

อันดับที่ 1 มากสุด คือ ด้านกิจกรรม มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีค่า Beta = 0.794

อันดับที่ 2 ด้านความสนใจ มีอิทธิพลรองลงมาจากอันดับ 1 โดยมีค่า Beta = 0.109

การตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพออนไลน์ = $0.630 + 0.770 (\text{ด้านกิจกรรม}) + 0.091 (\text{ด้านความสนใจ})$

จากสมการถดถอยพหุคูณของปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิต ทั้ง 2 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ สามารถอธิบายได้ ดังนี้

กรณีที่ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านกิจกรรม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ เพิ่มขึ้น = 0.770 หน่วย เมื่อปัจจัยทางด้านความสนใจไม่มีการเปลี่ยนแปลง

กรณีที่ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความสนใจ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น 0.091 หน่วย เมื่อปัจจัยทางด้านกิจกรรม ไม่มีการเปลี่ยนแปลง

8. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

1. จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี พบว่า

1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภค ในด้านการสื่อสาร ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งหมายความว่า ถ้าผู้บริโภคหรือลูกค้าได้รับการบริการในด้านการสื่อสารเพิ่มขึ้น เช่น มีการส่งข่าวสารต่างๆ ให้แก่ลูกค้า และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า เป็นต้น ก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น โดยผู้วิจัยได้พิจารณาจากผลวิจัยเกี่ยวกับ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภค ในด้านการสื่อสารอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคหรือลูกค้าส่วนใหญ่ มักจะให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภคทางการสื่อสาร เช่น มีการส่งข่าวสารต่างๆ ให้แก่ผู้บริโภคหรือลูกค้าได้ทราบอยู่เป็นประจำ มีการ

โดยผลวิจัยที่ผู้วิจัยค้นพบนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชนชนวนัน จันทร์อิวัตรกุล (2562) ได้วิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านกิจกรรม

2) รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความสนใจ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งแปลว่า ถ้าผู้บริโภคหรือลูกค้ามีพฤติกรรมในด้านความสนใจเพิ่มขึ้น เช่น ผู้บริโภคหรือลูกค้าสนใจกระแสการรักสุขภาพ สนใจอยากให้ทุกคนในครอบครัวทานอาหารเพื่อสุขภาพ และสนใจในการหาข้อมูลอาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นต้น ก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น โดยผู้วิจัยได้พิจารณาจากผลวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านความสนใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคหรือลูกค้าส่วนใหญ่ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ดี มักจะสนใจทำกิจกรรม เช่น สนใจในกระแสการรักษาสุขภาพ และสนใจในการหาข้อมูลอาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ โดยผลวิจัยที่ผู้วิจัยค้นพบนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของชนชนวนัน จันทร์อิวัตรกุล (2562) ได้วิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านความสนใจ

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภค ในด้านการสื่อสาร ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์มากที่สุด ดังนั้น ผู้ให้บริการควรสร้างช่องทางต่าง ๆ ในทางด้านการสื่อสาร เพื่อให้ใกล้ชิดกับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เช่น การส่งข่าวสารใหม่ๆ ให้ผู้บริโภค มีการลดแลกแจกแถมเป็นประจำ และการให้สิทธิพิเศษสำหรับสมาชิก เป็นต้น

2. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภค ในด้านความสะดวกในการซื้อ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์รองลงมา ดังนั้นผู้ให้บริการควรพัฒนาแอปพลิเคชัน เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายในการสั่งซื้อและการยกเลิกการซื้อสินค้า นอกจากนี้ในส่วนของการพนักงานจัดส่งอาหาร ควรใส่ใจฝึกอบรมเรื่องบริการที่สุภาพ และยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแนวใหม่ (4C's) และรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดอื่นๆ เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ให้บริการสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อไป

2. ควรศึกษาในแบบเชิงคุณภาพเพิ่มเติมได้ ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- กิตติอำพล สุดประเสริฐ, พิษขจรณ์ รื่นพจน์, และ วัชรพล วงศ์จันทร์. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้แอปพลิเคชันไลน์แมน เพื่อบริการรับส่งอาหาร ในเขตอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 2(2), 51-60.
- ฉัตยาพร เสมอใจ และ จูตินันท์ วารวิณิช. (2551). *หลักการตลาด (Principle of marketing)*. ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชนชญาน์ จันทรธิวัตรกุล. (2562). รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี]. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เทรนด์อาหารเทรนด์สุขภาพยุค New Normal. (2563, 4 ธันวาคม). กรุงเทพฯธุรกิจ. <https://www.bangkokbiznews.com/social/910930>
- ณัฐกฤตา นันทะสิน. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและความภักดีต่ออาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารกระแสนวัตกรรม*, 16(29), 3-18.
- ณัฐพงศ์ พรเดชเดช และ สุพิชา บุรณะวิทยาภรณ์. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นประเภทอิกายะในกรุงเทพมหานคร. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 5(4), 22-35.
- ธนวัต วัจนมิตร์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้าไอโฟนในกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. BU Research. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/4362>
- ธนาธร เพิ่มกำลังทรัพย์, อำพล นววงศ์เสถียร, และ ปณิมา รุ่งเรือง. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 7(2), 16-28.
- บริษัท เต็ดตรา แพ้ค (ประเทศไทย) จำกัด. (2564, 30 กรกฎาคม). เต็ดตรา แพ้ค เผยรายงานเชิงลึกเทรนด์ดีพีเดีย ประจำปี 2564 ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของเทรนด์ผู้บริโภคในปี. <https://www.tetrapak.com/en-th/about-tetra-pak/news-and-events/newsarchive/tetra-pak-unveils-trendipedia-2021>
- ภัทรภูมิ ปันเนียม. (2565). คุณภาพบริการ ภาพลักษณ์ตราสินค้า และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนตราสินค้าของผู้บริโภค ในการใช้แอปพลิเคชันบริการรับส่งอาหาร [ภาควิชาบริหารธุรกิจ ภาควิชาการตลาด มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด].
- มาร์เก็ตติ้งอู๊ปส์. (2564, 3 กรกฎาคม). เผยอินไซด์ Food delivery ช่วงโควิดระลอก 3 ใครคือลูกค้าหลัก-เมนูไหนฮิต-ช่วงใดขายดีที่สุด และร้านอาหารควรปรับตัวอย่างไร. <https://www.marketingoops.com/news/insight-food-delivery-covid-19/>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564, 15 ธันวาคม) ETDA เผยโควิด-19 เป็นเหตุสังเกตได้ Gen Z ใช้เน็ตสูงสุด ปีแรกชนะ Gen Y แชมป์ 6 สมัย. <https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-released-IUB-2021.aspx>
- อดิศักดิ์ พุ่มอิม และ เพ็ญศิริพันธ์ สุขสมกิจ. (2564). ส่วนผสมทางการตลาด คุณภาพบริการ และทัศนคติของผู้บริโภคในการใช้แอปพลิเคชันสั่งอาหารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ. *วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน*, 7(1), 49-64.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.

Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning, implementation, and control* (9th ed.). Prentice Hall.

Lauterborn, B. (1990). New marketing litany: four Ps passe; C-words take over. *Advertising Age*, 61(41), 26.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.

Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33-37.

การนำกรอบการทำงาน 5 อาร์ ของแมคคินซี มาใช้ในการปรับตัว
ของผู้ประกอบการร้านอาหารในสถานการณ์โควิด-19
APPLYING MCKINSEY'S 5 R FRAMEWORK IN THE ADJUSTMENT OF
RESTAURANT ENTREPRENEURS IN THE COVID-19 EPIDEMIC

ธวัลยา เจริญถ่องแท้¹

Thawanya Charoenthongthae

Article History

Received: 31-03-2023; Revised: 17-06-2023; Accepted: 18-06-2023

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในประเทศไทย 2) ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มีต่อผู้ประกอบการร้านอาหาร 3) กรอบการทำงาน 5 อาร์ ของ แมคคินซี และ 4) การนำกรอบการทำงาน 5 อาร์ ของแมคคินซี มาใช้ในการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารในสถานการณ์โควิด-19 ผลการศึกษาพบว่า จากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการร้านอาหาร คือ ร้านอาหารมีรายได้จากการดำเนินงานหรือผลตอบแทนที่ได้รับจากการประกอบธุรกิจลดลง ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด โดยการเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการโดยปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เพิ่มช่องทางการจำหน่ายแบบเดลิเวอรี่ และใช้วิธีการอื่นๆ ซึ่งสามารถนำกรอบการทำงาน 5 อาร์ ของ บริษัทที่ปรึกษาแมคคินซี แอนด์ คอมพานีที่ได้นำเสนอไว้ มาปรับใช้ โดยมีกระบวนการตั้งแต่เริ่มรับมือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น วางแผนเพื่อฟื้นตัว นำพาธุรกิจกลับไปสู่จุดเดิม ย้อนคิดถึงทิศทางของธุรกิจในอนาคต และเปลี่ยนแปลงธุรกิจเข้าสู่โลกยุคใหม่ ก็จะช่วยให้ธุรกิจปรับตัวให้อยู่รอดในสถานการณ์โควิด -19

คำสำคัญ: กรอบการทำงาน 5 อาร์ ของแมคคินซี; ผู้ประกอบการร้านอาหาร; การปรับตัวทางธุรกิจ; สถานการณ์โควิด-19

ABSTRACT

This academic article aims to study and present 4 important contents as follows: 1) The spread of COVID-19 in Thailand. 2) The impact of the spread of COVID-19 to restaurant entrepreneurs. 3) McKinsey's 5 R

¹อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Lecturer, Faculty of Management Science, Rambhai Barni Rajabhat University,

E-mail : Thawanya.c@gmail.com *Corresponding author

Framework 4) Applying McKinsey's 5 R Framework to adjustment of restaurant entrepreneurs in the COVID-19 epidemic. The study found that COVID-19 has affected restaurant entrepreneurs resulting in decreased revenues and operating results causing them to adapt to survive. Restaurant entrepreneur have changed there service style by product improvement, add a delivery channel and other methods that can be apply from the 5 R Framework of McKinsey & Company, with a process from resolve, resilience, return, reimagination and reform which, if applied will help to survive.

Keywords : McKinsey's 5 R Framework; Restaurant entrepreneurs; Business adjustment the Covid-19 epidemic

1. บทนำ

การเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องปกติวิสัยที่สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ผู้ประกอบการธุรกิจที่สามารถปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงได้เรียกว่ามีการพัฒนา และสามารถรักษาธุรกิจให้อยู่รอดเจริญก้าวหน้าต่อไปได้ ดังนั้นการเรียนรู้และเข้าใจในสาเหตุของการเปลี่ยนแปลง และการหาวิธีที่เหมาะสมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างยิ่ง มูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยปี พ.ศ. 2560 - 2561 มีมูลค่าสูงกว่า 4 แสนล้านบาท และมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผนวกกับความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจร้านอาหารที่เพิ่มขึ้นทุกปี ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้ผู้ประกอบการรายใหม่ เข้าสู่ตลาดธุรกิจร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 เกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) การแพร่กระจายเกิดขึ้นทั่วโลกอย่างรวดเร็ว หลายประเทศ รวมถึงประเทศไทย รัฐบาลตัดสินใจประกาศปิดประเทศ เกิดมาตรการควบคุมจำกัดการเดินทาง รวมถึงการยกเลิกกิจกรรมที่คนต้องพบปะกันในพื้นที่สาธารณะ มีการประกาศปิดห้างสรรพสินค้ารวมถึงปิดสถานประกอบการบางประเภทที่มีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อ รวมถึงการให้ทำงานที่บ้าน เหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อมิติทางสังคมและเศรษฐกิจเป็นวงกว้างอย่างชัดเจน ธุรกิจต่างๆ ได้รับผลกระทบ เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจค้าปลีก และธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น โดยเฉพาะผู้ประกอบการร้านอาหารนั้นได้รับผลกระทบอย่างหนัก ผู้บริโภคหลีกเลี่ยงการเข้าใช้บริการภายในร้าน ปัญหารายได้จากการดำเนินธุรกิจลดลง ขาดสภาพคล่อง และมีภาระหนี้สิน พนักงานในร้านอาหารมีความเสี่ยงต่อการถูกเลิกจ้าง ผู้ประกอบการร้านอาหารจึงจำเป็นต้องตรวจสอบสถานะทางธุรกิจของตนเอง และหาวิธีการเพื่อปรับตัวรับสถานการณ์โดยเฉพาะกลุ่มที่มีความเสี่ยงด้านรายได้และช่องทางการจำหน่ายที่จำกัด เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด

2. การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในประเทศไทย

โควิด-19 เป็นโรคติดเชื้อไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 ที่เกิดขึ้นครั้งแรกในเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและได้แพร่ระบาดไปมากกว่า 200 ประเทศทั่วโลก เป็นโรคกลุ่มติดเชื้อทางเดินหายใจเหมือนไข้หวัดใหญ่บางประเภทที่เคยเกิดขึ้นมาแล้ว เช่น ไข้หวัดตะวันออกกลางหรือซาร์ (SAR) โรคติดเชื้อโควิด-19 นั้นเป็นโรคระบาดที่มีความรุนแรงต่างกันไปแล้วแต่สายพันธุ์ อาการมีตั้งแต่เป็นไข้ธรรมดาไปจนถึงรุนแรงถึงขั้นเสียชีวิต และยังมีอาการคล้ายพันธุ์ได้อีก ในเดือนธันวาคม ค.ศ. 2019 องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ประกาศถึงการอุบัติขึ้นของเชื้อไวรัสดังกล่าวที่เริ่มระบาดจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนก่อให้เกิดการเจ็บป่วยในหมู่ประชาชนจำนวนมาก และได้ตั้งชื่อเชื้อไวรัสใหม่ว่า โควินาไวรัส 2019 (coronavirus 2019) มีชื่อย่อว่า โควิด-19 (Covid-19) ประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายแรกเป็นสตรีที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งเดินทางมายังสนามบินสุวรรณภูมิ เมื่อวันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2563 ต่อมาพบผู้ติดเชื้อที่เป็นคนไทยรายแรก

เป็นชายอาชีพขับรถแท็กซี่ที่เชื่อว่าติดเชื้อมาจากนักท่องเที่ยวชาวจีน ข่าวสารในขณะนั้นสื่อออกมาว่า โควิด-19 คล้ายกับโรคไขหวัดอื่นที่เคยระบาดมาแล้วเช่นไขหวัดนกและคาดว่าโรคจะหายไปภายใน 1 ปี หลังจากประชาชนได้รับวัคซีน แต่กลับพบว่าเชื้อโรคนี้สามารถกลายพันธุ์ได้อีก วัคซีนเพียงแต่บรรเทาอาการไม่ให้รุนแรงถึงขั้นเสียชีวิตเท่านั้น มิใช่สามารถป้องกันโรคได้ ประชาชนจำนวนหนึ่งจึงปฏิเสธที่จะรับวัคซีนมากกว่า 3 เข็มและเกรงว่าการรับวัคซีนจำนวนมากอาจเกิดโทษต่อร่างกายในระยะยาว เชื้อโควิด-19 ที่ระบาดในประเทศไทยตามลำดับได้แก่สายพันธุ์ฮัน (Serine) ระบาดในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 สายพันธุ์อังกฤษ (Alpha) พบเมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2564 สายพันธุ์แอฟริกา (Belta) พบเมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2564 และสายพันธุ์โอมิครอน (Omicron) พบเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2564 ขณะนี้โควิด-19 ในประเทศไทยเป็นสายพันธุ์โอมิครอนทั้งหมด จากการตรวจระหว่างวันที่ 8-14 ตุลาคม พ.ศ. 2565 ทั้งนี้เว็บไซต์ขององค์การอนามัยโลกได้เผยแพร่ว่ายังไม่มีสายพันธุ์ใหม่ที่น่ากังวล มีเฉพาะที่ต้องติดตามอย่างใกล้ชิดให้ทั่วโลกเฝ้าติดตามสายพันธุ์ที่แตกย่อยออกมาจากโอมิครอน เช่น BA.5, BA.2.75, BJ.1, XBB, BA.2.3.20 และ BA.4.6 ซึ่งมีสายพันธุ์ย่อยบางตัวพบในประเทศไทยแล้ว (กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์, 2565) มีรายงานผู้ติดเชื้อสะสม 2,498,373 ราย ผู้เสียชีวิตสะสม 11,896 ราย และมีการฉีดวัคซีนไปแล้วกว่า 150 ล้านโดส นพ.โอภาส การย์กวินพงศ์ ปลัดกระทรวงสาธารณสุข(สธ.) กล่าวถึงสถานการณ์โควิด-19ในปี 2566 ว่า การระบาดถ้าเทียบกับปีนี้คงไม่แตกต่างกัน คาดว่าเชื้อไม่น่าจะกลายพันธุ์ไปมากนัก ยังคงต้องเฝ้าระวังกันให้กลุ่มเสี่ยง สามารถใช้ชีวิตใกล้เคียงปกติมากที่สุด โดยใช้ชีวิตแบบอยู่ร่วมกับโควิด (พวงชมพู ประเสริฐ, 2565)

ผลกระทบของโควิด-19 ที่มีต่อผู้ประกอบการร้านอาหาร

ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจฐานรากที่มีทั่วไปทุกชุมชน เข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มมีตั้งแต่ธุรกิจขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ จากการสืบค้นพบตัวอย่างปัญหาที่ผู้ประกอบการร้านอาหารเผชิญในสถานการณ์โควิด ยกตัวอย่างผู้ประกอบการร้านอาหาร อาทิ ธุรกิจร้านอาหารโคเอ็นกรุ๊ปมีทั้งหมด 12 สาขา แบ่งเป็นอาหารบุฟเฟต์ซูชิ ซูชิซาซุ ซูชิย่างและครีวกลางหรือเป็นร้านอาหารที่มีแต่ครัวไม่มีที่นั่ง (คลาวด์คิทเชน :Cloud Kitchen) ผู้ประกอบการพบปัญหาคือมาตรการที่รัฐบาลประกาศในช่วงโควิด เช่น ให้ปิดร้านแบบกะทันหัน เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน พ.ศ. 2564 ทำให้ขาดทุนจากการสต็อกวัตถุดิบ ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้มีอายุการเก็บรักษาไม่นาน โดยช่วงที่สถานการณ์ที่ผ่านมามีขาดทุนเกือบร้อยล้านบาท ต้นทุนคงที่ ค่าจ้างพนักงาน ค่าเช่า ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การป้องกันโรคโควิด การปรับตัวคือหาช่องทางว่าจะมีโอกาสเติบโต หรือสร้างรายได้จากทางใดได้บ้าง มีการสร้างครีวกลาง มีการปรับเมนูให้เข้ากับการขายแบบเดลิเวอรี่ (ไทยรัฐออนไลน์, 2564) ยังมีข้อมูลจากสมาคมร้านอาหารไทยและสตรีฟู้ด ซึ่งมีสมาชิกประมาณ 1,000 รายรายงานว่าสมาชิกได้รับผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 ยอดขายลดลงเหลือเพียงร้อยละ 30 และหลายรายขาดสภาพคล่อง และเห็นว่าสิ่งที่จะทำให้ธุรกิจร้านอาหารอยู่รอดได้ ผู้ประกอบการจะต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคว่าร้านอาหารเป็นสถานที่ปลอดภัยและมีมาตรการป้องกันการระบาดอย่างเข้มงวดขณะเดียวกัน ร้านจะต้องมีความยืดหยุ่นปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ และบริหารจัดการต้นทุนให้มีประสิทธิภาพ เพื่อลดค่าใช้จ่ายจะทำให้สามารถประกอบการจ้างงานไว้ได้ พัฒนาทักษะและการให้ความรู้กับลูกจ้างในด้านต่างๆ เพื่อต่อยอดในการดำเนินธุรกิจ เช่น การใช้โซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์ร้าน การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ เป็นต้น (ประภัศร รังสิโรจน์, 2564)

ข้อมูลของ เจริญชัย เอกมาไพศาลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร 41 แห่ง ช่วง เดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 ในจังหวัดที่เป็นพื้นที่ควบคุมสูงสุด คือ กรุงเทพฯ ชลบุรี และเชียงใหม่ ในงานวิจัยเรื่องการสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจต่อแรงงานที่เคลื่อนย้ายกลับสู่ท้องถิ่นในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ระบุว่าธุรกิจร้านอาหารมีการลดลงของยอดขายมากกว่า ร้อยละ 80 โดยลูกค้ามีความกลัวโรคระบาด ทำให้ไม่กล้าเข้ามาใช้บริการ ผู้ประกอบการส่วนมากกังวลเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยในชีวิตของพนักงานที่จะส่งผลกระทบต่อครอบครัว การให้บริการแก่ลูกค้า และภาพลักษณ์ความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อเรื่องความสะอาดและความปลอดภัย ในส่วนของพนักงานก็กังวลที่ร้านอาหารจะถูกปิดจากมาตรการของรัฐหากมีการระบาดอีก และธุรกิจร้านอาหารประสบปัญหาแบกรับต้นทุน

คงที่เท่าเดิม อาทิ ค่าน้ำ ค่าไฟ จนถึงกับต้องปิดกิจการไปเป็นจำนวนมาก (เจริญชัย เอกมาไพศาล, 2565) ร้านอาหาร สีฟ้า เป็นร้านอาหาร ร้อยละ 70 ของร้านที่เปิดบริการตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า จากมาตรการป้องกันการระบาดของโควิด-19 ลูกค้าไม่สามารถรับประทานในร้านได้ เหลือบริการในส่วนเดลิเวอรี่เพียงอย่างเดียว ได้รับผลกระทบยอดขายลดลงกว่าปกติประมาณ ร้อยละ 60 ซึ่งกิจการต้องปิดร้านบางสาขาไป เพื่อบริหารสต็อกและจัดส่งพนักงานไปสาขาที่ยังพอไปได้ เมื่อต้องขายแบบมีเดลิเวอรี่ช่องทางเดียว เมนูในร้านต้องปรับเปลี่ยนและลดลง เพราะบางเมนูไม่เหมาะกับเดลิเวอรี่ (ผู้จัดการออนไลน์, 2564) ร้าน Copper Buffet ร้านอาหารบุฟเฟต์นานาชาติเป็นร้านแบบพรีเมียม จากร้านที่มียอดขายในแต่ละปีมากกว่าหลักร้อยล้านบาท เกิดวิกฤตโควิด-19 ต้องหยุดให้บริการ รายรับ ต่อวันต้องกลายเป็นศูนย์ทันที เมื่อเกิดวิกฤต ร้านได้ทำในทันทีคือการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการคือการจัดเซตเมนูอาหารใหม่ให้กลายเป็นเดลิเวอรี่ทั้งหมด ให้ความสำคัญกับคุณภาพความสดใหม่ เหมือนลูกค้านั่งรับประทานที่ร้านเหมือนเดิม สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าโดยมีการส่งผ่านสัญญาณต่อเนื่องสด (live streaming) ภาพบรรยากาศการปรุงอาหารในห้องครัว เพื่อสร้างความมั่นใจว่าอาหารที่ออกจากครัวจะยังคงคุณภาพไว้ได้เหมือนเดิม ร้านอาหารในเครือโบหยก เมื่อเกิดวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 จากธุรกิจโรงแรม และร้านอาหารที่มีลูกค้าทั้งคนไทย และชาวต่างชาติที่เคยมาใช้บริการอย่างหนาแน่น กลับไม่มีลูกค้ามาใช้บริการเลย ทั้งยอดขายที่ตกลง ร้านอาหารก็สามารถให้บริการได้ และส่วนใหญ่ก็เป็นร้านอาหารในระดับพรีเมียม มีค่าใช้จ่ายสูง เมื่อรายรับไม่มี มีแต่รายจ่ายในทุกวัน สิ่งที่เครือโบหยกพิจารณาเป็นอย่างแรกคือ ร้านอาหารจะปรับตัวอย่างไรให้เหมาะสมกับจำนวนบุคลากรที่มี โดยตัดสินใจว่าจะไม่มีการปลดพนักงาน พนักงานทุกคนยังมียานพาหนะ ได้รับเงินเดือนเต็มจำนวน แต่อาจมีการปรับหน้าที่การทำงาน จากเดิมที่พนักงานแต่ละคนทำหน้าที่เพียงอย่างเดียว ต้องปรับเปลี่ยนหน้าที่เพื่อให้บริการลูกค้าในรูปแบบเดลิเวอรี่ เครือโบหยกได้ให้ร้านอาหารปรับตัวทั้งหมด โดยให้มีการเปลี่ยนกลยุทธ์ หันมาทำอาหารส่งฟรีในเขตกรุงเทพฯ ไม่ใช่แค่พนักงานเท่านั้นที่ต้องขนส่งเดลิเวอรี่ แต่ระดับผู้บริหาร ในบางวันก็มีการไปส่งอาหารให้กับลูกค้าด้วยตัวเอง (แซม ต้นสกุลและคณะ, 2566)

กรอบการทำงาน 5 อาร์ ของ แมคคินซี (McKinsey 5 R Framework)

ในระหว่างเวลาที่โลกเผชิญสถานการณ์โควิด - 19 ที่สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อเศรษฐกิจโลก ทุกธุรกิจต่างหาทางเอาตัวรอด สถาบันแมคคินซี หนึ่งในบริษัทผู้ให้คำปรึกษาชั้นนำระดับโลกจึงเผยแพร่ กรอบการทำงาน 5 อาร์ ซึ่งก็คือ 5 ขั้นตอนดำเนินการเพื่อรับมือกับวิกฤตเมื่อธุรกิจต้องเผชิญกับโลกที่เปลี่ยนไป 5 อาร์ที่นำเสนอได้แก่

Resolve (จัดการแก้ไข) หมายถึง จัดการกับความท้าทายที่ส่งผลกับลูกค้า ลูกค้า ธุรกิจ เทคโนโลยี ระบุว่าปัญหาที่กำลังเผชิญคืออะไร และจะแก้ไขอย่างไร หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งคือการหาแนวทางในการเอาตัวรอด เช่น ปรับธุรกิจสู่ตลาดออนไลน์ ปรับวิธีการทำงาน จัดทีมงานขนาดเล็กที่มีประสิทธิภาพ นำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน แม้กระทั่งลดจำนวนพนักงานเพื่อปรับลดค่าใช้จ่าย โดยทำสิ่งเหล่านี้เป็นขั้นแรก

Resilience (ฟื้นตัว) หมายถึง เมื่อธุรกิจสามารถจัดการแก้ปัญหาที่ต้องเผชิญได้แล้ว สิ่งที่ต้องทำต่อมาคือปรับตัวและฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว เช่น การปรับโครงสร้างองค์กร เปลี่ยนวิธีการทำธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป หรือใช้วิธีการใดๆก็ตามที่จะทำให้เกิดผลกระทบกับธุรกิจน้อยที่สุดและสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้

Return (หวนคืน) เมื่อธุรกิจสามารถแก้ไขและฟื้นตัวจากสถานการณ์ที่ต้องเผชิญได้แล้ว สิ่งที่ต้องทำลำดับถัดไปคือ หวนคืนสู่จุดเดิมของตัวเอง เช่นในช่วงวิกฤตธุรกิจสูญเสียรายได้หรือสถานะบางอย่างไป ขั้นตอนนี้จะนำพาธุรกิจกลับมาสู่มาตรฐานเดิมที่เคยทำได้อีกครั้งหนึ่ง ทั้งในแง่กำไรและสถานะทางธุรกิจ วางแผนการกลับมาทำงานในภาวะปกติอย่างละเอียด โดยเริ่มต้นจากการติดตามสถานการณ์โควิด-19 อย่างใกล้ชิดว่ามีจำนวนผู้ติดเชื้อที่ลดลง มาตรการจากภาครัฐที่ให้มีการกักตัวที่ผ่อนคลายลง มีชุดทดสอบโรคใช้อย่างกว้างขวางและทราบผลอย่างรวดเร็ว หรือมีวัคซีนป้องกันโรคที่ใช้งานได้ผล หากสถานการณ์คลี่คลายลง จึงนำไปสู่การพิจารณาการดำเนินการระดับองค์กรเพื่อปกป้องลูกค้า โดยมีมาตรการ เช่น วัคซีน ล้างมือบ่อยๆ สร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าว่าองค์กรมีมาตรการ

ที่รัดกุม เช่น มีเจลฆ่าเชื้อ กลับมาทำงานร่วมกับคู่ค้า จากนั้นจึงพิจารณาผลกระทบจากการหยุดชะงักทางธุรกิจ และพิจารณาว่าต่อไปควรดำเนินธุรกิจแบบเดิม หรือปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานไปอย่างไร

Reimagination (หวนคิด) เมื่อกลับสู่จุดเดิมได้แล้วก็ยังไม่เพียงพอ ธุรกิจต้องย้อนกลับมาพิจารณาถึงบทบาทของธุรกิจในสภาวะโลกยุคใหม่ที่ไม่เหมือนเดิม เพราะเมื่อสภาวะแวดล้อมเปลี่ยนไปกลไกของธุรกิจก็ต้องเปลี่ยนตาม จินตนาการว่า สภาพสังคมใหม่หลังจากโควิด-19 หรือ “next normal” จะเป็นไปในรูปแบบใด การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ส่งผลอย่างไร และองค์กรควรปรับตัวอย่างไร ยกตัวอย่าง เช่น โทรศัพท์มือถือเปลี่ยนสู่สมาร์ตโฟน กล้องฟิล์มเปลี่ยนเป็นกล้องดิจิทัล ธุรกิจดังกล่าวก็ไม่อาจใช้จุดยืนเดิมของตัวเองได้อีกต่อไป ธุรกิจก็ต้องย้อนกลับมามองถึงบทบาทของธุรกิจที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต

Reform (ปฏิรูป) เมื่อหวนคิดและเข้าใจในบทบาทของธุรกิจที่จะเกิดขึ้นใหม่ในอนาคตแล้ว ธุรกิจต้องปฏิรูปตัวเองเพื่อสอดคล้องกับสภาวะการณ์ใหม่ที่เปลี่ยนไป คือนอกจากจะมองเห็นความเปลี่ยนแปลงแล้วต้องรับความเปลี่ยนแปลงและเปลี่ยนตัวเองให้เข้ากับบริบทที่เปลี่ยนไป ธุรกิจไม่อาจอยู่ในโลกใหม่ด้วยวิถีเดิมต้องปฏิรูปตัวเองให้สอดคล้องกับสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นด้วย (สิริวิชญ์ สิงหาพล, 2563)

ภาพที่ 1

กรอบการทำงาน 5 อาร์ของแมคคินซี



หมายเหตุ.navigatingthecrisis:the 5R framework.โดย PeterLunio, 2020, <https://goldenmarzipan.co.uk/insights/five-rs/>

3. องค์ความรู้ใหม่

การนำกรอบการทำงาน 5 R ของ McKinsey มาใช้ในการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารในสถานการณ์โควิด 19

Resolve (จัดการแก้ไข) เมื่อสถานการณ์วิกฤตเกิดขึ้น สิ่งแรกสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารควรจะทำก็คือการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้น โดยการระบุถึงปัญหาพบ และตัดสินใจในสิ่งที่ดีที่สุดในสถานการณ์นั้น ซึ่งปัญหาที่พบส่วนมากก็คือ ยอดขายลดลง ในขณะที่ต้นทุนคงที่สูง เช่น ค่าเช่าร้าน ค่าสาธารณูปโภค ค่าจ้างพนักงาน ขวัญกำลังใจของพนักงานตกต่ำ พนักงานมีความกังวลว่าจะติดเชื้อโควิด-19 และกังวลว่าจะถูกเลิกจ้าง เมื่อระบุปัญหาได้แล้ว ผู้ประกอบการร้านอาหารควรเร่งแก้ปัญหาเหล่านั้นโดยเพิ่มยอดขาย

ทำการปรับผลิตภัณฑ์ซึ่งได้แก่เมนูอาหารในร้านให้เหมาะกับการขายในรูปแบบเดลิเวอรี เพิ่มช่องทางการจำหน่ายเป็นแบบเดลิเวอรี โดยอาศัยสื่อโซเชียลมีเดีย บริหารต้นทุนโดยลดค่าใช้จ่าย เช่น ปรับลดสาขา ลดชั่วโมงการทำงานของพนักงานลง พัฒนาทักษะและให้ความรู้กับพนักงานในเรื่องการทำงานในหลายหน้าที่ ปรับวัฒนธรรมองค์กรเน้นความสำเร็จของงานมากกว่าตำแหน่งหน้าที่ ร้านอาหารบางแห่งผู้บริโภคมองต้องไปส่งอาหารให้ลูกค้า เป็นต้น

Resilience (ฟื้นตัว) หลังจากที่เราแก้ไขปัญหาได้แล้วผู้ประกอบการร้านอาหาร ต้องปรับตัวหรือปรับทิศทางของธุรกิจ เพื่อเร่งการฟื้นฟูให้แก่ธุรกิจของเรา เช่น ปรับจากการขายอาหารที่ร้านเป็นการขายแบบเดลิเวอรี การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรให้มีความยืดหยุ่น ปรับตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานปรับเปลี่ยนขั้นตอนการทำงานให้เหมาะสมกับรูปแบบการดำเนินงานแบบใหม่ หรือใช้วิธีใดๆ ที่ทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปโดยได้รับผลกระทบน้อยที่สุด

Return (หวนคืน) เมื่อผู้ประกอบการร้านอาหารแก้ไขปัญหาและฟื้นตัวพร้อมที่จะดำเนินธุรกิจต่อไป ลำดับต่อไปคือการนำพาธุรกิจกลับไปยังจุดเดิมที่ได้ทำมาก่อนเกิดวิกฤตทั้งในแง่ของยอดขาย กำไร ชื่อเสียง และบทบาทในธุรกิจ ทำอย่างไรจึงจะกลับไปเป็นอย่างเดิมได้ ผู้ประกอบการอาจต้องเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มรายได้ ตัวอย่างเช่นร้านอาหารในเครือใบหยก มีผลิตภัณฑ์ใหม่คือ เดลิเวอรีเซฟ บริการพอร์คิวให้ไปทำอาหารที่บ้านหรือสถานที่ของลูกค้า ร้าน copper buffet ใช้การสร้างชื่อเสียงภาพลักษณ์โดยใช้เทคโนโลยีและใช้โซเชียลมีเดียมีการไลฟ์สดริมนการทำอาหารและภาพบรรยากาศในร้านให้ลูกค้าได้เห็น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เมื่อสถานการณ์กลับมาเป็นปกติ ก็ยังสามารถนำกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้ทำไปแล้วนี้กลับมารวมอยู่ในธุรกิจหลักของได้

Reimagination (หวนคิด) การที่ธุรกิจสามารถกลับคืนไปยังจุดที่ก่อนเกิดวิกฤตได้นั้นเป็นสิ่งที่ดี แต่ผู้ประกอบการยังมีโอกาสที่จะพบวิกฤตต่างๆ อีกในอนาคต ดังนั้นการหมั่นทบทวนธุรกิจในบริบทที่เปลี่ยนไปจากสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ทิศทางหรือแนวทางใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องหวนคิดอยู่เสมอว่าเหตุการณ์วิกฤตที่ผ่านมา ธุรกิจผ่านมาได้อย่างไร วิธีแก้ปัญหาที่มีข้อดีข้อด้อยอย่างไร และหากมีเหตุการณ์วิกฤตเกิดขึ้นอีกในอนาคตธุรกิจจะวางแผนตั้งรับอย่างไรให้ธุรกิจอยู่รอด หวนคิดทบทวนอยู่เสมอไม่ตั้งอยู่ในความประมาท วิกฤตที่เกิดขึ้นนี้เป็นช่วงเวลาที่ทุกคนเต็มไปด้วยความหวาดกลัว แต่ก็ยังเป็นช่วงเวลาที่ทุกคนในองค์กรต้องตั้งสติ ช่วยกันประคับประคองให้ธุรกิจผ่านวิกฤตไปด้วยกัน โดยตระหนักว่าปัญหาดังกล่าวเป็นเรื่องส่วนรวมที่ต้องร่วมแรงร่วมใจในการแก้ไข

Reform (ปฏิรูป) เมื่อเราทบทวนทิศทางการทำธุรกิจแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการปฏิรูปหรือการเปลี่ยนแปลงตนเองให้เข้ากับทิศทาง บริบท และสถานการณ์ใหม่ เช่น

- การปรับเปลี่ยนการใช้เครื่องมือและวิธีการทำงานเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ในอนาคต พัฒนาเทคโนโลยีหรือระบบใหม่ๆ เข้ามาในธุรกิจจะเป็นการช่วยลดความเสี่ยงหากเครื่องมือเดิมขาดประสิทธิภาพ เช่นเมื่อลูกค้าต้องเว้นระยะห่างหรือไม่สามารถนั่งรับประทานอาหารในร้านได้ก็ต้องปรับรูปแบบสินค้าในร้าน เพิ่มช่องทางการจำหน่ายแบบอื่น เลือกให้บริการแบบเดลิเวอรี รับคำสั่งซื้อจากแพลตฟอร์มสั่งอาหารออนไลน์ ซึ่งถือเป็นโอกาสที่จะขยายโอกาสการเข้าถึงลูกค้า

- ปรับกลุ่มเป้าหมาย เช่นเน้นลูกค้าวัยรุ่น วัยทำงาน ที่มีความคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยี และเปลี่ยนตัวเองเข้ากับกลุ่มเป้าหมายใหม่เมื่อลูกค้ามาหาเราไม่ได้ก็ต้องเป็นฝ่ายเข้าหาลูกค้าแทน

- ปรับการทำงานทุกอย่างให้ง่ายและสะดวกมีการใช้เทคโนโลยีในการอำนวยความสะดวก อย่างเช่นการเชื่อมต่อบริการ LINEMAN เข้ากับ LINE official Account ของร้านอาหารต่างๆ ช่วยให้ลูกค้ากดสั่ง LINEMAN ผ่าน LINE official Account ได้โดยไม่ต้องสลับแอปพลิเคชันไปมา ทำให้สั่งอาหารได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

การสร้างแบรนด์และความคิดสร้างสรรค์ ธุรกิจร้านอาหารเกิดการเปลี่ยนแปลงหลายอย่างจากเหตุการณ์ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ปัจจัยด้านทำเลหรือสถานที่ตั้งของร้านอาหารหมดความหมายไปโดยปริยาย เพราะเทคโนโลยีทำให้ทุกทำเลร้านต่างๆ มารวมกันอยู่ที่เดียวคือบนโทรศัพท์มือถือ ธุรกิจมีโอกาสอย่างมากในการขยายธุรกิจอย่างไม่มีขีดจำกัด สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการ

การต้องให้ความสำคัญคือ การสร้างแบรนด์ให้เข้มแข็งเช่น ร้านดัง ร้านเดิม ร้านอร่อยก็เป็นโอกาสในการขยายฐานลูกค้าโดยการสร้างเรื่องราวของแบรนด์แล้วโฆษณาผ่านสื่อโซเชียล อีกด้านที่สำคัญคือความคิดสร้างสรรค์ นอกจากเรื่องรสชาติ ความอร่อย ทำอย่างไรให้เกิดความแตกต่าง นอกจากรสชาติ การสร้างสรรค์เมนูที่ทำมาจากวัตถุดิบพิเศษ วัตถุดิบเด่น ๆ ของร้านเรา การจัดภาชนะบรรจุให้สวยงามดูมีคุณค่า คุ่มราคา สร้างประสบการณ์การรับประทานอาหารที่บ้านให้เหมือนมารับประทานที่ร้าน การคิดวิธีการส่งเสริมการตลาดใหม่ ๆ หรือวิธีอื่น ๆ ใดให้สังคม เช่น ซื้อมือ 1 แถม 1 สำหรับบุคลากรทางการแพทย์ เป็นต้น เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น

สรุป

วิกฤตการณ์โควิด-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในธุรกิจร้านอาหาร ผู้ประกอบการร้านอาหารได้รับผลกระทบที่คล้ายคลึงกัน คือ ยอดขายและผลประกอบการลดลง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อการอยู่รอดด้วยวิธีการแก้ปัญหาอย่างรวดเร็วและ ตัดสินใจเหมือนกันคือเลือกที่จะมองหาลิขสิทธิ์ หรือบริการที่ตอบโจทย์กับลูกค้า ในวันที่สถานการณ์มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สามารถนำกรอบการทำงาน 5 อาร์ ของ แมคคินซี มาปรับใช้ธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งมีกระบวนการตั้งแต่เร่งรับมือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น วางแผนเพื่อฟื้นตัว หาทางพาธุรกิจกลับไปสู่จุดเดิม ย้อนคิดถึงทิศทางของธุรกิจในยุคใหม่ และเปลี่ยนตัวเองให้เข้ากับโลกยุคใหม่ เป็นแนวทางที่สามารถวางแผนและจัดสรรทรัพยากรเพื่อให้องค์กรสามารถปรับตัวและดำเนินธุรกิจต่อไปได้ อย่างไรก็ตามอนาคตเป็นเรื่องไม่แน่นอนสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องทำอยู่ตลอดคือ แผนบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อรองรับเหตุไม่คาดฝัน ช่วงเวลาต่อไปนี้ธุรกิจร้านอาหารจะกลับมาดีขึ้นจากการที่ประชาชนได้รับการฉีดวัคซีนอย่างต่อเนื่อง แต่สิ่งที่จะตามมาเมื่อตลาดฟื้นตัวคือการแข่งขันที่ดุเดือดจะกลับมาด้วย

รายการอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563, 7 สิงหาคม). *มือใหม่อยากทำร้านอาหารเริ่มต้นอย่างไรดี*. SMEOne. <https://www.smeone.info/posts/view/73>
- กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์. (2565, 17 ตุลาคม). *สธ.แถลงสถานการณ์โควิด 19 สายพันธุ์ย่อยต่างๆ ที่เกิดขึ้นใหม่ในประเทศไทย*. กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์. <https://www3.dmsc.moph.go.th/post-view/1708>
- แซม ดันสกุลและคณะ. (2566, 16 มีนาคม). *ร้านอาหารปรับตัวอย่างไร? ในวันที่ โควิด-19 ยังอยู่อีกยาว*. กรุงเทพฯ: กรุงศรีดอทคอม. <https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/business-food-management>.
- ครองขวัญ รอดหมวน. (2564, 17 สิงหาคม). *ธุรกิจร้านอาหารข้าพชีโควิด.ไทยโพสต์*. <https://www.thaipost.net/main/detail/113522>.
- เจริญชัย เอกมาไพศาล. (2565, 8 มีนาคม). *การสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจต่อแรงงานที่เคลื่อนย้ายกลับสู่ท้องถิ่นในภาคธุรกิจท่องเที่ยวและบริการภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง*. ศูนย์ปฏิบัติการด้านนวัตกรรมการแพทย์และการวิจัยและพัฒนา ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 (ศบค.). <https://covid19.nrct.go.th/research-innovation/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%A2%E0%B8%B1%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%A2%E0%B8%B7%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%87/>
- ดาว ชุ่มตะขบ. (2563). *เศรษฐกิจพอเพียง ทางเลือก ทางรอดฝ่าวิกฤตโควิด-19*. วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา, 2(3) 11-22.

- ไทยรัฐออนไลน์. (2564, 16 สิงหาคม). คู่กับ “บอนด์ Kouen” ในวันที่ธุรกิจร้านอาหารปรับตัวสู่เงินสดชวย. ไทยรัฐออนไลน์. <https://www.thairath.co.th/business/feature/2166360>
- ธนาคารออมสิน.(2564, 31 มีนาคม). ปรับธุรกิจให้รอดจากภัย COVID-19 ด้วย 5R. ธนาคารออมสิน<https://smestartup.gsb.or.th/sme>
- นำชัย ชีววิวัฒน์. (2564). COVID-19 โรคระบาดแห่งศตวรรษ. กรุงเทพฯ: มติชน.
- ประภัสสร รังสิโรจน์. (2564, 10 มิถุนายน). ร้านอาหารปรับตัวสู่โควิด. Thaipbs. <https://www.thaipbs.or.th/news/content/305100>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2564, 25 สิงหาคม). เปิดแผนธุรกิจร้านสีฟ้า. MGR online. <https://mgronline.com/smes/detail/9640000083865>
- พวงชมพู ประเสริฐ. (2565, 28 ธันวาคม). โรคโควิด-19 ปี 2566 อ่อนแรง สู้ยุคตามฤดูกาลแบบใช้หัวดีใหญ่. กรุงเทพธุรกิจ. <https://www.bangkokbiznews.com/health/public-health/1045199>
- พสุ เดชะรินทร์. (2563, 3 มิถุนายน). รวมกลยุทธ์การ Re ฝ่าวิกฤตยุค โควิด 19. กรุงเทพธุรกิจ. <https://www.bangkokbiznews.com/business/883455>
- สิริขวัญ สิงหาพล. (2563, 5 พฤศจิกายน). 5R Framework จาก McKinsey 5 ขั้นตอนรับมือเมื่อธุรกิจต้องเผชิญกับโลกที่เปลี่ยนไป. FutureTrend. https://m.facebook.com/futuretrends.th/posts/1267046213661821/?locale=th_TH&refsrc=deprecated&_rdr
- เสาวณี จันทะพงษ์. (2564, 26 ตุลาคม). ผลกระทบและการปรับตัว (Resilience) ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและธุรกิจร้านอาหารช่วงโควิด-19: วิเคราะห์จากหลักคิด Outside-In. ธนาคารแห่งประเทศไทย. https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_26Oct2021.aspx
- สำนักงานพัฒนาโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ กรมควบคุมโรค. (2564). รายงานผลการทบทวนผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคมจากโรคระบาดของโควิด-19 ในระดับโลกและในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.
- Kevin Sneader and Shubham Singhal (2020, March). *Beyond coronavirus: The path to the next normal*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Healthcare%20Systems%20and%20Services/Our%20Insights/Beyond%20coronavirus%20The%20path%20to%20the%20next%20normal/Beyond-coronavirus-The-path-to-the-next-normal.ashx>
- Liz Weinsten. (2020, May 14). *The 5R Strategy to Getting Your Business Back on Track*. https://infillion.com/blog/the-5r-strategy-to-getting-your-business-back-on-track/5r...?locale=ar_AR&refsrc=deprecated&_rdr
- Peter Lunio. (2020, May 3). *The 5Rs*. <https://goldenmarzipan.co.uk/insights/five-rs/>

คำแนะนำในการเตรียมและส่งต้นฉบับสำหรับผู้พิมพ์

บทความที่ส่งมาขอรับการตีพิมพ์ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร ควรจะมีความเนื้อหาทางวิชาการอยู่ในสาขาวิชาสังคมศาสตร์ สาขาวิชาครุศาสตร์ สาขาวิชาบริหารการศึกษา สาขาวิชานิติศาสตร์ สาขาวิชามนุษยศาสตร์ สาขาวิชานิติศาสตร์ สาขาวิชาการจัดการ สาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาบัญชี สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชารัฐศาสตร์ สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม สาขาวิชาศิลปศาสตร์ สาขาวิชาตำรวจศาสตร์ และสาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา บทความจะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ผู้พิมพ์บทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการหรือบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสารอย่างเคร่งครัดรวมทั้งระบบการอ้างอิงต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของวารสาร ทั้งนี้ผู้พิมพ์จะต้องไม่รายงานข้อมูลที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อมูลเท็จหรือการปลอมแปลงรวมทั้งทัศนะและความคิดเห็นที่ปรากฏในบทความในวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสารถือเป็นความรับผิดชอบของผู้พิมพ์บทความนั้นและไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการวารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร รวมทั้งผู้พิมพ์จะต้องคำนึงถึงจริยธรรมการวิจัย ไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเองทางวารสารได้กำหนดความซ้ำของผลงาน ด้วยโปรแกรม CopyCat เว็บ ThaiJo ในระดับ ไม่เกิน 25% โดยมีผลตั้งแต่ เดือน มีนาคม 2563 เป็นต้นไป

วารสารจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจำนวน 5,000 บาท ต่อ 1 บทความ ผู้พิมพ์จะต้องลงทะเบียนในระบบ ThaiJo พร้อมจ่ายค่าธรรมเนียมมาที่ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ชื่อบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เลขที่บัญชี 178 1489 579 ส่งหลักฐานการชำระค่าธรรมเนียมมาที่ Journalofcommarts@rbru.ac.th จะคืนให้ผู้พิมพ์ในกรณีบรรณาธิการปฏิเสธการตีพิมพ์เท่านั้น หากส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความแล้ววารสารจะไม่คืนค่าธรรมเนียม

ประเภทของบทความ

1. **บทความวิชาการ (Academic article)** คือ บทความที่เขียนขึ้นในลักษณะวิเคราะห์วิจารณ์หรือเสนอแนวคิดใหม่ ๆ จากพื้นฐานวิชาการที่ได้เรียบเรียงมาจากผลงานทางวิชาการของตนเองหรือของผู้อื่นหรือเป็นบทความทางวิชาการที่เขียนขึ้นเพื่อเป็นความรู้สำหรับผู้สนใจทั่วไปกล่าวถึงความเป็นมาของปัญหา วัตถุประสงค์ แนวทางการแก้ไขปัญหา มีการใช้แนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัย จากแหล่งข้อมูล สรุป อาทิ หนังสือ วารสารวิชาการ อินเทอร์เน็ต ประกอบการวิเคราะห์วิจารณ์ เสนอแนวทางการแก้ไข

2. บทความวิจัย (Research article) คือ เป็นการนำเสนอผลการวิจัยอย่างเป็นระบบกล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ การดำเนินการวิจัย บทความวิจัยประกอบด้วย หน้าแรก เป็นชื่อเรื่อง บทคัดย่อ และเนื้อหาของบทความ ในส่วนหน้าที่เป็นชื่อเรื่องควรมีข้อมูลตามลำดับดังนี้ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้นิพนธ์ สังกัด (คณะ มหาวิทยาลัย) อีเมล (e-mail) หรือในกรณีที่เป็นักศึกษาควรมีรายละเอียด เช่น หลักสูตร สาขา มหาวิทยาลัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เป็นต้น **บทคัดย่อ** ต้องระบุถึงความสำคัญของเรื่อง วัตถุประสงค์ วิธีการวิจัย (ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่ม เครื่องมือ และสถิติ ที่ใช้ในการวิจัย) ผลการวิจัยและบทสรุป **ความยาวไม่เกิน 250 คำ** ในกรณีที่ต้นฉบับเป็นภาษาไทยให้ผู้นิพนธ์เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ระบุคำสำคัญของเรื่อง (keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ **เนื้อหาของบทความ** ได้แก่ บทนำต้องมีความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ และสมมุติฐานของงานวิจัย (ถ้ามี) กรอบแนวคิดการวิจัย ระเบียบวิธีการวิจัย ประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ เป็นต้น

3. บทความปริทัศน์ (Review article) คือ งานวิชาการที่ประเมินสถานะล่าสุดทางวิชาการเฉพาะทางที่มีการศึกษา คั่นคว้า มีการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้ที่ทันสมัยโดยให้ข้อวิพากษ์ที่ชี้ให้เห็นแนวโน้มที่ควรศึกษาและพัฒนาต่อยอดได้ บทความปริทัศน์นั้นเป็นการนำเสนอภาพรวมของเรื่องที่น่าสนใจโดยในหน้าแรกของบทความปริทัศน์จะต้องประกอบด้วย ชื่อเรื่อง ชื่อผู้นิพนธ์ สังกัด (คณะ มหาวิทยาลัย) และ อีเมล (e-mail) พร้อมบทสรุป เพื่อเป็นการสรุปเรื่องโดยย่อให้เข้าใจว่าเรื่องที่ได้นำเสนอมีความน่าสนใจและความเป็นมาอย่างไร พร้อมระบุคำสำคัญของเรื่อง (keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ

การเตรียมต้นฉบับ

1. การพิมพ์ให้จัดพิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft Office Word ระยะเวลาบรรทัดเดียวโดยจัดหน้ากระดาษขนาด A4 (8.5x11 นิ้ว) ตั้งค่าหน้ากระดาษสำหรับการพิมพ์ห่างจากขอบกระดาษทุกด้าน ด้านละ 2.0 เซนติเมตร **จัดสองคอลัมน์ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้า**

2. รูปแบบตัวอักษร จัดพิมพ์ด้วยอักษร Thai Sarabun New ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รายละเอียดดังนี้ หัวเรื่องอักษรขนาด 18 pt. ใช้ตัวหนา ชื่อผู้พิมพ์ (ตัวปกติ) และหัวข้อหลัก (ตัวหนา) ใช้ตัวอักษรขนาด 16 pt. หัวข้อรอง (ตัวหนา) ใช้ตัวอักษรขนาด 14 pt. เนื้อหาทุกส่วน (ตัวปกติ) ใช้ตัวอักษรขนาด 14 pt. เชิงอรรถหน้าแรก ใช้ตัวอักษรขนาด 12 pt. ตัวปกติ

3. จำนวนหน้าความยาวของบทความ **ไม่เกิน 10 หน้า (รวมตาราง รูปภาพ และเอกสารอ้างอิง)**

4. ตาราง รูปภาพ แผนภูมิ และกราฟ ให้แทรกไว้ในเนื้อเรื่องอาจจัดทำเป็นขาวดำหรือสีก็ได้โดยให้ผู้พิมพ์คัดเลือกเฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น เรียงลำดับให้สอดคล้องกับเนื้อเรื่อง **ชื่อตารางให้อยู่ด้านบนของตาราง ส่วนชื่อรูปภาพ แผนภูมิ ให้อยู่ด้านล่างพร้อมทั้งคำอธิบายสั้น ๆ**

6. เอกสารอ้างอิง (**การอ้างอิงสารสนเทศตามแบบ APA**) (7th edition) มีรายละเอียดตามที่กำหนด ดังนี้

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

6.2 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อบทความ./ ชื่อวารสาร./ เลขปีที่ (ฉบับที่)./ เลขหน้า./ <https://doi.org/เลขdoi>

6.3 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อหนังสือ./ (พิมพ์ครั้งที่)./ สำนักพิมพ์.

6.4 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีพิมพ์)./ ชื่อหนังสือ./ (พิมพ์ครั้งที่)./ URL

6.5 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ ชื่อวิทยานิพนธ์./ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท/ปริญญาตรี/ปริญญาเอก] ไม่ได้ตีพิมพ์ หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญาโท/ปริญญาตรี/ปริญญาเอก ไม่ได้ตีพิมพ์./ ชื่อมหาวิทยาลัย.

6.6 ชื่อผู้แต่ง./ (ปีที่เผยแพร่)./ ชื่อวิทยานิพนธ์./ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท/ปริญญาตรี/ปริญญาเอก] หรือวิทยานิพนธ์ปริญญาโท/ปริญญาตรี/ปริญญาเอก./ ชื่อเว็บไซต์./ URL

6.7 ชื่อผู้แต่ง./ (ปี)./ ชื่อเรื่อง./ ชื่อเรื่องย่อ./ ชื่อวารสาร./ เลขของปีที่ (เลขของฉบับที่)./ เลขหน้า./ URL หน้า./

7. ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ก่อนการจัดส่งต้นฉบับ และส่งต้นฉบับมาที่ <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ISSC/index> โดยสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ โทร. 081 374 3100



คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
41 ม.5 ถ.รักศักดิ์ชุมพล ต.ท่าช้าง
อ.เมือง จ.จันทบุรี 22000
โทร. 086-445-7171,
039-319111 ต่อ 11200